

# Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2022

Δήμος Βόλου / Τμήμα Τουρισμού

ΟΚΤ 2021

Στοιχεία που αναφέρονται

Απολογισμός

Έρευνα - Αξιολόγηση

Δράσεις



## **Απολογισμός Τμήματος Τουρισμού Δήμου Βόλου**

Περίοδος απολογισμού Σεπ 2020 – Αυγ 2021

## Περίοδος απολογισμού Σεπ 2020 – Αυγ 2021

### Στοιχεία που αναφέρονται

Προώθηση προορισμού	Τουριστική προβολή
	Εκθέσεις / Παρουσιάσεις / Εκδηλώσεις
	Προώθηση με κλασικά μέσα
	Ταξίδια εξοικείωσης
	Ψηφιακή προβολή
Οργάνωση	Παραγωγή υλικού
	Τουριστική πληροφόρηση
	Ακτές Δήμου Βόλου

# Προβολή

- 8 Δράσεις Digital marketing
- 2 Press trips
- 6 Virtual εκθέσεις και workshops
- 8 Media δράσεις
- 11 Χώρες
- 2 Social media pages
- 3 Social media campaign



# Προώθηση προορισμού

## Ημερολόγιο δράσεων

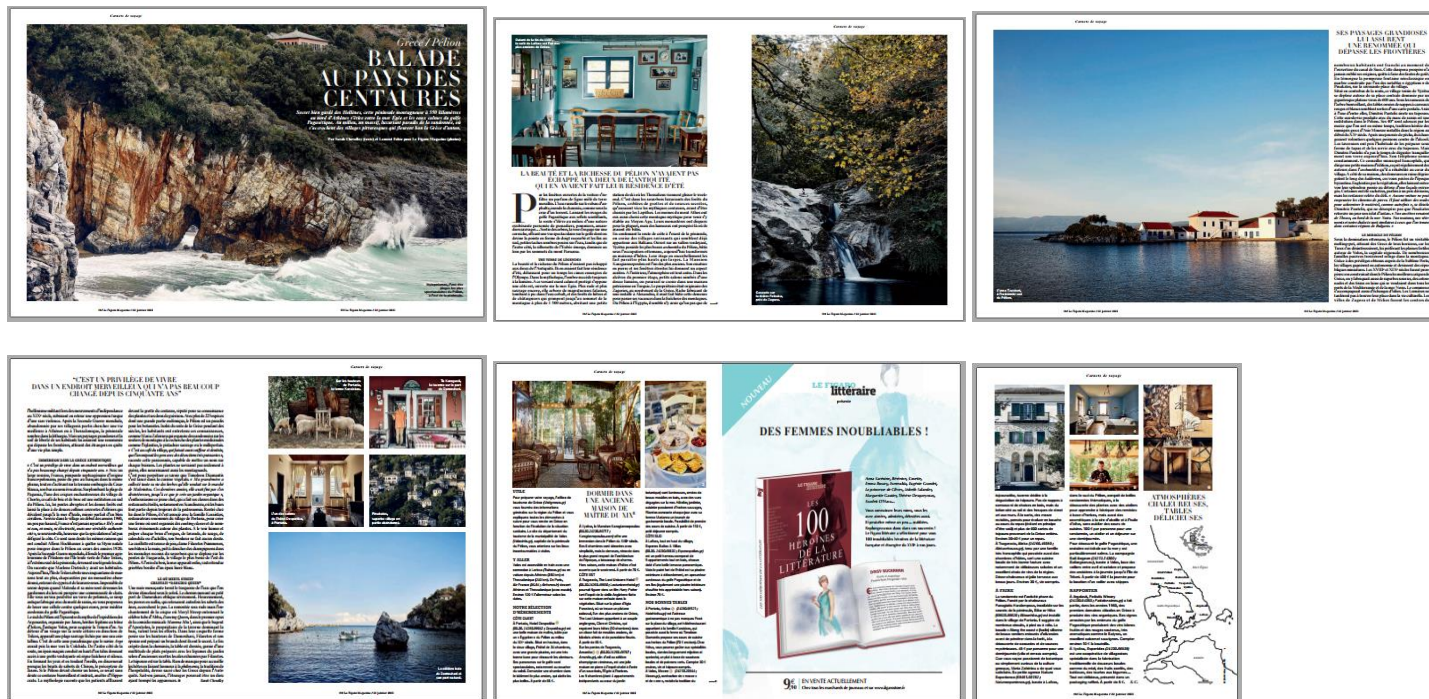


# Press trip

Φθινόπωρο 2020

Γαλλία, Συνεργασία ΕΟΤ Παρίσι / Δήμος Βόλου

Εφημερίδα Le Figaro, με δεκάσέλιδο αφιέρωμα και με στόχο τη Γαλλική αγορά



# Digital προβολή

Φθινόπωρο 2020

Βελγική αγορά, στο μέσο Weekend.be (Φλαμανδόφωνο & Γαλλόφωνο) με 578.468 μοναδικούς επισκέπτες/μήνα και το οποίο απευθύνεται στο ευρύ καταναλωτικό κοινό

**weekend** Rubrieken ▼ Het magazine Voordelen voor abonnees **Abonneren**  Aanmelden   Onze magazines

## Tsipouro van Volos

Volos is een van de mooiste steden op het Griekse vasteland. Vanuit dit deel van Griekenland gingen Jason en zijn Argonauten op zoek naar het Gulden Vlies. De rijkdom van de streek en zijn geschiedenis drukten hun stempel op de architectuur van deze bruisende havenstad. De zee creëert een prachtige kustlijn met pittoreske restaurantjes, de *tsipouradika*, vernoemd naar tsipouro, de traditionele brandewijn van het gebied, die zich graag laat vergezellen van lokale zeevruchten. De geplaveide Argonautenlaan leidt je tot aan de haven aan de westelijke kant. Een favoriete route voor *locals* die tuk zijn op een romantische wandeling met een prachtig uitzicht op de open zee. ●



# Virtual έκθεση

Φθινόπωρο 2020

Συμμετοχή στην virtual WTM Λονδίνο Αγγλία

Συνεκθέτες με την Ελληνική συμμετοχή - ΕΟΤ γραφείο Αγγλίας



# Virtual έκθεση

Χειμώνας 2021

Συμμετοχή στην virtual IMTM Ισραήλ

Συνεκθέτες με την Ελληνική συμμετοχή - ΕΟΤ γραφείο Τελ Αβιβ



# Virtual έκθεση

Χειμώνας 2021

Υποστήριξη της συμμετοχής της Ένωσης Ξενοδόχων στην virtual TTR Ρουμανίας.

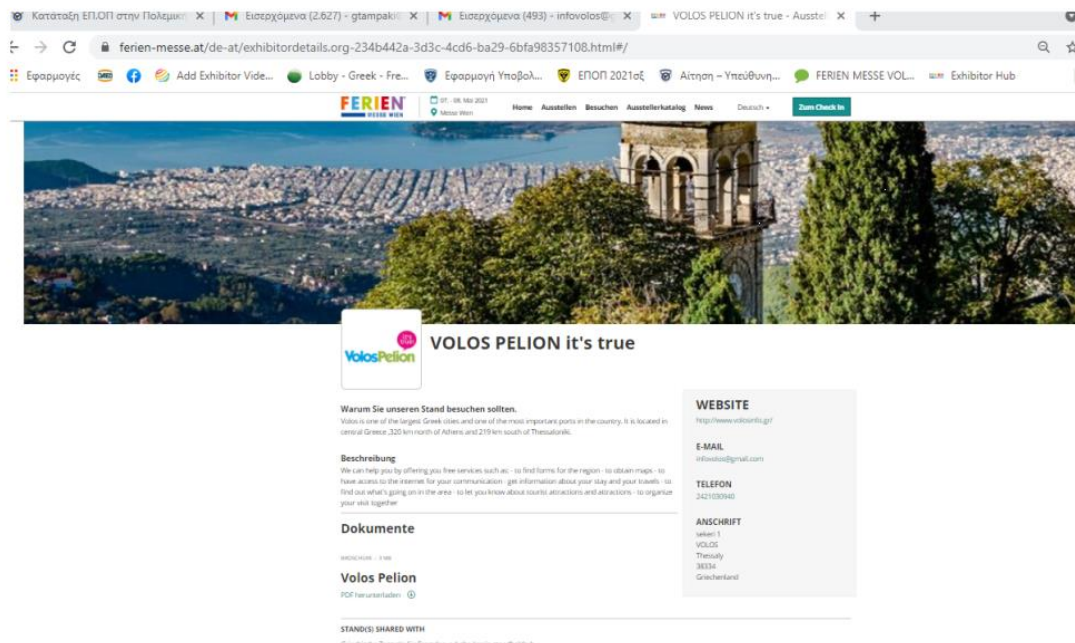


# Virtual έκθεση

Χειμώνας 2021

Συμμετοχή στην virtual Ferrien Messe Αυστρίας

Συνεκθέτες με την Ελληνική συμμετοχή - ΕΟΤ γραφείο Βιέννης

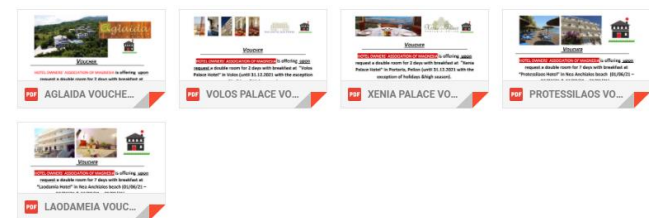
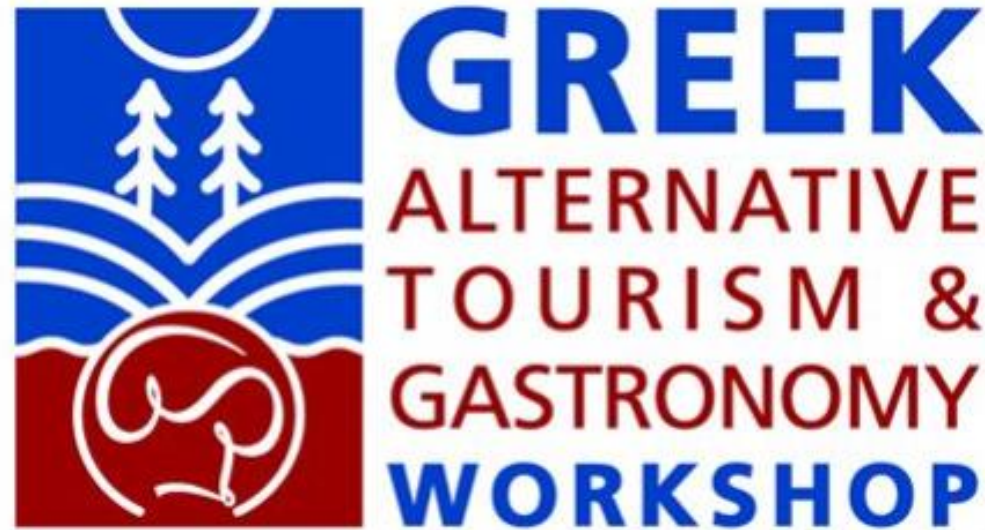


# Δικτύωση με αγορές – B2B

Άνοιξη 2021

Συμμετοχή σε δράση δικτύωσης και προβολής του προορισμού σε γραφεία τουρισμού και media της Γαλλίας με virtual B2B workshop

Πραγματοποιήθηκαν προγραμματισμένες συναντήσεις με ομάδα 75 ταξιδιωτικών γραφείων και 15 εκπροσώπων ΜΜΕ από τη Γαλλία [13-15 Απριλίου 2021]



# Digital προβολή

Άνοιξη 2021

στο μέσο, YNET, το μεγαλύτερο σε απήχηση στο Ισραήλ με 58,3 εκατ επισκέψεις  
Εδώ το απόσπασμα από τη αποδελτίωση της Πρεσβείας:

**ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Τίτλος:** «Για πρώτη φορά: Απευθείας πτήσεις προς την περιοχή του Πηλίου, στην Ελλάδα»

**Υπότιτλος:** «Βαρεθήκατε τους 'κλασσικούς' ελληνικούς προορισμούς: Κρήτη, Ρόδο, Θεσσαλονίκη; Γνωρίστε τη χερσόνησο που έχει γίνει πολύ δημοφιλής μεταξύ των ταξιδιωτών λόγω του συνδυασμού των ορεινών περιοχών, με τα παραδοσιακά ελληνικά χωριά και τις παρθένες παραλίες με τα γαλανά νερά. Τώρα θα μπορέσετε να φτάσετε και με απ' ευθείας πτήση. Σας παρουσιάζουμε όλα τα στοιχεία»

**Μέσο:** ιστοσελίδα Y-NET **Αρθρογράφος:** SHIRI HADAR **Κατηγορία:** ρεπορτάζ **Χαρακτηρισμός:** θετικό

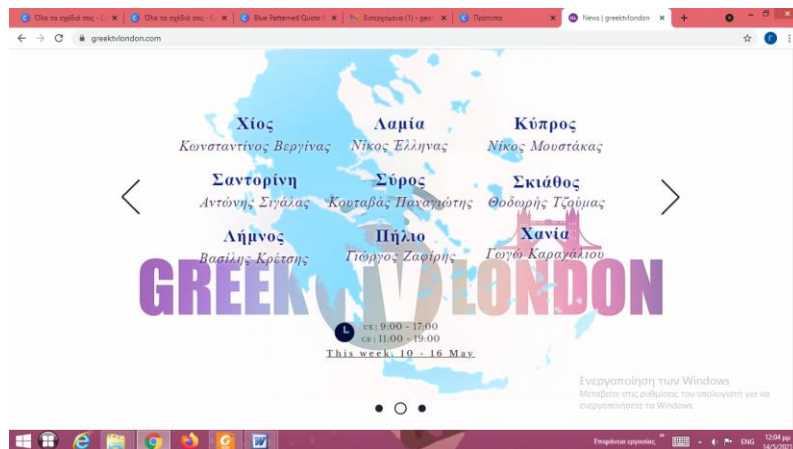
**Ημερομηνία:** 5/4/2021 **Link:** <https://www.ynet.co.il/vacation/flights/article/H1SC27uHd>



# Digital προβολή

Άνοιξη 2021

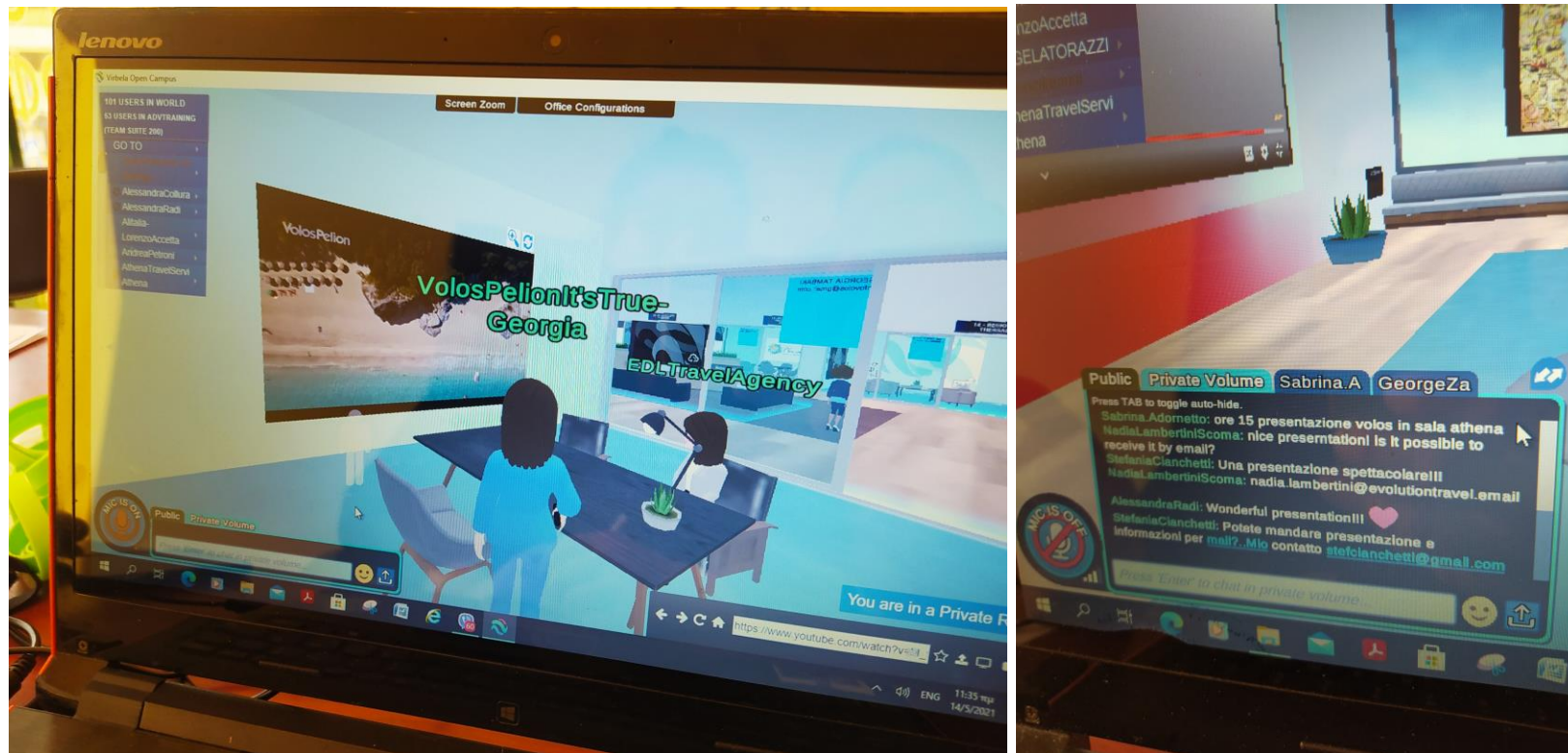
στο μέσο, GREEK TV LONDON. Απευθύνεται στους Έλληνες της Αγγλίας  
Αφιέρωμα στον Βόλο και το Πήλιο. Συνεργασία Δήμος Βόλου / Ένωση Ξενοδόχων



# Virtual έκθεση και παρουσίαση

Άνοιξη 2021

Ιταλία, Συνεργασία ΕΟΤ Ιταλίας / Δήμος Βόλου και Ένωση Ξενοδόχων  
Παρουσίαση προορισμού και συμμετοχή σε b2b σε ΤΟ της Ιταλίας.



# Press trip

Καλοκαίρι 2021

Πολωνία, Συνεργασία ΕΟΤ Βαρσοβίας / Δήμος Βόλου με την υποστήριξη της Ένωσης Ξενοδόχων

3 τηλεοπτικά αφιερώματα της τηλεόρασης TVN – Βόλος / Πήλιο / Γαστρονομία



# Προβολή στην Κρήτη

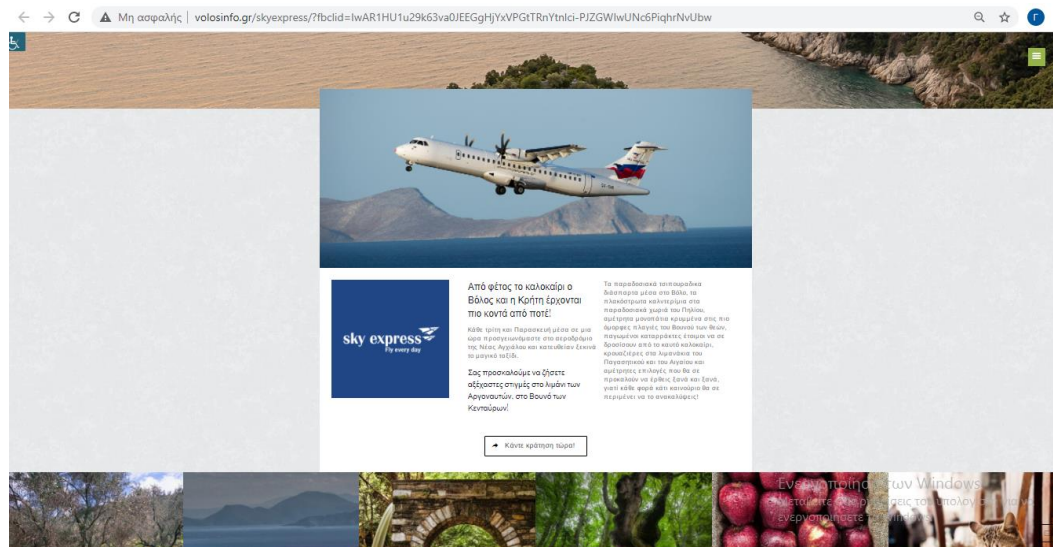
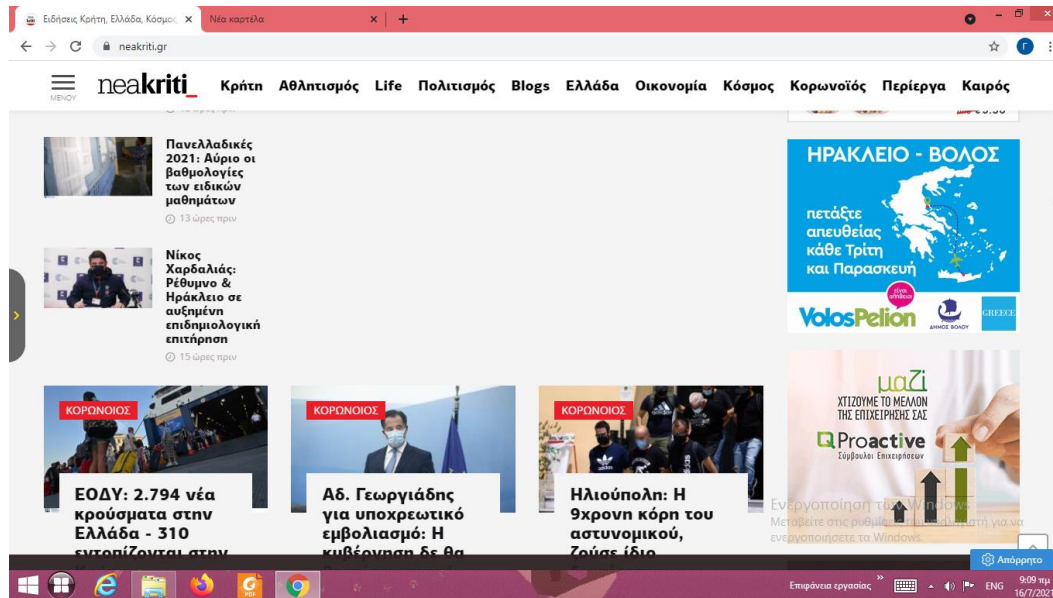
Καλοκαίρι 2021

Αξιοποίηση της αεροπορικής σύνδεσης Ηρακλείου Βόλου μέσω της Sky express για προβολή του Βόλου και Πηλίου στην Κρήτη.

Παράλληλο όφελος: Στήριξη του Αεροδρομίου ΚΑΝΑ.

Τηλεοπτικά αφιερώματα, έντυπες καταχωρίσεις, digital προβολή





neakriti

30°C

Κρήτη Αθλητισμός Life Πολιτισμός Blogs Ελλάδα Οικονομία Κόσμος Κοινωνιός Περίεργα Καιρός

neakriti

Τώρα διαβάζετε: Ο Βόλος και το Πήλιο είναι εδώ! - Ο δικός σου Παράδεισος!

Ταξίδια

**Ο Βόλος και το Πήλιο είναι εδώ! - Ο δικός σου Παράδεισος!**

Το νέο βίντεο τουριστικής προβολής για το Βόλο και το Πήλιο

Με ένα καλαίσθητο βίντεο που αναρτήθηκε στα social media, το Τμήμα Τουρισμού του δήμου Βόλου στέλνει το μήνυμά σε Έλληνες και ξένους τουρίστες πως ο Βόλος και το Πήλιο είναι εδώ και αποτελούν τον δικό σου Παράδεισο.

Με εικόνες που μαγεύουν και τους πιο απαιτητικούς ξεδιπλώνεται όλη

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΣΕΒΕΙΑΣ

MEGAPLAST

VAVOULAS

TURN-KEY CONSTRUCTION

Ενέργειες για να γίνει η ζωή σου καλύτερη

Κρήτη

Αυξητική τάση των κρουσμάτων

**Ανησυχία και για Κρήτη**

Νέοι κρουσμοί αναμένονται από τον δήμο Βόλου

Το νέο βίντεο τουριστικής προβολής για το Βόλο και το Πήλιο

Το νέο βίντεο τουριστικής προβολής για το Βόλο και το Πήλιο

Κρήτη

Η μετάλλαξη "Δέλτα"... παίρνει τα ηνία

**Ρεκόρ με 323 κρούσματα**

Νεογνό με COVID-19 νοσηλεύεται στη ΜΕΘ του Βενιζελείου

Δημοφιλής προορισμός για την TUI η Κρήτη

ΗΡΑΚΛΕΙΟ - ΒΟΛΟΣ

Volos Pelion

# Έντυπες καταχωρήσεις

Στόχος: η προβολή στην Ελληνική αγορά

Δύο φάσεις έντυπης προβολής

Καλοκαίρι – Χειμώνας / Συνδυασμένες παρουσιάσεις με Δήμο Ζαγοράς Μουρεσίου

Μέσο: Τεύχος «ΔΙΑΚΟΠΕΣ – ΤΟ ΒΗΜΑ της Κυριακής»



# Έντυπες καταχωρήσεις

Στόχος: επιβατικό κοινό των αεροπορικών εταιρειών /εισερχόμενος επισκέπτης  
Δύο φάσεις έντυπης προβολής τεύχη **RED και BLUE** με στόχο την καλοκαιρινή  
περίοδο και την επόμενη περίοδο του φθινοπώρου

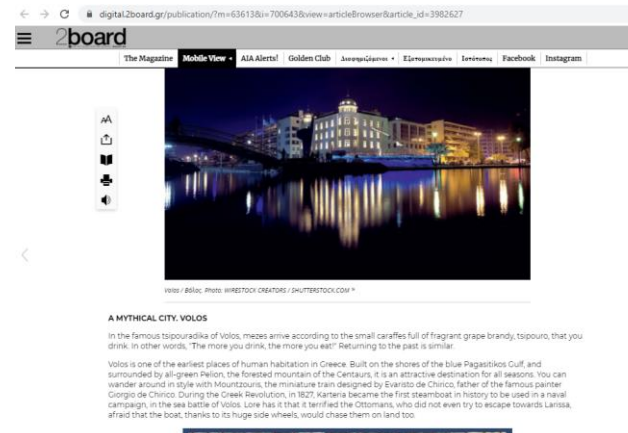
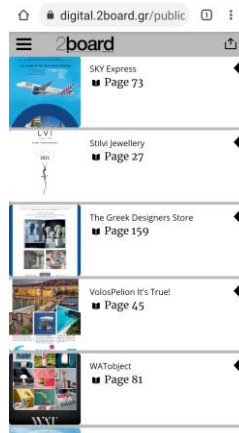
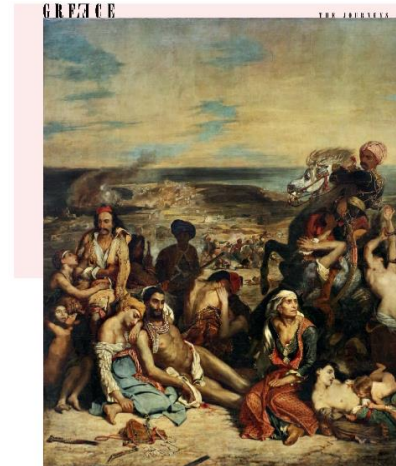
Συνδυασμένη έντυπη και ηλεκτρονική προβολή

Μέσο: Τεύχος 2BOARD κύριο πληροφοριακό έντυπο του αεροδρομίου Ελ.

Βενιζέλος με στόχευση στο επιβατικό κοινό

Η δράση συνδυάστηκε με ηλεκτρονική καταχώριση





# Σελίδες μέσων κοινωνικής δικτύωσης και website

[www.volosinfo.gr](http://www.volosinfo.gr)

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αξιοποιούνται  
Facebook και instagram

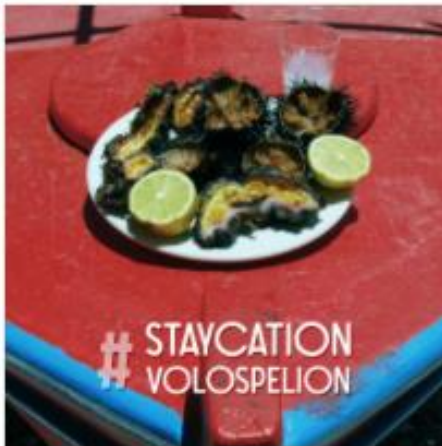
Ο εμπλουτισμός με δημοσιεύσεις είναι συνεπής, διαρκής και σταθερός με συνολικά 110 αναρτήσεις φωτογραφιών και video για την περίοδο που αναφέρεται και με περιοδικότητα 3-4 αναρτήσεων ανά εβδομάδα.



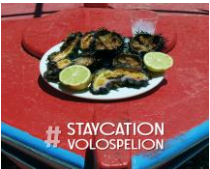
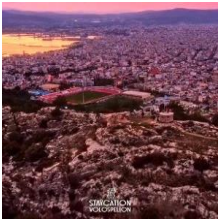

Εκτός από αυτόνομες αναρτήσεις, με τα παραπάνω μέσα οργανώνονται και υποστηρίζονται ολοκληρωμένες καμπάνιες που προωθούν συγκεκριμένο κάθε φορά μήνυμα και αποδέκτες ομάδες στόχους των αγορών του εξωτερικού αλλά και περιοχών της Ελλάδας.

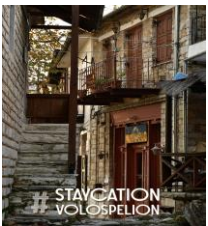


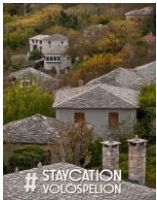

# Campaign 1

## #Staycation

Κατά την περίοδο του χειμώνα έτρεξε η καμπάνια staycation  
Χαρακτηριστικά περιόδου: Lockdown με όχι άμεση άρση του  
Σκοπός: Διατήρηση της επικοινωνίας και προτάσεις για αναβίωση περιοχής εντός σπιτιού. Πχ μαγειρεύοντας τοπικά, προβάλλοντας virtual ξεναγήσεις κλπ



Ημερομηνία δημοσίευσης	Φωτογραφία δημοσίευσης	Ανάρτηση	Συνολική απήχηση	Συνολικές εμφανίσεις	Συνολικά «μου αρέσει»	Συνολικά σχόλια	Συνολικές κοινοποιήσεις
14/11/20		Βίντεο	66599	86773	2950	148	395
17/11/20		Φωτογραφία	4684	5425	149	1	11
19/11/20		Φωτογραφία	4434	4992	112	3	4
22/11/20		Βίντεο	63513		1985	63	205
24/11/2020		φωτογραφία	3444	3850	81		3

26/11/20		Φωτογραφία	4578	5191	216	1	5
28/11/20		Βίντεο	185534	215758	6329	286	657
30/11/20		Φωτογραφία	2491	3003	40		1
02/12/20		Φωτογραφία	7325	8270	494	4	6
04/12/20		Φωτογραφία	3900	4566	113	3	2



# Campaign 2






## #LifeAlwaysBlooms

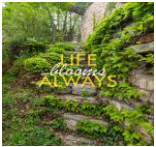


Κατά την περίοδο της άνοιξης αναπτύσσεται η καμπάνια life always blooms

Χαρακτηριστικά περιόδου: Lockdown με ορατή άρση του

Σκοπός: Διατήρηση της σύνδεσης με το κοινό, στέλνοντας ένα αισιόδοξο μήνυμα και με στόχο την προβολή στοιχείων φυσικού περιβάλλοντος του Πηλίου και άρα της σύνδεσης με την φύση και το περιβάλλον διατηρώντας, σε αυτή την φάση, αποστάσεις από σαφείς αναφορές στο κορεσμένο προϊόν ήλιος και θάλασσα.

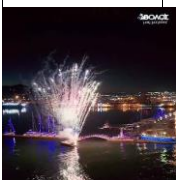







Ημερομηνία δημοσίευσης	Φωτογραφία δημοσίευσης	Ανάρτηση	Συνολική απήχηση	Συνολικές εμφανίσεις	Συνολικά «μου αρέσει»	Συνολικά σχόλια	Συνολικές κοινοποιήσεις
16/03/21		Φωτογραφία	2243	2262	38	-	-
18/03/21		Φωτογραφία	2138	2174	57	-	1
20/03/21		Φωτογραφία	9490	9550	176	2	8
23/03/21		Φωτογραφία	2199	2209	59		4
26/03/21		Φωτογραφία	2431	2442	90		8
27/03/21		Φωτογραφία	9123	9245	214	10	13






30/03/21		Φωτογραφία	4046	4060	118		7
01/04/21		Φωτογραφία	2784	2857	75	1	8
03/04/21		Φωτογραφία	2392	2488	72	1	8



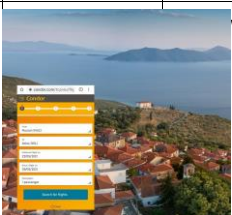
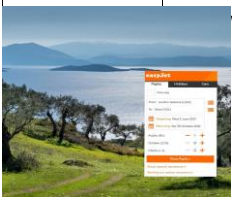

## Λοιπές ενδιάμεσες δημοσιεύσεις



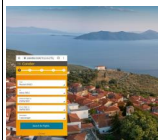



Ημερομηνία δημοσίευσης	Φωτογραφία δημοσίευσης	Ανάρτηση	Συνολική απήχηση	Συνολικές εμφανίσεις	Συνολικά «μου αρέσει»	Συνολικά σχόλια	Συνολικές κοινοποιήσεις
05/12/20		Φωτογραφία	32330	37397	2085	65	119
06/12/20		Φωτογραφία	175767	194353	6809	164	317
07/12/20		Φωτογραφία	5934	8096	156	5	10
07/12/20		Βίντεο	217748	250127	5869	396	753

08/12/20		Βίντεο	483192	546939	17141	741	1575
12/12/20		Βίντεο	184559	196278	4361	153	340
24/12/20		Βίντεο	84185	89978	4075	389	375
31/12/20		Βίντεο	266847	291640	7875	527	600
31/12/20- 01/01/21		Βίντεο	165823	175707	3566	258	280
17/01/21		Φωτογραφία	12660	13507	749	13	27

18/01/21		Βίντεο	19180	20711	854	18	68
22/01/21		Φωτογραφία	6146	6544	363	11	16
22/01/21		Φωτογραφία	6763	7395	258	11	19
23/01/21		Βίντεο	19974	21379	834	20	88
29/01/21		Φωτογραφία	4010	4252	184	6	6
30/01/21		Φωτογραφία	3329	3494	109	1	2

06/02/21		Φωτογραφία	11030	11242	587	16	20
11/02/21		γραφία	7159	7349	338	5	13
13/02/21		γραφία	6899	7168	337	3	16
15/02/21		γραφία	31334	34282	1907	30	115
17/02/21		ο	55574	58061	2184	81	212

18/02/21		γραφία	20722	21566	1154	26	65
21/02/21		ο	25629	27636	817	23	87
25/02/21		γραφία	18363	18760	203	4	20
25/02/21		γραφία	17011	17743	167	3	16
26/02/21		ο	18103	19353	599	39	83

02/03/21		Φωτογραφία	76379	79050	895	25	45
05/03/21		Φωτογραφία	10455	10787	88	3	8
05/03/21		Φωτογραφία	2531	2536	46	-	3
06/03/21		Φωτογραφία	17345	17345	195	8	8
14/03/21		Βίντεο	26866	29067	985	54	110
15/03/21		Βίντεο	9450	10321	327	8	29

## Campaign 3

### #YourHeaven

Κατά την περίοδο του καλοκαιριού αναπτύσσεται η καμπάνια YourHeaven  
Χαρακτηριστικά περιόδου: χωρίς Lockdown και με προγραμματισμένο άνοιγμα  
τουρισμού. Διορθωμένη ημερομηνία + ένας μήνας  
Σκοπός: Προβολή στοιχείων προορισμού και κυρίως της αυθεντικότητας της  
περιοχής και της εμπειρίας. Παραθέτουμε εναρκτήριο κείμενο:

Λένε ότι ο Βόλος και το Πήλιο βρίσκονται στην άλλη Ελλάδα. Εκείνη τη λιγότερο τουριστική.  
Και έχουν δίκιο.

Μόνο που εδώ τα πράγματα δεν γίνονται αλλιώς. Γίνονται όπως πρέπει.

Εδώ ο τόπος ζει κάθε μέρα, ζωή αληθινή, αυθεντική, με κόπο και χαμόγελο, με συναίσθημα και λαχτάρα.  
Όλα πλέκονται, συνδέονται και προσφέρονται κομμάτι της ζωής.

Και κάπως έτσι μας βρίσκει ξανά το όμορφο καλοκαίρι.




Εκείνο με τα τραγανά κεράσια, Με τις ματιές σε μαγαζάκια που σε κάνουν να λαχταράς δώρα για τους  
αγαπημένους σου, Με τις μικρές απολαυστικές αμαρτίες που θα κρατήσεις μόνο για σένα, Με τα  
καλοκαιρινά σου ρούχα που μυρίζουν ήλιο, αλμύρα και αντηλιακό, Με τα χάρδια στον βασιλικό Με τους  
φίλους στις απογευματινές σου βόλτες Τα μεσημέρια με τη ζέστη, τα τζιτζίκια και με μια φέτα καρπούζι.  
Το βουνό και η θάλασσα αυτό το φωτεινό μπλε και το ζωντανό πράσινο, σε περιμένουν.

Ο τόπος μας είναι και δικός σου.  
 Αυθεντικός, απλός και όμορφος. Όπως πρέπει να είναι ο παράδεισος.  
 Ο δικός σου παράδεισος !

Ημερομηνία δημοσίευσης	Φωτογραφία δημοσίευσης	Ανάρτηση	Συνολική απήχηση	Συνολικές εμφανίσεις	Συνολικά «μου αρέσει»	Συνολικά σχόλια	Συνολικές κοινοποιήσει
11/06/21		Βίντεο	265061	409130	5850	359	687
14/06/21		Φωτογραφία	7661	8263	437	6	22
16/06/21		Φωτογραφία	8159	8871	527	41	25
18/06/21		Βίντεο	135035	276437	1401	103	223
22/06/21		Φωτογραφία	7483	7688	395	9	19

25/06/21		Βίντεο	228598	362588	5621	388	647
28/06/21		Φωτογραφία	14159	14700	869	62	48
30/06/21		Φωτογραφία	4460	4675	164	5	11
02/07/21		Φωτογραφία	6310	6613	330	4	8
05/07/21		Φωτογραφία	5804	5989	172	2	11
07/07/21		Φωτογραφία	7955	8168	403	9	20

09/07/21		Βίντεο	292335	440989	6956	363	753
12/07/21		Φωτογραφία	5627	5713	321	6	15
14/07/21		Φωτογραφία	6464	6695	329	4	18
19/07/21		Φωτογραφία	8950	9425	534	24	29
21/07/21		Φωτογραφία	7145	7375	283	6	16
23/07/21		Βίντεο	205235	356111	5287	384	736

26/07/21		Φωτογραφία	5133	5220	227	4	13
28/07/21		Φωτογραφία	4704	4901	225	6	12
30/07/21		Βίντεο	166182	303690	2044	129	269
	<b>Campaign #3</b>		<b>1.392.460</b>	<b>2.253.241</b>	<b>32.375</b>	<b>1.914</b>	<b>3.582</b>
			<b>1,4M</b>	<b>2,3M</b>	<b>32K</b>	<b>2K</b>	<b>3,5K</b>
	<b>Total</b>		<b>3.850.000</b> <b>3.8M</b>				

Facebook Page reach ⓘ

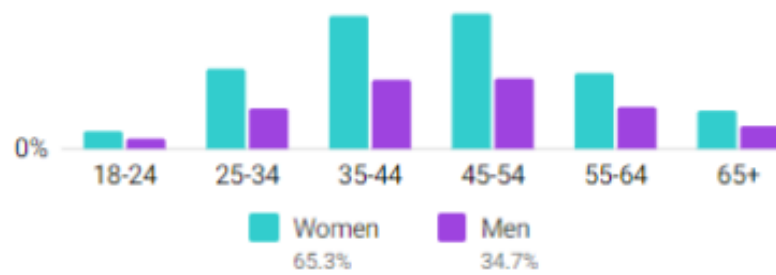
1,070,007 ↑ 810.5%



Facebook Page likes ⓘ

38.7K

Age & gender ⓘ



Instagram reach ⓘ

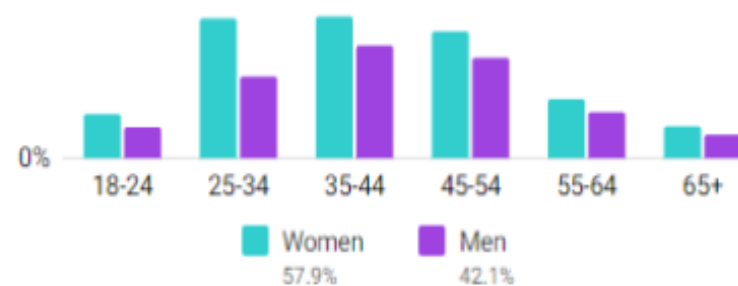
289,582 ↑ 5.0K%



Instagram followers ⓘ

3.6K

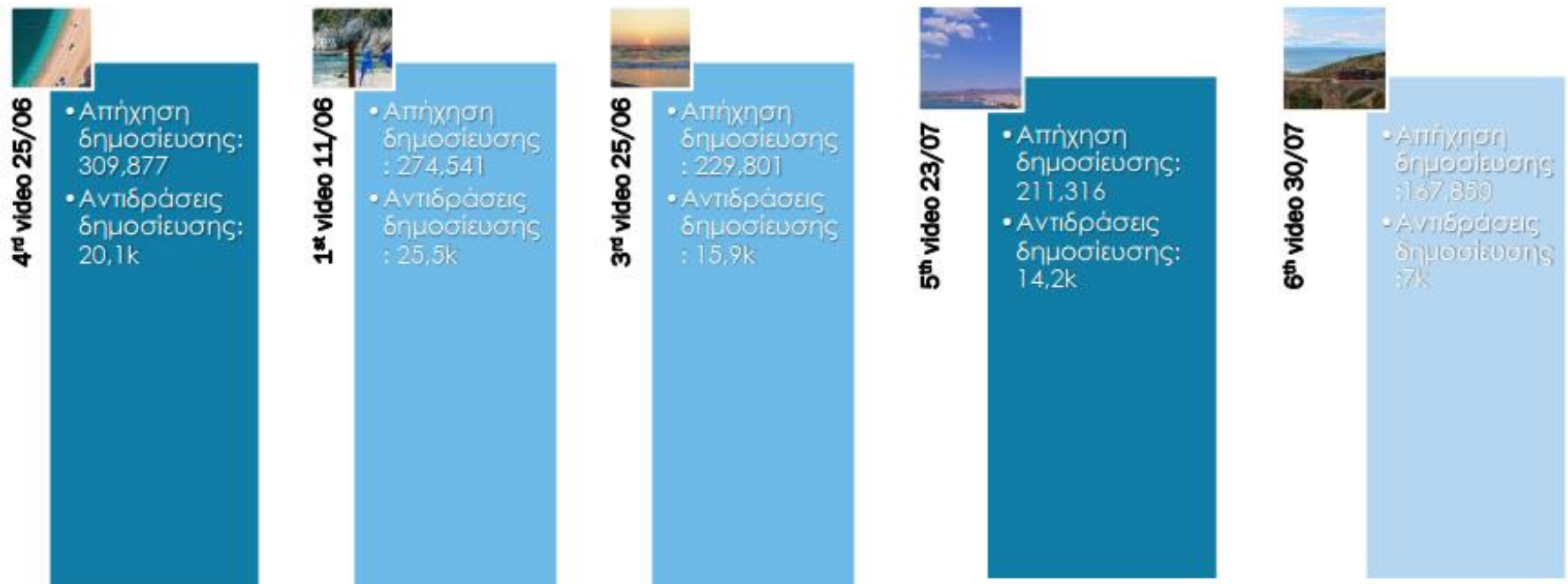
Age & gender ⓘ



Impressions  
vs Apr 16 - Jun 8

627,141  
+1,457%

## Οι 5 αναρτήσεις με την υψηλότερη απήχηση



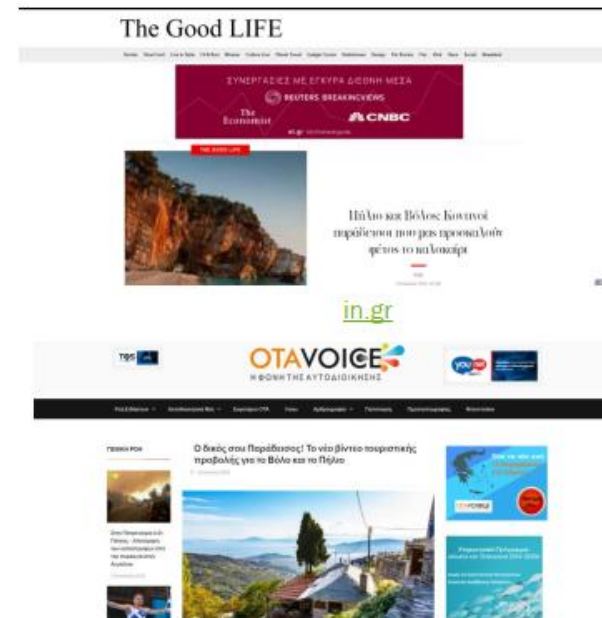
# Digital media influence



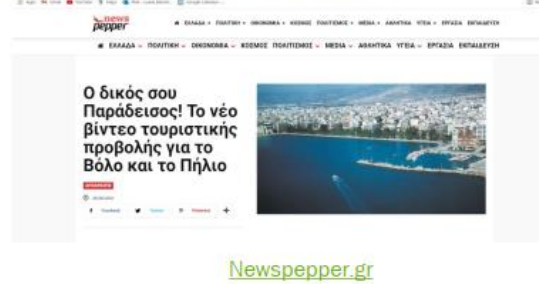
[Ertnews.gr](https://www.ertnews.gr)

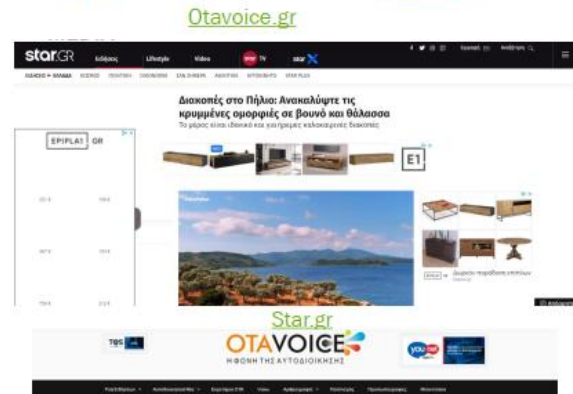


[politiknewsaaa.gr](https://www.politiknewsaaa.gr)

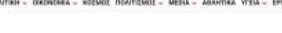
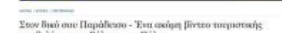
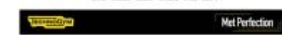


[otavoice.gr](https://www.otavoice.gr)





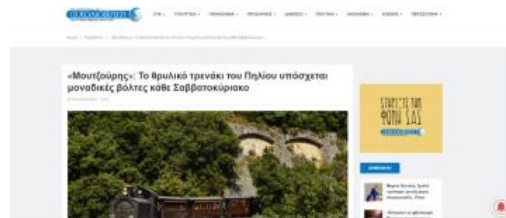
Travel-tourism.news24.gr



Newspepper.gr



Taxidromos.gr



Aftodioikisi.gr



Tornosnews.gr



Thene newspaper.gr



Ypaithros.gr



Ertnews.gr



Thessi.gr



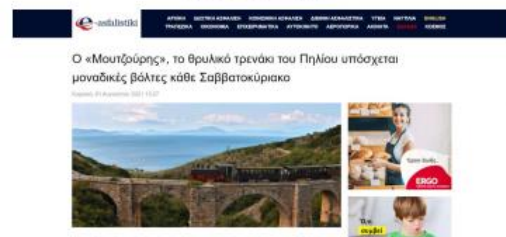
Otavoice.gr



Libre.gr



Thessalikos.gr



E-asfaltiki.gr



Money-tourism.gr



Mirmidones.gr



Star.gr



Travelgirl.gr

# Media influence

## MEDIA

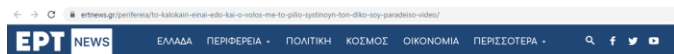


OPEN TV απόσπασμα video στην εκπομπή  
«Τώρα ότι συμβαίνει» 27/06/2021



ERT TV απόσπασμα video στην εκπομπή  
κάτι τρέχει με τη Μάρικον 10/07/2021





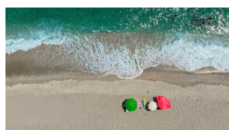
## Το καλοκαίρι είναι εδώ και ο Βόλος με το Πήλιο «συστήνουν» τον δικό σου παράδεισο (video)

ΕΡΕΥΡΗΣΗ 29 ΙΟΥΝΙΟΥ 2021 | 10:04, 105 μ. | 4 λεπ | 3 ημέρες πριν

Εισαγωγή Συντακτική ομάδα ept.gr

Το καλοκαίρι είναι εδώ και η πρωτεύουσα της Μαγνησίας με το βουνό των Κενταύρων παρουσιάζουν της ομορφιές τους μέσα από ένα εξαιρετικό βίντεο που αποπνέει Ελλάδα.

Βόλος και Πήλιο ξεδιπλώνουν μοναδικές εικόνες για τα μέρη που αξίζει να δει ο επισκέπτης.



Και όπως αναφέρεται στο βίντεο «ο Βόλος και το Πήλιο βρίσκονται στην άλλη Ελλάδα. Εκείνη τη λιγότερο τουριστική. Και έχουν δίκιο.

Μόνο που εδώ τα πράγματα δεν γίνονται αλλιώς. Γίνονται όπως πρέπει.

Εδώ ο τόπος ζει κάθε μέρα, ζωή αληθινή, αυθεντική, με κόπο και χαμόγελο, με συναίσθημα και λαχτάρα. Όλα τρέκλουν, συνδέονται και προσφέρονται κομμάτι της ζωής. Κι έτσι μας βρίσκει ξανά το όμορφο καλοκαίρι.

Εκείνο με τα τραγανά κεράσια.

Με τις ματιές σε μαγαζάκια που σε κάνουν να λαχταράς δώρα για τους αγαπημένους και

Με τις μικρές απολαυστικές αμαρτίες που θα κρατήσεις μόνο για σένα.

Με τα καλοκαιρινά σου ρούχα που μυρίζουν ήλιο, αλμύρα και αντηλιακό.

Με τα χάρδια στον βασιλικό

Με τους φίλους στις απογευματινές σου βόλτες.



Τα μεσημέρια με τη ζέστη, τα τζιτζίκια και με μια φέτα καρπούζι.

Το βουνό και η θάλασσα αυτό το φωτεινό μπλε και το ζωντανό πράσινο, σε περιμένουν.

→ C Μη ασφαλής | gpress.gr/2021/06/26/o-dikos-sou-paradeisos/

### ΡΟΗ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ

#### Βιβλιοθήκη Καβροχωρίου

29 ΙΟΥΝΙΟΥ 2021

Επαναλειτούργει η Βιβλιοθήκη στο Καβροχώρι μετά την πλήρη ανακαίνιση από το Δήμο Μάλεβρυσου σε συνεργασία με την Τοπική Κοινότητα Γαζίου...

#### Αποζημίωση ιδιοκτητών ακινήτων

29 ΙΟΥΝΙΟΥ 2021

Την Τετάρτη 30 Ιουνίου 2021 θα καταβληθούν οι εκκαθαρίσεις των αποζημιώσεων Απριλίου και οι προκαταβολές Μαΐου, και θα εκκαθαριστούν και...

#### Επανεκλογή Τζελίνας Χαριλάου

29 ΙΟΥΝΙΟΥ 2021

Η Τζελίνα Χαριλάου, καθηγήτρια Ναυτιλιακής Ιστορίας στο Τμήμα Ιστορίας και Αρχαιολογίας του Πανεπιστημίου Κρήτης και επικεφαλής του Κέντρου Ναυτιλιακής Ιστορίας...

Ναυτιλιακή Ιστορία στο Τμήμα Ιστορίας και Αρχαιολογίας του Πανεπιστημίου Κρήτης και επικεφαλής του Κέντρου Ναυτιλιακής Ιστορίας...

#### Φεστιβάλ θερινού κινηματογράφου

29 ΙΟΥΝΙΟΥ 2021

Από την 1η Ιουλίου έως τις 26 Αυγούστου με ένα διαφορετικό σόιμ κάθε βράδυ, ο Δήμος Αγίου Δημητρίου προσφέρει με...

#### Ελληνογερμανική Συνεργασία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης

29 ΙΟΥΝΙΟΥ 2021

Νέο τριετές ελληνογερμανικό Πρόγραμμα Συνεργασίας στον τομέα της Επαγγελματικής Εκπαίδευσης



## Ο δικός σου Παράδεισος!

26 ΙΟΥΝΙΟΥ 2021

Με ένα καλαίσθητο βίντεο από το Τμήμα Τουρισμού του Δήμου Βόλου στέλνει το μήνυμά σε Έλληνες και ξένους τουρίστες πως ο Βόλος και το Πήλιο είναι εδώ και αποτελούν τον δικό σου Παράδεισο.

Με εικόνες που μαγεύουν και τους πιο απαιτητικούς ξεδιπλώνεται όλη η ομορφιά της περιοχής που συνδυάζει αρμονικά θάλασσα και βουνό. Εκεί που η θάλασσα συναντάει το βουνό, εκεί που το απλό είναι αυθεντικό και όμορφο,

όλη η ομορφιά της περιοχής που συνδυάζει αρμονικά θάλασσα και βουνό. Εκεί που η θάλασσα συναντάει το βουνό, εκεί που το απλό είναι αυθεντικό και όμορφο, εκεί είναι ο Βόλος και το Πήλιο. Ο δικός σου Παράδεισος!



### ΘΕΜΑΤΑ

Ψηφιακές αντικαταστάσεις

Υποχρεωτική Παραση Τεμασικές Μηχανές σι myDATA

1η θέση σκακιστρών γυναικών

Προπληρωμένη κάρτα εμβολιασμού

Συνέδση Πρωτογενούς Τουριστικού Τομέα

Καταβολή συντάξεων

Απολύσεις υπουργείων Πολιτισμού

Ενεργειακή Συμβολή Μεταβίβαση ενεργειακών τα Windows. Ενταία Κεραλασσουά

Συμπεράσματα Ευρωπαϊκού Συμβουλίου

Ενταία Κεραλασσουά

Προποθέσεις Ελληνοτουρκικής συνεργασίας

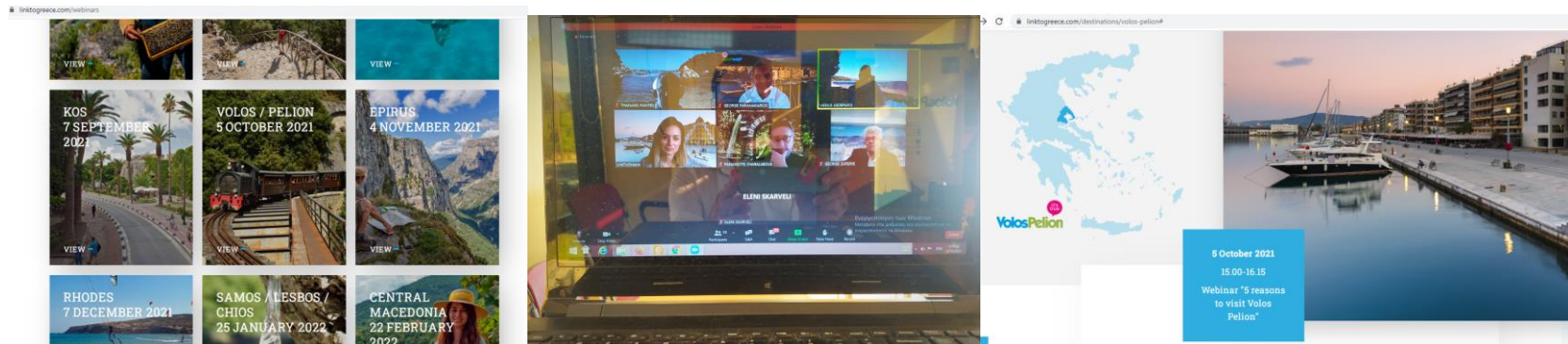
### ΠΡΟΒΟΛΗ



# Δικτύωση – Link to Greece

Φθινόπωρο 2021

Συμμετοχή σε δράση δικτύωσης / προβολής του προορισμού σε γραφεία τουρισμού της περιοχής BENELUX μέσω της πλατφόρμας link to Greece  
Δημιουργήθηκε ο διαδικτυακός χώρος του προορισμού και πραγματοποιήθηκε webinar σε ομάδα 39 ταξιδιωτικών γραφείων της περιοχής. Διοργανωτής ΕΟΤ  
Κάτω χωρών.



# Yachting Festival

Φθινόπωρο 2021

Συμμετοχή σε δράση θεματικής προβολής του Yachting του προορισμού με 4ήμερη εκδήλωση στην παραλία του Βόλου.





# Επόμενες άμεσα προγραμματισμένες NOE

Philoxenia 2021  
AITE 2021

συμμετοχή με περίπτερο ως VOLOSPELION  
συμμετοχή με περίπτερο ως VOLOSPELION

Συνεργασία 3<sup>ων</sup> ΟΤΑ προορισμού, Ένωσης Ξενοδόχων/Ενοικιαζομένων, Σύνδεσμος Outdoor  
και Σύλλογος ιστιοπλόων

---

# Οργάνωση

## Περιγραφή δράσεων

# Δημιουργικό

## Έντυπα προβολής /Ισραηλινή αγορά

Αφορά το κεντρικό κλασικό έντυπο προβολής προορισμού καθώς και σύντομη έκδοση του.

Η παραγωγή υλοποιείται στο πλαίσιο της δικτύωσης με την αγορά

Η παραγωγή σε δύο εκδόσεις διευκολύνει την αποστολή υλικού

## Παραγωγή οπτικού υλικού

Η παραγωγή αφορά το περιεχόμενο των αναρτήσεων video των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης

Η παραγωγή επίσης αφορά video media παρουσίασης προορισμού που υποστήριξε την συμμετοχή σε virtual εκθέσεις

Διαθέσιμα στο youtube



Volos Pelion it's true

# Πεζοπορία **PelionRoutes** [ συνεργασία 3<sup>ων</sup> Δήμων]

Ανάπτυξη διαδικτυακού τόπου πεζοπορίας PelionRoutes.gr

Ο νέος διαδικτυακός τόπος είναι ένα εργαλείο αξιοποίησης του τεχνικού έργου ανάπτυξης του δικτύου πεζοπορίας το οποίο υλοποιείται από την Τεχνική Υπηρεσία και χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα Leader.

Ο ιστότοπος περιλαμβάνει τις διαδρομές που θα αποτελέσουν το δίκτυο.

Το site βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη, καθώς νέες διαδρομές προσθέτονται και το τελικό αποτέλεσμα σταδιακά διαμορφώνεται με την συνεργασία και συμμετοχή όλων των Δήμων του προορισμού δηλαδή του Δ. Βόλου, Νοτίου Πηλίου και Ζαγοράς Μουρεσίου. Ο κύριος όγκος των διαδρομών ανανεώνεται συνεχώς.

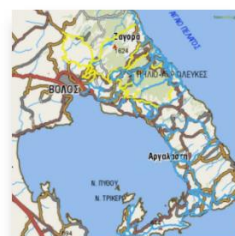
Το site προγραμματίζεται να υποστηρίξει δράσεις προώθησης αλλά και να υποστηρίξει με πληροφορίες τους επισκέπτες μέχρι το τεχνικό έργο να έχει ολοκληρωθεί. Ακολούθως θα λειτουργεί συμπληρωματικά με την σήμανση που θα αναπτυχθεί.



Η διαδρομή της θάλασσας



Η διαδρομή των χωριών



Όλες οι διαδρομές

Το Pelion Routes είναι καρπός της συνεργασίας των Δήμων Βόλου, Νοτίου Πηλίου και Ζαγοράς-Μουρεσίου και της Εταιρίας Ανάπτυξης Πηλίου και αφορά τη δημιουργία της αναγκαίας υποδομής για την προώθηση του πεζοπορικού τουρισμού στο Πήλιο.

Είναι κατ' αρχάς ένα τεχνικό έργο στο πλαίσιο του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης που εστιάζει στη συντήρηση σχεδόν όλων των υφιστάμενων μονοπατιών του Πηλίου. Το έργο μελετήθηκε από ομάδα ειδικών επιστημόνων σε συνεργασία με τις Τεχνικές Υπηρεσίες των τριών δήμων. Η μελέτη προδιαγράφει τις εργασίες συντήρησης, που περιλαμβάνουν καθαρισμούς της βλάστησης, διαπλατύνσεις και μικρές τεχνικές παρεμβάσεις, και χωροθετεί τη σήμανση. Με βάση τον προγραμματισμό των εργασιών, το έργο αναμένεται να υλοποιηθεί τη διετία 2021-22.

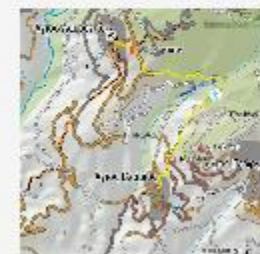
Όμως το Pelion Routes είναι στην πραγματικότητα πολύ παραπάνω από ένα τεχνικό έργο. Είναι μια προσπάθεια ολόκληρης της τοπικής κοινωνίας να αναδείξει ένα Πήλιο διαφορετικό, πιο κοντά στη φύση, πιο φιλικό στον άνθρωπο, πιο ελκυστικό στον επισκέπτη. Μέσα από τις πεζοπορικές διαδρομές, ο επισκέπτης γνωρίζει τον τοπικό πολιτισμό, μαθαίνει να διαβάζει τα τοπία, εντάσσεται στον τόπο.

Η διαδρομή της θάλασσας Η διαδρομή των χωριών Ανατολικό Πήλιο Δυτικό Πήλιο Νότιο Πήλιο



Η διαδρομή είναι λειτουργική - Άνοιξη 2022 διαδρομή για έναν με παλιό καράβι παλιό βράχο από γηλοειδείς μεταλλεύσεις βράχιας αμμοβόλας παλιό καινούριο καινούριο. Το μονοπάτι είναι παλιό καράβι και καλό σημάδι.

Η διαδρομή είναι λειτουργική - Άνοιξη 2022 διαδρομή για έναν με παλιό καράβι παλιό βράχο από γηλοειδείς μεταλλεύσεις βράχιας αμμοβόλας παλιό καινούριο καινούριο. Το μονοπάτι είναι παλιό καράβι και καλό σημάδι.



**Εξοπλισμός**

- Εξοπλισμός
- Εξοπλισμός
- Εξοπλισμός

**Εξοπλισμός**

- Εξοπλισμός
- Εξοπλισμός
- Εξοπλισμός

**Εξοπλισμός**

- Εξοπλισμός
- Εξοπλισμός
- Εξοπλισμός

**Εξοπλισμός**

- Εξοπλισμός
- Εξοπλισμός
- Εξοπλισμός



Η διαδρομή της θάλασσας Η διαδρομή των χωριών Ανατολικό Πήλιο Δυτικό Πήλιο Νότιο Πήλιο

# ΑΚΤΕΣ 2021

6 πολυσύχναστες ακτές

11 Γαλάζιες σημαίες

12 ακτές με ναυαγοσωστική κάλυψη [7 ναυαγοσώστες, 6 υπεύθυνοι]

13 οριοθετημένες παραλίες

4 ολοκληρωμένα συστήματα πρόσβασης ατόμων με μειωμένη κινητικότητα

59,08km παραθαλάσσιου μετώπου

18 ακτές διαθέσιμες για κατοίκους και επισκέπτες



**ΓΑΛΑΖΙΑ  
ΣΗΜΑΙΑ**



**Προστασία  
της Φύσης**

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΦΥΣΗΣ

## **Γαλάζια Σημαία 2021 - Κατάλογος βραβευμένων ακτών, μαρινών και σκαφών**

### **Π.Ε. ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ [12]**

#### **Δήμος Βόλου**

Αγριά/Valis Resort

Αλυκές

Αμαρυλλίδος

Αμφανών

Άναυρος

Θωμάς Σουτραλί Αγριάς

Καρνάγιο

Κριθαριά

Νέα Αγχίαλος

Πλάκες

Πλατανίδια

Χρυσή Ακτή Παναγιάς

**Ο Δήμος Βόλου κατατάσσεται στη 10<sup>η</sup> θέση σε επίπεδο Ελλάδας  
[σύνολο συμμετοχών στο Πρόγραμμα: 100 Δήμοι]**

## Παραθαλάσσιο Μέτωπο 2021





# Αξιολόγηση

- [1] Καταγραφή στοιχείων κίνησης καταλυμάτων
- [2] Καταγραφή κίνησης νέας αεροπορικής σύνδεσης
- [3] Αεροπορικών συνδέσεων & Κρουαζιέρας

# [1] Καταγραφή στοιχείων κίνησης

## Hotels

### Τύπος

έρευνα πεδίου με χρήση google form και τηλεφωνικής συνέντευξη στην περίπτωση μη απάντησης

### Στόχος

Η αξιολόγηση της κίνησης της προηγούμενης περιόδου Σεπ 2020 Αυγ 2021

### Πληθυσμός στόχος

Ξενοδοχεία περιοχής Δ. Βόλου

### Περίοδος διανομής ερωτηματολογίων:

Σεπτέμβριος 2021 / πρώτο 20ημερο

N=95/ επικοινωνία N1=80/ δείγμα n=42

### Ανάλυση

Περιγραφική, κατανομή συχνοτήτων και ποσοστών, πίνακες διπλής εισόδου, αποτελέσματα σταθμισμένα ως προς τις κλίνες

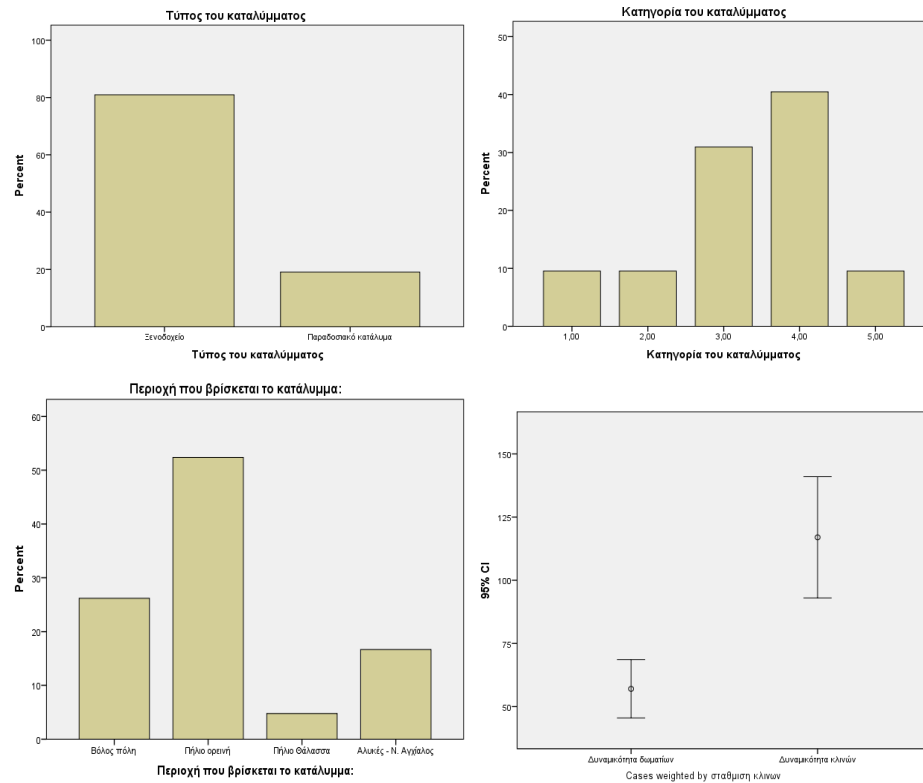
## Ταυτότητα

# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

### Hotels

Κατανομές δείγματος ανά χαρακτηριστικό



Ποιοι συμμετείχαν

# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

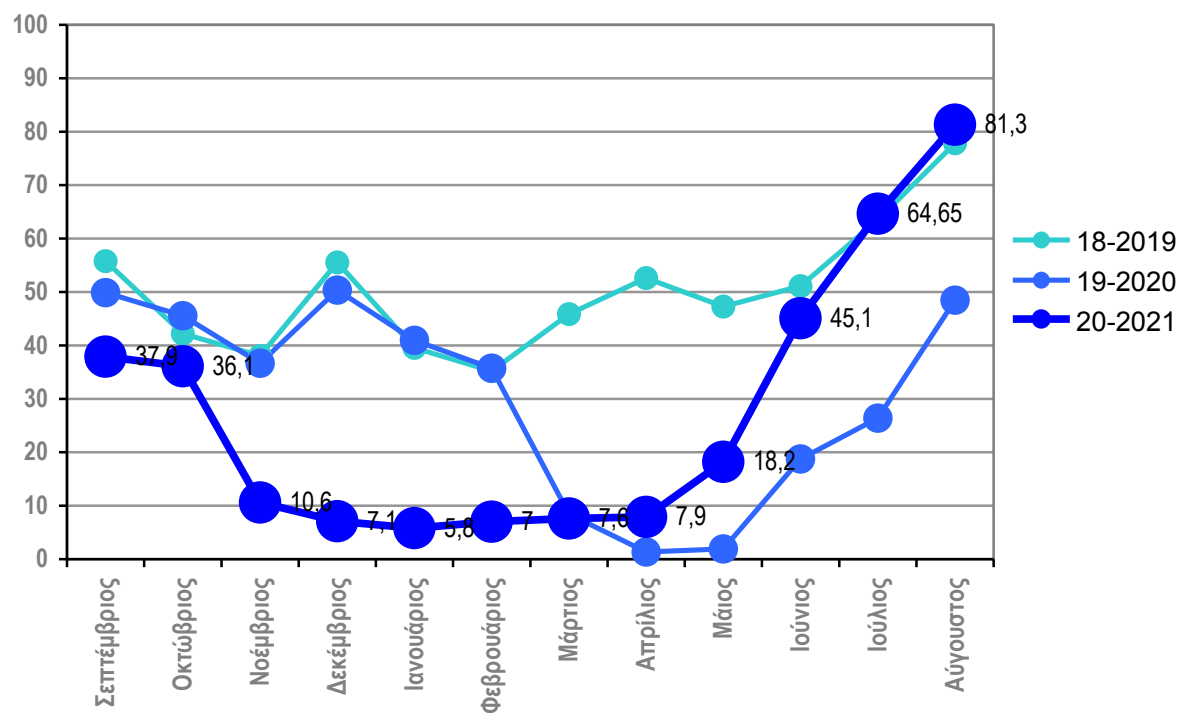
### Hotels

#### αποτελέσματα

Μηνιαία καταγραφή % πληρότητας για το σύνολο του Δ. Βόλου– συγκριτική παρουσίαση ανά έτος.

Μέση πληρότητα

**28,9%** [20-21]



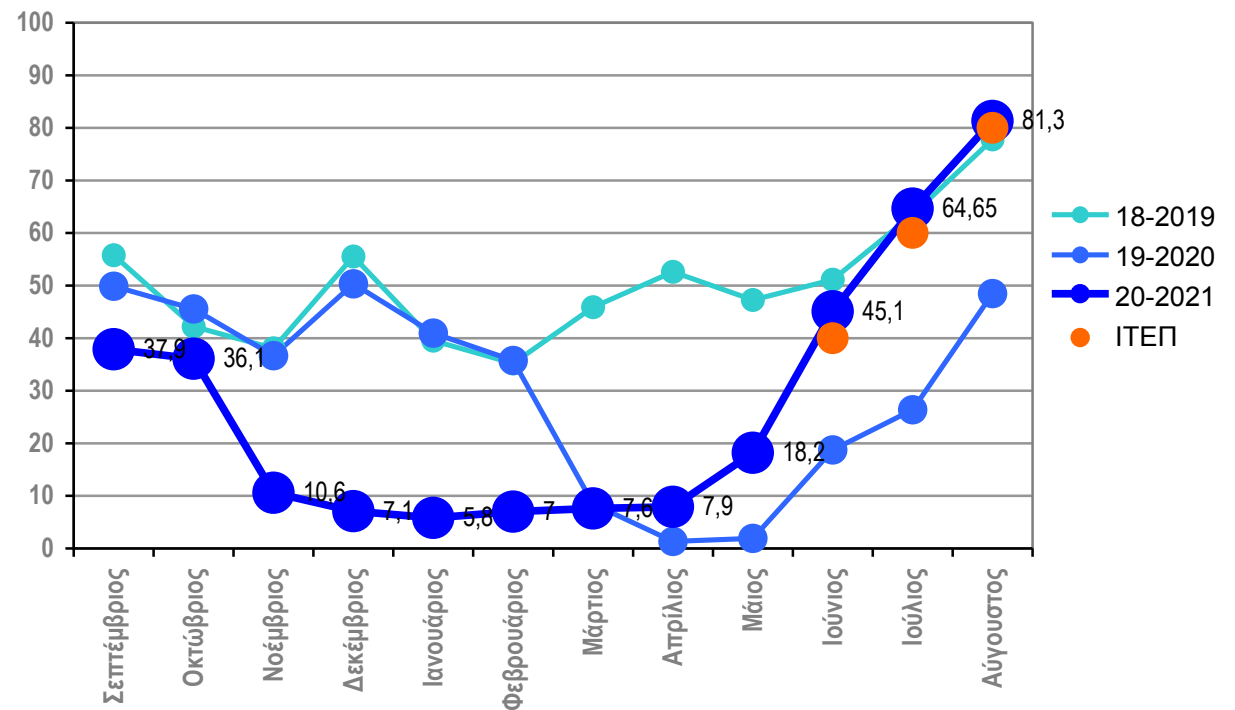
## [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

## αποτελέσματα

Μηνιαία καταγραφή % πληρότητας για το σύνολο του Δ. Βόλου– συγκριτική παρουσίαση ανά έτος.



# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

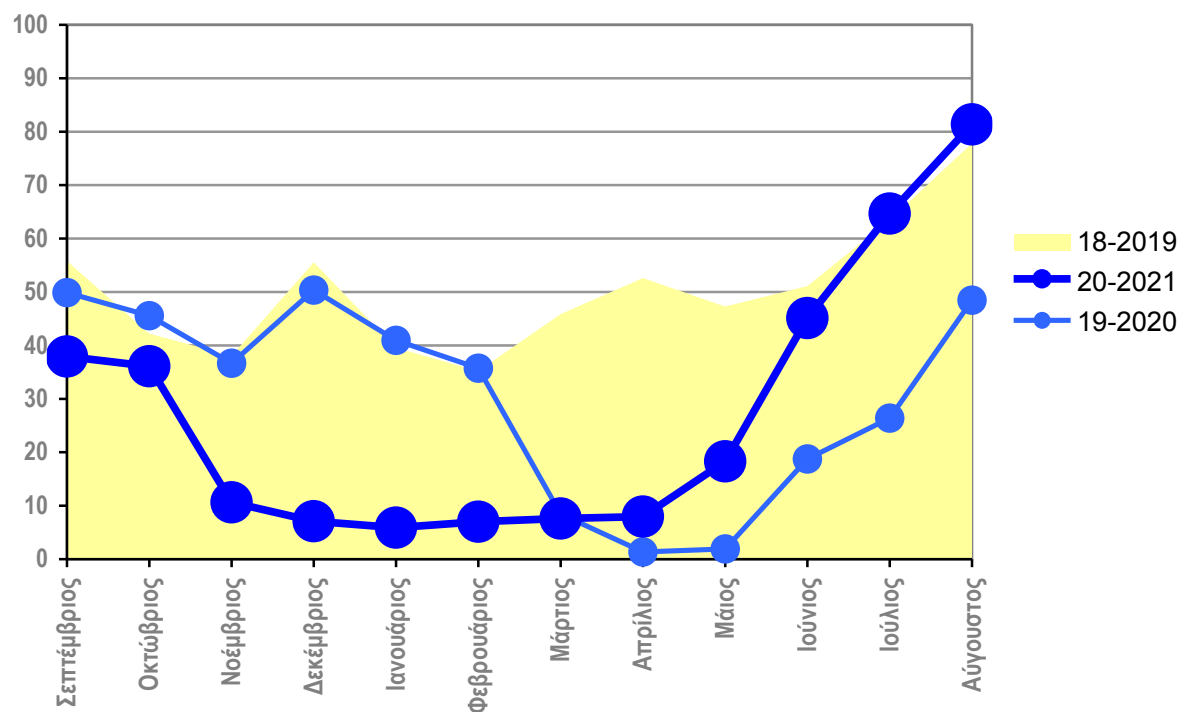
### Hotels

#### αποτελέσματα

Μηνιαία καταγραφή % πληρότητας για το σύνολο του Δ. Βόλου– συγκριτική παρουσίαση ανά έτος.

Μέση πληρότητα

**28,9%** [20-21]

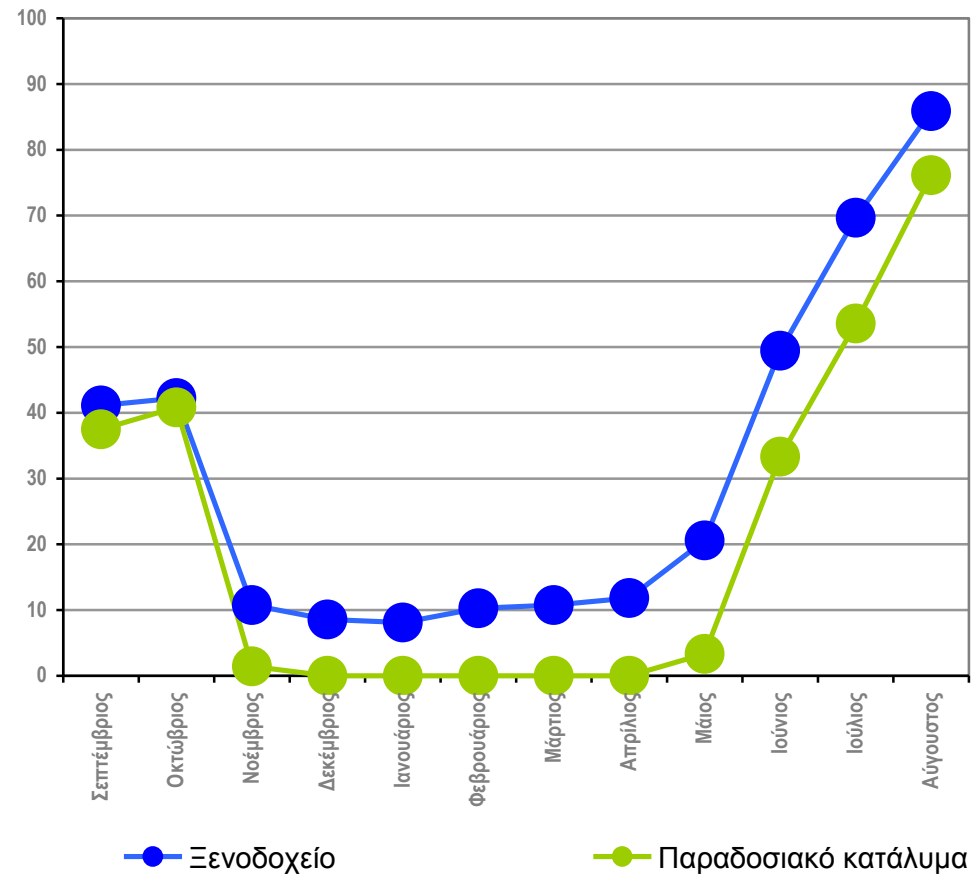


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### πληρότητες

Συγκριτική παρουσίαση παραδοσιακών και κλασικών ξενοδοχείων

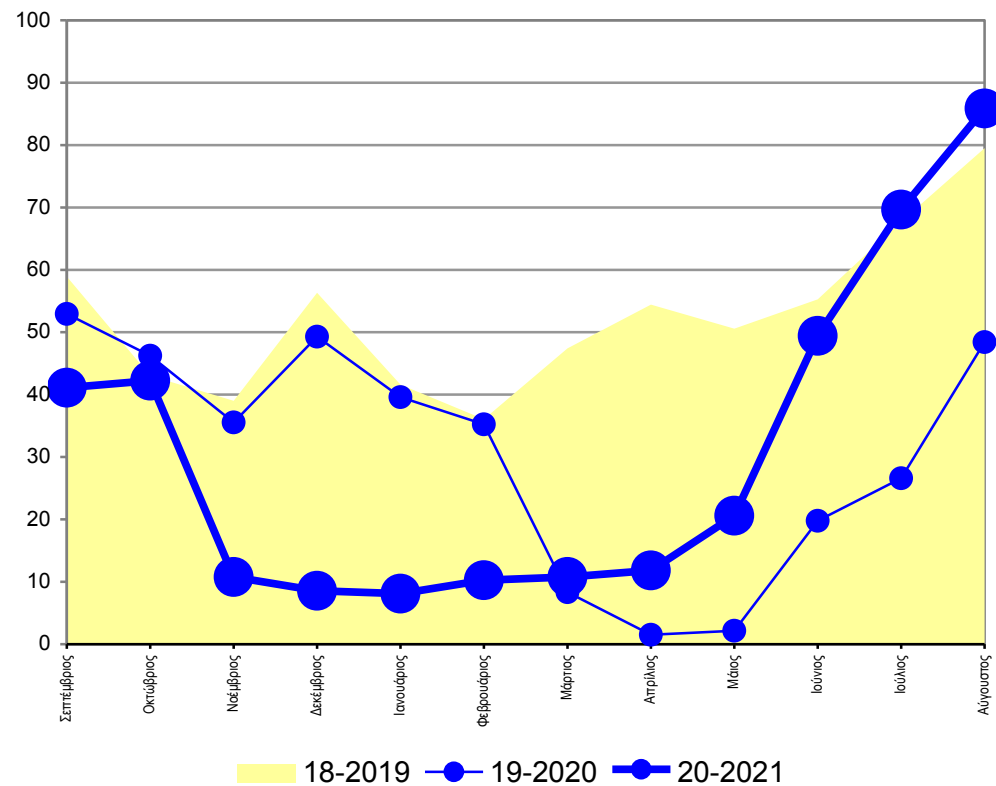


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση κλασικών ξενοδοχείων ανά έτος



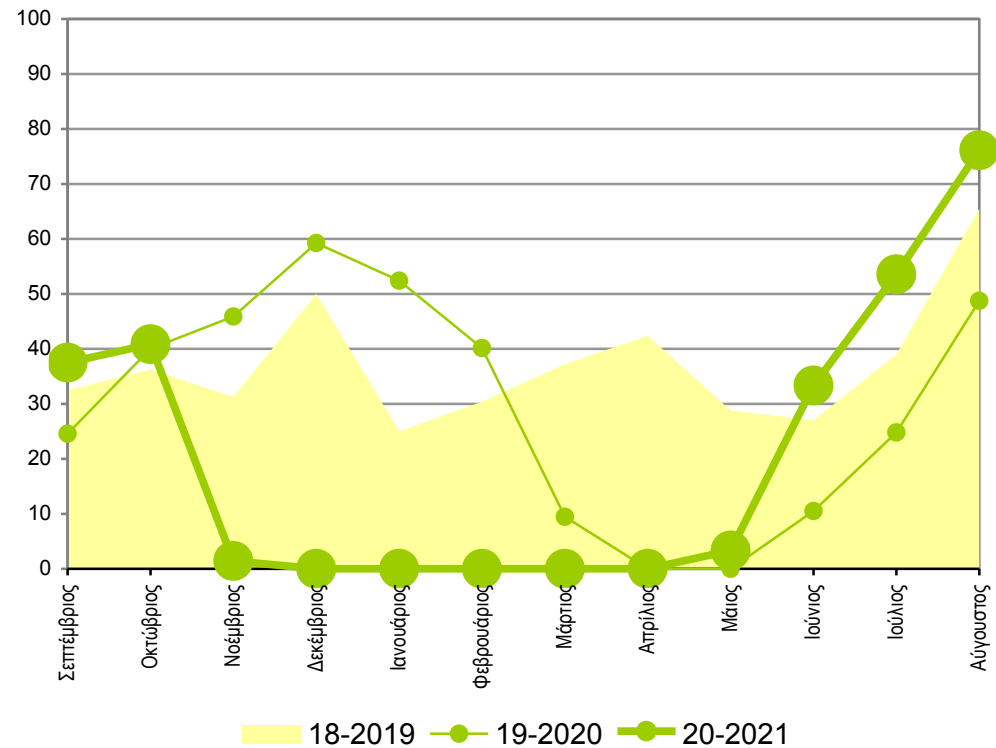
# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

### Hotels

#### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση παραδοσιακών ξενοδοχείων ανά έτος

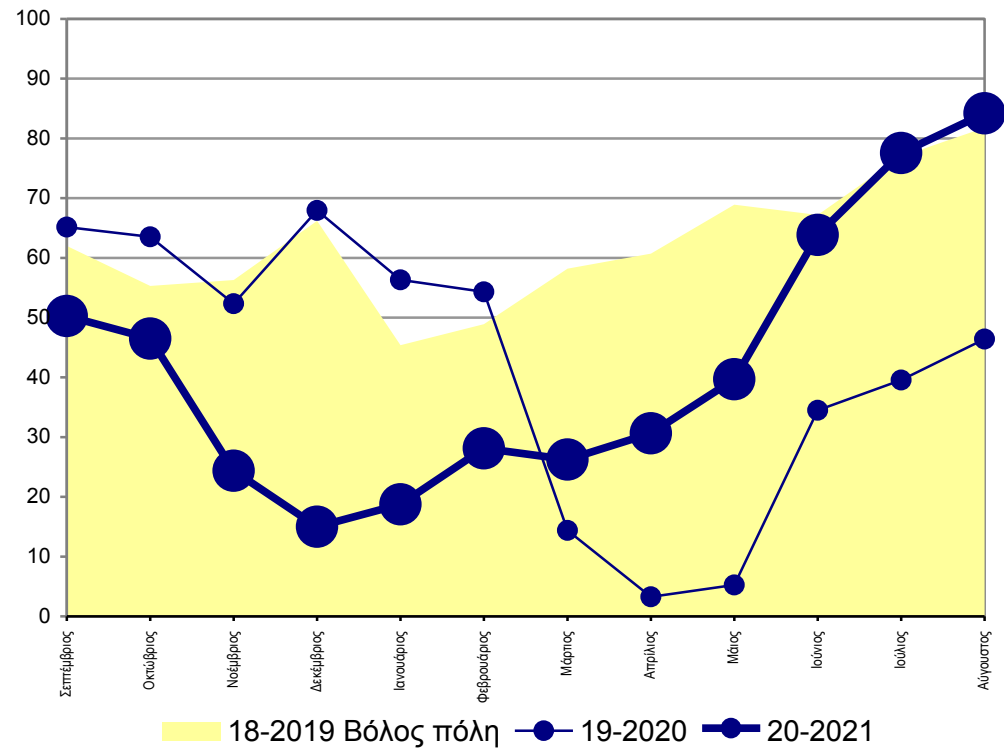


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά έτος της περιοχής Βόλου πόλη



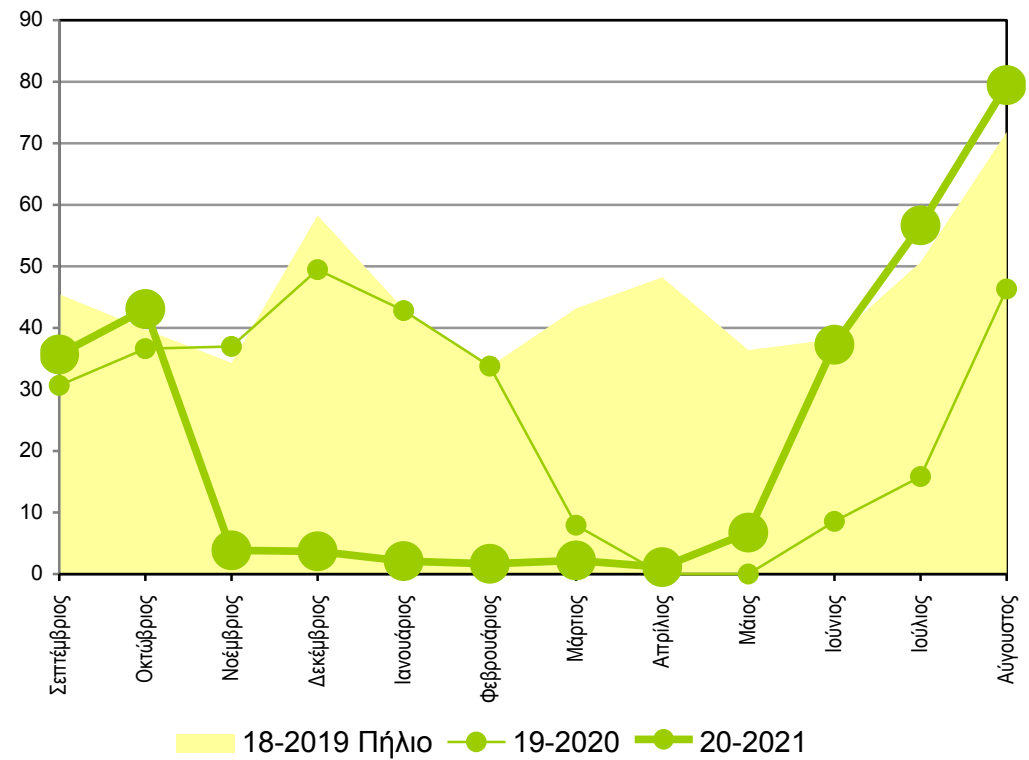


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά έτος της περιοχής Πηλίου – ορεινό τμήμα Βόλου

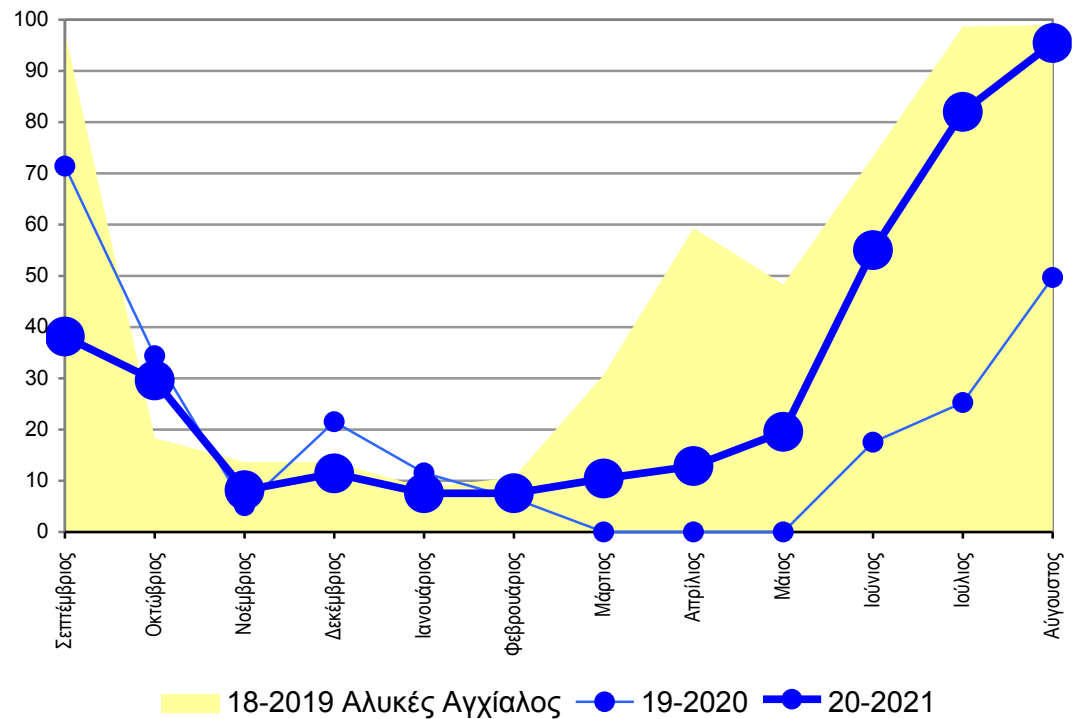


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά έτος της περιοχής: παραθαλάσσιο τμήμα Βόλου



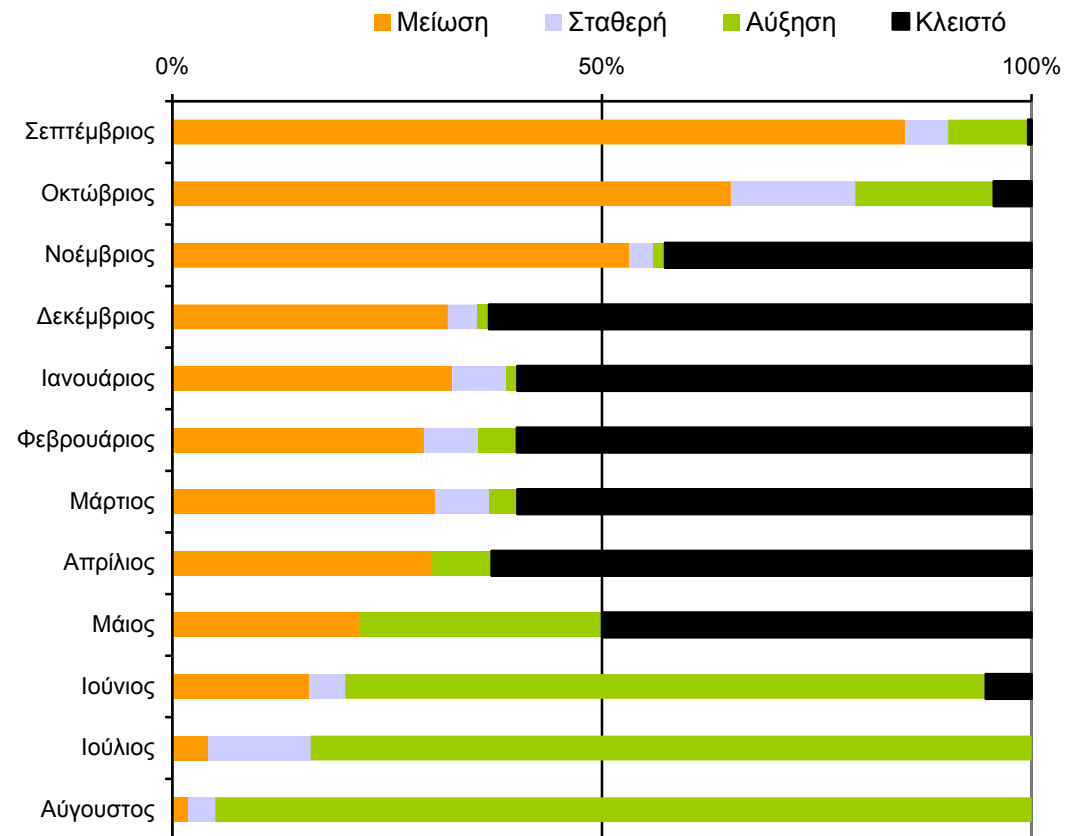
## [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

## σύγκριση μήνα / έτος

Συγκριτική παρουσίαση της υποκειμενικής αίσθησης των μονάδων για την μεταβολή της πληρότητας



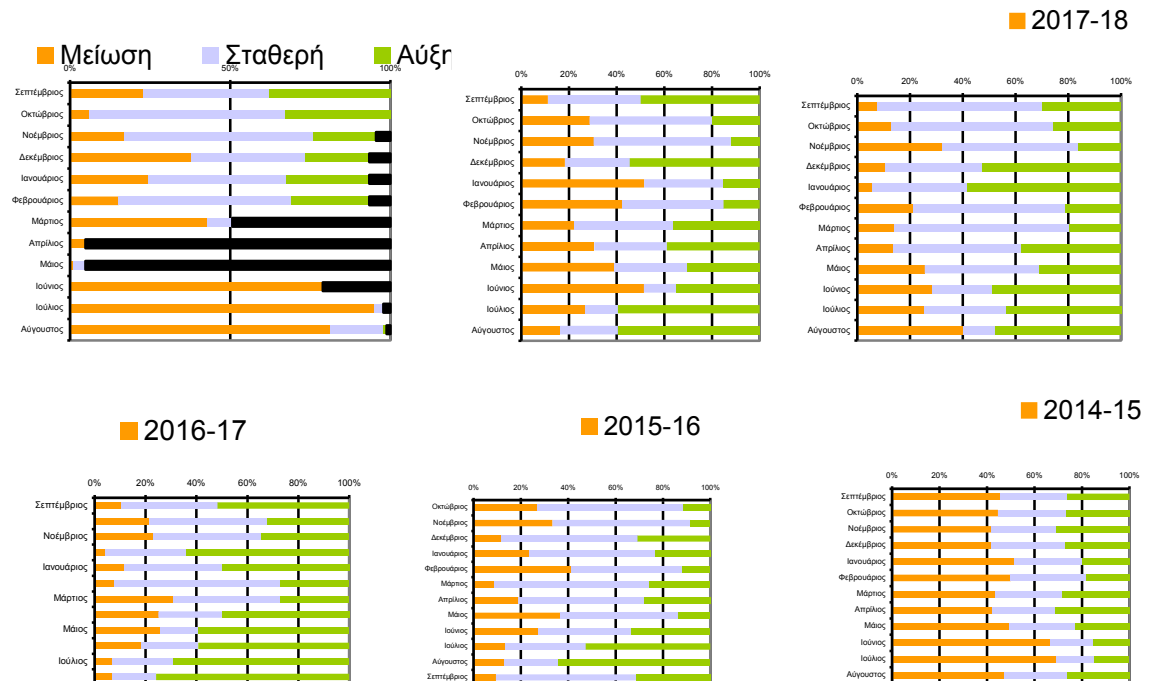
# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

### Hotels

#### σύγκριση μήνα ανά έτος

Συγκριτική παρουσίαση της υποκειμενικής  
αίσθησης των μονάδων για την μεταβολή της  
πληρότητας στην πορεία των ετών



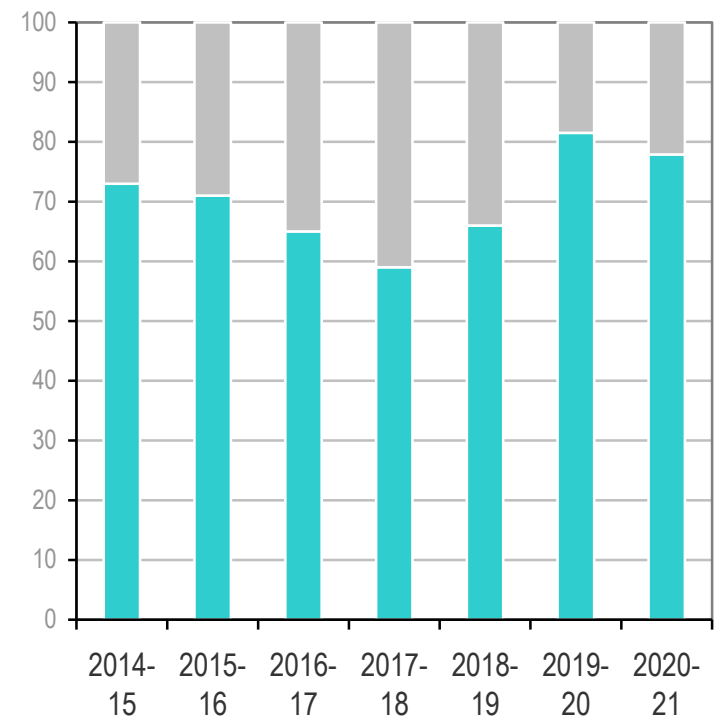
# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

κατανομή  
Έλληνες / Αλλοδαποί

2014-15	73%
2015-16	71%
2016-17	65%
2017-18	59%
2018-19	66%

19-2020	81,5%
20-2021	77,9%

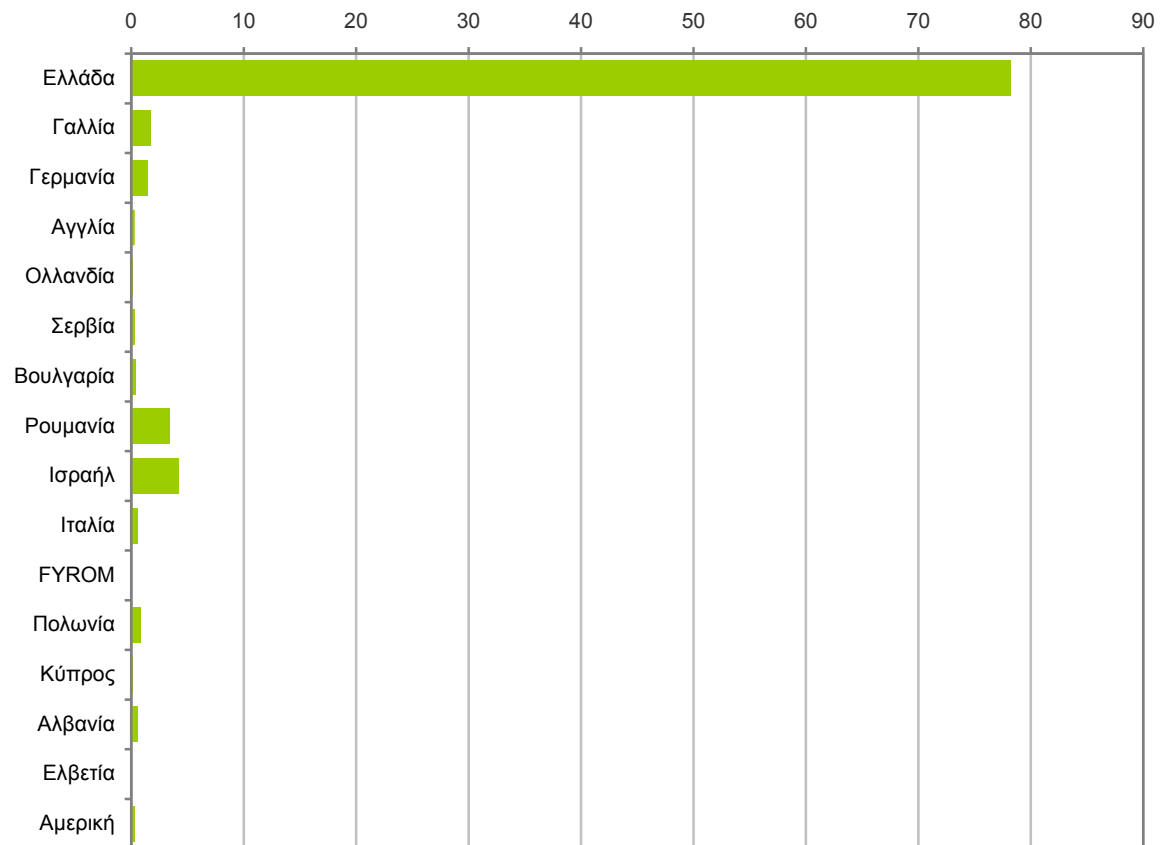


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Κατανομή: εθνικοτήτων

Κατανομή των εθνικοτήτων τουριστών ως προς το ποσοστό συμμετοχής τους στην σύνθεση των επισκεπτών.



# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Λοιπά στοιχεία

	Mean
Τι ποσοστό των διανυκτερεύσεων αναλογεί σε μεμονωμένους πελάτες;	82,05%
Τι ποσοστό των διανυκτερεύσεων αναλογεί σε πελάτες συνεργαζόμενων Tour Operator του εξωτερικού ή Γραφείων του εσωτερικού;	13,90%
Τι ποσοστό των δωματίων σας αναλογεί σε συνεργαζόμενους Tour Operators του εξωτερικού ή Γραφεία του εσωτερικού;	10,09%

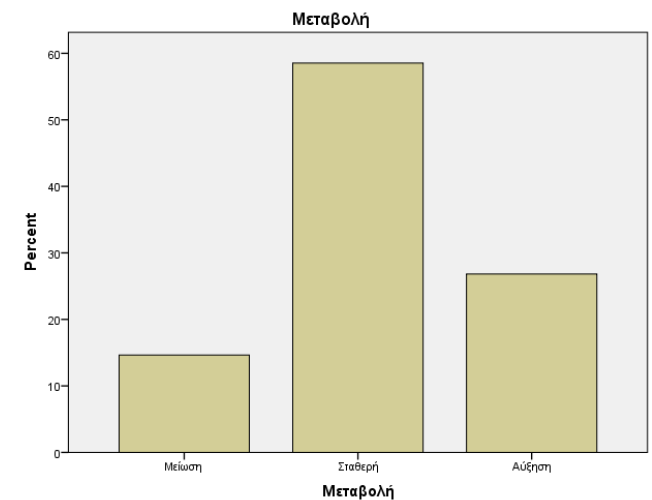
# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

Λοιπά στοιχεία

Μπορείτε να μου πείτε τη Μέση τιμή δίκλινου δωματίου τον Αύγουστο χωρίς πρωινό και αν υπήρξε μεταβολή σε σχέση με τις περσινές τιμές

Μέση τιμή: [19-20] 56,07€ [20-21] 61,40€



## [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

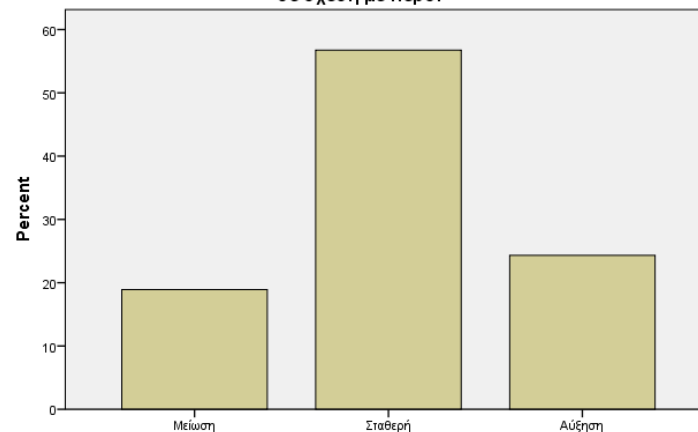
## Hotels

## Λοιπά στοιχεία

Για την περίοδο μετά την επανεκκίνηση της επιχείρησης λόγω COVID, προσδιορίστε αν είναι δυνατόν, την ποσοστιαία (%) μεταβολή του τζίρου σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019 (σημειώστε το είδος της μεταβολής με + , - )

**Μέση τιμή: 27,0%**

Για την περίοδο μετά την επανεκκίνηση της επιχείρησης λόγω COVID, προσδιορίστε αν είναι δυνατόν, την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού σε σχέση με πέρσι



Για την περίοδο μετά την επανεκκίνηση της επιχείρησης λόγω COVID, προσδιορίστε αν είναι δυνατόν, την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού σε σχέση με πέρσι

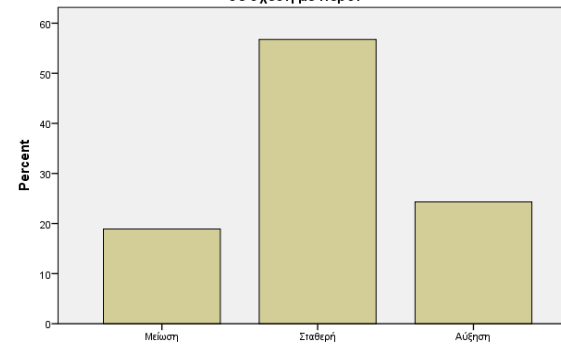
## [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

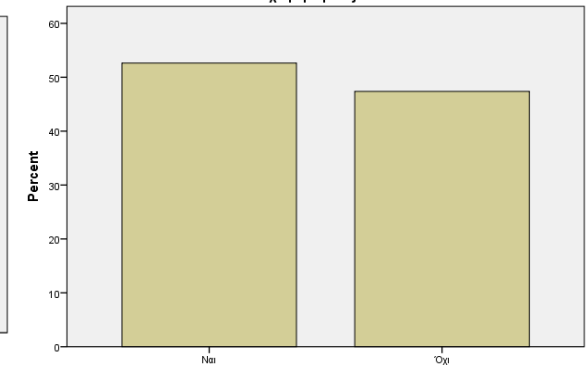
## Λοιπά στοιχεία

Για την περίοδο μετά την επανεκκίνηση της επιχείρησης λόγω COVID, προσδιορίστε αν είναι δυνατόν, την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού σε σχέση με πέρσι



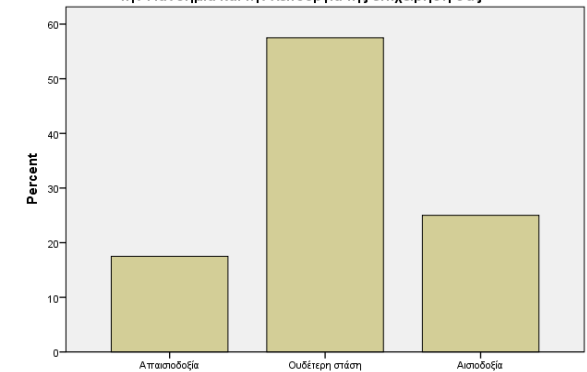
Για την περίοδο μετά την επανεκκίνηση της επιχείρησης λόγω COVID, προσδιορίστε αν είναι δυνατόν, την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού σε σχέση με πέρσι

Είχατε δυσκολίες στην εξεύρεση προσωπικού, προκειμένου να στελεχωστείτε την επιχείρησή σας



Είχατε δυσκολίες στην εξεύρεση προσωπικού, προκειμένου να στελεχωστείτε την επιχείρησή σας

Πως νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας της επόμενης περιόδου σε σχέση με την Πανδημία και την λειτουργία της επιχείρησής σας



Πως νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας της επόμενης περιόδου σε σχέση με την Πανδημία και την λειτουργία της επιχείρησής σας

# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Λοιπά στοιχεία

		Για την περίοδο μετά την επανεκκίνηση της επιχείρησης λόγω COVID, προσδιορίστε αν είναι δυνατόν, την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού σε σχέση με πέρσι			
		Μείωση	Σταθερή	Αύξηση	
Τύπος του καταλύματος	Ξενοδοχείο	19,4%	51,6%	29,0%	
	Παραδοσιακό κατάλυμα	16,7%	<b>83,3%</b>		
	Total	18,9%	56,8%	24,3%	
		Είχατε δυσκολίες στην εξεύρεση προσωπικού, προκειμένου να στελεχωστείτε την επιχείρησή σας			
		Ναι	Όχι		
Τύπος του καταλύματος	Ξενοδοχείο	53,1%	46,9%		
	Παραδοσιακό κατάλυμα	50,0%	50,0%		
	Total	52,6%	47,4%		
		Πως νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας της επόμενη περίοδο σε σχέση με την Πανδημία και την λειτουργία της επιχείρησής σας			
		Απαισιοδοξία	Ουδέτερη στάση	Αισιοδοξία	
Τύπος του καταλύματος	Ξενοδοχείο	12,1%	<b>60,6%</b>	27,3%	
	Παραδοσιακό κατάλυμα	<b>42,9%</b>	<b>42,9%</b>	14,3%	
Total			17,5%	57,5%	25,0%

# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

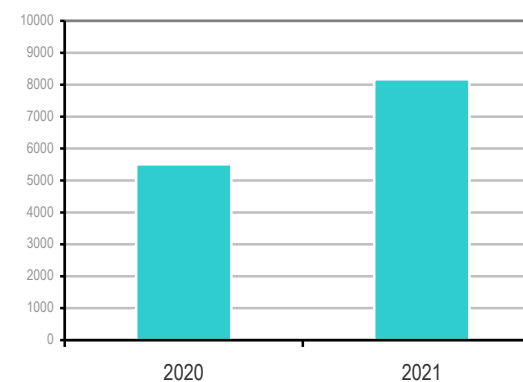
### Λοιπά στοιχεία

		Για την περίοδο μετά την επανεκκίνηση της επιχείρησης λόγω COVID, προσδιορίστε αν είναι δυνατόν, την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού σε σχέση με πέρσι		
		Μείωση	Σταθερή	Αύξηση
Περιοχή που βρίσκεται το κατάλυμα:	Βόλος πόλη	11,1%	88,9%	
	Πήλιο ορεινή	19,0%	57,1%	23,8%
	Αλυκές - Ν. Αγχίαλος	16,7%	16,7%	66,7%
		Είχατε δυσκολίες στην εξεύρεση προσωπικού, προκειμένου να στελεχωσετε την επιχείρησή		
		Ναι	Όχι	
Περιοχή που βρίσκεται το κατάλυμα:	Βόλος πόλη	30,0%	70,0%	
	Πήλιο ορεινή	57,1%	42,9%	
	Αλυκές - Ν. Αγχίαλος	66,7%	33,3%	
		Πως νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας της επόμενης περιόδου σε σχέση με την Πανδημία και την λειτουργία της επιχείρησή σας		
		Απαισιοδοξία	Ουδέτερη στάση	Αισιοδοξία
Περιοχή που βρίσκεται το κατάλυμα:	Βόλος πόλη		60,0%	40,0%
	Πήλιο ορεινή	19,0%	66,7%	14,3%
	Αλυκές - Ν. Αγχίαλος	28,6%	28,6%	42,9%

## [2]

## Κίνηση αεροπορικών συνδέσεων

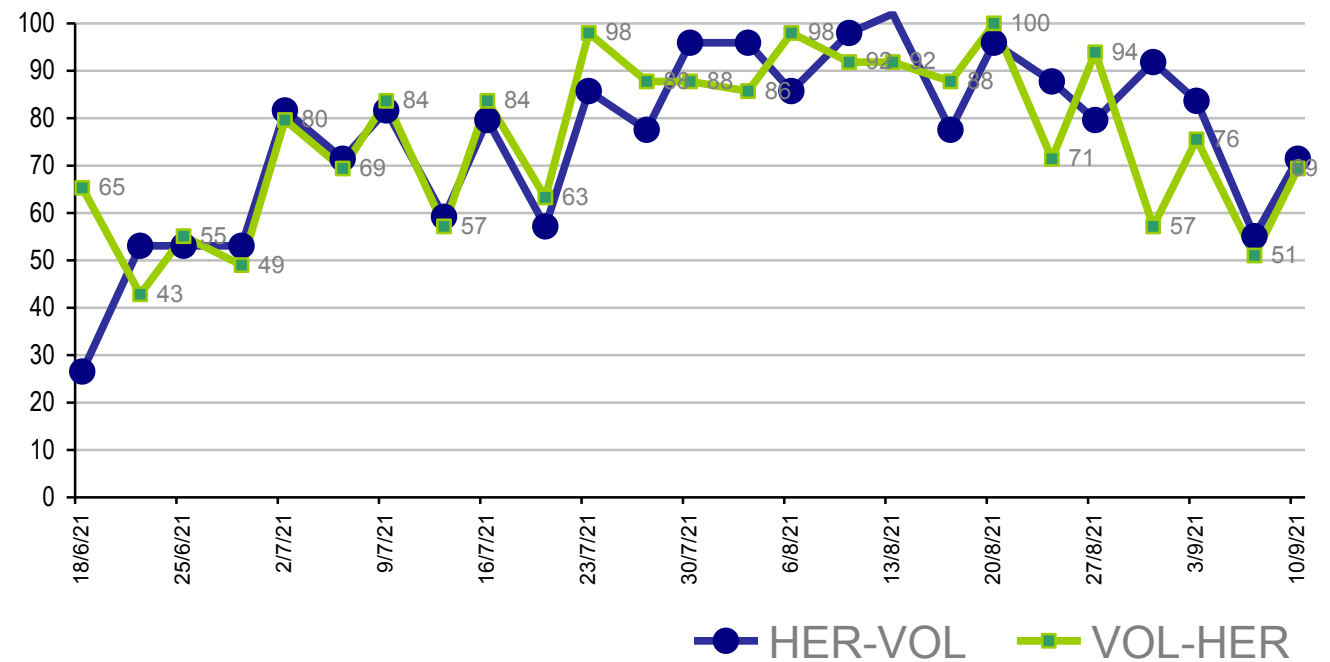
Εταιρίες	Σεπ	2019	2020	Αφίξο Αναχωρήσεις πτήσεων 2021	Αναχωρήσεις επιβατών
AUSTRIAN	Βιέννη	32	0	0	
TRANAVIA	Άμστερνταμ	44	0	0	
CONDOR	Μόναχο	86	30	1747	2360
ENTER	Λονδίνο (LGW)	40	0	0	
TRANSAVIA	Παρίσι (ORY)	94	20	1928	3369
EASY JET	Λονδίνο (LGW)	64	34	1830	1448
Sky express	ΗΡΑΚΛΕΙΟ			60	994
		360	84	5505	8171



[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

Πληρότητα [75%]



## [2]

### Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

#### Ταυτότητα

Πληθυσμός στόχος: Επιβάτες αεροπορικής σύνδεσης Ηρακλείου – Βόλου που μετακινήθηκαν με την παραπάνω πτήση.

Δείγμα: 268 άτομα του πληθυσμού στόχου

Μέσο συλλογής: ερωτηματολόγιο κλειστών ερωτήσεων

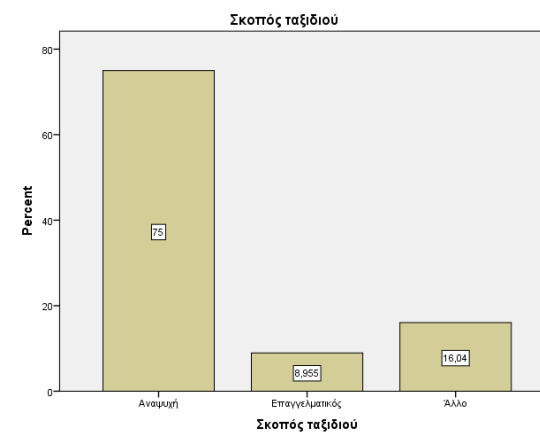
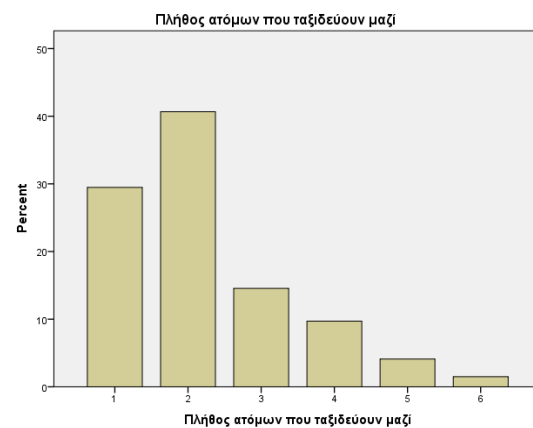
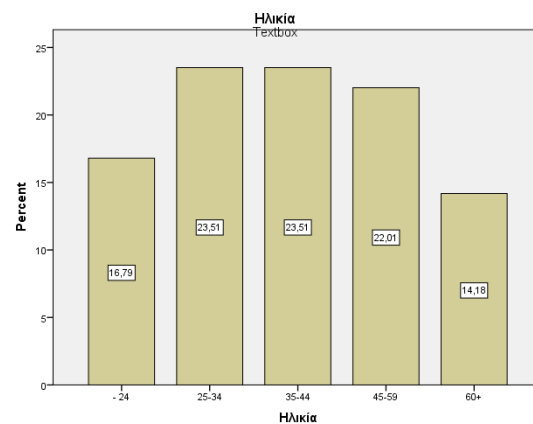
Διαδικασία συλλογής: Επιλογή ατόμων δείγματος κατά την επιβίβαση τους από το αεροδρόμιο ΚΑΝΑ προς του Ηρακλείου κατά τις μέρες Τρίτη και Παρασκευή κατά τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο. Η πραγματοποιήθηκε σε 8 αναχωρήσεις.

Χρονικό διάστημα συλλογής ερωτηματολογίων: Ιούλιος – [10] Σεπτέμβριος 2021.

[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

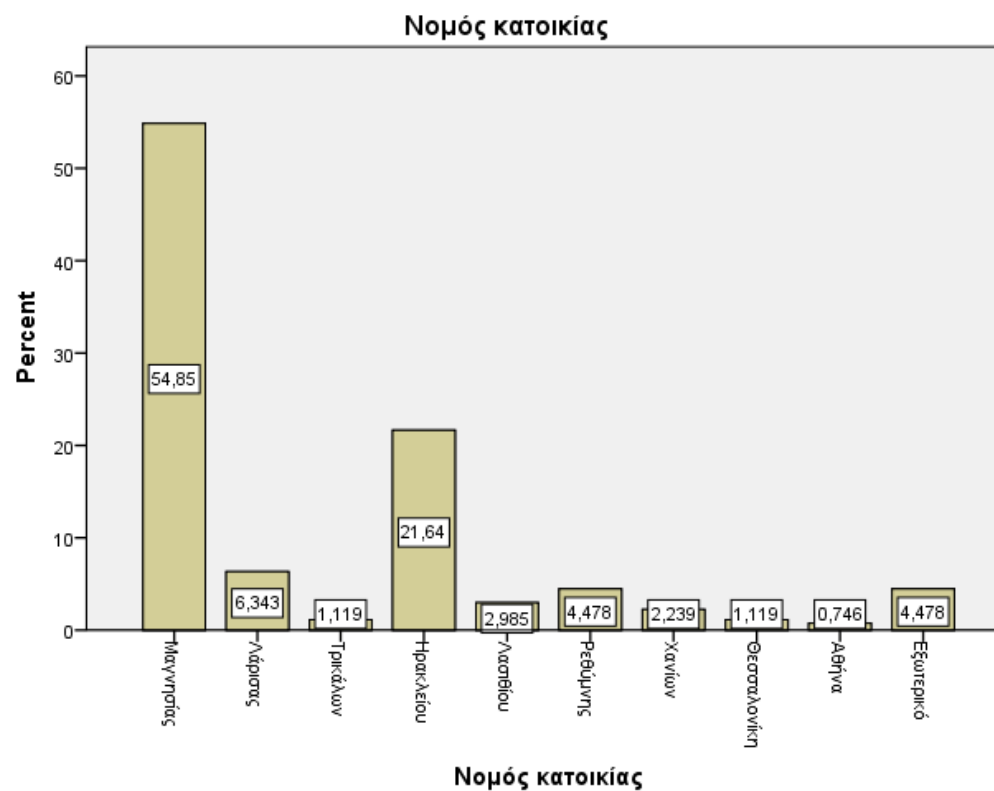
Αποτελέσματα



[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

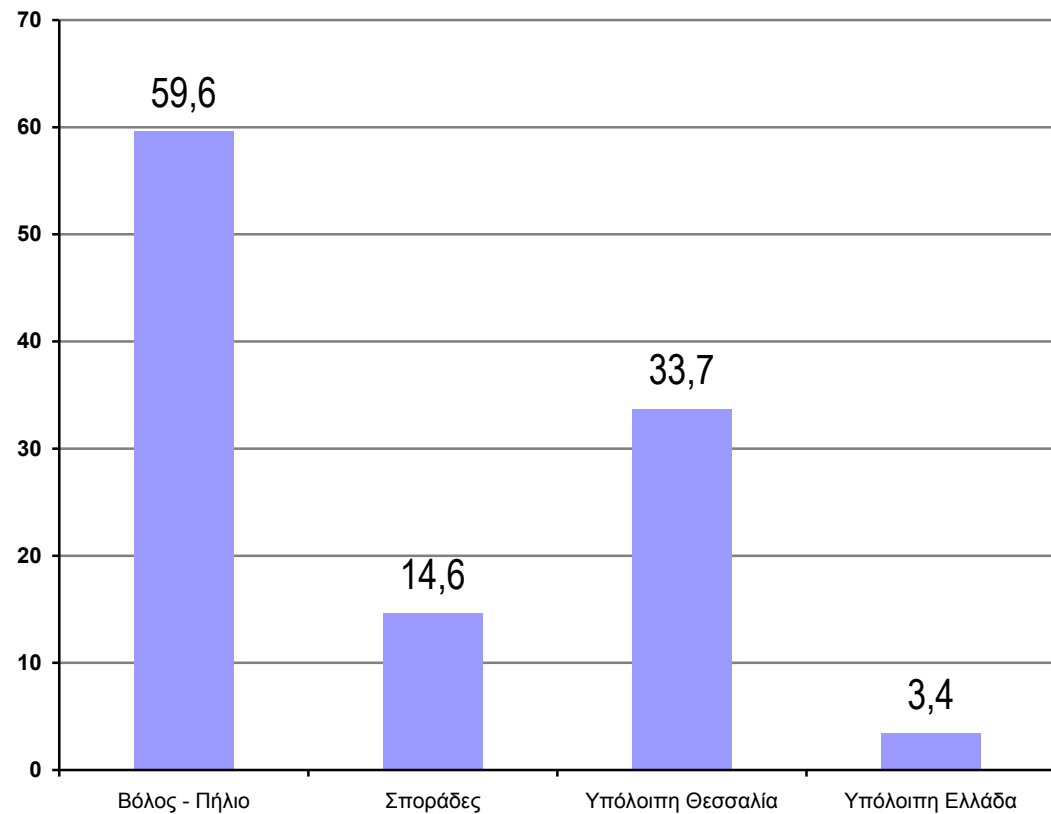
Αποτελέσματα



[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

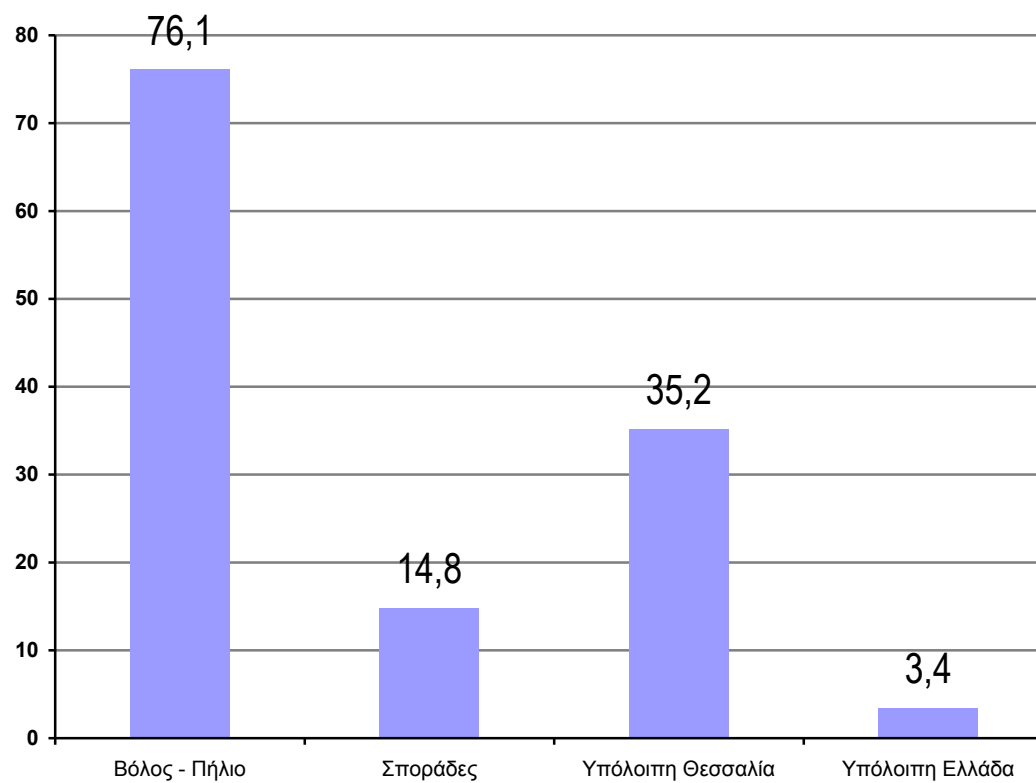
Αποτελέσματα  
Κύριος προορισμός



[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

Αποτελέσματα  
Περιοχές επίσκεψης



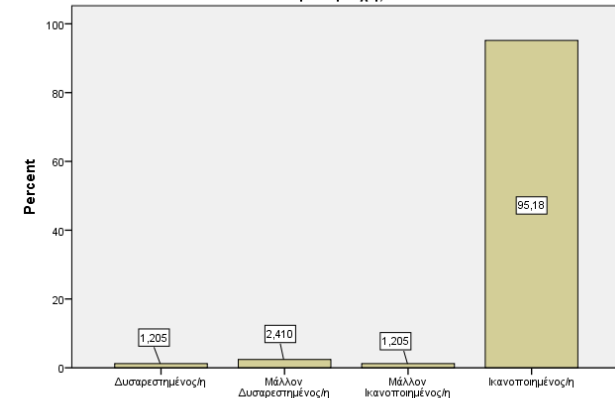
[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

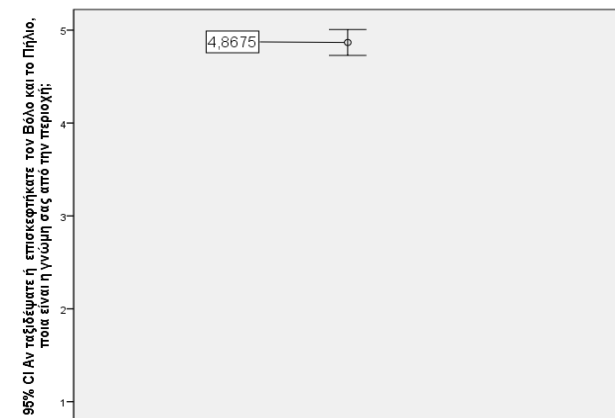
### Αποτελέσματα

Ικανοποίηση από Βόλο και  
Πήλιο

Αν ταξιδέψατε ή επισκεφτήκατε τον Βόλο και το Πήλιο, ποια είναι η γνώμη σας από την περιοχή;



Αν ταξιδέψατε ή επισκεφτήκατε τον Βόλο και το Πήλιο, ποια είναι η γνώμη σας από την περιοχή;

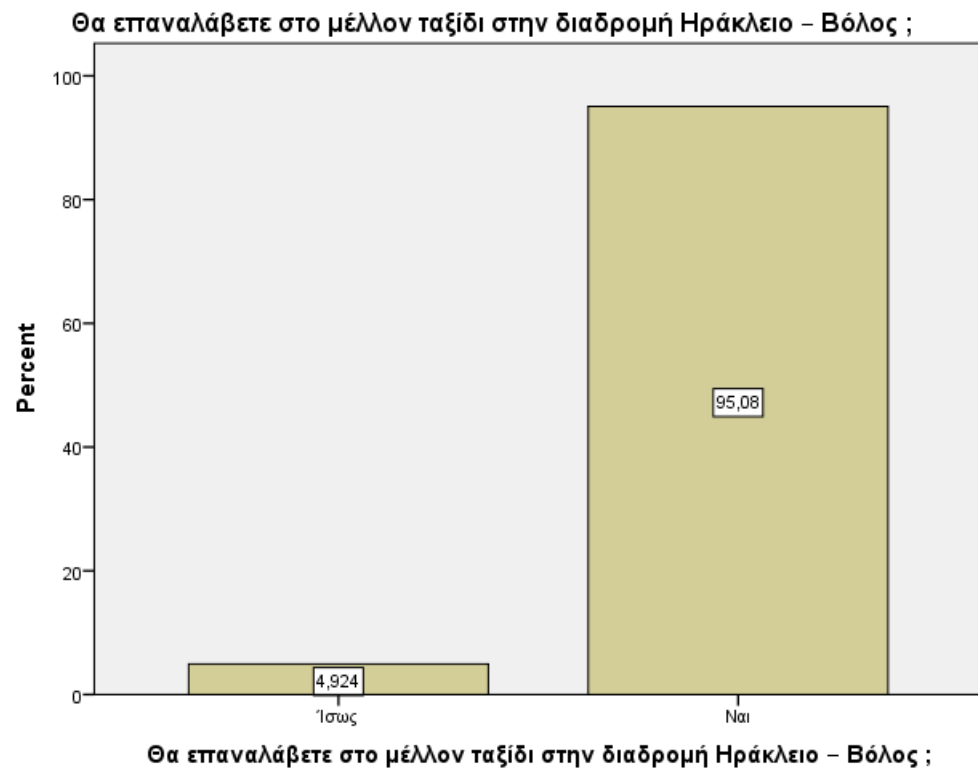


Αν ταξιδέψατε ή επισκεφτήκατε τον Βόλο και το Πήλιο, ποια είναι η γνώμη σας από την περιοχή;

[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

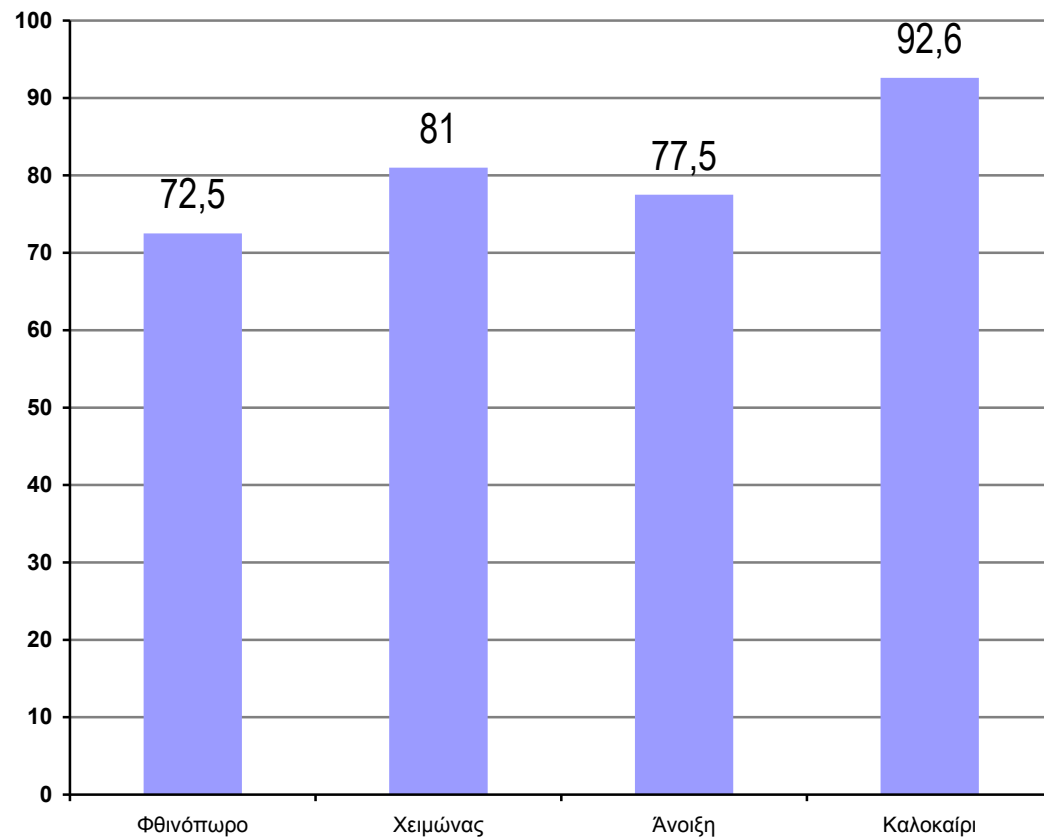
Αποτελέσματα



[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

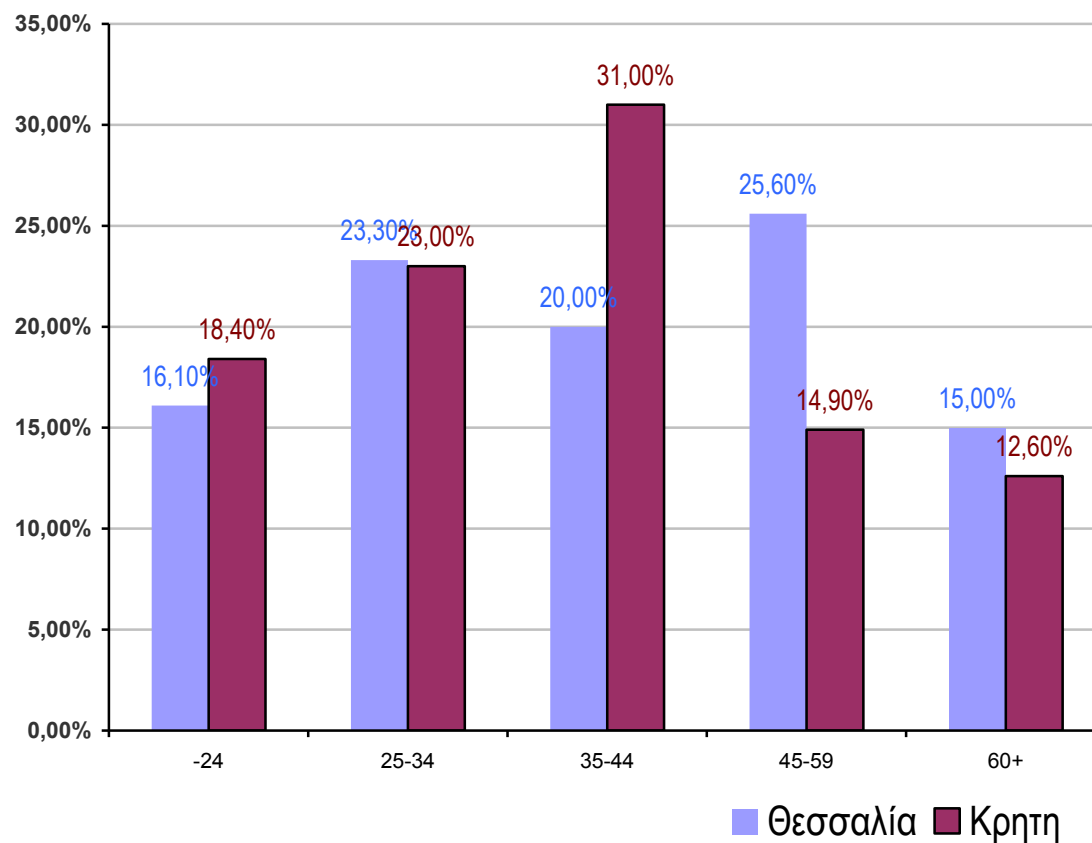
Αποτελέσματα  
Περίοδος νέου ταξιδιού



[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

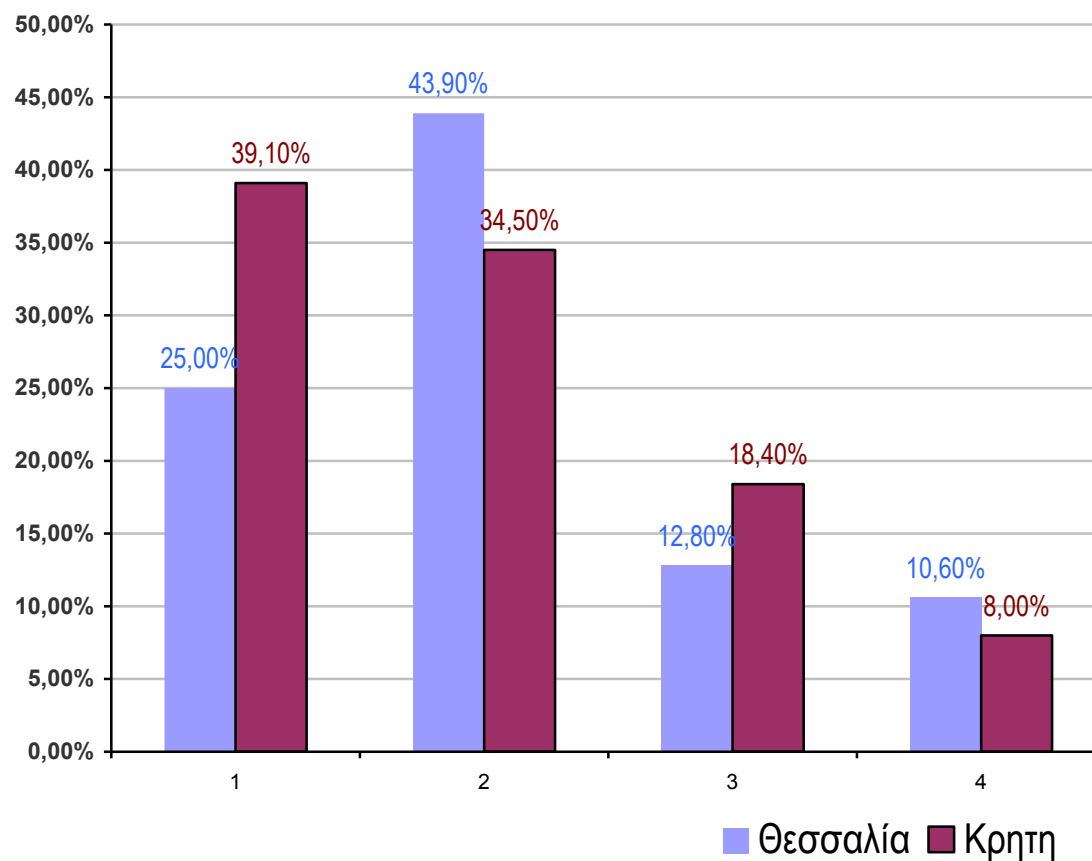
Αποτελέσματα  
Ηλικιακή κατανομή  
Ανά  
Τόπος κατοικίας



[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

Αποτελέσματα  
Πλήθος ατόμων  
που ταξιδεύουν μαζί  
Ανά  
Τόπος κατοικίας



[2]

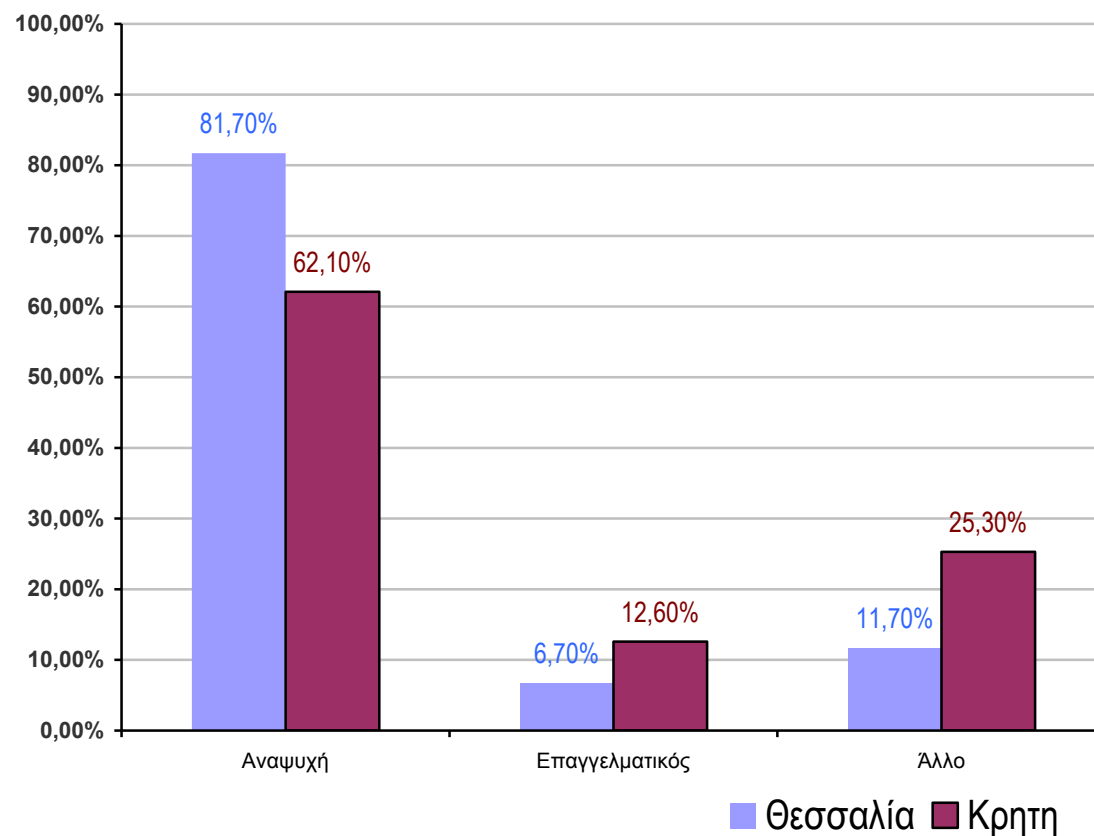
## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

Αποτελέσματα

Σκοπός ταξιδιού

Ανά

Τόπος κατοικίας



[2]

## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

Αποτελέσματα

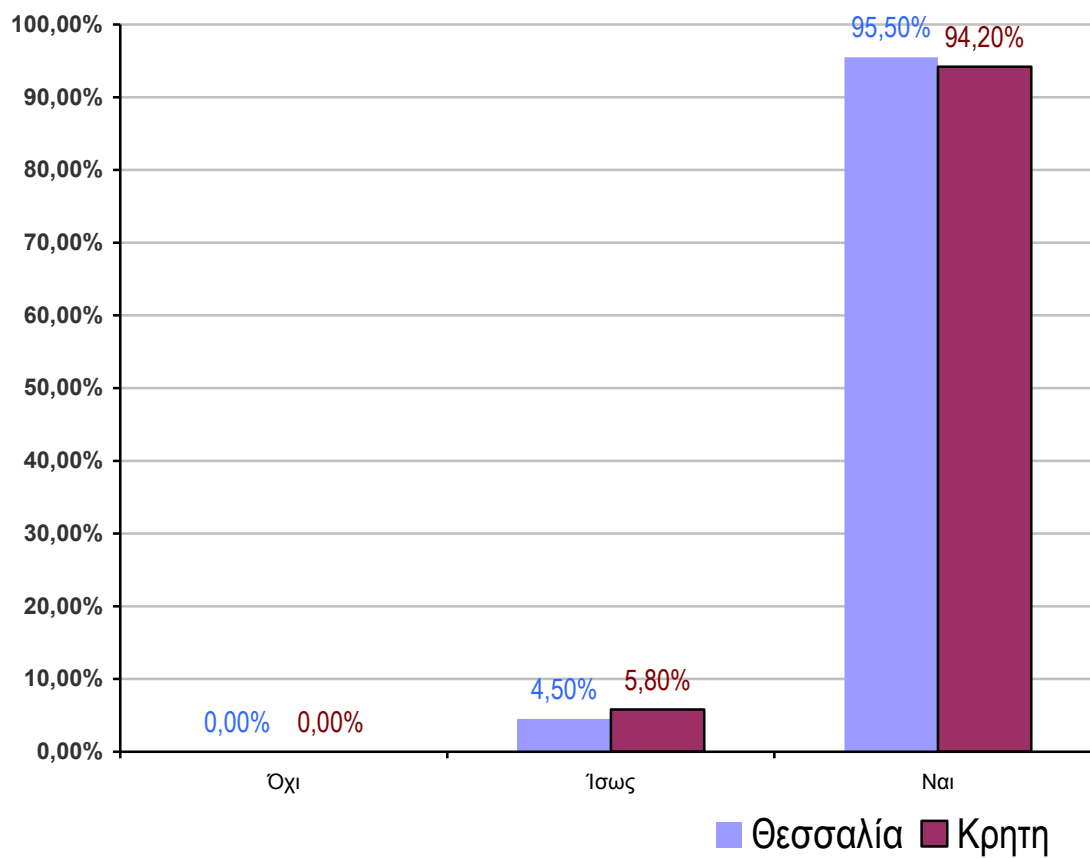
Πρόθεση

επανάληψης

ταξιδιού

Ανά

Τόπος κατοικίας



[2]

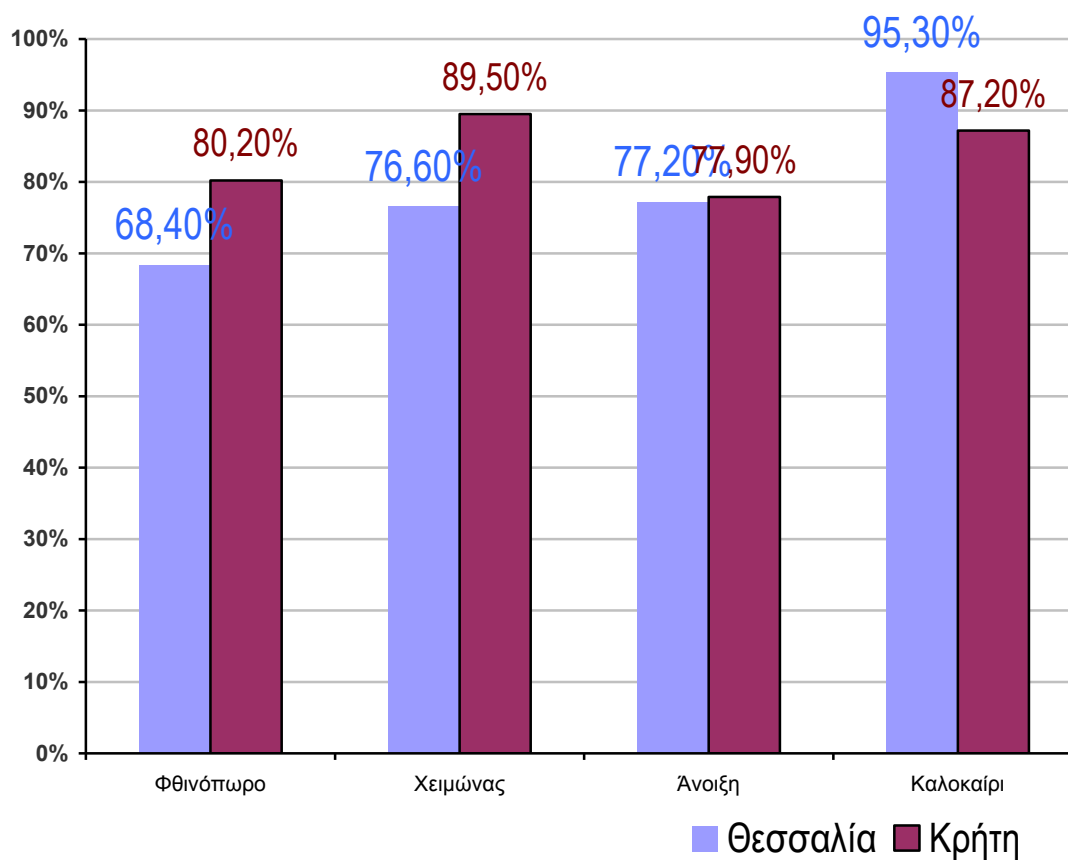
## Νέα αεροπορική σύνδεση Βόλος – Ηράκλειο – Βόλος

Αποτελέσματα

Περίοδος νέου ταξιδιού

Ανά

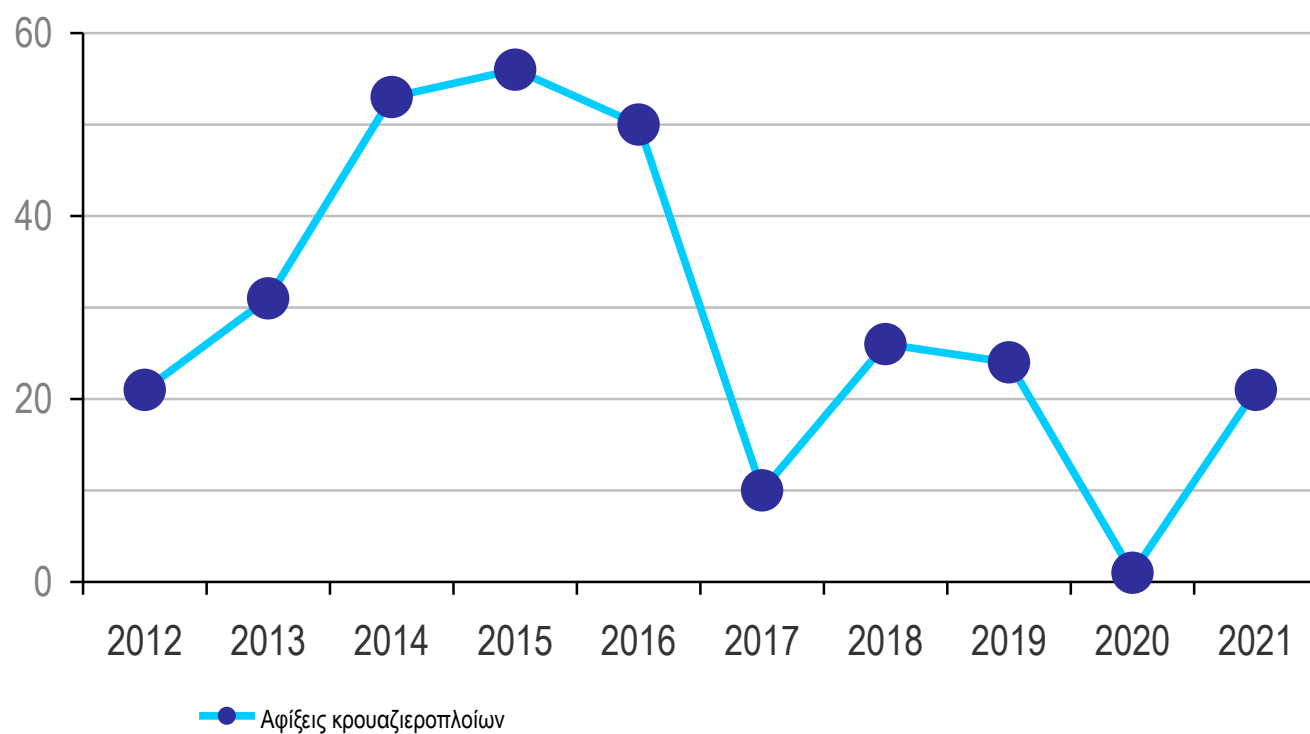
Τόπος κατοικίας



## [3] Αφίξεις κρουαζιέρας



Αφίξεις



Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2021**  
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ:

Συνολική Δυναμικότητα		2021
Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	2173	4248
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	1236	2561
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	1436	3376
ΣΥΝΟΛΟ <b>Volos Pelion</b>	4845	10185

Συνολική Δυναμικότητα	Ενοικιαζόμενα δωμάτια ΜΕ ΣΗΜΑ		ΣΗΜΑ + ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ		ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ		ΣΥΝΟΛΟ	
	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	344	830	128	220	61	150	533	1200
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	725	1612	246	465	74	248	1045	2325
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	1210	3053	546	1024	142	381	1898	4458
<b>ΣΥΝΟΛΟ Volos Pelion</b>	<b>2279</b>	<b>5495</b>	<b>920</b>	<b>1709</b>	<b>277</b>	<b>779</b>	<b>3476</b>	<b>7983</b>

Airbnb	ΑΚΙΝΗΤΩΝ	ΚΛΙΝΩΝ
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	648	2981
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	456	2463
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	696	3550
<b>ΣΥΝΟΛΟ Volos Pelion</b>	<b>1800</b>	<b>8994</b>



2020							
		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	Μονάδες	48	142	107	136	83	516
	Δωμάτια	11.272	16.888	4.735	4.377	2.512	39.784
	Κλίνες	23.700	33.653	9.086	8.143	4.850	79.432
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	Μονάδες	31	41	39	69	28	208
	Δωμάτια	5.819	3.653	1.803	1.937	424	13.636
	Κλίνες	12.244	7.207	3.405	3.503	808	27.167
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	Μονάδες	21	74	113	108	18	334
	Δωμάτια	2.884	6.034	5.076	3.312	348	17.654
	Κλίνες	5.890	11.915	9.865	6.022	691	34.383
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΑΝΙΩΝ	Μονάδες	39	81	133	272	51	576
	Δωμάτια	4.105	6.007	5.620	9.463	1.187	26.382
	Κλίνες	8.652	11.907	10.209	16.597	2.203	49.568
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ</b>	<b>Μονάδες</b>	<b>139</b>	<b>338</b>	<b>392</b>	<b>585</b>	<b>180</b>	<b>1.634</b>
	<b>Δωμάτια</b>	<b>24.080</b>	<b>32.582</b>	<b>17.234</b>	<b>19.089</b>	<b>4.471</b>	<b>97.456</b>
	<b>Κλίνες</b>	<b>50.486</b>	<b>64.682</b>	<b>32.565</b>	<b>34.265</b>	<b>8.552</b>	<b>190.550</b>

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	Μονάδες	27	58	104	172	52	413
	Δωμάτια	5.668	6.428	6.286	5.495	1.103	24.980
	Κλίνες	11.587	12.516	12.186	10.419	2.112	48.820

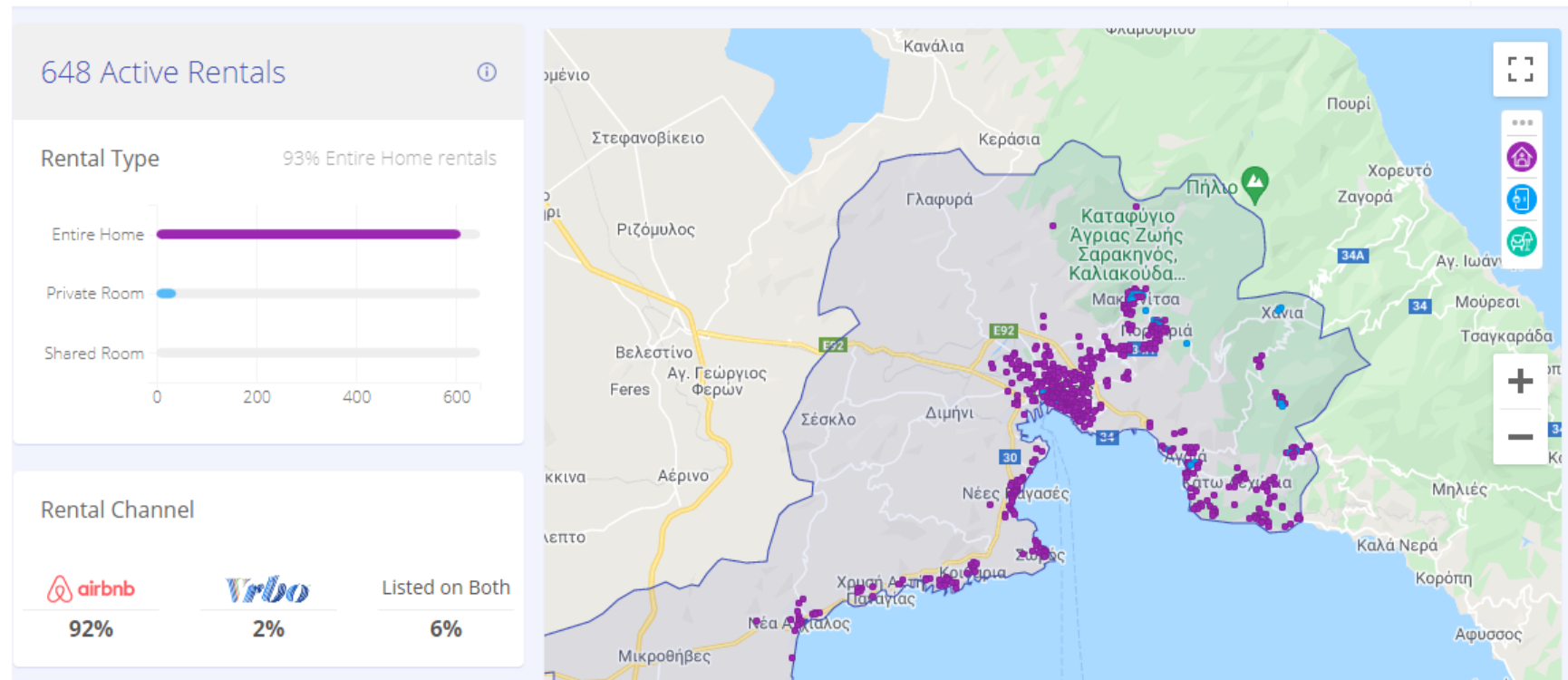
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	Μονάδες	29	67	85	127	9	317
	Δωμάτια	2.995	4.815	5.613	4.577	224	18.224
	Κλίνες	6.260	9.621	11.242	8.853	440	36.416

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΙΕΡΙΑΣ	Μονάδες	4	22	66	121	162	375
	Δωμάτια	598	1.294	1.861	3.133	3.303	10.189
	Κλίνες	1.250	2.733	3.931	6.149	6.573	20.636

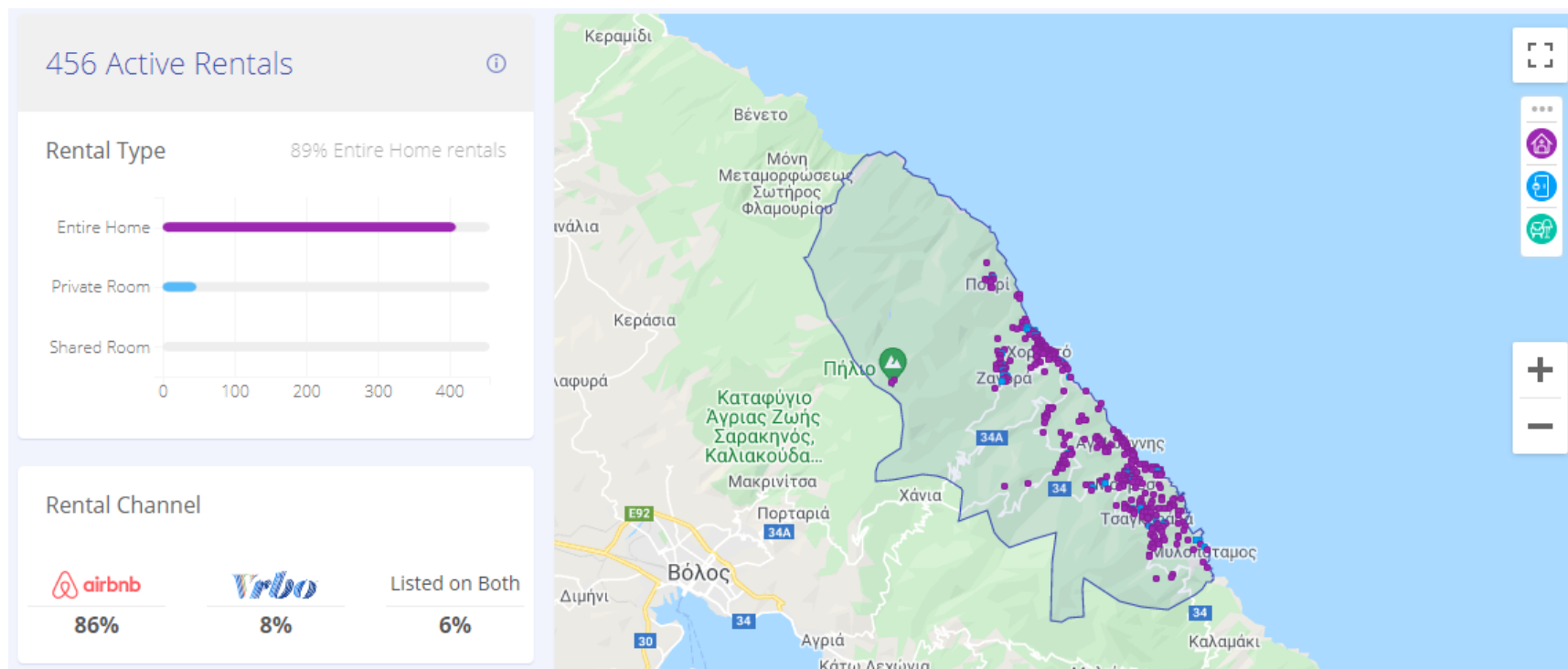
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΑΜΟΥ	Μονάδες	2	6	39	92	17	156
	Δωμάτια	402	448	1.826	2.151	245	5.072
	Κλίνες	845	881	3.594	4.061	473	9.854



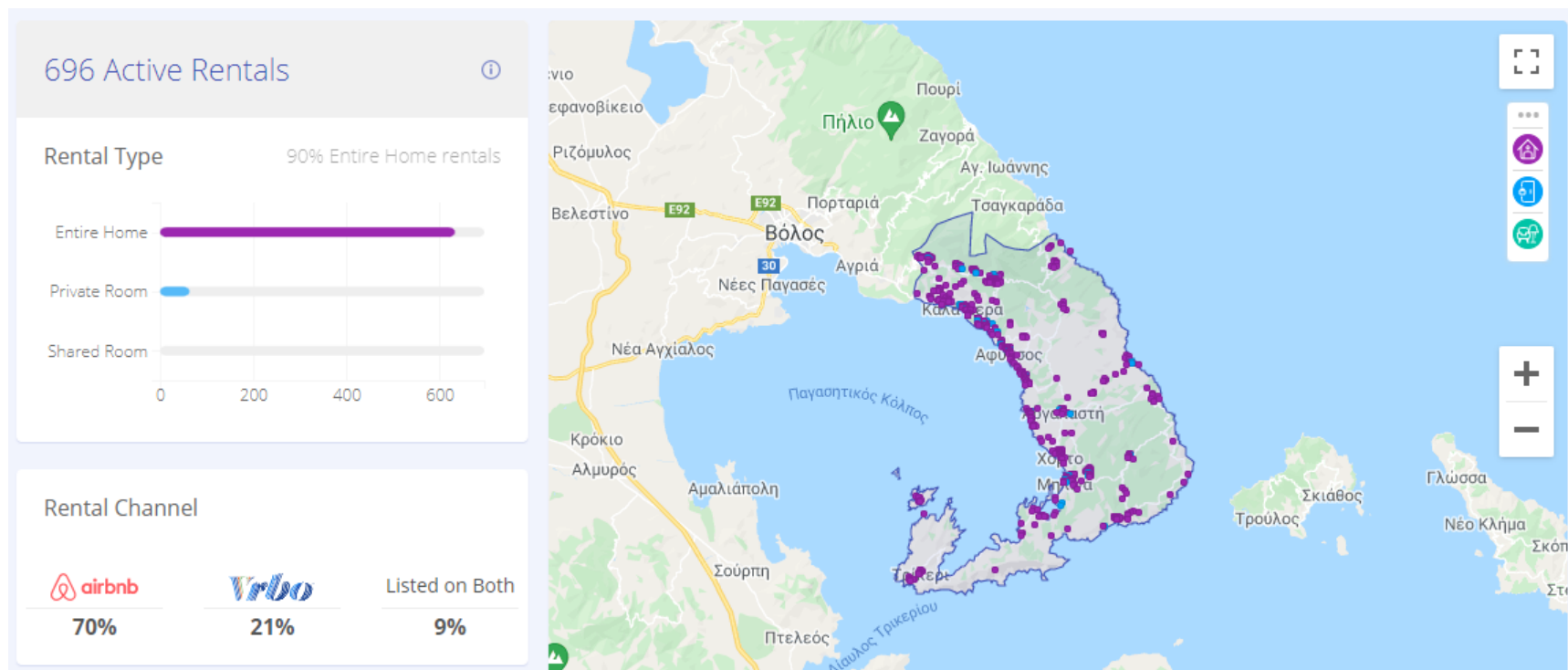
## Δήμος Βόλου



## Δήμος Ζαγοράς Μουρεσίου



## Δήμος Ν.Πηλίου



## Συμπεράσματα

### Ενεργειών προβολής

- Επιλέχθηκε στρατηγικά η στροφή προς δράσεις ψηφιακής προβολής και ενημέρωσης κοινού μέσω MME έναντι της επιλογής της αναστολής των ενεργειών προώθησης του προορισμού και της αναμονής επανέναρχης των δια ζώσης δράσεων [εκθέσεων, workshops, παρουσιάσεων, κλπ] . Επιλέχθηκε δηλαδή η διατήρηση της επικοινωνίας έναντι της αναστολής.
- Οι virtual πρωτοβουλίες που προτάθηκαν ως αντικατάσταση της φυσικής παρουσίας σε θεματικές εκθέσεις κοινού, δεν απέδωσαν σε καμία περίπτωση αντίστοιχα αποτελέσματα. Η αρχική αμηχανία δεν έχει υποχωρήσει ενώ σε καμία περίπτωση δεν εμφανίζεται ακόμη αξιόλογη virtual πρόταση με αποτελέσματα ισόποσα ή ποιοτικά αντίστοιχα της φυσικής παρουσίας αναφορικά με δια ζώσης δράσεις.
- Το σύνολο των υπόλοιπων δράσεων συντήρησε την εικόνα του προορισμού ώστε να μην χαθεί η επένδυση που πραγματοποιήθηκε τα προηγούμενα χρόνια.
- Η εφαρμογή του digital marketing συνεχίζει να έχει υψηλά ποσοτικά αποτελέσματα σε επίπεδο εκροών για άμεση προβολή σε κοινό.

### Έρευνας

- Υπάρχει σαφής τάση άμεσης ανάκαμψης καθώς κατά τις περιόδους κανονικής λειτουργίας το ποσοστό πληρότητας συνέκλινε άμεσα στην προ covid περίοδο

- Η υστέρηση στις μηνιαίες πληρότητες κατά την περίοδο του lockdown Νοε-Μαι ήταν καταστροφική, καθώς η λειτουργία των καταλυμάτων της περιοχής είναι συνεχής και όχι εποχιακή και άρα οι μήνες μηδενικής πληρότητας δεν μπορούν να ισοσταθμιστούν μόνο με την θερινή περίοδο.
- Κατά την περίοδο άρσης του lockdown οι πληρότητες του 2021 ήταν σαφώς υψηλότερες του 20.
- Η εκκίνηση του τουρισμού δεν ήρθε στις 15 Μαΐου αλλά έναν μήνα μετά, όπως αναμένονταν.
- Στα κλασικού τύπου καταλύματα η περίοδος Σεπ20-Σεπ21 χαρακτηρίζεται από εξαιρετικά χαμηλές, σχεδόν μηδενικές πληρότητες για περίοδο 6,5 μηνών και από άμεση επαναφορά στις προ covid συνθήκες με την λήξη των περιορισμών.
- Τα παραδοσιακά καταλύματα επέλεξαν να είναι κλειστά κατά την περίοδο lockdown. Συνεπώς στα παραδοσιακού τύπου καταλύματα η περίοδος Σεπ20-Σεπ21 χαρακτηρίζεται από απολύτως μηδενικές πληρότητες για περίοδο 6 μηνών και από επαναφορά στις προ covid συνθήκες με την λήξη των περιορισμών με υψηλότερα ποσοστά πληρότητας.
- Στα αστικά και ορεινά καταλύματα τα ποσοστά επανήλθαν άμεσα σε προ covid τιμές. Στα παραθαλάσσια υπάρχει μικρή υστέρηση.
- Στο μείγμα των επισκεπτών το 78% είναι Έλληνες. Υπήρχε μεγαλύτερος εμπλουτισμός με αλλοδαπούς σε σχέση με το μείγμα του 2020 αλλά τα ποσοστά συμμετοχής των αλλοδαπών παραμένουν χαμηλότερα από την προ covid 5ετία.

- Βασικές αγορές παραμένουν το Ισραήλ, η Ρουμανία, η Γαλλία και η Γερμανία. Η Γαλλία εδραιώνεται σταδιακά.
- Οι μεμονωμένοι είναι οι βασικοί επισκέπτες καθώς αποτελούν το 82% των πελατών των καταλυμάτων.
- Η τιμή δωματίου αυξήθηκε ως μέση τιμή. Η κυρίαρχη τάση αφορούσε την διατήρηση της σταθερής τιμής για τα περισσότερα καταλύματα και την αύξηση σε κάποια από αυτά. Η απόφαση αυτή για διατήρηση ή και αύξηση ήταν σωστή καθώς οι μέσες πληρότητες ήταν αυξημένες και δεν επηρεάστηκαν.
- Ουδέτερη προσδοκία με μικρή θετική τάση διατυπώνεται από τα καταλύματα για το μέλλον του κλάδου, η οποία διαμορφώνεται κυρίως από τα κλασικού τύπου καταλύματα.
- Η νέα αεροπορική σύνδεση φαίνεται να έχει ως κύρια δεξαμενή πελατών το Ηράκλειο και τη Μαγνησία.
- Κύριος επίσης προορισμός είναι ο Βόλος και το Πήλιο.
- Βασικός λόγος δηλώθηκε η αναψυχή.
- Η πρόθεση επανάληψης ταξιδιού είναι πολύ υψηλή και παραμένει για όλες τις περιόδους του έτους. Το καλοκαίρι επιλέγεται συγκριτικά υψηλότερα από τους κατοίκους Μαγνησίας ενώ το Φθινόπωρο και ο Χειμώνας συγκριτικά υψηλότερα για τους κατοίκους της Κρήτης.

## Συνεπώς

1. Η ψηφιακή προβολή με τα μέσα Κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να διατηρηθεί ως σημαντικό στοιχείο του μείγματος προβολής
2. Η αξιοποίηση virtual δράσεων σε αντικατάσταση δια ζώσης [εκθέσεις, εργαστήρια κλπ] θα πρέπει να αντιμετωπιστούν με φειδώ και να αξιολογούνται ad hoc καθώς δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα
3. Η άμεση επαναφορά της αγοράς σε προ covid κινήσεις απαιτεί την υλοποίηση δράσεων προβολής με την ένταση που χαρακτήριζε την προ covid περίοδο και όχι τη σταδιακή προσαρμογή
4. Η επιμήκυνση της περιόδου είναι κάτι περισσότερο από αναγκαία συνθήκη για ανάκαμψη και οι συμπληρωματικές υπηρεσίες, πέρα από το πακέτο Ήλιος – Θάλασσα, υποχρεωτική επιλογή. Η προώθηση του PelionRoutes και μαζί με αυτό, όλων των υπαίθριων και θαλάσσιων δραστηριοτήτων είναι βασική επιλογή
5. Βασικές αγορές παραμένουν η Ελλάδα, το Ισραήλ, η Ρουμανία, η Γαλλία και η Γερμανία. Η Γαλλία εδραιώνεται σταδιακά. Ενισχυτικά οι Γαλλόφωνες – Γερμανόφωνες αγορές.
6. Οι μεμονωμένοι είναι οι βασικοί επισκέπτες και συνεπώς στη στρατηγική προβολής θα κυριαρχεί η γενική επικοινωνία – awareness κοινού και η στοχευμένη ενημέρωση σε specialists.

## Ο προορισμός και ο αντίκτυπος στο κοινό

Ιδιότητα		vs	Προορισμός μαζικού
Επισκέπτης	<b>Ταξιδιώτης</b>		Τουρίστας
Μέγεθος επιχείρησης	<b>Μικρή</b>		Μεγάλη
Ανάπτυξη	<b>Ήπια</b>		Ραγδαία χωρίς σχέδιο
Λήψη αποφάσεων	<b>Τοπική</b>		Πολυεθνική
Επιδράσεις	<b>Ήπιες</b>		Απρόβλεπτες
Τύπος ταξιδιού	<b>Ατομικός, οικογενειακός</b>		Ομαδικός
Διάρκεια	<b>Επιθυμία επισκεπτών</b>		Πακέτο
Μέσα μετακίνησης	<b>Επιθυμία επισκεπτών</b>		Charters
Χαρακτήρας ταξιδιού	<b>Ενεργητικό / εμπειρίες</b>		Παθητικό / άνετο
Σκοπός	<b>Ενεργητικός</b>		Παθητικός
Αντιμετώπιση πολιτισμού	<b>Με ενδιαφέρον</b>		Με μικρή περιέργεια
Επαφές με ντόπιους	<b>Φιλικές / προσωπικές</b>		Απρόσωπες
Δαπάνη	<b>Μεγάλη</b>		Μικρή
Ψυχολογία τουρίστα	<b>Ατομική / ανεξάρτητη</b>		Ομαδική
Εμπειρίες	<b>Ζωηρές / πρωτόγνωρες</b>		Ελάχιστες

## Ενδεικτικό Αφήγημα καμπάνιας

Καλώς όρισες στον Βόλο και το Πήλιο.

Έναν τόπο στην Ελλάδα που συνδυάζει το βουνό με τη θάλασσα προσφέροντας έναν αγνό αυθεντικό τρόπο ζωής.

Εξερεύνησε τη θάλασσα στο λιμάνι των Αργοναυτών

ανακάλυψε τη φύση στο βουνό των Κενταύρων,

συνάντησε παραδοσιακά χωριά,

γνώρισε τους ντόπιους, τα έθιμα, τα πανηγύρια,

ζήσε πρωτόγνωρες εμπειρίες.

Κάθε χωριό και μια αποκάλυψη, κάθε μέρα και μια περιπέτεια, κάθε αρχή μονοπατιού και μια ευκαιρία για ένα νέο ταξίδι.

Ανακάλυψε 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.

Ιστορίες που κάνουν τους ανθρώπους ήρωες και μιλούν για ταξίδια, περιέργεια, αναζήτηση, προσπάθεια, ανταμοιβή.

Ιστορίες που υμνούν τη ζωή, τη χαρά και τα πάθη αλλά και για τους καρπούς της γης και των ανθρώπων.

Γνώρισε τον Βόλο και το Πήλιο μέσα από υπηρεσίες που προσφέρονται προς τους ταξιδιώτες, πάντα με σεβασμό στον άνθρωπο και τον τόπο.

Ο Βόλος και το Πήλιο είναι ένας τόπος απλός μα αληθινός.

## **Κοινό**

Μεμονωμένοι όπου στη στρατηγική προβολής θα κυριαρχεί η γενική επικοινωνία – awareness

και στοχευμένη ενημέρωση σε specialists

## **Αγορές**

Ελλάδα,  
Ισραήλ,  
Ρουμανία  
Γαλλία  
Γερμανία

Και συμπληρωματικά BENELUX, Ελβετία, Πολωνία, Αυστρία  
και οι παραδοσιακές των Βαλκανίων ή και Ιταλίας ως αγορές κοντινής απόστασης.

## **Στόχοι**

**Στόχος 1. Αναγνωρισιμότητα του τόπου ως προορισμός ταξιδιών  
Προβολή και ανάδειξη της ταξιδιωτικής εμπειρίας**

**Στόχος 2. Αύξηση επισκεπτών ιδίως τους μήνες εκτός υψηλής  
τουριστικής περιόδου προσεγγίζοντας τόσο το ταξιδιωτικό κοινό όσο  
και τουρίστες ειδικών κατηγοριών**

## **Καμπάνια**

**Ενισχυτικά του VolosPelion, προωθείται το Pelion Routes ως νέο  
προϊόν των τριών Δήμων του συνολικού προορισμού**

## **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. Εμπλουτισμός περιεχομένου σε φωτογραφικό υλικό, κείμενα και βίντεο
2. Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής / διαφημιστικών Spots
3. Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής / παρουσιάσεων
4. Διαχείριση και περαιτέρω ανάπτυξη των λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης
5. Διαδικτυακή προβολή, διαφήμιση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με ηλεκτρονικές σελίδες και στις σελίδες του προορισμού

### **Άξονας 3 Θεματική προσέγγιση – Pelion Routes**

1. Θεματική καμπάνια μέσω των εκθεσιακών συμμετοχών σε Ελλάδα και εξωτερικό.
2. Προβολή εντός των εκθέσεων με την ανάδειξη outdoor activities
3. Προβολή εκτός εκθέσεων με εκδηλώσεις, δράσεις δρόμου, festival, workshops αυτόνομα ή στο πλαίσιο άλλων διοργανώσεων με την ανάδειξη outdoor activities
4. Απόκτηση υλικού βάσης
5. Δημιουργικό - παραγωγή πληροφοριακού υλικού πεζοπορικών διαδρομών Pelion Routes

6. Δημιουργικό – παραγωγή υλικού προβολής Pelion Routes και συνοδευτικών outdoor activities
7. Ψηφιακή καμπάνια social media
8. Web σελίδα
9. Δημιουργία app Pelion Routes
10. Πιστοποίηση διαδρομής – υποστήριξη διαδρομής
11. Προβολή με κλασικά μέσα (Εκδηλώσεις – δραστηριότητες – εκθέσεις) αλλά με θεματική στόχευση

#### **Άξονας 4 Εμπλουτισμός παρεχόμενων υπηρεσιών / Νέες δράσεις**

1. Ανάπτυξη εφαρμογών τουριστικής προβολής για κινητά τηλέφωνα-Παραγωγή App i-area
2. Ακτές – οργάνωση, υποστήριξη και βελτίωση/ανανέωση εξοπλισμού
3. Σύνδεση πεζοπορίας και πολιτιστικών στοιχείων
4. Νέα δράση – bike friendly destination

#### **Άξονας 5. Υποστήριξη**

1. Έρευνες
2. Αξιολόγηση - παρακολούθηση

Εξειδικεύσεις...

**Άξονας 1. Προβολή με κλασικά μέσα 1.** Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις

ΧΩΡΑ	ΠΟΛΗ	Ημ/νία	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗΣ	Τύπος έκθεσης	Συμμετοχή ΕΟΤ	προτεραιότητα
<b>A εξάμηνο</b>						
ΙΑΝ						
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	ΟΥΤΡΕΧΤΗ	13-16/1	VAKANTIEBEURS	Κοινού Outdoor	ναι	A
ΑΥΣΤΡΙΑ	ΒΙΕΝΝΗ	13-16/1	FERIEN-MESSE WIEN	Κοινού	ναι	B
ΕΛΒΕΤΙΑ	ΖΥΡΙΧΗ	27-30/1	FESPO	Κοινού	ναι	A
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΝΤΥΣΕΛΝΤΟΡΦ	22-30/1	BOOT	Θαλάσσιος	ναι	C
ΦΕΒ						
ΒΕΛΓΙΟ	ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ	3-6/2	SALON DE VACANCES	Κοινού	ναι	A
ΙΣΡΑΗΛ	ΤΕΛ ΑΒΙΒ	8-9/2	Tourism fair International (IMTM)	Κοινού	ναι	A
ΙΤΑΛΙΑ	ΜΙΛΑΝΟ	13-15/2	BIT	Κοινού	όχι	B
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	ΣΟΦΙΑ	24-25/2	HOLIDAY & SPA EXPO	Κοινού	όχι	B
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΧΟ	16-20/2	FREE	Κοινού Outdoor	όχι	A
ΣΕΡΒΙΑ	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ	24-27/2	Sajam Tourism - IFT	Κοινού	ναι	A
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	Ουτρέχτη	25-26/2	FIETS EN WANDELBEURS	Κοινού outdoor	όχι	C

ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ	...../2	Targul Turism Romaniei (TTR)	Κοινού	ναι	A
ΜΑΡΤ						
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΒΕΡΟΛΙΝΟ	9-13/3	ITB	Επαγ/κή	ναι	B
ΓΑΛΛΙΑ	ΠΑΡΙΣΙ	17-20/3	Salon Mondial du Tourisme	Κοινού outdoor	όχι	A
ΑΠΡ						
ΜΑΙ						
ΚΥΠΡΟΣ	ΛΕΥΚΩΣΙΑ		ΤΑΞΙΔΙ	Κοινού	ναι	B
<b>B εξάμηνο</b>						
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΝΤΙΣΕΛΝΤΟΡΦ	Σεπτέμβριος	TOURNATOUR	Κοινού outdoor	ναι	B
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΠΟΖΝΑΝ	Οκτώβριος	TOUR SALON	Κοινού	όχι	B
ΑΓΓΛΙΑ	ΛΟΝΔΙΝΟ	Νοέμβριος	WTM	Επαγ/κη	ναι	B
ΕΛΛΑΔΑ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	Νοέμβριος	PHILOXENIA	Κοινού		A
ΕΛΛΑΔΑ	ΑΘΗΝΑ	Νοέμβριος	Ζάππειο / panorama / ΑΙΤε/ κλπ	Κοινού		A
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΑΡΣΟΒΙΑ	Νοέμβριος	TRAVEL SHOW TT WARSAW	Κοινού	ναι	A



## 2. Συμπληρωματικές δράσεις και Εκδηλώσεις εντός των εκθέσεων- road shows

Οι εκθεσιακές συμμετοχές

Α. θα προβάλλουν ενιαία τον προορισμό VolosPelion

Β. θα προωθήσουν ως καμπάνια το προϊόν Pelion Routes και τις δυνατότητες Outdoor activities του τόπου  
Για να γίνει αυτό, η συνολική εικόνα της εκθεσιακής παρουσίας θα στραφεί προς τη φύση και το βουνό

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

Δράσεις που θα αξιοποιηθούν είναι:

- **Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών**
- **Παρουσιάσεις κοινού**
- Παρουσιάσεις ειδικού ακροατηρίου
- **B2B συναντήσεις με TO**
- **B2B συναντήσεις με press και media**
- **Εκδηλώσεις γενικές – προώθησης προορισμού και πληροφόρησης**
- Εκδηλώσεις γαστρονομίας – τοπικής παράδοσης
- Παρουσιάσεις ειδικών μορφών τουρισμού

κλπ

### 3. Προβολή σε χώρες του εξωτερικού και σε πόλεις του εσωτερικού

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

- **δράσεις πληροφόρησης κοινού,**
- προβολής μεμονωμένων επισκεπτών
- workshop με ΤΟ και press
- συμπληρωματικών δράσεων όπως παραπάνω δηλαδή
  - i. Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών
  - ii. Παρουσιάσεις κοινού
  - iii. Παρουσιάσεις ειδικού ακροατηρίου
  - iv. **B2B συναντήσεις με ΤΟ**
  - v. **B2B συναντήσεις με press και media**
  - vi. **Εκδηλώσεις γενικές – προώθησης προορισμού και πληροφόρησης**
  - vii. Εκδηλώσεις γαστρονομίας – τοπικής παράδοσης
  - viii. Παρουσιάσεις ειδικών μορφών τουρισμού
  - ix. κλπ

οι εκδηλώσεις θα γίνουν είτε με τη μορφή μεμονωμένης εκδήλωσης, είτε με τη μορφή συνεχόμενου **roadshow πχ VolosPelion on tour**

η επιλογή των περιοχών θα προκύψουν από τις σταθερές και έκτακτες ανάγκες προβολής πχ ενδυνάμωση αεροπορικών συνδέσεων ή αξιοποίηση συνδυαστικής προώθησης προϊόντος με άλλη δράση πχ festival  
η δράση θα γίνεται με την συνδρομή τοπικών φορέων [τοπικού δικτύου] και τον κατά τόπους φορέων και ομάδων υποστήριξης.

Ενδεικτική δράση η προβολή του προορισμού εντός Κρήτης στο πλαίσιο αξιοποίησης της αεροπορικής σύνδεσης

#### **4. Συμμετοχή σε B2B workshops, επαγγελματικά ταξίδια παρουσίασης, εκδηλώσεις παρουσίασης προορισμού**

Προβολή σε αγορές κυρίως του εξωτερικού ή/και σε κοινό θεματικού τουρισμού 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 και roadshows με αντίστοιχη στόχευση
- Ενισχυτικά όλα τα παραπάνω μπορούν να υλοποιηθούν διαδικτυακά ή και με υβριδική μορφή με συμμετοχή σε διαδικτυακά σεμινάρια (webinars)

#### **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 κλπ.

Οι αγορές των fam / press trip είναι κυρίως οι αγορές στόχου καθώς συνδιοργανώνονται με τα γραφεία του ΕΟΤ που έχει εδραιωθεί συνεργασία

#### **6. Παραγωγή και εκτύπωση – επανεκτύπωση έντυπου υλικού τουριστικής προβολής**

#### **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:

- Επαναεκτύπωση υλικού τουριστικής προβολής / πληροφόρησης
- Δημιουργικό και παραγωγή υλικού προώθησης outdoor activities και πεζοπορίας
- Επανεκτύπωση συνοπτικού εντύπου με σκοπό την υποστήριξη μαζικών αφίσων [συνέδρια / μουσεία / καταλύματα / εκδηλώσεις / σχολικό & αθλητικό τουρισμό]

8. **Διαφημιστικός χώρος 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 [πχ νέα πτήση / εκδήλωση κλπ]

## Αξονας 2. Ψηφιακή προβολή

1. **Εμπλουτισμός περιεχομένου** και σε φωτογραφικό υλικό, κείμενα και βίντεο  
 Συνεχής εμπλουτισμός υλικού.  
 Στοχευμένη κάλυψη θεμάτων με σκοπό την υποστήριξη ad hoc καμπάνιας  
 Παραγωγή αλλά και προμήθεια υλικών  
 Θα γίνει προσπάθεια εστίασης σε τουλάχιστον μία καμπάνια Pelion Routes
2. **Παραγωγή υλικού τουριστικής προβολής / διαφημιστικών Spots Pelion Routes - outdoor**  
 Δημιουργία σειράς διαφημιστικών spot με σκοπό την διαδικτυακή προώθηση.  
 Κύρια αξιοποίηση στο διαδίκτυο.  
 Ενισχυτικά και συμπληρωματικά θα πλαισιώσει παρουσιάσεις κοινού και media.
3. **Διαχείριση ιστότοπου και περαιτέρω ανάπτυξη των λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**  
 Συνεχή εμπλουτισμός περιεχομένου του site [www.volosinfo.gr](http://www.volosinfo.gr) και σύνδεση των [www.volosinfo.gr](http://www.volosinfo.gr) και του [www.pelionroutes.gr](http://www.pelionroutes.gr). Προστασία και ασφάλεια των σελίδων.
4. **Διαδικτυακή προβολή, διαφήμιση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης**  
 Στοχευμένη διαφήμιση σε αγορές στόχους, θεματική προσέγγιση με καμπάνιες προβολής, διαδικτυακή προβολή, διαφήμιση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης.  
**Ηλεκτρονική 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.
5. **Ανάπτυξη και παραγωγή εφαρμογών smart device για την πληροφόρηση επισκεπτών**  
 Αφορά την παραγωγή smart app που θα υποστηρίξουν την καλύτερη πληροφόρηση των επισκεπτών συμπληρωματικά με την έντυπη υποστήριξη και την λειτουργία του info center.

### **Άξονας 3 Θεματική προσέγγιση – διασφάλιση λειτουργίας και προώθηση πεζοπορικού δικτύου Pelion Routes**

Οι δράσεις προκύπτουν από τις θεματικές εξειδικεύσεις των δράσεων των Αξόνων 1 και 2.

Η παρακάτω αναφορά αποτελεί ένα καλάθι των δράσεων που δημιουργούνται μέσω των παραπάνω αξόνων και η αναφορά τους πραγματοποιείται ώστε να γίνει κατανοητή η συνεκτικότητά τους και η θεματική τους στόχευση.

#### **3.1 Προώθηση [ΚΑΜΠΑΝΙΑ έτους 2022]**

##### **3.1.1 Θεματική καμπάνια μέσω των εκθεσιακών συμμετοχών σε Ελλάδα και εξωτερικό. [προτεραιότητα Α]**

Η θεματική προσέγγιση αφορά τόσο την επιλογή των εκθέσεων όσο και την επιλογή του lay out της συμμετοχής

##### **3.1.2 Προβολή εντός των εκθέσεων με την ανάδειξη outdoor activities [προτεραιότητα Α]**

##### **3.1.3 Προβολή εκτός εκθέσεων με εκδηλώσεις, δράσεις δρόμου, festival, workshops αυτόνομα ή στο πλαίσιο άλλων διοργανώσεων με την ανάδειξη outdoor activities [προτεραιότητα Β]**

##### **3.1.4 Παραγωγή ή/και απόκτηση υλικού βάσης [προτεραιότητα Α]** Παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού, video, φωτογραφιών κλπ. Editing - Παραγωγή πληροφορίας και κειμένων.

##### **3.1.5 Δημιουργικό - παραγωγή πληροφοριακού υλικού πεζοπορικών διαδρομών Pelion Routes [προτεραιότητα Α]**

Αφορά χρηστικό έντυπο πληροφόρησης με στόχο την υποδοχή και εξυπηρέτηση ειδικού κοινού. Το έντυπο θα λειτουργεί συμπληρωματικά με τα υπόλοιπα υλικά, χάρτης, ιστοσελίδα κλπ που βρίσκονται σε υλοποίηση.

**Συμπληρωματικά** Επανεκτύπωση χαρτών πεζοπορίας [έχει γίνει η αρχική παραγωγή 2020]

##### **3.1.6 Δημιουργικό – παραγωγή υλικού προβολής Pelion Routes και συνοδευτικών outdoor activities [προτεραιότητα ΑΒ]**

Δημιουργία και Παραγωγή υλικού προβολής Pelion Routes και συνοδευτικών outdoor activities.

Τοποθέτηση διαφημιστικών υλικών στα σημεία εισόδου ΚΤΕΛ- Αεροδρόμιο, λιμάνι κλπ [προτεραιότητα Α]

Ντύσιμο λεωφορείων που κινούνται εντός του Νομού (ΚΤΕΛ Μαγνησίας) [προτεραιότητα Β]

Ντύσιμο όψης info center [προτεραιότητα Α]

Παραγωγή αφισών και διανομή - τοποθέτηση σε καταλύματα [προτεραιότητα Α]

**3.1.7 Ψηφιακή καμπάνια social media [προτεραιότητα Α]**

**3.1.8 Διατήρηση web σελίδας [Αρχική παραγωγή την περίοδο 2019-2020]**

**3.1.9 Δημιουργία app Pelion Routes [προτεραιότητα Β]**

**3.1.10 Πιστοποίηση διαδρομής – υποστήριξη διαδρομής** Εξέταση πιστοποίησης διαδρομής. Αποτελεί σειρά ενεργειών δικτύωσης σε τοπικό επίπεδα, και σε Ελληνικό ή . και ευρωπαϊκό ώστε να διερευνηθούν και σε περίπτωση θετικής εισήγησης, να υλοποιηθούν οι ενέργειες προετοιμασίας, μελέτης, εκπαίδευσης στελεχών, προετοιμασίας και κατάθεσης φακέλου, ελέγχου και πιστοποίησης της διαδρομής. [προτεραιότητα Γ]

**3.1.11 Εκδηλώσεις / [προτεραιότητα Α - πιλοτικά] Δραστηριότητες – εκθέσεις**

Τοπικού χαρακτήρα με στόχο την κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών, επαγγελματιών, σχολείων, εθελοντών κλπ

	3.2.1	3.2.2	3.2.3	3.2.4	3.2.5	3.2.6	3.2.7	3.2.8	3.2.9	3.2.10	3.2.11
<b>1</b>											
<b>1.1</b>	<b>v</b>										
<b>1.2</b>		<b>v</b>									
<b>1.3</b>			<b>v</b>								<b>v</b>
<b>1.4</b>											
<b>1.5</b>											
<b>1.6</b>				<b>v</b>							
<b>1.7</b>					<b>v</b>	<b>v</b>					
<b>1.8</b>						<b>v</b>					
<b>2</b>											
<b>2.1</b>				<b>v</b>							
<b>2.2</b>				<b>v</b>		<b>v</b>					
<b>2.3</b>							<b>v</b>				
<b>2.4</b>								<b>v</b>			
<b>2.5</b>									<b>v</b>		

#### **Άξονας 4. Εμπλουτισμός υπηρεσίας – βελτίωση υποδομής**

##### **4.1 Ανάπτυξη εφαρμογών τουριστικής προβολής για κινητά τηλέφωνα-Παραγωγή App i-area – ΣΕ ΕΞΕΛΙΞΗ** [Προτεραιότητα Α]

##### **4.2 Ακτές – οργάνωση και υποστήριξη ακτών** [Προτεραιότητα Α]

- Ενέργειες συμμετοχής στο πρόγραμμα και υποβολής φακέλου
- Ναυαγοσωστική κάλυψη ή κάλυψη με υπεύθυνο ακτής / επέκταση κάλυψης σε ακτές εκτός πολυσύχναστων
- Οριοθέτηση ακτών
- Τοποθέτηση και παροχή υπηρεσίας με Χημικές τουαλέτες
- Συνεργασία με λοιπές υπηρεσίες Δ. Βόλου [Δ/νη Τεχνικών Υπηρεσιών] για την αναβάθμιση του εξοπλισμού παραλίας και [Δ/νη Καθαριότητας]
- 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
- Ετήσια τοποθέτηση εξοπλισμού πρόσβασης για άτομα μειωμένης κινητικότητας

#### 4.3 Σύνδεση πεζοπορίας και πολιτιστικών στοιχείων διαδρομής [Προτεραιότητα Β]

Στα χωριά που βρίσκονται στο μήκος της πεζοπορικής διαδρομής: Μακρινίτσα, Σταγιάτες, Πορταριά, Δράκεια, Άγιος Βλάσιος, Άγιος Λαυρέντιος, Άνω Λεχώνια προτείνεται να αναπτυχθεί ενιαία σήμανση πολιτιστικών πόρων και αξιοθέατων κάθε τύπου. Ως αποτέλεσμα σε κάθε χωριό θα αναπτυχθεί μια ενοποιημένη ταυτότητας εμπλουτισμένη σήμανση πόρων που θα μπορεί να λειτουργεί για κάθε χωριό μεμονωμένα, αλλά επιπρόσθετα, στο πλαίσιο της σύνδεσης των χωριών αυτών με την υπάρχουσα διαδρομή πεζοπορίας θα προκύψει μια ενιαία διαδρομή-ξενάγηση εμπλουτίζοντας την πεζοπορική εμπειρία και αναδεικνύοντας το πολιτιστικό απόθεμα σε ένα μονοπάτι - καλντερίμι 30χλμ.

Το έργο θα αφορά σε πρώτη φάση μελέτη σήμανσης που θα περιλαμβάνει ενδεικτικά:

Επιλογή των σημείων/ μνημείων/ αξιοθέατων που θα περιλαμβάνονται

Μελέτη του συστήματος οδοσήμανσης – πληροφόρησης καθοδήγησης επισκεπτών

Μελέτη των υλικών με σκοπό την εναρμόνιση με τον τόπο

Προτάσεις / διαφοροποιήσεις / επιμέρους στοιχεία σήμανσης ως προς τις ανάγκες κάθε σημείου

Ανάπτυξη περιεχομένου ανά σημείο / τεκμηρίωση

Τυπογραφικές αισθητικές επιλογές / εικονογράφηση σημείων

Επιλογές θέσεων σήμανσης σε διαδρομές

Κατασκευαστικά σχέδια / μακέτες

Το αποτέλεσμα της μελέτης θα είναι το εισερχόμενο ώστε να διαμορφωθεί το έργο της κατασκευής και τοποθέτησης των στοιχείων στους τόπους.

#### 4.4 Νέα δράση – bike friendly destination [Προτεραιότητα Β]

Διερεύνηση της ανάπτυξης ποδηλατικής ταυτότητας ως μέρος της υποστήριξης εμπλουτισμένης ταξιδιωτικής εμπειρίας στον προορισμό. Η ανάπτυξη του ποδηλατικού τουρισμού συμβάλλει στην προσέλκυση επισκεπτών από την ομάδα στόχου δηλαδή Ταξιδιωτών έναντι των τουριστών, ενισχύοντας το προφίλ του προορισμού με προφανή οφέλη στην τοπική αγορά.

Το δίκτυο «Bike Friendly», είναι ένα δίκτυο που αναπτύσσεται στο παραπάνω πλαίσιο αποτελώντας ενδεχόμενα μια καλή ευκαιρία ταύτισης του προορισμού με την παραπάνω κατεύθυνση. Εκτός από Δήμους-προορισμούς περιλαμβάνει ξενοδοχεία καθώς κι ένα μεγάλο αριθμό συνεργαζομένων επιχειρήσεων, που αφορούν το ποδήλατο όπως υπηρεσίες ενοικίασης και επισκευής ποδηλάτων, καθώς επίσης οργάνωσης εκδηλώσεων και εκδρομών με ποδήλατο.

Η NATTOYP και η Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης δημιούργησαν το σήμα «Bike Friendly». Το σήμα πιστοποιεί ότι ένας Δήμος-προορισμός πληροί μια σειρά πανευρωπαϊκά αποδεκτών κριτηρίων, που δημιουργούν «ποδηλατική ταυτότητα» στον προορισμό, και διευκολύνουν τον επισκέπτη να χρησιμοποιήσει το ποδήλατο στη διάρκεια των διακοπών του.

Ο προγραμματισμός από τον Δ. Βόλου δράσεων που αφορούν το ποδήλατο, αναμένεται να λειτουργήσει θετικά και στην διάσταση του τουρισμού και το παραπάνω πλαίσιο μπορεί να εδραιώσει μια τέτοια ταυτότητα. Αυτή ενδεχόμενα λειτουργήσει συμπληρωματικά με την ενίσχυση της πεζοπορικής ταυτότητας του προορισμού αλλά και την προσπάθεια ενδυνάμωσης της παρουσίας των outdoor activities στο καλάθι τουριστικών εμπειριών του προορισμού.

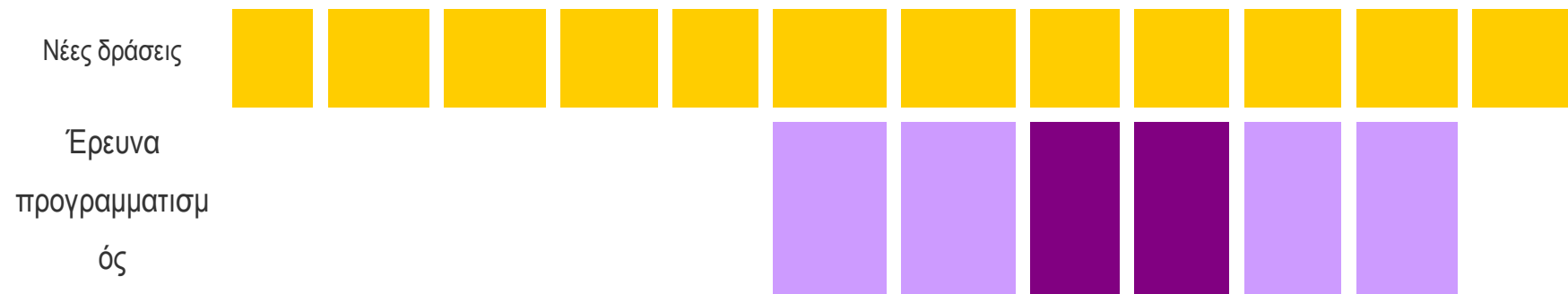
Προγραμματίζεται συνεπώς η περεταίρω αναζήτηση των υποχρεώσεων που θα δημιουργηθούν για τον Δήμο από την ενδεχόμενη πιστοποίηση του ως «Bike Friendly» με σκοπό τα οφέλη της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, ώστε να αποφασιστούν τα επόμενα βήματα.

**Άξονας 5.**

**5.1 Έρευνες Κοινού**

**5.2 Αξιολόγηση – παρακολούθηση**





## Προϋπολογισμός

Κωδικός	Περιγραφή	2.022.00
00.6113001	Αμοιβές μεταφοραστών	2.000.00
00.6431801	Εξοδα ενημέρωσης και προβολής δραστηριοτήτων του Δήμου της Δ/σης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	25.000.00
00.6432801	Δαπάνες εκθέσεων στο εσωτερικό και στο εξωτερικό της Δ/σης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	30.000.00
706422801	Οδοιπορικά έξοδα και αποζημίωση μετακινούμενων υπαλλήλων της Διεύθυνσης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	10.000.00
706615801	Εκτυπώσεις, εκδόσεις, βιβλιοδετήσεις της Δ/σης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	25.000.00
706652801	Προμήθεια φωτογραφικού υλικού- φωτογραφίες, λήψη βίντεο	5.000.00
706117801	Ναυαγοσωστική κάλυψη πολυσύγναστων ακτών	190.000.00
706117802	Οριοθέτηση γραμμής λουομένων και επίβλεψή της	15.000.00
706142801	Αμοιβή συμμετοχής στο πρόγραμμα γαλάζιων σημαίων	5.000.00
706262801	Συντήρηση και επισκευή λοιπών μονίμων εγκαταστάσεων (πλν κτιρίων έργων)	30.000.00
706264801	Συντήρηση και επισκευή λοιπών μηχανημάτων της Δ/σης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης - sea access	5.000.00
706279802	Μίσθωση γηικών τουαλετών και καθημερινός καθαρισμός τους για τις ανάγκες του προγράμματος Γαλάζιων Σημαίων	15.000.00
706681801	Υλικά φαρμακείου της Δ/σης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	2.500.00
706691801	Προμήθεια ειδών σημαιοστολισμού και φωταγωγήσεων	2.000.00
706699804	Προμήθεια εξοπλισμού ναυαγοσωστών	1.000.00
706142802	Αμοιβή ανάπτυξης σήμανσης ανάδειξης πολιτιστικών - τουριστικών πόρων	25.000.00
706261817	Συντήρηση και επισκευή κτιρίων ακινήτων του Δήμου της Δ/σης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	5.000.00
706263801	Συντήρηση και επισκευή μεταφορικών μέσων της Δ/σης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	3.000.00
706265810	Συντήρηση και επισκευή επίπλων και λοιπού εξοπλισμού, σκευών και λοιπού εξοπλισμού της ΔΤΟΑ	2.000.00
706266801	Συντήρηση εφαρμογών λογισμικού της Δ/σης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	4.000.00
706278801	Δαπάνες φύλαξης κτιρίων (αρθ.21 παρ. 11 ω.3731/2008) της Δ/σης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	3.000.00
706462802	Δημοσίευση προκηρύξεων έργων και εργασιών και Προμηθειών της Διεύθυνσης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	4.000.00
706613801	Προμήθεια εντύπων υπηρεσιών της Δ/σης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	1.000.00
706699801	Λοιπές προμήθειες αναλωσίμων της Διεύθυνσης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	1.000.00
706699802	Προμήθεια εργαλείων	1.000.00
707133801	Προμήθεια επίπλων της Δ/σης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	1.000.00
707133805	Προμήθεια μηχανημάτων κλιματισμού	0,00
707134804	Προμήθεια εφαρμογών - προγραμμάτων πληροφορικής και Η/Υ (λογισμικά)	1.000.00
707135807	Λοιπός εξοπλισμός της Δ/σης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	1.000.00
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>414.500.00</b>
697134801	LEADER	12.400.00
697134804	LEADER	35.960.00
696142801	LEADER	17.050.00
696266801	LEADER	2.728.00