

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ

Του Πρακτικού 20/2017 συνεδρίασης του Περιφερειακού Συμβουλίου
Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

Αριθ. Απόφασης 213/2017

ΠΕΡΙΛΗΨΗ : Έγκριση 1^{ης} τροποποίησης Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης για το έτος 2018.

Στην Κομοτηνή σήμερα **21-12-2017** ημέρα **Πέμπτη** και ώρα **18.30**, στην αίθουσα συνεδριάσεων «ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΥΛΙΔΗΣ» της Περιφερειακής Ενότητας Ροδόπης παρουσία του Περιφερειάρχη Χρήστου Μέτιου, των Αντιπεριφερειάρχων: Μαρκόπουλου Θεόδωρου Π.Ε. Καβάλας, Ζαγναφέρη Κωνσταντίνου Π.Ε. Ξάνθης, Τσαλικίδη Νικόλαο 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. 7746/15 Δεκεμβρίου 2017** έγγραφη πρόσκληση του Προέδρου του που επιδόθηκε σε κάθε Περιφερειακό Σύμβουλο, σύμφωνα με το άρθρο 167 παρ. 2 του Ν. 3852 /2010.

ΠΑΡΟΝΤΕΣ :

1. Μποταΐτης Σωτήριος, Πρόεδρος του Π.Σ.
2. Καβαρατζής Σταύρος, Αντιπρόεδρος του Π.Σ.
3. Μεχμέτ Ούστα Χουσεΐν, Γραμματέας του Π.Σ.

ΤΑ ΜΕΛΗ

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

ΑΠΟΝΤΕΣ

Ο Αντιπεριφερειάρχης Π.Ε.Δράμας κ. Πατακάκης Ανάργυρος.

ΤΑ ΜΕΛΗ

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| 1. Τσιλιγγίρης Σπυρίδων | 5. Βλαχογιάννης Ανέστης |
| 2. Ζάχαρη Ζηνοβία | 6. Γαλάνης Βασίλειος |
| 3. Μοσχοφίδου- Βλάχου Ελεονώρα | 7. Μουμίν Οντέρ |
| 4. Βουδούρης Ευάγγελος | |

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 τα 43 μέλη, ο Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, έθεσε στην κρίση των μελών για συζήτηση ή μη δύο θέματα εκτός ημερήσιας διάταξης.

Αποφασίστηκε κατά πλειοψηφία η συζήτηση των θεμάτων εκτός ημερήσιας διάταξης.

Αποχώρισαν οριστικά από τη συνεδρίαση οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ. κ. Καραλίδης Φώτιος, Τρέλλης Χρήστος.

Προσήλθε στη συνεδρίαση ο Περιφερειακός Σύμβουλος κ. Αμοιρίδης Μιχαήλ

Δήλωσαν την αποχώρησή τους από τη συζήτηση του εκτός ημερήσιας διάταξης θέματος οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι κ.κ. Γρανάς Αρχέλαος, Δαμιανίδης Παύλος, Τσαλδαρίδης Αναστάσιος, Κοτζιά Μουμίν Ριτβάν, Ζιμπίδης Γεώργιος, Τουρτούρης Σπυρίδων, Λασκαρίδης Παντελής, Μαλτζός Μενέλαος, Χατζηθεοδωρίδης Ηρακλής, Γκανιάτσου-Ελευθεριάδου Στυλιανή, Τρέλλης Χρήστος, Τραϊφόρος Βασίλειος, Γεροστεργίου Αικατερίνη.

Εισηγούμενος το θέμα εκτός ημερήσιας διάταξης ο Θεματικός Αντιπεριφερειάρχης κ. Κωνσταντίνος Αντωνιάδης έθεσε υπόψη των μελών του Περιφερειακού Συμβουλίου Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, τα εξής:

ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους τομείς στους οποίους στηρίζει την ανάπτυξή της η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Με το έτος 2018 ξεκινά η υλοποίηση του ολοκληρωμένου σχεδιασμού τριετίας που έλαβε χώρα κατά τη διάρκεια του έτους Τουρισμού 2017. Σηματοδοτείται έτσι η έναρξη μιας συνεχούς και συστηματικής προσπάθειας για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή μας, μιας προσπάθειας την οποία η Περιφέρεια ΑΜΘ ενισχύει με ακόμα περισσότερους πόρους.

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 αξιομηκόμενα 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.), παλαιοντολογικά ευρήματα.

2. **Πλούσια πολιτιστική κληρονομιά:** Μακρά και πολύπλευρη ιστορία, συναρπαστική μυθολογία, έντονος πολυπολιτισμικός χαρακτήρας, μυθολογικά στοιχεία (Ορφέας, Διόνυσος, Κύκλωπας), αρχαιολογικοί χώροι (αρχαία θέατρο Μαρώνειας και Αβδήρων, Ιερό Διονύσου, αρχαιολογικός χώρος Φιλίππων κ.α.), Καβείρια μυστήρια, Ιερό των Μεγάλων Θεών, Ρωμαϊκά και Βυζαντινά μνημεία (ρωμαϊκά ψηφιδωτά, κάστρα, Μουσουλμανικά Μνημεία (το μεγαλύτερο τζαμί στην Ευρώπη, μπεκτασικοί τεκέδες), Τουρκικά λουτρά στα βουνά, μνημεία του 2ου Παγκοσμίου Πολέμου, Γραμμή Μεταξά – Οριογραμμή Ρούπελ, Βαλκανική ιστορία
3. **Θρησκευτικά μνημεία της Ορθοδοξίας:** Βυζαντινοί και μεταβυζαντινοί ναοί, δρόμοι του Αποστόλου Παύλου (Φιλίπποι), Βυζαντινά μοναστήρια (Κοσμοσώτεια, Παναγία Εικοσιφοίνισσα, κ.α.)
4. **Ενδιαφέρουσα ανθρωπογεωγραφία:** Πολυπολιτισμικότητα, προσφυγικός Ελληνισμός, Μουσουλμανική κοινότητα, Ρομά
5. **Πόλεις, αρχιτεκτονική, lifestyle:** Σύγχρονες πόλεις: Αλεξανδρούπολη, Καβάλα vs ατμοσφαιρικές πόλεις: Κομοτηνή και Ξάνθη, σύγχρονη vs παραδοσιακή αρχιτεκτονική, κτίρια belle époque, παλιά πόλη, σύγχρονη αγορά vs παζάρια, αντίκες, βραδινή ζωή, φοιτητικά στέκια-coffee culture
6. **Παραδοσιακά χωριά** όπου ο χρόνος έχει σταματήσει: Πομακοχώρια, 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 λουκούμι, καριόκες, πομάκινη κουζίνα 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, κατσικάκι Σαμοθράκης, σταφύλια Καβάλας, κουραμπιέδες Καρβάλης.
10. **Μουσεία:** Μουσείο Μεταξιού, Εθνολογικό Μουσείο Θράκης, Μουσείο Φυσικής Ιστορίας/ καπνού κ.α.
11. **Αρχαία Διανόηση:** Αρχαίοι σοφοί, Δημόκριτος, Πρωταγόρας, Λεύκιππος.
12. **Τέχνες, Εκδηλώσεις, Φεστιβάλ:** Τοπικές λαογραφικές γιορτές & δρώμενα, πλούσια μουσική παράδοση, φεστιβάλ Μαρώνειας-Σαπών, Ελευθέρια Θράκης, Έθιμα Γυναικοκρατίας, φεστιβάλ Κινηματογράφου Δράμας, φεστιβάλ Φιλίππων Θάσου, Καρναβάλι Ξάνθης, Φεστιβάλ Νεολαίας Άρδα, Φεστιβάλ Κοσμόπολις στην Καβάλα.
13. **Δραστηριότητες στη φύση:** Πεζοπορίες (καταρράκτες Λειβαδίτη, στενά Νέστου κ.α.), Off-road διαδρομές με 4x4 ή enduro, Κανό-καγιάκ, παρατήρηση πουλιών, βαρκάδα στον Έβρο με μπλάβα, σκι στο χιονοδρομικό Φαλακρού, καταδύσεις, δασικά χωριά (Ερυμάνθου και Ελατιάς)
14. **Ζεστοί και φιλόξενοι άνθρωποι:** Μοναδική βόρειοελλαδίτικη φιλοξενία, άνθρωποι φιλόξενοι, χαμογελαστοί

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

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

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

- Περιορισμένη ενασχόληση των πολιτών μας με τον τουρισμό
 - Έλλειψη τουριστικών πρακτόρων στο ηπειρωτικό τμήμα που να ασχολούνται με τον εισερχόμενο τουρισμό
 - Σημαντική χιλιομετρική απόσταση από το οικονομικό και πληθυσμιακό κέντρο της Ελλάδας, την Αθήνα
 - Αύξηση του κόστους μετακίνησης στη χώρα που έχει επέλθει τα τελευταία έτη λόγω κρίσης
 - Μικρό ξενοδοχειακό δυναμικό συγκριτικά με άλλες περιφέρειες της χώρας
 - Χωρική συγκέντρωση των ξενοδοχειακών κλινών
 - Έντονη εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης
 - Ελλιπής κατάρτιση και επιμόρφωση του τοπικού δυναμικού σε υπηρεσίες και επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό
 - Σημαντική εξάρτηση ορισμένων χωρικών ζωνών από το μαζικό τουρισμό
 - Απουσία ενιαίου φορέα διαχείρισης του τουριστικού προορισμού ΠΑΜΘ
- Η ΑΜΘ οφείλει να εκμεταλλευτεί την μεγάλη «δεξαμενή» εισερχόμενου τουρισμού από τις παραδοσιακές αγορές προέλευσης, αξιοποιώντας δυνατότητες όπως:
- Πρόσβαση μέσω απευθείας πτήσεων
 - Δραστηριότητες όλο το χρόνο
 - Άγνωστες φυσικές ομορφιές, άθικτο φυσικό περιβάλλον
 - Εμπειρίες πέρα από τα καθιερωμένα
 - Συναρπαστική πολυπολιτισμικότητα
 - Και τοποθετώντας την τουριστική της προσφορά της ως off-the-beaten-track

1.4 Διεϊσδυση στην τουριστική αγορά

Από τις πιο πρόσφατες έρευνες για τον εισερχόμενο τουρισμό του τρέχοντος έτους (2017) παρατηρείται:

- Όσον αφορά το αεροδρόμιο της Καβάλας, οι διεθνείς αφίξεις (στοιχεία έως Σεπτέμβριο 2017) παρουσίασαν αύξηση κατά 29,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Στις αφίξεις εσωτερικού όμως παρατηρείται μείωση κατά 14% (έρευνα ΣΕΤΕ).

ΟΔΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ - ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2017

ROAD ARRIVALS - SEPTEMBER 2017

% Change		AG. KONSTANTINOS	ORMENIO	KYPRINOS	KASTANIES	KIPOI	EXOCHI	TOTAL
Ιανουάριος	January	-59,7%	-19,7%	-21,5%	13,2%	-8,6%	50,6%	3,3%
Φεβρουάριος	February	-34,9%	38,6%	26,5%	79,1%	41,5%	208,1%	68,8%
Μάρτιος	March	-29,6%	16,4%	1,3%	16,7%	-0,4%	208,7%	35,0%
Απρίλιος	April	-11,7%	-36,5%	5,1%	23,3%	19,3%	-17,6%	-8,8%
Μάιος	May	-14,2%	-50,4%	-12,2%	27,6%	7,6%	-42,2%	-23,1%
Ιούνιος	June	-36,2%	-42,6%	-21,0%	50,9%	56,0%	-39,6%	-14,8%
Ιούλιος	July	-11,2%	-28,4%	4,1%	-49,2%	18,1%	-32,7%	-17,9%
Αύγουστος	August	-20,6%	-45,3%	-21,5%	37,5%	23,8%	-42,2%	-5,2%
Σεπτέμβριος	September	-12,4%	-46,1%	-15,5%	109,1%	4,5%	-45,1%	-15,1%
Οκτώβριος	October	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Νοέμβριος	November	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Δεκέμβριος	December	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Τρέχον έτος	ytd	-22,1%	-29,7%	-8,1%	24,4%	17,8%	-14,2%	-5,3%

Regions		BULGARIA			TURKEY		
		2017	2016	Δ2017/2016	2017	2016	Δ2017/2016
Ιανουάριος	January	139.804	131.013	6,70%	36.464	37.777	-3,50%
Φεβρουάριος	February	145.930	73.038	99,80%	45.627	30.149	51,30%
Μάρτιος	March	187.911	124.976	50,40%	52.736	50.576	4,30%
Απρίλιος	April	204.517	160.609	27,30%	64.705	53.795	20,30%
Μάιος	May	228.616	218.459	4,60%	69.480	62.302	11,50%
Ιούνιος	June	516.208	353.182	46,20%	81.183	52.375	55,00%
Ιούλιος	July	871.529	716.895	21,60%	117.985	123.207	-4,20%
Αύγουστος	August	976.943	748.866	30,50%	264.985	208.340	27,20%
Σεπτέμβριος	September	712.935	598.959	19,00%	139.253	111.782	24,60%
Οκτώβριος	October	0	270.860	-100,00%	0	61.530	-100,00%
Νοέμβριος	November	0	200.151	-100,00%	0	49.990	-100,00%
Δεκέμβριος	December	0	180.986	-100,00%	0	45.951	-100,00%
Τρέχον έτος	ytd	3.984.393	3.125.997	27,50%	872.418	730.303	19,50%

- Μείωση των Εισπράξεων και των διανυκτερεύσεων αν και αύξηση των Επισκέψεων (+15,1) παρουσιάζει η Περιφέρεια ΑΜΘ, ενώ οι βασικοί δείκτες για το α' εξάμηνο του 2017/2016 εμφανίζονται ως εξής (έρευνα ΣΕΤΕ):
 - Εισπράξεις ανά επίσκεψη 171€ έναντι 435€ του ΜΟ στο σύνολο της χώρας
 - Εισπράξεις ανά διανυκτέρευση 50€ έναντι 67€ του ΜΟ στο σύνολο της χώρας
 - Μέση διάρκεια παραμονής 2,9 ημέρες έναντι 6,5 ημερών στο σύνολο της χώρας.
- Παρά το ότι το α' εξάμηνο δεν είναι η ακμή της σεζόν, η υψηλότερη Είσπραξη ανά Επίσκεψη στο σύνολο των περιφερειών παρατηρείται στους κλασσικούς προορισμούς «Ήλιος και Θάλασσα» χωρίς να συμπεριλαμβάνεται σε αυτούς η ΑΜΘ που είναι το βασικό τουριστικό της προϊόν, και εξακολουθεί να παραμένει μη ανταγωνιστική (ΣΕΤΕ).
- Η γεωπολιτική κρίση στην Ανατολική Μεσόγειο, το προσφυγικό και η περαιτέρω εμπλοκή της Τουρκίας στην κρίση που δημιουργεί ζητήματα ασφάλειας, λειτούργησε ανασταλτικά για την Κρουαζιέρα στο Αιγαίο και επηρέασε αρνητικά την κρουαζιέρα στο Βόρειο Αιγαίο το 2017. Το λιμάνι της Καβάλας δεν κατάφερε να προσελκύσει μεγάλο αριθμό κρουαζιερόπλοιων σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, ακολουθώντας την εικόνα που παρουσίασε ο τουρισμός κρουαζιέρας σε όλη την Ελλάδα. Παρόλα αυτά με την έλευση κρουαζιερόπλοιων το φθινόπωρο, το αρνητικό κλίμα αντιστράφηκε σημαντικά.

1.5 Απολογισμός Δράσεων έτους 2017

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

- Επαφές με τουριστικούς πράκτορες από χώρες στόχους καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς αλλά και στα πλαίσια Β2Β συναντήσεων που έλαβαν χώρα σε εκθέσεις στις οποίες συμμετείχε η Περιφέρεια ΑΜΘ
- Διαφήμιση σε γνωστά τουριστικά έντυπα του χώρου καθώς και σε ηλεκτρονικά μέσα
- Δημιουργία και προβολή διαφημιστικού βίντεο σε συνεργασία με το Euronews και προβολή του στην πανευρωπαϊκή αγορά με δυναμικό άνω των 50 εκ θεατών

- ο Επιτυχής διοργάνωση του παγκοσμίου συνεδρίου για τους Δρόμους του Μεταξιού (Αλεξανδρούπολη 2017) σε συνεργασία με τον παγκόσμιο οργανισμό UWNTO
- ο Περεταίρω βελτίωση και ανάπτυξη των ψηφιακών εργαλείων τουριστικής προώθησης emtgreece και JTI
- ο Στοχευμένη διαφήμιση σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα για την προσέλκυση Ρώσων τουριστών
- 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, Τσεχία, Πολωνία, Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία κ.α.)
- ο Επιχορήγηση, στήριξη ή συνδιοργάνωση πλήθους εκδηλώσεων στην περιοχή μας, οι οποίες αποτελούν πόλο έλξεως επισκεπτών από το εσωτερικό ή το εξωτερικό
- ο Παραγωγή διαφημιστικών και προωθητικών δώρων
- ο Ανάδειξη του όρους Φαλακρού ως τουριστικού προσορισμού μέσω της εκδήλωσης «Φαλακρό Grand Opening 2017»
- ο Επιτυχής διοργάνωση του φεστιβάλ Via Egnatia για το έτος 2017
- ο Στήριξη του σημαντικού για την Δράμα event «Δραμοινογνωσία»
- ο Επιτυχής υλοποίηση της Synergia 2017
- ο Συνεργασία με φορείς, εκπροσώπους εταιρειών, αλλά και με το υπάρχον εξειδικευμένο προσωπικό της Περιφέρειας ώστε να καταρτιστεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης με βάθος τριετίας.

1.6 Όραμα και ευθυγράμμιση με την περιφερειακή τουριστική στρατηγική

Το όραμα και οι στόχοι για την τουριστική προβολή και ανάπτυξη της περιφέρειας ΑΜΘ, συνάδει με το νέο όραμα του Ελληνικού τουρισμού του ΕΟΤ για τα επόμενα έτη (ανθρωποκεντρικός – παραδοσιακός – αυθεντικός για όλες τις εποχές του χρόνου) και το ζητούμενο είναι να δοθεί έμφαση στη δόμηση ισχυρής στρατηγικής επικοινωνίας, ικανής να προβάλλει αποτελεσματικά το πολυδιάστατο ποιοτικό τουριστικό προϊόν, να ανταποκριθεί στη ρευστότητα της τουριστικής ζήτησης, της υφιστάμενης κατάστασης της τουριστικής προσφοράς και του εντεινόμενου ανταγωνισμού και να προσελκύσει τους καταναλωτές τουρίστες / έμπειρους ταξιδιώτες, οι οποίοι πλέον είναι πολύ ευαίσθητοι στην ποιότητα, στην βιωματική εμπειρία και 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 διείδυση σε συγκεκριμένες αγορές – στόχους
- ο η καθιέρωση ειδικών πρωτοβουλιών προσέλκυσης επισκεπτών
- ο η κινητοποίηση και ανάπτυξη συνεργασιών όλων των τοπικών φορέων

Οι στρατηγικοί θεματικοί τουριστικοί άξονες, όπως καθορίστηκαν από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης για το τουριστικό προϊόν της, είναι 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 2018

Το πρόγραμμα των δράσεων που επιλέχθηκαν για την τουριστική προβολή της ΑΜΘ για το έτος 2018, διαμορφώνεται ως εξής:

A. Νέες Αγορές – Νέα τουριστικά προϊόντα

Η συγκεκριμένη κατηγορία δράσεων αφορά το άνοιγμα σε νέες τουριστικές αγορές μέσω νέων ελκυστικών τουριστικών προϊόντων. Για το έτος 2018 θα λάβουν χώρα ενέργειες προώθησης του «Δρόμου του Μεταξιού». Ο δρόμος του μεταξιού αποτελεί την μακρύτερη θεματική διαδρομή του κόσμου από την Κίνα μέχρι την Ιβηρική χερσόνησο, σχεδιασμένη με κομβικά σημεία-τόπους, συνδεδεμένα με την παραγωγή του μεταξιού. Οι ταξιδιώτες που καλούνται να τον επιλέξουν έχουν την ευκαιρία να έλθουν σε επαφή με τα μνημεία, την ιστορία, τις φυσικές ομορφιές, τη γαστρονομία αλλά και τη σύγχρονη κουλτούρα και τον πολιτισμό του κάθε τόπου. Τμήμα των δρόμων του μεταξιού διέρχεται από την ΠΑΜΘ και θα αναδειχθεί μέσω ενός συνόλου στοχευμένων ενεργειών προβολής όπως (ενδεικτικά):

- συναντήσεις με τουριστικούς πράκτορες
- διοργάνωση ετησίου συνεδρίου
- προώθηση του προϊόντος σε σχετικές εκθέσεις/ημερίδες κ.α.

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη Α: 25.000€**B. Προωθητικό Υλικό****B1. Επαγγελματική φωτογράφιση της περιοχής**

Το υπάρχον φωτογραφικό υλικό, αν και περιέχει αρκετές ποιοτικές απεικονίσεις τουριστικών σημείων και δραστηριοτήτων, παρουσιάζει σημεία κόπωσης καθώς δεν έχει ανανεωθεί για χρόνια. Μία σύγχρονη φωτογραφική ματιά που θα καλύψει τις υπάρχουσες θεματικές αναδεικνύοντας παράλληλα νέες, κρίνεται ότι είναι απαραίτητη. 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.

B2. Παραγωγή τουριστικού video

Στόχος είναι η παραγωγή ενός νέου video, το οποίο θα αποτελέσει τη βάση για την προβολή της Περιφέρειας στην τηλεόραση και το διαδίκτυο καλύπτοντας το σύνολο της περιοχής καθώς και όλες της επιμέρους μορφές τουρισμού. Πλάνα από το αρχικό video θα μονταριστούν με διαφορετικούς τρόπους ώστε να καλύψουν διαφορετικές ανάγκες προβολής (πχ διαφημιστικό σποτ σε τηλεόραση, βίντεο κατάλληλο για εκθέσεις τουρισμού, βίντεο κατάλληλο για online διάθεση κλπ)

B3. Δημιουργία/εκτύπωση έντυπου προωθητικού υλικού

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

B4. Ψηφιακός οδηγός θεματικής διαδρομής

Πρόκειται για την ανάπτυξη οδηγού θεματικής διαδρομής (road trip), ο οποίος θα εκμεταλλεύεται πλήρως τις δυνατότητες του ψηφιακού format και θα διατίθεται για τον λόγο αυτό αποκλειστικώς ψηφιακά. Θα δημιουργηθεί στα Αγγλικά και θα περιλαμβάνει πληροφορίες:

- Μετακινήσεων
- Διαμονής
- Σίτισης
- Μουσείων
- Αρχαιολογικών χώρων
- Δραστηριοτήτων

B5. Παραγωγή διαφημιστικών δώρων και ενθυμίων

Η δράση περιλαμβάνει την σχεδίαση και παραγωγή δώρων δημοσίων σχέσεων αλλά και ενθυμίων της περιοχής με στόχο την περαιτέρω προώθηση του τουριστικού μας προϊόντος. Αποδέκτες θα είναι κυρίως δημοσιογράφοι, επαγγελματίες του τουρισμού αλλά και εξέχουσες προσωπικότητες με τις οποίες θα έρθει η Περιφέρεια ΑΜΘ σε επαφή. Μία κατηγορία οικονομικότερων δώρων σχεδιάζεται να απευθύνεται και στο ευρύτερο κοινό υποψηφίων επισκεπτών.

B6. Παραγωγή στοχευμένων προωθητικών κειμένων καθώς και προωθητικών παρουσιάσεων σε μορφή powerpoint

Η δράση περιλαμβάνει την παραγωγή στοχευμένων προωθητικών κειμένων διαφόρων μεγεθών και ύφους γραφής με στόχο την δυνατότητα αποτελεσματικής και ενιαίας προβολής σε πλήθος διαφορετικών μέσων. Επιπλέον περιλαμβάνει την δημιουργία μίας ή περισσότερων παρουσιάσεων της περιοχής σε μορφή powerpoint, δίνοντας τη δυνατότητα ποιοτικής προβολής της περιοχής σε περιπτώσεις διεξαγωγής ημερίδων, B2B συναντήσεων κλπ.

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη Β: 70.000€

Γ. Συμμετοχή σε Εκθέσεις

Οι εκθέσεις αποτελούν βασικό μέσο για την ενίσχυση της εξωστρέφειας και κατ' επέκταση της μακροπρόθεσμης τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Με την συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων ενδιαφερόμενων φορέων θα επιδιωχθεί η προβολή μιας συγκροτημένης παρουσίας της ΠΑΜΘ στο εξωτερικό, πάντα συνοδευόμενη από:

- B2B επιχειρηματικές συναντήσεις
- Διεξαγωγή παράλληλων events
- Workshops
- Παρουσιάσεις σεμιναρίων γευσιγνωσίας κ.α.

Η επιλογή των εκθέσεων (είτε με αυτόνομη συμμετοχή είτε ως συνεκθέτες του ΕΟΤ) συνάδει με τη στρατηγική προβολής της ΠΑΜΘ για τα επόμενα έτη και εξυπηρετεί στο σχεδιασμό διατήρησης και ανάπτυξης νέων αγορών. Συγκροτήθηκε με βάση την υφιστάμενη επισκεψιμότητα, τα δεδομένα αφίξεων σε Ελλάδα και ΠΑΜΘ και την προώθηση εκφρασμένων πιθανών συνεργασιών αλλά και τη δυνατότητα επέκτασης σε νέες αγορές και παρουσίαση τουριστικών πόρων.

Σημειώνεται ότι η τελική επιλογή των εκθέσεων θα εξαρτηθεί και από άλλους παράγοντες όπως το ενδιαφέρον των επαγγελματιών, οι υφιστάμενοι οικονομικοί πόροι, αποτελέσματα τυχόν διαβουλεύσεων με επαγγελματίες, οι τρέχουσες εξελίξεις στην τουριστική αγορά κλπ. Παρακάτω αναφέρονται ενδεικτικά οι εκθέσεις στις οποίες προγραμματίζεται να συμμετέχει η ΠΑΜΘ μέσα στο 2018.

Γ1. Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις

ΟΝΟΜΑ	ΤΟΠΟΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ
Holiday Spa	Σόφια, Βουλγαρία	14 – 16 Φεβρουαρίου 2018
IFT	Βελιγράδι, Σερβία	22 – 25 Φεβρουαρίου 2018
Romanian Tourism Fair	Βουκουρέστι, Ρουμανία	22 – 25 Φεβρουαρίου 2018
ITB	Βερολίνο, Γερμανία	7 – 10 Μαρτίου 2018
MITT	Μόσχα, Ρωσία	13 – 15 Μαρτίου 2018
IFTM TOP RESA	Παρίσι, Γαλλία	Σεπτέμβριος 2018
World Travel Show	Βαρσοβία, Πολωνία	Οκτώβριος 2018
WTM	Λονδίνο, Αγγλία	Νοέμβριος 2018
Philoxenia	Θεσσαλονίκη	Νοέμβριος 2018

Greek Travel Show	Αθήνα	Μάιος 2018
-------------------	-------	------------

Γ2. Συμμετοχή σε θεματικές εκθέσεις

ΟΝΟΜΑ	ΤΟΠΟΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ
Birdfair	Λέστερ, Αγγλία	17-19 Αυγούστου 2018
Tour Natur	Ντίσελντορφ, Γερμανία	31.8 - 2.9 2018

Γ3. Προώθηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος της ΠΑΜΘ σε γενικές εκθέσεις και σε εκθέσεις προβολής προϊόντων

ΟΝΟΜΑ	ΤΟΠΟΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ
Food Expo	Αθήνα	10-12 Μαρτίου 2018
Prowein	Ντίσελντορφ, Γερμανία	18-20 Μαρτίου 2018
Detrop	Θεσσαλονίκη	23-26 Φεβρουαρίου 2018
Fruit Logistica	Βερολίνο, Γερμανία	7-9 Φεβρουαρίου 2018
Παγκρήτια Έκθεση	Θεσσαλονίκη ή/και Αθήνα	Σεπτέμβριος 2018
Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης	Θεσσαλονίκη	Σεπτέμβριος 2018
SIAL	Παρίσι, Γαλλία	21-25 Οκτωβρίου 2018

Γ4. Προώθηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος της ΠΑΜΘ σε ενδοπεριφερειακές εκθέσεις

ΟΝΟΜΑ	ΤΟΠΟΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ
Kavala Expo	Καβάλα	Οκτώβριος 2018
Πανελλήνια Γενική Έκθεση Ξάνθης	Ξάνθη	Μάρτιος 2018
Alexpo	Αλεξανδρούπολη	Ιούνιος 2018
Πανελλήνια Εμπορική Έκθεση ΑΜΘ	Κομοτηνή	Μάιος 2018
Πανέβρια Αγροτική έκθεση Φερών	Φέρες	Σεπτέμβριος 2018

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. 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.
4. 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.

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη Γ: 280.000€

Δ. Διαφήμιση σε ΜΜΕ

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 εξής:
 - ο Κατάρτιση ολοκληρωμένου πλάνου διαφήμισης (media plan) με βάση τους αποδέκτες αλλά και την εκάστοτε χώρα – στόχο
 - ο Καταχωρήσεις σε περιοδικά αεροπορικών εταιρειών
 - ο Καταχωρήσεις σε εξειδικευμένα τουριστικά περιοδικά
 - ο Καταχωρήσεις σε καταλόγους και φυλλάδια tour operators
 - ο Καταχωρήσεις σε γενικά έντυπα αναγνωρισμένου κύρους και υψηλής κυκλοφορίας
 - ο 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 Περιφερειακά ΜΜΕ	σε % επί της κατηγορίας ΜΜΕ
Έντυπα:	66.000 €	60%	21.000 €	31,82%
Τηλεοπτικοί Σταθμοί:	22.000 €	20%	8.000 €	36,36%
Ραδιοφωνικοί Σταθμοί:	22.000 €	20%	8.000 €	36,36%
Σύνολα:	110.000 €	100%	37.000 €	33,64%

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη Δ: 110.000€

Ε. Στοχευμένες Δράσεις Τουριστικής Προβολής

Ε1. Ταξίδια Εξοικείωσης

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:

- ο Περιηγήσεις και ξεναγήσεις σε σημαντικά αξιοθέατα της περιφέρειας ΑΜΘ
- ο 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)
- ο Διαλέξεις από ειδικά καταρτισμένους ομιλητές για θέματα που αφορούν την περιοχή και παρουσιάζουν ιστορικό, πολιτιστικό, τουριστικό, επιχειρηματικό ή άλλο ενδιαφέρον για τους φιλοξενούμενους

- Συναντήσεις B2B

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

E2. Διαδικτυακή προώθηση

Περιλαμβάνει δράσεις που θα εξασφαλίσουν την εκτενή και διαρκή παρουσία της Περιφέρειας ΑΜΘ στο διαδίκτυο. Στην εν λόγω κατηγορία συγκαταλέγονται ενδεικτικά οι παρακάτω δράσεις:

- Ενέργειες διαχείρισης ιστολογίου τουριστικών θεμάτων (blog)
- Ενέργειες ηλεκτρονικής διασύνδεσης τουριστικών blogs που αναφέρονται στην περιοχή
- Καμπάνια adwords ή παρόμοιες
- Υπηρεσίες σχεδιασμού, ανάπτυξης και διαχείρισης λογαριασμών σε μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
- Διαφήμιση σε ψηφιακά μέσα μέσω banners
- Ηλεκτρονικές καταχωρήσεις και δημοσιεύσεις σε τουριστικά portals και social media

E3. B2B Workshops

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. Επιλέχθηκαν οι εξής συμμετοχές:

- **ΙΤΑΛΙΑ** (πιθανή ημερομηνία διεξαγωγής: Φεβρ. 18) – Οργανώθηκε πέρυσι για πρώτη φορά και είχε συμμετοχή από περίπου 15 Ιταλούς tour operators και δημοσιογράφους. Η εκδήλωση πραγματοποιήθηκε στο Μιλάνο, σε κτίριο της γνωστής Galleria Vittorio Emanuele
- **ΒΕΛΓΙΟ** (πιθανή ημερομηνία διεξαγωγής: Φεβρ. 18) – Εξειδικευμένη B2B διοργάνωση, διάρκειας 2 ημερών (μια μέρα για B2B meetings και 1μέρα για ενημέρωση κοινού) η οποία διεξάγεται σε ξενοδοχείο των Βρυξελλών
- **ΟΛΛΑΝΔΙΑ** (πιθανή ημερομηνία διεξαγωγής: Φεβρ. 18) – Λαμβάνει χώρα μια μέρα πριν το workshop των Βρυξελλών και καλύπτει το σύνολο της Ολλανδικής αγοράς
- **ΑΓΓΛΙΑ:** Προϋπολογίζεται 1 ταξίδι συμμετοχής σε εκδήλωση ειδικού ενδιαφέροντος στο Λονδίνο. Η δράση θα υλοποιηθεί μέχρι τον Ιούνιο 2018 στοχεύοντας σε μία από τις μεγαλύτερες παγκοσμίως αγορές ειδικού ενδιαφέροντος.
- **ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ:** B2B Travel Event στις 26 & 27 Μαρτίου 2018. Στόχος τόσο η εσωτερική όσο και η εξωτερική αγορά τουρισμού.
- **ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ:** (πιθανή ημερομηνία διεξαγωγής: 13 Φεβρουαρίου 2018). Η αγορά της Βουλγαρίας αποτελεί στρατηγικό στόχο για την περιοχή μας λόγω της εγγύτητας και της ευκολίας πρόσβασης. Οι συναντήσεις που θα πραγματοποιηθούν στη Σόφια, θα φροντίσουν να αναδείξουν όλα τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της περιοχής μας στο Βουλγαρικό κοινό και κυρίως στους επαγγελματίες του χώρου.

Στο κόστος των workshops συνυπολογίζονται τα κόστη συμμετοχής, διαμονής και μετακινήσεων 2 ατόμων, καθώς και απαιτούμενες υπηρεσίες οργάνωσης, ενοικίασης χώρου, μεταφράσεων κλπ.

Σημειώνεται ότι οι χώρες και ημερομηνίες διεξαγωγής των workshops είναι ενδεικτικές. Η τελική τους επιλογή 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.

E4. Ειδικές δράσεις προβολής σε χώρες-στόχους

Η συγκεκριμένη κατηγορία δράσεων αναφέρεται σε ειδικές ενέργειες τουριστικής προβολής σε χώρες στοχευμένων τουριστικών αγορών. Στόχος είναι η δημιουργία καταλλήλων συνθηκών που θα επιτρέψουν την ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων και το κλείσιμο επαγγελματικών συμφωνιών με τις χώρες στόχους.

Για το έτος 2018 προβλέπεται η πραγματοποίηση ειδικών δράσεων προβολής σε Κωνσταντινούπολη και Ρωσία. Ενδεικτικές ενέργειες που θα πραγματοποιηθούν είναι οι εξής:

- Σύνταξη, παραγωγή και αποστολή πρόσκλησης (στην αντίστοιχη γλώσσα) σε διαπιστευμένα τουριστικά γραφεία και διαμορφωτές κοινής γνώμης
- Συνεργασία με την Ελληνική Πρεσβεία, τα αντίστοιχα γραφεία του ΕΟΤ, τυχόν Ελληνικούς Συλλόγους αλλά κυρίως Επαγγελματικούς Συλλόγους της χώρας-στόχου ώστε να διασφαλιστεί η μεγαλύτερη δυνατή επιτυχία της δράσης
- Εκφώνηση συνοπτικής ομιλίας με στόχο την παρουσίαση της ΠΑΜΘ ως ελκυστικού τουριστικού προορισμού. Η παρουσίαση θα αποτελέσει έναυσμα για τις περαιτέρω συζητήσεις που θα πραγματοποιηθούν στη συνέχεια
- Διεξαγωγή του κυρίου μέρους της δράσης που θα απαρτίζεται από συναντήσεις Β2Β με συγκεκριμένη θεματολογία κάθε φορά και με δυνατότητα προκράτησης ραντεβού
- Παροχή προωθητικής δεξίωσης η οποία θα πρέπει να προβάλλει τοπικά προϊόντα και εδέσματα της Περιφέρειας ΑΜΘ. Η δεξίωση θα συνοδεύεται από παράλληλες δράσεις που θα ενισχύουν την ταυτότητα του τουριστικού προϊόντος μας (πχ Ελληνική μουσική, ομιλίες, χορός κλπ).
- Προσφορά αναμνηστικών δώρων στους προσκεκλημένους με το πέρας της εκδήλωσης

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη E: 100.000€

ΣΤ. Επανεκτύπωση/επικαιροποίηση υπάρχοντος προωθητικού υλικού**ΣΤ1. Επανεκτύπωση/επικαιροποίηση τουριστικών εντύπων**

Για το έτος 2018 και μέχρι τον σχεδιασμό και την τελική υλοποίηση των δράσεων που αφορούν τα νέα έντυπα της Περιφέρειας ΑΜΘ, απαιτείται η επανεκτύπωση επιλεγμένων γενικών και ειδικών εντύπων τουρισμού των παρελθόντων ετών, ώστε να συνεχισθούν απρόσκοπτα οι διάφορες προωθητικές δράσεις της Περιφέρειας.

ΣΤ2. Επικαιροποίηση ηλεκτρονικού προωθητικού υλικού

Στα πλαίσια της εν λόγω δράσης το υπάρχον ηλεκτρονικό προωθητικό υλικό θα επικαιροποιηθεί με βάση της τρέχουσες εξελίξεις στο τουριστικό προϊόν της περιοχής (πχ λίστες ξενοδοχείων, κατάλογοι αξιοθεάτων, τουριστικά κείμενα κλπ)

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη ΣΤ: 75.000€

Ζ. Φεστιβάλ & Εκδηλώσεις

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.

Z1. 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 σε αυτή τη 3η διοργάνωση του θα στοχεύσει στην περαιτέρω 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. Οι δαπάνες για τη διοργάνωση του θα περιλαμβάνουν ενδεικτικά:

- δημιουργία μακέτας εκδήλωσης, διαφημιστικών αφισών και banners
- δημιουργία ραδιοφωνικού και τηλεοπτικού μηνύματος και προβολή τους διαπεριφερειακά και πανελλαδικά
- ενοικίαση και εγκατάσταση εξοπλισμού απαραίτητου για τις εκδηλώσεις
- αμοιβές καλλιτεχνών, συγκροτημάτων, προσωπικού ασφαλείας κλπ
- άλλες δράσεις προώθησης (πχ γαστρονομικές, ομαδικά παιχνίδια κ.α.)

22. 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.

23. 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.

24. Θρακο-Μακεδονική Synergieia

Η εκδήλωση έχει ως στόχο, τη σύζευξη προϊόντων της Ανατολικής Μακεδονίας και της Θράκης με τον ευρύτερο τουριστικό χώρο, τους ξενοδόχους, τους χώρους εστίασης και τους χώρους αναψυχής και ειδικότερα τη συνέργεια των παραγωγών του διατροφικού τομέα, των μεταποιημένων προϊόντων, με τον τομέα των υπηρεσιών (ξενοδοχεία, εστίαση, αναψυχή), ώστε να αναδειχθούν τα τοπικά προϊόντα, οι ιδιαίτερες γεύσεις και να εμφανίζονται διακριτά στην επαγγελματική κουζίνα της περιοχής, κατά την τουριστική περίοδο. Επιδίωξη επίσης είναι να γνωριστούν μεταξύ τους οι παραγωγικοί τομείς, τα παραγόμενα τοπικά προϊόντα και οι υπηρεσίες, να κερδίσουν αθροιστικά, να συνδιαμορφώσουν, αλλά και να γίνουν πρεσβευτές της Θρακο-Μακεδονικής Κουζίνας με Πολίτικα στοιχεία, μέσω των φιλοξενούμενων επισκεπτών. Επιπρόσθετος στόχος είναι η πραγματική στήριξη των τοπικών επιχειρήσεων, των εξάιρετων 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 σουπερμάρκετς.

25. Ιστορικό - Θρησκευτικό φεστιβάλ ΠΑΜΘ

Προβλέπεται η καθιέρωση ιστορικού – θρησκευτικού φεστιβάλ εντός της Περιφέρειας ΑΜΘ το οποίο θα προωθεί την παράδοση, λαογραφία, ιστορική γνώση και θρησκευτική θεματολογία σχετική με την περιοχή μας.

26. Ειδικές ενέργειες, επαφές και εκδηλώσεις προώθησης

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

- Γαστρονομικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Εναλλακτικός τουρισμός
- Σχολικός τουρισμός

- Τουρισμός για Άτομα με Ειδικές Ανάγκες

Z7. 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.

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη Z: 230.000€

H. Οργανωτικές & Διοικητικές Δράσεις

H1. Δημιουργία ενιαίου φορέα διαχείρισης προορισμού - DMO

Η εν λόγω δράση έχει θεμελιωθεί μέσα στο έτος Τουρισμού 2017 και φιλοδοξεί να παράσχει στην περιοχή μας ένα εργαλείο που θα επιτρέπει την συνεργασία όλων των σχετικών με τον Τουρισμό φορέων (ιδιωτικών ή δημοσίων) με γνώμονα την ορθολογική και ευέλικτη διαχείριση του τουριστικού μας προορισμού.

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 Συμβούλιο Διαχείρισης Προορισμού το οποίο θα διορίζεται με απόφαση Περιφερειάρχη για 3ετή θητεία με δυνατότητα ανανέωσης. Κύριες ενέργειες στις οποίες θα συνδράμει ο νέος φορέας θα είναι οι παρακάτω:

- Πλήρης, ορθολογικός και σύμφωνα με τις τρέχουσες ανάγκες της αγοράς σχεδιασμός του τουριστικού μας προϊόντος
- Συνδρομή στην υλοποίηση προγραμματισμένων δράσεων
- Παρακολούθηση ορθής υλοποίησης δράσεων
- Συλλογή στατιστικών στοιχείων και δεδομένων που θα βοηθήσουν στη λήψη μελλοντικών αποφάσεων ή στην διενέργεια τυχόν διορθωτικών κινήσεων προώθησης

Μέσα στο 2018 προγραμματίζεται η συνέχεια των απαραίτητων ενεργειών με στόχο την τελική συγκρότηση και έναρξη λειτουργίας του φορέα.

H2. Ενέργειες Ωρίμανσης ΟΧΕ Εγνατίας Οδού

Η ύπαρξη σημαντικότητας πολιτιστικών πόρων στην περιοχή μας σε συνδυασμό με την διάταξη των περισσότερων από αυτούς κατά μήκος της αρχαίας Εγνατίας Οδού κατέστησαν σκόπιμο τον σχεδιασμό μιας Ολοκληρωμένης Χωρικής Επένδυσης (ΟΧΕ για συντομία) πάνω στην Πολιτιστική Διαδρομή της Εγνατίας Οδού. Κύριος στόχος, η δημιουργία ενός ολοκληρωμένου πλέγματος τουριστικών και πολιτιστικών προορισμών και η ανάδειξή τους με προσεκτικά σχεδιασμένες παρεμβάσεις

Τύποι δράσεων:

- Αποκάλυψη/αναβάθμιση τουριστικών και πολιτιστικών πόρων
- Βελτίωση προσβασιμότητας
- Υποδομές πληροφόρησης & ενιαία σήμανση
- Δράσεις προβολής, δικτύωσης, branding
- Δράσεις υποστήριξης και ενίσχυσης τοπικών επιχειρήσεων

Πόλοι:

- Φίλιπποι

- Δράμα
- Καβάλα
- Θάσος
- Ξάνθη
- Άβδηρα
- Κομοτηνή
- Αλεξανδρούπολη
- Βόρειος Έβρος (Διδυμότειχο – Σουφλί – Ορεσιτιάδα)
- Σαμοθράκη

Άξονες:

- Ο Λειτουργικός Άξονας (σύγχρονη Εγνατία οδός)
- Ο εννοιολογικός άξονας (ίχνος αρχαίας Εγνατίας οδού)
- Οι κάθετοι άξονες που συνδέουν τους σχετιζόμενους πολιτιστικούς πόρους οι οποίοι όμως βρίσκονται εκτός του κυρίου άξονα

Διαδρομές:

- Αρχαία και Ελληνιστική
- Ρωμαϊκή και πρωτοχριστιανική
- Βυζαντινή
- Οθωμανική

H3. Ενέργειες για την ίδρυση Διεύθυνσης Τουρισμού

Η επικείμενη αλλαγή οργανισμού θα δώσει στην Περιφέρεια ΑΜΘ την ευκαιρία να συγκεντρώσει το εξειδικευμένο με τα τουριστικά θέματα προσωπικό της κάτω από μία ενιαία Διεύθυνση. Η νέα Διεύθυνση Τουρισμού, σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς, τον ΔΜΟ και τον ΕΟΤ θα προωθεί συνολικά το τουριστικό προϊόν της περιφέρειας εξασφαλίζοντας την συνέχεια των δράσεων που θα προγραμματίζονται. Η έδρα της νέας διεύθυνσης και η στελέχωσή της θα πραγματοποιηθεί μετά από διαβούλευση και εξέταση των αναγκών της Περιφέρειας.

Συνολική προτεινόμενη δαπάνη Η: 10.000€**ΣΥΝΟΨΗ:**

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

	ΔΡΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
A	Νέες Αγορές – Νέα τουριστικά προϊόντα	25.000 €
B	Πρωθητικό Υλικό	70.000 €
Γ	Συμμετοχή σε Εκθέσεις	280.000 €
Δ	Διαφήμιση σε ΜΜΕ	110.000 €
E	Στοχευμένες Δράσεις Τουριστικής Προβολής	100.000 €
ΣΤ	Επανεκτύπωση/επικαιροποίηση υπάρχοντος προθητικού υλικού	75.000 €
Z	Φεστιβάλ & Εκδηλώσεις	230.000 €
H	Οργανωτικές & Διοικητικές Δράσεις	10.000 €
	Σύνολο:	900.000 €

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 2018 καθώς και τις οδηγίες των λοιπών χρηματοδοτικών εργαλείων που έχει στη διάθεσή της η Περιφέρεια ΑΜΘ (ΕΣΠΑ, Ευρωπαϊκά Προγράμματα κλπ). Υπόκειται δε, στην σύμφωνη γνώμη και σχετική απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου ΑΜΘ.

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

ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ΟΜΟΦΩΝΑ

Εγκρίνει την 1^η τροποποίηση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης για το έτος 2018, όπως ειδικότερα αναφέρεται στην ανωτέρω εισήγηση.

Η παρούσα απόφαση έλαβε α/α 213/2017.

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

Μποταΐτης Σωτήριος

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

Μεχμέτ Ουστα Χουσεΐν