

**ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ**

Του Πρακτικού 15 / 2018 συνεδρίασης του Περιφερειακού Συμβουλίου  
Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

-----  
**Αριθ. Απόφασης 180 / 2018**  
-----

**ΠΕΡΙΛΗΨΗ:** Έγκριση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης για το έτος 2019.

Στην Κομοτηνή σήμερα **29 Νοεμβρίου 2018** ημέρα **Πέμπτη** και ώρα **15.00**, στην αίθουσα συνεδριάσεων «ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΥΛΙΔΗΣ » της Περιφερειακής Ενότητας Ροδόπης, παρουσία του Περιφερειάρχη Χρήστου Μέτιου και παρουσία των Αντιπεριφερειάρχων : Πατακάκη Ανάργυρου Π.Ε. Δράμας, Πέτροβιτς Δημητρίου Π.Ε. Έβρου, Ζαγναφέρη Κωνσταντίνου Π.Ε. Ξάνθης και απουσία των Αντιπεριφερειάρχων : Μαρκόπουλου Θεόδωρου Π.Ε. Καβάλας και Τσαλικίδη Νικολάου Π.Ε. Ροδόπης , που κλήθηκαν νόμιμα σύμφωνα με το άρθρο 167 παρ. 4 του Ν. 3852/2010, συνήλθε σε δημόσια τακτική συνεδρίαση το Περιφερειακό Συμβούλιο Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης μετά από την **Δ.Δ ΟΙΚ. 7435/22-11-2018** έγγραφη πρόσκληση της Προέδρου του που επιδόθηκε σε κάθε Περιφερειακό Σύμβουλο, σύμφωνα με το άρθρο 167 παρ. 2 του Ν. 3852 /2010.

**ΠΑΡΟΝΤΕΣ :**

1. Δημούδη- Τζατζαΐρη Ελένη, Πρόεδρος του Π.Σ.
2. Μεχμέτ Ούστα Χουσεΐν, Γραμματέας του Π.Σ.

**ΤΑ ΜΕΛΗ**

- |                                    |                             |
|------------------------------------|-----------------------------|
| 1. Αντωνιάδης Κωνσταντίνος         | 18. Χειράκη Γεωργία         |
| 2. Εξακουστός Κωνσταντίνος         | 19. Λιθηρόπουλος Χρήστος    |
| 3. Ζάχαρη Ζηνοβία                  | 20. Αραμπατζής Αθανάσιος    |
| 4. Μποταΐτης Σωτήριος              | 21. Γρανάς Αρχέλαος         |
| 5. Ευφραιμίδης Νικόλαος            | 22. Δαμιανίδης Παύλος       |
| 6. Βενετίδης Κωνσταντίνος          | 23. Τσαλδαρίδης Αναστάσιος  |
| 7. Τερτσούδης Χρήστος              | 24. Κοτζά Μουμίν Ριτβάν     |
| 8. Ιμπράμ Αχμέτ                    | 25. Ζιμπίδης Γεώργιος       |
| 9. Γεωργιτσόπουλος Χρήστος         | 26. Ορφανίδης Χαράλαμπος    |
| 10. Γάκης Χρήστος                  | 27. Τουρτούρης Σπυρίδων     |
| 11. Μοσχοφίδου-Βλάχου Ελεονώρα     | 28. Λασκαρίδης Παντελής     |
| 12. Χουσέ Μουσταφά Ισμαήλ          | 29. Μαλτέζος Μενέλαος       |
| 13. Μπούτος Ιωάννης                | 30. Τρέλλης Χρήστος         |
| 14. Κινατζίδης Κωνσταντίνος        | 31. Τραϊφόρος Βασίλειος     |
| 15. Κατραντζή Μουσταφά             | 32. Ναθαναηλίδης Αναστάσιος |
| 16. Μουλταζά Ταρκάν Μουλταζά       | 33. Χατζηθεοδωρίδης Ηρακλής |
| 17. Αλατζά-Παπαδοπούλου Κυριακούλα |                             |

**ΑΠΟΝΤΕΣ:**

1. Καβαρατζής Σταύρος, Αντιπρόεδρος του Π.Σ.

**ΤΑ ΜΕΛΗ**

- |                          |                                      |
|--------------------------|--------------------------------------|
| 1. Τσιλιγγίρης Σπυρίδων  | 9. Τσολάκης Σταύρος                  |
| 2. Αμοιρίδης Μιχαήλ      | 10. Καραλίδης Φώτιος                 |
| 3. Ιωσηφίδης Αλέξανδρος  | 11. Γαλάνης Βασίλειος                |
| 4. Χατζηγκενέ Ιρφάν      | 12. Γκανιάτσου-Ελευθεριάδου Στυλιανή |
| 5. Βουδούρης Ευάγγελος   | 13. Κιτσόπουλος Χρήστος              |
| 6. Μουσταφά Μετίν        | 14. Γεροστεργίου Αικατερίνη          |
| 7. Ιντζέ Μεμέτ Μπιρόλ    | 15. Μουμίν Οντέρ                     |
| 8. Παπαδόπουλος Σωτήριος |                                      |

Παραβρέθηκε στη συνεδρίαση η Εκτελεστική Γραμματέας της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης κα Ζωή Κοσμίδου.

Χρέη υπηρεσιακής γραμματέως άσκησε η υπάλληλος της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης κα Ελένη Κατσικούδη .

Αφού διαπιστώθηκε απαρτία διότι σε σύνολο 51 μελών ήταν παρόντα τα 35 μέλη, άρχισε η συζήτηση των θεμάτων της ημερήσιας διάταξης.

Προσήλθε στην συνεδρίαση και πριν τη συζήτηση του δεύτερου θέματος της ημερήσιας διάταξης ο Περιφερειακός Σύμβουλος κ. Κιτσόπουλος Χρήστος.

Προσήλθαν στη συνεδρίαση και πριν τη συζήτηση του τρίτου θέματος της ημερήσιας διάταξης οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ. κ. 1) Αμοιρίδης Μιχαήλ, 2) Χατζηγκενέ Ιρφάν, 3) Μουσταφά Μετίν και 4) Παπαδόπουλος Σωτήριος.

Αποχώρησαν οριστικά από τη συνεδρίαση και πριν την ψήφιση του τρίτου θέματος της ημερήσιας διάταξης οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ. κ. 1) Παπαδόπουλος Σωτήριος και 2) Μουσταφά Μετίν.

Αποχώρησε πρόσκαιρα από τη συνεδρίαση και πριν την ψήφιση του τρίτου θέματος της ημερήσιας διάταξης η Περιφερειακή Σύμβουλος κα. Μοσχοφίδου-Βλάχου Ελεονώρα.

Στο σημείο αυτό και πριν τη συζήτηση του τέταρτου θέματος της ημερήσιας διάταξης προσήλθε στη συνεδρίαση η Περιφερειακή Σύμβουλος κα. Μοσχοφίδου-Βλάχου Ελεονώρα.

Στο σημείο αυτό και πριν τη συζήτηση του τέταρτου θέματος της ημερήσιας διάταξης αποχώρησαν οριστικά από τη συνεδρίαση οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ. κ. 1) Γάκης Χρήστος, 2) Εξακουστός Κωνσταντίνος, 3) Λασκαρίδης Παντελής και 4) Ορφανίδης Χαράλαμπος.

Εισηγούμενος το τέταρτο θέμα της ημερήσιας διάταξης ο Θεματικός Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης κ. Κωνσταντίνος Αντωνιάδης, έθεσε υπόψη των μελών του Περιφερειακού Συμβουλίου Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, το αριθμ. Πρωτ : οικ. 4575/22-10-2018 έγγραφο του Γραφείου Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού το οποίο αναφέρει τα εξής:

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους τομείς στους οποίους στηρίζει την ανάπτυξη της η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Οι προγραμματιζόμενες για το 2019 δράσεις βασίζονται στον ολοκληρωμένο σχεδιασμό τριετίας που έλαβε χώρα κατά τη διάρκεια του έτους Τουρισμού 2017 ο οποίος επικαιροποιήθηκε και συμπληρώθηκε κατά το έτος 2018.

Το παρόν πρόγραμμα τουριστικής προβολής, εδράζεται στις βασικές στρατηγικές και στους στόχους που έχουν καθοριστεί μέσω του Στρατηγικού & Επιχειρησιακού Σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας ΑΜΘ, επεκτείνοντάς τες και διαμορφώνοντάς τες σε απτά και υλοποιήσιμα έργα. Θα διαμορφώνεται δε συνεχώς, ενσωματώνοντας τις προτάσεις και παρατηρήσεις που θα προκύπτουν από τις συνεχείς διαδικασίες διαβούλευσης με τους εμπλεκόμενους φορείς, καθώς τις απαιτούμενες τροποποιήσεις που θα το καθιστούν πάντα σύγχρονο και ανταγωνιστικό. Κυρίαρχος στόχος ωστόσο παραμένει η ανάδειξη της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης σε τουριστικό προορισμό αριστείας και η ενδυνάμωση του συγκεκριμένου τομέα της οικονομίας της, ώστε να αποτελέσει πρωτεύοντα μοχλό ανάπτυξης για την περιοχή μας.

## **ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

### **1.1 Το τουριστικό δυναμικό της Περιφέρειας ΑΜΘ**

Η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης αποτελεί βασική πύλη εισόδου στην Ευρώπη και παράλληλα ένα τόπο με ιστορία που χάνεται στα βάθη των αιώνων. Χαρακτηρίζεται από έναν ιδιαίτερα υψηλό πλούτο αξιοποιήσιμων τουριστικά πόρων: επιβλητικά βουνά, πλούσια και ιδιαίτερα χλωριδικά οικοσυστήματα υψηλής οικολογικής και αισθητικής αξίας, ποικίλα υδάτινα συστήματα, πανέμορφες ακτογραμμές, ιδιαίτερους γεωλογικούς σχηματισμούς, ενδιαφέρον ανθρωπογενές περιβάλλον, πόλεις και παραδοσιακούς οικισμούς με ιστορικό, πολιτιστικό αλλά και αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον, εκκλησιές, μοναστήρια, γιορτές και δρώμενα που εμπεριέχουν τον απόηχο στοιχείων της αρχαιοελληνικής και βυζαντινής παράδοσης, πλούσια μουσική παράδοση η οποία εξακολουθεί να εντάσσεται λειτουργικά στη σύγχρονη ζωή, μουσεία ιστορίας, πολιτισμού και φυσικής ιστορίας, οχυρά και ακροπόλεις, αρχαιολογικούς χώρους, γνωστά τοπικά προϊόντα, εξαιρετική κουζίνα, αλλά το κυριότερο ανθρώπους ζεστούς και φιλόξενους.

Τα παραπάνω είναι μερικά από τα στοιχεία που συνθέτουν το γενικότερο προφίλ της Περιφέρειας ΑΜΘ ορίζοντας το φυσικό, το πολιτισμικό και το ιστορικό περιβάλλον της περιοχής, τεκμηριώνοντας την ανά τους αιώνες ανθρώπινη παρουσία και δημιουργία και αποδίδοντας τόσο την ταυτότητά της όσο και την ετερότητά της σε σχέση με άλλους πολιτισμούς και περιοχές.

Επί του παρόντος, το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας ΑΜΘ περιλαμβάνει ιδιαίτερα αναγνωρίσιμους επιμέρους προορισμούς με διαφορετικά εποχιακά τουριστικά προϊόντα. Παραδείγματα αποτελούν η Σαμοθράκη (εναλλακτικός και θαλάσσιος τουρισμός), η Θάσος (θαλάσσιος τουρισμός), η Αλεξανδρούπολη (φυσιολατρικός -Δέλτα Έβρου-, συνεδριακός, θαλάσσιος), η Κομοτηνή (γαστρονομία, πολυπολιτισμικότητα), η Ξάνθη (πολιτιστικός -καρναβάλι-, γαστρονομικός), το Φανάρι (θαλάσσιος), η Καβάλα (θαλάσσιος, αστικός), το όρος Φαλακρό (αθλητικός -σκι-), το Παγγαίο (φυσιολατρικός) κ.α.

### **1.2 Σύγχρονες τάσεις στον Τουρισμό. Η έννοια της «εμπειρίας»**

Στο σύγχρονο τουριστικό μοντέλο, η στροφή προς τις ανεξάρτητες διακοπές γίνεται ολοένα και πιο έντονη. Ο σύγχρονος ταξιδιώτης νιώθει την ανάγκη να απεγκλωβιστεί από τη μάζα, να ανεξαρτητοποιηθεί και να κινηθεί μόνος του, σχεδιάζοντας τα ταξίδια του «κομμένα και ραμμένα» στα μέτρα, τις επιθυμίες και τις ανάγκες του. Με ενδιαφέροντα πολύ πιο συγκεκριμένα από εκείνα της μάζας (ήλιος, άμμος, θάλασσα, all inclusive ξενοδοχεία κ.α.) αναζητά νέους τρόπους και αφορμές για ταξίδι καθώς και ποιοτικές υπηρεσίες που ανεβάζουν τον πήχη και τα standards, τα οποία έχει ήδη ανακαλύψει πριν την πραγματοποίησή του. Τα πλεονεκτήματα και οι ευκαιρίες που προσφέρονται στον ταξιδιώτη κατά τη διάρκεια των ανεξάρτητων διακοπών του είναι πολύ σημαντικά, ενώ οι εμπειρίες που ζει τον κάνουν κοινωνό του τουριστικού προϊόντος άμεσα και αποτελεσματικά. Αναγνωρίζοντας τη συμβολή των ανθρώπων και των κοινωνιών, των εθίμων και του τρόπου ζωής στον εκάστοτε τουριστικό προορισμό.

Η εισαγωγή της έννοιας «εμπειρία» έχει προκαλέσει βασική μεταστροφή του τουριστικού μοντέλου στην παγκόσμια αγορά. Ως εμπειρίες ορίζονται εκείνα τα αξιομνημόνευτα βιώματα που συνδυάζοντας ενεργοποίηση των αισθήσεων, της σκέψης και των συναισθημάτων, μετατρέπονται στις ιστορίες που μας καθορίζουν. Η απόκτηση εμπειριών είναι ιδιαίτερα σημαντική για τα μέλη των σύγχρονων ανεπτυγμένων κοινωνιών, καθώς ανταποκρίνεται στο υψηλότερο επίπεδο αναγκών σύμφωνα με τη θεωρία ιεράρχησης του Maslow (Maslow hierarchy of needs). Έχοντας ήδη καλύψει τις πρωταρχικές ανάγκες για επιβίωση και ασφάλεια, οι σημερινοί ταξιδιώτες αναζητούν υψηλότερους στόχους και βαθύτερο νόημα στη ζωή τους. Βιώνοντας έντονες, αξέχαστες εμπειρίες, ορόσημα για την προσωπική τους εξέλιξη, οι ταξιδιώτες επιζητούν να ικανοποιήσουν την ανώτερη ανάγκη τους για αυτοπραγμάτωση. Από την άλλη, οι εμπειρίες έχουν την ιδιότητα να μετατρέπονται σε ιστορίες που αφηγείται κανείς στο κοινωνικό του περιβάλλον. Έτσι, γίνονται εξίσου ή και περισσότερο πολύτιμες, καθώς ικανοποιούν την ανάγκη για αυτοεκτίμηση, μέσα από το σεβασμό, την αναγνώριση και το κύρος, ή ακόμη και τις ανάγκες, όπως η δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων και η αίσθηση ότι 'ανήκεις' σε μια ομάδα.

Στο πλαίσιο αυτό, εκείνοι που προτιμούν τα ταξίδια εμπειριών αναζητούν εμπειρίες αυθεντικές, με δράση και συμμετοχή (αξέχαστες στιγμές), στις οποίες να συμμετέχουν πνευματικά και σωματικά. Ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά στα ταξίδια εμπειριών, θα μπορούσε να προσθέσει κανείς ότι η προσμονή κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας του ταξιδιού είναι μερικές φορές εξίσου ή και περισσότερο σημαντική από την ίδια τη συμμετοχή στο ταξίδι, καθώς η διαδικασία του ταξιδιού ξεκινάει ήδη με την προετοιμασία. Αυτός είναι ο λόγος που οι «κυνηγοί εμπειριών» υπολογίζουν την αξία της προσφοράς ως το πλήθος των διαφορετικών και μοναδικών εμπειριών που μπορούν να αποκτήσουν, σε σχέση με το χρόνο και τα χρήματα που επενδύουν για αυτές.

### **1.3 Δυνατά σημεία της περιοχής – υπάρχουσες ελλείψεις - ευκαιρίες ανάπτυξης**

Μέσω δευτερογενούς έρευνας ανοικτών πηγών (open sources desk research) αποτυπώθηκαν τα συγκεκριμένα, απτά στοιχεία της τουριστικής προσφοράς της ΑΜΘ. Αυτά ομαδοποιήθηκαν ως εξής:

1. **Άθικτο φυσικό περιβάλλον:** Πεντακάθαρες ακτές μοναδικής ομορφιάς (τόσο στις ηπειρωτικές περιοχές όσο και στα νησιά), εθνικοί δρυμοί, βιότοποι προστατευόμενοι με Ramsar και Natura (102 είδη πουλιών στο Λειβαδίτη, υδροβιότοποι Δέλτα, Βιστωνίδα κ.α.), ιδιαίτερη και πλούσια πανίδα και χλωρίδα (άγρια άλογα, κρίνο της Ροδόπης, αγριολούλουδα, αρκούδες, λύκοι, μαυρόγυπες, ενδημικά σπηλαιόβια είδη κ.α.), σπάνια φαρμακευτικά βότανα (χελιδονόχορτο, λαδανιά κ.α.), επιβλητικά Βουνά (οροσειρά Ροδόπης, Παγγαίο, Φαλακρό), ποτάμια, υδάτινες λεωφόροι (Νέστος, Έβρος, Άρδας), αρχαία δάση (Δαδιά, Μονοπάτια (Ε6), περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (Δάσος Δαδιάς, Λειβαδίτης, καταρράκτες Σαμοθράκης κτλ), σπήλαια (Αλιστράτη, Μαρώνια, Μααράς κ.α.), παλαιοντολογικά ευρήματα.
2. **Πλούσια πολιτιστική κληρονομιά:** Μακρά και πολύπλευρη ιστορία, συναρπαστική μυθολογία, έντονος πολυπολιτισμικός χαρακτήρας, μυθολογικά στοιχεία (Ορφέας, Διόνυσος, Κύκλωπας), αρχαιολογικοί χώροι (αρχαία θέατρο Μαρώνειας και Αβδήρων, Ιερό Διονύσου, αρχαιολογικός χώρος Φιλίππων κ.α.), Καβείρια μυστήρια, Ιερό των Μεγάλων Θεών, Ρωμαϊκά και Βυζαντινά μνημεία (ρωμαϊκά ψηφιδωτά, κάστρα κ.τ.λ.), Μουσουλμανικά Μνημεία (π.χ. το Τέμενος Βαγιζίτ, το μεγαλύτερο τζαμί στην Ευρώπη), μνημεία του 2ου Παγκοσμίου Πολέμου, Γραμμή Μεταξά – Οριογραμμή Ρούπελ, Βαλκανική ιστορία
3. **Θρησκευτικά μνημεία της Ορθοδοξίας:** Βυζαντινοί και μεταβυζαντινοί ναοί, δρόμοι του Αποστόλου Παύλου (Φίλιπποι), Βυζαντινά μοναστήρια (Κοσμοσώτεια, Παναγία Εικοσιφοίνισσα, κ.α.)
4. **Ενδιαφέρουσα ανθρωπογεωγραφία:** Πολυπολιτισμικότητα
5. **Πόλεις, αρχιτεκτονική, lifestyle:** Σύγχρονες πόλεις: Αλεξανδρούπολη, Καβάλα και ατμοσφαιρικές πόλεις: Κομοτηνή και Ξάνθη, σύγχρονη και παραδοσιακή αρχιτεκτονική, κτίρια belle époque, παλιά πόλη, σύγχρονη αγορά καθώς και παζάρια, αντίκες, βραδινή ζωή, φοιτητικά στέκια-coffee culture
6. **Παραδοσιακά χωριά** όπου ο χρόνος έχει σταματήσει: Σουφλί, πέτρινα αρχοντικά, Φέρες
7. **Νησιά με μοναδικό χαρακτήρα:** Θάσος και Σαμοθράκη
8. **Ιαματικές πηγές και λουτροπόλεις:** Θερμά Σαμοθράκης, Τραϊανούπολη, Κρηνίδες Καβάλας
9. **Μοναδικά τοπικά προϊόντα:** Γαστρονομία και τοπική κουζίνα (παραδοσιακά φαγητά και γλυκά, σουτζούκ λουκούμ, καριόκες κ.α.), κρασί και αμπελοκαλλιέργεια - βιοδυναμική καλλιέργεια, επισκέψιμα οινοποιεία και αμπελώνες, βραβευμένα κρασιά, «Καλάθι Προϊόντων»: Πατάτες Νευροκοπίου, καπνός Ροδόπης & Ξάνθης, μετάξι Σουφλίου, ελιές Θάσου, κεράσια Ροδόπης, κασικάκι Σαμοθράκης, σταφύλια Καβάλας, κουραμπιέδες Καρβάλης
10. **Μουσεία:** Μουσείο Μεταξιού, Εθνολογικό Μουσείο Θράκης, Μουσείο Φυσικής Ιστορίας/καπνού κ.α.
11. **Αρχαία Διανόηση:** Αρχαίοι σοφοί, Δημόκριτος, Πρωταγόρας, Λεύκιππος
12. **Τέχνες, Εκδηλώσεις, Φεστιβάλ:** Τοπικές λαογραφικές γιορτές & δρώμενα, πλούσια μουσική παράδοση, φεστιβάλ Μαρώνειας-Σαπών, Ελευθέρια Θράκης, Έθιμα Γυναικοκρατίας, φεστιβάλ Κινηματογράφου Δράμας, φεστιβάλ Φιλίππων Θάσου, Καρναβάλι Ξάνθης, Φεστιβάλ Νεολαίας Άρδα, Φεστιβάλ Κοσμόπολις στην Καβάλα
13. **Δραστηριότητες στη φύση:** Πεζοπορίες (καταρράκτες Λειβαδίτη, στενά Νέστου κ.α.), Off-road διαδρομές με 4x4 ή enduro, Κανό-καγιάκ, παρατήρηση πουλιών, βαρκάδα στον Έβρο με μπλάβα, σκι στο χιονοδρομικό Φαλακρού, καταδύσεις, δασικά χωριά (Ερυμάνθου και Ελατιάς)
14. **Ζεστοί και φιλόξενοι άνθρωποι:** Μοναδική βόρειοελλαδίτικη φιλοξενία, άνθρωποι φιλόξενοι, χαμογελαστοί

Διάγραμμα αποτύπωσης Ελκυστικότητας τουριστικών θεματικών vs Ανταγωνιστικότητας της τουριστικής προσφοράς της ΑΜΘ

- ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ +	Ιαματικός Τουρισμός	Ήλιος, Θάλασσα, Ξεκούραση, Διασκέδαση - Φύση, Περιηγήσεις,	Πολιτισμός, Ιστορία, Παράδοση
		Θρησκευτικός Τουρισμός Δραστηριότητες Περιπέτεια	Βουνό, Άνοιξη, Χειμώνας Κουζίνα
	- ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΜΘ +		

Οι αδυναμίες που παρατηρούνται στον τομέα του τουρισμού και αφορούν την περιοχή μας, σχετίζονται σε έναν μεγάλο βαθμό με τα εξής:

- Περιορισμένη ενασχόληση των πολιτών μας με τον τουρισμό
- Έλλειψη τουριστικών πρακτόρων στο ηπειρωτικό τμήμα που να ασχολούνται με τον εισερχόμενο τουρισμό
- Σημαντική χιλιομετρική απόσταση από το οικονομικό και πληθυσμιακό κέντρο της Ελλάδας, την Αθήνα
- Αύξηση του κόστους μετακίνησης στη χώρα που έχει επέλθει τα τελευταία έτη λόγω κρίσης
- Μικρό ξενοδοχειακό δυναμικό συγκριτικά με άλλες περιφέρειες της χώρας
- Χωρική συγκέντρωση των ξενοδοχειακών κλινών
- Έντονη εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης
- Ελλιπής κατάρτιση και επιμόρφωση του τοπικού δυναμικού σε υπηρεσίες και επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό
- Σημαντική εξάρτηση ορισμένων χωρικών ζωνών από το μαζικό τουρισμό
- Απουσία ενιαίου φορέα διαχείρισης του τουριστικού προορισμού ΠΑΜΘ

Η ΑΜΘ οφείλει να εκμεταλλευτεί την μεγάλη «δεξαμενή» εισερχόμενου τουρισμού από τις παραδοσιακές αγορές προέλευσης, αξιοποιώντας δυνατότητες όπως:

- Πρόσβαση μέσω απευθείας πτήσεων
- Δραστηριότητες όλο το χρόνο
- Άγνωστες φυσικές ομορφιές, άθικτο φυσικό περιβάλλον
- Εμπειρίες πέρα από τα καθιερωμένα
- Συναρπαστική πολυπολιτισμικότητα
- Και τοποθετώντας την τουριστική της προσφορά της ως off-the-beaten-track

#### 1.4 Διείσδυση στην τουριστική αγορά

Από τις πιο πρόσφατες έρευνες για τον εισερχόμενο τουρισμό του τρέχοντος έτους 2018 καθώς και από σύγκριση με το έτος 2017 παρατηρούνται τα εξής:

- Η μεσοσταθμική αύξηση του επιβατικού κοινού σε σχέση με το 2017 στο αεροδρόμιο Καβάλας (32.8% αύξηση σε σχέση με το 2017), καθώς και του αριθμού των σχετικών πτήσεων (19.8% αύξηση σε σχέση με το 2017) δημιουργεί προϋποθέσεις για παγίωση της διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου που λαμβάνει χώρα μέσα στο έτος που διανύουμε.
- Γερμανοί και Άγγλοι παραμένουν στις πρώτες θέσεις όσον αφορά την επισκεψιμότητα της περιοχής μας μέσω αεροπλάνου κατά τους θερινούς μήνες
- Συνεχίζεται εντυπωσιακά αυξανόμενη η οδική διέλευση από/προς την Περιφέρεια ΑΜΘ κυρίως μέσω του συνοριακού σταθμού Νυμφαίας
- Γενικά συμπεράσματα αποτελούν η καθολική αύξηση της επισκεψιμότητας καθώς και η εποχική διεύρυνσή της, καθώς σύμφωνα και με τους πίνακες που ακολουθούν, αυτή πλέον εκτείνεται σε πολύ περισσότερους μήνες του έτους.

ΚΑΒΑΛΑ AIRPORT "MEGAS ALEXANDROS" - 2018 vs 2017

Passengers	Domestic			International			Total		
	Month	2018	2017	%Δ	2018	2017	%Δ	2018	2017
JANUARY	6,537	4,589	42.4%	25,891	161	15981.4%	32,428	4,750	582.7%
FEBRUARY	5,446	5,136	6.0%	20,945	2	1047150.0%	26,391	5,138	413.6%
MARCH	5,402	5,858	-7.8%	16,703	14	119207.1%	22,105	5,872	276.4%
APRIL	5,261	5,991	-12.2%	4,649	5,605	-17.1%	9,910	11,596	-14.5%
MAY	5,626	6,512	-13.6%	26,252	21,053	24.7%	31,878	27,565	15.6%
JUNE	5,924	6,683	-11.4%	49,004	43,958	11.5%	54,928	50,641	8.5%
JULY	7,323	7,707	-5.0%	59,627	52,793	12.9%	66,950	60,500	10.7%
AUGUST	7,014	7,002	0.2%	60,371	55,245	9.3%	67,385	62,247	8.3%
SEPTEMBER	7,324	6,674	9.7%	51,990	44,567	16.7%	59,314	51,241	15.8%
TOTAL KVA	55,857	56,152	-0.5%	315,432	223,398	41.2%	371,289	279,550	32.8%

Σχ.1: Επιβατικό κοινό στο αεροδρόμιο Καβάλας (στατιστικά ετών 2017-2018)

ΚΑΒΑΛΑ AIRPORT "MEGAS ALEXANDROS" - 2018 vs 2017

Flights	Domestic			International			Total		
	Month	2018	2017	%Δ	2018	2017	%Δ	2018	2017
JANUARY	113	102	10.8%	269	2	13350.0%	382	104	267.3%
FEBRUARY	90	100	-10.0%	198	2	9800.0%	288	102	182.4%
MARCH	100	122	-18.0%	191	4	4675.0%	291	126	131.0%
APRIL	102	131	-22.1%	53	47	12.8%	155	178	-12.9%
MAY	108	148	-27.0%	222	214	3.7%	330	362	-8.8%
JUNE	147	159	-7.5%	389	374	4.0%	536	533	0.6%
JULY	145	164	-11.6%	448	422	6.2%	593	586	1.2%
AUGUST	129	147	-12.2%	432	406	6.4%	561	553	1.4%
SEPTEMBER	113	145	-22.1%	401	359	11.7%	514	504	2.0%
TOTAL KVA	1,047	1,218	-14.0%	2,603	1,830	42.2%	3,650	3,048	19.8%

Σχ.2: Διεθνείς και Εσωτερικές πτήσεις στο αεροδρόμιο Καβάλας (έτη 2017-2018)

## Kavala International Airport "Megas Alexandros"

Greece

Reporting Period

July 2018

Country	Aircraft	Passengers		
	Arr - Dep	Arriving	Departing	Transit
Germany	147	11,707	8,826	-
Great Britain	77	4,917	4,646	-
Poland	41	3,668	3,578	-
Czech Republic	29	2,029	2,014	644
Sweden	24	1,504	1,463	-
Austria	20	1,374	997	-
Russia	19	1,153	1,114	-
Slovakia	8	731	714	-
Cyprus	8	617	627	-
Finland	8	585	592	-
Norway	12	562	563	-
Netherlands	10	416	372	856
Denmark	8	361	354	-
Belgium	16	414	298	1,350
Belarus	6	258	317	-
Romania	2	2	2	-
Italy	1	1	-	-
Serbia	4	-	1	-
Bulgaria	6	-	-	-
Montenegro	1	-	-	-
Kazakhstan	1	-	-	-
<b>Grand Total</b>	<b>448</b>	<b>30,299</b>	<b>26,478</b>	<b>2,850</b>

Σχ.3: Κίνηση στο αεροδρόμιο Καβάλας (καταμερισμός χωρών)

2018		ΝΥΜΦΑΙΑ NYMFAIA	2017		ΝΥΜΦΑΙΑ NYMFAIA
Ιανουάριος	January	46.589	Ιανουάριος	January	26.967
Φεβρουάριος	February	43.328	Φεβρουάριος	February	34.133
Μάρτιος	March	55.753	Μάρτιος	March	39.105
Απρίλιος	April	61.046	Απρίλιος	April	54.250
Μάιος	May	102.492	Μάιος	May	52.181
Ιούνιος	June	212.339	Ιούνιος	June	198.192
Ιούλιος	July	297.192	Ιούλιος	July	281.443
Αύγουστος	August	374.848	Αύγουστος	August	368.625
Σεπτέμβριος	September		Σεπτέμβριος	September	217.225
Οκτώβριος	October		Οκτώβριος	October	75.008
Νοέμβριος	November		Νοέμβριος	November	60.845
Δεκέμβριος	December		Δεκέμβριος	December	52.554
<b>Τρέχον έτος</b>	<b>y.t.d.</b>	<b>1.193.587</b>	<b>Σύνολο</b>	<b>Total</b>	<b>1.460.528</b>
			<b>Τρέχον έτος</b>	<b>y.t.d.</b>	<b>1.054.896</b>

Σχ.4: Σύγκριση διελεύσεων μέσω Νυμφαίας μεταξύ ετών 2017-2018

ΟΔΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2018  
ROAD ARRIVALS - AUGUST 2018

2018		ΝΥΜΦΑΙΑ ΝΥΜΦΑΙΑ	ΟΡΜΕΝΙΟ ΟΡΜΕΝΙΟ	ΚΥΠΡΙΝΟΣ ΚΥΠΡΙΝΟΣ	ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ	ΚΗΠΟΙ ΚΗΠΟΙ
Ιανουάριος	January	46.589	14.633	4.519	14.616	39.430
Φεβρουάριος	February	43.328	14.719	4.225	13.078	34.277
Μάρτιος	March	55.753	15.547	5.344	13.130	43.138
Απρίλιος	April	61.046	20.286	7.414	14.864	57.039
Μάιος	May	102.492	21.611	7.139	13.158	47.360
Ιούνιος	June	212.339	29.402	8.310	19.947	63.319
Ιούλιος	July	297.192	45.161	9.505	17.535	91.070
Αύγουστος	August	374.848	33.938	7.574	60.147	186.209
Τρέχον έτος	y.t.d.	1.193.587	195.297	54.030	166.475	561.842

2017		ΝΥΜΦΑΙΑ ΝΥΜΦΑΙΑ	ΟΡΜΕΝΙΟ ΟΡΜΕΝΙΟ	ΚΥΠΡΙΝΟΣ ΚΥΠΡΙΝΟΣ	ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ	ΚΗΠΟΙ ΚΗΠΟΙ
Ιανουάριος	January	26.967	32.507	4.320	10.075	26.389
Φεβρουάριος	February	34.133	40.615	5.783	14.149	31.478
Μάρτιος	March	39.105	46.655	6.677	16.038	36.698
Απρίλιος	April	54.250	29.573	7.892	16.169	48.536
Μάιος	May	52.181	25.040	7.311	15.461	54.019
Ιούνιος	June	198.192	36.788	9.251	15.562	65.621
Ιούλιος	July	281.443	56.753	10.767	20.776	97.209
Αύγουστος	August	368.625	39.765	7.430	70.646	194.339
Σύνολο	Total	1.054.896	307.696	59.431	178.876	554.289
Τρέχον έτος	y.t.d.	1.054.896	307.696	59.431	178.876	554.289

% Μεταβολή % Change		ΝΥΜΦΑΙΑ ΝΥΜΦΑΙΑ	ΟΡΜΕΝΙΟ ΟΡΜΕΝΙΟ	ΚΥΠΡΙΝΟΣ ΚΥΠΡΙΝΟΣ	ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ	ΚΗΠΟΙ ΚΗΠΟΙ
Ιανουάριος	January	72,8%	-55,0%	4,6%	45,1%	49,4%
Φεβρουάριος	February	26,9%	-63,8%	-26,9%	-7,6%	8,9%
Μάρτιος	March	42,6%	-66,7%	-20,0%	-18,1%	17,5%
Απρίλιος	April	12,5%	-31,4%	-6,1%	-8,1%	17,5%
Μάιος	May	96,4%	-13,7%	-2,4%	-14,9%	-12,3%
Ιούνιος	June	7,1%	-20,1%	-10,2%	28,2%	-3,5%
Ιούλιος	July	5,6%	-20,4%	-11,7%	-15,6%	-6,3%
Αύγουστος	August	1,7%	-14,7%	1,9%	-14,9%	-4,2%
Τρέχον έτος	y.t.d.	13,1%	-36,5%	-9,1%	-6,9%	1,4%

Σχ.5: Συνοπτική σύγκριση οδικών διελεύσεων μεταξύ ετών 2017-2018

### 1.5 Απολογισμός Δράσεων έτους 2018

Η Περιφέρεια ΑΜΘ την προηγούμενη περίοδο και στα πλαίσια του σχετικού προγράμματος που εγκρίθηκε από το Περιφερειακό Συμβούλιο, έλαβε τη σύμφωνη γνώμη του ΕΟΤ και υλοποίησε τις εξής κύριες δράσεις:

- Επαφές με τουριστικούς πράκτορες από χώρες στόχους καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς αλλά και στα πλαίσια Β2Β συναντήσεων που έλαβαν χώρα σε εκθέσεις στις οποίες συμμετείχε η Περιφέρεια ΑΜΘ
- Διαφήμιση σε γνωστά τουριστικά έντυπα του χώρου καθώς και σε ηλεκτρονικά μέσα
- Περεταίρω βελτίωση και ανάπτυξη των ψηφιακών εργαλείων τουριστικής προώθησης emtgreece και JTI
- Προώθηση του τουριστικού προϊόντος σε γενικές εκθέσεις ή εκθέσεις προϊόντων
- Συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού
- Συνεργασία με άλλους φορείς της περιοχής στην έκδοση τουριστικών εντύπων παραχωρώντας ποιοτικά κείμενα και φωτογραφικό υλικό για τις ανάγκες τους
- Προώθηση υλικού προβολής σε συνεργασία με τα γραφεία του ΕΟΤ σε αγορές στόχους (ενδεικτικά: Βουλγαρία, Σερβία, Πολωνία, Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία κ.α.)
- Επιχορήγηση, στήριξη ή συνδιοργάνωση πλήθους εκδηλώσεων στην περιοχή μας, οι οποίες αποτελούν πόλο έλξης επισκεπτών από το εσωτερικό ή το εξωτερικό
- Παραγωγή διαφημιστικών και προωθητικών δώρων
- Επιτυχής διοργάνωση του φεστιβάλ Via Egnatia για το έτος 2018
- Στήριξη του σημαντικού για την Δράμα event «Δραμοινογνωσία»
- Επιτυχής υλοποίηση της Synergia 2018
- Επιτυχής υλοποίηση του πρωτοεμφανιζόμενου Φεστιβάλ Θρακικού Πελάγου



- ο Συνεργασία με φορείς, εκπροσώπους εταιρειών, αλλά και με το υπάρχον εξειδικευμένο προσωπικό της Περιφέρειας ώστε να καταρτιστεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης με πρόβλεψη έως και το έτος 2023.

### 1.6 Όραμα και ευθυγράμμιση με την περιφερειακή τουριστική στρατηγική

Το όραμα και οι στόχοι για την τουριστική προβολή και ανάπτυξη της περιφέρειας ΑΜΘ, συνάδει με το νέο όραμα του Ελληνικού τουρισμού του ΕΟΤ για τα επόμενα έτη (ανθρωποκεντρικός – παραδοσιακός – αυθεντικός για όλες τις εποχές του χρόνου) και το ζητούμενο είναι να δοθεί έμφαση στη δόμηση ισχυρής στρατηγικής επικοινωνίας, ικανής να προβάλλει αποτελεσματικά το πολυδιάστατο ποιοτικό τουριστικό προϊόν, να ανταποκριθεί στη ρευστότητα της τουριστικής ζήτησης, της υφιστάμενης κατάστασης της τουριστικής προσφοράς και του εντεινόμενου ανταγωνισμού και να προσελκύσει τους καταναλωτές τουρίστες / έμπειρους ταξιδιώτες, οι οποίοι πλέον είναι πολύ ευαίσθητοι στην ποιότητα, στην βιωματική εμπειρία και ιδιαίτερος απαιτητικοί. Τα βασικά συστατικά της στρατηγικής για την ανάπτυξη του ενιαίου τουριστικού προϊόντος είναι:

- ο η έμφαση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού με ειδικές θεματικές
- ο η συνέργεια δράσεων τουρισμού με τον πολιτισμό και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και πολιτισμικής ταυτότητας
- ο η διασύνδεση με τους παραγωγικούς τομείς, προωθώντας την τοπική γαστρονομία (συμπεριλαμβανομένων του οίνου) αλλά και άλλα τοπικά προϊόντα
- ο η προσέλκυση των επενδύσεων με τη συμβολή του ιδιωτικού τομέα στην παραθαλάσσια και στην ορεινή ζώνη της περιφέρειας
- ο η εξασφάλιση υποδομών και σχέσεων προσβασιμότητας
- ο η στόχευση και διείδυση σε συγκεκριμένες αγορές – στόχους
- ο η καθιέρωση ειδικών πρωτοβουλιών προσέλκυσης επισκεπτών
- ο η κινητοποίηση και ανάπτυξη συνεργασιών όλων των τοπικών φορέων

Σημειώνεται ότι στρατηγικοί θεματικοί τουριστικοί άξονες, όπως καθορίστηκαν από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης για το τουριστικό προϊόν της, παραμένουν οι εξής:

- i. **Nature** - Φυσιολατρικός τουρισμός
- ii. **Seaside** - Παραθαλάσσιος τουρισμός
- iii. **Culture** - Πολιτιστικός τουρισμός
- iv. **Religious** - Θρησκευτικός τουρισμός
- v. **Gastronomy / Wine** - Γαστρονομικός – Οινικός
- vi. **City break** - Τουρισμός Πόλεων

## ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ 2019

Το πρόγραμμα των δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης για το έτος 2019, διαμορφώνεται ως εξής:

### 2.1 Επαγγελματική φωτογράφιση

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 22.320**

Το υπάρχον τουριστικό φωτογραφικό υλικό, αν και περιέχει αρκετές ποιοτικές απεικονίσεις τουριστικών σημείων και δραστηριοτήτων, παρουσιάζει σημεία κόπωσης καθώς δεν έχει ανανεωθεί για χρόνια. Κρίνεται συνεπώς απαραίτητη μία σύγχρονη φωτογραφική ματιά που θα καλύψει τις υπάρχουσες θεματικές, αναδεικνύοντας παράλληλα νέες. Το φωτογραφικό υλικό θα παραχθεί από επαγγελματία, γνώστη τόσο της περιοχής όσο και του αντικειμένου της τουριστικής φωτογράφισης, θα καλύπτει και τις 4 εποχές του χρόνου και θα στοχεύει στην συνολική αναβάθμιση του προϊόντος μας.

## 2.2 Παραγωγή τουριστικών video & spots

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 112.840**

Στόχος της συγκεκριμένης δράσης είναι η προβολή του ιδιαίτερου χαρακτήρα της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, καθώς και του έντονου τουριστικού ενδιαφέροντος που παρουσιάζει. Σημειώνεται ότι τα βίντεο και τα σποτ δεν έχουν σκοπό να παρουσιάσουν το σύνολο των αξιοθέατων κάθε περιφερειακής ενότητας, αλλά να κινήσουν το ενδιαφέρον του επαγγελματία του κλάδου του τουρισμού ή του μεμονωμένου τουρίστα συνολικά για την περιοχή, αναδεικνύοντας μέσω εμπειριών και ιστοριών, κάθε φορά, τα μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της ΑΜΘ.

## 2.3 Δώρα προώθησης

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 91.160**

Στο πλαίσιο των γενικότερων δημοσίων σχέσεων που απαιτούνται για την προώθηση της ΑΜΘ ως τουριστικού προορισμού, θεωρείται επιβεβλημένη η προσφορά σε ειδικές ομάδες επισκεπτών, ειδικών αναμνηστικών τουριστικών δώρων. Τα δώρα θα παραπέμπουν στην κουλτούρα ή/και παράδοση της περιοχής της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, θα είναι καλαίσθητα και το μέγεθός τους θα επιτρέπει στους παραλήπτες να τα μεταφέρουν εύκολα στον τόπο διαμονής τους. Τυπικοί αποδέκτες θα είναι επαγγελματίες του χώρου του τουρισμού (πχ tour operators), δημοσιογράφοι, διαμορφωτές γνώμης, τιμώμενα πρόσωπα κλπ.

## 2.4 Ενέργειες προβολής σε πύλες εισόδου

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 47.680**

Η διαφημιστική προβολή ενός τουριστικού προορισμού σε σημεία με έντονη διέλευση κόσμου φαίνεται να ενισχύει θεαματικά την αποτελεσματικότητα της προβολής. Για τον λόγο αυτό, προβλέπεται η τοποθέτηση θεματικών διαφημιστικών panels της περιοχής της Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης σε αεροδρόμια – πύλες εισόδου της χώρας και της Περιφέρειας.

## 2.5 Έντυπο υλικό

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 123.782**

### 2.5.1. Δημιουργία/εκτύπωση νέου έντυπου προωθητικού υλικού

Πρόκειται για την δημιουργία νέων τουριστικών εντύπων (ενδεικτικά: θεματικός χάρτης, τουριστικά φυλλάδια, τουριστικοί οδηγοί, αφίσες, λευκώματα κλπ). Στην δράση συμπεριλαμβάνεται τόσο το κόστος του δημιουργικού όσο και των εκτυπώσεων.

### 2.5.2 Επανεκτύπωση/επικαιροποίηση υπαρχόντων προωθητικών εντύπων

Για το έτος αναφοράς και μέχρι τον σχεδιασμό και την τελική υλοποίηση των δράσεων που αφορούν τα νέα έντυπα της Περιφέρειας ΑΜΘ, θα επανεκτυπωθούν επιλεγμένα γενικά και ειδικά έντυπα τουρισμού των παρελθόντων ετών, ώστε να συνεχισθούν απρόσκοπτα οι διάφορες προωθητικές δράσεις της Περιφέρειας.

### 2.5.3 Παραγωγή/επικαιροποίηση πρωτογενούς προωθητικού υλικού

Η δράση περιλαμβάνει την παραγωγή ή και επικαιροποίηση στοχευμένων προωθητικών κειμένων διαφόρων μεγεθών και ύφους γραφής με στόχο την δυνατότητα αποτελεσματικής και ενιαίας προβολής σε πλήθος διαφορετικών μέσων (έντυπα, ΜΜΕ, ηλεκτρονικά μέσα κ.α.). Επιπλέον περιλαμβάνει την δημιουργία επαγγελματικών παρουσιάσεων της περιοχής σε μορφή powerpoint, δίνοντας τη δυνατότητα ποιοτικής προβολής σε περιπτώσεις διεξαγωγής ημερίδων, Β2Β συναντήσεων κλπ.

## 2.6 Διαφήμιση σε ΜΜΕ

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 130.000**

Πρόκειται για δαπάνες διαφημιστικής καμπάνιας σε τύπο, τηλεόραση, ραδιόφωνο αλλά και σε ειδικές ή γενικές εκδόσεις (πχ τουριστικά περιοδικά). Θα βασιστεί στους ακόλουθους κύριους άξονες:

1. **Καμπάνια εξωτερικού** όπου θα αναδειχθούν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της περιοχής μας και θα προσκληθούν δυνητικοί επισκέπτες από τις χώρες στόχους όπως αυτές αναφέρονται στο Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού Περιφέρειας ΑΜΘ
2. **Καμπάνια εσωτερικού** η οποία θα επικεντρωθεί στην προσέλκυση επισκεπτών από την Ελλάδα, δεδομένου ότι τόσο οι υπάρχουσες οικονομικές συνθήκες της χώρας μας, όσο και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής μας, όπως αυτά αναπτύχθηκαν στην Ενότητα 1, καθιστούν την συγκεκριμένη κατηγορία επισκεπτών ως σημαντική ευκαιρία
3. **Καμπάνια εντός Περιφέρειας ΑΜΘ** η οποία απευθύνεται στους συμπολίτες μας εντός Περιφέρειας και θα αποσκοπεί στην συνεργασία τους όσον αφορά την τουριστική αναβάθμιση της περιοχής μας

Βασικές ενέργειες που θα λάβουν χώρα είναι οι εξής:

- Κατάρτιση ολοκληρωμένου πλάνου διαφήμισης (media plan) με βάση τους αποδέκτες αλλά και την εκάστοτε χώρα – στόχο
- Καταχωρήσεις σε περιοδικά αεροπορικών εταιρειών
- Καταχωρήσεις σε εξειδικευμένα τουριστικά περιοδικά
- Καταχωρήσεις σε καταλόγους και φυλλάδια tour operators
- Καταχωρήσεις σε γενικά έντυπα αναγνωρισμένου κύρους και υψηλής κυκλοφορίας
- Λοιπές διαφημιστικές δαπάνες που θα προκύψουν ανάλογα με τις υπηρεσιακές ανάγκες

Επισημαίνεται ότι το σύνολο των δράσεων θα υλοποιηθεί τηρώντας την κείμενη περί διαφημιστικών δαπανών νομοθεσία και ιδιαιτέρως τις ελάχιστες ποσοστώσεις που προβλέπονται από το Π.Δ. 261/1997 (βλέπε και ανάλυση ακόλουθου πίνακα)

**Πίνακας: Ανάλυση Προϋπολογιζόμενης Διαφημιστικής Δαπάνης στα ΜΜΕ**

	Διαφημιστική Δαπάνη ανά κατηγορία ΜΜΕ	% επί του συνόλου των ΜΜΕ	Δαπάνη σε Περιφερειακά ΜΜΕ	% επί της κατηγορίας ΜΜΕ
<b>Έντυπα:</b>	78.000 €	60%	24.500 €	31,41%
<b>Τηλεοπτικοί Σταθμοί:</b>	26.000 €	20%	9.500 €	36,54%
<b>Ραδιοφωνικοί Σταθμοί:</b>	26.000 €	20%	9.500 €	36,54%
<b>Σύνολα:</b>	<b>130.000 €</b>	<b>100%</b>	<b>43.500 €</b>	<b>33,46%</b>

## 2.7 B2B Workshops

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 48.080**

Οι επαγγελματικές συναντήσεις (B2B workshops) αποτελούν εξαιρετικό εργαλείο τουριστικής προώθησης καθώς δίνουν την δυνατότητα στους επαγγελματίες του τουρισμού να έρθουν σε άμεση επαφή μεταξύ τους με στόχο την ενίσχυση των τουριστικών τους προϊόντων. Τελικός στόχος είναι η ενδυνάμωση του brand της περιφέρειας και η αύξηση της αναγνωρισιμότητας της ως τουριστικού προορισμού.

Το συγκεκριμένο έργο αφορά προκαθορισμένες προσωπικές συναντήσεις με εκπροσώπους τουριστικών γραφείων ή tour operators και παρουσιάσεις της ΠΑΜΘ ως τουριστικού προορισμού σε εξειδικευμένο κοινό επαγγελματιών. Η τελική επιλογή των workshops θα εξαρτηθεί από παράγοντες

παράγοντες όπως το ενδιαφέρον των επαγγελματιών, οι υφιστάμενοι οικονομικοί πόροι, αποτελέσματα τυχόν διαβουλεύσεων με επαγγελματίες, οι τρέχουσες εξελίξεις στην τουριστική αγορά κλπ. Ενδεικτικές χώρες συμμετοχής είναι οι Ιταλία, Βέλγιο, Ολλανδία, Αγγλία και Βουλγαρία.

## 2.8 Ταξίδια εξοικείωσης

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 62.480**

Αντικείμενο της δράσης αποτελεί η προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης σε διαμορφωτές κοινής γνώμης οι οποίοι θα φιλοξενηθούν στην περιοχή ειδικά για τον σκοπό αυτό. Ως διαμορφωτές κοινής γνώμης, νοούνται πρόσωπα κύρους, με σημαντική αναγνωρισιμότητα στην χώρα τους ή και διεθνώς, τα οποία διαθέτουν την ικανότητα να πολλαπλασιάσουν τα οφέλη μιας τουριστικής καμπάνιας χάρη στην επαγγελματική τους ιδιότητα, στις προσωπικές τους δεξιότητες και στις κοινωνικές τους διασυνδέσεις. Το έργο περιλαμβάνει τις ακόλουθες επιμέρους ενέργειες:

- Περιηγήσεις και ξεναγήσεις σε σημαντικά αξιοθέατα της περιφέρειας ΑΜΘ
- Εκπόνηση δραστηριοτήτων σχετικών με το τουριστικό προϊόν της περιοχής (πχ rafting, σκι, παρακολούθηση πουλιών, σεμινάρια οινογευσίας, λουτρά, συμμετοχή σε λαϊκά δρώμενα, θαλάσσια σπορ, δοκιμή τοπικής κουζίνας, αγροτουριστικές εργασίες κλπ)
- Διαλέξεις από ειδικά καταρτισμένους ομιλητές για θέματα που αφορούν την περιοχή και παρουσιάζουν ιστορικό, πολιτιστικό, τουριστικό, επιχειρηματικό ή άλλο ενδιαφέρον για τους φιλοξενούμενους
- Συναντήσεις B2B

Θεματικά ταξίδια εξοικείωσης θα λάβουν επίσης χώρα ανάλογα με τις επιθυμητές κατά περίπτωση ομάδες στόχους (π.χ. ταξίδια εξοικείωσης σχολικού τουρισμού, θρησκευτικού τουρισμού, εναλλακτικού τουρισμού κ.ο.κ.)

## 2.9 Προωθητικές δράσεις διαδικτύου

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 134.420**

Περιλαμβάνονται δράσεις που θα εξασφαλίσουν την εκτενή και διαρκή παρουσία της Περιφέρειας ΑΜΘ στο διαδίκτυο. Στην εν λόγω κατηγορία συγκαταλέγονται μεταξύ άλλων τα παρακάτω:

- Ενέργειες διαχείρισης ιστολογίου τουριστικών θεμάτων (blog)
- Ενέργειες ηλεκτρονικής διασύνδεσης τουριστικών blogs που αναφέρονται στην περιοχή
- Υπηρεσίες σχεδιασμού, ανάπτυξης και διαχείρισης λογαριασμών σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Προώθηση μέσω τουριστικών portals, μηχανών αναζήτησης, εξειδικευμένων τουριστικών διαδικτυακών τόπων και social media

## 2.10 Ειδικές δράσεις προβολής

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 45.179**

Η συγκεκριμένη κατηγορία δράσεων αναφέρεται σε ειδικές ενέργειες τουριστικής προβολής σε χώρες στοχευμένων τουριστικών αγορών. Στόχος είναι η δημιουργία καταλλήλων συνθηκών που θα επιτρέψουν την ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων και το κλείσιμο επαγγελματικών συμφωνιών με τις χώρες στόχους. Για το έτος αναφοράς, ενδεικτικές χώρες στόχοι είναι η Ρωσία, η Σερβία, η Τουρκία, η Κύπρος, η Μολδαβία, Ρουμανία, Βουλγαρία κ.α.

## 2.11 Ψηφιακές εφαρμογές

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 375.000**

Σκοπός της συγκεκριμένης δράσης είναι η χρήση των πλέον σύγχρονων εργαλείων για την τουριστική προώθηση της περιοχής καθώς και για την ενίσχυση της εμπειρίας των επισκεπτών. Κύριες δράσεις θα είναι οι παρακάτω:

- **EMT Intelligence Tourism Suite:** Πρόκειται για πλατφόρμα διαδικτυακών εφαρμογών η οποία θα απευθύνεται στους επαγγελματίες του κλάδου του τουρισμού που

δραστηριοποιούνται στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης. Συνοπτικά θα περιλαμβάνει εργαλεία όπως benchmarking tools, βάσεις δεδομένων, data analysis platforms, κ.α. με σκοπό αφενός την ακριβέστερη και πληρέστερη απεικόνιση της τουριστικής δραστηριότητας στην περιοχή και αφετέρου την βοήθεια στην χάραξη στρατηγικής για επόμενες περιόδους διαχείρισης.

- **Εγκατάσταση τουριστικών Beacons:** Η ενέργεια αφορά την βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας σε επιλεγμένα σημεία ενδιαφέροντος μέσω εγκατάστασης ενός δικτύου από 100 beacons. Τα beacons θα επικοινωνούν με αντίστοιχη mobile εφαρμογή και θα δίνουν συγκεκριμένες πληροφορίες θέσης ακόμα και στο εσωτερικό χώρων (πχ μουσεία, κλειστοί αρχαιολογικοί χώροι κλπ) όπου δεν η ακρίβεια αλλά και η ένταση του σήματος GPS υπολείπεται.
- **Εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας (Augmented Reality):** Στόχος είναι η δημιουργία εφαρμογής με σκοπό τη δημιουργία βιωματικών τουριστικών και πολιτιστικών εμπειριών σε τουλάχιστον 2 επιλεγμένα σημεία της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης (ενδεικτικά αναφέρονται το αρχαίο θέατρο των Φιλίππων και το ιερό των μεγάλων θεών της Σαμοθράκης)
- **Τουριστική εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα:** Η εν λόγω ενέργεια αφορά την δημιουργία σύγχρονης hybrid mobile εφαρμογής σε Ελληνικά και Αγγλικά υπό την μορφή έξυπνου travel guide η οποία θα στοχεύει στην ανάδειξη τουριστικών σημείων ενδιαφέροντος, διαδρομών, δραστηριοτήτων, εκδηλώσεων κλπ.
- **Αναβάθμιση emtgreece.com και ηλεκτρονικού τουριστικού αποθετηρίου:** Η συγκεκριμένη δράση αφορά την αναβάθμιση της διαδικτυακής πύλης προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης η οποία επί του παρόντος είναι ανηρητημένη στην ηλεκτρονική διεύθυνση [www.emtgreece.com](http://www.emtgreece.com). Η πύλη στην νέα, αναβαθμισμένη της μορφή θα συμβαδίζει με τα τελευταία πρότυπα σχεδίασης ώστε να προκαλεί το ενδιαφέρον του σύγχρονου επισκέπτη, ενώ ταυτόχρονα θα έχει βελτιώσεις σε ταχύτητα, πληρότητα και ευκολία διαχείρισης. Ανάλογες αναβαθμίσεις θα γίνουν και στο τουριστικό αποθετήριο της ΠΑΜΘ το οποίο έχει αρχίσει να δείχνει την ηλικία του και χρειάζεται να εναρμονιστεί ξανά με τα σύγχρονα πρότυπα χειρισμού και διαμοιρασμού πληροφορίας.
- **Card Board Mobile App:** Περιλαμβάνει την δημιουργία mobile εφαρμογής εικονικής περιήγησης με κύριο στόχο την χρήση σε εκθέσεις τουρισμού, μέσω της οποίας οι χρήστες θα μπορούν να περιηγηθούν σε ένα εικονικό περιβάλλον προβολής φωτογραφιών 360 μοιρών από επιλεγμένες τοποθεσίες της Περιφέρειας.

## 2.12 Συμμετοχή σε εκθέσεις

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 373.950**

Οι εκθέσεις αποτελούν βασικό μέσο για την ενίσχυση της εξωστρέφειας και κατ' επέκταση της μακροπρόθεσμης τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Με την συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων ενδιαφερόμενων φορέων θα επιδιωχθεί η προβολή μιας συγκροτημένης παρουσίας της ΠΑΜΘ στο εξωτερικό, πάντα συνοδευόμενη από B2B επιχειρηματικές συναντήσεις, διεξαγωγή παράλληλων events, Workshops, παρουσιάσεις σεμιναρίων γευσιγνωσίας κ.α. Η επιλογή των εκθέσεων (είτε με αυτόνομη συμμετοχή είτε ως συνεκθέτες του ΕΟΤ) συνάδει με τη στρατηγική προβολής της ΠΑΜΘ για τα επόμενα έτη και εξυπηρετεί στο σχεδιασμό διατήρησης και ανάπτυξης νέων αγορών. Συγκροτήθηκε με βάση την υφιστάμενη επισκεψιμότητα, τα δεδομένα αφίξεων σε Ελλάδα και ΠΑΜΘ και την προώθηση εκφρασμένων πιθανών συνεργασιών αλλά και τη δυνατότητα επέκτασης σε νέες αγορές και παρουσίαση τουριστικών πόρων. Σημειώνεται ότι η τελική επιλογή των εκθέσεων θα εξαρτηθεί και από άλλους παράγοντες όπως το ενδιαφέρον των επαγγελματιών, οι υφιστάμενοι οικονομικοί πόροι, αποτελέσματα τυχόν διαβουλεύσεων με επαγγελματίες, οι τρέχουσες εξελίξεις στην τουριστική αγορά κλπ.

Παρακάτω αναφέρονται ενδεικτικά οι εκθέσεις στις οποίες προγραμματίζεται να συμμετέχει η ΠΑΜΘ:

### 2.12.1 Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις

Έκθεση	Τόπος	Μήνας Διεξαγωγής
Ferienmesse Wien	Βιέννη	Ιανουάριος
Salon des Vacances	Βρυξέλες	Φεβρουάριος
Holiday Spa	Σόφια	Φεβρουάριος
IFT	Βελιγράδι	Φεβρουάριος
Romanian Tourism Fair	Βουκουρέστι	Φεβρουάριος
ITB	Βερολίνο	Μάρτιος
MITT	Μόσχα	Μάρτιος
Ταξίδι	Λευκωσία	Απρίλιος
IFTM TOP RESA	Παρίσι	Σεπτέμβριος
TTG Incontri	Ρίμινι	Οκτώβριος
International Travel Show	Βαρσοβία	Νοέμβριος
WTM	Λονδίνο	Νοέμβριος
Philoxenia	Θεσσαλονίκη	Νοέμβριος

### 2.12.2 Συμμετοχή σε θεματικές εκθέσεις

Έκθεση	Τόπος	Μήνας Διεξαγωγής
BOOT	Ντίσελντορφ	Ιανουάριος

### 2.12.3 Προώθηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος της ΠΑΜΘ σε γενικές εκθέσεις και σε εκθέσεις προβολής προϊόντων

Έκθεση	Τόπος	Μήνας Διεξαγωγής
Fruit Logistica	Βερολίνο	Φεβρουάριος
Prowein	Ντίσελντορφ	Μάρτιος
Detrop	Θεσσαλονίκη	Μάρτιος
Food Expo	Αθήνα	Μάρτιος
Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης	Θεσσαλονίκη	Σεπτέμβριος
Anuga	Κολωνία	Οκτώβριος
Market Expo	Αθήνα	Οκτώβριος
Food Panorama	Κύπρος	Δεκέμβριος

### 2.12.4 Προώθηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος της ΠΑΜΘ σε ενδοπεριφερειακές εκθέσεις

Έκθεση	Τόπος	Μήνας Διεξαγωγής
Πανελλήνια Γενική Έκθεση Ξάνθης	Ξάνθη	Μάρτιος
Πανελλήνια Εμπορική Έκθεση ΑΜΘ	Κομοτηνή	Μάιος
Alexpo	Αλεξανδρούπολη	Ιούνιος
Πανέβρια Αγροτική Έκθεση Φερών	Φέρες	Σεπτέμβριος
Kavala Expo	Καβάλα	Οκτώβριος

#### Σημειώσεις:

1. Οι ανωτέρω ημερομηνίες εκθέσεων, παρατίθενται, έτσι όπως έχουν ανακοινωθεί την παρούσα στιγμή, ενώ η πρόθεση συμμετοχής, εφόσον υπάρχουν οι διαθέσιμοι οικονομικοί

πόροι, δεν αλλάζει, έστω και αν μια έκθεση πραγματοποιηθεί σε άλλες ημερομηνίες απ' ότι είχε ανακοινωθεί αρχικά.

2. Είναι δυνατή η προσθαφαίρεση εκθέσεων σε σχέση με τις αναφερόμενες ως άνω ανάλογα με επικαιροποιημένα στοιχεία ή άλλες παραμέτρους.
3. Οι παραπάνω εκθέσεις θα υλοποιηθούν κατά περίπτωση και κατά αρμοδιότητα από τις Διευθύνσεις Ανάπτυξης των Περιφερειακών Ενοτήτων της ΠΑΜΘ, την Διεύθυνση Δια Βίου Μάθησης και Απασχόλησης της ΠΑΜΘ και τις Διευθύνσεις Αγροτικής Οικονομίας & Κτηνιατρικής της ΠΑΜΘ, σε συνεργασία με τις Διευθύνσεις Διοικητικού-Οικονομικού των Περιφερειακών Ενοτήτων της ΠΑΜΘ και την Διεύθυνση Οικονομικού ΠΑΜΘ
4. Το κόστος συμμετοχής για κάθε έκθεση είναι συνάρτηση του κόστους ενοικίου για το περίπτερο (διαφορετικό σε κάθε χώρα), των τετραγωνικών μέτρων του περιπτέρου που θα νοικιαστεί, της συμμετοχής μαζί με τον Ε.Ο.Τ. ή σε αυτόνομη παρουσία, των εξόδων των ατόμων αποστολής, της διοργάνωσης παράλληλων εκδηλώσεων κλπ.
5. Όσον αφορά την παρουσία σε συγκεκριμένες χώρες στόχους, εκτός από την συμμετοχή στην αντίστοιχη έκθεση, μπορεί να περιλαμβάνεται και η διοργάνωση παράλληλης εκδήλωσης για την προώθηση της Περιφέρειάς μας ως τουριστικό προορισμό σε τουριστικούς πράκτορες και δημοσιογράφους, καθώς και προωθητικές ενέργειες του τουριστικού προορισμού μας. Το κόστος για τις εκδηλώσεις αυτές θα υπολογιστεί ύστερα από τον καθορισμό των λεπτομερειών (χώρος, catering, άτομα, μεταφραστές, υποστήριξη κλπ) της κάθε εκδήλωσης.

### 2.13 Φεστιβάλ & εκδηλώσεις

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 230.000**

Τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις αποτελούν δράσεις, οι οποίες όταν καθιερωθούν αποτελούν το σήμα κατατεθέν μίας περιοχής, την κάνουν γνωστή και προσελκύουν μεγάλους αριθμούς επαναλαμβανομένων τουριστικών επισκέψεων.

#### 2.13.1 Φεστιβάλ Via Egnatia

Η αρχαία Εγνατία οδός, διατρέχει την περιφέρεια μας και αποτελεί δρόμο πολιτισμού αλλά και πανευρωπαϊκά γνωστό μνημειακό πόρο. Το φεστιβάλ Via Egnatia θα στοχεύσει στην περεταίρω ενίσχυση του εν λόγω τουριστικού προϊόντος. Δίπλα στην αρχαία Εγνατία, θα διοργανωθούν εκδηλώσεις αρχαιολογικής-ιστορικής αναδρομής, προβολής παραδοσιακών στοιχείων, τοπικής γαστρονομίας, πολιτιστικών εκδηλώσεων και μουσικών.

#### 2.13.2 Φεστιβάλ Θρακικού Πελάγους

Επιδίωξη της Περιφέρειας ΑΜΘ είναι η ανάδειξη του παραλιακού τόξου της περιοχής μας μέσω καλοκαιρινών εκδηλώσεων οι οποίες θα αποσκοπούν στην ενδυνάμωση της επαφής των επισκεπτών με τον υδάτινο όγκο του ιστορικού Θρακικού Πελάγους. Έμφαση θα δοθεί σε εκδηλώσεις που θα αναδεικνύουν πρωτίστως αρχαιολογικούς και πολιτιστικούς χώρους, με την συνδρομή όμως στοιχείων ικανών να προσελκύσουν κοινό όλων των ηλικιών. Η τελική σύνθεση των προωθητικών ενεργειών θα καθοριστεί μετά από διαβούλευση με τους αρμόδιους φορείς της Περιφέρειας.

#### 2.13.3 Εκδηλώσεις Φαλακρού

Πρόκειται για στοχευμένη δράση προώθησης που θα τοποθετήσει το Φαλακρό Όρος στο τουριστικό και αθλητικό γίνεσθαι, προωθώντας παράλληλα την περιβαλλοντική συνείδηση. Στα πλαίσια της εκδήλωσης επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν δωρεάν σε αθλητικές δραστηριότητες, όπως (ενδεικτικά) πεζοπορία, ορειβασία, αναρρίχηση, ορειβατικό σκι, σκι, τοξοβολία, τρέξιμο βουνού, ορεινό ποδήλατο, αλεξίπτωτο πλαγιάς, snowgoga, flyingfox κ.ά. Επιπλέον, γνωστοί αθλητές, προπονητές και ειδικοί θα παρουσιάσουν τα αθλήματα τους μέσα από εισηγήσεις, βίντεο, παρουσιάσεις και επιδείξεις. Παράλληλες ενέργειες θα λάβουν επίσης χώρα όπως (ενδεικτικά) συναυλίες, έκθεση φωτογραφίας κ.α.

#### 2.13.4 Θρακο-Μακεδονική Synergia

Η εκδήλωση έχει ως στόχο, τη σύζευξη προϊόντων της Ανατολικής Μακεδονίας και της Θράκης με τον ευρύτερο τουριστικό χώρο, τους ξενοδόχους, τους χώρους εστίασης και τους χώρους αναψυχής και ειδικότερα τη συνέργεια των παραγωγών του διατροφικού τομέα, των μεταποιημένων

προϊόντων, με τον τομέα των υπηρεσιών (ξενοδοχεία, εστίαση, αναψυχή), ώστε να αναδειχθούν τα τοπικά προϊόντα, οι ιδιαίτερες γεύσεις και να εμφανίζονται διακριτά στην επαγγελματική κουζίνα της περιοχής, κατά την τουριστική περίοδο. Επιδίωξη επίσης είναι να γνωριστούν μεταξύ τους οι παραγωγικοί τομείς, τα παραγόμενα τοπικά προϊόντα και οι υπηρεσίες, να κερδίσουν αθροιστικά, να συνδιαμορφώσουν, αλλά και να γίνουν πρεσβευτές της Θρακο-Μακεδονικής κουζίνας με Πολίτικα στοιχεία, μέσω των φιλοξενούμενων επισκεπτών. Επιπρόσθετος στόχος είναι η πραγματική στήριξη των τοπικών επιχειρήσεων, των εξαιρετων τοπικών προϊόντων, των αγροτικών, κτηνοτροφικών και μεταποιημένων (τροφίμων και ποτών κυρίως), για την ανάπτυξη της περιφερειακής οικονομίας και η εισροή πόρων. Κατά τη διάρκεια των εκδηλώσεων θα υπάρχει η δυνατότητα για Business-to-Business (B2B) συναντήσεις των παραγωγών με τους υπεύθυνους αγορών των ξενοδοχείων, τους υπεύθυνους μεγάλων μονάδων εστίασης, και των δικτύων διανομής των supermarkets.

### 2.13.5 Ειδικές ενέργειες, επαφές και εκδηλώσεις προώθησης

Στα πλαίσια της εν λόγω δράσης και σε συνεργασία με Δήμους, φορείς και συλλόγους, θα λάβουν χώρα ειδικές ενέργειες, επαφές αλλά και ημερίδες/εκδηλώσεις με στόχο τη δημιουργία και εγκαθίδρυση των βάσεων για την ανάπτυξη συγκεκριμένων προϊόντων ειδικών μορφών τουρισμού. Ενδεικτικοί άξονες ανάδειξης θα είναι οι παρακάτω:

- **Γαστρονομικός τουρισμός:** Ενδεικτικές δράσεις: Φεστιβάλ γευσιγνωσίας, φεστιβάλ οινογνωσίας (π.χ. φεστιβάλ «Δραμιογνωσία»), παρουσίαση τοπικών προϊόντων κ.α.
- **Θρησκευτικός τουρισμός:** Ενδεικτικές δράσεις: Διοργάνωση θρησκευτικών εκδηλώσεων, προωθητικές ημερίδες κ.α.
- **Εναλλακτικός τουρισμός:** Ενδεικτικές δράσεις: Διοργάνωση αθλητικών προωθητικών δρώμενων, ποδηλατικά ή πεζοπορικά events που αφορούν διάσχιση περιοχών φυσικού κάλους ή πολιτιστικού/αρχαιολογικού ενδιαφέροντος κ.α.
- **Σχολικός τουρισμός:** Επαφές και ενέργειες προώθησης δράσεων καταλλήλων για νέους
- **Διατοπικές συνεργασίες:** Ενδεικτικές δράσεις: Φεστιβάλ τέχνης που απευθύνεται στις γειτονικές χώρες των Βαλκανίων, διαγωνισμοί μουσικής ή κινηματογράφου, σεμινάρια τέχνης κ.α. πάντα με τελικό στόχο την προώθηση του τουριστικού μας προϊόντος και την αύξηση της επισκεψιμότητας στην περιοχή
- **Τουρισμός για Άτομα με Ειδικές Ανάγκες:** Επαφές με εκπροσώπους συλλόγων και προωθητικά/ενημερωτικά events ειδικά για ΑΜΕΑ

### 2.13.5 Στήριξη εμβληματικών εκδηλώσεων εντός Περιφέρειας

Παράλληλα με τα προαναφερθέντα, η ΠΑΜΘ, θα φροντίσει για την υποστήριξη, αιγίδα και προβολή συγκεκριμένων εμβληματικών εκδηλώσεων ανά Περιφερειακή Ενότητα. Μέσα στην πληθώρα πολιτιστικών, αθλητικών, γαστρονομικών και άλλων παρόμοιου χαρακτήρα εκδηλώσεων, ξεχωρίζουν ανά ΠΕ συγκεκριμένες οι οποίες έχουν την υποδομή και το θεματικό υπόβαθρο να αποτελέσουν εμβληματικές δράσεις αποδίδοντας προστιθέμενα οφέλη στην τουριστική ανάδειξη. Η επιλογή των εκδηλώσεων αυτών θα πραγματοποιηθεί κατά περίπτωση ανά Περιφερειακή Ενότητα σε συνεργασία με τους χωρικούς Αντιπεριφερειάρχες. Η δε χρηματοδότηση θα βασιστεί στους αντίστοιχους κωδικούς πολιτιστικών εκδηλώσεων.

### 2.14 Έρευνες αξιολόγησης

**προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 49.600**

Σκοπός της δράσης είναι η ανάδειξη τόσο των τουριστικών πλεονεκτημάτων ΠΑΜΘ όσο και θεμάτων τα οποία χρίζουν βελτίωσης, με στόχο πάντα την παροχή της καλύτερης δυνατής εμπειρίας στον επισκέπτη. Στο πλαίσιο αυτό θα χρησιμοποιηθούν εργαλεία όπως τα παρακάτω:

- Έρευνα ικανοποίησης αλλοδαπών εισερχομένων τουριστών
- Πανελλαδική έρευνα γνώμης για την ΑΜΘ ως τουριστικό προορισμό
- Έρευνα σε φορείς του τουρισμού της Περιφέρειας

Οι μέθοδοι θα ποικίλουν ανάλογα με τον εκάστοτε στόχο (πχ ερωτηματολόγια, τηλεφωνικές συνεντεύξεις, έρευνα πεδίου κλπ) και θα δοθεί έμφαση στην διεξαγωγή χρήσιμων και σταθμισμένων κάθε φορά συμπερασμάτων.



**ΣΥΝΟΨΗ**

Με βάση τα προαναφερθέντα, προκύπτει ο ακόλουθος συγκεντρωτικός πίνακας δράσεων και προτεινόμενων δαπανών:

	<b>Δράση</b>	<b>Προτ. Δαπάνη σε €</b>
1	Επαγγελματική φωτογράφιση	22.320
2	Παραγωγή τουριστικών video & spots	112.840
3	Δώρα προώθησης	91.160
4	Ενέργειες προβολής σε πύλες εισόδου	47.680
5	Έντυπο υλικό	123.782
6	Διαφήμιση σε ΜΜΕ	130.000
7	B2B Workshops	48.080
8	Ταξίδια εξοικείωσης	62.480
9	Πρωθητικές δράσεις διαδικτύου	134.420
10	Ειδικές δράσεις προβολής	45.179
11	Ψηφιακές εφαρμογές	375.000
12	Συμμετοχή σε εκθέσεις	373.950
13	Φεστιβάλ & εκδηλώσεις	230.000
14	Έρευνες αξιολόγησης	49.600

**Σύνολο: 1.846.491**

Όλες οι αναφερόμενες δαπάνες προτείνονται σύμφωνα με τις εκτιμώμενες ανάγκες προβολής και υπόκεινται σε αυξομειώσεις ανάλογα με την οικονομική δυνατότητα της Περιφέρειας και την τελική απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου. Τα τελικά ποσά καθώς και οι τρόποι χρηματοδότησης, θα προσδιοριστούν επακριβώς με βάση τις απαιτήσεις του Τεχνικού Προγράμματος ΠΑΜΘ καθώς και τις οδηγίες των λοιπών χρηματοδοτικών εργαλείων που έχει στη διάθεσή της η Περιφέρεια ΑΜΘ (ΕΣΠΑ, Ευρωπαϊκά Προγράμματα κλπ). Υπόκεινται δε, στην σύμφωνη γνώμη και σχετική απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου ΑΜΘ.

Μετά τα ανωτέρω παρακαλώ για την έγκριση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας ΑΜΘ για το έτος 2019.

Το Περιφερειακό Συμβούλιο Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης μετά από διαλογική συζήτηση και έχοντας υπόψη τις διατάξεις του άρθρου 163 του Ν. 3852/2010.

**ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ΚΑΤΑ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ  
ΜΕ ΨΗΦΟΥΣ 22 ΥΠΕΡ 2 ΚΑΤΑ 10 ΛΕΥΚΑ**

Εγκρίνει το Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης για το έτος 2019, σύμφωνα με την ανωτέρω εισήγηση της υπηρεσίας.

Κατά της ανωτέρω απόφασης ψήφισαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ 1)Τρέλλης Χρήστος γιατί αμφιβάλει για την συμβολή του προγράμματος στην βελτίωση ποιότητας ζωής των εργαζομένων και 2)Τραιφόρος Βασίλειος διότι θεωρεί ότι προϋπολογισμός στο Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής είναι μεγάλος.

Λευκό δήλωσαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ. 1)Γρανάς Αρχέλαος, 2)Δαμιανίδης Παύλος 3)Τσαλδαρίδης Αναστάσιος, 4)Ζιμπίδης Γεώργιος, 5)Μεχμέτ Ούστα Χουσεΐν, 6)Κοτζά Μουμίν Ριτβάν, 7)Χατζηθεοδωρίδης Ηρακλής, διότι διαφωνούν με τη στόχευση της πρότασης, 8)Χατζηγκενέ Ιρφάν επειδή οι συνταξιούχοι στις ορεινές περιοχές δεν παρέλαβαν ακόμη τα ξύλα, 9)Τουρτούρης Σπυρίδων και 10)Μαλτέζος Μενέλαος επειδή απουσιάζει ο δημοκρατικός σχεδιασμός και η αξιολόγηση προηγούμενης χρήσης.

Η παρούσα απόφαση έλαβε α/α 180/2018.

**Η ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ  
ΑΝ.ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ**

**Δημούδη- Τζατζαΐρη Ελένη**

**Ο ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΤΟΥ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ  
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ**

**Μεχμέτ Ουστα Χουσεΐν**