Ministry of Digital Governance
Digitally signed by Ministry of Digital Governance
Date: 2025.02.07 10:29:26 EET
Reason:
Location: Athens

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ
ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ

Από το πρακτικό της 1ης ΤΑΚΤΙΚΗΣ (Δια Ζώσης) Συνεδριάσεως
του ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ Δήμου Νοτίου Πηλίου
της 31ης Ιανουαρίου 2025

Αριθμός Απόφασης	**ΠΕΡΙΛΗΨΗ : Περί έγκρισης του Σχεδίου Τουριστικής Προβολής του Δήμου Νοτίου Πηλίου για το έτος 2025.**
12 / 2025	

Σήμερα την **31/01/2025**, ημέρα Παρασκευή το ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ Δήμου Νοτίου Πηλίου συνήλθε σε **Τακτική Συνεδρίαση (Δια ζώσης**) και **ώρα 15:00**, στο κτίριο του ΚΕΓΕ Αργαλαστής, ύστερα από την **941/27-01-2025** έγγραφη πρόσκληση του Προέδρου αυτού, που δημοσιεύτηκε στον πίνακα ανακοινώσεων του Δήμου και κοινοποιήθηκε σε όλους τους Δημοτικούς Συμβούλους με μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 4 του άρθρου 67 του Ν. 3852/2010 όπως αντικαταστάθηκε από το άρθρο 74 του Ν. 4555/18, τις διατάξεις του άρθρου 11 του Ν.5043/2023 και την απόφαση Υπ.Εσ.2804/20.01.2025 (ΦΕΚ 109/21.01.2025,τεύχος Β').

Πριν από την έναρξη της συνεδρίασης ο Πρόεδρος διαπίστωσε ότι υπήρχε νόμιμη απαρτία αφού από τα δεκαεννιά (19) μέλη, παρόντα και απόντα ήταν όπως ονομαστικά αναφέρονται παρακάτω:

ΠΑΡΟΝΤΕΣ			**ΑΠΟΝΤΕΣ**		
1.	**Ραμματάς Δημήτριος**	**Πρόεδρος**	**1.**	**Νασιόπουλος Ευάγγελος**	
2.	**Σχοινάς Τιμολέων**	**Αντιπρόεδρος**	**2.**	**Τζώρτζης Ιωάννης**	
3.	**Σταθαράκου Συραγώ**	**Γραμματέας**			
4.	**Γαρυφάλλου Ιφιγένεια –Γεωργία**				
5.	**Διανέλλος Απόστολος**				
6.	**Διανέλλος Ιωάννης**				
7.	**Επιδέξιος Χρήστος**				
8.	**Ευαγγελάκης Ιωάννης**				
9.	**Καφετζής Απόστολος**				
10.	**Κωνσταντινάκης Ιωάννης**				
11.	**Μαμμάς Νικόλαος**				
12.	**Μανέτας Βασίλειος**				
13.	**Μεσαλούρης Ιωάννης**				
14.	**Παπαδημητρίου Μιλτιάδης**				
15.	**Σωλήνης Ιωάννης**				
16.	**Χαμονικολάου Λεωνίδας**				
17.	**Χύτα –Κατώγια Βασιλική**				

ΠΑΡΟΝΤΕΣ ΠΡΟΕΔΡΟΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΙΩΝ :
ΠΡΟΣΕΛΕΥΣΕΙΣ–ΑΠΟΧΩΡΗΣΕΙΣ:

Στη συνεδρίαση παρέστη ο Δήμαρχος του Δήμου Νοτίου Πηλίου κ. Μιτζικός Μιχαήλ. Η τήρηση των πρακτικών του Δημοτικού Συμβουλίου έγινε από τις υπαλλήλους του Δήμου κες Πατρώνη Σοφία και Παπανικολάου Θωμαή.

Ο Πρόεδρος του Δημοτικού Συμβουλίου, αφού διαπίστωσε την απαρτία των μελών σύμφωνα με τις διατάξεις του **άρθρου 96, παρ. 3 Ν3463/2006,** όπου επί δεκαεννιά (19) μελών ανταποκρίθηκαν τα δέκα επτά (17), στη συνέχεια κήρυξε την έναρξη της συνεδρίασης.

Στη συνέχεια, ο Πρόεδρος αναφερόμενος στο **10ο** θέμα της ημερησίας διάταξης, έδωσε το λόγο στον Αντιδήμαρχο Τουρισμού, κ. Καφετζή Απόστολο, ο οποίος αναφερόμενος στο θέμα, είπε τα εξής:

Υποβολή για έγκριση του Σχεδίου Τουριστικής Προβολής του Δήμου Νοτίου Πηλίου για το έτος 2025.

Το Τμήμα Τουρισμού του Τμήματος Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης του Δήμου Νοτίου Πηλίου, στο πλαίσιο των καθηκόντων του όπως αυτά περιγράφονται στον ισχύοντα Ο.Ε.Υ., μεριμνά για το σχεδιασμό και την πραγματοποίηση προσραμμάτων τουριστικής προβολής, εισηγείται προγράμματα δράσεων και παρέμβασης για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή και μεριμνά για την αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

Προκειμένου να επιτευχθεί το παραπάνω έργο, συντάσσει σχέδιο Ετήσιου Προγράμματος Τουριστικής Προβολής. Στη συνέχεια τίθεται ενώπιον του Δημοτικού Συμβουλίου προς έγκριση. Η απόφαση του ΔΣ, διαβιβάζεται στον ΕΟΤ προκειμένου να εξασφαλιστεί η σύμφωνη γνώμη του ώστε να υπάρχει διασφάλιση εναρμόνισης του σχεδίου με την εθνική πολιτική για την τουριστική προβολή της χώρας , σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στις διατάξεις του αρθ. 46 του Ν. 4276/2014.

Το εν λόγω κείμενο έχει προκύψει από τη συλλογή και επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων μέσω της υλοποίησης ερευνών πεδίου, την αξιοποίηση της αποκτηθείσας εμπειρίας, τα απολογιστικά στοιχεία του έτους 2024 .

Το πρόγραμμα, βρίσκεται σε πλήρη εναρμόνιση με τη Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, αποτελεί συνέχεια των ενεργειών τουριστικής προβολής των προηγούμενων ετών και επίσης περιλαμβάνει δράσεις, οι οποίες δεν ολοκληρώθηκαν και αναμένεται να υλοποιηθούν την επόμενη χρονιά αλλά και νέες που θα εξυπηρετήσουν τους στόχους του προγράμματος.

Σύντομος Απολογισμός περιόδου Σεπτέμβριος 2023 – Αύγουστος 2024

Ο βασικός προγραμματισμός της παρούσας χρονιάς στηρίχθηκε στην συνδυασμένη προβολή διαθέσιμων κλασικών μέσων με παράλληλη αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων προώθησης του τουρισμού. Ταυτόχρονα υλοποιήθηκαν νέες δράσεις που εμπλούτισαν τον τουριστικό προϊόν αλλά και τα μέσα προώθησης του προορισμού.

Μέχρι σήμερα έχουν υλοποιηθεί τα ακόλουθα:

- Υποστηρίχθηκαν 6 εκθεσιακές συμμετοχές κυρίως κοινού με παράλληλες δράσεις προώθησης επαγγελματικών συναντήσεων προβολής του προορισμού.
- Υλοποιήθηκε δράση προώθησης των υπαίθριων δραστηριοτήτων του προορισμού.
- Πραγματοποιήθηκε διανομή 2548 εντύπων προώθησης της τοπικής ταυτότητας.
- Πραγματοποιήθηκαν παραγωγές ηχητικο σποτ σε ραδιόφωνο προβολής του προορισμού ως υλικό υποστήριξης περιεχομένου ψηφιακών δράσεων.
- Έγινε ανανέωση εξοπλισμού & εγκατάσταση νέου εξοπλισμού στις ακτές του Δήμου Νοτίου Πηλίου με σκοπό την υποστήριξη των λουομένων και της ανεμπόδιστης πρόσβασης των ατόμων με κινητικά προβλήματα

Ως γενικά συγκεράσματα από την περίοδο που πέρασε, προέκυψαν ότι:

Φυσικές καταστροφές και επαναλαμβανόμενα γεγονότα που αφενός επηρέασαν άμεσα τον προορισμό σε χρονικές στιγμές υψηλής επισκεψιμότητας και αφετέρου, επηρέασαν την φήμη του προορισμού.

Η φήμη συμπαρέσυρε όλο τον προορισμό, χωρίς να αφήσει ανεπηρέαστο κάποιο τμήμα του

Γενικά μια κακή χρονιά που επιβεβαιώνεται με πτώση στις πληρότητες.

Μειωμένη μέση πληρότητα κατά 10 μονάδες και άρα εκτιμώμενη μείωση 22%

Η επανασύνδεση με τις αγορές είναι δύσκολη και χρονοβόρα, καθώς νέοι προορισμοί έχουν εισέλθει και νέα προϊόντα έχουν δημιουργηθεί

Προκλήθηκε εσωστρέφεια στον προορισμό, με απόσταση από την εθνική πραγματικότητα και τις αγορές.

Αυτό συμβαίνει σε μία συγκυρία όπου εντοπίζεται να βαθαίνει το χάσμα α. στην συζήτηση για τον τουρισμό εθνικά, και β. στους δείκτες περιφερειακά

Η προηγούμενη περίοδος χαρακτηρίστηκε από πολλές επαναλαμβανόμενες δράσεις ενημέρωσης αγορών με γενικούς και στοχευμένους τρόπους. Υπήρξε μια τεράστια προσπάθεια επανασύνδεσης με αγορές και δοκιμής νέων δράσεων. Έχει δομηθεί μια γεφύρωση, υπήρξε παρουσία, εδραιώθηκε ειλικρινής επικοινωνία και οι νέες δράσεις ανοίγουν νέες ευκαιρίες

Στόχοι του σχεδίου για το 2025 δηλώνονται οι ακόλουθοι:

1. Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του προορισμού
   Στόχευση σε τουριστική ευαισθητοποίηση του κοινού (awareness).
   Επανασύνδεση με τις παραδοσιακές αγορές του προορισμού.
   Προώθηση του προορισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.
2. Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του προορισμού με παράλληλη σύνδεση με τουριστικά κανάλια διανομής.
   Επανασύνδεση με τις παραδοσιακές αγορές του προορισμού και διερεύνηση νέων.
   Προώθηση του προορισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

3. Προώθηση του προορισμού ως αυθεντικού τόπου και πεδίο θεματικών προϊόντων και εμπειριών. Σημείο εκκίνησης, η εξέλιξη του δικτύου της πεζοπορίας, ως στοιχείο περιπέτειας και συνεκτικό στοιχείο θεματικών προϊόντων.

Βασικές αγορές στόχοι ορίζονται κυρίως οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης και των Βαλκανίων.

Δράσεις προβολής

Άξονας 1. Προβολή με κλασικά μέσα

1. Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις
2. Συμπληρωματικές δράσεις και Εκδηλώσεις εντός του χώρου εκθέσεων
3. Προβολή σε χώρες του εξωτερικού και σε πόλεις του εσωτερικού
4. Διοργάνωση ή/και συμμετοχή σε B2B workshops, επαγγελματικά ταξίδια παρουσίασης, εκδηλώσεις παρουσίασης προορισμού
5. Φιλοξενίες και δημόσιες σχέσεις
6. Παραγωγή και εκτύπωση έντυπου υλικού τουριστικής προβολής
7. Παραγωγή και προμήθεια μέσων προβολής, υλικού marketing και δώρων
8. Διαφημιστικός χώρος και χρόνος σε τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά και έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά κλπ), υπαίθρια διαφήμιση και σε χώρους μαζικής συγκέντρωσης κοινού

Άξονας 2. Ψηφιακή προβολή

1. Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής - Παραγωγή και απόκτηση περιεχομένου
2. Ψηφιακές καμπάνιες [Ενδεικτικές]
3. Διαχείριση ιστότοπων, λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, εφαρμογών και δημιουργία, συντήρηση, εμπλουτισμός και περεταίρω ανάπτυξη
4. Διαδικτυακή προβολή, ψηφιακή διαφήμιση
5. Ανάπτυξη και παραγωγή εφαρμογής smart device για την πληροφόρηση πεζοπορίας

Άξονας 3. Διατήρηση υπαρχόντων και Εμπλουτισμός νέων υπηρεσιών

1. Ακτές – οργάνωση και υποστήριξη ακτών
2. Πεζοπορικές διαδρομές PELION ROUTES
3. Ανάδειξη τοπικών – πολιτιστικών στοιχείων των περιοχών (POI)
4. Προβολή διαδρομών ποδηλάτου
5. Ξεναγήσεις στην πόλη.

Άξονας 4. Υποστηρικτικά

1. Αναβάθμιση εξωτερικού χώρου ΚτΠ
2. Αξιοποίηση τοπικών ΜΜΜ
3. Δράση ανάπτυξης δυναμικού
4. Αξιολόγηση – παρακολούθηση

Άξονας 1. Προβολή με κλασικά μέσα – **ενδεικτικές**

ΧΩΡΑ	ΠΟΛΗ	Ημ/νία	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗΣ	Τύπος	Ιεράρχηση Αγοράς	Ιεράρχηση έκθεσης
		ΙΑΝ				
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	ΟΥΤΡΕΧΤΗ	9-12/1	VAKANTIEBEURS	Κοινού	Α	Β
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΒΙΕΝΝΗ	16-19/1	FERRIEN MESSE	Κοινού	Α	Β
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΣΤΟΥΤΓΚΑΡΔΗ	18-26/1	CMT	Κοινού	Β	Β
		ΦΕΒ				
~~ΒΕΛΓΙΟ~~	~~ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ~~	~~6-9/2~~	~~SALON DE VACANCES~~	~~Κοινού~~	~~Α~~	~~Β~~
ΙΣΡΑΗΛ	ΤΕΛΑΒΙΒ	13-14/2	IMTM	Κοινού	Α	**Α**
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΧΟ	19-23/2	FREE	Κοινού Outdoor	Α	**Α**
ΣΕΡΒΙΑ	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ	20-23/2	Sajam Tourism - IFT	Κοινού	Α	**Α**
ΔΑΝΙΑ	ΧΕΝΡΙΝΓΚ	21-23/2	FERIE FOR ALLE, Χέρνινγκ	Κοινού	Β	Β
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ	22-25/2	Targul Turism Romaniei (TTR)	Κοινού	Α	**Α**
		ΜΑΡΤ				
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΒΕΡΟΛΙΝΟ	4-6/3	ITB	Επαγγελματική	Α	**Α**
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	ΣΟΦΙΑ	9-11/3	HOLIDAY & SPA EXPO	Κοινού	Α	**Α**
ΤΣΕΧΙΑ	ΠΡΑΓΑ	14-16/3	HOLIDAY WORLD	Κοινού	Α	Β
ΓΑΛΛΙΑ	ΠΑΡΙΣΙ	13-16/3	Salon Mondial du Tourisme	Κοινού outdoor	Α	**Α**
		ΑΠΡ ΜΑΙ				
ΚΥΠΡΟΣ	ΛΕΥΚΩΣΙΑ	1-3/4	TRAVEL EXPO /ΤΑΞΙΔΙ	Κοινού	Α	Β
Β εξάμηνο						
ΣΟΥΗΔΙΑ	ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ	1-3/10	**UNDERBARA BARN**	Κοινού	Β	Β
ΙΤΑΛΙΑ	ΡΙΜΗΝΙ	8-10/10	TTG TRAVEL EXPERIENCE	Κοινού	Α	**Α**
ΕΛΒΕΤΙΑ	ΛΟΥΓΚΑΝΟ	/11	**Swiss International Holiday Exhibition**	Κοινού	Β	Β
ΑΓΓΛΙΑ	ΛΟΝΔΙΝΟ	4-6/11	WTM	Επαγγελματική	Α	**Α**
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΑΡΣΟΒΙΑ	20-22/11	IITTF WARSAW	Κοινού	Α	Β
ΕΛΛΑΔΑ	ΑΘΗΝΑ		AITE	Επαγγελματική	Α	Α
ΕΛΛΑΔΑ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	14-16/11	PHILOXENIA	Κοινού	Α	**Α**

1.2 Συμπληρωματικές δράσεις και Εκδηλώσεις εντός των εκθέσεων- road shows

Οι εκθεσιακές συμμετοχές

Α. θα προβάλλουν ενιαία τον προορισμό VolosPelion

Β. θα συμπληρώνονται με δράσεις που αυξάνουν την αποτελεσματικότητα των συμμετοχών.

Δράσεις που θα αξιοποιηθούν είναι:

- Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών
- Παρουσιάσεις
- B2B συναντήσεις
- Εκδηλώσεις γενικές – προώθησης προορισμού και πληροφόρησης, θεματικές, γαστρονομίας – τοπικής παράδοσης, παρουσιάσεων

Και άλλες με ad hoc προγραμματισμό.

1.3 Προβολή σε χώρες του εξωτερικού και στο εσωτερικό

Προβολή σε αγορές εξωτερικού αλλά και σε σημεία του εσωτερικού συμπληρωματικά ή σε αντικατάσταση εκθεσιακών δράσεων.

Αφορά την οργάνωση δράσεων με την μορφή εκδηλώσεων σε επιλεγμένα σημεία, συνδυασμένα με

- δράξεις πληροφόρησης κοινού
- προβολής κοινού
- workshops ή /και B2B δράσεις
- συμπληρωματικών δράσεων όπως αναφέρθηκαν και παραπάνω δηλαδή:

Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών - Παρουσιάσεις κοινού - B2B συναντήσεις - Εκδηλώσεις γενικές – Εκδηλώσεις προώθησης προορισμού και πληροφόρησης - Οργάνωση δράσεων παρουσίασης προορισμού - Εκδηλώσεις γαστρονομίας / τοπικής παράδοσης - Παρουσιάσεις ειδικών μορφών τουρισμού και άλλες με ad hoc προγραμματισμό.

Οι εκδηλώσεις θα γίνουν είτε με τη μορφή μεμονωμένης εκδήλωσης, είτε με τη μορφή μέρους συνολικότερης δράσης.

Η επιλογή των περιοχών θα προκύψουν από τις σταθερές και έκτακτες ανάγκες προβολής, αξιοποίησης συνδυαστικής προώθησης προϊόντος με άλλη δράση πχ festival κλπ.
Κάθε δράση θα γίνεται με την συνδρομή τοπικών φορέων [φορέων που συνιστούν ένα άτυπο αλλά ουσιαστικό τοπικό δίκτυο] και τον κατά τόπους φορέων και ομάδων υποστήριξης.

1.4 Συμμετοχή σε B2B workshops, ταξίδια παρουσίασης, εκδηλώσεις παρουσίασης προορισμού

Προβολή σε αγορές του προορισμού ή / και νέες αγορές αξιοποιώντας δράσεις που υλοποιούνται απευθείας στο εξωτερικό ή στο εσωτερικό. Τέτοιες δράσεις είναι:

- Συμμετοχή σε οργανώσεις B2B με θεματική στόχευση ή /και στόχευση αγοράς
- Συμμετοχή σε συνέδρια – εργαστήρια workshop, διαγωνισμούς, δίκτυα, roadshows με αντίστοιχη στόχευση
- Ενισχυτικά όλα τα παραπάνω μπορούν να υλοποιηθούν διαδικτυακά ή και με υβριδική μορφή με συμμετοχή σε διαδικτυακά σεμινάρια (webinars)

ΧΩΡΑ	**ΠΟΛΗ**	**Ημ/νία**	**Τύπος**	Στόχος	Ιεράρχηση
ΔΑΝΙΑ	ΚΟΠΕΓΧΑΓΗ	4/2	TNM B2B	B	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΧΟ	20/2	CG B2B	A	
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ έκθεση	24/2	TOD B2B	A	A
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	ΣΟΦΙΑ έκθεση	12/3	TOD B2B	A	A
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ	26/3	CG B2B	A	
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΡΟΤΣΛΑΒ	3/4	GTW B2B	A	A
Η.Β.	ΜΑΝΤΣΕΣΤΕΡ	28/4	GTW B2B	A	A
ΙΤΑΛΙΑ	ΝΑΠΟΛΗ	8/5	CG B2B	A	
ΣΕΡΒΙΑ	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ	15/5	CG B2B	A	A
ΙΤΑΛΙΑ		ΜΑΙΟΣ	GTW B2B	A	
ΓΑΛΛΙΑ	ΠΑΡΙΣΙ	26/9	TOD B2B	A	A
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	ΧΑΓΗ	23/10	GTW B2B	A	A
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΒΙΕΝΝΗ	26/10	TOD B2B	A	A
ΣΟΥΗΔΙΑ	ΜΑΛΜΕ	30/10	GTW B2B	B	A
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΑΡΣΟΒΙΑ - ΚΑΤΟΒΙΤΣΕ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	CG B2B	A	A
ΣΟΥΗΔΙΑ	ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	TNM B2B	B	A
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΒΙΕΝΝΗ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	GTW B2B	A	A

TNM Travel news market, CG Choose Greece, GTW Greek tourism workshop, TOD Tourism open days

Απαιτήσεις νέας δομής – Δημιουργία μηχανισμού με παρακάτω αντικείμενο:

Οργάνωση υλικού προορισμού, άμεσα διαθέσιμο προς αποστολή.

Συμπληρωματικές ενέργειες υποστήριξης Στόχου 2 (επικοινωνία με κανάλια διανομής) όπως παρουσιάσεις του προορισμού στο εξωτερικό, workshops, κλπ.
Προγραμματισμός συναντήσεων σε μεικτές εκθέσεις Τουρισμού με bloggers ή/και δημοσιογράφους, Τ.Ο. κλπ – αξιοποίηση παρουσίας.
Προγραμματισμός συναντήσεων σε επαγγελματικές εκθέσεις Τουρισμού με Τ.Ο..
Αξιοποίηση εργαλείων αντιστοίχισης εκθετών και buyer
Εξεύρεση καταλόγων
Επικοινωνία, σύνδεση
Οργάνωση επαφών B2B ανά αγορά.
Παρακολούθηση της επικοινωνίας (follow up) των επαφών μετά από κάθε εκθεσιακή συμμετοχή του Δήμου.
Θέσπιση αρχών συνεργασίας με τοπικούς φορείς.
Σύνδεση προηγούμενων δράσεων με νέες. Αξιοποίηση των επαφών σε κάθε νέα επικοινωνία.

Διατήρηση επικοινωνίας επαφών, ενημέρωση για νέες δράσεις και ευκαιρίες [εξέλιξη site, social, app, Pelion routes, συνδέσεων, κλπ]
Πρόκληση ταξιδιών γνωριμίας με ιεράρχηση και αξιοποίηση επαφών. (1.5)
Ενημέρωση και παρακολούθηση επικοινωνίας στα Μ.Μ.Ε πανελλήνιας εμβέλειας εκτός τοπικών (τηλεόραση / ραδιόφωνο / περιοδικά / εφημερίδες / διαδίκτυο) με βάση τις ανάγκες του προορισμού, τις θετικές δράσεις και τις τρέχουσες συνθήκες και σκοπό τη δημιουργία θετικής δημοσιότητας σε ΜΜΕ πανελλήνιας εμβέλειας.

1.5 Φιλοξενίες και δημόσιες σχέσεις

Αφορά την οργάνωση, υποδοχή και φιλοξενία fam / press trips σε συνεργασία με τα γραφεία του ΕΟΤ εξωτερικού, εταιρίες δημοσίων σχέσεων και προβολής, τοπικούς φορείς, γραφεία ταξιδιών κλπ. Οι αγορές των fam / press trip είναι κυρίως οι αγορές στόχου καθώς συνδιοργανώνονται με τα γραφεία του ΕΟΤ που έχει εδραιωθεί συνεργασία ή/και σε συνεργασία με πρωτοβουλίες δημοσίων σχέσεων που θα ανακύψουν ad hoc.
Η βασική επιδίωξη στοχεύει στα press media trips [press/media/social media/ influence media ...] για την επίτευξη ευαισθητοποίησης κοινού. Επόμενη επιδίωξη τα fam trips εξειδικευμένων γραφείων και ΤΟ (σπεσιαλίστες ειδικών προγραμμάτων). Τέλος, fam trips γενικών γραφείων τουρισμού αγορών στόχου, στο πλαίσιο της προώθησης του προορισμού στους επαγγελματίες του κλάδου των αγορών στόχου. Κάθε άλλη πρόταση θα εξετάζεται και θα αξιολογείται ad hoc.

1.6 Παραγωγή και εκτύπωση – επανεκτύπωση έντυπου υλικού τουριστικής προβολής

1.7 Παραγωγή και προμήθεια μέσων προβολής, υλικού marketing και δώρων

Αφορά την παραγωγή του έντυπου και ψηφιακού υλικού προβολής και προώθησης του προορισμού.
Το υλικό χρησιμοποιείται στο σύνολο των ανωτέρω δράσεων αλλά στο σύνολο των δράσεων πληροφόρησης, παρουσίασης, ψηφιακής παρουσίασης, αξιοποίησης των λογαριασμών κοινωνικών δικτύων, διάχυσης και διάδοσης της πληροφορίας και υποστήριξης κάθε δράσης τουριστικής ενημέρωσης, πληροφόρησης και προβολής του προορισμού είτε αυτές υλοποιούνται με ίδια μέσα είτε από τους συνεργαζόμενους φορείς στην τουριστική προβολή. **Ειδικά στην ανάπτυξη και παραγωγή υλικού αυτό αφορά σε:**

- Επαναεκτυπώση υλικού τουριστικής προβολής / πληροφόρησης ή /και επέκταση σε νέες γλώσσες
- Δημιουργικό και παραγωγή νέου υλικού προώθησης στοιχείων του προορισμού.
  Ενδεικτικά, θα εξεταστεί η παραγωγή σειρά μονόφυλλων έντυπων χαρτών με αποτύπωση των βασικών αξιοθέατων κάθε ενότητας του προορισμού με στόχο την τοπική εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Η παραγωγή νέου οδηγού περιοχής. Νέου υλικού ανάδειξης επιμέρους στοιχείων και εμπειριών.
  Στόχος η κάλυψη αναγκών στην ενημέρωση επισκεπτών, η επιμήκυνση της παραμονής των επισκεπτών ανά περιοχή, η αξιοποίηση τους ως εργαλείο προώθησης κάθε περιοχής, η ενίσχυση των τοπικών επιχειρήσεων με υλικό πληροφόρησης και προβολής.

1.8 Διαφημιστικός χώρος ή/και χρόνος σε τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά και έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά κλπ), σε μέσα μεταφοράς, υπαίθρια διαφήμιση και σε χώρους μαζικής συγκέντρωσης πλήθους αλλά και προώθηση σε μέσα πληροφόρησης Τ.Ο. , αεροπορικών εταιριών κλπ.

Κλασικού τύπου διαφημιστικές ενέργειες σε ΜΜΕ αλλά και εξειδικευμένες όπως προβολή σε καταλόγους Τουριστικών γραφείων, Τ.Ο., in flight περιοδικών αεροπορικών εταιριών κλπ. Το σύνολο των δράσεων θα προγραμματίζεται και θα μεταβάλλεται ad hoc με σκοπό την προώθηση προγραμματισμένων αλλά και ειδικών δράσεων.

Άξονας 2. Ψηφιακή προβολή

2.1 Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής - Παραγωγή και απόκτηση περιεχομένου

Συνεχής εμπλουτισμός υλικού με φωτογραφίες, κείμενα, βίντεο, μονταρισμένες ενότητες κλπ .
Αφορά απόκτηση και παραγωγή γενικού υλικού στο πλαίσιο της τοποθέτησης αλλά και ανάπτυξη εξειδικευμένων ενοτήτων και την κάλυψη θεμάτων με σκοπό την υποστήριξη ad hoc καμπάνιας.
Παραγωγή αλλά και προμήθεια υλικών [διαφημιστικά σποτ, παρουσιάσεις, φωτογραφικό υλικό, κείμενα – αφηγήσεις, βίντεο, κλπ] – προμήθεια υλικού με απόκτηση πνευματικών δικαιωμάτων.

2.2 Ψηφιακές καμπάνιες [Ενδεικτικές]

	Ι	Φ	Μ	Α	Μ	Ι	Ι	Α	Σ	Ο	Ν	Δ
Αγορά εξωτερικού Γενικό & χορηγούμενο		Χ	Χ									
Ελληνική αγορά Γενικό & χορηγούμενο						Χ	Χ					
Αγορά εξωτερικού πεζοπορίας			Χ	Χ	Χ			Χ	Χ			
Χριστούγεννα											Χ	Χ

2.3 Διαχείριση ιστότοπων, λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, εφαρμογών και δημιουργία, συντήρηση, εμπλουτισμός και περεταίρω ανάπτυξη

Συνεχής εμπλουτισμός περιεχομένου.
Διασύνδεση και αξιοποίηση περιεχομένου μεταξύ ιστότοπων, μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογής i area.
Προστασία και ασφάλεια των σελίδων και εφαρμογών.

2.4 Διαδικτυακή προβολή, ψηφιακή διαφήμιση

Στοχευμένη [χορηγούμενη] διαφήμιση σε αγορές στόχους, θεματική προσέγγιση προσαρμοσμένες στις καμπάνιες προβολής, στις ψηφιακές δράσεις και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
Ψηφιακή διαφήμιση με καταχώριση σε διαδικτυακούς τόπους. Καταχωρίσεις σε σελίδες που αξιοποιούνται από δυνητικούς πελάτες – επισκέπτες του προορισμού, sites τουριστικών γραφείων που δραστηριοποιούνται στον προορισμό ή προτίθενται να το πράξουν, αεροπορικών εταιριών κλπ.

2.5 Ανάπτυξη και παραγωγή εφαρμογής smart device για την πληροφόρηση πεζοπορίας

Αφορά την παραγωγή hike app που θα υποστηρίξουν την καλύτερη πληροφόρηση των επισκεπτών θεματικού τουρισμού πεζοπορίας.

Άξονας 3. Διατήρηση υπαρχόντων και Εμπλουτισμός νέων υπηρεσιών

3.1 Ακτές – οργάνωση και υποστήριξη ακτών

Ασφάλεια

- Ναυαγοσωστική κάλυψη - κάλυψη με υπεύθυνο ακτής / επέκταση κάλυψης σε ακτές εκτός πολυσύχναστων
- Οριοθέτηση ακτών – συμπληρωματική χειμερινή οριοθέτηση

Προσβασιμότητα

- Τοποθέτηση και παροχή υπηρεσίας χημικών τουαλετών
- Ετήσια τοποθέτηση εξοπλισμού πρόσβασης για άτομα μειωμένης κινητικότητας

Ποιότητα

- Ενέργειες συμμετοχής στο πρόγραμμα και υποβολής φακέλου
- Παρακολούθηση ακτών και συμμόρφωση με τις προδιαγραφές του προγράμματος. Διατήρηση του αριθμού των βραβευμένων με γαλάζια σημαία. Οργάνωση και υποστήριξη ακτών – διαχείριση προγράμματος Γαλάζιων ακτών

3.2 Πεζοπορικές διαδρομές

Οι δράσεις προκύπτουν από τις θεματικές εξειδικεύσεις των δράσεων των Αξόνων 1 και 2 και αφορά το τεχνικό έργο του δικτύου πεζοπορικών διαδρομών Pelion Routes.Η παρακάτω αναφορά αποτελεί ένα καλάθι των δράσεων που δημιουργούνται μέσω των παραπάνω αξόνων και αφορούν:

- Επικαιροποίηση και συντήρηση του web site. Κυρίως ενσωμάτωση 3ων επιπέδων ενημέρωσης
  Διαδρομή ανοιχτή σηματοδοτημένη – πράσινο
  Διαδρομή σηματοδοτημένη με ενημέρωση για σημεία προσοχής ή/και εμπόδια διάσχισης - πορτοκαλί
  Διαδρομή μη σηματοδοτημένη - κόκκινη
- Προετοιμασία φακέλου ένταξης πεζοπορικού δικτύου σε κατάλογο ευρωπαϊκών πιστοποιημένων διαδρομών αγορών του εξωτερικού
- Ανάπτυξη καμπάνιας ψηφιακής προβολής
- Ανανέωση έντυπου υλικού, επανεκτύπωση και παραγωγή νέου και παραγωγή
- Προβολή εντός εκθέσεων
- Πεζοπορικές ξεναγήσεις

Δράσεις ευαισθητοποίησης κοινού, κατοίκων, επαγγελματιών, τοπικών συλλόγων, επισκεπτών.
Δημιουργία καλεντάρι πεζοπορικών ξεναγήσεων ανά σκέλος με την συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων, επιχειρήσεων και επαγγελματιών με αξιοποίηση του δικτύου διαδρομών Pelion routes.
Κάθε πεζοπορική συνάντηση μπορεί να επεκταθεί με δράση ανάδειξης τοπικού χαρακτηριστικού πχ.
Συμπληρωματική ξενάγηση σε μουσείο,
Ξενάγηση σε μνημείο θρησκευτικής λατρείας,
Συμπληρωματική ξενάγηση στο χωριό
Συμπληρωματικό food taste κλπ

3.3 Ανάδειξη τοπικών – πολιτιστικών στοιχείων των περιοχών (POI)

Δημιουργικό μονόφυλλων εντύπων ανά περιοχή του προορισμού με προβολή πολιτιστικών στοιχείων – αξιοθέατων
Εμπλουτισμός ψηφιακού υλικού με νέα καταγεγραμμένα POI

Άξονας 4. Υποστηρικτικά

4.1 Αναβάθμιση εξωτερικού χώρου ΚτΠ

Περιλαμβάνονται σημάνσεις κτιρίου, εισόδου, εξωτερικού χώρου, κατασκευές 3d λογοτύπου, φωτισμός κ.α.

4.2 Αξιοποίηση τοπικών ΜΜΜ

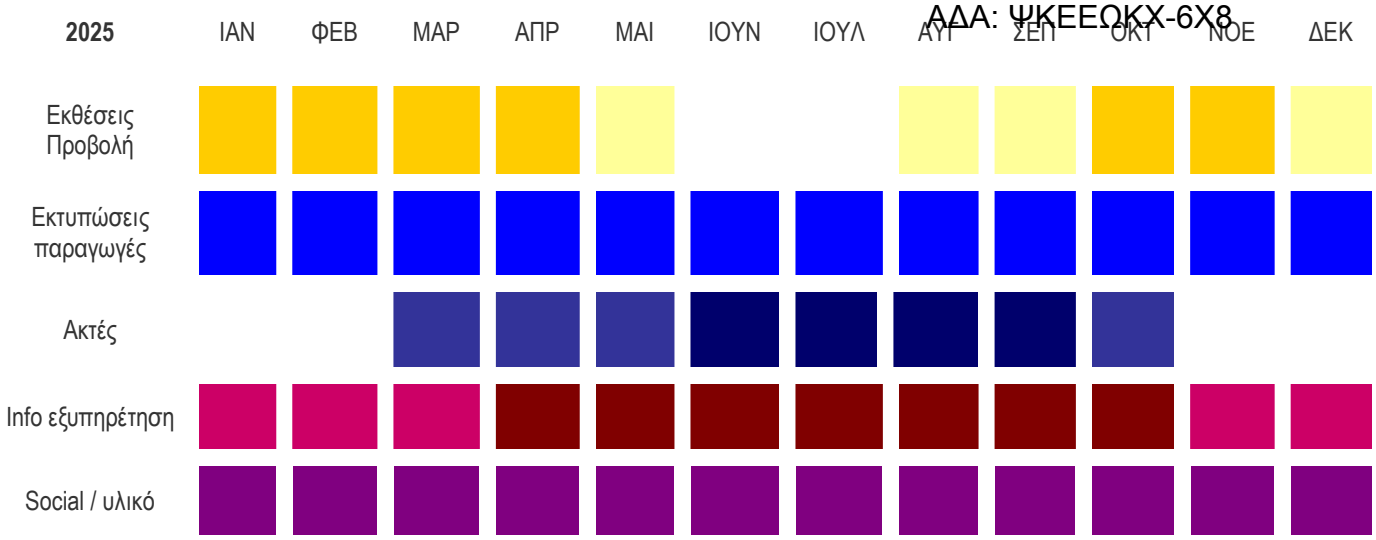
Περιλαμβάνονται τοποθετήσεις αφισών σε στάσεις λεωφορείων προωθώντας την τουριστική ταυτότητα της περιοχής, το αφήγημα [**Βίωσε την εμπειρία του ταξιδιώτη (be a traveler), Εξερεύνησε**, **Ανακάλυψε** ..] , τουριστικά αξιοθέατα και κυρίως νέα προϊόντα όπως I Volos, Pelion routes, social media, ..
Όμοια θα αφορά την αξιοποίηση των ίδιων των ΜΜΜ.

4.3 Δράση ανάπτυξης δυναμικού

Η εκπαίδευση των απασχολούμενων στον κλάδο του τουρισμού αναδεικνύεται ως βασικό παράγοντα της επιτυχίας τους. Η ανταγωνιστική φύση του κλάδου δημιουργεί την ανάγκη για συνεχή εξέλιξη της κάθε επιχείρησης αλλά και του προορισμού. Η επένδυση στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού είναι ένας από τους στόχους που αξίζει να επιτευχθεί.
Στο παραπάνω πλαίσιο προτείνεται:

- Προπαρασκευαστικές συναντήσεις των τοπικών εμπλεκομένων φορέων για την από κοινού ανάπτυξη ενός προγράμματος
- Η αναζήτηση συνεργασιών για την υποστήριξη της δράσης
- Η υλοποίηση σύντομης και στοχευμένης έρευνας εκπαιδευτικών αναγκών
- Η διαμόρφωση του βασικού πλαισίου της επιμόρφωσης
- Η υλοποίηση της δράσης προς τους ωφελούμενους

4.4 Αξιολόγηση – παρακολούθηση



ΤΟ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

Αφού έλαβε υπόψη του:

- Την παραπάνω εισήγηση
- Τον Απολογισμό περιόδου ΣεπτέμβριΟΥ 2023 – Αύγουστου 2024
- Το Σχεδίου Τουριστικής Προβολής του Δήμου Νοτίου Πηλίου για το έτος 2025
- Τη ΛΕΥΚΗ ψήφο των Δημοτικών Συμβούλων, κ. Παπαδημητρίου Μιλτιάδη, Μεσαλούρη Ιωάννη, κ. Σχοινά Τιμολέοντα, κ. Επιδέξιου Χρήστου και Κωνσταντινάκη Ιωάννη, (η οποία *λευκή ψήφος* δεν υπολογίζεται στην καταμέτρηση ούτε των θετικών ούτε των αρνητικών ψήφων - άρθρο 67, παρ. 10 του ν. 3852/2010, όπως αντικαταστάθηκε από το άρθρου 74, παρ. 10 του Ν.4555/2018 και ισχύει).

Και μετά από διαλογική συζήτηση μεταξύ των μελών του Δημοτικού Συμβουλίου, των οποίων οι απόψεις και οι τοποθετήσεις τους, είναι αναλυτικά καταγεγραμμένες στα απομαγνητοφωνημένα πρακτικά της συνεδρίασης.

ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ομόφωνα,

1. **Εγκρίνει** τον Απολογισμό περιόδου ΣεπτέμβριΟς 2023 – Αύγουστος 2024

2. **Εγκρίνει** το Σχέδιο Τουριστικής Προβολής του Δήμου Νοτίου Πηλίου για το έτος 2025**,** όπως ακριβώς παρουσιάζεται στην ανωτέρω εισήγηση

3. **Εγκρίνει** το αναλυτικό πρόγραμμα δράσης, το οποίο επισυνάπτεται και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσας απόφασης.

4. Αναθέτει τις περαιτέρω ενέργειες στο Δήμαρχο Νοτίου Πηλίου

Η Απόφαση αυτή πήρε αύξοντα αριθμό **12 /2025**

Συντάχτηκε το πρακτικό και υπογράφεται

Ο Πρόεδρος του
ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ
(Υπογραφή)

Τα Μέλη
(Υπογραφές)

ΑΚΡΙΒΕΣ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ
Αργαλαστή 31-01-2025
Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

Ραμματάς Δημήτριος

Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2025

Δήμος Νοτίου Πηλίου / Αντιδημαρχία Τουρισμού

Δεκέμβριος 2024

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΑΡΓΑΛΑΣΤΗ , 2024

ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ
Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας EN ISO 9001:2015
Έκδοση 1η Διαδικασία Δ.07-02
Ε.07-02.05 Απόσπασμα Πρακτικού Δημοτικού Συμβουλίου

Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2025

Δήμος Νοτίου Πηλίου / Αντιδημαρχία Τουρισμού

Δεκέμβριος 2024

Στοιχεία που αναφέρονται

Απολογισμός

Έρευνα

Δράσεις

Απολογισμός Τμήματος Τουρισμού Δήμου Νοτίου Πηλίου

Περίοδος απολογισμού

Σεπ 2023 – Αυγ 2024

Προώθηση προορισμού

Ημερολόγιο δράσεων



Έκθεση

Νοέμβριος 2023

Philoxenia 2023, Θεσσαλονίκη, συμμετοχή με περίπτερο του προορισμού



Philoxenia
HELEXPO

Βασικός στόχος του **2024**

Επανασύνδεση με αγορές

Έκθεση

Φεβρουάριος 2024

Ρουμανία, Βουκουρέστι
Διεθνής Έκθεση Τουρισμού TTR 2024



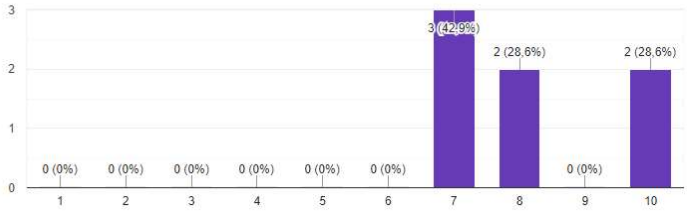


Αξιολόγηση από τους συμμετέχοντες

Εμβαδό περιπτέρου (πόσο επαρκούσε)

Αντιγραφή

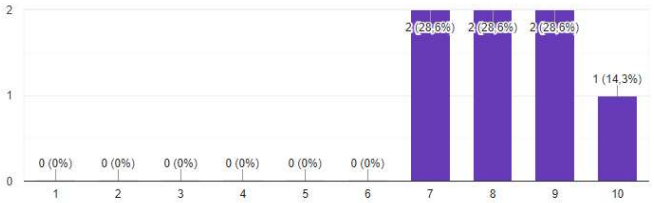
7 απαντήσεις



Θέση περιπτέρου (η θέση μέσα στην έκθεση)

Αντιγραφή

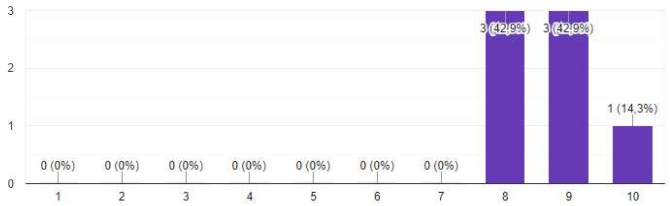
7 απαντήσεις



Αισθητική περιπτέρου (η εικόνα που παρουσίαζε)

Αντιγραφή

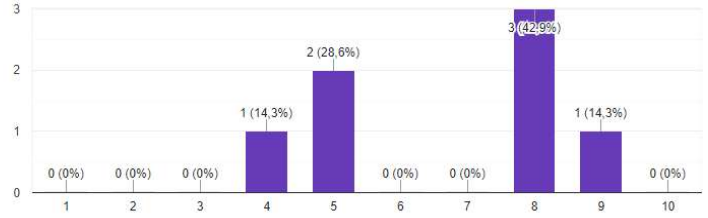
7 απαντήσεις



Το περίπτερο μας σε σχέση με τον ανταγωνισμό

Αντιγραφή

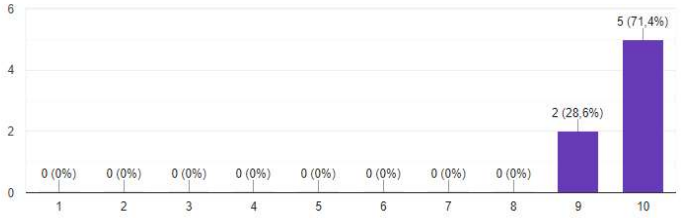
7 απαντήσεις



Ικανοποίηση από τη στελέχωση του περιπτέρου

Αντιγραφή

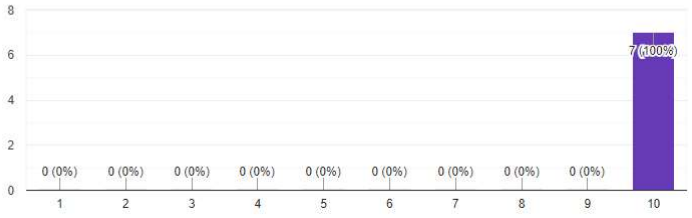
7 απαντήσεις



Ικανοποίηση από τη συνεργασία μεταξύ των μελών της αποστολής

Αντιγραφή

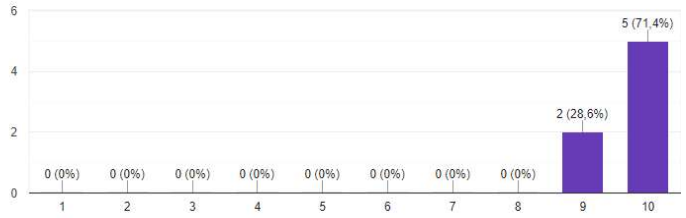
7 απαντήσεις



Ικανοποίηση από την υποστήριξη της μελών της αποστολής στις πιθανές ανάγκες τους

Αντιγραφή

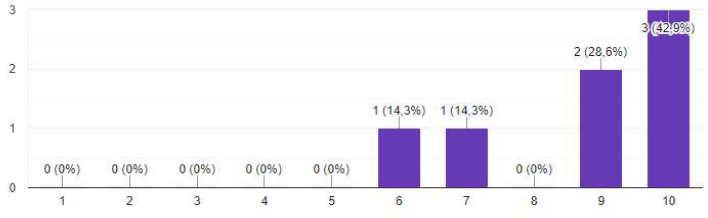
7 απαντήσεις



Ικανοποίηση από την συμμετοχή της επιχείρησή σας ή του φορέα που εκπροσωπείτε στην εκθεση

Αντιγραφή

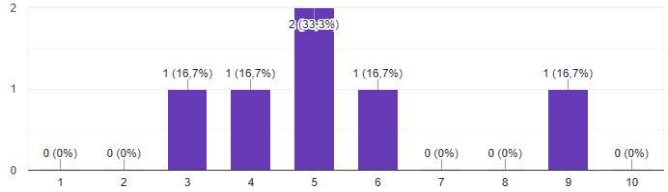
7 απαντήσεις



Ικανοποίηση από τα επαγγελματικά ραντεβού που κάνατε κατά την διάρκεια της έκθεσης
(αν δεν επιθυμούσατε ραντεβού, η απάντηση δεν είναι υποχρεωτική)

Αντιγραφή

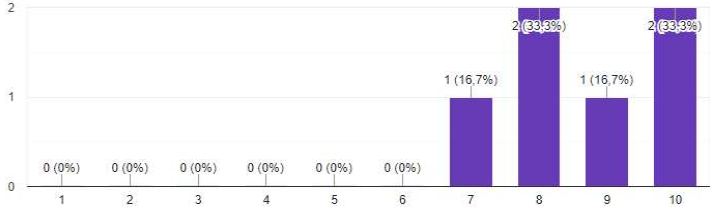
6 απαντήσεις



Ικανοποίηση από τις ευκαιρίες προβολής της επιχείρησης σας ή του φορέα που εκπροσωπείτε κατά την διάρκεια της έκθεσης

Αντιγραφή

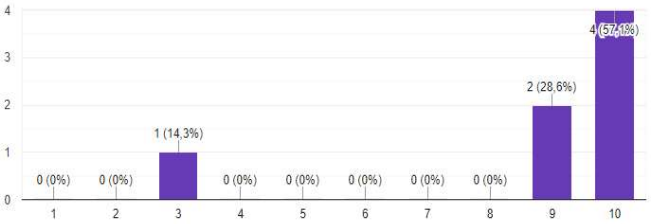
6 απαντήσεις



Γενική εικόνα της εκπροσώπησης της περιοχής VOLOSPELION

Αντιγραφή

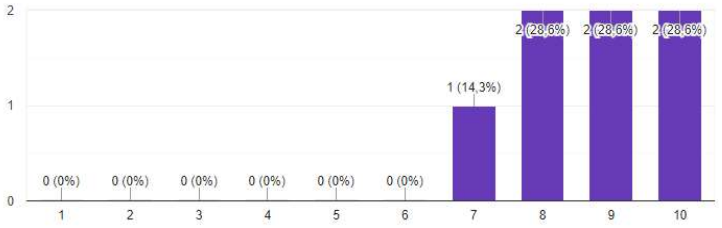
7 απαντήσεις



Βαθμολογείστε πόσο σημαντική θεωρείτε ότι είναι η επανάληψη της συμμετοχής της περιοχής στην έκθεση

Αντιγραφή

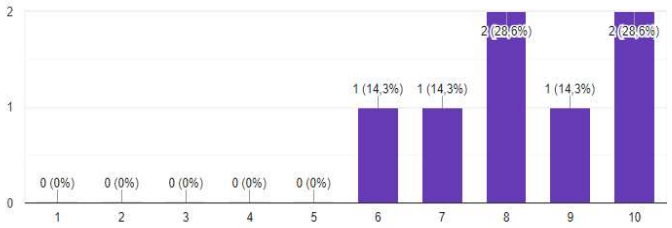
7 απαντήσεις



Βαθμολογείστε πόσο πιθανό είναι να η επιχείρηση ή ο φορέας σας στην έκθεση μαζί με την περιοχή σε περίπτωση που επαναληφθεί επόμενη χρονιά

Αντιγραφή

7 απαντήσεις



Μπορείτε να αναφέρετε κάποια ιδέα που θα βελτίωνε την παρουσία του προορισμού στην έκθεση:

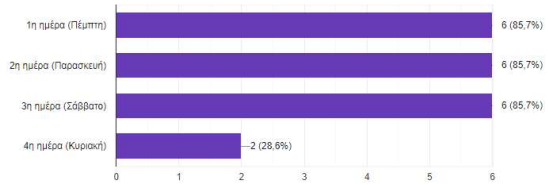
5 απαντήσεις

Διαδραστικά δρώμενα
Live experience (cooking/dancing/exploring)
Να ήταν πιο διαδραστική, πχ κάποια προϊόντα τοπικά ή κάποια happenings
Οργάνωση μικρών events με τοπικό χαρακτήρα για την προσέλκυση των επισκεπτών
Όσο και εαν θεωρηθεί ξεπερασμένο η ας πούμε ήδη δοκιμασμένο,θα ήταν ωραίο να υπάρχουν κεράσματα στο περίπτερο,μουσική,χορευτικά,ακόμη και μαγειρική ετσι ώστε να τραβήξει το ενδιαφέρον του επισκέπτη.Αλλωστε μην ξεχνάμε οτι απευθυνόμαστε σε Βαλκάνια που ολα αυτα τα έχουν στην κουλτούρα τους!

Ποιες ημέρες συμμετείχατε

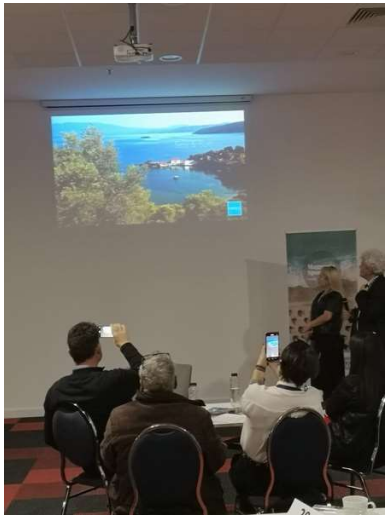
Αντιγραφή

7 απαντήσεις



B2B & παρουσιάσεις

Φεβρουάριος 2024
Ρουμανία, Βουκουρέστι
Διεθνής Έκθεση Τουρισμού TTR 2024







B2B & παρουσιάσεις

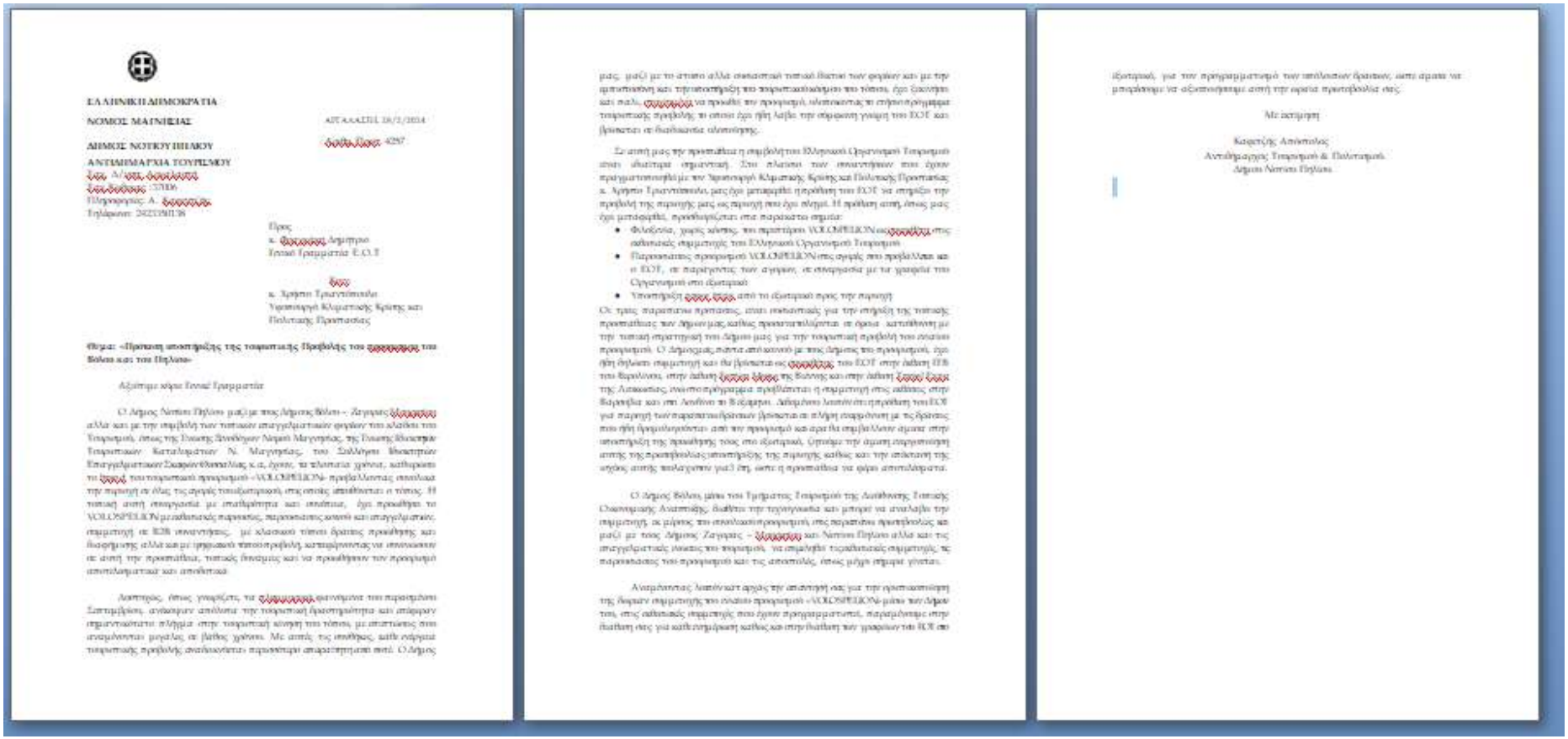
Φεβρουάριος 2024
Μόναχο, Γερμανία
Choose Greece, 2024





Παρέμβαση στον ΕΟΤ

Πρόταση συμμετοχής του προορισμού στις δράσεις του ΕΟΤ χωρίς κόστος



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ

ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ

ΑΝΤΙΔΗΜΑΡΧΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΑΠΣ Α.Α.ΔΕΠΣ 28/3/2024

Αριθ. Πρωτ. 4297

Προς
κ. Δημητρο
Γενικό Γραμματέα Ε.Ο.Τ

κ. Χρήστο Τριαντόπουλο
Υφυπουργό Κλιματικής Κρίσης και Πολιτικής Προστασίας

Θέμα: «Πρόταση υποστήριξης της τουριστικής Προβολής του [redacted] του Βόλου και του Πηλίου»

Αξιότιμε κύριε Γενικέ Γραμματέα

Ο Δήμος Νοτίου Πηλίου μαζί με τους Δήμους Βόλου – Ζαγοράς [redacted] αλλά και με την υποβολή των τοπικών επιχειρηματικών φορέων του κλάδου του Τουρισμού, όπως της Ένωσης Ξενοδόχων Νομού Μαγνησίας, της Ένωσης Ιδιοκτητών Τουριστικών Καταλυμάτων Ν. Μαγνησίας, του Συλλόγου Ιδιοκτητών Επιχειρήσεων Σκιαθιρών Θαυμαλίας κ.α, έχουν, τα τελευταία χρόνια, καθιερώσει το [redacted] του τουριστικού προϊόντος «VOLOSPELION» προβάλλοντας ουσιαλώς την περιοχή σε όλες τις αγορές τουλεμπορικά στις οποίες απευθύνεται ο τόπος. Η τοπική αυτή επιχειρηματία με υπερβάλλοντα και επιτέλεσε, έχει προωθήσει το VOLOSPELION με καθοδικούς παρόντες, παρουσιάσεις κοινού και επαγγελματικές συμμετοχή σε B2B συναντήσεις, με κλασικού τύπου δράσεις προώθησης και διαφήμισης αλλά και με ψηφιακού τύπου προβολή, καταφέρνοντας να αποτελεσματικά σε αυτή την προσπάθεια, τοπικές δυνάμεις και να προωθήσουν τον προορισμό αποτελεσματικά και αποδοτικά.

Δεκτικός, όπως γνωρίζετε, τα [redacted] φαινόμενα του παρελθόντος Σεπτεμβρίου, ανάκαμψαν απόλυτα την τουριστική δραστηριότητα και απέφεραν σημαντικότατο πλήγμα στην τουριστική κίνηση του τόπου, με επιπτώσεις στον αναμένονται μεγάλες σε βάθος χρόνου. Με αυτές τις σκέψεις, κατά ενόψει τουριστικής προβολής αναλυτικότερα παρακάτω απαιτήσεις από τον Δήμο μας, μαζί με το σύνολο άλλα ουσιαστικά τοπικά βιώτια των φορέων και με την αμοιβαίαν και τηρεπιστηρίξη του πληρεπαγγέλματα του τόπου, έχει ξεκινήσει και σαλν, [redacted] να προωθεί την προσφορά, υλοποιώντας το σήμερα πρόγραμμα τουριστικής προβολής το οποίο έχει ήδη λάβει την σθρωτή γνώμη του ΕΟΤ και βρίσκεται σε διαδικασία υλοποίησης.

Σε αυτή μας την προσπάθεια η συμβολή του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού είναι ιδιαίτερα σημαντική. Στο πλαίσιο των συναντήσεων που έχουν πραγματοποιηθεί με την Υφυπουργό Κλιματικής Κρίσης και Πολιτικής Προστασίας κ. Χρήστο Τριαντόπουλο, μας έχει μεταφερθεί η πρόθεση του ΕΟΤ να στηρίξει την προβολή της περιοχής μας ως περιοχή που έχει σλητ. Η πρόθεση αυτή, όπως μας έχει μεταφερθεί, προσδιορίζεται στα παρακάτω σημεία:

- Φιλοξενία, χωρίς κόστος, του περιπτέρου VOLOSPELION σε [redacted] στις καθιερωμένες συμμετοχές του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού
- Παρουσίαση προορισμού VOLOSPELION στις αγορές στο προβλέπεται και ο ΕΟΤ, σε συνεργασία των αγώνων, σε συνεργασία με τα γραφεία του Οργανισμού στο εξωτερικό
- Υποστήριξη [redacted] από το εξωτερικό προς την περιοχή

Οι τρεις παρακάτω προτάσεις, είναι σκόπιμο για την στήριξη της τοπικής προσπάθειας των Δήμων μας καθώς προσαρτώνται σε όρους κατάθεση με την τοπική επιχειρηματική του Δήμου μας για την τουριστική προβολή του ανωτέρω προορισμού. Ο Δημοτικός σκάπτα από κοινού με τους Δήμους του προορισμού, έχει ήδη δηλώσει συμμετοχή και θα βρίσκεται ως [redacted] του ΕΟΤ στην έκθεση IFR του Βερολίνου, στην έκθεση [redacted] της Βιέννης και στην έκθεση [redacted] της Λιουμπλιάνα, ενώ στο πρόγραμμα προβλέπεται η συμμετοχή στις εκθέσεις στην Βαρσοβία και στο Λονδίνο το Φεβρουάριο. Δεδομένου λοιπόν ότι η στήριξη του ΕΟΤ για συμμετοχή των παραπάνω δράσεων βρίσκεται σε πλήρη συμφωνία με τις δράσεις που ήδη προγραμματίστηκε από την προσφορά και αρα θα συμβάλλουν σημαντικά στην υποστήριξη της προσπάθειας τους στο εξωτερικό, ζητούμε την άμεση ενεργοποίηση αυτής της προσπάθειας υποστήριξης της συμμετοχής καθώς και την απόκτηση της αγοράς αυτής τουλάχιστον για 3 έτη, ώστε η προσπάθεια να φέρει αποτελέσματα.

Ο Δήμος Βόλου μέσω του Τμήματος Τουριστικής της Διεύθυνσης Οικονομικής Ανάπτυξης, διαθέτει την τεχνογνωσία και μπορεί να αναλάβει την συμμετοχή, σε μόρφες που αποτελούν προορισμό στις παραπάνω προτάσεις και μαζί με τους Δήμους Ζαγοράς – [redacted] και Νοτίου Πηλίου αλλά και τις επιχειρηματικές ενώσεις του τουρισμού, να στηρίξει τις καθιερωμένες συμμετοχές τα παρουσιάσεις του προορισμού και τις αποστολές, όπως μέχρι σήμερα γίνεται.

Αναμένοντας λοιπόν κατά αρχάς την απάντηση σας για την ικανοποίηση της δομικής συμμετοχής του ανωτέρω προορισμού «VOLOSPELION» μέσω των Δήμων τους, στις καθιερωμένες συμμετοχές που έχουν προγραμματιστεί, παραμένουμε στην διάθεση σας για κάθε συνεργασία καθώς και στην διάθεση των γραφείων του ΕΟΤ στο εξωτερικό, για τον προγραμματισμό των απόλυτων δράσεων, ώστε αμεσα να μπορέσουμε να αξιοποιήσουμε αυτή την σημαντική πρωτοβουλία σας.

Με εκτίμηση

Καφετζής Απόστολος
Αντιδήμαρχος Τουρισμού & Πολιτισμού
Δήμου Νοτίου Πηλίου

Έκθεση

Μάρτιος 2024
Βουλγαρία, Σόφια
Διεθνής Έκθεση Τουρισμού Holiday & SPA 2024




Volos




Volos

B2B & παρουσιάσεις

Μάρτιος 2024
Πολωνία, Βαρσοβία
Choose Greece, 2024 \





B2B & παρουσιάσεις

Απρίλιος 2024
Σερβία, Βελιγράδι

Choose Greece, 2024





Έκθεση

Απρίλιος 2024

Κύπρος, Λευκωσία

Διεθνής Έκθεση Τουρισμού Travel expo 2024

ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ
Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας EN ISO 9001:2015
Έκδοση 1η Διαδικασία Δ.07-02
Ε.07-02.05 Απόσπασμα Πρακτικού Δημοτικού Συμβουλίου


Let's GOtours
by Amathus
it's true!
VolosPelion
ΔΗΜΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ
discoverkastoria.gr

Έκθεση

Νοέμβριος 2024
ΠΟΛΩΝΙΑ
ITTFWarsaw


BIURO TARGÓW | FAIR OFFICE


VOLOSPELION
OUTDOOR
ACTIVITIES
it's
true!
VolosPelion

1ο Ελληνο-Γερμανικό forum τουρισμού

Σεπτέμβριος 2024 / 4ημερο Fam trip & forum

Συνεργασία Ελληνο-γερμανικού επιμελητηρίου και τοπικών φορέων




AHK
XENIA VOLOS
CITY RESORT
DOMOTEL
VOLOS
GREECE




AHK
XENIA VOLOS


Έκθεση
Νοέμβριος 2024
είναι αλήθεια!

Έκθεση

Νοέμβριος 2024
Θεσσαλονίκη
Παρουσίαση προορισμού







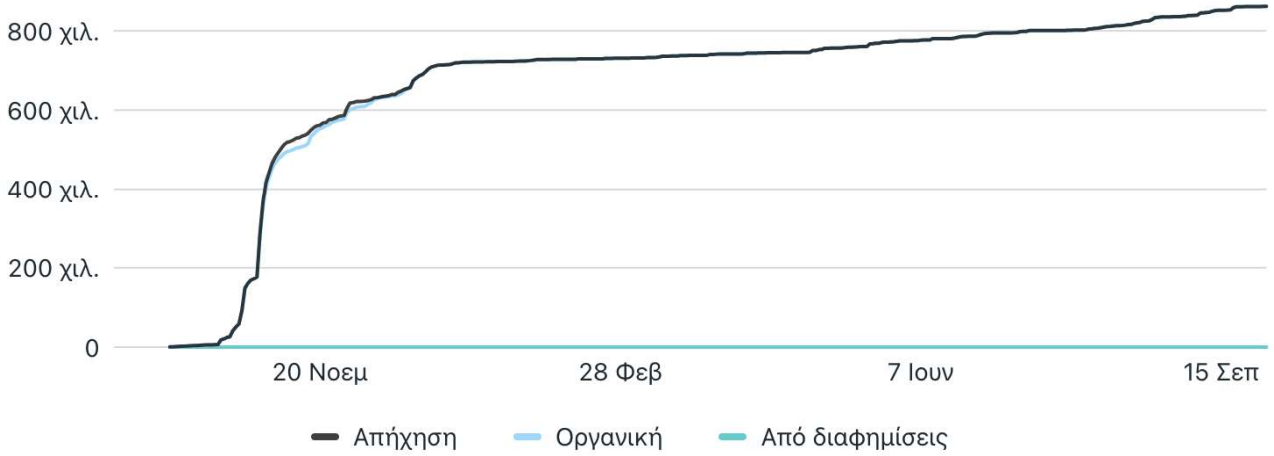
Έκθεση

Νοέμβριος 2024
Θεσσαλονίκη
Εκδήλωση 100 χρόνια ΧΑΝ ΠΗΛΙΟ


THASSOS
SAMIOTA


VolosPelion
Epirus

Κοινωνικά δίκτυα



Ανάλυση απήχησης

Σύνολο
861.796 ↓ 57,1%

Οργανική
861.796 ↑ 543,2%

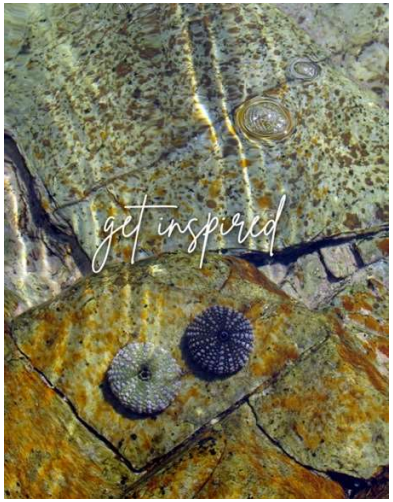
Από διαφημίσεις
0 ↓ 100%

Σύνολο αναρτήσεων 104 (1 ανά 3 ημέρες)


get inspired


get inspired


get inspired


get inspired

Συνοψίζοντας υλοποιήθηκε προώθηση προορισμού με

Προβολή σε
5 Χώρες
6 εκθέσεις
6 παρουσιάσεις κοινού
5 B2B events



Συμπεράσματα:
Η φήμη των καιρικών φαινομένων είχε εξαπλωθεί σε όλες τις αγορές.
Η παρουσία ήταν αναγκαία αμβλύνοντας σε κάποιο βαθμό την υπάρχουσα εδραιωμένη άποψη και καχυποψία για την λειτουργικότητα και ασφάλεια του προορισμού
Υπήρχε ανάγκη γενικής παρουσίας και επανασύνδεσης
αλλά και ειδικής πληροφορίας πχ δεν γνώριζαν τα γραφεία της BENELUX την εναλλακτική της Eurowings
Η παρουσία σε κάθε αγορά πρέπει να είναι διαρκής χωρίς διαλείμματα. Η επανασύνδεση είναι δύσκολη, και χρονοβόρα, καθώς διαπιστώθηκε μεταβολή στους προτεινόμενους προορισμούς αρκετών ταξιδιωτικών γραφείων κάθε αγοράς.
Η σύνθεση των προϊόντων πολλών γραφείων της Δυτικής Ευρώπης προκρίνουν σταθερά την πεζοπορία, με διάφορες μορφές (ως τουρισμό περιπέτειας, τουρισμό εκτός σεζόν, ως μέρος teambuilding επαγγελματικών ταξιδιών) και σε αυτό το χαρακτηριστικό πρέπει να επενδύσει ο προορισμός.

Συνοψίζοντας:
Με έναν (εκ των υστέρων) τίτλο: **Ο προορισμός VolosPelion σε Road trip**
ο προορισμός εμφανίστηκε παντού, «κυνήγησε» κάθε ευκαιρία επανασύνδεσης με τις παραδοσιακές αγορές (στόχος Α)
Διερεύνησε νέες αγορές (Βόρεια Ευρώπη)
Αναζήτησε εναλλακτικές σε αντιστάθμισμα εκθέσεων χωρίς Εθνική Ελληνική παρουσία [απαιτείται διαφορετική οργάνωση]
Με επιχειρησιακό βραχίονα: το Τμήμα τουρισμού του Δ. Νοτίου Πηλίου,
& Stakeholders και ομάδα εργασίας, το «άτυπο αλλά ουσιαστικό δίκτυο φορέων του προορισμού»

Δυνατά στοιχεία είναι:
Η τοπική δικτύωση, η ομάδα. (Δεν είναι κάτι αυτονόητο)
Η αλληλεγγύη μεταξύ όλων των μελών
Ο σεβασμός των δυνατοτήτων κάθε μέρους
Οι δεξιότητες στην επίλυση δυσκολιών και η στάση «για κάθε πρόβλημα υπάρχει μία λύση» και όχι «για κάθε λύση, ένα πρόβλημα»
Η **συνέπεια** στην παρουσία του προορισμού στις δράσεις τουριστικής προβολής



Το κύριο / δυνατό στοιχείο είναι:
Η **επιμονή** (**εμμονή**) στη διαχρονική δέσμευσή μας σε αυτό που αποφασίσαμε χρόνια πριν:
Ο προορισμός μας είναι ένας, VolosPelion, και δεν αφήνουμε κανέναν πίσω, σε αυτή την προσπάθεια.

Δράσεις τουριστικής πληροφόρησης

Information - υποδοχή

Διανομή **2.548** εντύπων σε κοινό και επισκέπτες

Για την υποστήριξη των επιβατών αεροπορικών γραμμών εφοδιάζονται με έντυπο υλικό 2 stand εντός ΚΑΝΑ

Υλικό διανέμεται σε επιμέρους δράσεις (εκδηλώσεις, αποστολές, ημερίδες, συνέδρια, μαθητικές δράσεις) και σε επιχειρήσεις διαμονής κατόπιν προφορικού αιτήματος και ανάλογα της διαθεσιμότητας

I southpelion app

Έχει ήδη δοθεί σε ανάδοχο για την κατασκευή του.
Θα είναι ένας Ψηφιακός τουριστικός ξεναγός, δωρεάν,
προσαρμοσμένος για έξυπνες συσκευές,
διαθέσιμος στο AppStore και Google PlayStore.
4 γλώσσες (Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά και Γαλλικά).
δυνατότητα ακουστικής ξενάγησης και σειρά φωτογραφιών.
επίσης
Λειτουργεί on line και σε off line
Δίνει πρόσβαση σε πληροφορίες που αφορούν τα αξιοθέατα (75)
κατηγοριοποιημένα σε Μνημεία, Μουσεία, Χωριά, Παραλίες αλλά και με χωρική τοποθέτηση σε δια δραστικό χάρτη εντός της εφαρμογής.
επίσης χρήσιμα τηλέφωνα, προτεινόμενες διαδρομές,και δυνατότητα αλληλεπίδρασης.

Προώθηση

με φυσικό τρόπο – έντυπα stand με διανομή τους σε σημεία υποδοχής επισκεπτών και καταλύματα.

EXPERIENCE TOURISM

The search for new experience, inherent in humans, prompts us to seek it out whenever we can, even in shorter or few-day trips. Pelion offers a variety of such experiences!
Staying in an agritourism unit, for example, the traveler comes in contact with nature and the local traditions. He takes part in daily agricultural activities, discovers local recipes, makes the well-known spoon sweets, or ferments bread.
Side activities in the countryside such as hiking in the forest, horse riding etc. create the appropriate conditions for experiential tourism.

ALTERNATIVE TOURISM

What makes Pelion unique is that you can be by the sea in no time!... And you can do that on foot!
Many routes through beech, chestnut, plane trees forests that enchant sight, smell and the rest of your senses which are being reborn! You explore a canyon and find yourself cooling off in the warm waters of some lake! You take a horse for a ride on the mountain and at the end of the route you both dive into the calm waters of Pagasitikos! You swim next to a huge rock and it invites you to climb it so your eyes fill with the Aegean blue!
And as the scenery changes, the activities and options increase...







INFORMATION

Municipality of South Pelion
Argalasti 37006
T: +30 24233 50116
www.southpelioninfo.gr
southpelioninfo@gmail.com

Volos Information Center
1 Sekeri Str.
38334 Volos Greece
T: +30 24210 30930
www.volosinfo.gr
FB: VolosPelion-it's true
Instagram: VolosPelionGreece







ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

Η αναζήτηση της καινούριας εμπειρίας, έμφυτη στον άνθρωπο, τον ωθεί να την αναζητήσει όποτε μπορεί, έστω και σε μικρότερα ή ολιγοήμερα ταξίδια. Το Πήλιο προσφέρει τέτοιου είδους εμπειρίες!
Μένοντας σε μια αγροτουριστική μονάδα, για παράδειγμα, ο ταξιδιώτης έρχεται σε επαφή με τη φύση και τις ντόπιες παραδόσεις. Παίρνει μέρος σε καθημερινές αγροτικές δραστηριότητες, ανακαλύπτει τοπικές συνταγές, φτιάχνει τα γνωστά γλυκά του κουταλιού ή ζυμώνει.
Παράλληλες δραστηριότητες στην εξοχή όπως πεζοπορία στο δάσος, ιππασία κ.α. δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες για τουρισμό εμπειρίας.

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το στοιχείο που κάνει το Πήλιο μοναδικό είναι ότι από τη μια στιγμή στην άλλη βρίσκεσαι στη θάλασσα!... Κι αυτό το κάνεις και περπατώντας! Πλήθος διαδρομών μέσα σε δάση με οξιές, καστανιές, πλατάνια που μαγεύουν όραση και όσφρηση κι όλες μαζί τις αισθήσεις σου που τις νοιώθεις να αναγεννώνται!
Εξερευνάς ένα φαράγγι και βρίσκεσαι να δροσίζεσαι στα δροσερά νερά κάποιας λίμνης! Καβαλάς ένα άλογο για μια βόλτα στο βουνό και στο τέλος της διαδρομής βουτάτε κι οι δύο στα ήρεμα νερά του Παγασητικού! Κολυμπάς δίπλα σε έναν τεράστιο βράχο κι αυτός σε προσκαλεί να τον ανέβεις και από ψηλά να γεμίσει το μάτι σου από το μπλε του Αιγαίου! Κι όσο το τοπίο αλλάζει, τόσο οι δραστηριότητες και οι επιλογές πληθαίνουν...







Π Λ Η Ρ Ο Φ Ο Ρ Ι Ε Σ

Δήμος Νοτίου Πηλίου
Αργαλαστή 37006
Τ: 24233 50116
www.southpelioninfo.gr
southpelioninfo@gmail.com

Κέντρο Τουριστικής Πληροφόρησης Βόλου
Λαμπράκη & Σέκερη, ΤΚ 38334
Τ: 24210 30930
www.volosinfo.gr
FB: VolosPelion-it's true
Instagram: VolosPelionGreece







WALKING TOURISM

Pelion, thanks to the constant rotation of scenery is an ideal destination for friends of organized or free hiking. Trails through green routes that last 1-7 hours, through chestnut trees, olives trees and thousands of other species of the unique native flora.

Information also at:
www.pelionroutes.com
walking-pilion.blogspot.com



GASTRONOMY TOURISM

The cuisine of Pelion is special and consists of many tasty suggestions (a mix of the various origins of the people who fled here over the years of the Turkish occupation), with special tastes and smells that make the mountain of the Centaurs a "gastronomic paradise".
Traditional food cuisine, based on pure ingredients, products of this fertile land (vegetables, fruit, herbs, mushrooms, olives and olive oil, meat, fish and various seafood) made with extra care with recipes passed down from generation to generation.



SUN - SEA - SAILING

Numerous beaches offer unique moments to those who visit Pelion. Lonely but also in or near the villages satisfy the desires of every traveler. Isolation and tranquility but also fun and adventure.
Some of the favorite activities are canoeing, sailing, diving, fishing (traditional or speargun) etc. With small boats there is the possibility to discover magical beaches and sea caves.



WINTER TOURISM

Pelion offers ideal winter holidays. Every year the mountain of the Centaurs is covered with snow and attracts thousands of visitors who come to have some moments of relaxation and tranquility, in nature, doing various winter sports (skiing, cycling, hiking, mountaineering, climbing, horseback riding), walking trails and cobbled streets in outstanding villages, with mansions and houses built with Pelion architecture, and discovering landscapes and places in a lush vegetation full of surprises.
Moments that will stay forever in their memory and which will constantly invite them to come back to this mountain which from ancient times is associated with the name of the myths and history of the Greeks.



RELIGIOUS TOURISM

Orthodox religion played a very important role in the development of Pelion not only in literature and arts but also in the financial and social life of the place. All over the mountain the visitor encounters monasteries, churches and early Christian, Byzantine and post-Byzantine chapels. Religious monuments with wonderful architecture, hagiographies and works of artists such as painters Pagonis, Theofilos, sculptor Nikolas and others.



CYCLING TOURISM

More than 250 kilometers can be ridden by bicycle throughout the mountainous but also the coastal Pelion, to pass through green forests with stone bridges, to rest and to quench your thirst at the springs with the running waters and to enjoy the view of the Aegean or Pagasitikos Gulf from above.



TOURISM OF THE THIRD AGE

Pelion is the ideal proposition for elderly people who are no longer considered to be estranged from life but have equal rights with all the other travelers, at the very moment when they are free from work and family obligations.
Easily accessible due to its location in the heart of Greece and the good road network, it offers many options depending on the mood and stamina of the traveler.
It combines in the best possible way the fragrances of the mountain with the sea breeze, the sounds with the colors, the myth and history, the daily habits with cultural activities.



CULTURAL TOURISM

Pelion invites visitors to discover its ancient but also its modern culture through folk museums, archaeological sites, churches and monasteries of excellent architecture, libraries, etc.
Plenty of traditional events and fairs are held that honor the memory of local Saints but also concerts and festivals.



ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το Πήλιο, χάρη στη συνεχή εναλλαγή τοπίων, απο- τελεί ιδανικό προορισμό για τους φίλους της ελεύθερης ή της οργανωμένης πεζοπορίας. Μονοπάτια μέσα από κατα- πράσινες διαδρομές που διαρκούν 1-7 ώρες μέσα σε κα- στανιές, ελιές και χιλιάδες άλλα είδη της μοναδικής ελλη- νικής χλωρίδας.

Πληροφορίες και στα:
www.pelionroutes.com
walking-pilion.blogspot.com



ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ιδιαίτερα ξεχωριστή η κουζίνα του Πηλίου αποτελείται από πολλές και γευστικές προτάσεις *(χαρμάνι από τις διάφορες καταγωγές των ανθρώπων που κατέφυγαν εδώ στα χρόνια της Τουρκοκρατίας)*, με γεύσεις και μυρωδιές ιδιαίτερες που προσδίδουν στο βουνό των Κενταύρων την ιδιότητα του «γαστρονομικού παράδεισου».
Κουζίνα παραδοσιακής διατροφής, που βασίζεται στα αγνά προϊόντα ετούτης της εύφορης γης (λαχανικά, οπωρικά, μυρωδικά, μανιτάρια, ελιές και ελαιόλαδο, κρεατικά, ψάρια και λογής θαλασσινά) φτιαγμένα με περισσή φροντίδα με συνταγές που περνούν από γενιά σε γενιά.



ΗΛΙΟΣ - ΘΑΛΑΣΣΑ - ΙΣΤΙΟΠΛΟΪΑ

Άφθονες παραλίες προσφέρουν μοναδικές στιγμές σε όσους επισκέπτονται το Πήλιο. Μοναχικές αλλά και μέσα ή δίπλα στα χωριά ικανοποιούν τις επιθυμίες του κάθε ταξιδιώτη. Απομόνωση και πρεμία αλλά και διασκέ- δαση και περιπέτεια. Κάποιες από τις αγαπημένες δραστη- ριότητες είναι κανό, ιστιοπλοΐα, καταδύσεις, ψάρεμα *(πα- ραδοσιακό ή και ψαροτούφεκο)* κ.α. Με μικρά σκάφη υπάρχει η δυνατότητα να ανακαλύψετε μαγικές παραλίες και θαλάσσιες σπηλιές.



ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το Πήλιο προσφέρεται για ιδανικές χειμερινές διακοπές. Κάθε χρόνο το βουνό των Κενταύρων σκεπάζεται με χιόνι και προσελκύει χιλιάδες επισκέπτες που έρχονται για να περάσουν στιγμές ξενοιασιάς και πρεμίας, μέσα στη φύση, κάνοντας διάφορα χειμερινά αθλήματα *(σκι, ποδήλατο, πεζοπορία, ορειβασία, αναρρίχηση, ιππασία)*, περπατώντας μονοπάτια και καλντερίμια μέσα σε χωριά ξεχωριστά, με αρχοντικά και σπίτια χτισμένα με την πηλειορίτικη αρχιτεκτονική, και ανακαλύπτο- ντας τοπία και μέρη μέσα σε μια πλούσια βλάστηση γεμάτη εκπλήξεις και ομορφιές. Στιγμές που θα μείνουν για πάντα στη μνήμη τους και που θα τους καλούν διαρκώς να ξανάρθουν σε αυτό το βουνό που από τα αρχαία χρόνια συνέδεσε το όνομά του με τους μύθους και την ιστορία των Ελλήνων.



ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Εκκλησία έπαιξε πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του Πηλίου όχι μόνο στα γράμματα και τις τέχνες αλλά και στην οικονομική και κοινωνική ζωή του τόπου. Σε όλο το βουνό ο επισκέπτης συναντά μοναστήρια, εκκλησί- ες και ξωκλήσια παλαιοχριστιανικά, βυζαντινά και μεταβυ- ζαντινά. Θρησκευτικά μνημεία με θαυμάσια αρχιτεκτονική, αγιογραφίες και έργα καλλιτεχνών όπως των λαϊκών ζωγράφων Παγώνη, Θεόφιλου, του γλύπτη Νικόλα κ.α.



ΠΟΔΗΛΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πάνω από 250 χιλιόμετρα μπορεί κάποιος να κάνει με ποδήλα- το στο ορεινό αλλά και στο παραθαλάσσιο Πήλιο, να περάσει μέσα από καταπράσινα σάση με πέτρινα γεφύρια, να ξεκουρστεί και να ξεδιψάσει στις πηγές με τα τρεχούμενα νερά και να απο- λαύσει από ψηλά τη θέα του Αιγαίου ή του Παγασητικού.



ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Το Πήλιο αποτελεί την ιδανική πρόταση για τους ανθρώ- πους της τρίτης ηλικίας οι οποίοι δεν θεωρούνται πλέον απόμαχοι της ζωής αλλά έχουν ίσα δικαιώματα με όλους τους υπόλοιπους ταξιδιώτες, τη στιγμή μάλιστα που είναι ελεύθεροι από εργασιακές και οικογενειακές υποχρεώσεις. Εύκολα προσβάσιμο, λόγω της θέσης του στην καρδιά της Ελλάδας και του καλού οδικού δικτύου, προσφέρει πολλές επιλογές ανάλογα με τη διάθεση και την αντοχή του ταξι- διώτη. Συνδυάζει με τον πιο πλούσιο τρόπο τις ευωδιές του βουνού με την αύρα της θάλασσας, τους ήχους με τα χρώ- ματα, τον μύθο με την ιστορία, τις καθημερινές συνήθειες με πολιτιστικές δραστηριότητες.



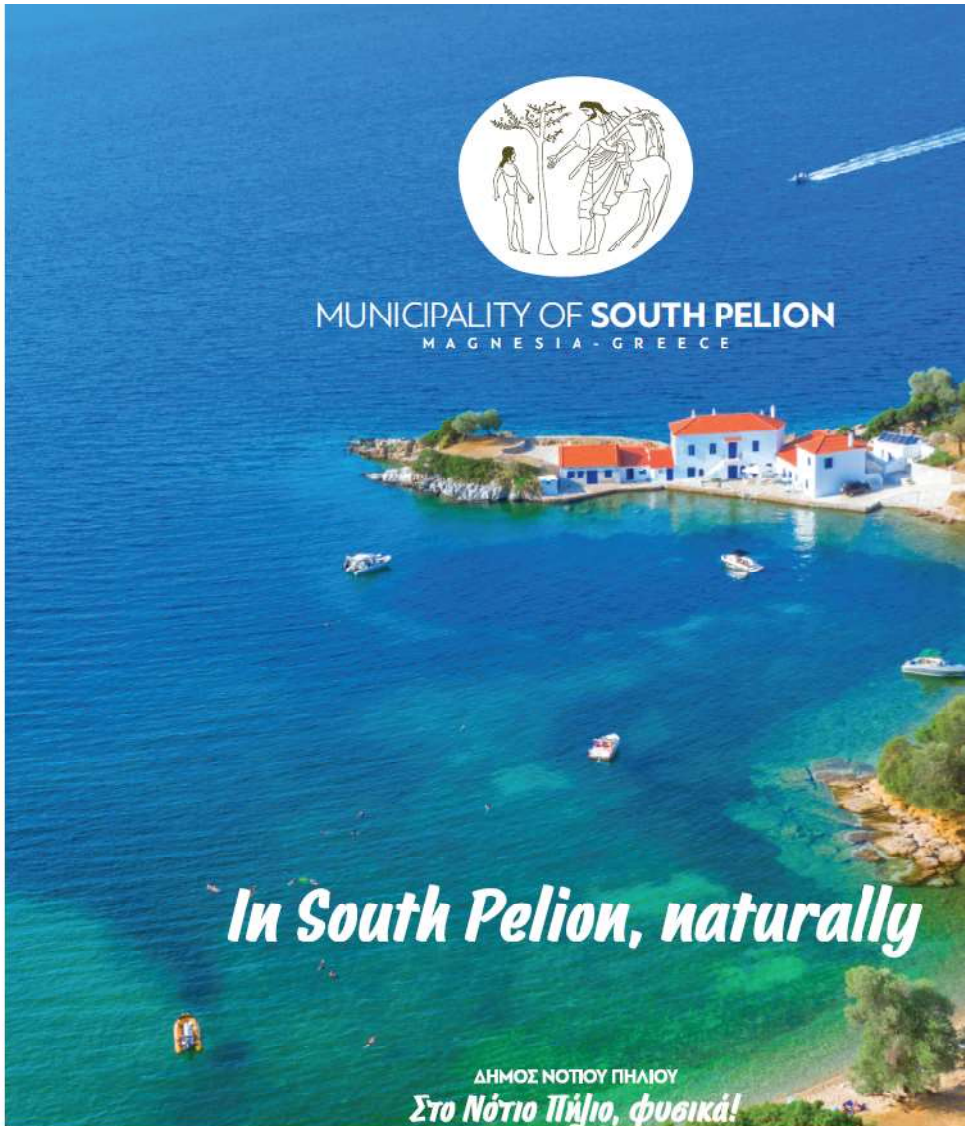
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το Πήλιο προσκαλεί τους επισκέπτες να ανακαλύψουν τον αρχαίο αλλά και το μοντέρνο πολιτισμό του μέσα από λαο- γραφικά μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, εξαιρετικής αρχι- τεκτονικής εκκλησίες και μοναστήρια, βιβλιοθήκες κ.α. Διορ γα- νώνονται πλήθος παραδοσιακών εκδηλώσεων και πανυγήρια που τιμούν τη μνήμη των τοπικών Αγίων αλλά και συναυλίες και φεστιβάλ.



Προώθηση

Σε τοπικά έντυπα και εφημερίδες

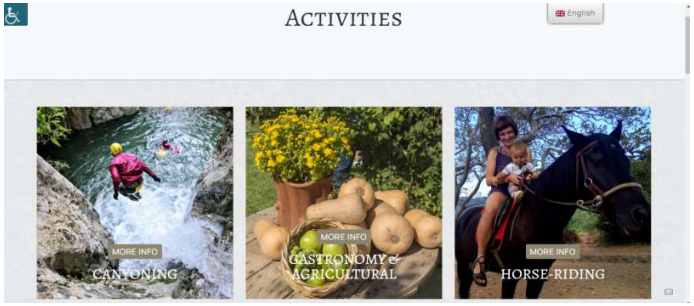

MUNICIPALITY OF SOUTH PELION
MAGNESIA - GREECE
In South Pelion, naturally
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ
Στο Νότιο Πήλιο, φυσικά!

Ανάδειξη των υπαίθριων δραστηριοτήτων
Καλοκαίρι 2024
Στόχος: Η ανάδειξη των δυνατοτήτων υπαίθριων δραστηριοτήτων / η προώθηση των επαγγελματιών
Περιγραφή:

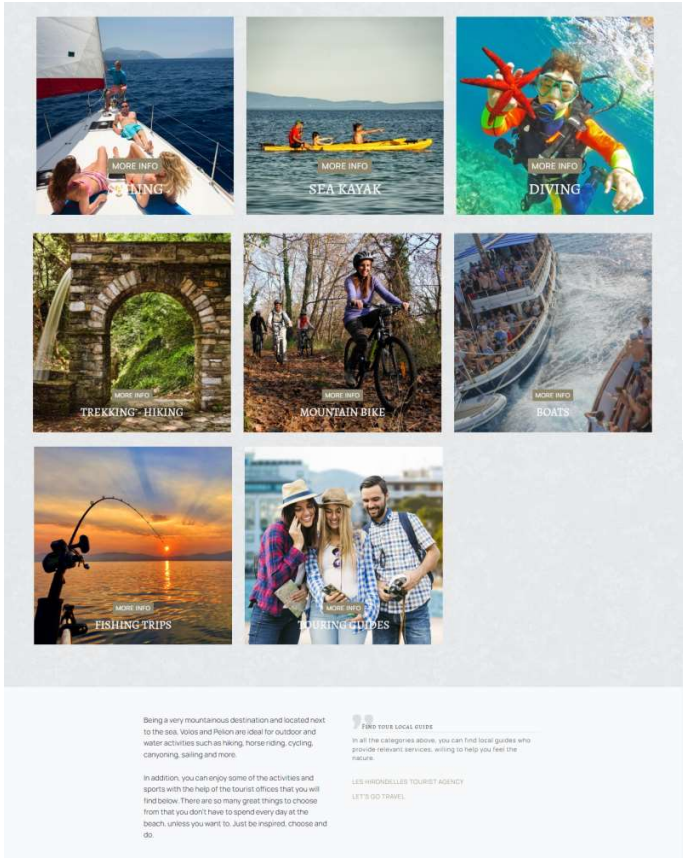
1. Καταγραφή στοιχείων σε συνεργασία με τους επαγγελματίες
2. Οργάνωση ανά κατηγορία με βάση προτάσεις του κλάδου
3. Ενσωμάτωση πληροφορίας στο site
4. Εκτύπωση και διανομή προωθητικού υλικού

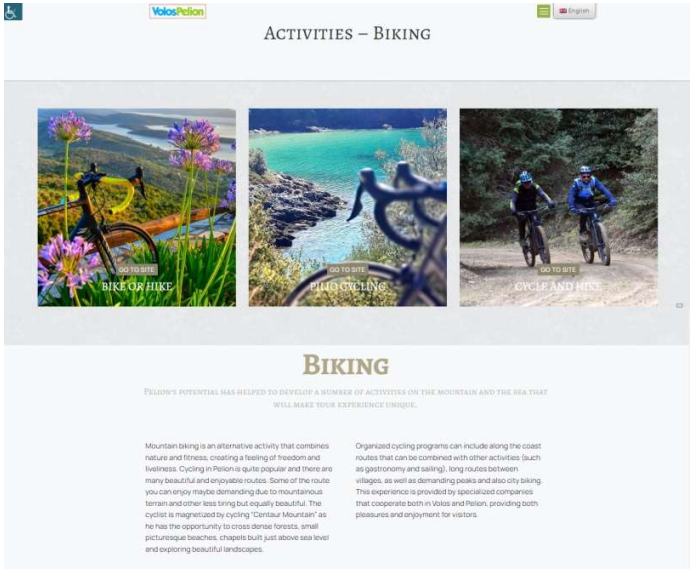

MEET OUR LOCAL PARTNERS
VOLOSPELION OUTDOOR ACTIVITIES
ACTION & FUN
ON A MYTHICAL MOUNTAIN
it's true!
VolosPelion
www.volosinfo.gr
GREECE


ΒΡΕΙΤΕ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΔΩ
VOLOSPELION OUTDOOR ACTIVITIES
ΔΡΑΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ ΣΤΟ ΒΟΥΝΟ ΤΩΝ ΚΕΝΤΑΥΡΩΝ
it's true!
VolosPelion
www.volosinfo.gr
GREECE


ACTIVITIES
English
MORE INFO
CANYONING
MORE INFO
GASTRONOMY & AGRICULTURAL
MORE INFO
HORSE-RIDING


ACTIVITIES – HORSE RIDING
English
Ιππικός Φυσιολατρικός Όμιλος Μηλεών
GO TO SITE
GO TO SITE
GO TO SITE
HORSE RIDING
PELION'S POTENTIAL HAS HELPED TO DEVELOP A NUMBER OF ACTIVITIES ON THE MOUNTAIN AND THE SEA THAT WILL MAKE YOUR EXPERIENCE UNIQUE.
Horse riding as an alternative activity can meet the demands of people looking for a different way of vacation, always combining the protection of local culture and the natural environment.
Crossing the mythical paths of the "Centaurs" as riders on horses brings you closer to the nature as well as to the Pelion history.
Short and long routes from 1 hour to 3 days allow beginners and experienced riders to explore the traditional villages and wooded trails of our area.
Always with the help of experts, young and old can enjoy a wonderful ride. Specially trained staff, with specially trained horses, reveal to us the secrets of riding, always following all safety rules.


MORE INFO
SAILING
MORE INFO
SEA KAYAK
MORE INFO
DIVING
MORE INFO
TREKKING - HIKING
MORE INFO
MOUNTAIN BIKE
MORE INFO
BOATS
MORE INFO
FISHING TRIPS
MORE INFO
TOURING GUIDES
Being a very mountainous destination and located next to the sea, Volos and Pelion are ideal for outdoor and water activities such as hiking, horse riding, cycling, canyoning, sailing and more.
In addition, you can enjoy some of the activities and sports with the help of the tourist offices that you will find below. There are so many great things to choose from that you don't have to spend every day at the beach, unless you want to. Just be inspired, choose and do.
FIND YOUR LOCAL GUIDE
In all the categories above, you can find local guides who provide relevant services, willing to help you feel the nature.
LES HIRONDELLES TOURIST AGENCY
LET'S GO TRAVEL


VolosPelion
English
ACTIVITIES – BIKING
GO TO SITE
BIKE OR HIKE
GO TO SITE
PELIO CYCLING
GO TO SITE
CYCLE AND HIKE
BIKING
PELION'S POTENTIAL HAS HELPED TO DEVELOP A NUMBER OF ACTIVITIES ON THE MOUNTAIN AND THE SEA THAT WILL MAKE YOUR EXPERIENCE UNIQUE.
Mountain biking is an alternative activity that combines nature and fitness, creating a feeling of freedom and liveliness. Cycling in Pelion is quite popular and there are many beautiful and enjoyable routes. Some of the route you can enjoy maybe demanding due to mountainous terrain and other less tiring,but equally beautiful. The cyclist is magnetized by cycling "Centaur Mountain" as he has the opportunity to cross dense forests, small picturesque beaches, chapels built just above sea level and exploring beautiful landscapes.
Organized cycling programs can include along the coast routes that can be combined with other activities (such as gastronomy and sailing), long routes between villages, as well as demanding peaks and also city biking. This experience is provided by specialized companies that cooperate both in Volos and Pelion, providing both pleasures and enjoyment for visitors.

Ακτές 2024



Ο εξοπλισμός στις ακτές
με αριθμούς

75 καμπίνες
316 ομπρέλες
65 ντους
5 ναυαγοσωστικοί πύργοι
10 σημεία σωστικών & φαρμακευτικών εφοδίων
4 σημεία πρόσβασης ατόμων μειωμένης κινητικότητας
10 χημικές wc / οι 4 κατάλληλες για ΑμεΑ
Προσβάσεις με ξύλινους διαδρόμους


ZRAY
10'10"
X2

Οριοθετήσεις γραμμής λουομένων σε 5 ακτές
15 ακτές διαθέσιμες για κατοίκους και επισκέπτες



Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων..

Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΣΕΠ** 2024

ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ:

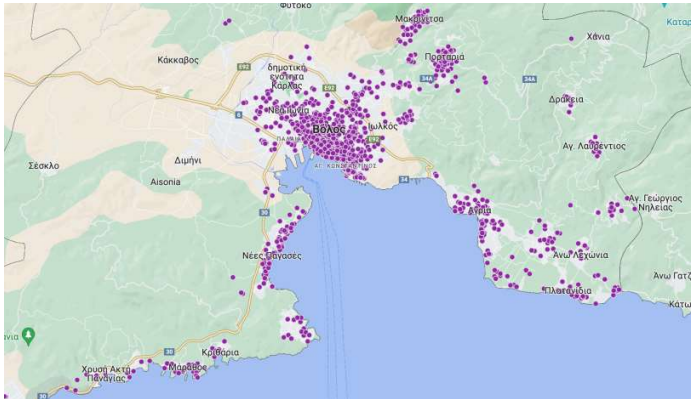
Συνολική Δυναμικότητα	*2021*		2022		2023		2024	
Ξενοδοχεία	*Δωμάτια*	*Κλίνες*	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	***2173***	***4248***	**2173**	**4248**	**2252**	**4317**	**2288**	**4511**
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	*1236*	*2561*	1311	2861	1311	2861	1311	2861
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	*1436*	*3376*	1436	3228	1436	3376	1436	3376
ΣΥΝΟΛΟ **Volos Pelion**	*4845*	*10185*	4920	10337	4999	10554	5035	10748

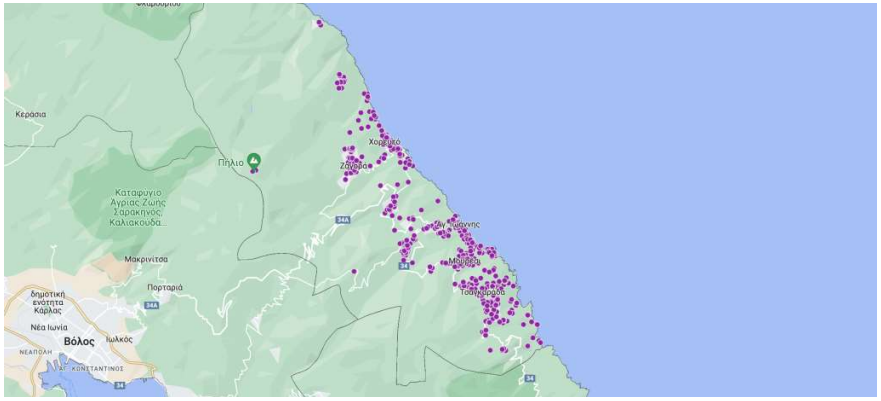
Συνολική Δυναμικότητα	Ενοικιαζόμενα δωμάτια ΜΕ ΣΗΜΑ		Μονάδες Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων - Δωματίων ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ		Τουριστικές Επιπλωμένες Κατοικίες και Επαύλεις		ΣΥΝΟΛΟ 2024	
	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	**14**	**31**	**475**	**589**	**164**	**220**	**653**	**840**
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	585	1351	317	576	246	465	1148	2392
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	1129	2803	454	702	546	1024	2129	4529
ΣΥΝΟΛΟ **Volos Pelion**	2195	4185	1246	1867	956	1709	3930	7761

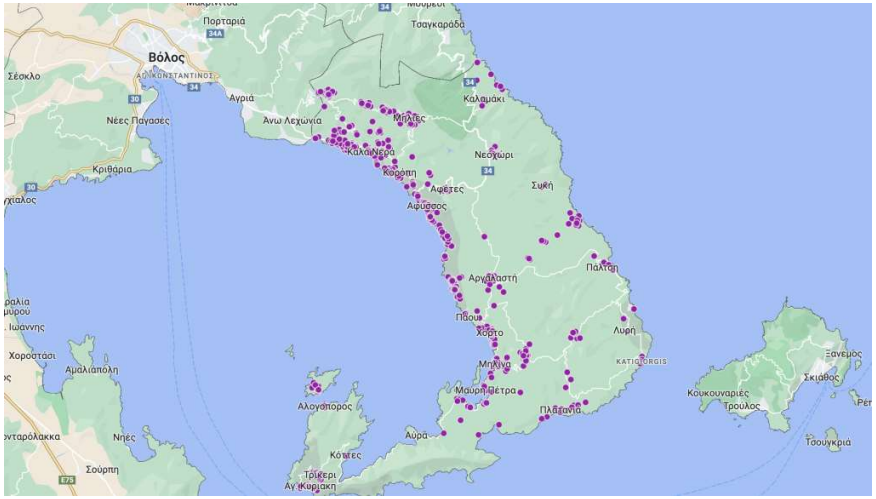
Airdna *πλήθος ΑΚΙΝΗΤΩΝ*	***2021***	***2022***	2023	2024
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	***648***	**838**	1200	**1400**
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	*456*	600	632	618

ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	*696*	885	978	896
ΣΥΝΟΛΟ **Volos Pelion**	*1800*	2323	2810	2914

Καταγραφή airdna







Συμπεράσματα

Εθνικό περιβάλλον

Ανοδική Τροχιά του Ελληνικού Τουρισμού το 2024 σε:

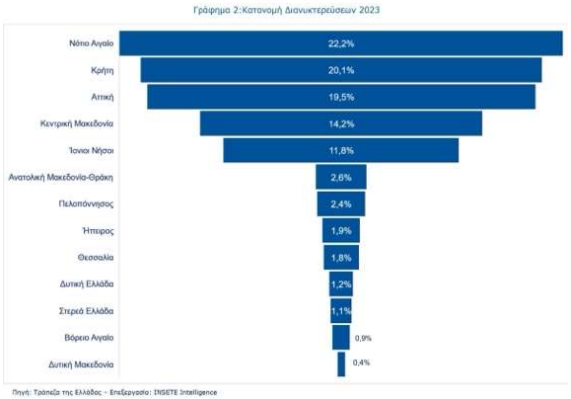
Αφίξεις, Φήμη και Ικανοποίηση Επισκεπτών

Πτωτική πορεία της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι

Μετά την μείωση των τουριστικών εισπράξεων στον ελληνικό Τουρισμό τον Ιούλιο -που προκάλεσε σοκ καθώς ήταν η πρώτη φορά μετά από πολλά χρόνια- και τον Αύγουστο συνεχίστηκε, και μάλιστα επιταχύνθηκε, η καθοδική πορεία των τουριστικών εισπράξεων, σε σύγκριση με το 2023

«Το γεγονός αυτό θα μπορούσε ενδεχομένως **να αποδοθεί σε μία αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς των ταξιδιωτών, ως απόρροια της διάβρωσης των εισοδημάτων εξαιτίας των πληθωριστικών πιέσεων αλλά και της συνεχιζόμενης επέκτασης της οικονομίας διαμοιρασμού.»**
[Δελτίο Οικονομικών Εξελίξεων της Alpha Bank - 14/10/2024 **ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ]**

Επιπρόσθετα έχει ξεκινήσει συζήτηση περί Υπερτουρισμού στην Ελλάδα, κακή διαχείριση των τουριστικών ροών, δαιμονοποίησης του τουρισμού
Παράλληλα έχει ξεκινήσει μια σταδιακή μεταβολή δράσεων εξωστρέφειας από την Κεντρική διοίκηση χωρίς σαφή ενημέρωση



Περιφερειακά:
Σε 5 ΠΕ συγκεντρώνεται το 86% των διανυκτερεύσεων
Στην ΠΕ Θεσσαλίας καταγράφεται το 1,8%
[ΙΝΣΕΤΕ 2024]
Τοπικό περιβάλλον

Φυσικές καταστροφές και επαναλαμβανόμενα γεγονότα που

Αφενός επηρέασαν άμεσα τον προορισμό σε χρονικές στιγμές υψηλής επισκεψιμότητας και

Αφετέρου, επηρέασαν την φήμη του προορισμού

Η φήμη συμπαρέσυρε όλο τον προορισμό, χωρίς να αφήσει ανεπηρέαστο κάποιο τμήμα του

Γενικά μια κακή χρονιά που επιβεβαιώνεται με πτώση στις πληρότητες.

Μειωμένη μέση πληρότητα κατά 10 μονάδες και άρα εκτιμώμενη μείωση 22%

Η επανασύνδεση με τις αγορές είναι δύσκολη και χρονοβόρα, καθώς νέοι προορισμοί έχουν εισέλθει και νέα προϊόντα έχουν δημιουργηθεί

Προκλήθηκε εσωστρέφεια στον προορισμό, με απόσταση από την εθνική πραγματικότητα και τις αγορές.

Αυτό συμβαίνει σε μία συγκυρία όπου εντοπίζεται να βαθαίνει το χάσμα

α. στην συζήτηση για τον τουρισμό εθνικά, και β. στους δείκτες περιφερειακά

Η προηγούμενη περίοδος χαρακτηρίστηκε από πολλές επαναλαμβανόμενες δράσεις ενημέρωσης αγορών με γενικούς και στοχευμένους τρόπους. Υπήρξε μια τεράστια προσπάθεια επανασύνδεσης με αγορές και δοκιμής νέων δράσεων. Έχει δομηθεί μια γεφύρωση, υπήρξε παρουσία, εδραιώθηκε ειλικρινής επικοινωνία και οι νέες δράσεις ανοίγουν νέες ευκαιρίες

Συνεπώς

Βασική κατεύθυνση – αρχές

Μακρόχρονη προσπάθεια ανάκαμψης και επανασύνδεσης βασισμένη σε

Οικοδόμηση εμπιστοσύνης με στόχο την φήμη και όχι την δημοσιότητα

Ηθική και ειλικρινής επικοινωνία

Επιμονή, αξιοποιώντας κάθε ευκαιρία

Υπομονή & Επιμονή στην επανασύνδεση με τις αγορές

Επικοινωνία με εστίαση σε νέα θετικά χαρακτηριστικά και όχι απολογητικού χαρακτήρα.

Στόχευση επικοινωνίας σε κοινό & επιχειρήσεις

Στρατηγικοί άξονες – *διατηρούνται τα προηγούμενα*

Α. Εθνικό επίπεδο
Β. Περιφερειακό επίπεδο

Α. «Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, 2023-2024»

Άξονες- Βασικό πλαίσιο προβολής & προώθησης της διετίας 2023-2024

• Προώθηση της χώρας καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου (always on) με ενέργειες διαφήμισης και δημοσιότητας
• Προώθηση λιγότερο γνωστών προορισμών, θεματικών προϊόντων και εμπειριών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου
• Έμφαση στην παραγωγή περιεχομένου για το visitgreece, αλλά και παραγωγή αρθρογραφίας που εξυπηρετεί τους ανωτέρω στόχους
• Έμφαση στις ψηφιακές πλατφόρμες και στην περαιτέρω ανάπτυξη των digital assets του Οργανισμού ως οχημάτων επικοινωνίας μηνυμάτων και περιεχομένου για την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό

Παραθέτουμε και το παρακάτω απόσπασμα…..

Στρατηγική και concept νέας καμπάνιας Visit Greece
Η στρατηγική της νέας καμπάνιας του ΕΟΤ δομείται γύρω από την τάση του meaningful travel, ενώ το βασικό μήνυμα ALL YOU WANT IS GREECE διατηρείται και εμπλουτίζεται. Την ώρα που οι καλοκαιρινές διακοπές είναι ταυτισμένες με την ξεκούραση και την απόδραση από την καθημερινότητα, οι άνθρωποι φαίνεται να είναι τώρα πιο πρόθυμοι από ποτέ να κάνουν περισσότερα ταξίδια με σημασία, ώστε να γνωρίσουν τον κόσμο μέσα από meaningful προορισμούς που θα τους αναζωογονήσουν, θα τους εμπνεύσουν και θα τους προσφέρουν εμπειρίες με νόημα.
Η Ελλάδα προβάλλεται ως ένας προορισμός με νόημα και μια χώρα αυθεντική και ανεπιτήδευτη από κάθε άποψη. Ένας τόπος που σε απελευθερώνει και σου επιτρέπει να γνωρίσεις τον εαυτό σου μέσα από αυθεντικές εμπειρίες που μόνο εσύ μπορείς να ζήσεις. Στην Ελλάδα μπορείς να γνωρίσεις νέους ανθρώπους-νέα μέρη-μια άλλη κουλτούρα-καινούργιες γεύσεις-και να νοιώσεις αυθεντικά συναισθήματα.

Β. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ
ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟ 2024

ΣΤΟΧΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ Εν κατακλείδι, το Στρατηγικό Σχέδιο για την Ανάπτυξη του Τουρισμού στην Περιφέρεια Θεσσαλίας στοχεύει: • στην αναπροσαρμογή του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και διαχείρισης των τουριστικών πόρων, κυρίως λόγω των πρωτόγνωρων προκλήσεων που αντιμετωπίζει ο τουριστικός τομέας, τόσο κατά τη διάρκεια της πανδημίας, όσο και των προκλήσεων που ακολουθούν μετά από αυτήν. Στην νέα προσέγγιση της διαχείρισης του σύνθετου τουριστικού προϊόντος, θα καλλιεργηθούν οι κατάλληλες εταιρικές σχέσεις και η ενίσχυση της “αναγεννητικότητας” του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Θεσσαλίας. • στον σχεδιασμό, εξειδίκευση, υλοποίηση και παρακολούθηση των Παρεμβάσεων για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος στα πρότυπα του νέου τουριστικού μοντέλου ανάπτυξης, που δίνει προτεραιότητα στην ευελιξία, στην ασφάλεια των ταξιδιωτών, στην πρόληψη και αντιμετώπιση κρίσεων (φυσικά φαινόμενα, δημόσιας υγείας κ.λπ.), στη διαχείριση κινδύνων, στην εισαγωγή και ενσωμάτωση της καινοτομίας και των νέων τάσεων που κυριαρχούν στο διεθνή τουρισμό, στη δέσμευση των επαγγελματικών και κοινωνικών εταίρων στις προϋποθέσεις, συνθήκες και διαστάσεις της αειφορίας που διέπουν τον Τουρισμό (Agenda 2030), στην αξιοποίηση της ψηφιακής και πράσινης μετάβασης συνολικά της Περιφέρειας, αλλά και των Επιχειρήσεων. • στην ανάδειξη της σημασίας και αναγκαιότητας της έννοιας της βιωσιμότητας του τουρισμού και των συνδεδεμένων με αυτόν δραστηριοτήτων (μεταφορές, logistics, πολιτισμός, αναψυχή, διατροφή, βιωματικές εμπειρίες κ.λπ.) και την εναρμόνιση του τουρισμού στην Περιφέρεια Θεσσαλίας με υιοθέτηση των αρχών και των προτεραιοτήτων των Ηνωμένων Εθνών για τη βιώσιμη ανάπτυξης και τον αναγεννητικό τουρισμό, σε ευθυγράμμιση με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs). • Στη διασφάλιση της συνέχειας και συνέπειας της στρατηγικής ανάδειξης στην Περιφέρεια Θεσσαλίας δύο διακριτών τουριστικών χαρτοφυλακίων ταξιδιωτικών εμπειριών, το γεωγραφικό και το θεματικό, που θα αποτελούν συνιστάμενες πρότυπων προορισμών και τουριστικών προϊόντων, ιδίως δε: - σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη, στη δημιουργία των κατάλληλων μηχανισμών και στην αξιοποίηση χρηματοδοτικών πόρων της Περιφέρειας Θεσσαλίας για την ανάπτυξη των θεματικών/εναλλακτικών μορφών τουρισμού (συμπεριλαμβανομένου του πολιτισμού και της δημιουργικής οικονομίας), καθώς και στη βιώσιμη διαχείριση των ροών επισκεψιμότητας. - στη δημιουργία Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (Destination Management Organization DMO), ο οποίος θα υποστηρίξει την υλοποίηση της τουριστικής ανάπτυξης και στη διαχείριση της Θεσσαλίας ως ενός σύγχρονου, υπεύθυνου και πολυθεματικού προορισμού. Στον DMO/ΟΔΠ θα μπορούν να συμμετέχουν δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς που δραστηριοποιούνται στον τομέα του πολιτισμού και του τουρισμού. Εδώ αναμένεται και η συνδρομή του Υπ. Τουρισμού με χρηματοδότηση του Ταμείου Ανάκαμψης, - στην ανάπτυξη του «Παρατηρητηρίου Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης» της Περιφέρειας Θεσσαλίας (ΠαΒιΤΑΘ), ομοίως με την συνδρομή του Υπ. Τουρισμού με χρηματοδότηση του Ταμείου Ανάκαμψης. Τα ανωτέρω προβλέπονται και στον Ν. 5061 ΦΕΚ Α 179/31.10.2023 (Διατάξεις για την ενίσχυση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης), ο οποίος τροποποίησε τον Ν. 4875 ΦΕΚ Α 250/23.12.2021.

στη δημιουργία διακριτού μηχανισμού για την προώθηση της γαστρονομίας, του οινοτουρισμού και της αγροδιατροφής. Μέσω του Μηχανισμού αυτού θα προωθηθούν οι περισσότερες δράσεις για την αναγέννηση του τουρισμού της Θεσσαλίας ως προορισμού δώδεκα μήνες τον χρόνο, μεταξύ άλλων δε, η προώθηση της ολοκληρωμένης αειφόρου διαχείρισης τη τοπικής παραγωγής, η δημιουργία μιας υγιούς, βιώσιμης, δίκαιης και υποστηρικτικής προς την κοινωνία στρατηγικής για την ανάπτυξη του αγροτοδιατροφικού τομέα της Περιφέρειας, η ενίσχυση του brand name της Περιφέρειας ως προορισμό που παράγει «πράσινα» και ποιοτικά προϊόντα και διαχειρίζεται βιώσιμα του πόρους της, η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων σε σχέση με την ανάπτυξη της τοπικής γαστρονομίας, με ταυτόχρονο σεβασμό στην παράδοση και στον πολιτισμό κ.ο.κ. - στη δημιουργία Μονάδας Προώθησης Οπτικοακουστικών Παραγωγών / Film Office Θεσσαλίας. - στην ανάδειξη, εμπλουτισμό και προώθηση των θεματικών μορφών τουρισμού, όπως αυτές προσδιορίζονται στο άρθρο 3 του Ν. 4582/2018, συμπεριλαμβανομένων και ειδικών μορφών, όπως λ.χ. το city-break, οι digital nomads, ο τουρισμός υπαίθριων δραστηριοτήτων αθλητικής αναψυχής – περιπέτειας, ο ποδηλατικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, η κρουαζιέρα κ.ο.κ.
στην προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς (λ.χ. αναβάθμιση και αποκατάσταση χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς, συμπεριλαμβανομένης της ενίσχυσης της λειτουργικότητας τους (προσβασιμότητα, σημάνσεις, χώροι στάθμευσης κ.α.) και της προβολής τους, στη δημιουργία νέων και στην υφιστάμενων αναβάθμιση χώρων προβολής πολιτιστικού αποθέματος, ανάδειξη της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Θεσσαλίας μέσω ενεργειών καταγραφής και προβολής, ανάπτυξης και προβολής θεματικών διαδρομών κ.ο.κ. - στον σχεδιασμό, εξειδίκευση και υλοποίηση δράσεων υποστήριξης του σύγχρονου πολιτισμού και στην συστηματική προβολή τους με φυσική ή ψηφιακή διάσταση, καθώς και . σύνδεσης του τουρισμού με τον πολιτισμό, με στόχο την ενσωμάτωση του σύγχρονοι πολιτισμού στο τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας σε συνθήκες βιωματικής εμπειρίας και εξωστρέφειας και βιώσιμης διαχείρισης των ροών επισκεψιμότητας. - στον σχεδιασμό, εξειδίκευση και υλοποίηση δράσεων αναβάθμισης και δικτύωσης τουριστικών υποδομών και ανάδειξης νέων τοπόσημων και μικρό-προορισμών καθώς και στην ανάδειξη, προστασία και βελτίωση της προσβασιμότητας των περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (φυσικής κληρονομιάς), με κατάλληλη αξιοποίηση και άμεσα των πόρων χωρικής και τουριστικής ανάπτυξης του Προγράμματος “Θεσσαλία 2021-2027”, αλλά και την αναζήτηση πρόσθετων τομεακών πόρων. - σε σχέση με την τουριστική προβολή, στην εστίαση των στρατηγικών επιλογών στις “μεγάλες’ ώριμες τουριστικές αγορές κοντινής απόστασης (short-haul), αλλά και στην κατάλληλη και τεκμηριωμένη αναζήτηση νέων ή δυναμικών (στις οποίες συγκαταλέγονται ενδεικτικά οι Σκανδιναβικές Χώρες, η Γαλλία και η Ισπανία), όσο κα σε αναδυόμενες “μικρές” short-haul αγορές, όπως λ.χ. οι Κάτω Χώρες, οι χώρες της Κεντρικής Ευρώπης, οι Βαλκανικές Χώρες και το Ισραήλ, καθώς και στοχευμένα σε Long haul αγορές της Βόρειας Αμερικής, των Αραβικών χωρών και της Ασίας.
τις τελευταίες θα ληφθούν υπόψη τα αντίστοιχα Σχέδιο δράσης που θα εκπονηθούν από τον ΕΟΤ μέσα στο 2023). Η Ρουμανία για τη Θεσσαλία αναδεικνύεται σε “μεγάλη” short-haul αγορά, ενώ γενικότερα οι Βαλκανικές Χώρες μπορεί να συνδράμουν καταλυτικά στη εξυπηρέτηση του στόχου της διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου και της άμβλυνσης της εποχικότητας. Στο πλαίσιο αυτό, θα διερευνηθούν οι δυνατότητες βελτίωσης των ροών κρουαζιέρας και η σύνδεσή τους με τις θεματικές μορφές τουρισμού. • στη βελτίωση των τουριστικών επιδόσεων της Θεσσαλίας, ιδίως ως προς την εποχικότητα και την συστηματική αύξηση του μέσου χρόνου παραμονής των επισκεπτών της, λαμβάνοντας υπόψη αφενός την προώθηση θεματικών μορφών τουρισμού (λ.χ. city break, MICE, High end, Summer+, πολιτιστικές εκδηλώσεις, ιατρικός τουρισμός κ.λπ.) και, αφετέρου, την

προσέλκυση διαφοροποιημένων τύπων επισκεπτών, με κατάλληλες στοχεύσεις μια σύγχρονης, καινοτόμου και αποτελεσματικής καμπάνιας σε αγορές-στόχους, ώριμες, νέες και δυναμικές, μετά από μια ενδελεχή και επαναλαμβανόμενη έρευνα αναγνωσιμότητας και διεύρυνσης τω αγορών-στόχων. Οι παραπάνω βασικές αρχές του Στρατηγικού Σχεδιασμού της Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Θεσσαλίας θα εξειδικευθούν και αναλυθούν στο πλαίσιο εκπόνησης του "ολοκληρωμένου Στρατηγικού Σχεδιασμού και Σχεδίου Δράσης της Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Θεσσαλίας με χρονικό ορίζοντα το έτος 2030 και Εξειδίκευσης του Σχεδίου Τουριστικής Προβολής 2024-2026".
Διατήρηση / σταθερή τοποθέτηση προορισμού - **Volos Pelion – τοποθέτηση:**

Προορισμός για ταξιδιώτες. Ελληνικός αυθεντικός προορισμός για πεζοπορία & εμπειρίες.

Προορισμός στην Ελλάδα που διαθέτει το κλασικό Ελληνικό πακέτο Ήλιος Θάλασσα, αλλά με μια υπεραξία που δημιουργείται από τον παράγοντα Φύση – Περιβάλλον ως αποτέλεσμα του χαρακτηριστικού συνδυασμού βουνού και θάλασσας. Το χαρακτηριστικό αυτό δημιουργεί την συνθήκη να αναπτύσσονται και να παρέχονται όλα εκείνα τα στοιχεία που αναγνωρίζονται είτε ως προϊόντα, είτε ως μορφές τουρισμού, αλλά σίγουρα ως **εμπειρίες**.
Ένας προορισμός για **ταξιδιώτες**, **που επιθυμούν την περιπέτεια,** θέλουν να προετοιμαστούν, θέλουν να ανακαλύψουν τον τόπο, να περιηγηθούν στον προορισμό, να γνωρίσουν ανθρώπους, να αισθανθούν γεύσεις, να αποκτήσουν εμπειρίες, να γνωρίσουν περιπέτεια, να μαζέψουν αναμνήσεις. Ένας αυθεντικός τόπος περιπέτειας, αναζήτησης και διακοπών στην Ελλάδα.
Η τοπική τουριστική επιχειρηματική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται από **μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, ήπιας ανάπτυξης και άρα ήπιας επίδρασης που αναπτύσσεται κυρίως από την τοπική κοινωνία**. Η εμπλοκή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική δραστηριότητα δημιουργεί προσωπικές ή και φιλικές σχέσεις του επισκέπτη με τους ντόπιους, και οι επισκέπτες κυρίως ως μεμονωμένοι έχουν έναν πιο ενεργητικό χαρακτήρα ταξιδιού καθώς η διάρκεια του ταξιδιού, το μέσο μετακίνησης, η ανάγκη ανακάλυψης του προορισμού και η τελική δαπάνη εξαρτάται από την επιθυμία του ταξιδιώτη και την ατομική διάθεση, την οικονομική θέση της αγοράς, και την ψυχολογία που είναι ανεξάρτητη και όχι ομαδική.

Τοποθέτηση (ταύτιση με το αφήγημα όπως αναφέρεται στην στρατηγική του ΕΟΤ)

Ένας τόπος, ένας προορισμός με νόημα, αυθεντικός και ανεπιτήδευτος από κάθε άποψη, που σε απελευθερώνει και σου επιτρέπει να γνωρίσεις τον εαυτό σου μέσα από αυθεντικές εμπειρίες … και να νοιώσεις αυθεντικά συναισθήματα.

Αγορές
Α στόχος
Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του προορισμού
Στόχευση σε τουριστική ευαισθητοποίηση (awareness)
Επανασύνδεση με τις παραδοσιακές αγορές του προορισμού.
Εστίαση σε Δυτική & Κεντρική Ευρώπη και Βαλκάνια με σταδιακή επέκταση σε νέες [Ιταλία, Βόρεια Ευρώπη]
Ηθική και ειλικρινής επικοινωνία εστιασμένη σε νέα θετικά χαρακτηριστικά πχ Πεζοπορία



Αγορές
Κύριες: Ισραήλ (εν αναμονή), Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία, Γερμανία, Γαλλία, BENELUX, Κύπρος, Αγγλία, Τσεχία, Αυστρία, Πολωνία
Και νέες: Ιταλία, Ελβετία, Σκανδιναβικές (Δανία, Σουηδία)

Σταδιακή Ταύτιση με την στοχοθεσία του
“ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ 2030” / ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΚΑΙ ΑΓΟΡΕΣ ΒΟΛΟΥ ΠΗΛΙΟΥ [INSETE]

Β στόχος
Σύνδεση με τουριστικά κανάλια διανομής των αγορών
Επαγγελματικά κανάλια διανομής στις αγορές και στην Ελλάδα με εστίαση σε στοχευμένη προβολή, μέσω δράσεων επαγγελματικών συναντήσεων και παρουσιάσεων προορισμού. Σε αυτές θα επιδιώκεται η παρουσία εκπροσώπων επαγγελματιών.
Επαφές με αεροπορικές εταιρείες στο πλαίσιο του τοπικού δικτύου & προσαρμογή αγορών ad hoc.
Αφήγημα
Παραμένει – διατηρείται

Εμπιστεύσου την αλήθεια
Την αλήθεια σε έναν τόπο στην Ελλάδα που συνδυάζει το βουνό με τη θάλασσα και σου προσφέρει έναν αυθεντικό τρόπο ζωής.
Βίωσε την εμπειρία του ταξιδιώτη (be a traveler)

Εξερεύνησε τη θάλασσα
Ανακάλυψε τη φύση
Αντάμωσε παραδοσιακά χωριά και συνάντησε τους ντόπιους, τα έθιμα, τα πανηγύρια,
Ζήσε πρωτόγνωρες εμπειρίες.

Εμπιστεύσου την αλήθεια μέσα στους μύθους του βουνού.
Ιστορίες που αφηγούνται την δύναμη της ζωής, την θεραπεία της ψυχής και του σώματος, τη γεφύρωση, τη σύνδεση, την επούλωση αλλά και την αξία της φύσης και την σύνδεσή της με τον άνθρωπο. [Κένταυροι]
Ιστορίες που κάνουν τους ανθρώπους ήρωες και μιλούν για ταξίδια, περιέργεια, αναζήτηση, προσπάθεια, ανταμοιβή. [Αργοναύτες]
Ιστορίες που υμνούν τη ζωή, τη χαρά και τα πάθη αλλά και για τους καρπούς της γης, της φύσης και των ανθρώπων.
Εμπιστεύσου την αλήθεια και άφησε την ψυχή σου να την αγγίξουν στοιχεία της φύσης,

Γνώρισε τον Βόλο και το Πήλιο μέσα από υπηρεσίες που προσφέρονται προς τους ταξιδιώτες, πάντα με σεβασμό στον άνθρωπο και τον τόπο.
Κάθε χωριό και μια αποκάλυψη, κάθε μέρα και μια περιπέτεια, κάθε αρχή μονοπατιού και μια ευκαιρία για ένα νέο ταξίδι.
Βόλος Πήλιο είναι ένας τόπος αυθεντικός, αληθινός.

Αφήγημα

It's time to trust the «truth»

It's time to trust the sun. Wake up early, say "kalimera", smile and do your best, explore and walk, and feel, and rest in the chestnut and beech woods, and go on as the sun sets over the sea.

It's time to trust the pathways, discover the green slopes, the mountain, the trails, the secrets, the Pelion routes. Enjoy the green and blue, the mountain and the sea. Trust the Gods' choice as they know better.

It's time to trust the myth. Trust the wind, the waves and the stars exploring the Mediterranean blue. Trust the Argonauts as they know how.

It's time to trust the Centaurs, taste the herbs, smell the spice scents, heal the wounds using nature's treasures, trust the locals, they know the truth.

It's time to trust the "kefi", the songs, the music, and feel free to smile, to sing, to celebrate, to learn and share, to dance.

It's time to trust Volos and Pelion.
Volos Pelion, it's true.

Στρατηγικοί στόχοι

4. Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του προορισμού
   Στόχευση σε τουριστική ευαισθητοποίηση του κοινού (awareness).
   Επανασύνδεση με τις παραδοσιακές αγορές του προορισμού.
   Προώθηση του προορισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.
5. Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του προορισμού με παράλληλη σύνδεση με τουριστικά κανάλια διανομής.
   Επανασύνδεση με τις παραδοσιακές αγορές του προορισμού και διερεύνηση νέων.
   Προώθηση του προορισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

6. Προώθηση του προορισμού ως αυθεντικού τόπου και πεδίο θεματικών προϊόντων και εμπειριών. Σημείο εκκίνησης, η εξέλιξη του δικτύου της πεζοπορίας, ως στοιχείο περιπέτειας και συνεκτικό στοιχείο θεματικών προϊόντων.

Αρχή υλοποίησης: Ηθική και ειλικρινής επικοινωνία εστιασμένη σε νέα θετικά χαρακτηριστικά.

Συνάφεια στόχων

	ΕΟΤ Σ1	ΕΟΤ Σ2	ΕΟΤ Σ3	ΕΟΤ Σ4	ΠΘ 1	ΠΘ 2	ΠΘ 3	ΠΘ 4	ΠΘ 5
Σ1	x	x	x	x	x				x
Σ2	x	x					x		x
Σ3		x	x	x				x	x

Συμπληρωματική αφήγηση Σ3.

Pelion routes - Hiking over Pelion mt.

Follow the Gods, follow the Centaurs, follow the colors, follow the sun, follow the cobbled paths, follow the stories, follow the scents, follow the locals, follow the signs, follow the Pelion routes
The more you walk, the more you smile

Accompanied by
The lush green mountainous peninsula of Pelion, on mainland Greece, offers walks from village to village via old cobbled paths, sometimes village by village through forest, sometimes along the sea shore.
Picturesque, turquoise bays that invite you to swim.
This is the land of the mythical Centaurs.

Discover an authentic part of Greece
Hike along traditional cobbled paths
Stop in idyllic village squares
Discover the only historical narrow gauge steam train in Greece
See the biggest plane tree of Greece
Dive, hike, talk, taste, dance, pray, touch, swim, drink, travel, live.

During your trip, you will discover the lush green mountainous peninsula of Pelion on mainland Greece. Walk from village to village via old cobbled paths, sometimes through forest, sometimes along the sea shore. Picturesque, turquoise bays that invite you to swim.
This part of Greece was, according to myths, the land of Centaurs, creatures that are half human, half horse, connected with the nature, with great knowledge about medical plants and herbs, that grew and still grow on Mt. Pelion today.
You walk through this historical, densely forested landscape where you find streambeds with plane trees and ferns. Beech forests cover the higher areas like a bright green blanket. The walks take you through apple- and olive groves and mountain villages from where you can look out over the glittering Aegean Sea sitting in the shade of majestic plane trees on the village squares and sipping a Greek coffee. You walk on cobbled paths, called kalderimia: old mule tracks that were the connections between the villages in the past. The area is a secret gem. Let's keep it pure and authentic.

Δράσεις προβολής

Άξονας 1. Προβολή με κλασικά μέσα

9. Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις
10. Συμπληρωματικές δράσεις και Εκδηλώσεις εντός του χώρου εκθέσεων
11. Προβολή σε χώρες του εξωτερικού και σε πόλεις του εσωτερικού
12. Διοργάνωση ή/και συμμετοχή σε B2B workshops, επαγγελματικά ταξίδια παρουσίασης, εκδηλώσεις παρουσίασης προορισμού
13. Φιλοξενίες και δημόσιες σχέσεις
14. Παραγωγή και εκτύπωση έντυπου υλικού τουριστικής προβολής
15. Παραγωγή και προμήθεια μέσων προβολής, υλικού marketing και δώρων
16. Διαφημιστικός χώρος και χρόνος σε τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά και έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά κλπ), υπαίθρια διαφήμιση και σε χώρους μαζικής συγκέντρωσης κοινού

Άξονας 2. Ψηφιακή προβολή

6. Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής - Παραγωγή και απόκτηση περιεχομένου
7. Ψηφιακές καμπάνιες [Ενδεικτικές]
8. Διαχείριση ιστότοπων, λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, εφαρμογών και δημιουργία, συντήρηση, εμπλουτισμός και περεταίρω ανάπτυξη
9. Διαδικτυακή προβολή, ψηφιακή διαφήμιση
10. Ανάπτυξη και παραγωγή εφαρμογής smart device για την πληροφόρηση πεζοπορίας

Άξονας 3. Διατήρηση υπαρχόντων και Εμπλουτισμός νέων υπηρεσιών

1. Ακτές – οργάνωση και υποστήριξη ακτών
2. Πεζοπορικές διαδρομές PELION ROUTES
3. Ανάδειξη τοπικών – πολιτιστικών στοιχείων των περιοχών (POI)
4. Προβολή διαδρομών ποδηλάτου
5. Ξεναγήσεις στην πόλη.

Άξονας 4. Υποστηρικτικά

5. Αναβάθμιση εξωτερικού χώρου ΚτΠ
6. Αξιοποίηση τοπικών ΜΜΜ
7. Δράση ανάπτυξης δυναμικού
8. Αξιολόγηση – παρακολούθηση

Άξονας 1. Προβολή με κλασικά μέσα – **ενδεικτικές**

ΧΩΡΑ	**ΠΟΛΗ**	**Ημ/νία**	**ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗΣ**	**Τύπος**	Ιεράρχηση Αγοράς	Ιεράρχηση έκθεσης
		ΙΑΝ				
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	ΟΥΤΡΕΧΤΗ	9-12/1	VAKANTIEBEURS	Κοινού	Α	Β
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΒΙΕΝΝΗ	16-19/1	FERRIEN MESSE	Κοινού	Α	Β
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΣΤΟΥΤΓΚΑΡΔΗ	18-26/1	CMT	Κοινού	Β	Β
		ΦΕΒ				
~~ΒΕΛΓΙΟ~~	~~ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ~~	~~6-9/2~~	~~SALON DE VACANCES~~	~~Κοινού~~	~~Α~~	~~Β~~
ΙΣΡΑΗΛ	ΤΕΛΑΒΙΒ	13-14/2	IMTM	Κοινού	Α	**Α**
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΧΟ	19-23/2	FREE	Κοινού Outdoor	Α	**Α**
ΣΕΡΒΙΑ	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ	20-23/2	Sajam Tourism - IFT	Κοινού	Α	**Α**
ΔΑΝΙΑ	ΧΕΝΡΙΝΓΚ	21-23/2	FERIE FOR ALLE, Χέρνινγκ	Κοινού	Β	Β
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ	22-25/2	Targul Turism Romaniei (TTR)	Κοινού	Α	**Α**
		ΜΑΡΤ				
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΒΕΡΟΛΙΝΟ	4-6/3	ITB	Επαγγελματική	Α	**Α**
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	ΣΟΦΙΑ	9-11/3	HOLIDAY & SPA EXPO	Κοινού	Α	**Α**
ΤΣΕΧΙΑ	ΠΡΑΓΑ	14-16/3	HOLIDAY WORLD	Κοινού	Α	Β
ΓΑΛΛΙΑ	ΠΑΡΙΣΙ	13-16/3	Salon Mondial du Tourisme	Κοινού outdoor	Α	**Α**
		ΑΠΡ ΜΑΙ				
ΚΥΠΡΟΣ	ΛΕΥΚΩΣΙΑ	1-3/4	TRAVEL EXPO /ΤΑΞΙΔΙ	Κοινού	Α	Β
Β εξάμηνο						
ΣΟΥΗΔΙΑ	ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ	1-3/10	**UNDERBARA BARN**	Κοινού	Β	Β
ΙΤΑΛΙΑ	ΡΙΜΗΝΙ	8-10/10	TTG TRAVEL EXPERIENCE	Κοινού	Α	**Α**
ΕΛΒΕΤΙΑ	ΛΟΥΓΚΑΝΟ	/11	**Swiss International Holiday Exhibition**	Κοινού	Β	Β
ΑΓΓΛΙΑ	ΛΟΝΔΙΝΟ	4-6/11	WTM	Επαγγελματική	Α	**Α**
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΑΡΣΟΒΙΑ	20-22/11	IITTF WARSAW	Κοινού	Α	Β
ΕΛΛΑΔΑ	ΑΘΗΝΑ		AITE	Επαγγελματική	Α	Α
ΕΛΛΑΔΑ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	14-16/11	PHILOXENIA	Κοινού	Α	**Α**

1.9 Συμπληρωματικές δράσεις και Εκδηλώσεις εντός των εκθέσεων- road shows

Οι εκθεσιακές συμμετοχές
Α. θα προβάλλουν ενιαία τον προορισμό VolosPelion
Β. θα συμπληρώνονται με δράσεις που αυξάνουν την αποτελεσματικότητα των συμμετοχών.
Δράσεις που θα αξιοποιηθούν είναι:

- Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών
- Παρουσιάσεις
- B2B συναντήσεις
- Εκδηλώσεις γενικές – προώθησης προορισμού και πληροφόρησης, θεματικές, γαστρονομίας – τοπικής παράδοσης, παρουσιάσεων

Και άλλες με ad hoc προγραμματισμό.

1.10 Προβολή σε χώρες του εξωτερικού και στο εσωτερικό

Προβολή σε αγορές εξωτερικού αλλά και σε σημεία του εσωτερικού συμπληρωματικά ή σε αντικατάσταση εκθεσιακών δράσεων.
Αφορά την οργάνωση δράσεων με την μορφή εκδηλώσεων σε επιλεγμένα σημεία, συνδυασμένα με

- δράξεις πληροφόρησης κοινού
- προβολής κοινού
- workshops ή /και B2B δράσεις
- συμπληρωματικών δράσεων όπως αναφέρθηκαν και παραπάνω δηλαδή:

Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών - Παρουσιάσεις κοινού - B2B συναντήσεις - Εκδηλώσεις γενικές – Εκδηλώσεις προώθησης προορισμού και πληροφόρησης - Οργάνωση δράσεων παρουσίασης προορισμού - Εκδηλώσεις γαστρονομίας / τοπικής παράδοσης - Παρουσιάσεις ειδικών μορφών τουρισμού και άλλες με ad hoc προγραμματισμό.
Οι εκδηλώσεις θα γίνουν είτε με τη μορφή μεμονωμένης εκδήλωσης, είτε με τη μορφή μέρους συνολικότερης δράσης.
Η επιλογή των περιοχών θα προκύψουν από τις σταθερές και έκτακτες ανάγκες προβολής, αξιοποίησης συνδυαστικής προώθησης προϊόντος με άλλη δράση πχ festival κλπ.
Κάθε δράση θα γίνεται με την συνδρομή τοπικών φορέων [φορέων που συνιστούν ένα άτυπο αλλά ουσιαστικό τοπικό δίκτυο] και τον κατά τόπους φορέων και ομάδων υποστήριξης.

1.11 Συμμετοχή σε B2B workshops, ταξίδια παρουσίασης, εκδηλώσεις παρουσίασης προορισμού

Προβολή σε αγορές του προορισμού ή / και νέες αγορές αξιοποιώντας δράσεις που υλοποιούνται απευθείας στο εξωτερικό ή στο εσωτερικό. Τέτοιες δράσεις είναι:

- Συμμετοχή σε οργανώσεις B2B με θεματική στόχευση ή /και στόχευση αγοράς
- Συμμετοχή σε συνέδρια – εργαστήρια workshop, διαγωνισμούς, δίκτυα, roadshows με αντίστοιχη στόχευση
- Ενισχυτικά όλα τα παραπάνω μπορούν να υλοποιηθούν διαδικτυακά ή και με υβριδική μορφή με συμμετοχή σε διαδικτυακά σεμινάρια (webinars)

ΧΩΡΑ	**ΠΟΛΗ**	**Ημ/νία**	**Τύπος**	Στόχος	Ιεράρχηση
ΔΑΝΙΑ	ΚΟΠΕΓΧΑΓΗ	4/2	TNM B2B	B	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΧΟ	20/2	CG B2B	A	
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ έκθεση	24/2	TOD B2B	A	A
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	ΣΟΦΙΑ έκθεση	12/3	TOD B2B	A	A
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ	26/3	CG B2B	A	
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΡΟΤΣΛΑΒ	3/4	GTW B2B	A	A
Η.Β.	ΜΑΝΤΣΕΣΤΕΡ	28/4	GTW B2B	A	A
ΙΤΑΛΙΑ	ΝΑΠΟΛΗ	8/5	CG B2B	A	
ΣΕΡΒΙΑ	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ	15/5	CG B2B	A	A
ΙΤΑΛΙΑ		ΜΑΙΟΣ	GTW B2B	A	
ΓΑΛΛΙΑ	ΠΑΡΙΣΙ	26/9	TOD B2B	A	A
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	ΧΑΓΗ	23/10	GTW B2B	A	A
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΒΙΕΝΝΗ	26/10	TOD B2B	A	A
ΣΟΥΗΔΙΑ	ΜΑΛΜΕ	30/10	GTW B2B	B	A
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΑΡΣΟΒΙΑ - ΚΑΤΟΒΙΤΣΕ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	CG B2B	A	A
ΣΟΥΗΔΙΑ	ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	TNM B2B	B	A
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΒΙΕΝΝΗ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	GTW B2B	A	A

TNM Travel news market, CG Choose Greece, GTW Greek tourism workshop, TOD Tourism open days

Απαιτήσεις νέας δομής – Δημιουργία μηχανισμού με παρακάτω αντικείμενο:

Οργάνωση υλικού προορισμού, άμεσα διαθέσιμο προς αποστολή.

Συμπληρωματικές ενέργειες υποστήριξης Στόχου 2 (επικοινωνία με κανάλια διανομής) όπως παρουσιάσεις του προορισμού στο εξωτερικό, workshops, κλπ.
Προγραμματισμός συναντήσεων σε μεικτές εκθέσεις Τουρισμού με bloggers ή/και δημοσιογράφους, Τ.Ο. κλπ – αξιοποίηση παρουσίας.
Προγραμματισμός συναντήσεων σε επαγγελματικές εκθέσεις Τουρισμού με Τ.Ο..
Αξιοποίηση εργαλείων αντιστοίχισης εκθετών και buyer
Εξεύρεση καταλόγων
Επικοινωνία, σύνδεση
Οργάνωση επαφών B2B ανά αγορά.
Παρακολούθηση της επικοινωνίας (follow up) των επαφών μετά από κάθε εκθεσιακή συμμετοχή του Δήμου.
Θέσπιση αρχών συνεργασίας με τοπικούς φορείς.
Σύνδεση προηγούμενων δράσεων με νέες. Αξιοποίηση των επαφών σε κάθε νέα επικοινωνία.
Διατήρηση επικοινωνίας επαφών, ενημέρωση για νέες δράσεις και ευκαιρίες [εξέλιξη site, social, app, Pelion routes, συνδέσεων, κλπ]
Πρόκληση ταξιδιών γνωριμίας με ιεράρχηση και αξιοποίηση επαφών. (1.5)
Ενημέρωση και παρακολούθηση επικοινωνίας στα Μ.Μ.Ε πανελλήνιας εμβέλειας εκτός τοπικών (τηλεόραση / ραδιόφωνο / περιοδικά / εφημερίδες / διαδίκτυο) με βάση τις ανάγκες του προορισμού, τις θετικές δράσεις και τις τρέχουσες συνθήκες και σκοπό τη δημιουργία θετικής δημοσιότητας σε ΜΜΕ πανελλήνιας εμβέλειας.

1.12 Φιλοξενίες και δημόσιες σχέσεις

Αφορά την οργάνωση, υποδοχή και φιλοξενία fam / press trips σε συνεργασία με τα γραφεία του ΕΟΤ εξωτερικού, εταιρίες δημοσίων σχέσεων και προβολής, τοπικούς φορείς, γραφεία ταξιδιών κλπ. Οι αγορές των fam / press trip είναι κυρίως οι αγορές στόχου καθώς συνδιοργανώνονται με τα γραφεία του ΕΟΤ που έχει εδραιωθεί συνεργασία ή/και σε συνεργασία με πρωτοβουλίες δημοσίων σχέσεων που θα ανακύψουν ad hoc.
Η βασική επιδίωξη στοχεύει στα press media trips [press/media/social media/ influence media ...] για την επίτευξη ευαισθητοποίησης κοινού. Επόμενη επιδίωξη τα fam trips εξειδικευμένων γραφείων και ΤΟ (σπεσιαλίστες ειδικών προγραμμάτων). Τέλος, fam trips γενικών γραφείων τουρισμού αγορών στόχου, στο πλαίσιο της προώθησης του προορισμού στους επαγγελματίες του κλάδου των αγορών στόχου. Κάθε άλλη πρόταση θα εξετάζεται και θα αξιολογείται ad hoc.

1.13 Παραγωγή και εκτύπωση – επανεκτύπωση έντυπου υλικού τουριστικής προβολής

1.14 Παραγωγή και προμήθεια μέσων προβολής, υλικού marketing και δώρων

Αφορά την παραγωγή του έντυπου και ψηφιακού υλικού προβολής και προώθησης του προορισμού.

Το υλικό χρησιμοποιείται στο σύνολο των ανωτέρω δράσεων αλλά στο σύνολο των δράσεων πληροφόρησης, παρουσίασης, ψηφιακής παρουσίασης, αξιοποίησης των λογαριασμών κοινωνικών δικτύων, διάχυσης και διάδοσης της πληροφορίας και υποστήριξης κάθε δράσης τουριστικής ενημέρωσης, πληροφόρησης και προβολής του προορισμού είτε αυτές υλοποιούνται με ίδια μέσα είτε από τους συνεργαζόμενους φορείς στην τουριστική προβολή. **Ειδικά στην ανάπτυξη και παραγωγή υλικού αυτό αφορά σε:**

- Επαναεκτυπώση υλικού τουριστικής προβολής / πληροφόρησης ή /και επέκταση σε νέες γλώσσες
- Δημιουργικό και παραγωγή νέου υλικού προώθησης στοιχείων του προορισμού.
  Ενδεικτικά, θα εξεταστεί η παραγωγή σειρά μονόφυλλων έντυπων χαρτών με αποτύπωση των βασικών αξιοθέατων κάθε ενότητας του προορισμού με στόχο την τοπική εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Η παραγωγή νέου οδηγού περιοχής. Νέου υλικού ανάδειξης επιμέρους στοιχείων και εμπειριών.
  Στόχος η κάλυψη αναγκών στην ενημέρωση επισκεπτών, η επιμήκυνση της παραμονής των επισκεπτών ανά περιοχή, η αξιοποίηση τους ως εργαλείο προώθησης κάθε περιοχής, η ενίσχυση των τοπικών επιχειρήσεων με υλικό πληροφόρησης και προβολής.

1.15 Διαφημιστικός χώρος ή/και χρόνος σε τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά και έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά κλπ), σε μέσα μεταφοράς, υπαίθρια διαφήμιση και σε χώρους μαζικής συγκέντρωσης πλήθους αλλά και προώθηση σε μέσα πληροφόρησης Τ.Ο. , αεροπορικών εταιριών κλπ.

Κλασικού τύπου διαφημιστικές ενέργειες σε ΜΜΕ αλλά και εξειδικευμένες όπως προβολή σε καταλόγους Τουριστικών γραφείων, Τ.Ο., in flight περιοδικών αεροπορικών εταιριών κλπ. Το σύνολο των δράσεων θα προγραμματίζεται και θα μεταβάλλεται ad hoc με σκοπό την προώθηση προγραμματισμένων αλλά και ειδικών δράσεων.

Άξονας 2. Ψηφιακή προβολή

2.6 Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής - Παραγωγή και απόκτηση περιεχομένου

Συνεχής εμπλουτισμός υλικού με φωτογραφίες, κείμενα, βίντεο, μονταρισμένες ενότητες κλπ .
Αφορά απόκτηση και παραγωγή γενικού υλικού στο πλαίσιο της τοποθέτησης αλλά και ανάπτυξη εξειδικευμένων ενοτήτων και την κάλυψη θεμάτων με σκοπό την υποστήριξη ad hoc καμπάνιας.
Παραγωγή αλλά και προμήθεια υλικών [διαφημιστικά σποτ, παρουσιάσεις, φωτογραφικό υλικό, κείμενα – αφηγήσεις, βίντεο, κλπ] – προμήθεια υλικού με απόκτηση πνευματικών δικαιωμάτων.

2.7 Ψηφιακές καμπάνιες [Ενδεικτικές]

	Ι	Φ	Μ	Α	Μ	Ι	Ι	Α	Σ	Ο	Ν	Δ
Αγορά εξωτερικού Γενικό & χορηγούμενο		Χ	Χ									
Ελληνική αγορά Γενικό & χορηγούμενο						Χ	Χ					
Αγορά εξωτερικού πεζοπορίας			Χ	Χ	Χ			Χ	Χ			
Χριστούγεννα											Χ	Χ

2.8 Διαχείριση ιστότοπων, λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, εφαρμογών και δημιουργία, συντήρηση, εμπλουτισμός και περεταίρω ανάπτυξη

Συνεχής εμπλουτισμός περιεχομένου.
Διασύνδεση και αξιοποίηση περιεχομένου μεταξύ ιστότοπων, μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογής i area.
Προστασία και ασφάλεια των σελίδων και εφαρμογών.

2.9 Διαδικτυακή προβολή, ψηφιακή διαφήμιση

Στοχευμένη [χορηγούμενη] διαφήμιση σε αγορές στόχους, θεματική προσέγγιση προσαρμοσμένες στις καμπάνιες προβολής, στις ψηφιακές δράσεις και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
Ψηφιακή διαφήμιση με καταχώριση σε διαδικτυακούς τόπους. Καταχωρίσεις σε σελίδες που αξιοποιούνται από δυνητικούς πελάτες – επισκέπτες του προορισμού, sites τουριστικών γραφείων που δραστηριοποιούνται στον προορισμό ή προτίθενται να το πράξουν, αεροπορικών εταιριών κλπ.

2.10 Ανάπτυξη και παραγωγή εφαρμογής smart device για την πληροφόρηση πεζοπορίας

Αφορά την παραγωγή hike app που θα υποστηρίξουν την καλύτερη πληροφόρηση των επισκεπτών θεματικού τουρισμού πεζοπορίας.

Άξονας 3. Διατήρηση υπαρχόντων και Εμπλουτισμός νέων υπηρεσιών

6.1 Ακτές – οργάνωση και υποστήριξη ακτών

Ασφάλεια

- Ναυαγοσωστική κάλυψη - κάλυψη με υπεύθυνο ακτής / επέκταση κάλυψης σε ακτές εκτός πολυσύχναστων
- Οριοθέτηση ακτών – συμπληρωματική χειμερινή οριοθέτηση

Προσβασιμότητα

- Τοποθέτηση και παροχή υπηρεσίας χημικών τουαλετών
- Ετήσια τοποθέτηση εξοπλισμού πρόσβασης για άτομα μειωμένης κινητικότητας

Ποιότητα

- Ενέργειες συμμετοχής στο πρόγραμμα και υποβολής φακέλου
- Παρακολούθηση ακτών και συμμόρφωση με τις προδιαγραφές του προγράμματος. Διατήρηση του αριθμού των βραβευμένων με γαλάζια σημαία. Οργάνωση και υποστήριξη ακτών – διαχείριση προγράμματος Γαλάζιων ακτών

6.2 Πεζοπορικές διαδρομές

Οι δράσεις προκύπτουν από τις θεματικές εξειδικεύσεις των δράσεων των Αξόνων 1 και 2 και αφορά το τεχνικό έργο του δικτύου πεζοπορικών διαδρομών Pelion Routes.Η παρακάτω αναφορά αποτελεί ένα καλάθι των δράσεων που δημιουργούνται μέσω των παραπάνω αξόνων και αφορούν:

- Επικαιροποίηση και συντήρηση του web site. Κυρίως ενσωμάτωση 3ων επιπέδων ενημέρωσης
  Διαδρομή ανοιχτή σηματοδοτημένη – πράσινο
  Διαδρομή σηματοδοτημένη με ενημέρωση για σημεία προσοχής ή/και εμπόδια διάσχισης - πορτοκαλί
  Διαδρομή μη σηματοδοτημένη - κόκκινη
- Προετοιμασία φακέλου ένταξης πεζοπορικού δικτύου σε κατάλογο ευρωπαϊκών πιστοποιημένων διαδρομών αγορών του εξωτερικού
- Ανάπτυξη καμπάνιας ψηφιακής προβολής
- Ανανέωση έντυπου υλικού, επανεκτύπωση και παραγωγή νέου και παραγωγή
- Προβολή εντός εκθέσεων
- Πεζοπορικές ξεναγήσεις

Δράσεις ευαισθητοποίησης κοινού, κατοίκων, επαγγελματιών, τοπικών συλλόγων, επισκεπτών. Δημιουργία καλεντάρι πεζοπορικών ξεναγήσεων ανά σκέλος με την συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων, επιχειρήσεων και επαγγελματιών με αξιοποίηση του δικτύου διαδρομών Pelion routes.

Κάθε πεζοπορική συνάντηση μπορεί να επεκταθεί με δράση ανάδειξης τοπικού χαρακτηριστικού πχ.

Συμπληρωματική ξενάγηση σε μουσείο,

Ξενάγηση σε μνημείο θρησκευτικής λατρείας,

Συμπληρωματική ξενάγηση στο χωριό

Συμπληρωματικό food taste κλπ

6.3 Ανάδειξη τοπικών – πολιτιστικών στοιχείων των περιοχών (POI)

Δημιουργικό μονόφυλλων εντύπων ανά περιοχή του προορισμού με προβολή πολιτιστικών στοιχείων – αξιοθέατων

Εμπλουτισμός ψηφιακού υλικού με νέα καταγεγραμμένα POI

Άξονας 4. Υποστηρικτικά

4.1 Αναβάθμιση εξωτερικού χώρου ΚτΠ

Περιλαμβάνονται σημάνσεις κτιρίου, εισόδου, εξωτερικού χώρου, κατασκευές 3d λογοτύπου, φωτισμός κ.α.

4.2 Αξιοποίηση τοπικών ΜΜΜ

Περιλαμβάνονται τοποθετήσεις αφισών σε στάσεις λεωφορείων προωθώντας την τουριστική ταυτότητα της περιοχής, το αφήγημα [**Βίωσε την εμπειρία του ταξιδιώτη (be a traveler), Εξερεύνησε**, **Ανακάλυψε** ..] , τουριστικά αξιοθέατα και κυρίως νέα προϊόντα όπως I Volos, Pelion routes, social media, ..

Όμοια θα αφορά την αξιοποίηση των ίδιων των ΜΜΜ.

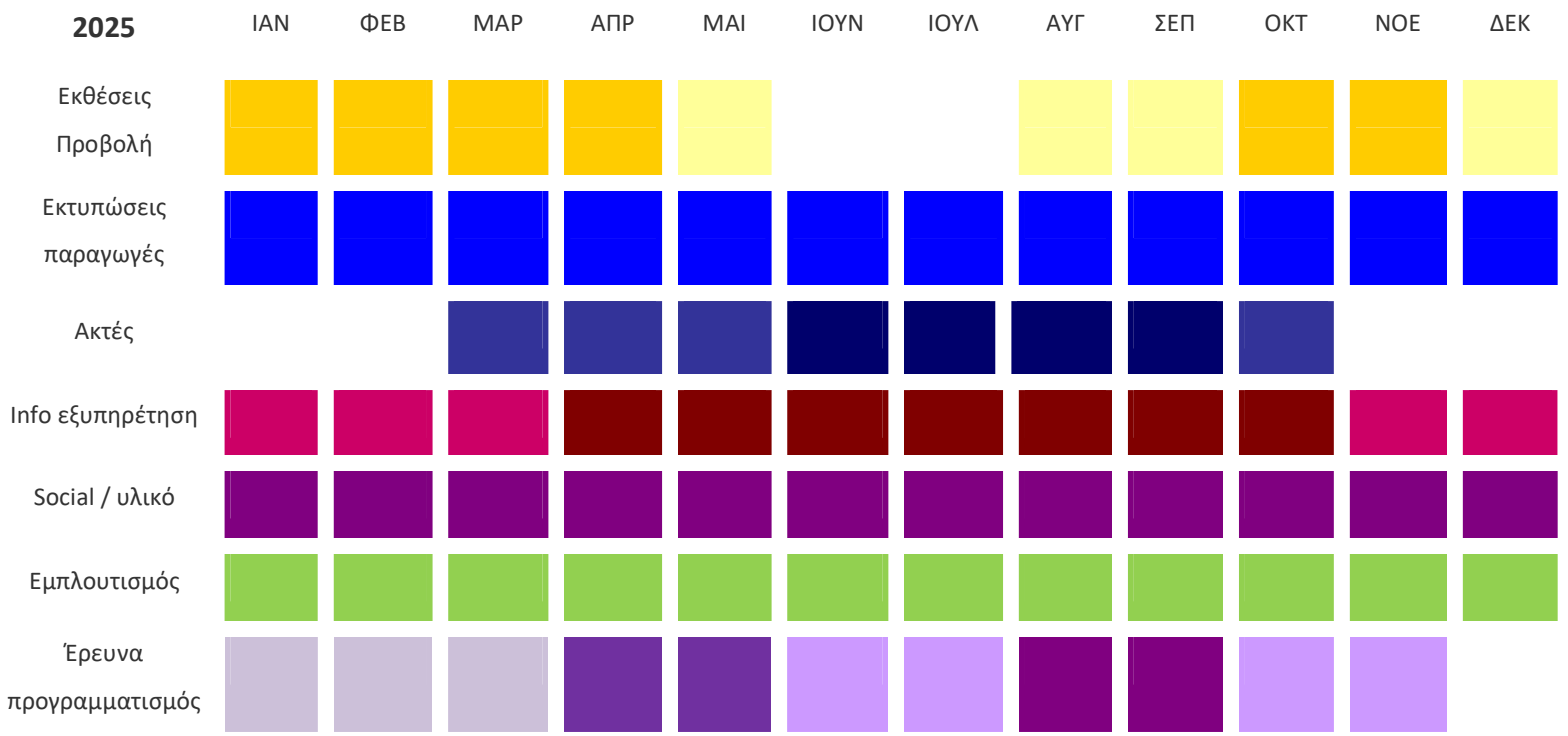
4.3 Δράση ανάπτυξης δυναμικού

Η εκπαίδευση των απασχολούμενων στον κλάδο του τουρισμού αναδεικνύεται ως βασικό παράγοντα της επιτυχίας τους. Η ανταγωνιστική φύση του κλάδου δημιουργεί την ανάγκη για συνεχή εξέλιξη της κάθε επιχείρησης αλλά και του προορισμού. Η επένδυση στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού είναι ένας από τους στόχους που αξίζει να επιτευχθεί.

Στο παραπάνω πλαίσιο προτείνεται:

- Προπαρασκευαστικές συναντήσεις των τοπικών εμπλεκομένων φορέων για την από κοινού ανάπτυξη ενός προγράμματος
- Η αναζήτηση συνεργασιών για την υποστήριξη της δράσης
- Η υλοποίηση σύντομης και στοχευμένης έρευνας εκπαιδευτικών αναγκών
- Η διαμόρφωση του βασικού πλαισίου της επιμόρφωσης
- Η υλοποίηση της δράσης προς τους ωφελούμενους

4.4 Αξιολόγηση – παρακολούθηση



Προϋπολογισμός 2025

Κωδικός	Περιγραφή	
6431.801	Εξοδα ενημέρωσης και προβολής δραστηριοτήτων του Δήμου	12.000
6431.801	Έξοδα πολιτιστικών δραστηριοτήτων	15.000
6431.801	**iSouthPelio Ανάπτυξη Ολοκληρωμένης Ψηφιακής Διαδραστικής Εφαρμογής Κινητών Συσκευών για την Προβολή των Τοπικών**	66.547,08
6432.801	Δαπάνες εκθέσεων στο εσωτερικό και στο εξωτερικό	20.000
6431.801	Δημιουργία ιστοσελίδας εικονικής περιήγησης (VIRTUALTOUR) για την τουριστική προβολή του Δήμου	10.400,00
706422801	Οδοιπορικά έξοδα και αποζημίωση αιρετών	12.000
706615801	Εκτυπώσεις, εκδόσεις, βιβλιοδετήσεις	3000
706117801	Ναυαγοσωστική κάλυψη πολυσύχναστων ακτών	130.000
	ΣΥΝΟΛΟ	**268.947,08**
	LEADER 'ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΚΑΙ ΣΥΜΑΝΣΗ ΜΟΝΟΠΑΤΙΩΝ»	**300.000**