

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ

Του Πρακτικού 19 / 2016 συνεδρίασης του Περιφερειακού Συμβουλίου
Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

Αριθ. Απόφασης 230/ 2016

ΠΕΡΙΛΗΨΗ : Έγκριση ετήσιου Προγράμματος Τουριστικής προβολής Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης για το «2017 έτος Τουρισμού για την ΠΑΜΘ ».

Στην Κομοτηνή σήμερα **20 Δεκεμβρίου 2016** ημέρα **Τρίτη** και ώρα **18.30**, στην αίθουσα συνεδριάσεων «**ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΥΛΙΔΗΣ** » της Περιφερειακής Ενότητας Ροδόπης, παρουσία του Περιφερειάρχη Χρήστου Μέτιου, των Αντιπεριφερειάρχων : Πατακάκη Ανάργυρου Π.Ε. Δράμας, Πέτροβιτσο Δημητρίου Π.Ε. Έβρου, Μαρκόπουλου Θεόδωρου Π.Ε. Καβάλας, Ζαγναφέρη Κωνσταντίνου Π.Ε. Ξάνθης, 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. 6125 / 14-12-2016** έγγραφη πρόσκληση του Προέδρου του που επιδόθηκε σε κάθε Περιφερειακό Σύμβουλο, σύμφωνα με το άρθρο 167 παρ. 2 του Ν. 3852 /2010.

ΠΑΡΟΝΤΕΣ :

1. Αντωνιάδης Κωνσταντίνος, Πρόεδρος
2. Καβαρατζής Σταύρος, Αντιπρόεδρος του Π.Σ
3. Κοτζά Μουμίν Ριτβάν, Γραμματέας του Π.Σ

ΤΑ ΜΕΛΗ

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Εξακουστός Κωνσταντίνος | 23. Λιθηρόπουλος Χρήστος |
| 2. Μουμίν Οντέρ | 24. Παπαδόπουλος Σωτήριος |
| 3. Μποταΐτης Σωτήριος | 25. Τσολάκης Σταύρος |
| 4. Δημούδη- Τζατζαίρη Ελένη | 26. Αραμπατζής Αθανάσιος |
| 5. Ευφραιμίδης Νικόλαος | 27. Καραλίδης Φώτιος |
| 6. Βενετίδης Κωνσταντίνος | 28. Γρανάς Αρχέλαος |
| 7. Τερτσούδης Χρήστος | 29. Τσαλδαρίδης Αναστάσιος |
| 8. Ιμπράμ Αχμέτ | 30. Βλαχογιάννης Ανέστης |
| 9. Γάκης Χρήστος | 31. Μεχμέτ Ούστα Χουσεΐν |
| 10. Γεωργιτσόπουλος Χρήστος | 32. Γαλάνης Βασίλειος |
| 11. Αμοιρίδης Μιχαήλ | 33. Ζιμπίδης Γεώργιος |
| 12. Ιωσηφίδης Αλέξανδρος | 34. Δαμιανίδης Παύλος |
| 13. Μοσχοφίδου-Βλάχου Ελεονώρα | 35. Τουρτούρης Σπυρίδων |
| 14. Χουσέ Μουσταφά Ισμαήλ | 36. Λασκαρίδης Παντελής |
| 15. Βουδούρης Ευάγγελος | 37. Μαλτέζος Μενέλαος |
| 16. Μπούτος Ιωάννης | 38. Χατζηθεοδωρίδης Ηρακλής |
| 17. Κινατζίδης Κωνσταντίνος | 39. Γκανιάτσου- Ελευθεριάδου Στυλιανή |
| 18. Κατραντζή Μουσταφά | 40. Κιτσόπουλος Χρήστος |
| 19. Μουσταφά Μετίν | 41. Ναθαναηλίδης Αναστάσιος |
| 20. Μουλταζά Ταρκάν Μουλταζά | 42. Τρέλλης Χρήστος |
| 21. Ιντζέ Μεμέτ Μπιρόλ | 43. Τραϊφόρος Βασίλειος |
| 22. Χειράκη Γεωργία | 44. Γεροστεργίου Αικατερίνη |

ΑΠΟΝΤΕΣ:**ΤΑ ΜΕΛΗ**

- | | |
|-------------------------|-----------------------------------|
| 1. Τσιλιγγίρης Σπυρίδων | 3. Χατζηγκενέ Ιρφάν |
| 2. Ζάχαρη Ζηνοβία | 4. Αλατζά-Παπαδοπούλου Κυριακούλα |

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 47 μέλη, άρχισε η συζήτηση του θέματος της ημερήσιας διάταξης.

Στο σημείο αυτό δήλωσαν στο προεδρείο ότι αποχωρούν οριστικά από την συνεδρίαση οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ. Εξακουστός Κωνσταντίνος, Καβαρατζής Σταύρος.

Εισηγούμενος το θέμα της ημερήσιας διάταξης ο Περιφερειακός Σύμβουλος αρμόδιος για θέματα Τουριστικής Ανάπτυξης, Εκθέσεων, Υποστήριξης, Δημοσίων και Διεθνών Σχέσεων κ. Μιχαήλ Αμοιρίδης, έθεσε υπόψη των μελών του Περιφερειακού Συμβουλίου Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης το αριθμ. Πρωτ: 160725/3160/12-12-2016 έγγραφο της Εκτελεστικής Επιτροπής με το οποίο διαβιβάστηκε η εισήγηση του θέματος ,όπως αυτή εγκρίθηκε στην 14^η συνεδρίαση στις 12-12-2016 της Εκτελεστικής Επιτροπής και αναφέρει τα εξής:

Εισαγωγή

Αυτό που πραγματικά αξίζει να προσέξουμε είναι η αυθεντικότητα που έχουμε στην Ανατολική Μακεδονία και Θράκη - όποια έχουμε καταφέρει να διατηρήσουμε ως περιοχή - να προστατευτεί και να αποτελέσει τη βάση για ανάπτυξη με αρχές βιωσιμότητας και αειφορίας. Αυτό πιθανά να εννοούσε και ο συντοπίτης μας, γεννημένος στη Ξάνθη, Μάνος Χατζιδάκις: **"Ήταν ανάγκη να βρούμε το ταπεινό, το ασήμαντο, το σημερινό από το οποίο θα πιανόμασταν και θα συμφιλιωνόμασταν με τη μικρότητά μας. Πριν, όμως, αυτό γίνει ουσία πνευματική, ήρθε ο τουρισμός. Και άρχισε η βιομηχανοποίηση της γραφικότητας."**

Η πίστις για την μαζική επιτυχία, από διάφορα κέντρα κοινωνικά οικονομικά, η διάσταση της πολιτικής προβολής και η ανάγκη να είμαστε αρεστοί στο κυρίαρχο ρεύμα της εποχής με τα επιτυχή θετικά νούμερα και τις στατιστικές, φέρνει στο προσκήνιο τις σειρήνες που μας παρασέρνουν. Χρειάζεται όμως να επιστρατεύσουμε τις δυνάμεις μας προς τη διαφορετικότητα της μάζας, προς εκείνη την κατεύθυνση που θα διατηρήσει το αυθεντικό, θα επαναφέρει την αρμονία όπου έχει χαθεί και θα εμπνεύσει τους συμπολίτες μας να στραφούν επαγγελματικά, κοινωνικά αλλά και ως καταναλωτές προς την πραγματική, αυθεντική ανακάλυψη του μεγαλύτερου πλεονεκτήματος μας. Δεν ήμασταν και δεν είμαστε προορισμός μαζικού τουρισμού, διατηρήσαμε σε μεγαλύτερο βαθμό από άλλες περιοχές την αληθινή, παραδοσιακή, Θρακο - Μακεδονική, Πόντιο - Μικρασιατική, Ελληνική στο σύνολο μας παράδοση και φιλοξενία. Διατηρώντας παράλληλα και το Βαλκανικό κοσμοπολιτισμό, που αυτόν είχαμε και με αυτόν υπήρξαν μεγάλες στιγμές σε αυτήν εδώ την περιοχή και αυτός μας διαφοροποιεί από την άλλη Ευρώπη και για αυτόν διακρινόμαστε. Πρέπει να μην το χάσουμε, να μην το καταστρέψουμε, αλλά πατώντας σε αυτό να προχωρήσουμε με πραγματικές συνεργασίες, με κοινή προσπάθεια όλων, με ειλικρινείς σχέσεις ανταλλαγής ιδεών. Τότε μόνο θα γίνει εφικτή η καθολική κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών προς παροχή υπηρεσιών, ιδεών αλλά κυρίως ατμόσφαιρας που θα μας κάνει επιλέξιμους από **επισκέπτες-περιηγητές** από την υπόλοιπη Ελλάδα αλλά και από τις άλλες χώρες και **όχι απλά "τουρίστες"**. Τότε μόνο θα έχουμε την ποιοτική αναβάθμιση του προορισμού μας αλλά και την αύξηση του οφέλους σε όλη την πυραμίδα, φτάνοντας μέχρι τη βάση της που είναι ο πρωτογενής τομέας που στήριξε και στηρίζει τον τόπο μας, που είναι η τοπική λαϊκή χειροτεχνία, που είναι η παράδοση σύγχρονη αλλά και η αρχαιοελληνική που αιώνες τώρα, σε πείσμα πολλών δυσμενών παραγόντων είναι παρούσα φτάνοντας μέχρι τις ημέρες μας. Έχουμε πολλά για τα οποία είμαστε περήφανοι και αποκτήσαμε το 2016 ακόμη μία τεράστια αναγνώριση παγκόσμιου χαρακτήρα από την UNESCO για τους "Φιλίππους" μας, με κυρίαρχο άξονα την δράση του Απόστολου Παύλου και την ίδρυση της πρώτης στην Ευρώπη Χριστιανικής Εκκλησίας, τη βάφτιση τα πρώτης Χριστιανής της Λυδίας, με τα μνημεία και το φυσικό χώρο των γεγονότων να είναι επισκέψιμα. Με Μοναστήρια, τα αρχαιότερα στην Ευρώπη να είναι σε λειτουργία. Με την **αρχαία Εγνατία Οδό** να αποτελεί άξονα ενδοπεριφερειακής σύνδεσης και πολιτιστικών συνεργειών αλλά και δρόμο πάνω στον οποίο πάτησαν τα καραβάνια του δρόμου του Μεταξιού που ένωσαν Ευρώπη και Ασία πολύ πριν αναγκαστούν οι Ευρωπαίοι να ανακαλύψουν τις θαλάσσιες οδούς και αποτελεί σήμερα άξονα αναφοράς πολλών ταξιδιωτικών εμπειριών.

Η ιδέα Γιώργου Παυλίδη : **ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ – ΦΟΡΕΑΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ.** Αυτό ακριβώς σηματοδοτεί και είναι μεγάλη η ευθύνη να την καταλάβουμε και να την υλοποιήσουμε.

Γενική Πολιτική Στόχευση – Αναφορά Υφιστάμενης Κατάστασης

Ο αείμνηστος Περιφερειάρχης μας, ο Γιώργος Παυλίδης, τοποθέτησε τον τουρισμό στον πυρήνα των αναπτυξιακών προτεραιοτήτων της περιφέρειας και αυτή η πολιτική του ενέργεια αποτελεί σήμερα το πιο σημαντικό πλεονέκτημα στον τομέα αυτό. Εκπονήθηκε σε τρεις φάσεις το Στρατηγικό & Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Α.Μ.Θ. που αποτελεί πλέον τον οδηγό για τις περαιτέρω δράσεις μας στον τομέα αυτό. Επιγραμματικά: κυρίαρχος στόχος να γίνει η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη **τουριστικός προορισμός αριστείας** με άξονα τα τρία κυρίαρχα στοιχεία στα οποία έχουμε δυνατότητες και πρέπει να επενδύσουμε : **ΦΥΣΗ – ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ – ΤΟΠΟΣ**, υποστηρίζοντας φυσικά το κυρίαρχο στην Ελλάδα αλλά και στην ΑΜΘ που προσελκύει επισκέπτες παραθεριστικό παραλιακό δυναμικό. Σημαντικό εργαλείο η δημιουργία, ως εργαλείο συμβουλευτικό αλλά και ουσιαστικό ως προς το σχεδιασμό και την παρακολούθηση δράσεων και αποτελεσμάτων, με την εμπλοκή όλων των θεσμών (αυτοδιοίκησης και παραγωγικών), **η δημιουργία Φορέα Διαχείρισης Τουριστικού Προορισμού (DMO).**

Είναι ανάγκη αναπροσαρμογής του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης που έχει επικρατήσει, με στόχο την αναμόρφωση του προϊόντος και την κινητοποίηση, εξειδίκευση και απασχόληση της τοπικής κοινωνίας. Υπάρχουν τουριστικοί πόροι, είναι ζητούμενο να γίνουν και τουριστικό προϊόν αλλά σε αυτό πρέπει να ακολουθήσει οπωσδήποτε η τοπική κοινωνία, αλλιώς δεν θα υπάρξει ουσιαστικά προϊόν αλλά μόνο όμορφες φωτογραφικές αποτυπώσεις. **Αυτός είναι και ο κύριος σκοπός της ανακήρυξης του “2017: Έτος Τουρισμού για την ΠΑΜΘ” από το Περιφερειακό Συμβούλιο κατόπιν εισηγήσεως του αείμνηστου Γ. Παυλίδη.**

Η περιοχή της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης αφενός λόγω της μεγάλης ποικιλίας και πολυμορφίας των τουριστικών πόρων και αφετέρου, λόγω της χρόνιας τοποθέτησης της στο οικονομικό και γεωπολιτικό «περιθώριο» είχε ένα αργοπορημένο «ξεκίνημα» στον τομέα της τουριστικής ανάπτυξης η οποία μάλιστα στηρίχθηκε (σε μεγάλο βαθμό) στην αξιοποίηση των επενδυτικών κινήτρων του Αναπτυξιακού Νόμου και λανθασμένα απέκτησε τα χαρακτηριστικά του μαζικού – παραθεριστικού τουρισμού. Τις προηγούμενες δεκαετίες προγράμματα όπως το Leader δεν υλοποιήθηκαν με στόχευση πρακτική και με βάση ένα ουσιαστικό σχεδιασμό και αύξησαν τη δυσαρμονία αυτή. Συνεπώς οι χρηματοδοτήσεις ουσιαστικά αύξησαν την ανομοιομορφία και δεν λειτούργησαν προς την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού ή δεν ακολουθήθηκαν από πολιτικές εκπαίδευσης και κινητοποίησης των κοινωνιών. Συνεπώς καταλήξαμε να μιλάμε για τουρισμό παντού χωρίς όμως να υπάρχουν οι προϋποθέσεις για αυτό κυρίως όσον αφορά την υποστήριξη από το ανθρώπινο δυναμικό και τις τοπικές επιχειρήσεις.

...«η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας και της υποδοχής τουριστών επηρεάζει το σύνολο σχεδόν της περιφερειακής οικονομίας, στο βαθμό που αποτελεί ένα πολυσύνθετο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο»...

...«ο τουρισμός όπως και άλλες κοινωνικές ή οικονομικές δραστηριότητες δεν προκύπτουν τυχαία ή έστω ομοιόμορφα. Στην πράξη υπάρχουν περιοχές, τοποθεσίες που είναι περισσότερο κατάλληλες για τουριστική ανάπτυξη από άλλες»...

Το επίπεδο της **υφιστάμενης τουριστικής δραστηριότητας** στην Περιφέρεια δεν αντιστοιχεί - αναλογεί στους αξιόλογους φυσικούς και ανθρωπογενείς πόρους που συγκεντρώνει στα γεωγραφικά της όρια, αλλά ούτε και στα πλεονεκτήματα που διαθέτει ως τουριστικός προορισμός. Το πρότυπο του μαζικού, κυρίως θαλάσσιου τουρισμού, που κυριαρχεί στη χώρα και έχει εισχωρήσει στην Περιφέρεια ΑΜΘ έχει μεν επιφέρει την αναπτυξιακή εξάρτηση

ορισμένων χωρικών ζωνών από τον θερινό τουρισμό (παράλια Καβάλας, Θάσος, Αλεξανδρούπολη) με μεγάλη επιτυχία και οικονομικό υπόβαθρο, **δεν ανταποκρίνεται όμως στις ευρύτερες δυνατότητες της Περιφέρειας** για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, δεν αξιοποιεί θεματικές μορφές πανευρωπαϊκού ενδιαφέροντος, **δεν κινητοποίησε τις τοπικές κοινωνίες**. Οι μορφές αυτές που βασίζονται στην πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, το φυσικό περιβάλλον και τη γεωγραφική θέση της Περιφέρειας αποτελούν ταυτόχρονα το μέσο για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προσέλκυση ποιοτικού τουρισμού. Η τουριστική προσφορά της ΠΑΜΘ, διακρίνεται από χωρική / χρονική ανισοκατανομή : υψηλή ζήτηση στη Θάσο και την παραλιακή ζώνη Έβρου - Καβάλας και περιορισμένη στο εσωτερικό. Υψηλή ζήτηση κατά τους θερινούς μήνες, περιορισμένη το υπόλοιπο διάστημα.

Ο τουριστικός κλάδος στην Περιφέρεια ΑΜΘ έχει εν συντομία της εξής εικόνα :

Τα πλεονεκτήματα στον τουριστικό κλάδο αφορούν στο πλούσιο φυσικό περιβάλλον με την εναλλαγή τοπίων, τη μεγάλη ακτογραμμή και την εξαιρετική βιοποικιλότητα, καθώς και το πλήθος των προστατευόμενων περιοχών και περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Μάλιστα υπάρχει πλήθος περιοχών με περιθώρια ανάπτυξης ήπιων και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Ανατολική και Δυτική Ροδόπη, Παγγαίο, Φαλακρό, Παρανέστια περιοχή, Δέλτα Έβρου, Δαδιά, λίμνες Ροδόπης – Ξάνθης, Άρδας, Δάση Δράμας, νησιά Θάσος και Σαμοθράκη). Επίσης στην Περιφέρεια παρουσιάζεται μεγάλη αρχαιολογική κληρονομιά όλων των περιόδων, πλούσια πολιτιστική δραστηριότητα, πολιτισμικό κεφάλαιο, τοπική κουζίνα και διαπολιτισμικά χαρακτηριστικά, ενώ οι εθνικές υποδομές μεταφορών (οδικές, λιμενικές, αερολιμενικές) βρίσκονται σε πολύ υψηλό επίπεδο. Δίνεται έτσι η δυνατότητα πραγματοποίησης διακοπών όλες τις εποχές του χρόνου και εξυπηρέτησης που ευνοούν την ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας. Η Περιφέρεια ΑΜΘ είναι ένας ασφαλής τουριστικός προορισμός που εξυπηρετείται από τα αεροδρόμια και τα λιμάνια Καβάλας και Αλεξανδρούπολης και πλήθος χερσαίων συνοριακών πυλών, ενώ διαθέτει επαρκές δίκτυο μονάδων υγείας. Σημαντική η κομβική γεωπολιτική της θέση και η εγγύτητα στα Βαλκάνια και στην Παρευξείνια ζώνη που συνιστά ένα ακόμη συγκριτικό μας πλεονέκτημα.

Οι αδυναμίες στον τομέα του τουρισμού αφορούν στην μεγάλη απόσταση από το οικονομικό και πληθυσμιακό κέντρο της Ελλάδας την Αθήνα, την αύξηση του κόστους μετακίνησης στη χώρα, στην περιορισμένη ενασχόληση των πολιτών μας με τον τουρισμό, έλλειψη τουριστικών πρακτόρων στο ηπειρωτικό τμήμα που να ασχολούνται με τον εισερχόμενο τουρισμό, στο μικρό ξενοδοχειακό δυναμικό συγκριτικά με άλλες περιφέρειες της χώρας, τη χωρική συγκέντρωση των ξενοδοχειακών κλινών, την έντονη εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης και την εξάρτηση ορισμένων χωρικών ζωνών από το μαζικό τουρισμό. Για αυτό παρατηρείται το ηπειρωτικό τμήμα ανεπαρκής διείσδυση σε νέες αγορές και στην προώθηση ειδικών τουριστικών προϊόντων (οικοτουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός κ.ά.), ενώ περιοχές με εν δυνάμει τουριστικό ενδιαφέρον έχουν χαρακτηριστικά και κυρίαρχες χρήσεις άλλες από τον τουρισμό. Επιπλέον καταγράφεται ελλιπής κατάρτιση και επιμόρφωση του τοπικού δυναμικού σε υπηρεσίες και επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό και το πιο σημαντικό, είναι εμφανής η απουσία φορέα διαχείρισης του τουριστικού προορισμού ΠΑΜΘ.

Σε σχέση με τις Ευκαιρίες, υπογραμμίζονται η γεωγραφική θέση της Περιφέρειας όπου σε ακτίνα 400km κατοικούν 65 εκατομμύρια εν δυνάμει επισκέπτες, η προβολή της συνολικής ταυτότητας - φυσιογνωμία και φήμης της Περιφέρειας (περιβάλλον, τοπία, ιστορία, πολιτισμός, παραδόσεις, προϊόντα, γαστρονομία, δρώμενα, εκδηλώσεις), η εξασφάλιση της ποιότητας, της ποικιλίας και καινοτομίας των εμπειριών με έμφαση στην αυθεντικότητα, στην ιδιαίτερη τοπική ταυτότητα και κουλτούρα και σε όλα τα στοιχεία διαφοροποίησης (θέλγητρα διαφορετικότητας). Επίσης υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ενίσχυσης των δυνατοτήτων συνεργασίας με όμορες περιοχές, ενδυναμώνοντας συνολικά την τουριστική προσφορά και

παρέχοντας εμπλουτισμένο τουριστικό προϊόν με προώθηση Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας και ανάπτυξη δικτύου θεματικών διαδρομών, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ζήτηση που καταγράφεται για εναλλακτικές / θεματικές μορφές τουρισμού. Παράλληλα υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες με προσανατολισμό στην ενίσχυση της σύνδεσης του τουρισμού με την τοπική οικονομία και τον τοπικό πολιτισμό, καθώς και στην αειφόρο τουριστική ανάπτυξη των αναξιοποίητων τουριστικά ζωνών. Οι καλές σχέσεις με τις γείτονες Χώρες ευνοεί την ενίσχυση της Διαβαλκανικής συνεργασίας σε θέματα αειφόρου τουρισμού και το άνοιγμα νέων Συνοριακών Σταθμών, σε συνδυασμό με τις θετικές τάσεις ως προς την ανάπτυξη τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα και την περιοχή της ΑΜΘ.

Στις ευκαιρίες τέλος πρέπει να προσθέσουμε την απόφαση για μετεξέλιξη της ΠΑΜΘ σε τουριστικό προορισμό Αριστείας .

Σε ότι αφορά, το φάσμα των απειλών, αυτό περιλαμβάνει τις οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις και την οικονομική κρίση στην Ελλάδα και στις κυρίαρχες χώρες προέλευσης τουριστών με αντίκτυπο στη συχνότητα και τη διάρκεια των διακοπών, όπως επίσης την ευμετάβλητη τουριστική αγορά και τον έντονο διεθνή ανταγωνισμό και ειδικότερα τον ανταγωνισμό κυρίως από την εξάρτηση τιμολογιακής πολιτικής από τις περιοχές με μεγάλα αποθέματα διαθέσιμων κλινών που περιορίζουν την ανταγωνιστικότητα και δυνατότητα επέκτασης μας σε νέες αγορές. Ειδικότερα για το 2017 προβληματισμό μπορούν να προκαλέσουν : α) Η συνεχιζόμενη κρίση στην Μέση Ανατολή και γενικότερα στην Ανατολική Μεσόγειο, β) Η απόφαση της Μ. Βρετανίας για έξοδο από την ΕΕ με άμεσες επιπτώσεις πέραν των μεσομακροπρόθεσμων, γ) η πολιτική κατάσταση στην Τουρκία και δ) τυχόν αποκλίσεις από την εφαρμοζόμενη συμφωνία της Τουρκίας με την ΕΕ για την διαχείριση του προσφυγικού ζητήματος.

Παράλληλες πολιτικές στήριξης και πόροι που αναμένονται να αξιοποιηθούν το 2017:

“2017: Έτος Τουρισμού για την Περιφέρεια ΑΜΘ”

Μετά από εισήγηση του αείμνηστου Περιφερειάρχη ΑΜΘ κ. Γιώργου Παυλίδη, στην 6/2016 τακτική συνεδρίαση του Περιφερειακού Συμβουλίου, την Τετάρτη 11 Μαΐου 2016, ανακηρύχθηκε το 2017 σύμφωνα με την σχετική απόφαση του Περ. Συμβουλίου 80/2016, ως “2017: ΕΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΜΘ”. Στα πλαίσια των οδηγιών που δόθηκαν εν συνεχεία έγιναν συσκέψεις φορέων ανά ΠΕ με στόχο την διαβούλευση και σκοπό α) Να επιλέξει η κάθε Περιφερειακή Ενότητα την καλύτερη εμπειρία με την οποία θα φεύγει ο επισκέπτης, β) υποβολή προτάσεων δράσεων για ένταξη στο σχετικό προγραμματισμό.

Γενικές διαπιστώσεις που πρόεκυψαν:

- Απαιτείται η κατά το δυνατό συμπίεση όλων των φορέων ανά ΠΕ ώστε να μην υπάρχουν αλληλοκαλύψεις αλλά και σατάλη ανθρώπινου δυναμικού και πόρων.
- Υπάρχουν τουριστικοί πόροι αλλά δεν υπάρχει τουριστικό προϊόν σε τέτοια μορφή που να είναι ελκυστικό και σε ετοιμότητα να προσφερθεί.
- Το τοπικό ανθρώπινο δυναμικό δεν έχει κινητοποιηθεί προς την παροχή ποιοτικών και σύγχρονων υπηρεσιών.
- Έλλειψη υποδομών παροχής τουριστικών υπηρεσιών και δυνατότητα κάλυψης αυτών από τον ιδιωτικό τομέα.
- Γιορτές και εκδηλώσεις σημαντικού τουριστικού υπόβαθρου, δεν ολοκληρώνουν τον προγραμματισμό τους στον κατάλληλο χρόνο, παρά μόνο πολύ κοντά στην υλοποίηση τους, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να προβληθούν και να αποτελέσουν πόλο έλξης επισκεπτών.
- Δεν συμπορεύονται με το Στρατηγικό Σχεδιασμό της ΠΑΜΘ για τον τουρισμό.
- Δεν συμπορεύονται ακόμη και εντός ΠΕ και πολύ περισσότερο εντός της Περιφέρειας με αποτέλεσμα να υπάρχει διάσπαση και αποδυνάμωση των δράσεων.

Είναι κυρίαρχη η ανάγκη αναπροσαρμογής του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης που έχει επικρατήσει, με στόχο την αναμόρφωση του προϊόντος και την κινητοποίηση, εξειδίκευση και απασχόληση της τοπικής κοινωνίας. Υπάρχουν τουριστικοί πόροι, είναι ζητούμενο να γίνουν και τουριστικό προϊόν αλλά σε αυτό πρέπει να ακολουθήσει οπωσδήποτε η τοπική κοινωνία, αλλιώς δεν θα υπάρξει ουσιαστικά προϊόν αλλά μόνο όμορφες φωτογραφικές αποτυπώσεις.

Όπως τόνισε ο αείμνηστος Γιώργος Παυλίδης:

“ Όλο και περισσότεροι προορισμοί προσπαθούν να δημιουργήσουν ένα μοναδικό σύστημα εμπειριών. Να το κάνουμε και εμείς πράξη. Να επιλέξει η κάθε Περιφερειακή Ενότητα την καλύτερη εμπειρία με την οποία θα φεύγει ο επισκέπτης.

Επιβάλλεται να διορθώσουμε σταδιακά τον κύκλο εμμονής στη μάζα, στο χαμηλής κερδοφορίας μοντέλο “ήλιος και θάλασσα” και να αξιοποιήσουμε τις μεγάλες ευκαιρίες που έχουμε σε άλλα πεδία. Αυτό απαιτεί μια σαφή περιφερειακή πολιτική, μια βιομηχανία η οποία είναι πιο ανοιχτή στην καινοτομία και εντελώς διαφορετικό μάρκετινγκ.

Τα πέντε σημεία αναφοράς που συμβάλλουν περισσότερο στην επιτυχία ενός προορισμού είναι η ασφάλεια, η φιλοξενία και η αίσθηση του ευπρόσδεκτου, οι εμπειρίες και τα θετικά συναισθήματα, η ποιότητα των διαδικασιών παροχής υπηρεσιών και η ισχυρή ηγεσία και διαχείριση σε επίπεδο προορισμού. Πρέπει:

- Να διευρύνουμε, να ενεργοποιήσουμε και να μεγιστοποιήσουμε τον αριθμό των πολιτών και των φορέων που πιστεύουν στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.
- Να έλθουμε το ενδιαφέρον των κύριων αγορών στόχευσης στις γύρω Χώρες, με στοχευμένα Event.
- Να προσδιορίσουμε και να τραβήξουμε το ενδιαφέρον των ειδικών ομάδων στόχευσης, με επιλεγμένες ενέργειες.
- Να συγκροτήσουμε lobby και ισχυρές επαφές στους επαγγελματίες του Τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή και όχι μόνον.

Τα μέσα που θα επιλέξουμε είναι πολλά, κάθε φορά όμως το κάθε ευρώ που θα δαπανάται πρέπει να αποδίδει υπερπολλαπλάσια στην κοινωνία και οικονομία της Περιφέρειας.

Τέτοια εργαλεία ενδεικτικά είναι :

- Ημερήσιες Συναντήσεις εργασίας με τους εθνικές ενώσεις Τουρισμού των εγγύς ευρισκομένων Χωρών , με στόχο την ανάδειξη της περιοχής και του εξαιρετικού προϊόντος μας.
- Ημερήσιες συναντήσεις εργασίας με τους εθνικές μας ενώσεις επαγγελματιών Τουρισμού (τουριστικούς πράκτορες, ξενοδόχους, εκπροσώπους ξένων οργανισμών, αεροπορικών εταιριών κλπ.)
- Φιλοξενία και ξενάγηση στον Χώρο οργανωμένων ομάδων διαμορφωτών της κοινής γνώμης.
- Χρηματοδότηση και στόχευση στο ψηφιακό μάρκετινγκ, εκτεταμένη καμπάνια «Media Relations» , επιδίωξη σημαντικών συμφωνιών με τους καλύτερους διαμορφωτές τουριστικών πακέτων ειδικού ενδιαφέροντος.
- Προσδιορισμό και ανάδειξη των τοπικών μοναδικών «εμπειριών», που θα βρει σε ένα τόπο ο επισκέπτης και θα τις πάρει μαζί του ως εντυπωσιακό στοιχείο, που θα σημαδέψει την μνήμη του.
- Προώθηση της Δράσης Τουριστικός Προορισμός Αριστείας, με τη συγκρότηση Οργανισμού Τοπικού Προορισμού της ΑΜΘ και όσες ενέργειες απαιτούνται. ”

Έξυπνη εξειδίκευση RIS3

Στο πλαίσιο του νέου προγραμματικού σχεδιασμού και της έξυπνης εξειδίκευσης της Περιφέρειας RIS3 σημειώνεται ότι οι προτεραιότητες που συνδέονται με τον τουρισμό στον δεύτερο πυλώνα «μεγέθυνση και εμπέδωση των αναδυόμενων κλάδων της περιφερειακής οικονομίας» είναι οι ακόλουθες:

1) Διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος μέσω οργανωτικών και προωθητικών καινοτομιών όπως:

- i) η δημιουργία ενιαίου συστήματος οργάνωσης, λειτουργίας και διαχείρισης της ένταξης των προϊόντων του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, του αγροδιατροφικού και βιοτεχνικού τομέα στο δίκτυο τουρισμός/πολιτισμός της ΠΑΜ-Θ
- ii) η δικτύωση του τουριστικού κλάδου με κλάδους που επηρεάζουν άμεσα το τουριστικό προϊόν (εστίαση, μεταφορές, εμπόριο, μεταποίηση)
- iii) η ενίσχυση των τουριστικών δικτύων και των ολοκληρωμένων τουριστικών προγραμμάτων / προορισμών.

2) Προσέλκυση ή υποστήριξη επενδύσεων σε επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών που υπηρετούν εμπειρομένους ή αναδυόμενους κλάδους της περιφερειακής οικονομίας όπως : Ειδικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα, πολιτιστικός τουρισμός, οικοτουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, ιατρικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, χειμερινός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός κα.

ΟΧΕ Πολιτισμού - Τουρισμού VIA EGNATIA

Τουριστική Ανάπτυξη ως Στρατηγικός αναδυόμενος αναπτυξιακός τομέας, Πολιτισμός ως πόρος που θα προσδιορίσει την υψηλή ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος.

Πολιτισμός – Τουρισμός: Τομείς με έντονη χωρική διάσταση, ανάγκη δικτύωσης – χωρικής οργάνωσης.

Πολιτισμός – Τουρισμός: Η «σύνδεση» απαιτεί πολύπλευρη παρέμβαση (υποδομές, επιχειρηματικότητα, ανθρώπινους πόρους, ΤΠΕ) που προσδιορίζονται χωρικά.

Εδαφική Επένδυση: ένα νέο εργαλείο που μπορεί να δώσει προστιθέμενη αξία στον σχεδιασμό των παραπάνω.

Προτάσεις σε 4 χρηματοδοτούμενα από ευρωπαϊκούς πόρους προγράμματα για την υποστήριξη:

- Πολιτικών προώθησης και δημιουργίας σύγχρονου υλικού.
- Επιμόρφωσης εκπαίδευσης προσωπικού και ανέργων
- Ανάδειξης Εθνικών Πάρκων ως προς την τουριστική τους πλευρά
- Συνεργασία με Συνδέσμους και Ενώσεις Ξενοδόχων, ΣΕΤΕ, ACTA, CPMR, Φορείς διαχείρισης και με εκπροσώπους διαφόρων χωρών σε Ευρώπη, Μεσόγειο, Μαύρη Θάλασσα.

Πρακτική προσέγγιση

Κατά την ενημέρωση με την ανάληψη των καθηκόντων μου, μελέτησα υλικό και έρευνες που είχε στη διάθεση της η ΠΑΜΘ, διαπιστώνοντας με έκπληξη, ότι εργασίες που παραδόθηκαν το 2003, μπορούσαν άνετα με μικρές διορθώσεις να παρουσιαστούν ως επίκαιρες ακόμη και σήμερα! Πρακτικά η ΠΑΜΘ διαχρονικά ακολουθούσε ή έπρεπε να ακολουθεί τα παραπάνω αναφερόμενα, τα οποία είχαν επισημανθεί επανειλημμένα και πολλά χρόνια -δεκαετίες- πριν αλλά ποτέ ίσως δεν εφαρμόστηκαν στην πράξη. Αυτό συνέβαινε διότι κατά την δίκη άποψη επικρατούσε τελικά η πολιτική της ικανοποίησης τοπικών φορέων και συλλόγων και όχι η λογική της εφαρμογής του σχεδίου για αυτό και τα αποτελέσματα ήταν μηδαμινά. Επικρατούσαν λογικές επιστολών διαμαρτυρίας, διοργάνωσης γιορτών και πανηγυριών με μοναδικό γνώμονα την ικανοποίηση τοπικών αρχών και τις δημόσιες σχέσεις συλλόγων φορέων.

Την προηγούμενη δεκαετία η κατανομή της τουριστικής επισκεψιμότητας σε σχέση με σήμερα είχε δύο κυρίως διαφοροποιήσεις:

- Οι αφίξεις στα ξενοδοχεία, ημεδαπών κυμαινόταν στο 81-84% και οι διανυκτερεύσεις τους στο 66-69% και συνολικό αριθμό διανυκτερεύσεων περίπου 1.400.000.
- Οι αεροπορικές αφίξεις από βόρεια και δυτική Ευρώπη ήταν πάνω από 50% περισσότερες σε σχέση με σήμερα.

Σήμερα τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 55% και 41% αντίστοιχα και συνολικό αριθμό διανυκτερεύσεων 1.900.000. Αυτή η μετατόπιση ποσοστών θα μπορούσε να έχει μεγαλύτερο θετικό αντίκτυπο εάν είχε επιτευχθεί προσθετικά στην υφιστάμενη κατάσταση. Δυστυχώς όμως συνέβη λόγω της κρίσης που περιόρισε κατά πολύ τις μετακινήσεις των Ελλήνων. Είχαμε αύξηση στις επισκεψιμότητα αλλά αυτή ουσιαστικά η προσπάθεια όλων μας , συμπλήρωσε τα κενά που άφησαν οι απώλειες της Ελληνικής κρίσης και έτσι δεν είχαμε τα εκρηκτικά μεγέθη. Παράλληλα η προορισμοί μας στην ενδοχώρα που στηριζόντουσαν στους Έλληνες υπέστησαν τη μεγαλύτερη ζημία διότι οι αλλοδαποί που μας προτίμησαν αναζητούσαν κατά κύριο λόγο τη παραλιακή ζώνη μας.

Περιοχές που είχαν όφελος από τον εγχώριο τουρισμό κατέρρευσαν και η απογοήτευση οδήγησε σε σημαντική απώλεια επιχειρήσεων που ασχολούνταν με το αντικείμενο. Έτσι σήμερα ξαναπροσπαθώντας την επανεκκίνηση συναντούμε αυτό το μεγάλο πρόβλημα: Ύπαρξη σημαντικών τουριστικών πόρων αλλά έλλειψη πρακτικής προσφοράς τουριστικού προϊόντος. Αυτό λειτουργεί αρνητικά.

Το άνοιγμα των συνόρων, μας ωφέλησε αλλά όπως φαίνεται κυρίως τη παραλιακή ζώνη μας. Παράλληλα και παρά τα αντιθέτως φημολογούμενα, οι Βαλκάνιοι επισκέπτες μας κατά μέσο όρο πλήρωναν μεγαλύτερο τίμημα για τη διαμονή σε σχέση με τους δυτικοευρωπαίους που ερχόντουσαν αεροπορικά μέσω μεγάλων τουριστικών οργανισμών οι οποίοι επιτύγχαναν οργανωμένες συμφωνίες με τους εδώ ξενοδόχους. Συνεπώς οι τελευταίοι προτιμούσαν να μην πουλάνε στην "Ευρώπη" αλλά στα "Βαλκάνια". Έτσι και επειδή η συγκεκριμένη αγορά ήταν ήδη κορεσμένη, η αύξηση των οδικώς ερχόμενων Βαλκάνιων , περιόρισε το χώρο για τους υπόλοιπους με αποτέλεσμα η αεροπορικές αφίξεις να μειωθούν σημαντικά, χωρίς όμως αυτό να είναι αρνητικό για τις εισπράξεις των επιχειρηματιών. Υπάρχει ζήτηση για έλευση ευρωπαίων και όχι μόνο Θάσο αλλά δεν βρίσκεται χώρος και κοινός τόπος για επίτευξη οικονομικών συμφωνιών. Μπορούμε να το παρομοιάσουμε με ένα ποτήρι γεμάτο νερό που εάν συνεχίσουμε να προσπαθούμε να το γεμίσουμε, όσο βάζουμε τόσο θα χύνεται έξω. Συνεπώς όσον αφορά αυτό το σημείο πρέπει να βρούμε ένα τρόπο αυτό που χύνεται έξω να το μαζεύουμε σε ένα πιατάκι ώστε να μην είναι άσκοπες οι προσπάθειες.

Οι παράλληλες υποδομές φιλοξενίας είτε νόμιμα λειτουργούσες είτε άλλως, απορροφούν ένα μεγάλο μερίδιο, ενδεχόμενα ίσως και μεγαλύτερο των ξενοδοχειακών μας υποδομών. Αυτό επιτείνεται από την επαναλαμβανόμενη πρόσβαση και οικειότητα που αποκτούν με τον τόπο και τους ανθρώπους του οι οδικώς ερχόμενοι επισκέπτες μας αλλά και οι νέες πλατφόρμες διαδικτυακών κρατήσεων. Υπάρχει ζήτημα αθέμιτου ανταγωνισμού αλλά και εισπραξής φορολογικών εσόδων και ασφαλιστικών εισφορών.

Ο ανταγωνισμός για την έλευση επισκεπτών και τη διεύρυνση τους έχει να κάνει με τουριστικούς πράκτορες, τοπικές επιχειρήσεις και δευτερεύοντος με το κατάλυμα. Παράλληλα στο σύστημα απόδοσης ρευστότητας η διαμονή αποτελεί ένα μικρό ποσοστό 15% ενώ οι υπόλοιπες δομές διημέρευσης και αγορών, εμπορικά και τοπικά παραγόμενα προϊόντα, αποτελούν την αιχμή του δόρατος στην κατανάλωση του επισκέπτη.

Συνεπώς η πολιτική στόχευση δεν πρέπει είναι πλέον δομημένη σε μία πολιτική λαϊκισμού που μοιράζει χρήματα σε φορείς ή χαϊδεύει αυτιά για να είναι αρεστή. Θα αποφασίσουμε να κάνουμε αυτό που πρέπει ώστε να υπάρξει ανάταξη και ουσιαστική διαφοροποίηση; Επί σειρά ετών, δεν έγιναν αυτά και ακολουθήθηκαν πολιτικές εξευμενισμού με αποτέλεσμα μελέτες του

2003 να είναι επίκαιρες ακόμη και σήμερα 13 χρόνια μετά. Αυτό γιατί, δεν έγιναν αυτά που προτείνονταν στις μελέτες αλλά αυτά που ήθελαν κάποιιοι για να ψηφίζουν ή να λένε ωραία λόγια στα μέσα ενημέρωσης. Με τη σκέψη λοιπόν στον μικρομεσαίο επιχειρηματία και στη δημιουργία τουριστικού προϊόντος με οδηγό τον στρατηγικό σχεδιασμό θα πρέπει να προχωρήσουμε.

- Δημιουργία τοπικού τουριστικού προϊόντος και διασύνδεση μεταξύ τους
- Συνεννόηση με Δήμους για την έγκαιρη οργάνωση εμβληματικών ετήσιων εκδηλώσεων και δυνατότητα προβολής τους
- Δημιουργία τοπικής επιχειρηματικότητας –τουριστικοί πράκτορες
- Επαφή των άνω με τις αγορές και προώθηση του προϊόντος
- Μεγάλη τουριστικοί οργανισμοί εξωτερικού και συνδυασμός με αεροπορικές εταιρείες
- Νέες λεωφορειακές γραμμές με πόλεις των Βαλκανίων

Απολογισμός δράσεων 2016

Η Περιφέρεια ΑΜΘ την προηγούμενη περίοδο σε σχέση με την τουριστική προβολή και στα πλαίσια του προγράμματος που εγκρίθηκε από το περιφερειακό συμβούλιο και έλαβε τη σύμφωνη γνώμη του ΕΟΤ υλοποίησε:

- Πληροφορίες και ενημερωτικά “newsletter” σε τουριστικούς πράκτορες και διαμορφωτές γνώμης σε Γερμανία, Μεγάλη Βρετανία, Αυστρία, Ιταλία, Σερβία, Τουρκία, Βουλγαρία, Ρουμανία, Σκανδιναβικές χώρες, Ισραήλ, Ρωσία.
- Διαφημιστικές διαδικτυακές καμπάνιες στο εξωτερικό
- Διαφημιστική προώθηση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Δημιουργία και προώθηση υλικού στις εταιρείες που ασχολούνται με την κρουαζιέρα.
- Συναντήσεις με αλλοδαπούς τουρ. πράκτορες και εκπροσώπους τους με σκοπό την ενδυνάμωση υφιστάμενων και την προσέλκυση νέων στην ευρύτερη περιοχή μας.
- Παρουσιάσεις του προορισμού και ειδικών θεματικών ενοτήτων σε εκδηλώσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
- Συναντήσεις δικτύωσης με παράγοντες του διεθνούς τουριστικού τομέα.
- Φιλοξενίες εξοικείωσης και γνωριμίας με τον προορισμό ΑΜΘ τουριστικών πρακτόρων, Ρώσων, Ιταλών, Ουκρανών, Νορβηγών, Τούρκων και δημοσιογράφων από Ελλάδα και εξωτερικό.
- Προώθηση υλικού προβολής, δημοσιεύσεις και προωθητικές ενέργειες σε συνεργασία από τα γραφεία του ΕΟΤ σε Μεγάλη Βρετανία, Τουρκία, Βουλγαρία, Σερβία, Ρουμανία, Ιταλία, Ρωσία, Γερμανία.
- Χορηγήθηκε φωτογραφικό και πληροφοριακό υλικό σε εφημερίδες και περιοδικά της Ελλάδας και του εξωτερικού που πραγματοποίησαν ενημερωτικά τουριστικά αφιερώματα.

- Συνεργαστήκαμε με διαδικτυακά μέσα και πλατφόρμες κρατήσεων και ενημέρωσης τουριστικού περιεχομένου (πχ TRIVAGO) για την προώθηση άρθρων για την Περιφέρεια.
- Συνεργαστήκαμε με Υπ Τουρισμού, ΣΕΤΕ, Google για την ενημέρωση των ιδιωτών όλων των ειδικοτήτων για τις δυνατότητες προώθησης τους στο διαδίκτυο. Εκδηλώσεις σε όλες τις ΠΕ.
- Διανεμήθηκε πληροφοριακό υλικό σχετικό με τις σχολικές εκδρομές σε όλα τα σχολεία της ΠΑΜΘ αλλά και της Ηπειρωτικής Ελλάδας.
- Η Περιφέρεια συμμετείχε ως συνεκθέτης του ΕΟΤ στις τουριστικές εκθέσεις IFT Βελιγραδίου Σερβίας, ITB Βερολίνου Γερμανίας και WTM Λονδίνου Μεγάλης Βρετανίας, IFTM TOP RESA Παρίσι Γαλλίας.
- Η Περιφέρεια συμμετείχε με αυτόνομο περίπτερο στις εκθέσεις Holiday&SPA Σόφιας Βουλγαρίας, TTR I Βουκουρεστίου Ρουμανίας, και Philoxenia Θεσ/νικης Ελλάδας και στην μεγαλύτερη έκθεση κοινού στη Γερμανία για εναλλακτικές μορφές TOUR NATUR Ντίσελντορφ Γερμανίας.
- Επιπλέον των παραπάνω, ολοκληρώνεται άμεσα η διαδικασία για τη συνεργασία προβολής μέσω EURONEWS , συνεργασία με AEGEAN, FRAPORT, προσέγγιση, επαφές και συναντήσεις μεγάλων τουριστικών οργανισμών.

Οι φιλοξενίες διαμορφωτών κοινής γνώμης είχαν συνολική δαπάνη για την ΠΑΜ-Θ λιγότερο από 4000 ευρώ και έγιναν με τη συνεργασία ΕΟΤ, ενώσεων και συνδέσμων ξενοδόχων μας αλλά και επαγγελματιών εστίασης και καφέ. Η δαπάνη για τη συνολική παρουσία και συμμετοχή μας στις παραπάνω 8 τουριστικές εκθέσεις του 2015 ήταν περίπου 63000 ευρώ και οι δαπάνες λοιπών προωθητικών δράσεων μέχρι τέλος του 2016 θα ανέλθουν σε 24000 ευρώ και αφορούν έργα ανάδειξης πεζοπορίας και Απ Παύλου, παρουσιάσεις προορισμού, δημιουργία σύγχρονου υλικού, διαφήμιση στο εξωτερικό.

Εάν υπάρξει λειτουργική εφαρμογή του Ν4412/16 έχουμε τη δυνατότητα για αξιοποίηση εντός του 2016 άλλων 46000 ευρώ για δημιουργία υλικού και διαδικτυακή διαφήμιση σε Ελλάδα και εξωτερικό. Το σύνολο των δράσεων σχεδιάστηκε και εκτελέστηκε στην υλοποίηση του με προσωπικό και μέσα της ΠΑΜ-Θ ενώ δωρεάν συμβουλευτική υποστήριξη δόθηκε εν μέρει από την Marketing Greece /ΣΕΤΕ. Πολλά έγιναν επίσης με επίτευξη συμφωνιών και συνεργασιών με δωρεάν παροχές διαφημιστικού χρόνου. Ιδιαίτερη μνεία πρέπει να γίνει στο προσωπικό των τμημάτων τουρισμού της Περιφέρειας το οποίο παρά το ότι είναι ελάχιστο αριθμητικά ανά ΠΕ και με παράλληλες αρμοδιότητες σοβαρές, ενεργοποιήθηκε και παρήγαγε έργο με ιδιαίτερα επαγγελματικό και ποιοτικό αποτέλεσμα. Τα παραπάνω ποσά είναι σημαντικά λιγότερα από αυτά που δαπανούσε η Περιφέρεια διαχρονικά και αυτό προέκυψε κατά εντολή του Περιφερειάρχη Γ Παυλίδη ώστε να μην δαπανούμε άσκοπα χρήματα αλλά να είμαστε απόλυτα στοχευμένοι και στα πλαίσια που επιβάλλει η εποχή που διανύουμε, με γνώμονα κάθε ευρώ που ξοδεύουμε να φέρνει πολλαπλάσια οφέλη.

Αποτελέσματα 2016

Για 2^η συνεχόμενη χρονιά τα αποτελέσματα είναι θετικά με αύξηση που φαίνεται να είναι πάνω από τον πανελλήνιο μέσο όρο. Είναι δε ικανοποιητικό ότι αγορές στόχους, τις οποίες δουλέψαμε συστηματικά απέδωσαν άμεσα αποτελέσματα μετρήσιμα. Η Ελληνική στατιστική υπηρεσία μέσα από το σύστημα της δεν έχει τη δυνατότητα άμεσων φετινών αξιόπιστων αποτελεσμάτων για να έχουμε επίκαιρα στοιχεία. Εν τούτοις τα φετινά δεδομένα που

συλλέξαμε μέσω των Λιμενικών αρχών και των Οργανισμών Λιμένων, για τις πορθμειακές γραμμές Αλεξανδρούπολης Σαμοθράκης και Καβάλας-Κεραμωτής Θάσου (Λιμένας-Πρίνος) δίνουν την εικόνα:

Γραμμή Αλεξανδρούπολη Σαμοθράκη:

ΠΕΡΙΟΔΟΣ : 01/06/2015 – 31/08/2015				
	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΟΧΗΜΑΤΑ	ΜΟΤΟ	ΦΟΡΤΗΓΑ
Έτος - Μήνας	Πλήθος	Πλήθος	Πλήθος	Πλήθος
2015 - Ιούνιος	14.920	1.637	402	565
2015 - Ιούλιος	23.717	2.980	884	357
2015 - Αύγουστος	40.326	6.343	1.514	521
ΣΥΝΟΛΑ	78.963	10.960	2.800	1.443
ΠΕΡΙΟΔΟΣ : 01/06/2016 - 31/08/2016				
	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΟΧΗΜΑΤΑ	ΜΟΤΟ	ΦΟΡΤΗΓΑ
Έτος - Μήνας	Πλήθος	Πλήθος	Πλήθος	Πλήθος
2016 - Ιούνιος	14861	1655	416	525
2016 - Ιούλιος	29958	4310	1028	594
2016 - Αύγουστος	39174	6472	1543	470
ΣΥΝΟΛΑ	83.993	12.437	2.987	1.589

Με βάση τα παραπάνω τους θερινούς μήνες του 2016 σημειώθηκε **αύξηση** επιβατικής κίνησης **6,37%** σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2015 ενώ σύμφωνα με τους επαγγελματίες της Σαμοθράκης και ο Σεπτέμβριος ήταν ένας μήνας που φάνηκε έντονα καλύτερος από τις προηγούμενες χρονιές. Η αντίστοιχη **αύξηση των οχημάτων κατά 13,48%** δείχνει ποιοτικά ότι πρόκειται για επισκέπτες με σκοπό την πολυήμερη παραμονή, συνεπώς η αύξηση των επιβατών φαίνεται ότι συνδυάζεται με πολλαπλές διανυκτερεύσεις.

Γραμμές Καβάλα Κεραμωτή - Θάσος:

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΒΑΤΩΝ για τους μήνες Μάρτιο - Σεπτέμβριο				
ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΕΡΑΜΩΤΗΣ-ΛΙΜΕΝΑ ΜΕ Ε/Γ-Ο/Γ ΠΛΟΙΑ				
ΜΗΝΑΣ		2014	2015	2016
ΜΑΡΤ		19.520	17.069	21.520
ΑΠΡΙΛ		31.963	36.404	42.314
ΜΑΙΟΣ		51.185	62.119	55.812
ΙΟΥΝΙΟΣ		95.091	93.976	105.300
ΙΟΥΛΙΟΣ		154.386	149.550	177.650
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		177.997	190.831	197.468
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		84.894	95.774	103.169
ΣΥΝΟΛΟ		615.036	645.723	703.233
ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΑΒΑΛΑΣ-ΠΡΙΝΟΥ ΜΕ Ε/Γ-Ο/Γ ΠΛΟΙΑ				
ΜΑΡΤ		5.028	4.703	2.344
ΑΠΡΙΛ		8.424	7.918	5.886
ΜΑΙΟΣ		11.586	12.040	6.256
ΙΟΥΝΙΟΣ		15.786	15.479	12.939
ΙΟΥΛΙΟΣ		28.728	26.779	24.812
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		32.167	30.937	26.733
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		13.996	13.660	11.612
ΣΥΝΟΛΟ		115.715	111.516	90.582
ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΑΒΑΛΑΣ-ΠΡΙΝΟΥ ΜΕ Ε/Γ-Υ/Γ ΠΛΟΙΑ				
ΜΑΡΤΙΟΣ				1.443
ΑΠΡΙΛ				1.500
ΜΑΙΟΣ				1.423
ΙΟΥΝΙΟΣ				1.231
ΙΟΥΛΙΟΣ				1.367
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ				1.135
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ				876
ΣΥΝΟΛΟ				8.975
ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΑΒΑΛΑΣ-ΛΙΜΕΝΑ ΜΕ Ε/Γ-Υ/Γ ΠΛΟΙΑ				
ΜΑΡΤΙΟΣ				1.104
ΑΠΡΙΛ				1.130
ΜΑΙΟΣ				1.061
ΙΟΥΝΙΟΣ				1.416
ΙΟΥΛΙΟΣ				2.160
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ				1.471
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ				890
ΣΥΝΟΛΟ				9.232
Γενικό Σύνολο ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΣΤΗ ΘΑΣΟ		730.751	757.239	812.022

Με βάση τα παραπάνω τους θερινούς μήνες του 2016 σημειώθηκε **αύξηση επιβατικής κίνησης 7,23%** σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2015 ενώ σύμφωνα με τους επαγγελματίες της Θάσου και ο Οκτώβριος ήταν ένας μήνας που φάνηκε έντονα καλύτερος από τις προηγούμενες χρονιές. Αύξηση είχε σημειωθεί και το 2015 σε σχέση με το 2014 κατά 3,62%.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΙΧ ΟΧΗΜΑΤΩΝ για τους μήνες Μάρτιο -Σεπτέμβριο				
ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΕΡΑΜΩΤΗΣ-ΛΙΜΕΝΑ ΜΕ Ε/Γ-Ο/Γ ΠΛΟΙΑ				
ΜΗΝΑΣ		2014	2015	2016
ΜΑΡΤ		3.453	3.024	3.917
ΑΠΡΙΛ		5.683	6.171	7.355
ΜΑΙΟΣ		7.033	10.719	10.843
ΙΟΥΝΙΟΣ		19.132	18.509	22.223
ΙΟΥΛΙΟΣ		36.026	35.203	43.319
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		43.094	45.958	50.046
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		15.968	19.925	22.722
ΣΥΝΟΛΟ		130.389	139.509	160.425
ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΑΒΑΛΑΣ-ΠΡΙΝΟΥ ΜΕ Ε/Γ-Ο/Γ ΠΛΟΙΑ				
ΜΑΡΤ		477	391	234
ΑΠΡΙΛ		1.053	784	743
ΜΑΙΟΣ		1.149	1.090	735
ΙΟΥΝΙΟΣ		2.015	1.946	1.817
ΙΟΥΛΙΟΣ		4.259	4.017	4.144
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		5.396	5.138	4.775
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		1.775	1.784	1.586
ΣΥΝΟΛΟ		16.124	15.150	14.034
ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΑΒΑΛΑΣ-ΠΡΙΝΟΥ ΜΕ Ε/Γ-Υ/Γ ΠΛΟΙΑ				
ΜΑΡΤΙΟΣ				
ΑΠΡΙΛ				
ΜΑΙΟΣ				
ΙΟΥΝΙΟΣ				
ΙΟΥΛΙΟΣ				
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ				
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ				
ΣΥΝΟΛΟ				0
ΓΡΑΜΜΗΣ ΚΑΒΑΛΑΣ-ΛΙΜΕΝΑ ΜΕ Ε/Γ-Υ/Γ ΠΛΟΙΑ				
ΜΑΡΤΙΟΣ				
ΑΠΡΙΛ				
ΜΑΙΟΣ				
ΙΟΥΝΙΟΣ				
ΙΟΥΛΙΟΣ				
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ				
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ				
ΣΥΝΟΛΟ				0
Γενικό Σύνολο ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΙΧ ΣΤΗ ΘΑΣΟ		146.513	154.659	174.459

Η αντίστοιχη **αύξηση** των εισερχόμενων **οχημάτων κατά 12,08%** δείχνει ποιοτικά ότι πρόκειται για επισκέπτες με σκοπό την πολυήμερη παραμονή, συνεπώς η αύξηση των επιβατών φαίνεται ότι συνδυάζεται με αυξημένες πολλαπλές διανυκτερεύσεις. Αύξηση είχε σημειωθεί και το 2015 σε σχέση με το 2014 κατά 5,56%.

Οι **αεροπορικές** αφίξεις από το εξωτερικό σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία καταγράφουν για 2ή συνεχόμενη χρονιά **αύξηση** μετά την περσινή με 13,26% , η φετινή χρονιά κλείνει και πάλι με θετικό πρόσημο κατά **5,51%** Παράλληλα μεγάλος αριθμός επισκεπτών της ΠΑΜΘ επιλέγει το αεροδρόμιο της Θεσ/νικης με οργανωμένη μεταφορά ή ενοίκιαση μεταφορικού μέσου :

Αεροπορικές Αφίξεις Εξωτερικού σε ΚΝΑ και ΑΧΔ Ιανουάριος - Δεκέμβριος <i>*(για το 2016 η καταγραφή αφορά το διάστημα Ιανουάριο-Οκτώβριο)</i>			
2014	2015	2016	Διαφορά 16/15
75.870	85.929	90.662	+5,51%

Είναι επίσης σημαντικό ότι η εμπορική επιβατική κίνηση **αφίξεων εσωτερικού** μέχρι και το Σεπτέμβριο, στα δύο αεροδρόμια μας έχει επίσης σημαντική **αύξηση**, η οποία συνολικά ξεπερνάει το **13%** σε σχέση με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του 2015 και συνολικό αριθμό αφιχθέντων επιβατών 97300 περίπου (822 από Σητεία, οι υπόλοιποι από Αθήνα).

Αντίστοιχα οι **οδικές τουριστικές αφίξεις** από τους συνοριακούς σταθμούς που βρίσκονται στα όρια της ΠΑΜΘ το διάστημα Ιανουαρίου – Οκτωβρίου φαίνεται να καταγράφουν σύμφωνα με τα στοιχεία του Βουλγαρικού υπουργείου τουρισμού **αύξηση άνω του 10,00%** ενώ από τις διαβάσεις με την Τουρκία υπήρξε σαφές ανοδικό ρεύμα το οποίο περιορίστηκε κατά τις 2 εβδομάδες που ακολούθησαν το πραξικόπημα αλλά μετά επανέκαμψε η ανοδική τάση. Η ροή από την πλευρά της Τουρκίας καταγράφεται επακριβώς από την Ελληνική Αστυνομία, η ροή όμως από τη Βουλγαρία εξαιτίας της μη χρήσης καταγραφικών υπολογιστικών συστημάτων έχουν αποκλίσεις ιδιαίτερα μεγάλες και παρουσιάζονται μεγάλες διαφορές μεταξύ των στοιχείων που δίνει η Βουλγαρία (που χρησιμοποιεί καταγραφικά υπολογιστικά συστήματα) και της Ελληνικής Αστυνομίας. Μεγάλες αποκλίσεις έχουν και τα στοιχεία που ανακοινώνει ο ΣΕΤΕ για τις συνοριακές διαβάσεις της περιοχής και είναι γενικότερα διαφοροποιημένα από τα αντίστοιχα της Ελληνικής Αστυνομίας και μάλλον οφείλεται σε λανθασμένες εκτιμήσεις ή καταχωρήσεις του ΣΕΤΕ.

Η Ελληνική στατιστική υπηρεσία μέσα από το σύστημα της δεν έχει τη δυνατότητα άμεσων αποτελεσμάτων για να έχουμε επίκαιρα στοιχεία για το 2016.

Την χρονιά 2014 τα στοιχεία έδειξαν σε σχέση με το 2013 μείωση διανυκτερεύσεων στην ΠΑΜΘ κατά 1,9% έναντι συνολικής αύξησης στην Ελλάδα κατά 5,5% :

	2013				2014				% μεταβ ο-λής συνόλ ου διαν/- σεων 2014/2 013
	Σύνολο	Καταλύματ α ξενοδοχεια -κού τύπου	Κάμπινγκ	% επί του συν ό- λου	Σύνολο	Καταλύμ ατα ξενοδοχει α-κού τύπου	Κάμπινγκ	% επί του συνό --λου	
Γενικό Σύνολο	71.469.189	70.065.554	1.403.635	100,0	75.390.445	73.951.641	1.438.804	100,0	5,5
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	1.821.931	1.695.632	126.299	2,5	1.786.689	1.681.590	105.099	2,4	-1,9

(Τα παραπάνω αφορούν διαμονές σε ξενοδοχειακά καταλύματα και όχι σε επιλογές λοιπών καταλυμάτων.)

Φαίνεται ότι υστερούσαμε έναντι της γενικότερης τάσης της χώρας. Κάτι το οποίο αντιστράφηκε το 2015.

Για το 2015 σε σχέση με το 2014 η ΕΛΣΤΑΤ ανακοίνωσε στοιχεία που έδειξαν **αύξηση διανυκτερεύσεων 6,61%** πάνω από τον εθνικό μέσο όρο που ήταν 3,90%:

	2014			2015			% μεταβολής συνόλου διανυκτερεύσεων 2015/2014
	Σύνολο	Καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου	Κάμπινγκ	Σύνολο	Καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου	Κάμπινγκ	
Γενικό Σύνολο Χώρας	75.390.445	73.951.641	1.438.804	78.332.342	76772113	1.560.229	3,90
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	1.786.689	1.681.590	105.099	1.904.821	1.798.036	106.785	6,61

(Τα παραπάνω αφορούν διαμονές σε ξενοδοχειακά καταλύματα και όχι σε επιλογές λουπών καταλυμάτων.)

Για το 2016 δεν έχουν ανακοινωθεί ακόμη αποτελέσματα. Φαίνεται όμως από τα παραπάνω στοιχεία, ότι η γενικότερη εικόνα της επισκεψιμότητας στην περιοχή, μέσα από την τοπική κίνηση και πληροφορίες από τους ντόπιους επιχειρηματίες δείχνει ότι είναι ακόμη καλύτερη από την περσινή με επιμήκυνση της περιόδου προς τον Οκτώβριο.

Είναι σημαντικό ότι δεν είχαν όλες οι Περιφέρειες ανοδικά ποσοστά και αν αναλογιστούμε το ότι είμαστε μακριά από την Αθήνα με υψηλή δαπάνη πρόσβασης η ανατροπή των ποσοστών και η αύξηση των διανυκτερεύσεων αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία. Ιδιαίτερη σημασία έχει η πολύ **μεγάλη αύξηση διανυκτερεύσεων αλλοδαπών (+16,46%)** κάτι που αποτέλεσε κυρίαρχη στόχευση με μεγέθη πολλαπλώς μεγαλύτερα του εθνικού μέσου όρου (+4,38%) κάτι που αναμένεται να συνεχισθεί το 2016 και δουλεύουμε για το 2017.

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΣΕ ΞΕΝ. ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ				
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	2014	2015	ΔΙΑΦΟΡΑ %
		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ		60.901.973	63.570.840	4,38
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	ΣΥΝΟΛΟ	909.677	1.059.451	16,46
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΟΔΟΠΗΣ	23.108	36.146	56,42
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΡΑΜΑΣ	9.433	5.883	-37,63

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΒΡΟΥ	83.346	116.493	39,77
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΑΣΟΥ	616.405	691.924	12,25
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΒΑΛΑΣ	162.323	189.142	16,52
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΞΑΝΘΗΣ	15.062	19.863	31,87

Το 2016 το ποσοστό αλλοδαπών στις αφίξεις είναι **44,60%** και στις διανυκτερεύσεις **58,92%**, ενώ το 2012 τα αντίστοιχα ποσοστά ήταν αφίξεις 33,30% και διανυκτερεύσεις 47,00% .

Τα παραπάνω αφορούν σε στοιχεία από ξενοδοχειακά καταλύματα. Θα πρέπει να επαναλάβουμε ότι επειδή δεν μετρώνται διανυκτερεύσεις σε άλλου τύπου καταλυμάτων, τα οποία στην περιοχή μας αποτελούν περίπου το 45% του συνόλου τα στοιχεία ενδέχεται να είναι ακόμη μεγαλύτερα όσον αφορά τους αλλοδαπούς επισκέπτες που τα προτιμούν.

Τουριστικό Δυναμικό - Στατιστικά Στοιχεία - Συμπεράσματα:

Το σύνολο των Ξενοδοχειακών κλινών στην Ελλάδα το 2015 καταγράφηκε σε 737.326. Η Περιφέρεια ΑΜΘ διαθέτει 22183 κλίνες ξενοδοχειακού τύπου (δηλαδή το 3,00% επί του συνολικού αριθμού) και περίπου 18000 κλίνες σε ενοικιαζόμενα δωμάτια και επιπλωμένες κατοικίες, (συνολικά 40183). Από αυτές οι 26000 περίπου που βρίσκονται στη Θάσο και επιπλέον 4000 άλλου, λειτουργούν μόνο τη θερινή περίοδο (Μάιος – Σεπτέμβριος). Ως εκ τούτου μόνο 10000 κλίνες εκτιμάται ότι λειτουργούν και τους 12 μήνες στην ΠΑΜ-Θ. Είναι αξιοσημείωτο ότι μόνο στη Θάσο παρατηρήθηκε αύξηση κλινών, με τις υπόλοιπες περιοχές να παρουσιάζουν στασιμότητα στο τομέα αυτό.

Παρακάτω παρατίθεται πίνακας με συνοπτικά συγκεντρωμένα στοιχεία από την Ελληνική Στατιστική Αρχή από τα οποία φαίνεται ιδιαίτερη ανάκαμψη σε όλες τις περιοχές και ιδιαίτερα όσον αφορά την επισκεψιμότητα αλλοδαπών. Από τον πίνακα αυτό εξάγονται πολλά συμπεράσματα. Για τη **Σαμοθράκη** , η οποία περιλαμβάνεται στα στοιχεία της ΠΕ Έβρου, η εκτίμηση είναι ότι της αντιστοιχούν περίπου **6500 αφίξεις (4000 ημεδαποί – 2500 αλλοδαποί) και 20500 διανυκτερεύσεις (12000 ημεδαποί – 8500 αλλοδαποί) σε 618 ξενοδοχειακές κλίνες.**

Πίνακας 5. Διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά Περιφέρεια, για τα έτη 2014-2015

	2014				2015				% μεταβολής συνόλου διαν/σεων 2014/2015
	Σύνολο	Καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου	Κάμπινγκ	% επί του συνόλου	Σύνολο	Καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου	Κάμπινγκ	% επί του συνόλου	
Γενικό Σύνολο	75.390.445	73.951.641	1.438.804	100,0	78.332.342	76.772.113	1.560.229	100,0	3,9
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	1.786.689	1.681.590	105.099	2,4	1.904.821	1.798.036	106.785	2,4	6,6
Κεντρική Μακεδονία	8.478.801	7.925.296	553.505	11,2	8.834.256	8.194.395	639.861	11,3	4,2
Δυτική Μακεδονία *	302.976	302.976	0	0,4	288.976	288.976	0	0,4	-4,6
Θεσσαλία	2.017.050	1.953.060	63.990	2,7	2.034.797	1.980.296	54.501	2,6	0,9
Ήπειρος	994.770	937.854	56.916	1,3	943.076	892.226	50.850	1,2	-5,2
Ιόνια νησιά	8.012.339	7.932.618	79.721	10,6	8.471.302	8.394.831	76.471	10,8	5,7
Δυτική Ελλάδα	1.680.293	1.580.359	99.934	2,2	1.828.807	1.740.236	88.571	2,3	8,8
Στερεά Ελλάδα	1.349.172	1.292.221	56.951	1,8	1.404.435	1.342.734	61.701	1,8	4,1
Πελοπόννησος	2.670.415	2.425.776	244.639	3,5	2.740.140	2.479.313	260.827	3,5	2,6
Αττική	7.864.065	7.824.796	39.269	10,4	8.031.858	7.994.126	37.732	10,3	2,7
Βόρειο Αιγαίο *	1.653.055	1.653.055	0	2,2	1.764.524	1.764.524	0	2,3	6,7
Νότιο Αιγαίο	17.953.977	17.848.265	105.712	23,8	18.946.411	18.807.465	138.946	24,2	5,5
Κρήτη	20.626.843	20.593.775	33.068	27,4	21.138.939	21.094.965	43.984	27,0	2,5

* Τα στοιχεία αφίξεων και διανυκτερεύσεων αφορούν σε ξενοδοχειακά καταλύματα και κάμπινγκ που είναι εγγεγραμμένα στο Μητρώο του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος. Για τις Περιφέρειες αυτές δεν υπάρχουν εγγραφόμενα κάμπινγκ στο Μητρώο του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος.

Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Περιφερειακή Ενότητα

ΕΤΗ 2014 - 2015

		ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΛΗΝ CAMPINGS										
		2014				2015				Διαφορά 2015-2014 %		
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	ΑΦΙΞΕΙΣ			ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΑΦΙΞΕΙΣ			ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
		ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ		ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ				
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ		5.536.719	11.882.134	17.418.853	802.883	5.744.134	12.734.567	18.478.701	737.326	3,75	7,17	6,08
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	ΣΥΝΟΛΟ	317.536	233.186	550.722	20.912	336.095	270.610	606.705	22.183	5,84	16,05	10,17
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΟΔΟΠΗΣ	56.406	11.021	67.427	1.424	68.001	16.400	84.401	1.482	20,56	48,81	25,17
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΡΑΜΑΣ	26.684	3.205	29.889	1.171	25.610	2.468	28.078	1.177	-4,02	-23,00	-6,06
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΒΡΟΥ	95.133	38.283	133.416	4.704	91.142	46.496	137.638	4.696	-4,20	21,45	3,16
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΑΣΣΟΥ	21.927	97.993	119.920	9.271	22.864	106.585	129.449	10.355	4,27	8,77	7,95
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΒΑΛΑΣ	61.583	74.788	136.371	2.935	69.148	89.297	158.445	3.068	12,28	19,40	16,19
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΞΑΝΘΗΣ	55.803	7.896	63.699	1.407	59.330	9.364	68.694	1.405	6,32	18,59	7,84

		Αφίξεις 2015			διανυκτερεύσεις 2015			μεση διανυκτ / αφίξη		
		ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	ΣΥΝΟΛΟ	336.095	270.610	606.705	738.585	1.059.451	1.798.036	2,20	3,92	2,96
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΟΔΟΠΗΣ	68.001	16.400	84.401	141.745	36.146	177.891	2,08	2,20	2,11
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΡΑΜΑΣ	25.610	2.468	28.078	49.237	5.883	55.120	1,92	2,38	1,96
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΒΡΟΥ	91.142	46.496	137.638	218.104	116.493	334.597	2,39	2,51	2,43
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΑΣΣΟΥ	22.864	106.585	129.449	79.656	691.924	771.580	3,48	6,49	5,96
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΒΑΛΑΣ	69.148	89.297	158.445	139.366	189.142	328.508	2,02	2,12	2,07
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΞΑΝΘΗΣ	59.330	9.364	68.694	110.477	19.863	130.340	1,86	2,12	1,90

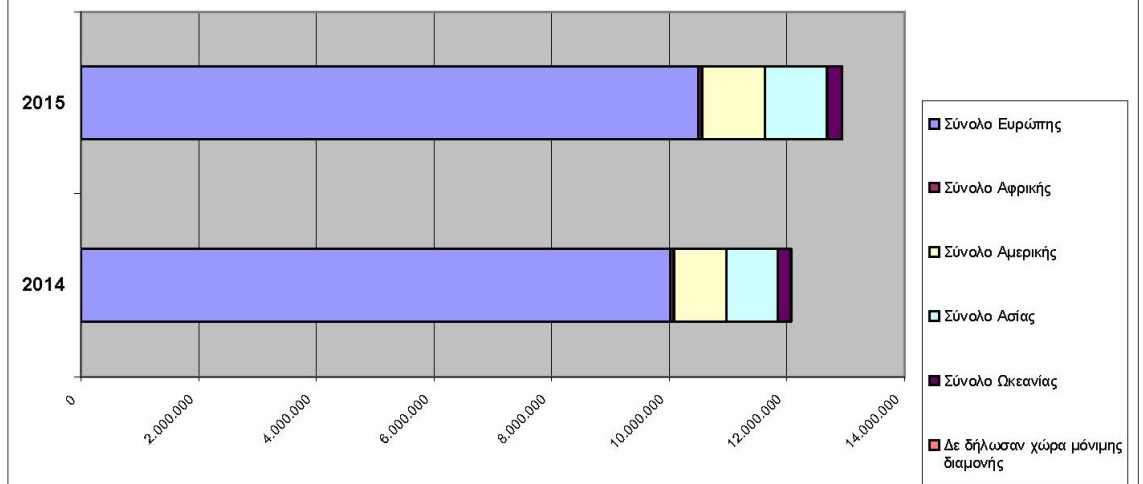
Αυτή τη στιγμή μοναδικό λιμάνι στην ΠΑΜΘ που δέχεται κρουαζιέρα είναι η Καβάλα με σποραδικές αφίξεις "αρόδο" στη Θάσο. Οι αφίξεις όπως είχαμε προβλέψει το 2016 θα σημειώσουν κάμψη. Αυτό κυρίως εξαιτίας της αλλαγής δρομολογίων από νησιά που είχαν πρόβλημα με τους πρόσφυγες και θεμάτων ασφαλείας στην Τουρκία. Η πληροφόρηση που υπάρχει για το 2017, είναι ότι η γεωπολιτική κρίση στην Ανατολική Μεσόγειο, το προσφυγικό και η περαιτέρω εμπλοκή της Τουρκίας στην κρίση που δημιουργεί ζητήματα ασφάλειας, θα λειτουργήσει ανασταλτικά για την Κρουαζιέρα στο Αιγαίο και φαίνεται ότι **επιηρεάζει αρνητικά την κρουαζιέρα στο Βόρειο Αιγαίο και για το 2017.**

Οι αεροπορικές αφίξεις στην Περιφέρεια μας αυξήθηκαν, με 30 εταιρείες να πραγματοποιούν πτήσεις από και προς 24 πόλεις της Ευρώπης. Πολλές από αυτές έχουν προς διάθεση και ελεύθερα εισιτήρια που μπορούν να αξιοποιηθούν αναλόγως. Οι διεθνείς πτήσεις ξεκινούν τέλη Απριλίου και σταματούν αρχές Οκτωβρίου. Αναμένεται αύξηση για το 2017 με νέες χώρες που θα συνδεθούν με πτήσεις όπως Ελβετία, Ρωσία, Λευκορωσία αλλά και πρόσθετες πόλεις από χώρες που υπήρχε ήδη σύνδεση όπως το Γκέτενμποργκ της Σουηδίας. **Σε κάθε περίπτωση όμως η έλλειψη προσφοράς διαθέσιμων κλινών περιορίζει πλέον τη δυναμική περαιτέρω αύξησης πτήσεων και επιβατών, δείχνοντας ότι πλησιάζουμε σε κατάσταση πληρότητας.**

Πίνακας 7. Αφίξεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά χώρα μόνιμης διαμονής αλλοδαπών πελατών, για τα έτη 2014-2015

Χώρα μόνιμης διαμονής	2014				2015				% μεταβολής συνόλου αφίξεων 2015/2014
	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	% επί του συνόλου	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	% επί του συνόλου	
Γενικό Σύνολο	12.081.762	11.882.134	199.628	100,0	12.948.606	12.734.567	214.039	100,0	7,2
Σύνολο Ευρώπης	10.016.227	9.828.805	187.422	82,9	10.494.184	10.299.316	194.868	81,0	4,8
Κράτη Ευρωπαϊκής Ένωσης	7.805.374	7.632.495	172.879	64,6	8.587.938	8.409.353	178.585	66,3	10,0
Αυστρία	189.517	179.697	9.820	1,6	206.484	197.241	9.243	1,6	9,0
Βέλγιο	266.360	263.194	3.166	2,2	295.645	291.913	3.732	2,3	11,0
Βουλγαρία	211.213	196.410	14.803	1,7	243.741	222.943	20.798	1,9	15,4
Γαλλία	929.772	896.598	33.174	7,7	1.077.032	1.039.674	37.358	8,3	15,8
Γερμανία	1.416.021	1.373.910	42.111	11,7	1.527.719	1.488.417	39.302	11,8	7,9
Δανία	196.463	194.390	2.073	1,6	210.718	209.245	1.473	1,6	7,3
Εσθονία	15.480	15.382	98	0,1	17.620	17.459	161	0,1	13,8
Ηνωμένο Βασίλειο	1.431.851	1.427.060	4.791	11,9	1.661.246	1.656.014	5.232	12,8	16,0
Ιρλανδία	38.306	37.930	376	0,3	43.398	42.839	559	0,3	13,3
Ισπανία	165.083	163.043	2.040	1,4	177.608	174.318	3.290	1,4	7,6
Ιταλία	666.357	642.476	23.881	5,5	671.795	649.225	22.570	5,2	0,8
Κροατία ⁽¹⁾	15.511	15.351	160	0,1	17.033	1.685	168	0,1	9,8
Κύπρος	191.673	191.408	265	1,6	203.579	203.146	433	1,6	6,2
Λετονία	14.103	14.015	88	0,1	17.192	17.106	86	0,1	21,9
Λιθουανία	23.772	23.562	210	0,2	30.222	30.026	196	0,2	27,1
Λουξεμβούργο	16.923	16.880	43	0,1	16.797	16.762	35	0,1	-0,7
Μάλτα	7.114	7.092	22	0,1	7.941	7.900	41	0,1	11,6
Ολλανδία	446.616	429.539	17.077	3,7	450.163	433.288	16.875	3,5	0,8
Ουγγαρία	57.052	54.919	2.133	0,5	64.555	62.606	1.949	0,5	13,2
Πολωνία	375.565	368.884	6.681	3,1	457.465	452.094	5.371	3,5	21,8
Πορτογαλία	23.260	22.967	293	0,2	24.216	23.971	245	0,2	4,1
Ρουμανία	278.343	275.163	3.180	2,3	300.324	297.059	3.265	2,3	7,9
Σλοβακία	43.283	42.810	473	0,4	54.055	53.561	494	0,4	24,9
Σλοβενία	33.129	30.820	2.309	0,3	33.744	31.707	2.037	0,3	1,9
Σουηδία	409.914	409.374	540	3,4	428.104	427.383	721	3,3	4,4
Τσεχία	181.686	178.840	2.846	1,5	197.410	194.740	2.670	1,5	8,7
Φινλανδία	161.007	160.781	226	1,3	152.132	151.851	281	1,2	-5,5
Σύνολο λοιπών Ευρωπαϊκών χωρών	2.210.853	2.196.310	14.543	18,3	1.906.246	1.889.963	16.283	14,7	-13,8
Ισλανδία	6.136	6.121	15	0,1	5.768	5.737	31	0,0	-6,0
Νορβηγία	281.479	281.211	268	2,3	251.674	251.404	270	1,9	-10,6
Ελβετία (και Λιχτενστάιν)	197.315	191.261	6.054	1,6	223.988	218.037	5.951	1,7	13,5
Ρωσία	1.041.115	1.039.711	1.404	8,6	706.999	705.724	1.275	5,5	-32,1
Τουρκία	223.691	222.791	900	1,9	252.285	250.969	1.316	1,9	12,8
Λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες	461.117	455.215	5.902	3,8	465.532	458.092	7.440	3,6	1,0
Σύνολο Αφρικής	64.134	63.911	223	0,5	64.163	63.871	292	0,5	0,0
Σύνολο Αμερικής	897.623	893.595	4.028	7,4	1.072.099	1.064.305	7.794	8,3	19,4
Βόρειος Αμερική	751.287	748.494	2.793	6,2	909.931	905.643	4.288	7,0	21,1
ΗΠΑ	628.161	626.709	1.452	5,2	764.699	762.624	2.075	5,9	21,7
Καναδάς	123.126	121.785	1.341	1,0	145.232	143.019	2.213	1,1	18,0
Νότια και Κεντρική Αμερική	146.336	145.101	1.235	1,2	162.168	158.662	3.506	1,3	10,8
Σύνολο Ασίας	870.364	869.094	1.270	7,2	1.060.563	1.059.070	1.493	8,2	21,9
Ιαπωνία	86.393	86.241	152	0,7	66.255	66.149	106	0,5	-23,3
Κίνας Λαϊκή Δημοκρατία	241.888	241.636	252	2,0	284.251	283.808	443	2,2	17,5
Λοιπές χώρες Ασίας	542.083	541.217	866	4,5	710.057	709.113	944	5,5	31,0
Σύνολο Ωκεανίας	226.953	220.288	6.665	1,9	247.943	238.375	9.568	1,9	9,2
Αυστραλία	212.080	206.313	5.767	1,8	230.516	221.986	8.530	1,8	8,7
Νέα Ζηλανδία και λοιπές Ωκεανίας	14.873	13.975	898	0,1	17.427	16.389	1.038	0,1	17,2
Δε δήλωσαν χώρα μόνιμης διαμονής	6.461	6.441	20	0,1	9.654	9.630	24	0,1	49,4

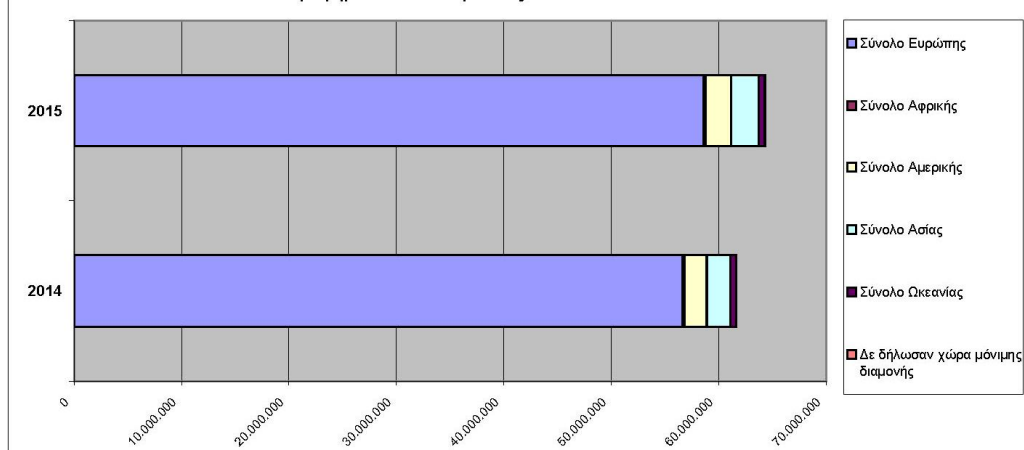
Γράφημα 3: Αφίξεις αλλοδαπών 2014-2015



Πίνακας 8. Διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά χώρα μόνιμης διαμονής αλλοδαπών πελατών, για τα έτη 2014-2015

Χώρα μόνιμης διαμονής	2014				2015				% μεταβολής συνόλου διανυκτερεύσεων 2015/2014
	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	% επί του συνόλου	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	% επί του συνόλου	
Γενικό Σύνολο	61.658.663	60.901.973	756.690	100,0	64.365.096	63.570.840	794.256	100,0	4,4
Σύνολο Ευρώπης	56.614.396	55.894.394	720.002	91,8	58.569.628	57.831.968	737.660	91,0	3,5
Κράτη Ευρωπαϊκής Ένωσης	43.534.453	42.891.497	642.956	70,6	47.834.497	47.184.331	650.166	74,3	9,9
Αυστρία	1.193.511	1.148.674	44.837	1,9	1.281.534	1.240.276	41.258	2,0	7,4
Βέλγιο	1.513.913	1.503.927	9.986	2,5	1.702.647	1.690.818	11.829	2,6	12,5
Βουλγαρία	718.431	636.457	81.974	1,2	831.425	721.937	109.488	1,3	15,7
Γαλλία	4.041.797	3.954.749	87.048	6,6	4.560.201	4.466.957	93.244	7,1	12,8
Γερμανία	9.919.814	9.744.541	175.273	16,1	10.449.916	10.296.936	152.980	16,2	5,3
Δανία	1.223.490	1.211.321	12.169	2,0	1.323.585	1.316.497	7.088	2,1	8,2
Εσθονία	83.813	83.589	224	0,1	98.355	97.906	449	0,2	17,4
Ηνωμένο Βασίλειο	8.805.422	8.789.347	16.075	14,3	10.340.946	10.322.939	18.007	16,1	17,4
Ιρλανδία	163.932	162.675	1.257	0,3	196.866	195.062	1.804	0,3	20,1
Ισπανία	389.431	384.064	5.367	0,6	419.147	410.401	8.746	0,7	7,6
Ιταλία	2.754.704	2.667.741	86.963	4,5	2.867.053	2.781.082	85.971	4,5	4,1
Κροατία ⁽¹⁾	47.377	46.958	419	0,1	50.411	50.056	355	0,1	6,4
Κύπρος	543.766	542.844	922	0,9	571.051	569.494	1.557	0,9	5,0
Λετονία	75.867	75.706	161	0,1	93.386	93.261	125	0,1	23,1
Λιθουανία	134.873	134.320	553	0,2	163.761	163.309	452	0,3	21,4
Λουξεμβούργο	93.695	93.525	170	0,2	93.234	93.086	148	0,1	-0,5
Μάλτα	24.196	24.128	68	0,0	25.762	25.664	98	0,0	6,5
Ολλανδία	2.817.153	2.760.501	56.652	4,6	2.767.142	2.714.727	52.415	4,3	-1,8
Ουγγαρία	317.717	309.832	7.885	0,5	348.074	340.532	7.542	0,5	9,6
Πολωνία	2.201.505	2.181.495	20.010	3,6	2.682.978	2.662.748	20.230	4,2	21,9
Πορτογαλία	75.793	75.007	786	0,1	74.036	73.258	778	0,1	-2,3
Ρουμανία	1.180.707	1.168.364	12.343	1,9	1.306.592	1.292.731	13.861	2,0	10,7
Σλοβακία	302.316	300.374	1.942	0,5	358.595	356.502	2.093	0,6	18,6
Σλοβενία	171.273	163.266	8.007	0,3	176.428	169.323	7.105	0,3	3,0
Σουηδία	2.417.700	2.415.632	2.068	3,9	2.689.759	2.687.091	2.668	4,2	11,3
Τσεχία	1.312.333	1.303.359	8.974	2,1	1.386.671	1.377.860	8.811	2,2	5,7
Φινλανδία	1.009.924	1.009.101	823	1,6	974.942	973.878	1.064	1,5	-3,5
Σύνολο λοιπών Ευρωπαϊκών χωρών	13.079.943	13.002.897	77.046	21,2	10.735.131	10.647.637	87.494	16,7	-17,9
Ισλανδία	27.047	27.026	21	0,0	26.996	26.895	101	0,0	-0,2
Νορβηγία	1.781.907	1.780.947	960	2,9	1.732.883	1.731.955	928	2,7	-2,8
Ελβετία (και Λιχτενστάιν)	1.103.818	1.085.588	18.230	1,8	1.231.830	1.214.182	17.648	1,9	11,6
Ρωσία	7.410.676	7.403.107	7.569	12,0	4.953.527	4.946.302	7.225	7,7	-33,2
Τουρκία	417.976	416.206	1.770	0,7	466.853	464.320	2.533	0,7	11,7
Λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες	2.338.519	2.290.023	48.496	3,8	2.323.042	2.263.983	59.059	3,6	-0,7
Σύνολο Αφρικής	231.123	230.480	643	0,4	206.429	205.312	1.117	0,3	-10,7
Σύνολο Αμερικής	2.067.257	2.055.717	11.540	3,4	2.384.440	2.360.902	23.538	3,7	15,3
Βόρειος Αμερική	1.737.213	1.728.903	8.310	2,8	2.012.906	2.000.222	12.684	3,1	15,9
ΗΠΑ	1.440.901	1.436.476	4.425	2,3	1.670.502	1.664.244	6.258	2,6	15,9
Καναδάς	296.312	292.427	3.885	0,5	342.404	335.978	6.426	0,5	15,6
Νότια και Κεντρική Αμερική	330.044	326.814	3.230	0,5	371.534	360.680	10.854	0,6	12,6
Σύνολο Ασίας	2.183.275	2.180.443	2.832	3,5	2.571.627	2.568.197	3.430	4,0	17,8
Ιαπωνία	156.422	156.127	295	0,3	123.316	123.104	212	0,2	-21,2
Κίνας Λαϊκή Δημοκρατία	383.551	383.081	470	0,6	438.880	437.964	916	0,7	14,4
Λοιπές χώρες Ασίας	1.643.302	1.641.235	2.067	2,7	2.009.431	2.007.129	2.302	3,1	22,3
Σύνολο Ωκεανίας	541.788	520.184	21.604	0,9	594.031	565.601	28.430	0,9	9,6
Αυστραλία	505.974	487.103	18.871	0,8	551.876	526.465	25.411	0,9	9,1
Νέα Ζηλανδία και λοιπές Ωκεανίας	35.814	33.081	2.733	0,1	42.155	39.136	3.019	0,1	17,7
Δε δηλωσαν χώρα μόνιμης διαμονής	20.824	20.755	69	0,0	38.941	38.860	81	0,1	87,0

Γράφημα 4: Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών 2015-2014



Οι Έλληνες επισκέπτες που αποτελούσαν πριν μία 5ετία τη κρίσιμη μάζα για τον τουρισμό του ηπειρωτικού κυρίως τμήματος και της Σαμοθράκης αλλά ήταν σημαντικότερο τμήμα και της Θάσου, μειώνονται εξαιτίας της κρίσης συνεχώς και παράλληλα μειώνεται και η αγοραστική τους δύναμη.

Σε πολύ υψηλό ποσοστό οι ευρωπαίοι τουρίστες επιλέγουν τον προορισμό των διακοπών τους **με βάση τις πληροφορίες και την εμπειρία που αποκόμισαν φίλοι και συγγενείς τους**, είναι πολύ σημαντικό οι τουρίστες που φεύγουν από την Ελλάδα να μένουν με τις καλύτερες εντυπώσεις από όλο το φάσμα των παρεχομένων υπηρεσιών όλο και περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν να οργανώσουν μόνοι τους τις κύριες διακοπές τους, κάνοντας χρήση του διαδικτύου. Έτσι, θα πρέπει, κυρίως τα μικρά ξενοδοχεία χαμηλότερων κατηγοριών, να εκσυγχρονιστούν και να δικτυωθούν, ώστε να εμφανίζονται στις αναζητήσεις των τουριστών.

Η εποχικότητα είναι πανελλήνιο φαινόμενο το οποίο δεν αντιμετωπίζεται με την αύξηση της τουριστικής κίνησης αλλά με δομικές αλλαγές και δράσεις. Σε κάθε περίπτωση το ότι αυτό το φαινόμενο είναι πανελλήνιο δείχνει το βαθμό δυσκολίας στην αντιμετώπιση του. **Δεν αντιμετωπίζεται, γενικά, με την αύξηση της τουριστικής κίνησης. Αντιθέτως, απαιτούνται δομικές αλλαγές και οι κατάλληλες δράσεις.**

Η Ανατολική Μακεδονία και η Θράκη εμφανίζει μεγάλο έλλειμμα στην τουριστική επιχειρηματικότητα με την έλλειψη του ενδιάμεσου κρίκου μεταξύ ξένου τουριστικού πράκτορα και ξενοδόχου-προορισμού. Αυτό δεν συμβαίνει στη Θάσο όπου υπάρχει επάρκεια και εμπειρία στελεχών. Συνεπώς χρειάζεται να δημιουργηθεί ο κρίκος που λείπει και να καλυφθεί το κενό. Η ΑΜΘ μπορεί να έχει πολύ περισσότερο τουρισμό και διαφορετικών προελεύσεων, χρειάζεται μεγαλύτερη κινητοποίηση και επιχειρηματικότητα με μικρές επενδύσεις από την τοπική κοινωνία.

Πολιτιστικές εκδηλώσεις θεσμοί μπορούν να αποτελέσουν τουριστικό πόρο που θα προσελκύσει Ευρωπαίους τουρίστες ακόμη και εκτός περιόδου, αρκεί να υπάρχει προγραμματισμός και διανομή προγραμμάτων 7-9 μήνες πριν την εφαρμογή. Απαιτείται εγρήγορση των διοργανωτών. Σε διαφορετική περίπτωση μπορούμε να μιλάμε για πολιτιστικούς θεσμούς με τοπικό ή υπερτοπικό χαρακτήρα αλλά όχι διεθνή απήχηση και ουσιαστική τουριστική αξιοποίηση.

Ανάπτυξη τακτικών εκπαίδευσης και παιδείας που θα ενισχύσουν την τουριστική συνείδηση της κοινωνίας και των επιχειρηματιών, ώστε όλοι μαζί να συμβάλλουν στην ανάδειξη του τόπου που μακροπρόθεσμα θα τον αναδείξουν σε περιοχή αριστείας. Ενθάρρυνση υιοθέτησης ενός πλαισίου συνεργασίας μεταξύ των φορέων, ώστε όλοι μαζί να εργαστούν για να φέρουν εις πέρας βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα οργανωμένα σχέδια βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Όπως συμφωνήθηκε στο περ. συμβούλιο, εμπεριέχονται δράσεις προώθησης τουριστικών θεματικών μορφών όπως εναλλακτικού, θρησκευτικού, γαστρονομικού, αθλητικού, ειδικών χαρακτηριστικών της Περιφέρειας μας αλλά και χειμερινών προορισμών όπως πχ ΧΚ Φαλακρού κα, και θα δοθεί έμφαση στην προώθηση του προορισμού μας στην Βαλκανική ενδοχώρα.

Η ανοδική πορεία για 2^η συνεχόμενη χρονιά και το 2016, δείχνει ότι η προσήλωση στο στόχο με σοβαρά βήματα και η στρατηγική επιλογή του τουρισμού να είναι στο κέντρο της αναπτυξιακής μας πολιτικής είναι ορθή.

Ύστερα από τα παραπάνω, σας υποβάλω το ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής προς έγκριση από την Εκτελεστική Επιτροπή και κατόπιν από το Περιφερειακό Συμβούλιο Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης ως εξής:

Στόχοι του προγράμματος:

1. Η ενίσχυση της επικοινωνιακής προσέγγισης του προορισμού προς τις ομάδες – στόχους.
2. Η μεγιστοποίηση των ωφελειών από τις δράσεις προβολής.
3. Ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος για τη διεύρυνση της «δεξαμενής» άντλησης ενδιαφέροντος.
4. Η συντήρηση της σχέσης με τους repeaters ώστε να ενισχυθεί το rotation.
5. Ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού
6. Η αύξηση του μέσου όρου παραμονής.
7. Αύξηση της κατά κεφαλήν δαπάνης.
8. Η διεύρυνση της τουριστικής περιόδου
9. Το «άνοιγμα» νέων αγορών.

Άξονες δράσης:**1. Δημιουργία DMO - πρόδρομες ενέργειες 2017**

Με απόφαση Περιφερειάρχη θα δημιουργηθεί η Συνέλευση Διαχείρισης Προορισμού με πρόσκληση να συμμετάσχουν όλοι οι θεσμικοί φορείς, της αυτοδιοίκησης, επαγγελματικών κλάδων, φορέων διαχείρισης, πολιτιστικών συλλόγων κλπ. (διευρυμένο όργανο με δεκάδες μέλη που θα δηλώσουν τη συμμετοχή τους), το οποίο θα διοικείται από το 11 μελές Συμβούλιο Διαχείρισης Προορισμού το οποίο θα διορίζεται με απόφαση Περιφερειάρχη για Ζητή Θητεία με δυνατότητα ανανέωσης ως εξής:

1. 1 Συντονιστής Θεμ. Αντιπεριφερειάρχης ή αρμόδιος Περ. Σύμβουλος για θέματα τουρισμού
2. 1 Εκπρόσωπος ΠΕΔ
3. 2 Εκπρόσωποι Ξενοδόχων (1 από Αν. Μακεδονία και 1 από Θράκη)
4. 1 Εκπρόσωπος Περ. Οργάνου Ενοικ. Δωματίων
5. 3 Εκπρόσωποι επιχειρηματικών - επαγγελματικών φορέων όπως πχ ΕΒΕ , ΟΕΒΕ κλπ
6. 1 Εκπρόσωπος Τουριστικών Πρακτόρων
7. 2 Μέλη ορισμένα από το Περ. Συμβούλιο

Κύρια σημεία :

- Σχεδιασμός
- Υλοποίηση
- Παρακολούθηση
- Διορθωτικές κινήσεις προσθήκες
- Δημιουργία ΦΔΤΠ (DMO)
- Απώτερος στόχος η ανάπτυξη ενός προορισμού «ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ»

Θα έχει μέχρι την θεσμοθέτηση ΦΔΤΠ, το ρόλο του Φορέα στον σχεδιασμό και την παρακολούθηση – αναθεώρηση στόχων αλλά κυρίως θα ασχοληθεί με την μετεξέλιξη του σε ένα αυτόνομο DMO μέσω του Περιφερειακού ταμείου. Απαιτείται παράλληλα η πρόσληψη μέσω ΚΑΠ ενός έκτακτου συμβούλου για τεχνική βοήθεια σχεδιασμού υλοποίησης. Εκτιμώμενη δαπάνη 2017 20.000+ΦΠΑ.

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη 2017 : 24.800€

2. Συμμετοχή σε εκθέσεις

Οι εκθέσεις αποτελούν παραδοσιακό μέσο προβολής τουριστικών προορισμών. Η παρουσία της Περιφέρειας στις τουριστικές εκθέσεις δεν πλέον είναι επιβεβλημένη αλλά είναι ζητούμενο από τους επαγγελματίες προκειμένου να υποστηρίξουμε την παρουσία επιχειρηματιών της περιοχής μας, να υπάρξει διανομή προωθητικού υλικού και άμεση πληροφόρηση, αλλά και μέσω Β2Β συναντήσεων να προωθήσουμε περαιτέρω τον προορισμό. Έμφαση στην προώθηση του portal και των Social Media (ύπαρξη Η/Υ, παρουσίαση του portal), διεξαγωγή παράλληλων events (workshops, παρουσιάσεις, γευσιγνωσία κ.λ.π) και κυρίως διεξαγωγή b2b συναντήσεων και δημοσίων σχέσεων.

Η συμμετοχή μας θα γίνει είτε αυτόνομα είτε ως συνεκθέτες του ΕΟΤ όπου αυτό είναι εφικτό. Η επιλογή των προτεινόμενων εκθέσεων έγινε 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 που έχουμε σε θεματικές. Για το 2017 προτείνονται :

A.A	ΕΚΘΕΣΗ	ΧΩΡΑ	ΕΙΔΟΣ ΕΚΘΕΣΗΣ	❖ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ
1	HOLIDAY AND SPA	Σόφια-Βουλγαρία	Τουριστική	15-17 Φεβρουαρίου 2017
2	IFT	Βελιγράδι-Σερβία	Τουριστική με ΕΟΤ	23-26 Φεβρουαρίου 2017
3	TTR-ROMANIAN TOURISM FAIR	Βουκουρέστι - Ρουμανία	Τουριστική	16-19 Φεβρουαρίου 2017
4	ITB	Βερολίνο-Γερμανία	Τουριστική με ΕΟΤ	8-12 Μαρτίου 2017
5	MITT 2017	Μόσχα - Ρωσία	Τουριστική με ΕΟΤ	14-16 Μαρτίου 2017
6	UITT2017	Κίεβο-Ουκρανία	Τουριστική	29-31 Μαρτίου 2017
7	TAXIDI	Λευκωσία-Κύπρος	Τουριστική	Απρίλιος 2017
8	BIRDFAIR 2016	Λέστερ-Αγγλία	Θεμ Εναλλακτικός	Αυγούστου 2017
9	TOUR NATUR	Ντίσελντορφ	Θεμ Δραστηριότητες υπαίθρου	1-3 Σεπτεμβρίου 2017
10	IFTM TOP RESA	Παρίσι- Γαλλία	Τουριστική με ΕΟΤ	26-29 Σεπτεμβρίου 2017
11	WTM	Λονδίνο- Μεγ. Βρετανία	Τουριστική με ΕΟΤ	Νοέμβριος 2017
12	PHILOXENIA	Θεσ/νικη-Ελλάδα	Τουριστική	Νοέμβριος 2017

❖ Οι ημερομηνίες 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. Είναι δυνατή η προσθαφαίρεση εκθέσεων σε σχέση με τις αναφερόμενες ως άνω ανάλογα με επικαιροποιημένα στοιχεία ή άλλες παραμέτρους. 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) και θα περιλαμβάνει επίσης το κόστος καταχωρήσεων σε έντυπα ή και ραδιοφωνικά μηνύματα. Επιπλέον, 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, κέτερινγκ, άτομα, μεταφραστές, υποστήριξη κλπ) της κάθε εκδήλωσης.

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη 2017 : 125.000€**3. Φιλοξενία διαμορφωτών κοινής γνώμης και ανάπτυξη δημόσιων σχέσεων**

Η γνωριμία με τον τόπο μας ξένων και Ελλήνων δημοσιογράφων, τουριστικών πρακτόρων, μπλόγκερ κλπ είναι ιδιαίτερα σημαντική διότι διαμορφώνουν τη γνώμη μεγάλου τμήματος του κοινού. Η εμπειρία μας έχει δείξει ότι είναι ιδιαίτερα αποδοτική ενέργεια και δημιουργεί διαχρονικές σχέσεις. Περιλαμβάνεται ενδεικτικά το κόστος για μετακινήσεις, μεταφορά, διαμονή, διατροφή, ξενάγηση, λοιπές δαπάνες δημοσίων σχέσεων και δημοσιότητας κλπ για :

- Πρόσκληση και φιλοξενία Ελληνικών τηλεοπτικών εκπομπών ή/και Ελλήνων δημοσιογράφων.
- Η προσέλκυση «γυρισμάτων» ταινιών, τηλεοπτικών σειρών και video clips με ειδικά προνόμια και παροχές στους παραγωγούς.
- Πρόσκληση Celebrities και VIPs.
- Οργάνωση δημοσιογραφικών ταξιδιών (leader opinions) από τις αγορές ενδιαφέροντος.
- Οργάνωση ταξιδιών τουριστικών πρακτόρων (tour operators) από τις αντίστοιχες αγορές ενδιαφέροντος.
- Επαφή με πράκτορες μέσω ηλεκτρονικών σεμιναρίων (webinars), ή/και συμμετοχή σε trade roadshows, ή/και γεύμα εργασίας με ταξιδιωτικούς πράκτορες & δημοσιογράφους όπου είναι εφικτό, σε ορισμένες από τις αγορές ενδιαφέροντος του εξωτερικού.
- Διαχείριση κρίσεων (crisis management)
- Αναζήτηση και ανάπτυξη συνεργασιών και συνεργιών με Aegean, fedHATTA, ΣΕΤΕ κα (ΜΜΕ/ αεροπορικές εταιρείες κ.λ.π)

Παράλληλα περιλαμβάνει :

- **Δικτύωση με πράκτορες και τουριστικούς φορείς του εξωτερικού.** Πρόσκληση, γνωριμία με την περιοχή, δικτύωση με τοπικούς επαγγελματίες, τουριστικών πρακτόρων από συγκεκριμένες χώρες στόχους. Η διοργάνωση πολλών επιμέρους στοχευμένων συναντήσεων, εξυπηρετεί μια πιο συγκεκριμένη προσέγγιση καταγραφής του τουριστικού προϊόντος και διερεύνησης των τουριστικών προοπτικών προορισμού. Με τον τρόπο αυτό θα εστιάσουμε στις ιδιαιτερότητες κάθε αγοράς αλλά και προβολής της βέλτιστης ζητούμενης εμπειρίας.
- **Δικτύωση με πράκτορες και τουριστικούς φορείς του εσωτερικού.** Μέσα από τις συναντήσεις με τους εθνικούς μας φορείς θα προκύψουν οι απαραίτητες δικτυώσεις και συνεργασίες σε τοπικό και εθνικό επίπεδο για την περαιτέρω ανάδειξη και επιχειρηματική βέλτιστη προώθηση και ωφέλεια για τον τόπο μας.

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη 2017 : 114.600€

4. Ειδικές δράσεις προβολής και προωθητικές ενέργειες του τουριστικού προϊόντος σε Ελλάδα και Εξωτερικό

Στοχευμένες εκδηλώσεις σε πόλεις στόχους όπως πχ Κωνσταντινούπολη, Κίεβο, Βελιγράδι, Βουκουρέστι κα αλλά και εντός Ελλαδικού χώρου. Κοινό γνώρισμα των ειδικών δράσεων προβολής είναι το εύρος δυνατοτήτων για προβολή που προσφέρεται . Ενδεικτικές δράσεις είναι:

- Η οργάνωση ειδικών γαστρονομικών εκδηλώσεων.
- Η οργάνωση παρουσιάσεων προορισμών στις αγορές ενδιαφέροντος.
- Προωθητικές δράσεις (road shows) σε Ελλάδα- Εξωτερικό.
- Περιοδεία κινητής ενημερωτικής ομάδας -ενημερωτικό mini van- σε σημαντικά αστικά κέντρα στο εξωτερικό.
- με διοργάνωση εκδηλώσεων προβολής,
- διαφημιστικής προβολής
- συναντήσεων b2b.
- Ημερίδες δημιουργικής προβολής
- Συμμετοχή σε πρωτότυπες προωθητικές δράσεις για την προσέγγιση του ταξιδιωτικού κοινού σε Ελλάδα (πχ σε μεγάλο εμπορικό κέντρο) και εξωτερικό.

Περιλαμβάνονται ενδεικτικά δαπάνες για τον σχεδιασμό, υλοποίηση, παρεχόμενες υποστηρικτικές υπηρεσίες, μετακίνηση, διαμονή, διαφήμιση, οργάνωση, δημιουργία κατάλληλων υλικών προβολής και δημοσίων σχέσεων, ενοικιάσεις χώρων, υλικών, οχημάτων, τροφοδοσίας, προσωπικού, διερμηνείας κλπ. Οι δράσεις μπορούν να γίνονται σε συνεργασία και με ενώσεις, συνδέσμους Ξενοδόχων, Επιμελητήρια κλπ

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 113.100€

5. Διαφήμιση σε Ελλάδα και Εξωτερικό (Ραδιόφωνο, Έντυπα, Διαδίκτυο, Τηλεόραση)

Δημιουργία καταχωρήσεων σε έντυπο, ηλεκτρονικό τύπο, ραδιόφωνο, τηλεόραση προβολής συνολικά του τουριστικού προορισμού καθώς και θεματικών καταχωρήσεων οι οποίες θα προβάλλουν στοχευμένα σε ειδικό κοινό και σύμφωνα με το τύπο του εκάστοτε μέσου τις θεματικές - μορφές τουρισμού που προσφέρει ο προορισμός ΑΜΘ. Οι καταχωρήσεις στον τύπο θα πρέπει να αναδεικνύουν «το αυθεντικό» τουριστικό προϊόν του προορισμού, αντίστοιχα προωθητικά μηνύματα σε ιστοσελίδες ευρείας αναγνώρισης. Αφορά σε Ελλάδα, εξωτερικό αλλά και περιφερειακά μέσα.

- Παραγωγή τηλεοπτικού και ραδιοφωνικού σποτ ή και dvd.
- Διαφημιστική καμπάνια σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Έντυπα (εφημερίδες, περιοδικά), ραδιόφωνο, τηλεόραση και ίντερνετ) στο εσωτερικό και το εξωτερικό, σε inflight περιοδικά, συνδρομή στην παραγωγή τηλεοπτικών προγραμμάτων που θα προβάλλουν την περιφέρεια.
- Διαφημιστική καμπάνια δια μέσω αθλητικών συλλόγων και εκδηλώσεων που λαμβάνουν μέρος σε τουλάχιστον Πανευρωπαϊκού επιπέδου διοργανώσεις ή οι εκδηλώσεις έχουν διεθνή χαρακτήρα με τη συμμετοχή εθνικών ομάδων τουλάχιστον 3 χωρών.

- Κρίνεται ως πιο αποδοτική διαφήμιση η έμμεση διαφήμιση που επιτυγχάνεται μέσω στοχευμένων αφιερωμάτων τα οποία συνοδεύονται από πλούσιο φωτογραφικό υλικό. Τα αφιερώματα θα είναι αντίστοιχα της θεματολογίας και του αναγνωστικού κοινού του εκάστοτε εντύπου.
- Περιλαμβάνονται ενέργειες προβολής μέσα από τηλεοπτικές εκπομπές ή κινηματογραφικές ταινίες ή σειρές της τηλεόρασης.

Στη δράση περιλαμβάνεται : Ο σχεδιασμός, παραγωγή, μακέτας για έντυπο ή ηλεκτρονικό μέσο, ηχητικών μηνυμάτων, τηλεοπτικών μηνυμάτων, μεταφράσεων, αγοράς χρόνου, παρακολούθησης αποτελεσμάτων, διαδραστικών ενεργειών, συμμετοχή στην παραγωγή τηλεοπτικών εκπομπών ή σειρών, κινηματογραφικών ταινιών και γενικότερα καλύπτει όλες τις αναγκαίες ενέργειες για την επιτυχή διαφημιστική προβολή της περιφέρειας σε Ελλάδα και Εξωτερικό.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 29.000€

6. Προωθητικές ενέργειες προβολής στο διαδίκτυο

Αδιαμφισβήτητα το διαδίκτυο αποτελεί το ισχυρότερο εργαλείο προβολής, παρουσιάζοντας παράλληλα διαρκώς αυξητικές τάσεις στο επίπεδο των χρηστών παγκοσμίως.

Πλεονεκτήματα:

1. Διείσδυση σε αγορές χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς.
2. Προβολή σε επιλεγμένες αγορές στόχους (χώρες στόχοι).
3. Προβολή σε επιλεγμένα κοινά (ηλικιακά κριτήρια, βάση ενδιαφέροντος κ.λ.π).
4. Άμεση προβολή σε «πελάτες» που αναζητούν το προϊόν.
5. Προσαρμοστικότητα των διαφημιστικών μηνυμάτων.
6. Ευελιξία στην διαχείριση του περιεχομένου και της καμπάνιας σχετικά με τον χρόνο προβολής και τον τόπο.
7. Άμεσος έλεγχος αποτελεσματικότητας και κόστους καμπάνιας.
8. Χαμηλό κόστος προβολής συγκριτικά με άλλα παραδοσιακά μέσα προβολής.

▶ Προβολή σε μηχανές αναζήτησης (Google, MSN, Yahoo κ.λπ):

Προβολή με πληρωμένες διαφημίσεις οι οποίες εμφανίζονται πριν ή δεξιά των οργανικών αποτελεσμάτων. Άμεση προβολή σε πελάτες που αναζητούν τουριστικό προϊόν.

▶ Προβολή σε σελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, myspace κ.λ.π):

Πληρωμένες καταχωρήσεις που εμφανίζονται δεξιά στην σελίδα του χρήστη. Οι καταχωρήσεις στις σελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης παρέχουν δυνατότητα στόχευσης τόσο σε χώρα όσο και σε συγκεκριμένα κοινά ανάλογα με το προϊόν που προβάλλουμε.

▶ Προβολή με internet banners σε σχετικούς με το τουρισμό δικτυακούς τόπους:

Προβολή των μηνυμάτων μέσω banners σε δικτυακούς τόπους τουριστικού ενδιαφέροντος που μπορεί να είναι σελίδες όπως tripadvisor, booking.com, thomascook.com, travelstyle.gr, airtickets.com, σε σελίδες αεροπορικών εταιριών κ.λ.π.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 20.000€

7. Διαχείριση σελίδων διαδικτύου – Κοινωνικών δικτύων κλπ

Το portal της Περιφέρειας και οι σελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης είναι τα βασικά εργαλεία προβολής του προορισμού στην παγκόσμια αγορά. Πρέπει να είναι ενημερωμένα και να παρέχουν σε κάθε επισκέπτη (χρήστη) την απαραίτητη πληροφορία. Για τους λόγους αυτούς έχει δημιουργηθεί εσωτερικά με υπαλλήλους της ΠΑΜΘ, μια ομάδα διαχείρισης του περιεχομένου του portal και των σελίδων Κοινωνικής Δικτύωσης. Πρέπει να ενισχυθεί με ειδικούς και άλλους συνεργάτες σε Ελλάδα και Εξωτερικό ώστε σε καθημερινή βάση να επικαιροποιεί το περιεχόμενο και να προκαλεί έτσι δημοσιότητα. Μία καινούρια ανάρτηση για παράδειγμα στο facebook ή μία βελτίωση στον ιστότοπο, μπορεί να διεγείρει το ενδιαφέρον των χρηστών λειτουργώντας σαν μια viral διαφήμιση. Παράλληλα συνεργάτες στο εξωτερικό μπορούν να “προωθούν” αναρτήσεις και να προβάλουν την ΠΑΜΘ. Περιλαμβάνεται ενδεικτικά δαπάνη για παροχή υπηρεσιών (Δημοσιογράφος, Επιμελητή κειμένων, Μεταφραστή/ες, Γραφίστα, Web developer), κοινωνικής δικτύωσης, προβολής, μετάφρασης, συμπλήρωσης φωτογραφιών και γενικότερα όποια ενέργεια κριθεί απαραίτητη για την καλύτερη προβολή σε Ελλάδα ή χώρα του εξωτερικού και την επικαιροποίηση – βελτίωση των διαδικτυακών μας σελίδων και λογαριασμών.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 20.000€

8. Έντυπα Μπάνερ Διαφημιστικά

Η Περιφέρεια έχει πλέον στη διάθεση της νέα επίκαιρα έντυπα. Εντούτοις παρουσιάζονται ανάγκες κατά καιρούς, σημειακά ανά ΠΕ, που απαιτούν την υποστήριξη με έντυπο υλικό τοπικών ή θεματικών τουριστικών πόρων. Επίσης είναι γενικότερα αποδεκτό ότι πλέον επικεντρωνόμαστε στην διαδικτυακή προβολή αλλά το έντυπο συνεχίζει να είναι απαραίτητο σε μία σειρά δράσεων προβολής και ενημέρωσης. Για αυτό το λόγο για το 2016, προβλέπεται η δυνατότητα εκτύπωσης που περιλαμβάνει την δημιουργία νέων εντύπων αλλά και επανεκτυπώσεις και επικαιροποιήσεις εντύπων χαρτών, αφισών κλπ. Δημιουργία και παραγωγή εξειδικευμένων εντύπων που θα απευθύνονται σε στοχευμένες ομάδες στόχους ή τοπικούς προορισμούς ή υποστήριξη εκδηλώσεων. Περιλαμβάνεται επίσης η προμήθεια διαφημιστικών δώρων, φορητές μνήμες (flash memories) παραγωγή σακουλών, folder, μπλοκ κλπ, προμήθεια πτυσσόμενων κατασκευών (τύπου banners, αράχνη κλπ) ως πρόσθετο εξοπλισμό σε ημερίδες παρουσιάσεις κλπ. Δημιουργία ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου ικανοποίησης προτάσεων επισκεπτών διαθέσιμο .

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 79.800€

9. Συνέδρια – Ημερίδες

Τα συνέδρια, σεμινάρια, workshops και οι ημερίδες είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος επικοινωνίας της Διοίκησης με τους επαγγελματίες τουρισμού της Περιφέρειας και τους θεσμικούς φορείς αλλά και εν δυνάμει συνεργάτες σε Ελλάδα και εξωτερικό. Μέσω αυτής της επικοινωνίας στόχος είναι όλοι μαζί να λειτουργούν σαν μια καλοστημένη «ομάδα» για την επίτευξη του επιθυμητού αποτελέσματος. Προτείνεται:

- ▶ Ημερίδες ενημέρωσης στις οποίες θα παρουσιάζονται οι νέες τάσεις και προκλήσεις στην τουριστική αγορά, σύγχρονες λύσεις για τους επαγγελματίες του τουρισμού κ.λ.π.
- ▶ Οργάνωση Σεμιναρίων επιμόρφωσης και ενημέρωσης με ειδικευμένους επιμορφωτές, που θα απευθύνονται τόσο στο δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα, για αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος και παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών συμβούλων και μελετών. Μέσα από αυτή τη δράση θα προσπαθήσουμε να εξοπλίσουμε τους επαγγελματίες του τουρισμού με δεξιότητες και γνώσεις, έτσι ώστε να μπορούν να

δημιουργήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε κάθε βήμα του «Τουριστικού Μονοπατιού» αλλά και να παρακινήσουμε νέους να ασχοληθούν με την παροχή υπηρεσιών. Στόχος όλων των σεμιναρίων να απαντάνε σε πραγματικές ανάγκες των επαγγελματιών και των επιχειρήσεων του κλάδου.

- ▶ Διοργάνωση και εκτέλεση δράσεων σε συνεργασία με Δήμους, φορείς, συλλόγους, για τη δημιουργία και εγκαθίδρυση των βάσεων για την ανάπτυξη συγκεκριμένων προϊόντων ειδικών μορφών τουρισμού. (Θρησκευτικός, Αρχαιολογικός, Ιστορικός-στρατιωτικός, φυσιολατρικός, γαστρονομικός κλπ). Οργάνωση ημερίδων εργασίας θεματικών μορφών τουρισμού αναζήτηση εμπειρίας. Είναι σημαντικό να αναζητήσουμε ανά περιοχή την πραγματική υφιστάμενη εμπειρία που μπορεί να έχει ο επισκέπτης και να αναδείξουμε τα στοιχεία της ώστε να ενδυναμωθεί στοχευμένα η βάση του τουριστικού μας προϊόντος. Περιλαμβάνει προσδιορισμό και ανάδειξη.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 58.000€

10. 3^ο Φεστιβάλ VIA EGNATIA

Η αρχαία Εγνατία οδός, διατρέχει την περιφέρεια μας και αποτελεί δρόμο πολιτισμού αλλά και σημαντικό γνωστό πανευρωπαϊκά μνημειακό πόρο που μπορεί να προσελκύσει μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Θα αποτελέσει σημαντικό μέσο προβολής το οποίο στόχος είναι προσελκύσει μέσω του Φεστιβάλ επισκέπτες από όλη την Ελλάδα και τις όμορες χώρες σε αυτή τη 3^η διοργάνωση του. Το 2016 τέθηκε υπό την αιγίδα του Υπουργείου Πολιτισμού συνοδευόμενο από συμβολική χρηματοδότηση και το 2017 επιθυμούμε να τεθεί και υπό την αιγίδα του ΕΟΤ, να αποκτήσει διεθνή προβολή και να αποτελέσει μία ακόμη αιτία αναζήτησης στο εξωτερικό της Ελλάδας. Δίπλα στην αρχαία Εγνατία, θα διοργανωθούν εκδηλώσεις αρχαιολογικής-ιστορικής αναδρομής, προβολής παραδοσιακών στοιχείων, τοπικής γαστρονομίας, πολιτιστικών εκδηλώσεων, μουσικών εκδηλώσεων με καλλιτέχνες νέους ντόπιους αλλά και αναγνωρισμένης αξίας Ελλήνων και Ξένων τραγουδιστών και συγκροτημάτων. Οι δαπάνες για τη διοργάνωση του θα περιλαμβάνουν ενδεικτικά, δημιουργία μακέτας εκδήλωσης, διαφημιστικών αφισών, πανό, δημιουργία ραδιοφωνικού και τηλεοπτικού μηνύματος, αγορά χρόνου προβολής αυτών σε έντυπο, ηλεκτρονικό τύπο, ραδιόφωνο και τηλεόραση, τοπικά και πανελλήνια, ενοικίαση, εγκατάσταση εξέδρων, ηχητικών φωτισμού, μέτρων ασφάλειας και υγιεινής, τουαλέτες, προσωπικού ασφάλειας χώρου, λεωφορείων μεταφοράς κοινού, αμοιβής καλλιτεχνών, συγκροτημάτων, μουσικών, τρόφιμα και ποτά, αγοράς τοπικών προϊόντων για γαστρονομικές δράσεις, αεροπορικά εισιτήρια, μεταφορά, φιλοξενία, διατροφή, καλλιτεχνών, ομιλητών, συντελεστών εκδηλώσεων, κόστος καυσίμων ή ενοικίασης οχημάτων ή άλλου απαραίτητου εξοπλισμού και γενικότερα κάθε δαπάνη που θα κριθεί απαραίτητη για την άρτια υλοποίηση και προβολή του 3^{ου} Φεστιβάλ VIA EGNATIA , το οποίο θα ζητήσουμε να τεθεί και υπό την αιγίδα του ΕΟΤ. Θα περιλαμβάνει εκδηλώσεις ανά ΠΕ, χωρίς να συμπίπτουν μεταξύ τους και επιθυμητό είναι να διοργανωθεί το 2^ο 15μερο του Αυγούστου έως το 1^ο του Σεπτεμβρίου.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 24.800€ ανά ΠΕ και 20%ΠΕΡ (αυτόνομες εκδηλώσεις)

11. Προβολή προϊόντων

Η χώρα μας εκτός των άλλων, είναι παγκοσμίως γνωστή για τα ποιοτικά προϊόντα της. Λέγοντας προϊόντα δεν αναφερόμαστε μόνο σε τρόφιμα και ποτά. Προϊόν είναι και το μάρμαρο, προϊόν είναι και το μετάξι και ο καπνός και πολλά άλλα. Όλα αυτά τα προϊόντα τα οποία ταξιδεύουν ανά τον κόσμο φέρουν επάνω τους την χώρα μας, την περιοχή μας, την κουλτούρα μας, τον πολιτισμό μας. Έλληνας και ακόμη περισσότερο ο ξένος ο οποίος καταναλώνει ένα τοπικό προϊόν που βρίσκει στο ράφι του super market του, θα πρέπει να ταυτοποιείται στο μυαλό του ότι αυτό το προϊόν προέρχεται από έναν πανέμορφο και ευλογημένο τόπο και να του γεννηθεί η επιθυμία να επισκεφτεί τον τόπο αυτό.

Αδιαμφισβήτητα τα τοπικά προϊόντα αποτελούν έναν από τους βασικούς άξονες της οικονομίας και του τουρισμού της Περιφέρειας. Προτείνεται να αναπτυχθούν συνέργειες με παραγωγούς, εμπόρους, συνεταιρισμούς, συλλόγους έτσι ώστε να υπάρξει μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ της προβολής των τοπικών προϊόντων και του προορισμού.

Προτάσεις συνέργειας:

- ▶ Σήμανση στην συσκευασία των προϊόντων με λογότυπο της Περιφέρειας και αναγραφή της διεύθυνσης του portal.
- ▶ Προβολή των προϊόντων μέσω ειδικής διαμορφωμένης «γωνιάς» στο περίπτερο στις εκθεσιακές παρουσίες της Περιφέρειας.
- ▶ Ανάπτυξη εξειδικευμένου εντύπου προβολής των τοπικών προϊόντων της Περιφέρειας.
- ▶ Διοργάνωση έκθεσης τοπικών προϊόντων κατά την διάρκεια του καλοκαιριού.
- ▶ Ανάπτυξη προγράμματος επίσκεψης μονάδων παραγωγής τοπικών προϊόντων.
- ▶ Ειδικά για τα τρόφιμα και τα ποτά, διεξαγωγή παράλληλης εκδήλωση γευσιγνωσίας κατά την διάρκεια εκθεσιακής παρουσίας της Περιφέρειας (ειδικά σε εκθέσεις εξωτερικού).
- ▶ Παρουσία σε ειδικές εκθέσεις τροφίμων σε Ελλάδα και εξωτερικό :

Α.Α	ΕΚΘΕΣΗΣ-ΔΡΑΣΗΣ	ΤΟΠΟΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	ΕΙΔΟΣ ΕΚΘΕΣΗΣ
1	Prowein	Γερμανία	Οίνος
2	DETROP-OENOS	Ελλάδα	Τροφίμων
3	Εκθέσεις εντός της Περιφέρειας ΑΜΘ	Δράμα, Καβάλα, Ξάνθη, Ροδόπη, Έβρος	Γενικές και Κλαδικές
4	3 ^η Synergieia ΠΑΜΘ	Καβάλα 2017	Δικτύωση ΠΑΜΘ, Τοπικά Προϊόντα με Διαμονή Εστίαση.
5	Anuga	Γερμανία	Τροφίμων Ποτών

Πέραν των προτεινόμενων στην παρούσα πρόταση, λοιπές δράσεις μπορούν να εξειδικευτούν περαιτέρω σε συνεργασία με ΕΒΕ και λοιπούς αρμόδιους φορείς.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 129.600€

12. 1^η Έκθεση ΕΘΝΙΚΑ ΠΑΡΚΑ Φύση Κυνήγι Ψάρεμα

Η Ανατολική Μακεδονία και η Θράκη έχει 4 εθνικά πάρκα , δασικά, ποτάμια και θαλάσσια οικοσυστήματα, το δασικό κεφάλαιο μοναδικό, η χλωρίδα και πανίδα με ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Επιπρόσθετα αποτελεί ιδιαίτερο σημείο ενδιαφέροντος για κυνηγούς και ψαράδες. Πέρα από τις κρατικές δομές που ασχολούνται με τα παραπάνω, είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένα σε όλη την επικράτεια της όργανα και συλλογικοί φορείς που ασχολούνται με την παρακολούθηση, προστασία, υλοποίηση δράσεων αλλά και ιδιώτες με έντονο ενδιαφέρον και ενασχόληση. Η εμπορική δραστηριότητα σημαντική και συμβάλει και στην τουριστική επισκεψιμότητα.

Τα όρια μεταξύ των παραπάνω κάποιες φορές φαίνεται ότι είναι αλληλοσυγκρουόμενα αλλά στην πράξη όταν οι ενέργειες υλοποιούνται με βάση τους κανόνες όχι μόνο δεν έρχονται σε αντίθεση αλλά αλληλοσυμπληρώνουν κενά και βοηθούν στη διατήρηση της αειφορίας.

Προτάσεις ενέργειας:

- ▶ Διοργάνωση κυκλικά ανά έτος σε περιοχή κοντά σε έδρα Φορέα Διαχείρισης Προστατευόμενης Περιοχής με δυνατότητα βασικής εξυπηρέτησης επισκεπτών.

Προτείνονται ενδεικτικά πιθανά μέρη υλοποίησης: Δαδιά, Φέρες, Ορεστιάδα, Πόρτο Λάγος, Φανάρι, Κεραμωτή, Παρανέστι, Βόλωκας, Σταυρούπολη.

- ▶ Υλοποίηση Ιούνιο ή Αύγουστο με εγκαταστάσεις της έκθεσης στην ύπαιθρο.
- ▶ Τρία σκέλη : α) Εθνικά πάρκα-Ορνιθοπαράτηρηση-Πεζοπορικός-Ποδηλασία-Αναρρίχηση-Κανόε Καγιάκ , β) κινήγι-εξοπλισμός, γ) ψάρεμα-εξοπλισμός δ) παροχή υπηρεσιών θεματικού τουρισμού
- ▶ Πιθανοί εκθέτες: τοπικοί επαγγελματίες, φορείς, σύλλογοι, επιστημονικά ιδρύματα/ εταιρείες εξοπλισμού ορνιθοπαράτηρησης, ρουχισμού, όπλα-φυσίγγια-υλικά ψαρέματος, βάρκες-σκάφη, μηχανές, οχήματα κα
- ▶ Θεματικά εργαστήρια πληροφόρησης για θέματα ενδιαφέροντος κοινού / θέματα επιστημονικά / τουριστικής συνεργασίας / Συνεργασίας και ανταλλαγής απόψεων οικολογικών οργανώσεων, κυνηγετικών συλλόγων, ψαράδων επαγγελματιών και ερασιτεχνών.
- ▶ Πρόσκληση και φιλοξενία διεθνών προσωπικοτήτων και φορέων, τουριστικών πρακτόρων από Ελλάδα και εξωτερικό εξειδικευμένους με τα αντικείμενα.
- ▶ Αναζήτηση χορηγικών πακέτων από τις ενδιαφερόμενες εταιρείες.
- ▶ Συνδιοργάνωση – αιγίδα : Υπ. Περιβάλλοντος, Υπ Τουρισμού, Υπ Αγροτικής Ανάπτυξης, Αποκεντρωμένη Διοίκηση, Φορέων Διαχείρισης, Κυνηγετικών Συλλόγων.

Προτείνεται η υλοποίηση της για πρώτη χρονιά το 2018. Το 2017 θα υλοποιηθεί ο σχεδιασμός υπό την οργανωτική επιτροπή , η οποία θα αναζητήσει εκθέτες και χορηγούς και θα θέσει όρια και στόχους υλοποίησης με πενταετή προσανατολισμό.

Συνολική εκτιμώμενη δαπάνη 2017 : 10.000€

Παράλληλα με το ως άνω πρόγραμμα η ΠΑΜΘ, στα πλαίσια του έτους τουρισμού θα φροντίσει για την υποστήριξη, αιγίδα και προβολή συγκεκριμένων εμβληματικών εκδηλώσεων ανά ΠΕ. 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 που εφόσον προετοιμαστούν κατάλληλα και γίνει ο προγραμματισμός τους στο σωστό χρόνο, θα αποδώσουν σίγουρα προστιθέμενα οφέλη στην τουριστική ανάδειξη. Επιλογή ανά ΠΕ σε συνεργασία με τους χωρικούς αντιπεριφερειάρχες και χρηματοδότηση από τους αντίστοιχους κωδικούς πολιτιστικών εκδηλώσεων που δεν άπτονται του προγράμματος τουριστικής προβολής.

Οι δαπάνες προτείνονται και εξειδικεύονται σε πίνακα ανάλυσης δράσεων. Είναι σύμφωνα με τις εκτιμώμενες ανάγκες προβολής και υπόκεινται σε αυξομειώσεις ανάλογα με τη δυνατότητα που θα έχει η Περιφέρεια και την τελική απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου. Τα ακριβή ποσά που θα χρησιμοποιηθούν και η κατανομή τους ανά ΠΕ, θα προσδιοριστούν επακριβώς στο τεχνικό πρόγραμμα ΠΑΜΘ 2017 που υποβληθεί στο Περιφερειακό Συμβούλιο για έγκριση.

Παρακαλώ για την έγκριση από την Εκτελεστική Επιτροπή και ακολούθως από το Περιφερειακό Συμβούλιο της ΑΜ-Θ του **Προγράμματος Τουριστικής Προβολής για το "2017 Έτος τουρισμού για την ΠΑΜΘ"**, όπως αναπτύχθηκε παραπάνω.

Το Περιφερειακό Συμβούλιο Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης μετά από διαλογική συζήτηση και έχοντας υπόψη τις διατάξεις α) του άρθρου 163 του Ν. 3852/2010 β) του άρθρου 46 του ν.4276/2014 (ΦΕΚ 155/Α') «προγράμματα τουριστικής προβολής» γ) του άρθρου 30 του ν.3498/2006 (Φ.Ε.Κ. 230/Α') «περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημόσιου τομέα». δ) την αριθ. 80 /11-5-2016 απόφαση του.

**ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ΚΑΤΑ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ
ΜΕ ΨΗΦΟΥΣ 30 ΥΠΕΡ 1 ΚΑΤΑ 12 ΛΕΥΚΑ 2 ΠΑΡΩΝ**

Εγκρίνει το ετήσιο Πρόγραμμα Τουριστικής προβολής Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης για το «2017 έτος Τουρισμού για την ΠΑΜΘ », όπως ειδικότερα αναφέρεται στην ανωτέρω εισήγηση .

Κατά της ανωτέρω απόφασης ψήφισε η Περιφερειακή Σύμβουλος κα. Γεροστεργίου Αικατερίνη, γιατί η εισήγηση δεν ανταποκρίνεται σ' αυτό το σημαντικό τομέα ανάπτυξης για την Περιφέρεια μας, που είναι το Τουριστικό προϊόν ή ο τουρισμός ούτε στο 2017 έτος Τουρισμού που αποφάσισε ομόφωνα το Περιφερειακό Συμβούλιο.

Λευκό δήλωσαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ Καραλίδης Φώτιος, Γρανάς Αρχέλαος , Τσαλδαρίδης Αναστάσιος, Βλαχογιάννης Ανέστης, Μεχμέτ Ούστα Χουσεΐν, Κοτζά Μουμίν Ριτβάν, Γαλάνης Βασίλειος, Ζιμπίδης Γεώργιος, γιατί ο σχεδιασμός είναι μια αντιγραφή από τα προηγούμενα, Τρέλλης Χρήστος (για τους λόγους που αναφέρονται στο συνημμένο έγγραφο που κατάθεσε στο προεδρείο), Τουρτούρης Σπυρίδων, Λασκαρίδης Παντελής, Μαλτέζος Μενέλαος (θεωρούν την εισήγηση ελλιπή γιατί δεν αναφέρεται σαφές περιεχόμενο στους άξονες δράσεις).

Παρών δήλωσαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι Κιτσόπουλος Χρήστος, Ναθαναηλίδης Αναστάσιος,

Αποχώρησαν οριστικά από την συνεδρίαση οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ. Εξακουστός Κωνσταντίνος, Καβαρατζής Σταύρος.

Η παρούσα απόφαση έλαβε α/α 230 /2016

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

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ

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

ΚΟΤΖΑ ΜΟΥΜΙΝ ΡΙΤΒΑΝ