

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ

Του Πρακτικού 1/2020 τακτικής συνεδρίασης του Περιφερειακού Συμβουλίου
Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

Αριθ. Απόφασης 3/2020

ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Έγκριση του Προγράμματος Τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης για το έτος 2020.

Στην Κομοτηνή σήμερα **28 Ιανουαρίου 2020** ημέρα **Τρίτη** και ώρα **18.00**, στην αίθουσα συνεδριάσεων «**ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΥΛΙΔΗΣ**» της Περιφερειακής Ενότητας Ροδόπης, συνήλθε σε δημόσια τακτική συνεδρίαση το Περιφερειακό Συμβούλιο Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης μετά από την **Δ.Δ ΟΙΚ. 285/22-1-2020** έγγραφη πρόσκληση του Προέδρου του κ. Χρήστου Παπαθεοδώρου, η οποία επιδόθηκε στον Περιφερειάρχη κ. Χρήστο Μέτιο, και σε κάθε Περιφερειακό Σύμβουλο, σύμφωνα με το άρθρο 167 του Ν.3852/2010, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.

ΠΑΡΟΝΤΕΣ :

Ο Περιφερειάρχης Α.Μ.Θ κ. Μέτιος Χρήστος

Ο Πρόεδρος του Π.Σ. κ. Παπαθεοδώρου Χρήστος

Ο Αντιπρόεδρος του Π.Σ. κ. Ιωσηφίδης Αλέξανδρος,

Ο Γραμματέας του Π.Σ κ. Λυμπεράκης Δημήτριος

ΤΑ ΜΕΛΗ

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1. Πέτροβιτς Δημήτριος | 24. Πατακάκης Ανάργυρος |
| 2. Τσαλικίδης Νικόλαος | 25. Ιμάμογλου Τζιχάν |
| 3. Παπαδόπουλος Γεώργιος | 26. Καζάκου – Βρούζου Τριανταφυλλιά |
| 4. Ευφραιμίδης Νικόλαος | 27. Βουρβουκέλης Οδυσσέας |
| 5. Τσώνης Αθανάσιος | 28. Χατζηγκενέ Ιρφάν |
| 6. Παπαεμμανουήλ Γρηγόριος | 29. Κατσιμίγας Κωνσταντίνος |
| 7. Κουρτίδης Κωνσταντίνος | 30. Χατζηπέμου Χρήστος |
| 8. Μουλταζά Ταρκάν Μουλταζά | 31. Μαχμούτ Σερκάν |
| 9. Αντωνιάδης Κωνσταντίνος | 32. Κουράκ Ριτβάν |
| 10. Ιμπράμ Αχμέτ | 33. Αργυρίου Νικόλαος |
| 11. Βενετίδης Κωνσταντίνος | 34. Σιμισής Κωνσταντίνος |
| 12. Γαλανόπουλος Δημήτριος | 35. Γρανάς Αρχέλαος |
| 13. Δελησταμάτης Βασίλειος | 36. Ζιμπίδης Γεώργιος |
| 14. Πολίτης Αλέξιος | 37. Ζαμπουνίδης Ιωάννης |
| 15. Ναλμπάντης Κωνσταντίνος | 38. Δόντσος Δημήτριος |
| 16. Τοψίδης Χριστόδουλος | 39. Παπατολίδης Δημήτρης |
| 17. Μαρκόπουλος Θεόδωρος | 40. Στεφανίδης Ιωάννης |
| 18. Βαβίας Σταύρος | 41. Συμεωνίδης Θεόδωρος |
| 19. Αμοιρίδης Μιχαήλ | 42. Ναθαναηλίδης Αναστάσιος |
| 20. Βουλγαρίδης Νικόλαος | 43. Βέργας Γεώργιος |
| 21. Εξακουστός Κωνσταντίνος | 44. Περεντίδης Θεόδωρος |
| 22. Μωυσιάδης Αριστείδης | 45. Καραγιώργης Ανδρέας |
| 23. Ταπατζάς Εμμανουήλ | |

ΑΠΟΝΤΕΣ:**ΤΑ ΜΕΛΗ**

1. Γαλάνης Βασίλειος
2. Γάκης Χρήστος
3. Πολυμέρου Μαρία

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 Παρασκευή Διαμαντοπούλου.

Αφού διαπιστώθηκε απαρτία διότι σε σύνολο 51 μελών ήταν παρόντα 45 μέλη, άρχισε η συζήτηση των θεμάτων της ημερήσιας διάταξης.

Προσήλθαν στην συνεδρίαση οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ. Πολίτης Αλέξιος, Βαβίας Σταύρος και Βέργας Γεώργιος.

Αποχώρησε οριστικά από την συνεδρίαση του Περιφερειακού Συμβουλίου μετά την συζήτηση των ερωτημάτων ο Περιφερειακός Σύμβουλος κ. Στεφανίδης Ιωάννης.

Κατά την διάρκεια της συζήτησης του δεύτερου θέματος αποχώρησαν οριστικά από την συνεδρίαση οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ. Βαβίας Σταύρος, Μωυσιάδης Αριστείδης, Βέργας Γεώργιος.

Εισηγούμενος το δεύτερο θέμα της ημερήσιας διάταξης ο Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού Αθανάσιος Τσώνης, έθεσε υπόψη των μελών του Περιφερειακού Συμβουλίου Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης την αριθμ. 10/2019 απόφαση της Εκτελεστικής Επιτροπής με την οποία αποφασίστηκε η παραπομπή του θέματος στο Περιφερειακό Συμβούλιο το οποίο έχει ως εξής

«ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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, εκκλησίες, 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 αξιωμακρινόμενα 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 (αρχαιολογικός χώρος Φιλίππων Μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, αρχαία θέατρο Μαρώνειας και Αβδήρων, Ιερό Διονύσου 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, το άγαλμα του Μεχμέτ Αλί της Αιγύπτου και το σπίτι του στην Καβάλα), 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), το βαπτιστήριο της Λυδίας, της πρώτης Ευρωπαϊκής Χριστιανής, 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, κουραμπιέδες 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, κασικιάκι 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, Kavala Air Show, 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 μπλάβρα, σκι στο χιονοδρομικό Φαλακρού, καταδύσεις, δασικά χωριά (Ερυμάνθου και Ελατίας)
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

- ο Σημαντική χιλιομετρική απόσταση από το οικονομικό και πληθυσμιακό κέντρο της Ελλάδας, την Αθήνα
- ο Αύξηση του κόστους μετακίνησης στη χώρα που έχει επέλθει τα τελευταία έτη λόγω κρίσης
- ο Μικρό ξενοδοχειακό δυναμικό συγκριτικά με άλλες περιφέρειες της χώρας
- ο Χωρική συγκέντρωση των ξενοδοχειακών κλινών
- ο Έντονη εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης
- ο Ελλιπής κατάρτιση και επιμόρφωση του τοπικού δυναμικού σε υπηρεσίες και επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό
- ο Σημαντική εξάρτηση ορισμένων χωρικών ζωνών από το μαζικό τουρισμό

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

- ο Πρόσβαση μέσω απευθείας πτήσεων
- ο Δραστηριότητες όλο το χρόνο
- ο Άγνωστες φυσικές ομορφιές, άθικτο φυσικό περιβάλλον
- ο Εμπειρίες πέρα από τα καθιερωμένα
- ο Συναρπαστική πολυπολιτισμικότητα

1.4 Διείσδυση στην τουριστική αγορά

Από τις πιο πρόσφατες έρευνες για τον εισερχόμενο τουρισμό του τρέχοντος έτους 2019 καθώς και από σύγκριση με το έτος 2018 παρατηρούνται τα εξής:

- ο Γερμανοί και Άγγλοι παραμένουν στις πρώτες θέσεις όσον αφορά την επισκεψιμότητα της περιοχής μας μέσω αεροπλάνου κατά τους θερινούς μήνες
- ο Συνεχίζεται εντυπωσιακά αυξανόμενη η οδική διέλευση από/προς την Περιφέρεια ΑΜΘ κυρίως μέσω του συνοριακού σταθμού Νυμφαίας. Ειδικά για τους χειμερινούς μήνες καταγράφονται ποσοστά αύξησης από 50 έως και 80% κάτι που παρουσιάζει ευκαιρίες για αύξηση της εποχικότητας στην ευρύτερη περιοχή. Αύξουσα βαίνει και η είσοδος από πλευράς Τουρκίας, κυρίως μέσω του συνοριακού σταθμού Κήπων
- ο Σχετικά σταθερός αν και ελαφρώς μειούμενος είναι ο αριθμός αεροπορικών αφίξεων στο Αεροδρόμιο Καβάλας. Πρέπει να σημειωθεί ότι η σημαντική μείωση των πτήσεων που καταγράφεται για τους χειμερινούς μήνες του 2019 είναι πλασματική καθώς οφείλεται στην επαναλειτουργία του αεροδρομίου «Μακεδονία» (το οποίο κατά τους χειμερινούς μήνες του 2018 περνούσε διαδικασία συντήρησης «δίνοντας» έτσι επιπλέον κίνηση στο αεροδρόμιο Καβάλας για εκείνο το χρονικό διάστημα).
- ο Η επισκεψιμότητα από Βουλγαρία και Τουρκία βαίνει ελαφρώς αυξανόμενη, με σαφώς μεγαλύτερο εύρος όσον αφορά την εποχικότητα.

Πηγή: Μεθοριακοί σταθμοί – Επεξεργασία: INSETE

	Βουλγαρία			Τουρκία		
	2019	2018	Μεταβολή	2019	2018	Μεταβολή
Ιανουάριος	99.247	85.430	16,2%	43.795	54.046	-19,0%
Φεβρουάριος	101.246	78.621	28,8%	38.214	47.355	-19,3%
Μάρτιος	139.684	94.348	48,1%	61.257	56.268	8,9%
Απρίλιος	152.805	110.831	37,9%	73.899	71.903	2,8%
Μάιος	147.511	155.002	-4,8%	62.988	60.518	4,1%
Ιούνιος	280.346	284.791	-1,6%	96.570	83.266	16,0%
Ιούλιος	369.194	391.345	-5,7%	114.667	108.605	5,6%
Αύγουστος	389.883	456.203	-14,5%	272.655	246.356	10,7%
Σεπτέμβριος		296.353			107.915	
Οκτώβριος		133.456			62.985	
Νοέμβριος		107.253			48.410	
Δεκέμβριος		132.204			50.791	
Τρέχον έτος	1.679.916	1.656.571	1,4%	764.045	728.317	4,9%

Πίνακας 1: Οδικές αφίξεις στην Περιφέρεια ΑΜΘ από Βουλγαρία και Τουρκία

Πηγή: Μεθοριακοί σταθμοί – Επεξεργασία: INSETE

2019	Νυμφαία	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανιές	Κήποι	Εξοχή	Σύνολο
Ιανουάριος	70.562	14.374	4.574	10.346	33.449	9.737	143.042
Φεβρουάριος	71.819	14.036	4.433	10.720	27.494	10.958	139.460
Μάρτιος	100.489	19.274	6.644	15.927	45.330	13.277	200.941
Απρίλιος	111.269	18.574	7.634	16.522	57.377	15.328	226.704
Μάιος	104.695	20.023	7.889	15.149	47.839	14.904	210.499
Ιούνιος	215.209	30.958	10.110	19.116	77.454	24.069	376.916
Ιούλιος	284.090	44.808	9.026	23.597	91.070	31.270	483.861
Αύγουστος	321.813	31.488	8.270	65.926	206.729	28.312	662.538
Σεπτέμβριος							
Οκτώβριος							
Νοέμβριος							
Δεκέμβριος							
Σύνολο	1.279.946	193.535	58.580	177.303	586.742	147.855	2.443.961

2018	Νυμφαία	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανιές	Κήποι	Εξοχή	Σύνολο
Ιανουάριος	46.589	14.633	4.519	14.616	39.430	19.689	139.476
Φεβρουάριος	43.328	14.719	4.225	13.078	34.277	16.349	125.976
Μάρτιος	55.753	15.547	5.344	13.130	43.138	17.704	150.616
Απρίλιος	61.046	20.286	7.414	14.864	57.039	22.085	182.734
Μάιος	102.492	21.611	7.139	13.158	47.360	23.760	215.520
Ιούνιος	212.339	29.402	8.310	19.947	63.319	34.740	368.057
Ιούλιος	297.192	45.161	9.505	17.535	91.070	39.487	499.950
Αύγουστος	374.848	33.938	7.574	60.147	186.209	39.843	702.559
Σεπτέμβριος	227.937	25.751	8.877	23.974	83.941	33.788	404.268
Οκτώβριος	86.838	19.991	6.659	12.369	50.616	19.968	196.441
Νοέμβριος	70.832	17.091	5.424	11.187	37.223	13.906	155.663
Δεκέμβριος	93.525	16.518	5.716	12.927	37.864	16.445	182.995
Σύνολο	1.672.719	274.648	80.706	226.932	771.486	297.764	3.324.255

% Μεταβολές	Νυμφαία	Ορμένιο	Κυπρίνος	Καστανιές	Κήποι	Εξοχή	Σύνολο
Ιανουάριος	51,5%	-1,8%	1,2%	-29,2%	-15,2%	-50,5%	2,6%
Φεβρουάριος	65,8%	-4,6%	4,9%	-18,0%	-19,8%	-33,0%	10,7%
Μάρτιος	80,2%	24,0%	24,3%	21,3%	5,1%	-25,0%	33,4%
Απρίλιος	82,3%	-8,4%	3,0%	11,2%	0,6%	-30,6%	24,1%
Μάιος	2,1%	-7,3%	10,5%	15,1%	1,0%	-37,3%	-2,3%
Ιούνιος	1,4%	5,3%	21,7%	-4,2%	22,3%	-30,7%	2,4%
Ιούλιος	-4,4%	-0,8%	-5,0%	34,6%		-20,8%	-3,2%
Αύγουστος	-14,1%	-7,2%	9,2%	9,6%	11,0%	-28,9%	-5,7%
Σεπτέμβριος							
Οκτώβριος							
Νοέμβριος							
Δεκέμβριος							

Πίνακες 2,3,4: Οδικές αφίξεις στην ΠΑΜΘ και σχετικές μεταβολές

Πηγή: Fraport – Στατιστική υπηρεσία αεροδρομίου Καβάλας

Passengers	Domestic			International			Total		
	Month	2019	2018	%Δ	2019	2018	%Δ	2019	2018
JANUARY	5.988	6.537	-8,4%	1.683	25.891	-93,5%	7.671	32.428	-76,3%
FEBRUARY	4.651	5.446	-14,6%	0	20.945	-100,0%	4.651	26.391	-82,4%
MARCH	6.381	5.402	18,1%	0	16.703	-100,0%	6.381	22.105	-71,1%
APRIL	5.376	5.261	2,2%	1.650	4.649	-64,5%	7.026	9.910	-29,1%
MAY	5.853	5.626	4,0%	24.002	26.252	-8,6%	29.855	31.878	-6,3%
JUNE	5.265	5.924	-11,1%	48.781	49.004	-0,5%	54.046	54.928	-1,6%
JULY	6.247	7.323	-14,7%	53.910	59.627	-9,6%	60.157	66.950	-10,1%
AUGUST	5.834	7.014	-16,8%	62.123	60.371	2,9%	67.957	67.385	0,8%
TOTAL KVA	45.595	48.533	-6,1%	192.149	263.442	-27,1%	237.744	311.975	-23,8%

Flights	Domestic			International			Total		
	Month	2019	2018	%Δ	2019	2018	%Δ	2019	2018
JANUARY	109	113	-3,5%	25	269	-90,7%	134	382	-64,9%
FEBRUARY	92	90	2,2%	2	198	-99,0%	94	288	-67,4%
MARCH	126	100	26,0%	9	191	-95,3%	135	291	-53,6%
APRIL	130	102	27,5%	24	53	-54,7%	154	155	-0,6%
MAY	120	108	11,1%	215	222	-3,2%	335	330	1,5%
JUNE	115	147	-21,8%	379	389	-2,6%	494	536	-7,8%
JULY	138	145	-4,8%	417	448	-6,9%	555	593	-6,4%
AUGUST	131	129	1,6%	459	432	6,3%	590	561	5,2%
TOTAL KVA	961	934	2,9%	1.530	2.202	-30,5%	2.491	3.136	-20,6%

Πίνακες 5,6: Αριθμός και μεταβολή πτήσεων και επιβατών στο αεροδρόμιο Καβάλας

Πηγή: Fraport – Στατιστική υπηρεσία αεροδρομίου Καβάλας

Country	Aircraft	Passengers		
	Arr - Dep	Arriving	Departing	Transit
Germany	183	12.802	14.384	-
Great Britain	74	4.591	4.683	-
Poland	24	2.103	2.201	-
Czech Republic	27	1.859	1.902	622
Sweden	20	1.515	1.570	-
Austria	18	1.085	1.263	-
Slovakia	10	881	915	-
France	15	896	894	-
Finland	10	729	733	-
Norway	12	639	682	-
Denmark	10	492	500	-
Belarus	6	353	351	-
Netherlands	8	310	345	746
Cyprus	8	247	309	-
Belgium	10	163	185	1.012
Other Countries	24	80	80	1
Total	459	28.745	30.997	2.381

Πίνακας 7: Αφίξεις ανά εθνικότητα στο αεροδρόμιο Καβάλας (Αύγουστος 2019)

1.5 Απολογισμός Δράσεων έτους 2019

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

- ο Διαφήμιση σε γνωστά τουριστικά έντυπα του χώρου καθώς και σε ηλεκτρονικά μέσα
- ο Περεταίρω βελτίωση και ανάπτυξη των ψηφιακών εργαλείων τουριστικής προώθησης emtgreece και τουριστικού αποθετηρίου
- ο Προώθηση του τουριστικού προϊόντος σε γενικές εκθέσεις ή εκθέσεις προϊόντων
- ο Συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού
- ο Συνεργασία με άλλους φορείς της περιοχής στην έκδοση τουριστικών εντύπων παραχωρώντας ποιοτικά κείμενα και φωτογραφικό υλικό για τις ανάγκες τους
- ο Προώθηση υλικού προβολής σε συνεργασία με τα γραφεία του ΕΟΤ σε αγορές στόχους (ενδεικτικά: Βουλγαρία, Σερβία, Πολωνία, Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία κ.α.)
- ο Επιχορήγηση, στήριξη ή συνδιοργάνωση πλήθους εκδηλώσεων στην περιοχή μας, οι οποίες αποτελούν πόλο έλξης επισκεπτών από το εσωτερικό ή το εξωτερικό
- ο Παραγωγή διαφημιστικών και προωθητικών δώρων
- ο Επιτυχής διοργάνωση του φεστιβάλ Via Egnatia
- ο Στήριξη του σημαντικού για την Δράμα event «Δραμοινογνωσία»
- ο Επιτυχής υλοποίηση του Φεστιβάλ Θρακικού Πελάγους
- ο Επιτυχής ένταξη στο ΕΣΠΑ ολοκληρωμένου έργου Τουριστικής Προβολής με εκτεταμένες δράσεις προώθησης, συνολικού προϋπολογισμού 5.416.251,80 €

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 (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 ιδιαιτέρως 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 διεύθυνση 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 2020

Το πρόγραμμα των δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης για το έτος 2020, διαμορφώνεται ως εξής:

2.1 Επαγγελματική φωτογράφιση

προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 16.963,20

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: 24.924,00

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: 229.276,00

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. Σημειώνεται ότι η προμήθεια των δώρων προώθησης αφορά χρήση τους σε βάθος τριετίας.

2.4 Ενέργειες προβολής σε πύλες εισόδου

προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 48.112,00

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: 53.940,00

2.5.1. Δημιουργία/εκτύπωση νέου έντυπου προωθητικού υλικού

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

2.5.2 Επανεκτύπωση/επικαιροποίηση υπάρχόντων 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: 130.000,00

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 ποσοτώσεις 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
Έντυπα:	78.000 €	60%	24.500 €	31,41%
Τηλεοπτικοί Σταθμοί:	26.000 €	20%	9.500 €	36,54%
Ραδιοφωνικοί Σταθμοί:	26.000 €	20%	9.500 €	36,54%
Σύνολα:	130.000 €	100%	43.500 €	33,46%

2.7 B2B Workshops

προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 62.000,00

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 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: 74.400,00

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 Β2Β

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, ταξίδια εξοικείωσης με στόχευση διαμορφωτές συγκεκριμένης χώρας-στόχου κ.ο.κ.)

2.9 Προωθητικές δράσεις διαδικτύου

προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 93.248,00

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)
- Ηλεκτρονική διασύνδεση τουριστικών blogs που αναφέρονται στην περιοχή
- Υπηρεσίες 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: 99.200,00

Η συγκεκριμένη κατηγορία δράσεων αναφέρεται σε ειδικές ενέργειες τουριστικής προβολής τόσο σε χώρες στοχευμένων τουριστικών αγορών όσο και εντός Ελλάδος. Στόχος είναι η δημιουργία καταλλήλων συνθηκών που θα επιτρέψουν την ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων και το κλείσιμο επαγγελματικών συμφωνιών. Για το έτος αναφοράς, ενδεικτικές χώρες στόχοι είναι η Ρωσία, η Σερβία, η Τουρκία, η Κύπρος, η Μολδαβία, Ρουμανία, Βουλγαρία ενώ πόλεις – στόχοι εντός Ελλάδος είναι η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη. Ενδεικτικές δράσεις είναι η διοργάνωση προωθητικών events στα πλαίσια εκθέσεων τουρισμού, η ενοικίαση περιπτέρων σε ειδικές διοργανώσεις, ή φεστιβάλ, η συμμετοχή σε επαγγελματικά workshops, προωθητικές δράσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος, προωθητικές δράσεις στο Αθηναϊκό Metro και στην παραλία Θεσσαλονίκης κ.ο.κ.

2.11 Ψηφιακές εφαρμογές

προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 74.648,00

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.

- **Εικονική τουριστική περιήγηση:** Εικονικές περιηγήσεις (virtual tours) θα δημιουργηθούν για επιλεγμένα σημεία της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης και θα μεταφορτωθούν σε κατάλληλες ηλεκτρονικές πλατφόρμες (πχ Google Street View κ.ο.κ.)
- **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 ανηρημένη στην ηλεκτρονική διεύθυνση 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, ενώ θα ληφθεί ειδική μέριμνα για τον υποστηρικτικό μηχανισμό (backend) χειρισμού πληροφορίας και μεταφράσεων αυτής.
- **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: 680.000,00

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 Β2Β 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:

	Έκθεση	Τόπος	Μήνας Διεξαγωγής
1	Vakantie BEURS	Ουτρέχτη, Ολλανδία	Ιανουάριος
2	Holiday Spa	Σόφια, Βουλγαρία	Φεβρουάριος
3	IFT	Βελιγράδι, Σερβία	Φεβρουάριος
4	TTR	Βουκουρέστι, Ρουμανία	Φεβρουάριος
5	ITB	Βερολίνο, Γερμανία	Μάρτιος
6	MITT	Μόσχα, Ρωσία	Μάρτιος
7	Ταξίδι	Λευκωσία, Κύπρος	Απρίλιος
8	Greek Travel Show	Αθήνα	Μάιος
9	ITB China	Σαγκάη	Μάιος

10	IFTM TOP RESA	Παρίσι, Γαλλία	Σεπτέμβριος
11	ΔΕΘ	Θεσσαλονίκη	Σεπτέμβριος
12	Birdfair	Λέστερ, Αγγλία	Αύγουστος
13	Tour Natur	Ντίσελντορφ, Γερμανία	Αύγουστος
14	World Travel Show	Βαρσοβία, Πολωνία	Οκτώβριος
15	WTM	Λονδίνο, Αγγλία	Οκτώβριος
16	Philoxenia	Θεσσαλονίκη	Νοέμβριος
17	Prowein	Ντίσελντορφ, Γερμανία	Μάρτιος
18	Fruit Logistica	Βερολίνο, Γερμανία	Φεβρουάριος
19	Anuga	Κολωνία, Γερμανία	Οκτώβριος
20	Natural & Organic	Λονδίνο, Αγγλία	Απρίλιος
21	Alimentaria	Βαρκελώνη, Ισπανία	Απρίλιος
22	Food expo	Αθήνα	Μάρτιος
23	Detrop	Θεσσαλονίκη	Φεβρουάριος
24	Πανέβρια Αγροτική Έκθεση	Φέρρες	Σεπτέμβριος
25	Kavala Expo	Καβάλα	Οκτώβριος
26	Γενική Έκθεση Ξάνθης	Ξάνθη	Μάρτιος
27	Alexpo	Αλεξανδρούπολη	Ιούνιος
28	Εμπορική Έκθεση ΑΜΘ	Κομοτηνή	Μάιος

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, ειδικές δράσεις προβολής

προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ: 230.000,00

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 γίγνεσθαι, 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 αποτελεί 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 δράσεις προβολής εντός και εκτός Ελλάδας

Η συγκεκριμένη ενότητα περιλαμβάνει προωθητικές δράσεις εντός και εκτός Ελλάδας οι οποίες είτε θα έχουν αυτόνομο χαρακτήρα (πχ κατασκευή προωθητικού περιπτέρου αποκλειστικά από την ΠΑΜΘ), είτε θα εντάσσονται σε εκδηλώσεις και προωθητικές ενέργειες τρίτων. Στα πλαίσια της εν λόγω δράσης και σε συνεργασία με Δήμους, φορείς και συλλόγους, θα πραγματοποιηθούν επίσης επαφές, ημερίδες και 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 «Δραμοινογνωσία»), 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 (πχ Brevet Φιλίππων) 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

- ο **Τουρισμός για Άτομα με Ειδικές Ανάγκες:** Επαφές με εκπροσώπους συλλόγων και προωθητικά/ενημερωτικά events ειδικά για ΑΜΕΑ

2.13.6 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: 28.520,00

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:

- ο Έρευνα ικανοποίησης αλλοδαπών εισερχομένων τουριστών
- ο Πανελλαδική έρευνα γνώμης για την ΑΜΘ ως τουριστικό προορισμό
- ο 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:

	Δράση	Προτ. Δαπάνη σε €
1	Επαγγελματική φωτογράφιση	16.963,20
2	Παραγωγή τουριστικών video & spots	24.924,00
3	Δώρα προώθησης	229.276,00
4	Ενέργειες προβολής σε πύλες εισόδου	48.112,00
5	Έντυπο υλικό	53.940,00
6	Διαφήμιση σε ΜΜΕ	130.000,00
7	B2B Workshops	62.000,00
8	Ταξίδια εξοικείωσης	74.400,00
9	Πρωθητικές δράσεις διαδικτύου	93.248,00
10	Ειδικές δράσεις προβολής	99.200,00
11	Ψηφιακές εφαρμογές	74.648,00
12	Συμμετοχή σε εκθέσεις	680.000,00
13	Φεστιβάλ, εκδηλώσεις, ειδικές δράσεις προβολής	230.000,00
14	Έρευνες αξιολόγησης	28.520,00

Σύνολο:

1.845.231,20

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 2020.

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

**ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ΚΑΤΑ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ
ΜΕ ΨΗΦΟΥΣ 21 ΥΠΕΡ 15 ΚΑΤΑ**

Εγκρίνει το πρόγραμμα Τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης για το έτος 2020.

Κατά της ανωτέρω απόφασης ψήφισαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ 1) Τοψίδης Χριστόδουλος 2) Μαρκόπουλος Θεόδωρος, 3) Ιωσηφίδης Αλέξανδρος, 4) Αμοιρίδης Μιχαήλ, 5) Βουλγαρίδης, Νικόλαος, 6) Εξακουστός Κωνσταντίνος, 7) Ταπατζάς Εμμανουήλ, 8) Πατακάκης Ανάργυρος, 9) Ιμάμογλου Τζιχάν, 10) Καζάκου – Βρούζου Τριανταφυλλιά, 11) Βουρβουκέλης Οδυσσέας, 12) Χατζηγκενέ Ιρφάν, 13) Παπατολίδης Δημήτρης, 14) Συμεωνίδης Θεόδωρος, 15) Ναθαναηλίδης Αναστάσιος.

Παρών δήλωσαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ. 1) Κατσιμίγας Κωνσταντίνος, 2) Χατζηπέμου Χρήστος, 3) Μαχμούτ Σερκάν, 4) Κουράκ Ριτβάν, 5) Αργυρίου Νικόλαος, 6) Λυμπεράκης Δημήτριος, 7) Ζαμπουνίδης Ιωάννης.

Η παρούσα απόφαση έλαβε α/α 3/2020.

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

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

Παπαθεοδώρου Χρήστος

Λυμπεράκης Δημήτριος

ΤΑ ΜΕΛΗ

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Πέτροβιτς Δημήτριος 2. Τσαλικίδης Νικόλαος 3. Παπαδόπουλος Γεώργιος 4. Γαλάνης Βασίλειος (απών) 5. Ευφραιμίδης Νικόλαος 6. Τσώνης Αθανάσιος 7. Παπαεμμανουήλ Γρηγόριος 8. Κουρτίδης Κωνσταντίνος 9. Μουλταζά Ταρκάν Μουλταζά 10. Αντωνιάδης Κωνσταντίνος 11. Ιμπράμ Αχμέτ 12. Βενετίδης Κωνσταντίνος 13. Γαλανόπουλος Δημήτριος 14. Δελησταμάτης Βασίλειος 15. Πολίτης Αλέξιος 16. Ναλμπάντης Κωνσταντίνος 17. Τοψίδης Χριστόδουλος 18. Μαρκόπουλος Θεόδωρος | <ol style="list-style-type: none"> 25. Μωυσιάδης Αριστείδης 26. Ταπατζάς Εμμανουήλ 27. Πατακάκης Ανάργυρος 28. Ιμάμογλου Τζιχάν 29. Καζάκου – Βρούζου Τριανταφυλλιά 30. Βουρβουκέλης Οδυσσέας 31. Χατζηγκενέ Ιρφάν 32. Πολυμέρου Μαρία (απούσα) 33. Κατσιμίγας Κωνσταντίνος 34. Χατζηπέμου Χρήστος 35. Μαχμούτ Σερκάν 36. Κουράκ Ριτβάν 37. Αργυρίου Νικόλαος 38. Σιμιτσή Κωνσταντίνος 39. Γρανάς Αρχέλαος 40. Ζιμπίδης Γεώργιος 41. Ζαμπουνίδης Ιωάννης 42. Δόντσος Δημήτριος |
|--|--|

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 19. Γάκης Χρήστος (απών) | 43. Παπατολίδης Δημήτρης |
| 20. Ιωσηφίδης Αλέξανδρος | 44. Στεφανίδης Ιωάννης |
| 21. Βαβίας Σταύρος | 45. Συμεωνίδης Θεόδωρος |
| 22. Αμοιρίδης Μιχαήλ | 46. Ναθαναηλίδης Αναστάσιος |
| 23. Βουλγαρίδης Νικόλαος | 47. Βέργας Γεώργιος |
| 24. Εξακουστός Κωνσταντίνος | 48. Περεντίδης Θεόδωρος |
| | 49. Καραγιώργης Ανδρέας |