

# Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2023

## Δήμος Βόλου / Αντιδημαρχία Τουρισμού

ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ  
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ  
**ΒΟΛΟΣ, Νοέμβριος 2022**



# Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2023

**Στοιχεία που αναφέρονται παρακάτω**

- Απολογισμός
- Έρευνα
- Δράσεις

## **Απολογισμός Τμήματος Τουρισμού Δήμου Βόλου**

Περίοδος απολογισμού Σεπ 2021 – Αυγ 2022

# Προβολή

2 Δράσεις Digital marketing

1 Press trip

5 Εκθέσεις και festival

3 Χώρες

2 Social media pages



# Προώθηση προορισμού

## Ημερολόγιο δράσεων



# Έκθεση

Νοέμβριος 2021

Philoxenia 2021, Θεσσαλονίκη, συμμετοχή με περίπτερο του προορισμού



# Έκθεση

Νοέμβριος 2021

ΑΙΤΕ, Ζάππειο Αθήνα, συμμετοχή με περίπτερο του προορισμού



# B2B

Νοέμβριος 2021

ΑΙΤΕ Ζάππειο Αθήνα, συμμετοχή με περίπτερο του προορισμού

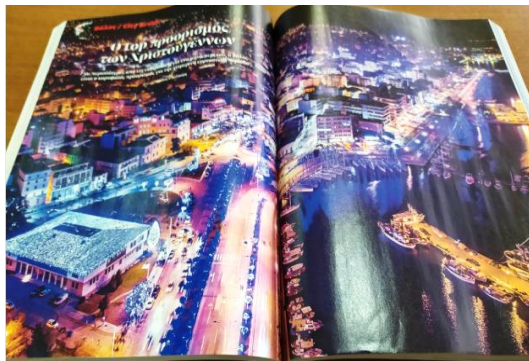




# Έντυπη προβολή

Χειμώνας 21- Καλοκαίρι 22

Έντυπη καταχώριση στο περιοδικό ΔΙΑΚΟΠΕΣ – ΒΗΜΑ της ΚΥΡΙΑΚΗΣ (10σέλιδο)  
Απευθύνεται στο ευρύ αναγνωστικό κοινό της Ελλάδας



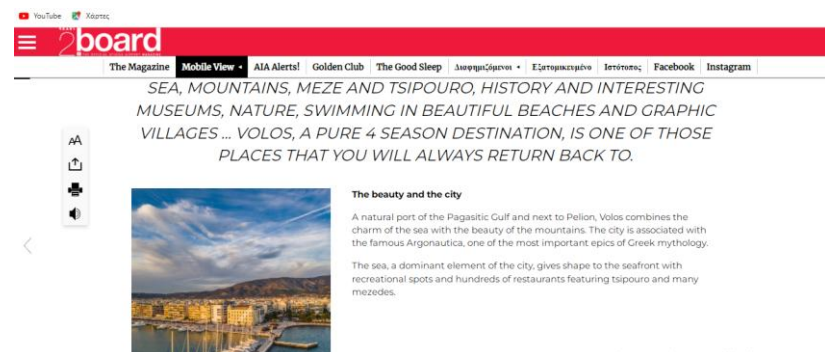




# Έντυπη προβολή

Άνοιξη 2022

Έντυπη καταχώριση στο περιοδικό 2Board, το οποίο απευθύνεται στο ευρύ κοινό εισόδου και εξόδου της χώρας μέσω της πύλης του αεροδρομίου Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος» - νέο layout και παράλληλη προβολή στην ηλεκτρονική σελίδα του περιοδικού





# Έντυπη προβολή

Άνοιξη 2022

Έντυπη καταχώριση στο περιοδικό Neafoni, συνδρομητικό πληροφοριακό μέσο με κυκλοφορία στην Γερμανία. Στόχος: Γερμανική αγορά. Το τεύχος ήταν αφιερωμένο στον Βόλο και το Πήλιο.



# Έκθεση

Άνοιξη 2022,

Συμμετοχή στην έκθεση Salon des Vacances 2022 - Βέλγιο  
Συνεκθέτης με την Ελληνική συμμετοχή – περίπτερο ΕΟΤ



# Έκθεση

Άνοιξη 2022,

Συμμετοχή στην έκθεση IFTM 2022 – Σερβία

Συνεκθέτης με την Ελληνική συμμετοχή – περίπτερο ΕΟΤ



ΠΑΡΑΣΚΗΝΙΟ

## Σε κανάλι της Σερβίας η αντιδήμαρχος Τουρισμού Βόλου

31 Ιουλίου 2022





# Press trip

Άνοιξη 2022,  
Φιλοξενία αποστολής 11 ελλήνων δημοσιογράφων  
Απρίλιος 2022, παρουσίαση προορισμού



## Βόλος – Πήλιο: Προορισμός για αυθεντικές εμπειρίες – Η Αντιδήμαρχος Τουρισμού στο GRTimes.gr

Tags#: Βόλος | Γαστρονομία | Γεωργία Μποντού Τοκαλή | Δήμος Βόλου | Εναλλακτικός Τουρισμός | Θαλάσσιος Τουρισμός | Πήλιο



08:00 | 11/04/2022

ΕΛΛΑΔΑ ΚΟΣΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΑΘΛΗΤΙΚΑ LIFESTYLE ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

## Ταξίδι Βόλος-Πήλιο: Προορισμός για όλους – Η Βιωματική εμπειρία και το τουριστικό πρόγραμμα VolosPelion

ΜΑΙΡΗ Ι. ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ



newsit.gr/category/ellada/



Ειδήσεις Πολιτική Οικονομία Ελλάδα Κόσμος Style Focus Ταξίδια Σπορ Tech Αυτοκίνητο Video Εφημερίδες

ΟΔΟΙΠΟΡΙΚΟ CNN GREECE ΤΑΞΙΔΙ

## Long Weekend στον Βόλο: Ανακαλύπτοντας κρυμμένα μυστικά και ομορφιές στον Παγασητικό



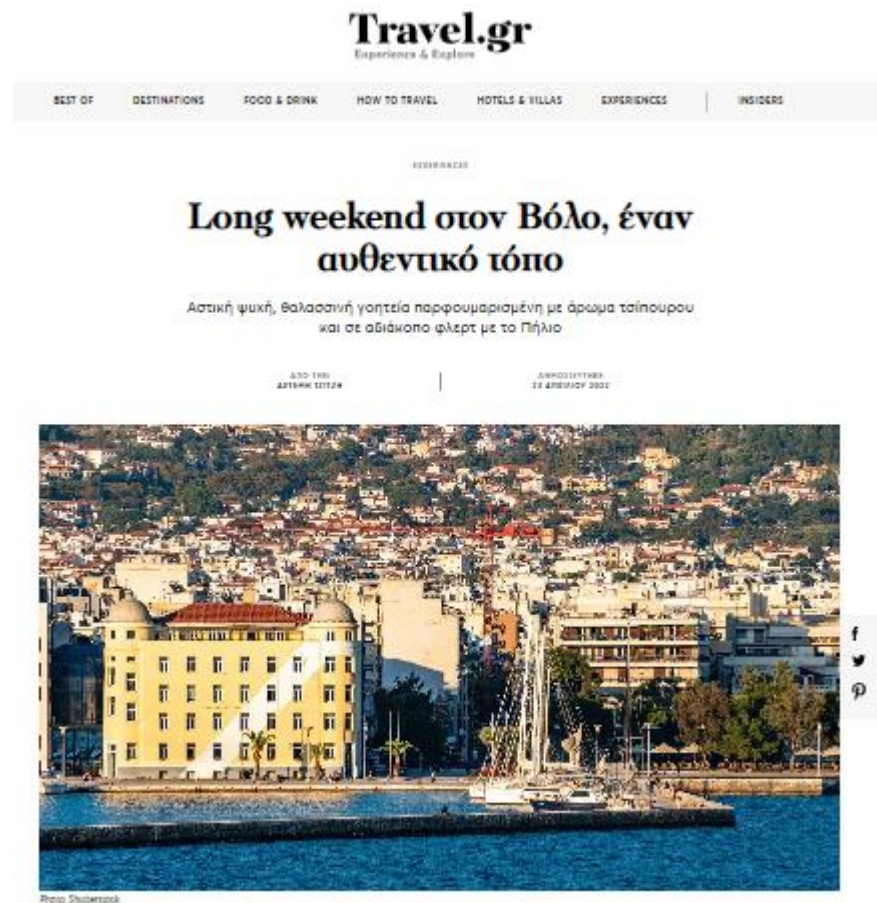
Αλέξανδρος Γαστεράτος - CNN Greece

Κυριακή, 29 Μαΐος 2022 19:45

58







# Υποδοχή

Άνοιξη 2022

Υποδοχή πρώτης πτήσης θερινής περιόδου [Easy Jet, KANA]



# Yachting Festival

Άνοιξη 2022

Συμμετοχή σε δράση θεματικής προβολής του Yachting, στην παραλία Βόλου.





# Το τσιπουράδικο

του Βόλου και της Ν. Ιωνίας

Προετοιμασία και υποβολή φακέλου ένταξης στον κατάλογο άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς

**Η αντιδημαρχία Τουρισμού συλλέγει τεκμήρια για τα παραδοσιακά τσιπουράδικα σε Βόλο και Ν. Ιωνία**

Στόχος η προβολή της τοπικής γαστρονομικής ταυτότητας

Δημοσιεύθηκε 17/08/2022 11:05



# Pelion Routes

Καλοκαίρι 2022

Εκκίνηση εργασιών καθαρισμού μονοπατιών.

[Φάση διάνοιξης διαδρομών. Αναμένεται φάση σήμανσης]



# Digital προβολή

Καλοκαίρι 2021

Συνεργασία με ΕΟΤ Κάτω Χωρών/ Μέσο: Grande.be


← → grande.be/articles/niet-als-toerist-maar-als-reiziger-griekenland-volos-pilion

**GRANDE.BE**  
Nieuws en reizen in Vlaanderen

Win een verblijf voor twee op het Griekse eiland Rhodos in Rhodos Horizon City Hotel **WIN**

HOME | GRANDE HOTELS | GRANDE DEALS | GRANDE REPORTAGES | CONTACT | NIEUWSBRIEF

Home » Niet als toerist, maar als reiziger in Griekenland: Volos Pilion



## Niet als toerist, maar als reiziger in Griekenland: Volos Pilion

Volos, een havenstad in het centrum van Griekenland, is gebouwd aan de voet van de berg Pilion. Samen vormen de stad Volos is een havenstad in het centrum van Griekenland. Gebouwd aan het binnenste punt van de Golf van Volos en aan de voet van de berg Pilion en bij het schiereiland met dezelfde naam, is het de belangrijkste toegangspoor van de zee van Thessalië.


**GREECE**  
Dit artikel kwam tot stand in samenwerking met [Visit Greece Benelux](#).

**VolosPelion**  
its true!


### Leven met een mythe in Volos

"Een van de belangrijkste mythes in onze regio, is de mythe van Jason en de Argonauten-expeditie", vertelt George. "Jason eiste het koningschap op in Iolkos. Maar hij moest eerst het Gulden Vlies te pakken krijgen. Daarom trokken Jason en de Argonauten met een houten schip, de Argo, de Zwarte Zee over. Het werd de eerste grote zee-expeditie van de Oude Grieken."


Volgens George representeert deze mythe een idee dat nog steeds leeft in de stad. "In Volos draait het leven om ontdekken, reizen en nieuwe dingen leren. Onze haven is als een poort die uitgaat op de rest van de wereld, en de toekomst".




Grieks eiland Evia: Raadselachtige drakenhuizen en magisch water



Van de roepen van de winden in de stad van de rivier de via de



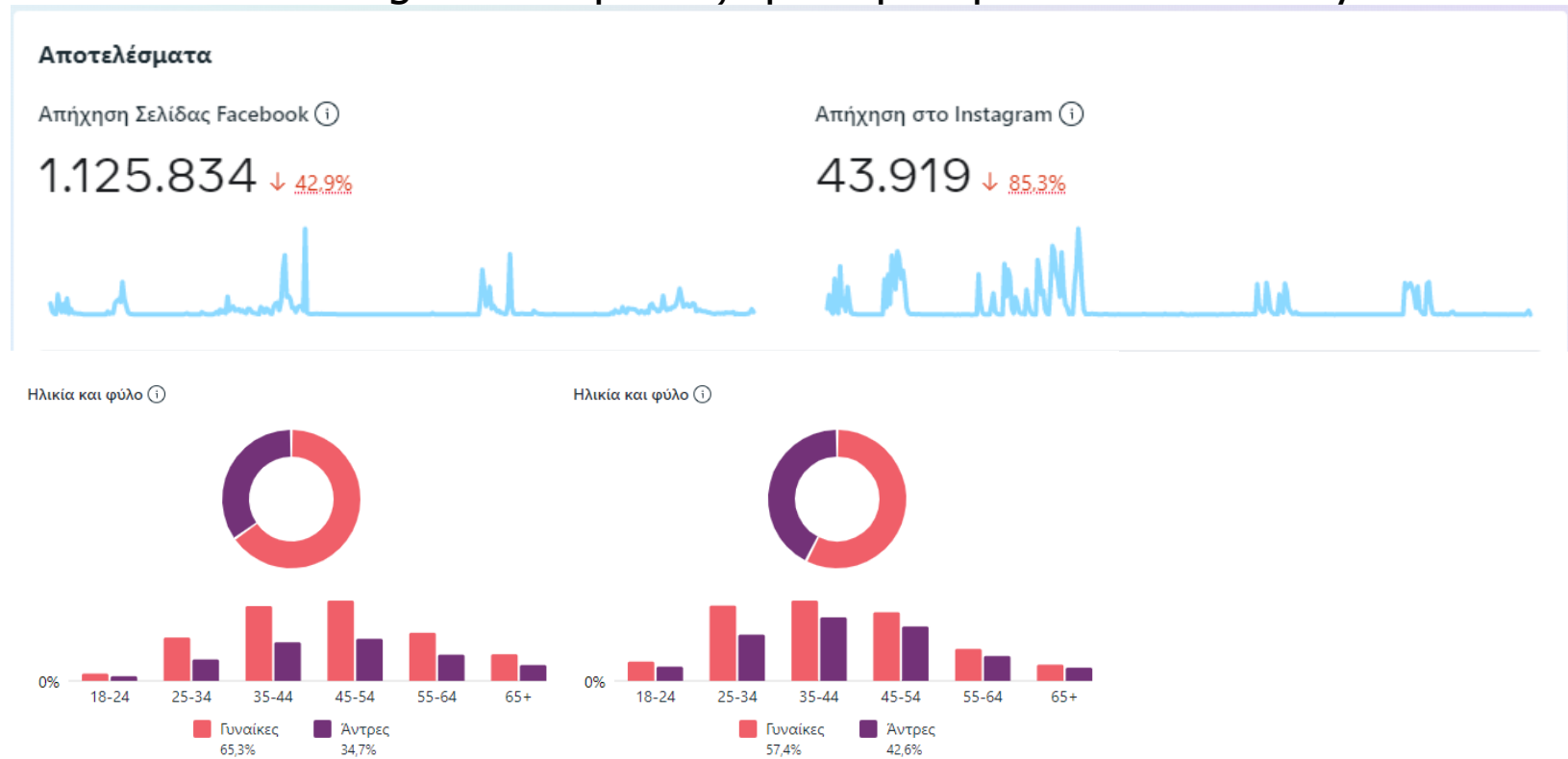
Mechelen en de Bourgondiërs: achter iedere bloeiende stad staat een sterke vrouw



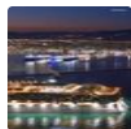


# Σελίδες μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αξιοποιούνται  
Facebook και instagram – περίοδος πριν την καμπάνια Volos – city break



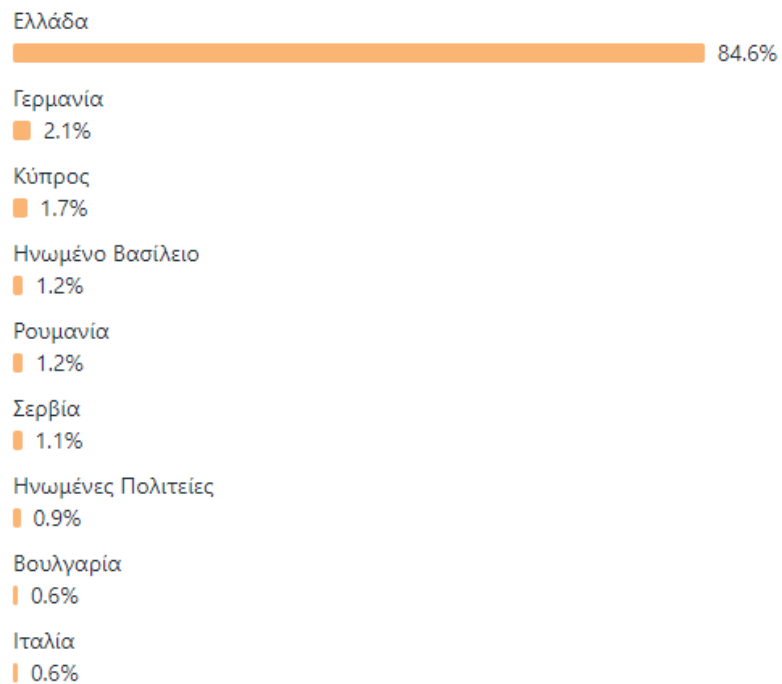
Μεγαλύτερη απήχηση σε μια δημοσίευση ⓘ



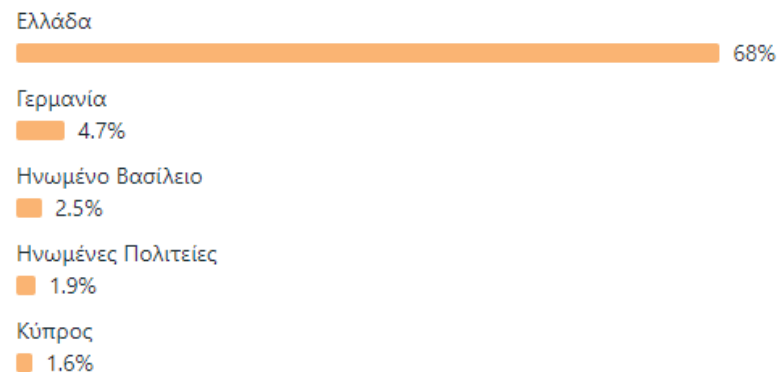
Δημοσίευση Facebook  
Volos Cruise Port - A destination  
you must visit in Greece.  
23 Ιουλ 2022, 10:42 π.μ.

Αυτή η δημοσίευση είχε απήχηση σε **1.149%**  
περισσότερα άτομα (207.176 άτομα) σε σύγκριση  
με τον μέσο όρο δημοσιεύσεών σας (16.589  
άτομα) στο Facebook.

Κορυφαίες χώρες



Κορυφαίες χώρες





# Campaign: Βόλος, προορισμός City Break

#I ♥ Volos

Κατά την περίοδο μετά την θερινή, αναπτύσσεται η καμπάνια city break.  
Σκοπός: διεύρυνση τουριστικής περιόδου  
Αφήγημα κεντρικό

## Βασικό κείμενο και αφήγημα:

Βόλος σημαίνει  
η μέρα να ξεκινά δίπλα στη θάλασσα  
με βόλτα στην παραλία και στο κορδόνι  
σημαίνει διαδρομές στον χρόνο  
και μια βόλτα στην αγορά  
γεύσεις, παρέα, τσιπουράκι με μεζέ  
Και βραδάκι στα Παλιά  
Σημαίνει όμως και  
selfie στο Μπαλκόνι του Πηλίου  
Περπάτημα στα ίχνη των Κενταύρων  
Διαδρομές με τρένο στο βουνό  
Sailing με ιστιοπλοϊκό  
Γλυκό του κουταλιού  
Και πάλι πίσω για 2 με μεζέ  
Σημαίνει αυθεντικές εμπειρίες, παράδοση, φύση  
Σημαίνει ότι Ένα Σαββατοκύριακο στον Βόλο θα είναι πάντα μια υπέροχη ιδέα

Ημερομηνία δημοσίευσης	Φωτογραφία δημοσίευσης	Ανάρτηση	Εμφανίσεις	Συνολική απήχηση	Αλληλεπιδράσεις	Συνολικά «μου αρέσει»
23-Σεπ		Βίντεο	331.650	205.106	20.142	4.847
26-Σεπ		Φωτο	31.517	25.700	2.530	1.646
28-Σεπ		Φωτο	19.747	15.281	1.307	604
29-Σεπ		Φωτο	28.773	25.134	1067	747
3-Οκτ		Φωτο	27.347	21.447	1.811	1.094
5-Οκτ		Βίντεο	636.931	286.178	13.127	6.196
6-Οκτ		Φωτο	11.443	10.016	476	320
7-Οκτ		Φωτο	35.109	28.979	2.941	2.076
10-Οκτ		Φωτο	41.308	31.374	2.597	1.452
13-Οκτ		Φωτο	18.972	13.888	726	452
14-Οκτ		Φωτο	10.566	8505	303	228

17-Οκτ		ΦΩΤΟ	28.608	22.174	1.050	581
19-Οκτ		ΦΩΤΟ	639.937	408.303	26.239	7.755
20-Οκτ		ΦΩΤΟ	37.200	31.851	3.056	1.932
21-Οκτ		ΦΩΤΟ	14.030	11.230	1.110	712
24-Οκτ		ΦΩΤΟ	20.868	16.102	1.689	1.043
26-Οκτ		ΒΙΝΤΕΟ	347.764	183.363	14.050	4.701
27-Οκτ		ΦΩΤΟ	69.237	57.551	5.850	3.452
29-Οκτ		ΦΩΤΟ	19.044	15.551	1.736	1.167
31-Οκτ		ΦΩΤΟ	33.200	27.583	1.559	1.016
2-Νοε		ΒΙΝΤΕΟ	260.229	146.013	9.162	2.743
3-Νοε		ΦΩΤΟ	15.914	11.886	1.192	881
5-Νοε		ΦΩΤΟ	25.525	19.535	2.565	1.606
	<b>σύνολο</b>		2.704.919	1.622.750	116.285	47.251

[illegible]

Larissa

Press

Επικρατότητα ▾

Ρεπορτάζ ▾

Απόψεις ▾

Πολιτισμός ▾

Μέλλον ▾

Έξοδος ▾

WebTV

Podcasts

Q

Βόλος – Πήλιο: Η νούμερο ένα επιλογή για μικρή φθινοπωρινή απόδραση

5 Οκτωβρίου 2022, 17:57 – Θεσσαλία



Μηνιαίο

120€

ΟΛΟ ΤΟ ΧΑΛΙ

Έως 20.10

8

Εξοικονομώ

49€

69€

ΤΑΞΙΔΙ

caravan

and 65 miles

EN Παρασκευή, 07 Οκτωβρίου 2022

**tornos**  **NEWS** η ταυροσκοπική οικονομία σήμερα [subscribe FREE reports](#)

ΝΕΑ ΣΕ 10" **ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ** ΦΟΡΕΙΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΣΤΗΛΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ / ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ TORNOS+

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΑΓΟΡΕΣ COVID-19

## Ο Βόλος ιδανικός προορισμός για city break για Έλληνες και ξένους επισκέπτες

A couple is walking along a curved, modern promenade with a metal railing. They are looking out over a large body of water, likely the Aegean Sea. In the background, a historic building with a large arched entrance and a clock tower is visible, surrounded by other buildings and trees. The scene is bright and sunny.

sailing με ιστιοπλοϊκό,

**03 - 05**  
November 2022  
ATHENS INTERNATIONAL TOURISM & CULTURE EXPO 2022

ATHENS 2022 CITY OF ATHENS MINISTRY OF TOURISM  
UNWTO IATA IAHG  
ATHENS INTERNATIONAL TOURISM & CULTURE EXPO 2022


**9th ATHENS INTERNATIONAL TOURISM & CULTURE EXPO 2022**

\* Τόρνος, η λέξη που "γέννησε" τον Τουρισμό


**Οι τουριστικές επενδύσεις στο tornosnews**

Ενεργοποίηση των καθε μέρα στις 10 π.μ. - ενημερώσεις ενεργοποιούνται το Winix






Explore the world. Enrich your life.



ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΑ ΑΠΟ ΚΑΙ ΠΡΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟ • ΚΥΛΛΙΝΗ • ΚΕΡΑΙΡΑΧΩΝΙΑ  
☎ 26706 25480 ☎ 26706 92308 ☎ 26712 25709 • levanteferries.com

PASSENGER ΣΤΗΝ ΣΥΛΛΑΒΑ • PASSENGER ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ • TRAVEL NEWS • ΟΡΓΑΝΙΣΤΕ ΤΟ ΤΑΞΙΔΙ ΣΟΥ • CITY AND CULTURE • ABOUT US •


Home / Travel news / Βόλος και Πήλιο η νούμερο ένα επιλογή για μικρό city break (video)





## Βόλος και Πήλιο η νούμερο ένα επιλογή για μικρό city break (video)


— 09/11/2022

Σας ενδιαφέρει:

- 


Θάλασσα: Δίπλα στο λιμάνι στην άκρη της Σιλάδας  
09/11/2022
- 

Όλα τα νέα από 13 Περιφέρειες 332 Δήμους  
09/11/2022
- 

Το πρώτο από...  
09/11/2022
- 

Καλωσορίζουμε τα φίλοι στην παραλία του Σαλωναίου  
09/11/2022

ΕΣΠΑ



ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΑ ΑΠΟ ΚΑΙ ΠΡΟΣ:



Η ΦΩΝΗ ΤΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΑΡΧΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΝΕΑ ΚΕΛΕ-ΕΠΠΕ ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΑ VIDEO ΠΟΛΙΤΙΚΤΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΟΤΑ ΑΠΟΨΕΙΣ

Όλα τα νέα από 13 Περιφέρειες 332 Δήμους

Πάτος εδο

Αρσινόη > Video > Δήμος Βόλου: Για City Break στο Βόλο και στο Πήλιο (Bίντεο)

Video: Αρσινόη > Δήμος Βόλου: Για City Break στο Βόλο και στο Πήλιο (Bίντεο)

## Δήμος Βόλου: Για City Break στο Βόλο και στο Πήλιο (Bίντεο)

από στανίσε 09/11/2022

SHARE 0

ΡΟΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

- 

Ο Ερντογάν θυμήθηκε τα Διεθνή Δίκαια  
09/11/2022
- 

ΗΠΑ: Υπουργική σύνοδος κορυφής της G7 για την Ουκρανία  
09/11/2022
- 

ΕΕ: Γιατί ανακρούει την προεδρία της Νικαράγουας raiosona non grata  
09/11/2022



## Δήμος Βόλου: Για City Break στο Βόλο και στο Πήλιο (Bίντεο)

Ο Βόλος και το Πήλιο εξελίσσονται σε έναν από τους ωραιότερους και καλύτερους προορισμούς για City Break τόσο για τους Έλληνες τουρίστες όσο και για τους ξένους. Μοναδικός προορισμός που συνκεντρώνει φυσική ομορφιά, ζεστούς ανθρώπους, ιστορία, αξιοσημείωτα μνημεία και πολλά άλλα ενδιαφέροντα θέματα.

ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΝΕΑ

- 

Δήμος Παιονίας: Ξεκίνησε το πρόγραμμα περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των μαθητών  
από στανίσε 09/11/2022
- 

Μετέωροι οι οργανισμοί του ποταμού «Βοήθεια στο Σπίτι» στον Δήμο Αρκαδίας Ολυμπίας  
από στανίσε 09/11/2022
- 

Δήμος Αλεξανδρούπολης «Βλέπω την πόλη μου με μία ακτίνα ποδηλάτου»  
από στανίσε 09/11/2022

Video Αυτοδιοικητικά Νέα Δήμοι Ραϊ Ειδήσεων ΟΤΑ

## Δήμος Βόλου: Σαββατοκύριακο σε ένα από τα 24 διαμάντια του Πηλίου (Βίντεο)

από stavoice 23 Οκτωβρίου, 2022

SHARE 0 f t d in e



ΤΑ ΝΕΑ ΚΕΔΕ-ΕΝΠΕ ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΑ VIDEO ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ

Αρχική > Αυτοδιοικητικά Νέα > Βόλος Σαββατοκύριακο σημαίνει οπωσδήποτε μια βόλτα στην αγορά της Ερμού

Αυτοδιοικητικά Νέα Δήμοι Ραϊ Ειδήσεων ΟΤΑ

## Βόλος Σαββατοκύριακο σημαίνει οπωσδήποτε μια βόλτα στην αγορά της Ερμού

από stavoice 30 Οκτωβρίου, 2022

SHARE 0 f t d in e



news.travelling.gr/2022/10/τμήμα-τουρισμού-δήμου-βόλου-city-break-στο-βόλο/

TravellingNews  
Greece's travel & tourism newspaper

TRUE SPECIALIST  
IN DESTINATION  
CRUISING

TRAVELLING.GR ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΦΟΡΕΙΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Αρχική > Δήμοι > ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ – City Break στο Βόλο και στο Πήλιο

## ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ – City Break στο Βόλο και στο Πήλιο

10 Οκτωβρίου, 2022



Ιαρασκειή 4 Νοεμβρίου 2022

thessi.gr

Κεντρική Ρεπορτάζ Πολιτιστικά Αθλητικά Τρίτη Ηλικία Υγεία  
Είς Εκπαίδευση Αυτοδιοίκηση Η Θέση των Ζώων Η Θέση του Βιβλίου Marianna's Stories Ελλάδα

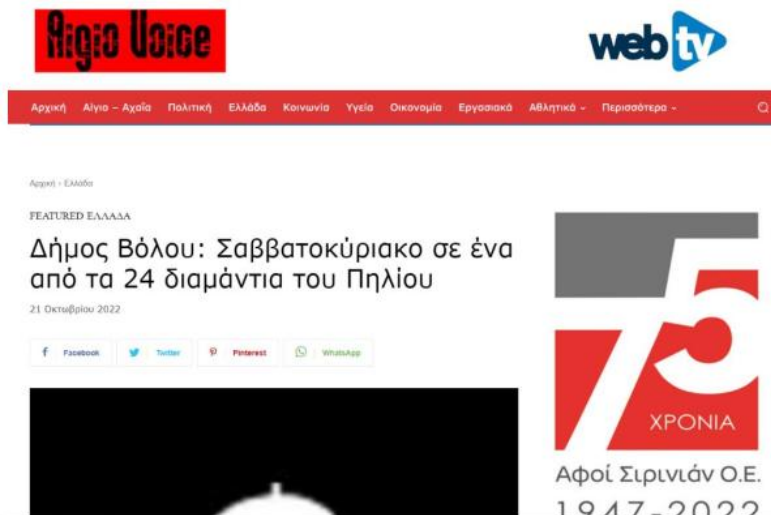
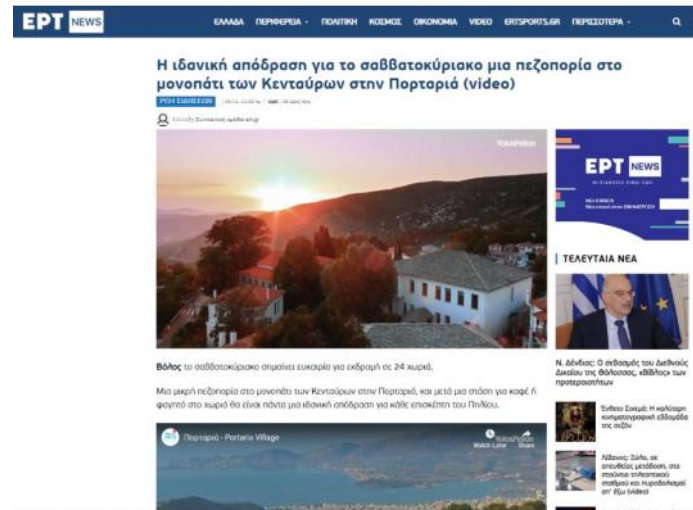
## Η ιδανική απόδραση για το σαββατοκύριακο μια πεζοπορία στο μονοπάτι των Κενταύρων στην Πορταριά (video)

03/11/2022 09:17

Ελλάδα, Ρεπορτάζ



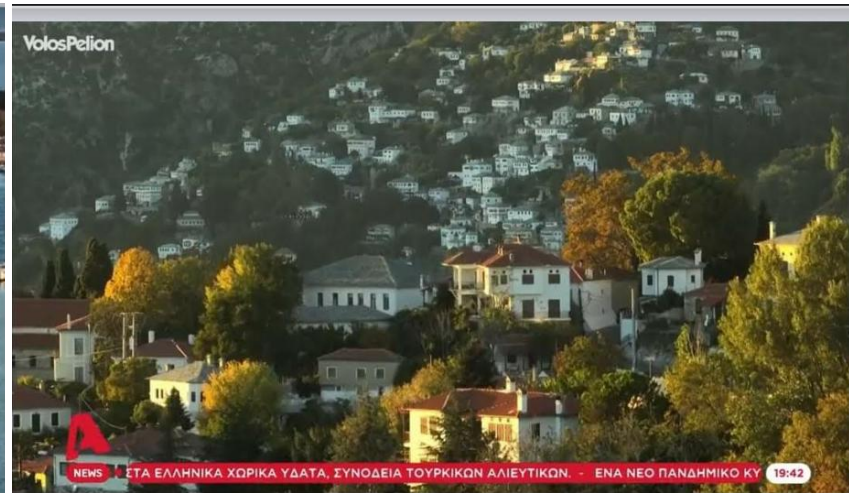




Δήμος Βόλου: Σαββατοκύριακο σε ένα από τα 24 «διαμάντια» του Πηλίου (VIDEO)







# Έκθεση

Φθινόπωρο 2022,  
Συμμετοχή στην έκθεση ΑΙΤΕ 2022 - Αθήνα



# Information - υποδοχή

Διανομή **52.011** εντύπων σε κοινό και επισκέπτες

Υποδοχή **21.570** επισκεπτών στον προορισμό (συμπεριλαμβάνεται και η υποδοχή κρουαζιέρας)

Η υποδοχή των επισκεπτών πραγματοποιείται στο Volos Info Center

Η υποδοχή επιβατών κρουαζιέρας πραγματοποιείται στο terminal του ΟΛΒ.

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.

# ΑΚΤΕΣ 2022

4 πολυσύχναστες ακτές

11 βραβευμένες με το πρόγραμμα Γαλάζιες σημαίες

12 σημεία με ναυαγοσωστική κάλυψη [5 ναυαγοσώστες, 7 υπεύθυνοι]

12 οριοθετημένες παραλίες εκ των οποίων μία χειμερινή ακτή [Πλάκες]

4 ολοκληρωμένα συστήματα πρόσβασης ατόμων με μειωμένη κινητικότητα

25 ακτές διαθέσιμες για κατοίκους και επισκέπτες



## Παραθαλάσσιο Μέτωπο 2022



# Παγκόσμια ημέρα περιβάλλοντος

Καλοκαίρι 2022

Δράση ευαισθητοποίησης, Νέα Αγχίαλος,  
Πλαίσιο υλοποίησης: Πρόγραμμα Γαλάζια Σημαία





# Τελετή βράβευσης

Καλοκαίρι 2022

Τελετή βράβευσης, Πρόγραμμα Γαλάζια Σημαία ακτή Αλυκών



# Αξιολόγηση

- [1] Καταγραφή στοιχείων κίνησης καταλυμάτων
- [2] Κίνηση κρουαζιέρας & αεροδρομίου



# [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 2021 Αυγ 2022

### Πληθυσμός στόχος

Ξενοδοχεία περιοχής Δ. Βόλου

### Περίοδος διανομής ερωτηματολογίων:

Σεπτέμβριος 2022 / πρώτο 20ημερο

N=95/ επικοινωνία N1=75/ δείγμα n=32

### Ανάλυση

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

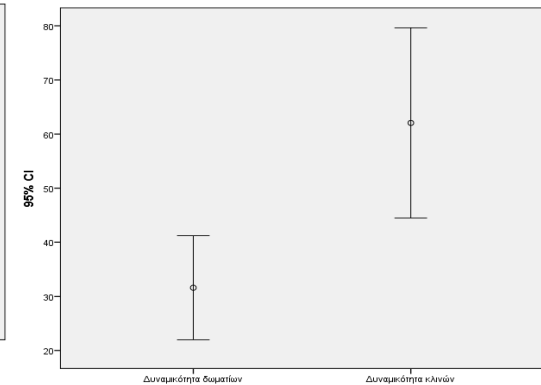
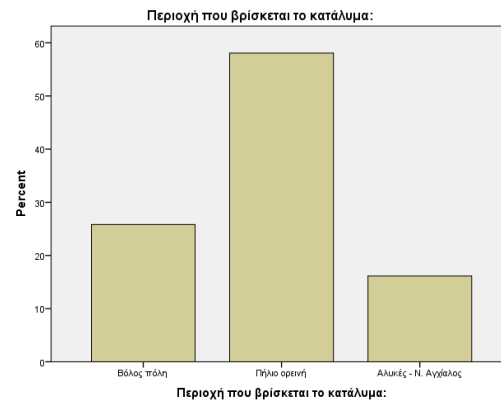
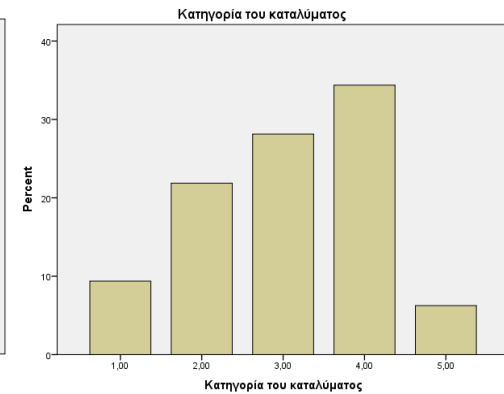
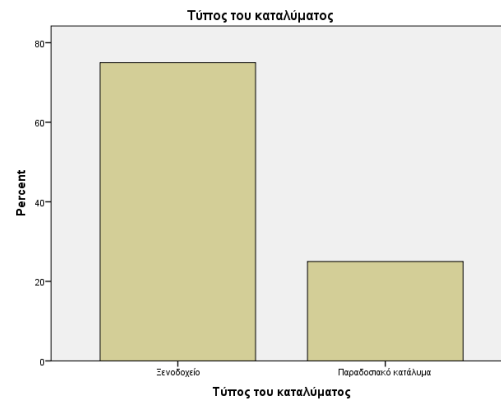
## Ταυτότητα

# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

### Hotels

Κατανομές δείγματος ανά χαρακτηριστικό



Ποιοι συμμετείχαν

# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

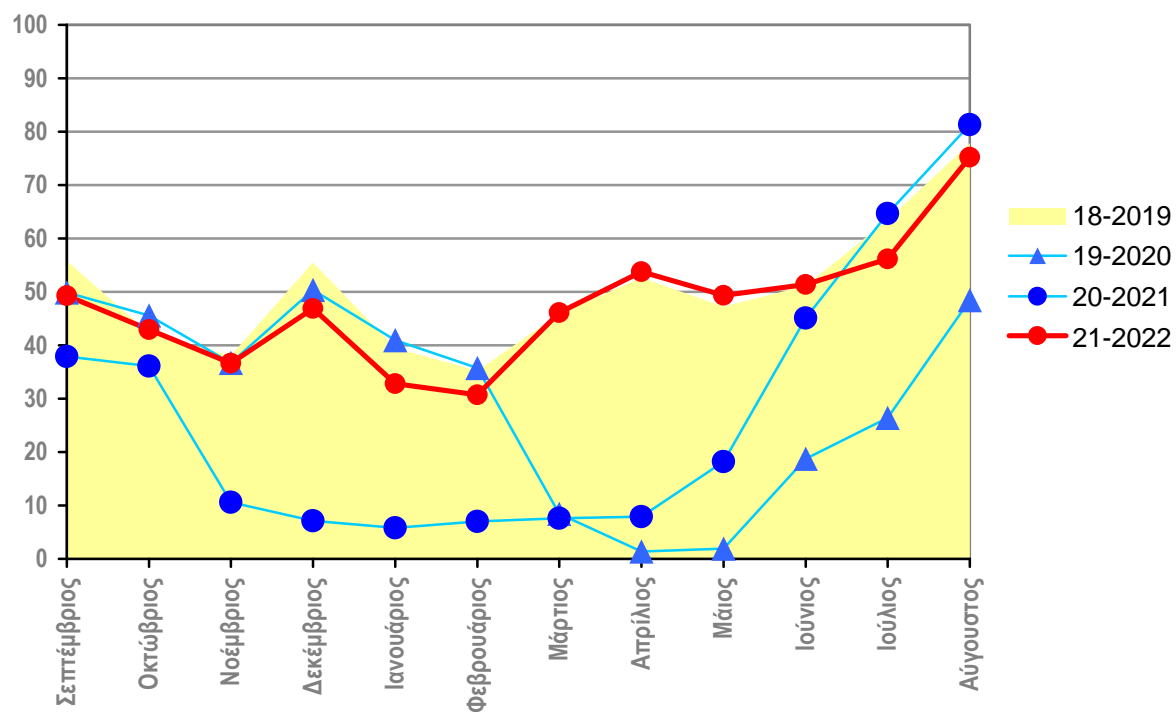
### Hotels

#### αποτελέσματα

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

Μέση πληρότητα

**47,6%** [21-22]



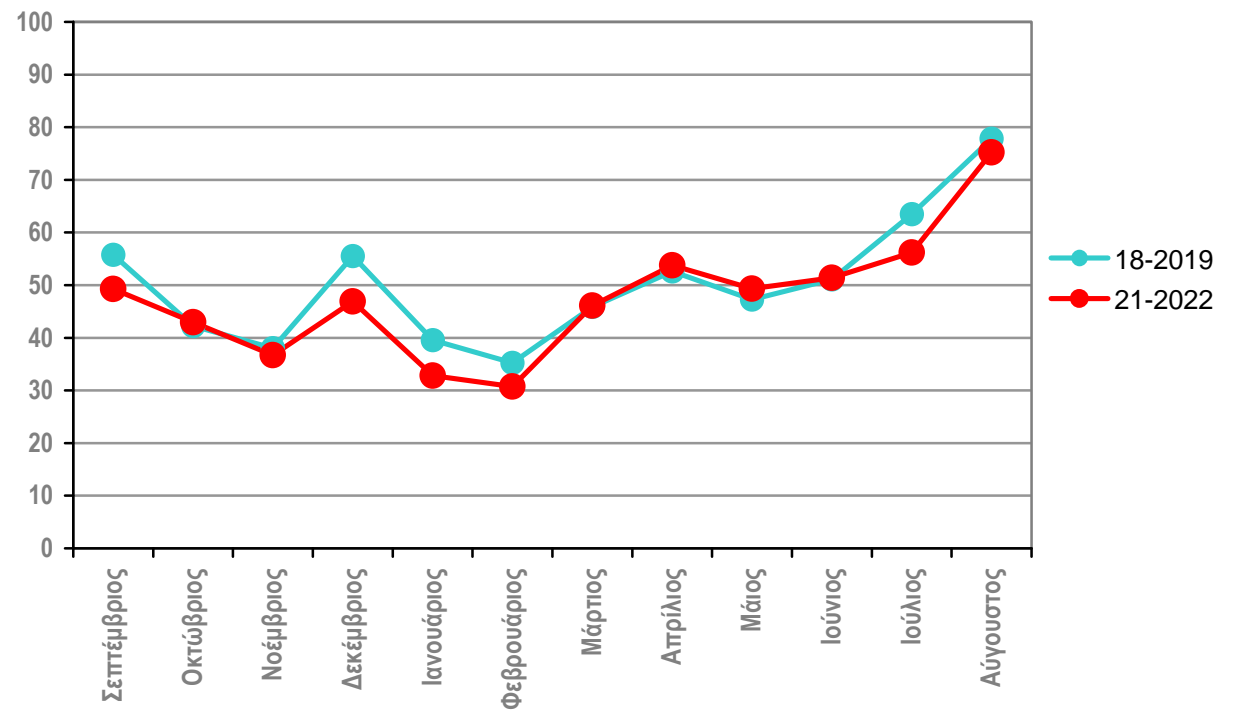
# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

### Hotels

#### αποτελέσματα

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





# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

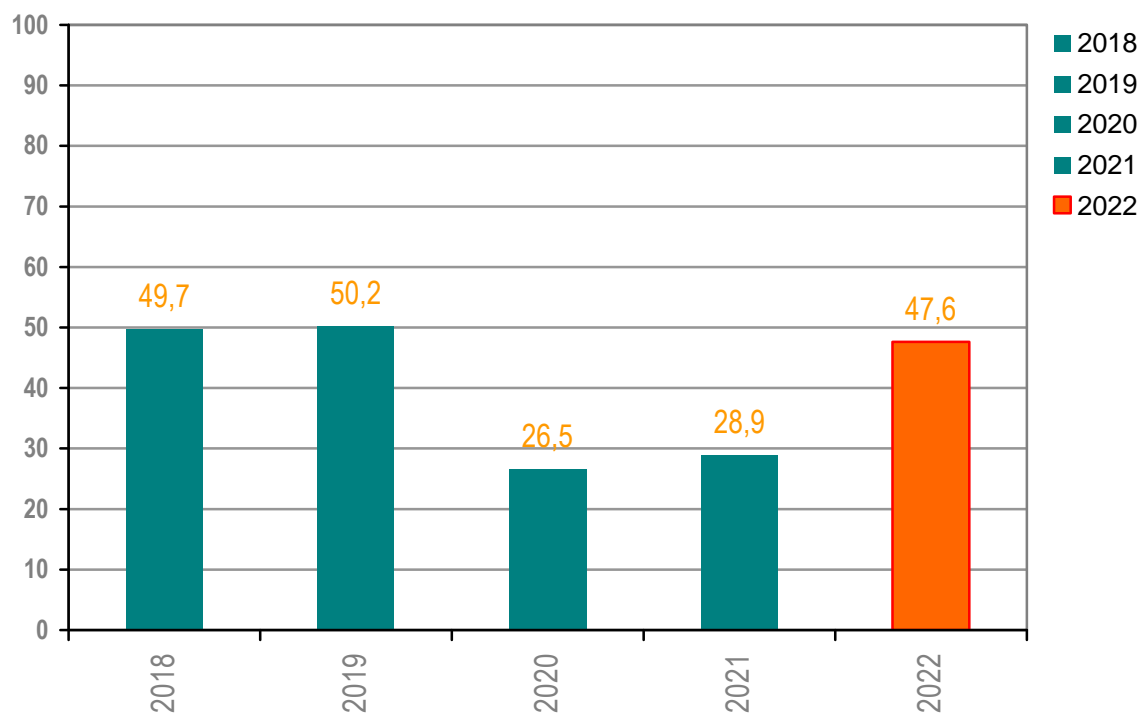
### Hotels

#### αποτελέσματα

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

#### Μέση πληρότητα

[2018]	49,7%
[2019]	50,2%
[2020]	26,5%
[2021]	28,9%
[2022]	47,6%

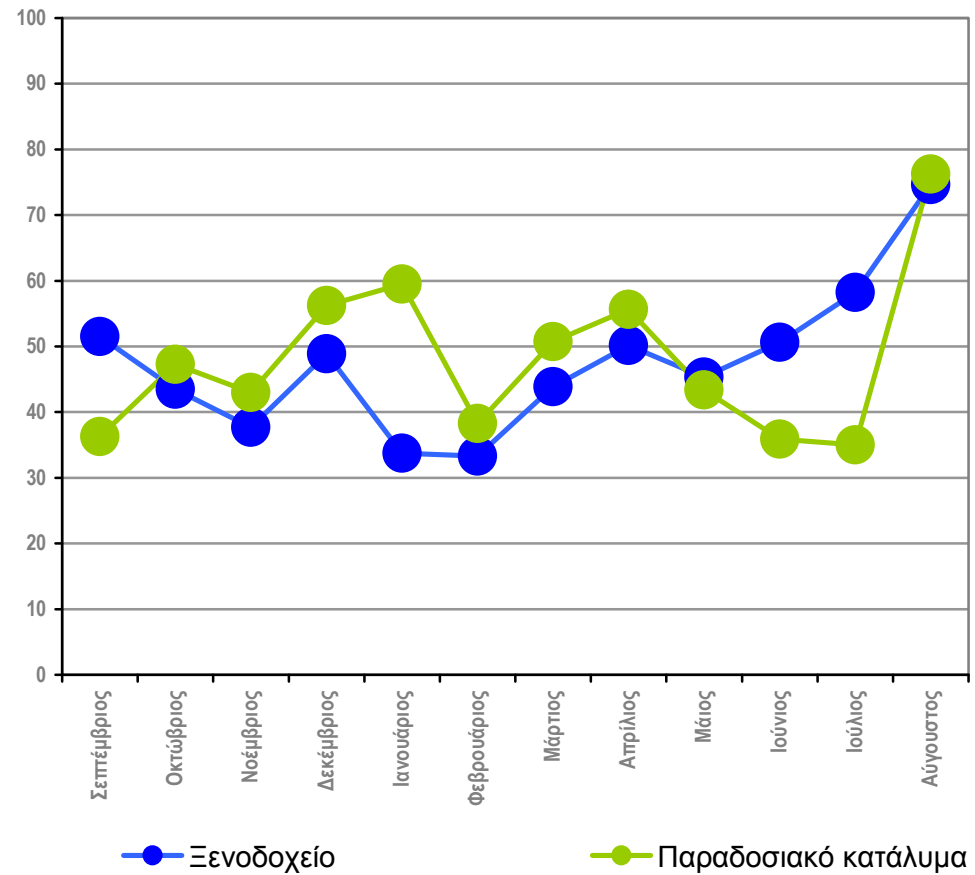


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### πληρότητες

Συγκριτική παρουσίαση παραδοσιακών και κλασικών ξενοδοχείων

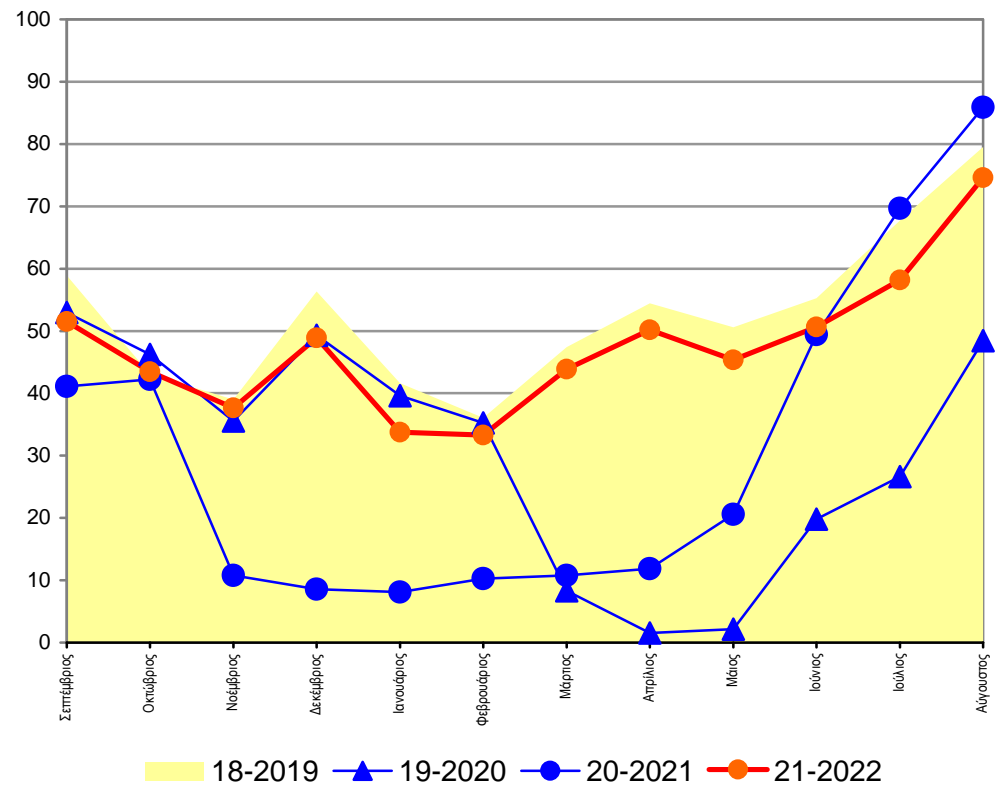


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση κλασικών ξενοδοχείων ανά έτος

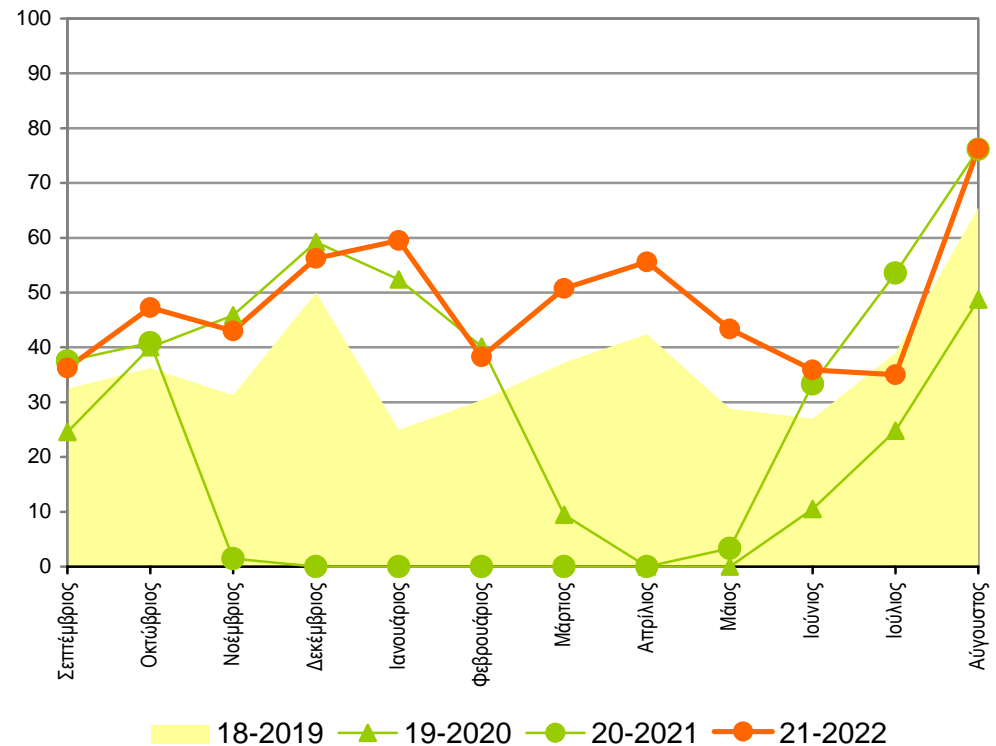


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση παραδοσιακών ξενοδοχείων ανά έτος





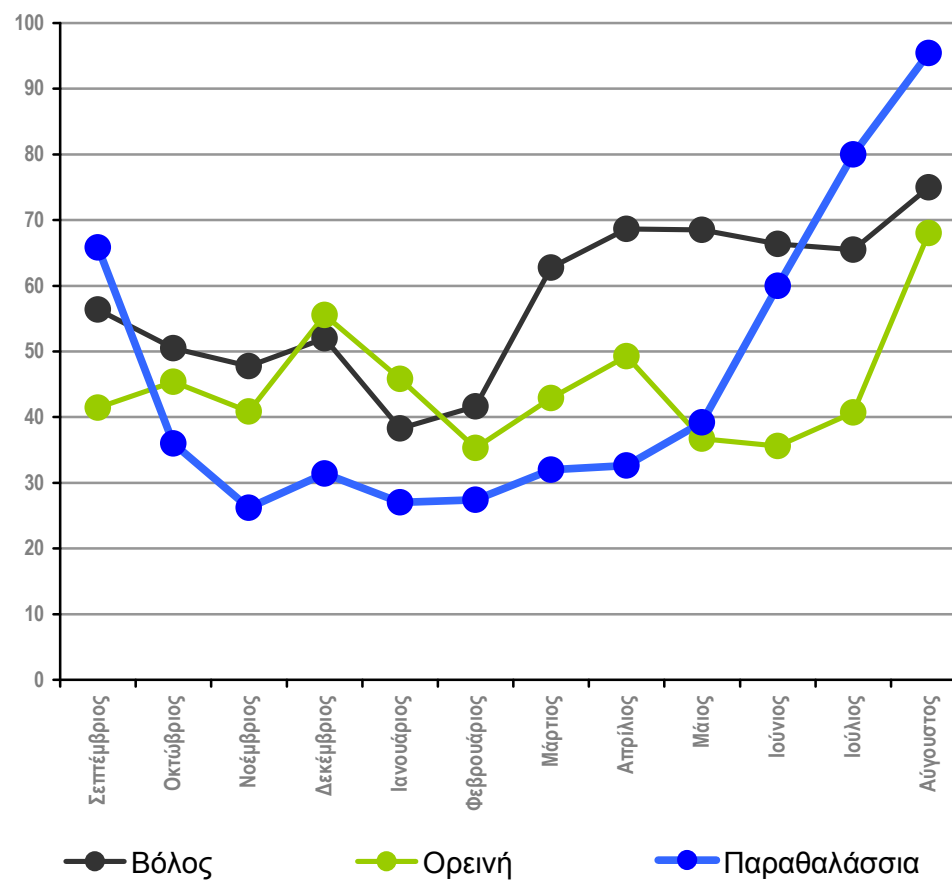
[1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

# Hotels

πληρότητες

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά περιοχή



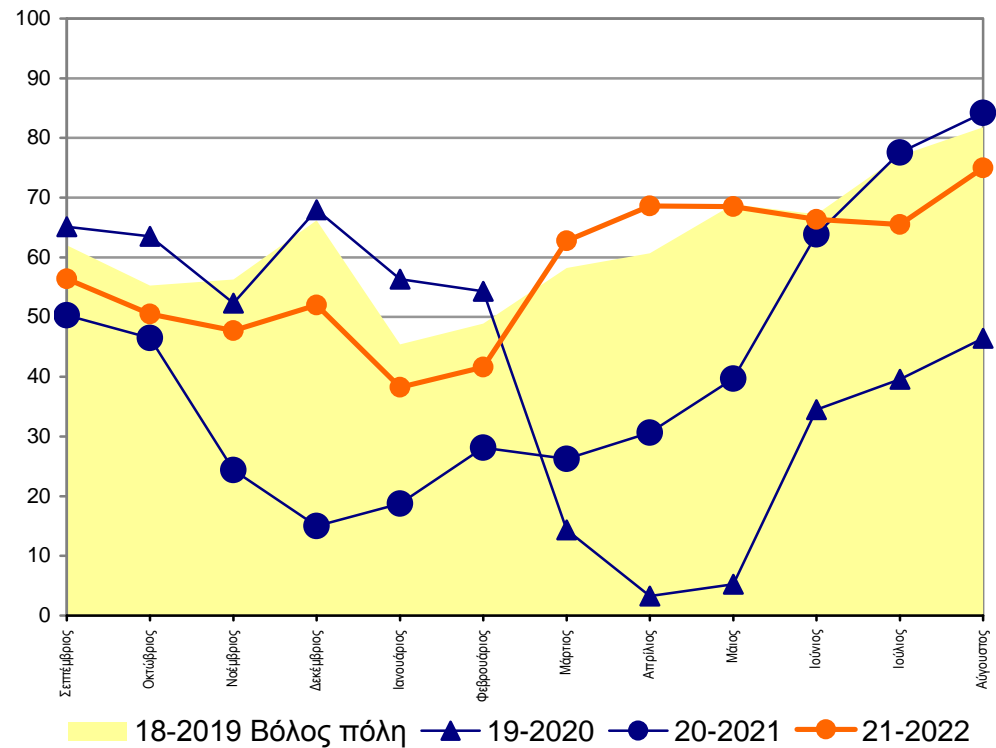
# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

### Hotels

#### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά έτος της περιοχής Βόλου πόλη

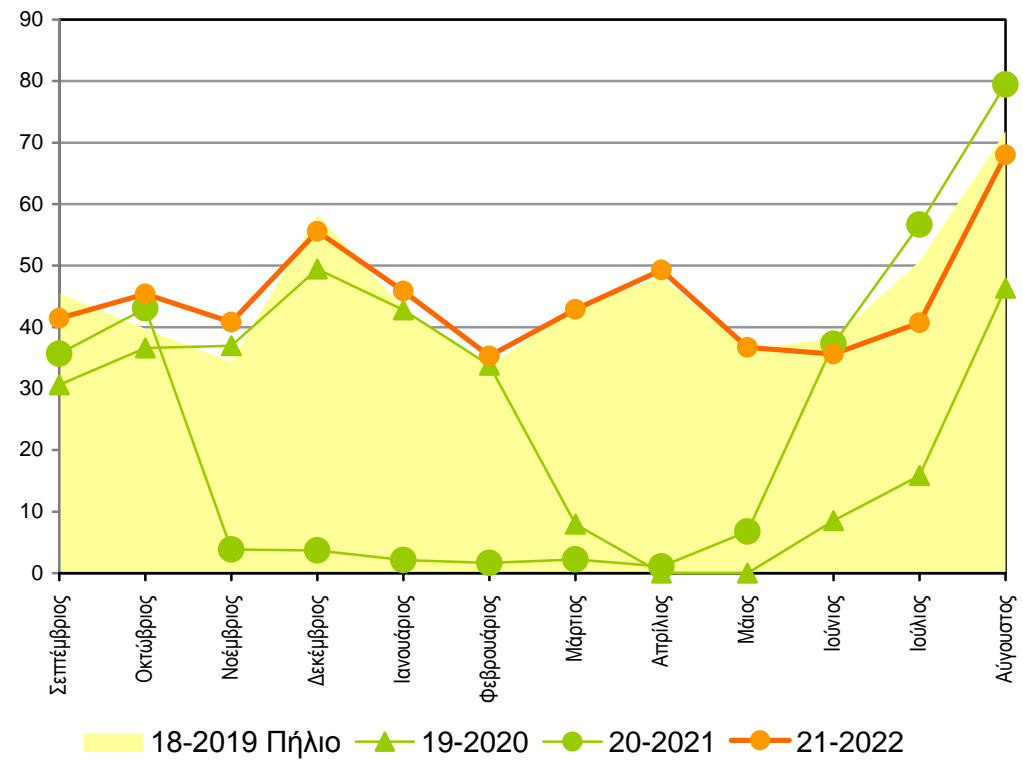


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### αποτελέσματα

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

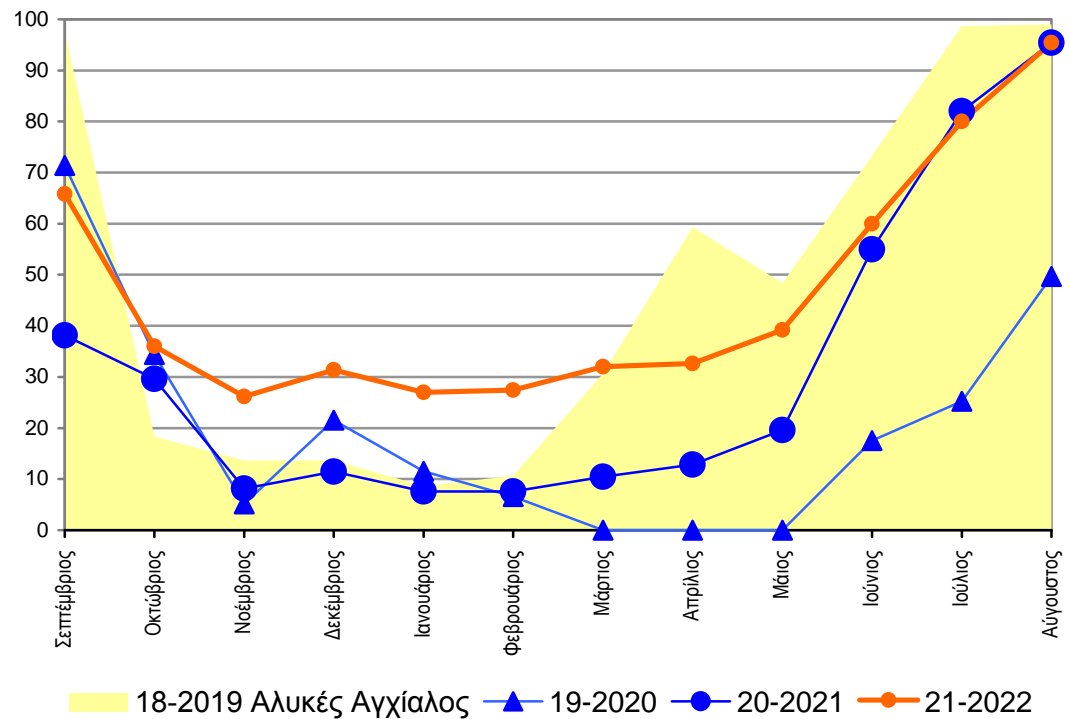


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### αποτελέσματα

Συγκριτική παρουσίαση ξενοδοχείων ανά έτος της περιοχής: παραθαλάσσιο τμήμα Βόλου





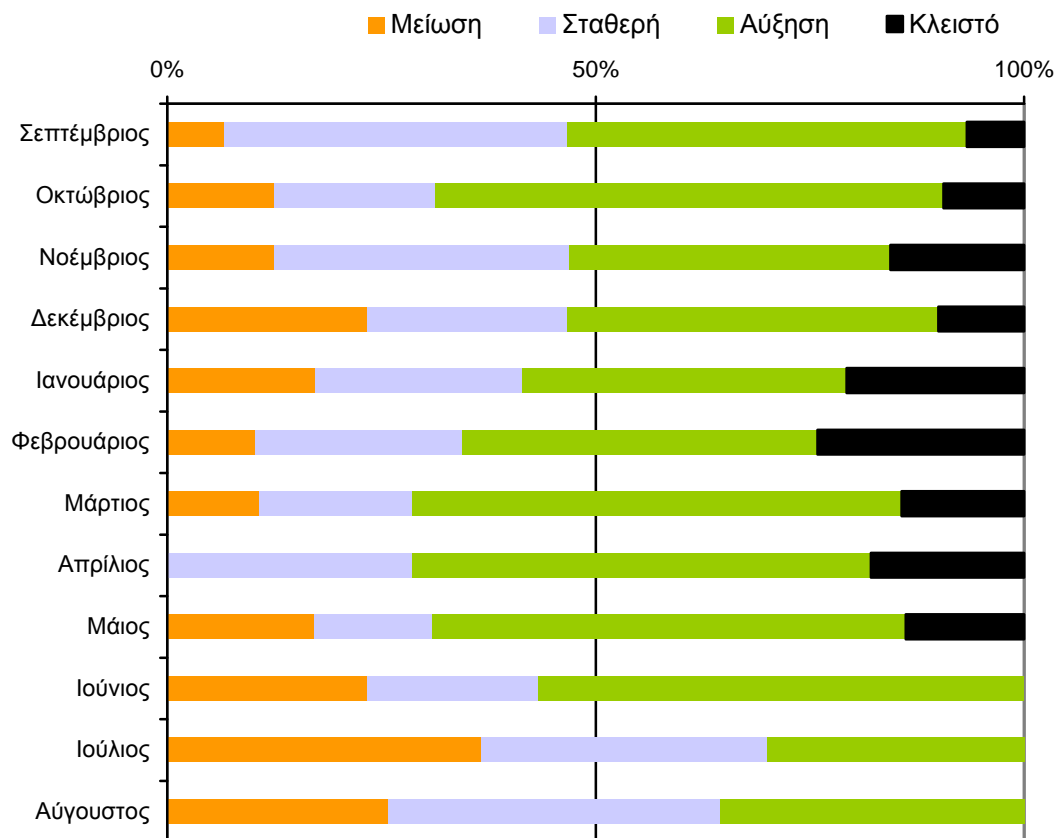
## [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

## σύγκριση μήνα / έτος

Συγκριτική παρουσίαση της υποκειμενικής αίσθησης των μονάδων για την μεταβολή της πληρότητας σε σχέση με τους αντίστοιχους μήνες πέρσι



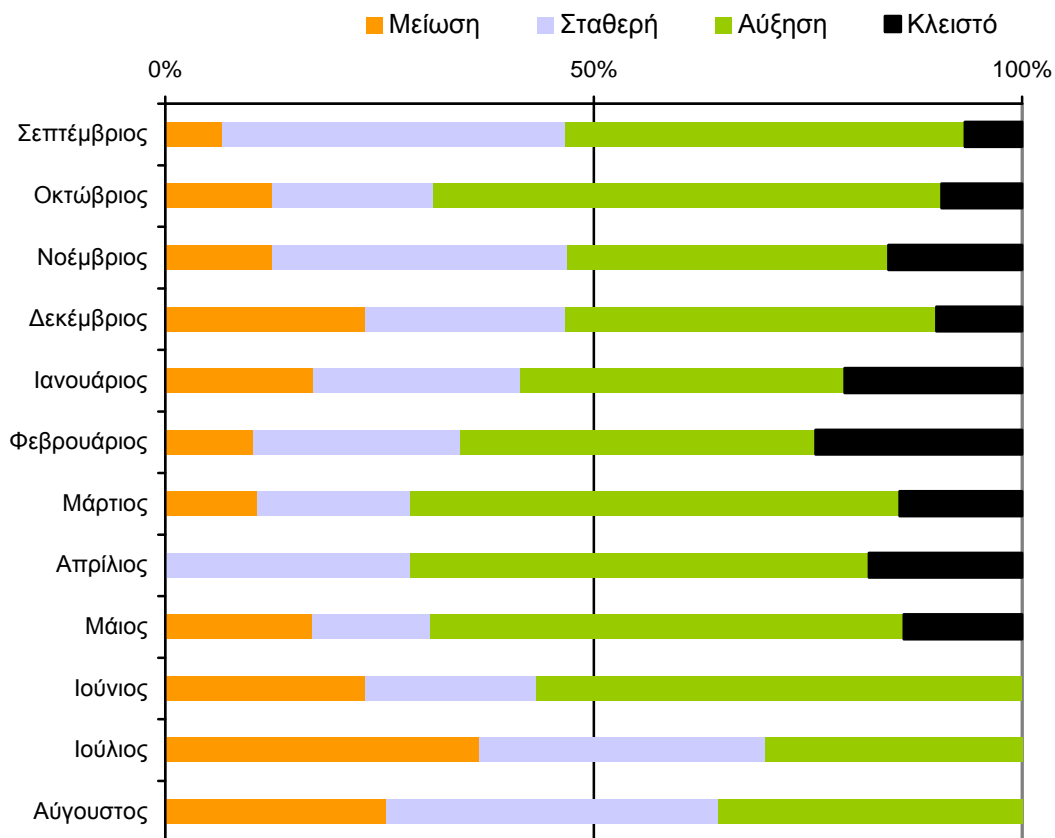
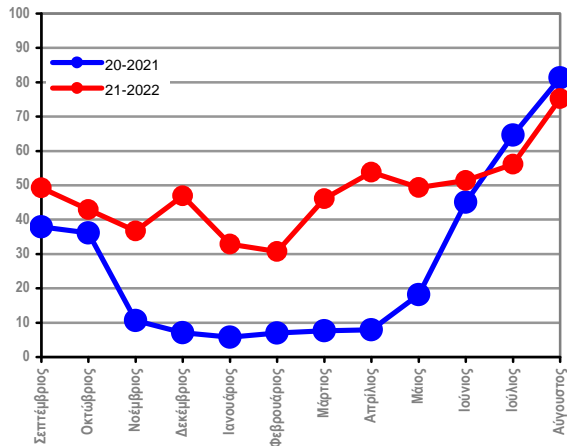
# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

### Hotels

#### σύγκριση μήνα / έτος

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

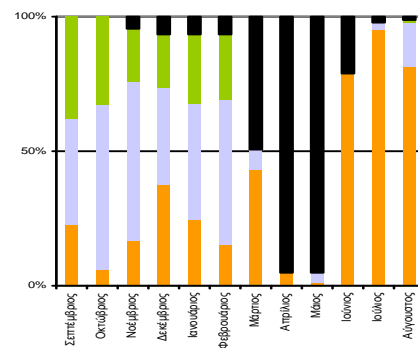


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

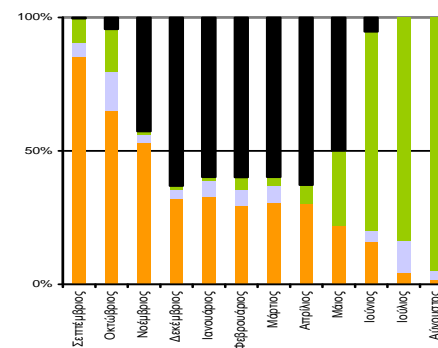
## Hotels

### σύγκριση μήνα ανά έτος

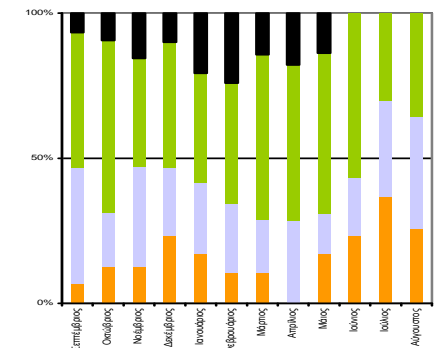
Συγκριτική παρουσίαση της υποκειμενικής αίσθησης των μονάδων για την μεταβολή της πληρότητας στην πορεία των ετών



2019-20



2020-21



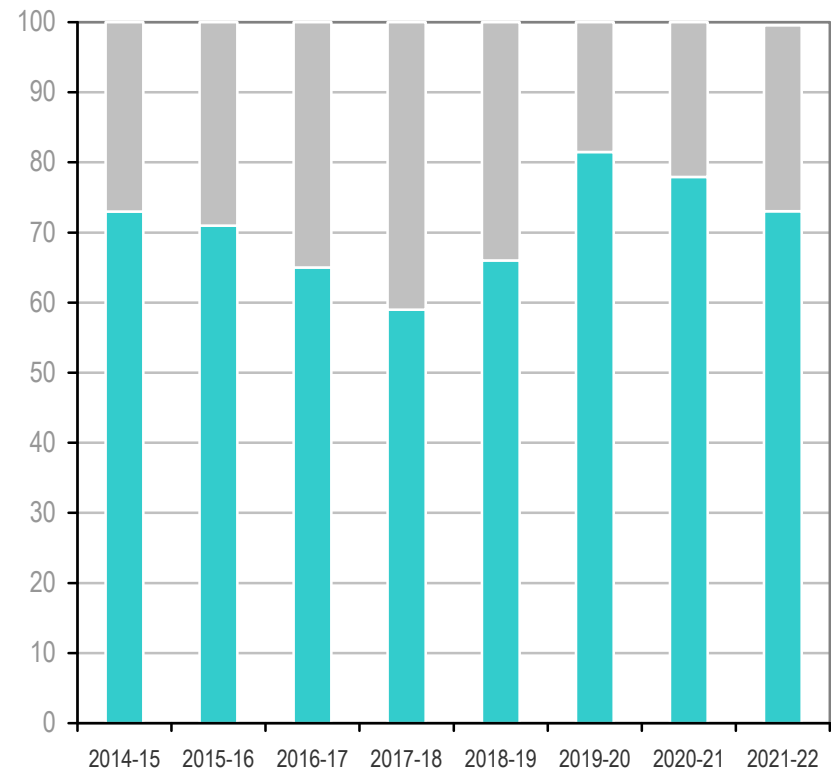
2021-22

# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

κατανομή  
Έλληνες / Αλλοδαποί

2014-15	73,0%
2015-16	71,0%
2016-17	65,0%
2017-18	59,0%
2018-19	66,0%
2019-20	81,5%
2020-21	77,9%
2021-22	73,5%



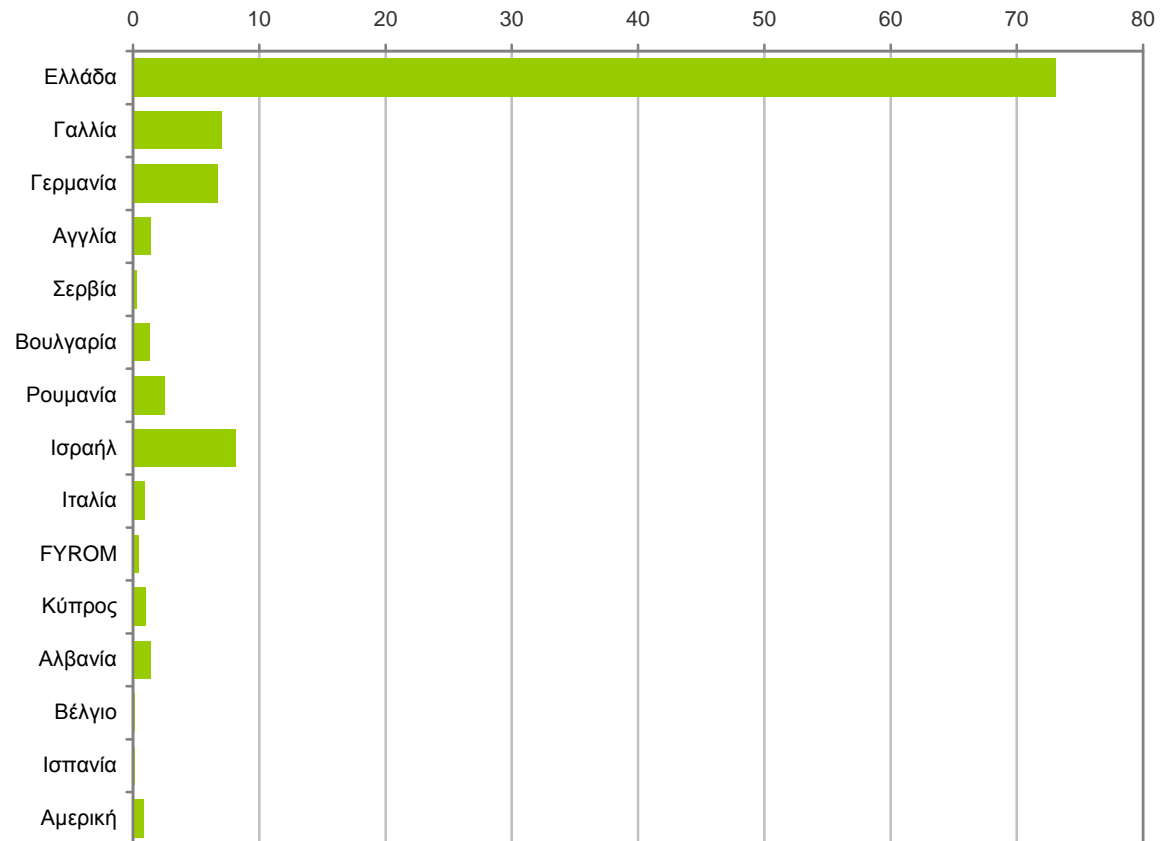


# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Κατανομή: εθνικοτήτων

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



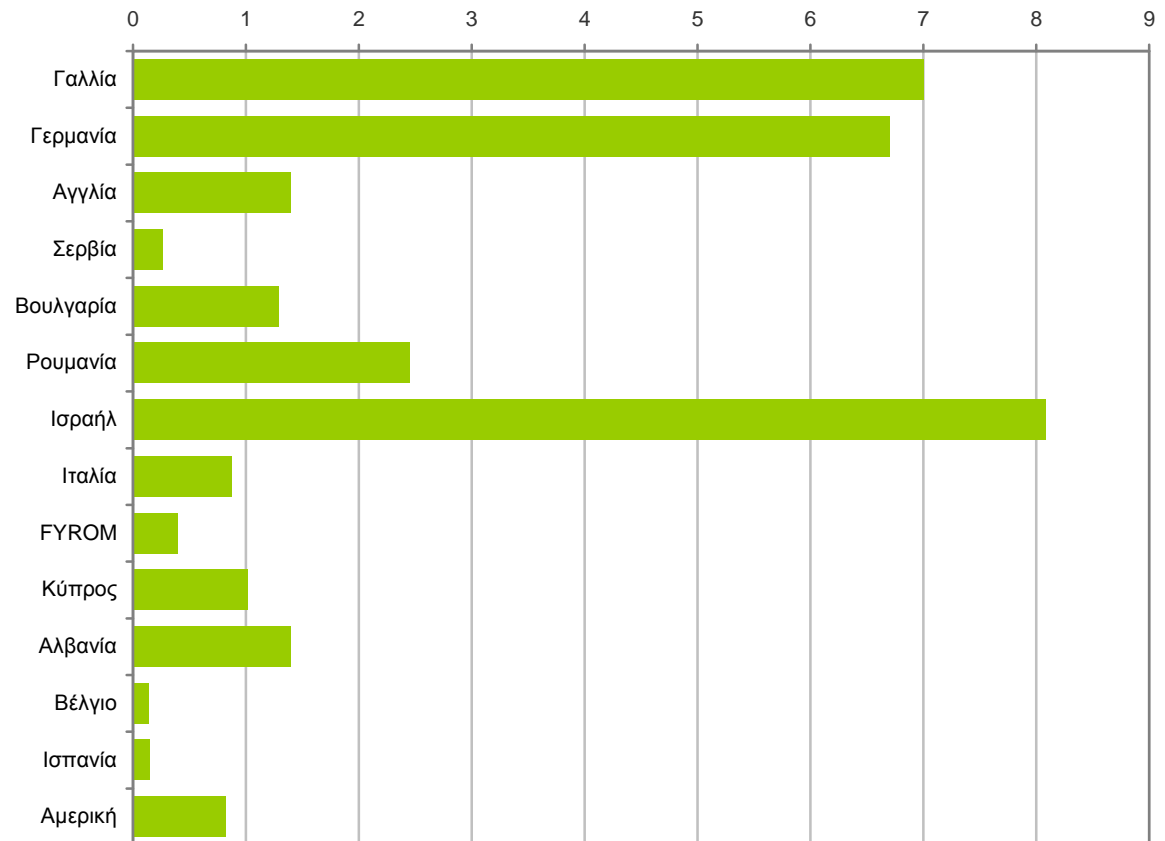
# [1]

## Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

### Hotels

#### Κατανομή: εθνικοτήτων

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



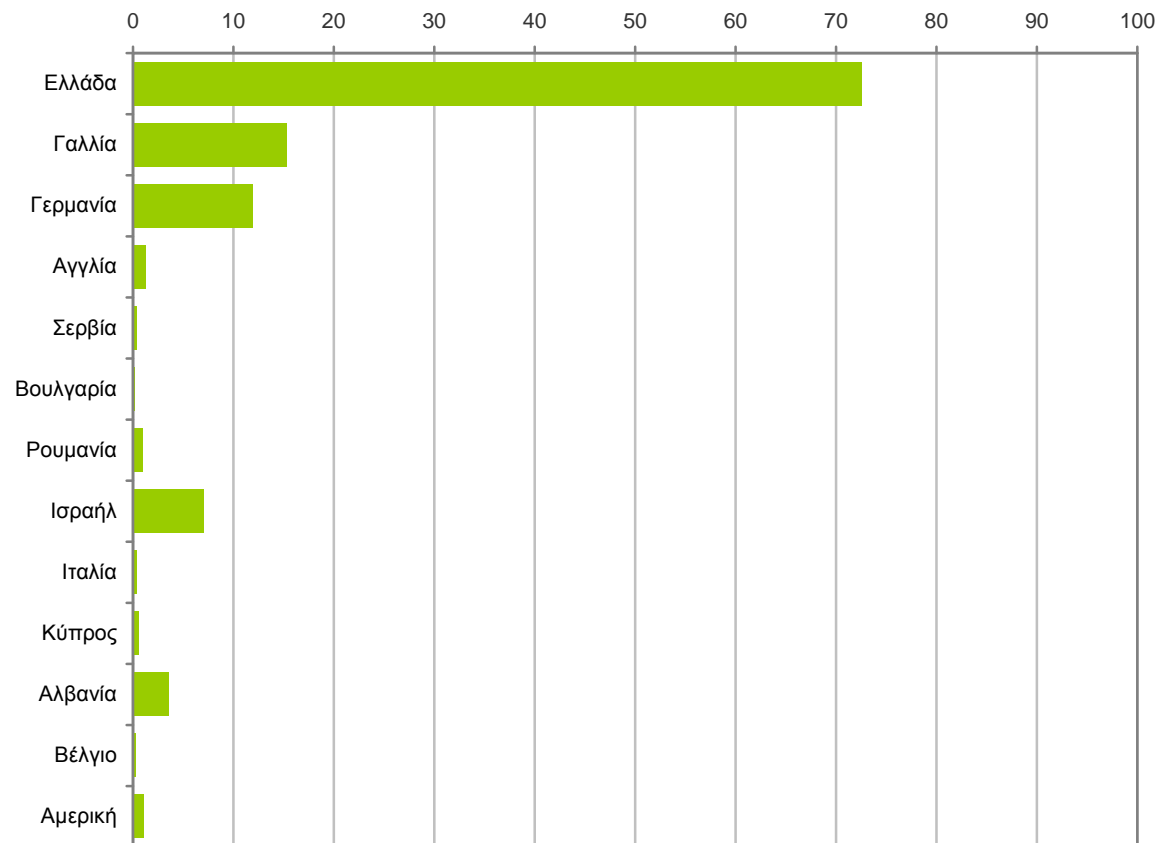
# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Κατανομή: Εθνικοτήτων

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

### Ξενοδοχεία πόλης



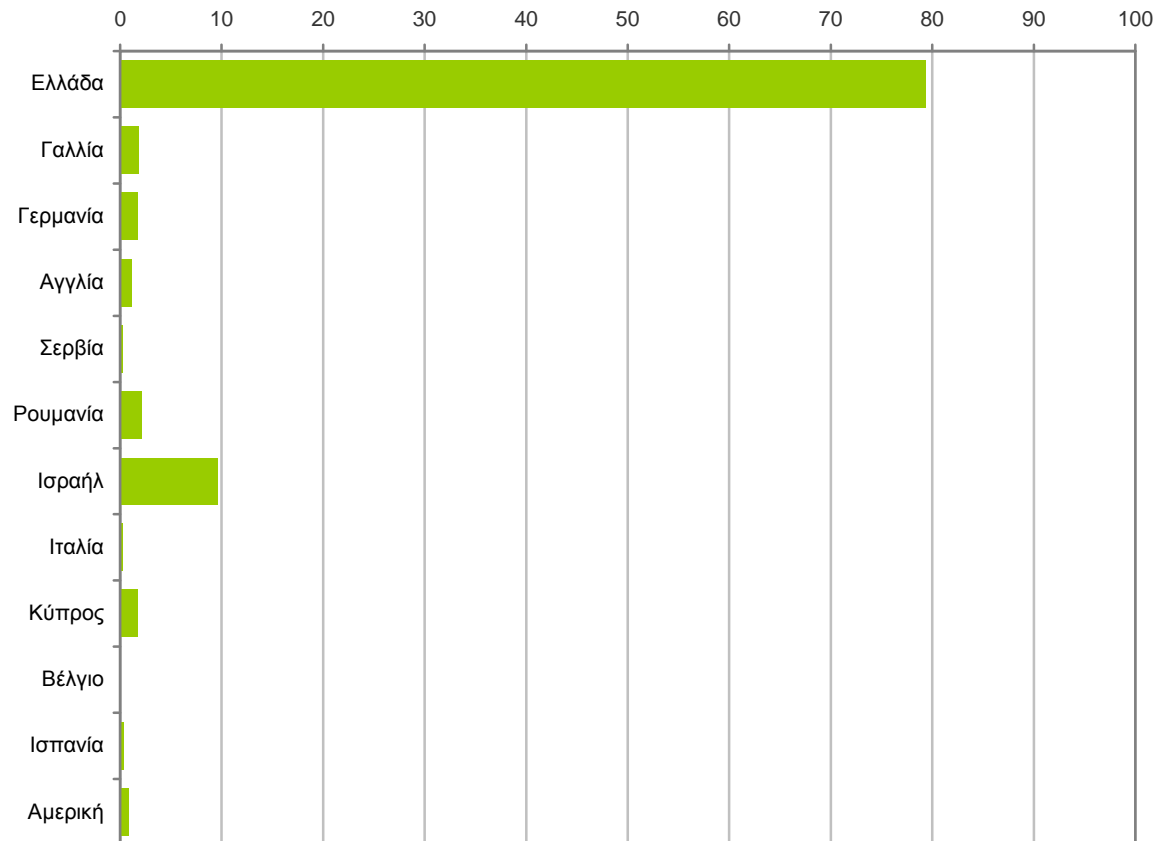
# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Κατανομή: Εθνικοτήτων

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

### Ορεινά





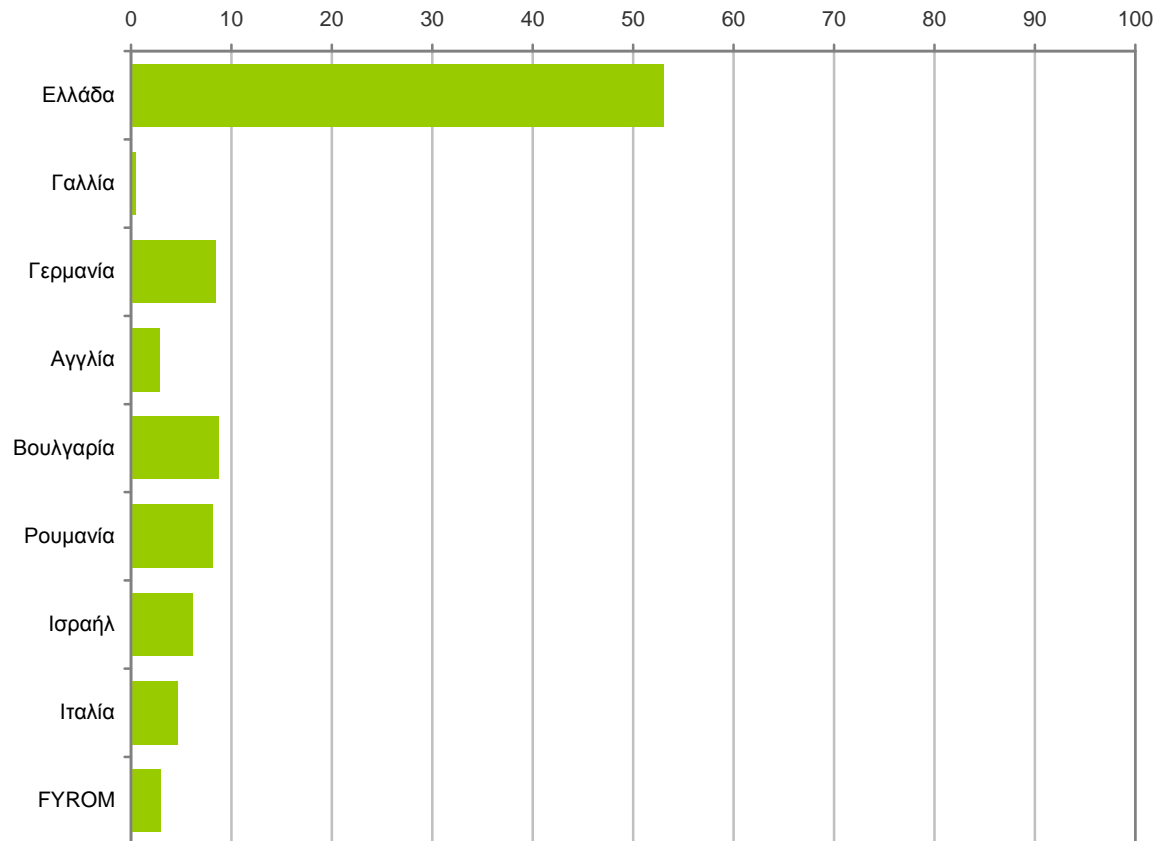
# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Κατανομή: Εθνικοτήτων

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

### Παραθαλάσσια



# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Λοιπά στοιχεία

	Mean
Τι ποσοστό των διανυκτερεύσεων αναλογεί σε μεμονωμένους πελάτες;	70,59%
Τι ποσοστό των διανυκτερεύσεων αναλογεί σε πελάτες συνεργαζόμενων Tour Operator του εξωτερικού ή Γραφείων του εσωτερικού;	19,23%
Τι ποσοστό των δωματίων σας αναλογεί σε συνεργαζόμενους Tour Operators του εξωτερικού ή Γραφεία του εσωτερικού;	12,26%

# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

Λοιπά στοιχεία

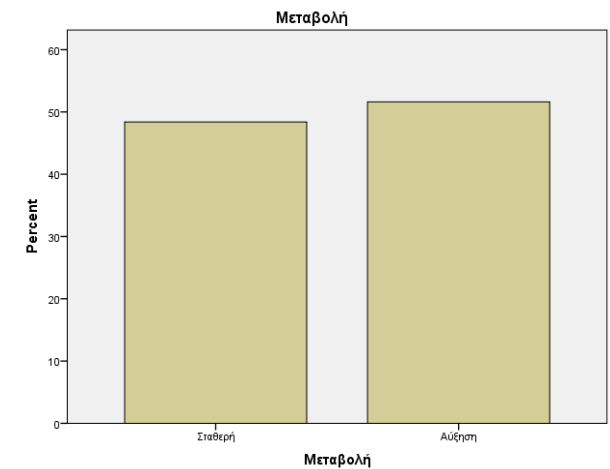
Μπορείτε να μου πείτε τη Μέση τιμή δίκλινου δωματίου τον Αύγουστο χωρίς πρωινό και αν υπήρξε μεταβολή σε σχέση με τις περσινές τιμές

Μέση τιμή:

[19-20] 56,07€

[20-21] 61,40€

[20-21] 66,70€



# [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 + , - )

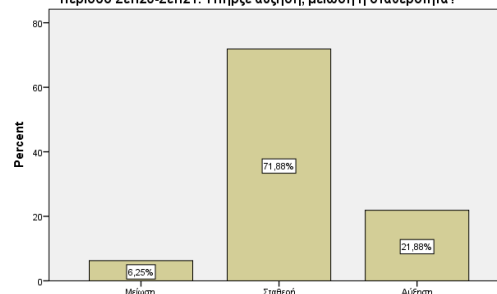
**Μέση τιμή: 7,7%**



# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

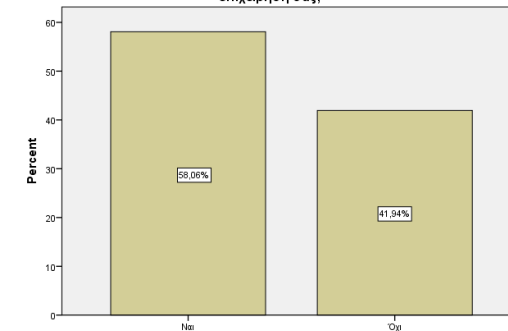
## Hotels Λοιπά στοιχεία

Παρακαλούμε προσδιορίστε την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού της τρέχουσας περιόδου Σεπ21-Σεπ22 σε σχέση με την αντιστοιχη περσινή περίοδο Σεπ20-Σεπ21. Υπήρξε αύξηση, μείωση ή σταθερότητα?



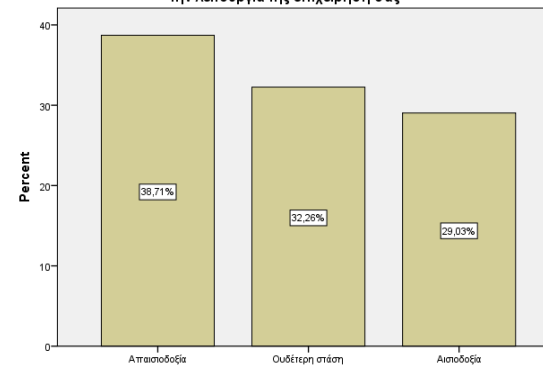
Παρακαλούμε προσδιορίστε την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού της τρέχουσας περιόδου Σεπ21-Σεπ22 σε σχέση με την αντιστοιχη περσινή περίοδο Σεπ20-Σεπ21. Υπήρξε αύξηση, μείωση ή σταθερότητα?

Είχατε δυσκολίες στην εξεύρεση προσωπικού, προκειμένου να στελεχωσετε την επιχείρησή σας;



Είχατε δυσκολίες στην εξεύρεση προσωπικού, προκειμένου να στελεχωσετε την επιχείρησή σας;

Πως νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας την επόμενη περίοδο σε σχέση με την λειτουργία της επιχείρησή σας



Πως νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας την επόμενη περίοδο σε σχέση με την λειτουργία της επιχείρησή σας

# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

### Λοιπά στοιχεία

		Μεταβολή τιμής	
		Σταθερή	Αύξηση
Περιοχή που	Βόλος πόλη	62,5%	37,5%
βρίσκεται το	Πήλιο ορεινή	47,1%	52,9%
κατάλυμα:	Παραθαλάσσια	20,0%	80,0%

		Παρακαλούμε προσδιορίστε την μεταβολή του απασχολούμενου προσωπικού της τρέχουσας περιόδου Σεπ21-Σεπ22 σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο Σεπ20-Σεπ21. Υπήρξε αύξηση, μείωση ή σταθερότητα?		
		Μείωση	Σταθερή	Αύξηση
Περιοχή που	Βόλος πόλη		62,5%	37,5%
βρίσκεται το	Πήλιο ορεινή	11,1%	83,3%	5,6%
κατάλυμα:	Παραθαλάσσια		40,0%	60,0%

# [1] Καταγραφή στοιχείων καταλυμάτων

## Hotels

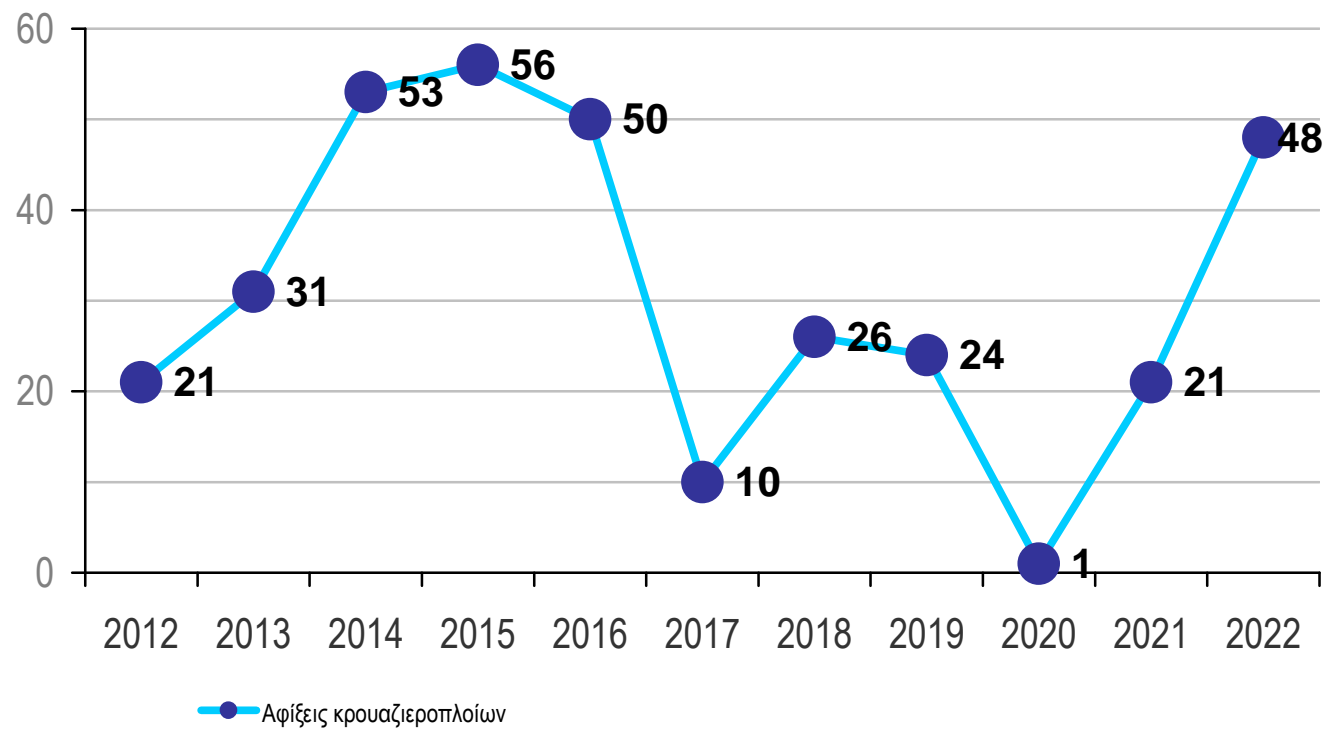
### Λοιπά στοιχεία

		Είχατε δυσκολίες στην εξεύρεση προσωπικού, προκειμένου να στελεχώσετε την επιχείρησή σας;	
		Ναι	Όχι
Περιοχή που	Βόλος πόλη	50,0%	50,0%
βρίσκεται το	Πήλιο ορεινή	61,1%	38,9%
κατάλυμα:	Παραθαλάσσια	75,0%	25,0%

		Πως νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας την επόμενη περίοδο σε σχέση με την λειτουργία της επιχείρησή σας		
		Απαισιοδοξία	Ουδέτερη στάση	Αισιοδοξία
Περιοχή που	Βόλος πόλη	12,5%	50,0%	37,5%
βρίσκεται το	Πήλιο ορεινή	55,6%	16,7%	27,8%
κατάλυμα:	Παραθαλάσσια		75,0%	25,0%

[2]

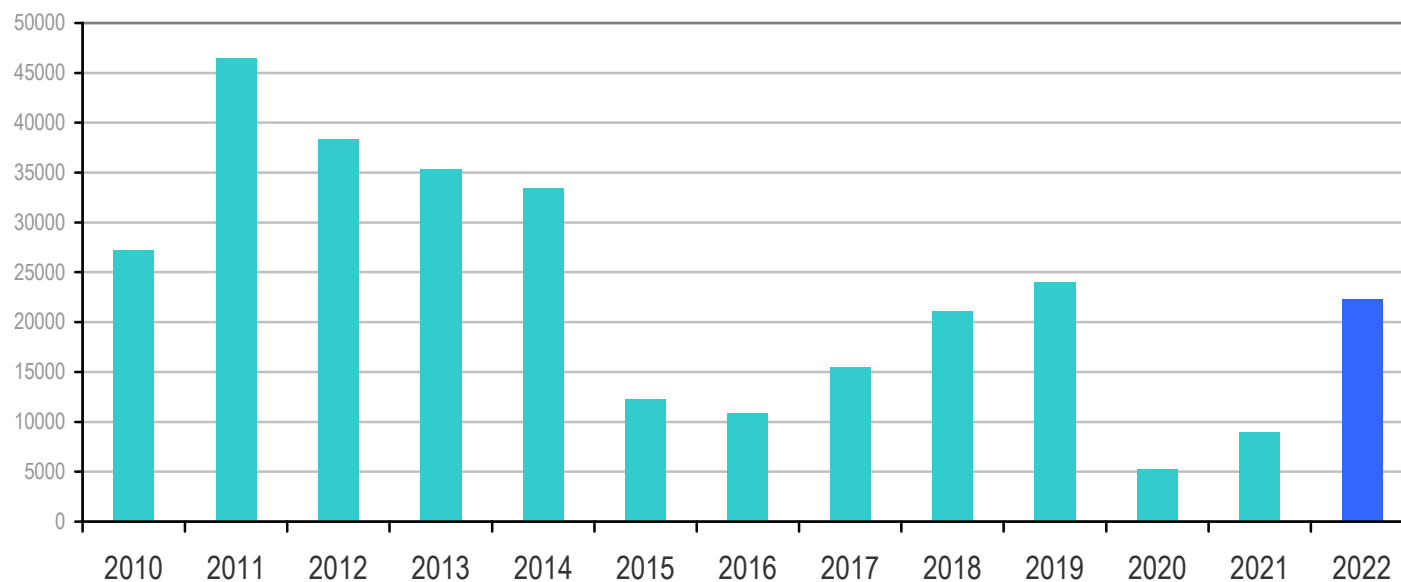
## Αφίξεις κρουαζιέρας



# [2]

## Κίνηση αεροπορικών συνδέσεων

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Αφίξεις	27227	46510	38323	35330	33417	12272	10905	15460	21061	23982	5248	8949	22332

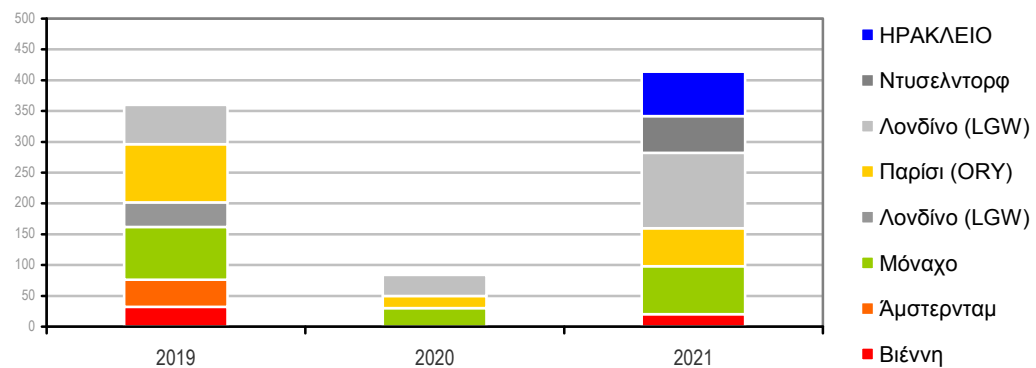




## [2]

## Κίνηση αεροπορικών συνδέσεων

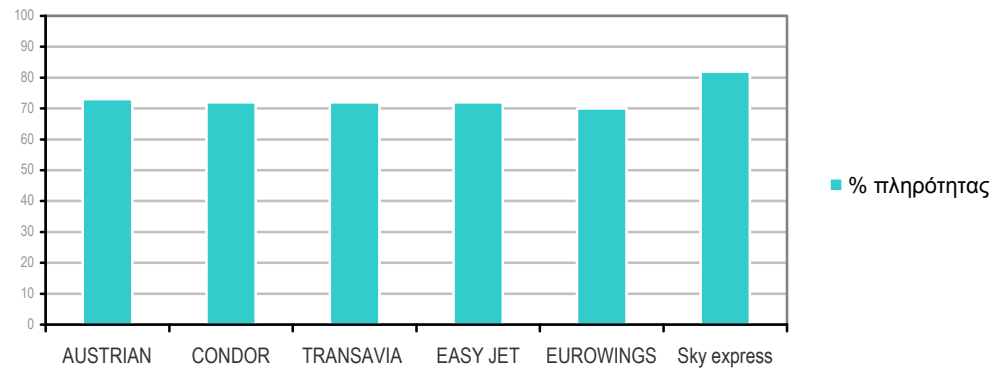
Εταιρίες	Σεπ	Αφιξο Αναχωρήσεις πτήσεων				Αφίξεις επιβατών
		2019	2020	2021	8/11/22	
AUSTRIAN	Βιέννη	32	0	0	20	857
TRANAVIA	Άμστερνταμ	44	0	0		
CONDOR	Μόναχο	86	30	34	78	5090
ENTER	Λονδίνο (LGW)	40	0	0		
TRANSAVIA	Παρίσι (ORY)	94	20	42	62	4209
EASY JET	Λονδίνο (LGW)	64	34	30	122	7318
EUROWINGS	Ντυσελντορφ (DUS)				60	3346
Sky express	ΗΡΑΚΛΕΙΟ			60	72	1502
		360	84	166	414	22322



# [2]

## Κίνηση αεροπορικών συνδέσεων

Εταιρίες		% πληρότητας
AUSTRIAN	Βιέννη	73
CONDOR	Μόναχο	72
TRANSAVIA	Παρίσι (ORY)	72
EASY JET	Λονδίνο (LGW)	72
EUROWINGS	Ντυσελντορφ (DUS)	70
Sky express	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	82



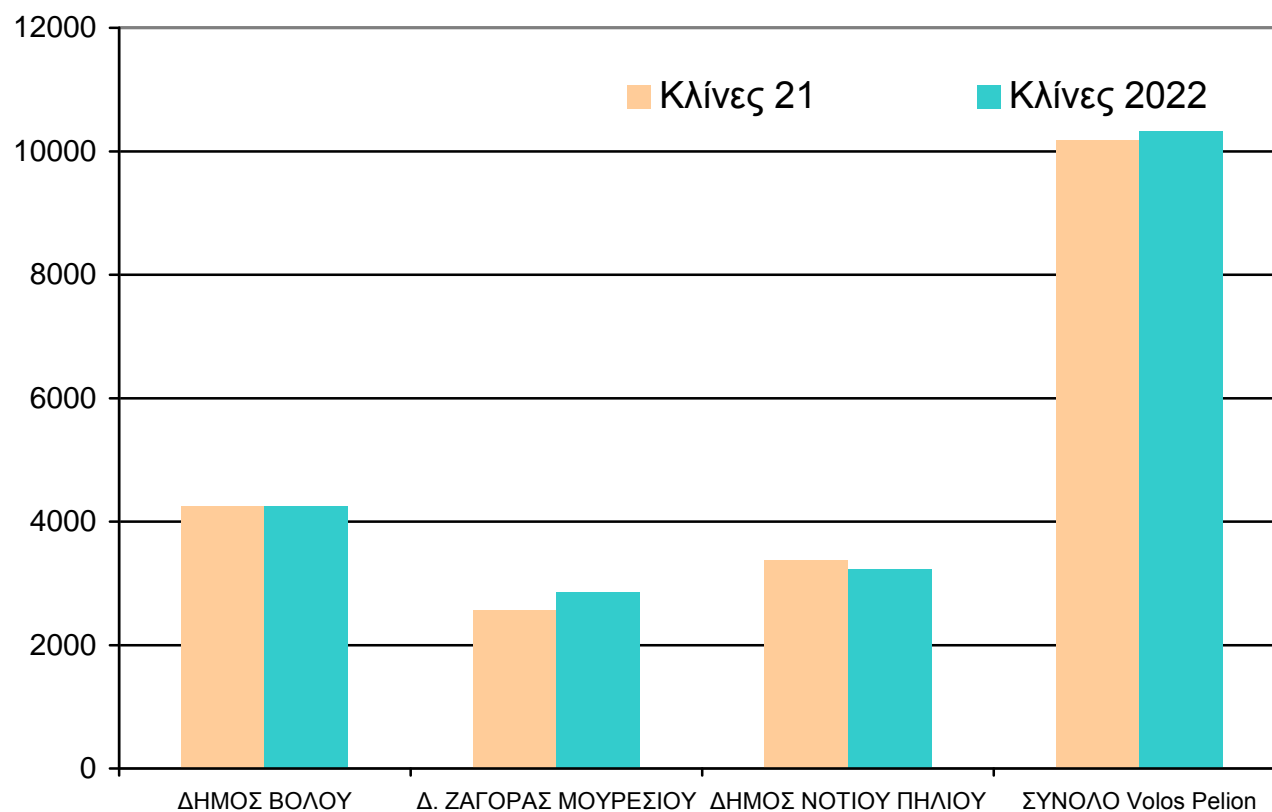
Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2022**  
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ:

Συνολική Δυναμικότητα	2021		2022	
Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
<b>ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ</b>	<b>2173</b>	<b>4248</b>	<b>2173</b>	<b>4248</b>
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	1236	2561	1311	2861
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	1436	3376	1436	3228
<b>ΣΥΝΟΛΟ Volos Pelion</b>	<b>4845</b>	<b>10185</b>	<b>4920</b>	<b>10337</b>

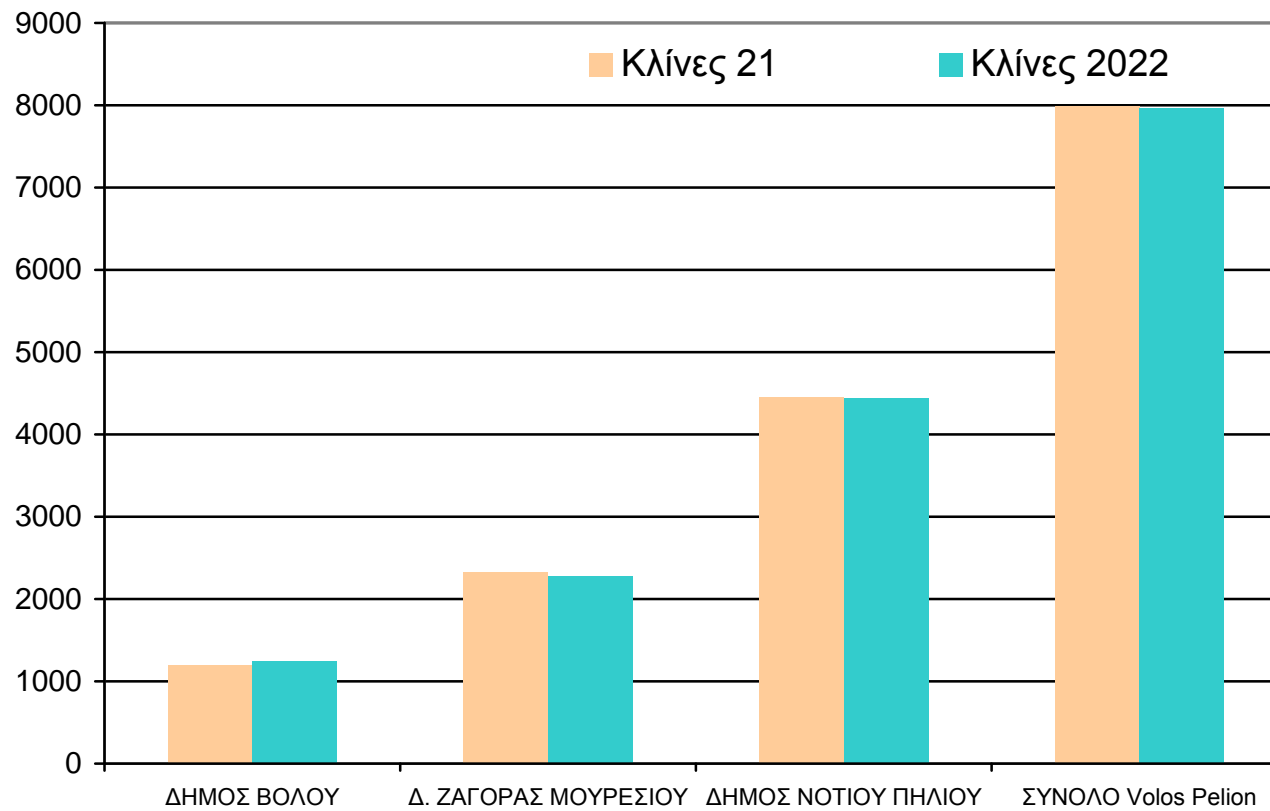
Συνολική Δυναμικότητα	ΣΥΝΟΛΟ 2021		Ενοικιαζόμενα δωμάτια ΜΕ ΣΗΜΑ		Επαύλεις ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ		ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ		ΣΥΝΟΛΟ 2021	
	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
<b>ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ</b>	<b>533</b>	<b>1200</b>	<b>329</b>	<b>795</b>	<b>128</b>	<b>220</b>	<b>99</b>	<b>230</b>	<b>556</b>	<b>1245</b>
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	1045	2325	672	1520	249	471	88	290	1009	2281
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	1898	4458	1194	2994	546	1024	159	416	1899	4434
<b>ΣΥΝΟΛΟ Volos Pelion</b>	<b>3476</b>	<b>7983</b>	<b>2195</b>	<b>5309</b>	<b>923</b>	<b>1715</b>	<b>346</b>	<b>936</b>	<b>3464</b>	<b>7960</b>

	2021		2022	
Airbnb	ΑΚΙΝΗΤΩΝ	ΚΛΙΝΩΝ	ΑΚΙΝΗΤΩΝ	ΚΛΙΝΩΝ
<b>ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ</b>	<b>648</b>	<b>2981</b>	<b>838</b>	<b>3938</b>
Δ. ΖΑΓΟΡΑΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	456	2463	600	3180
ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ	696	3550	885	4425
<b>ΣΥΝΟΛΟ Volos Pelion</b>	<b>1800</b>	<b>8994</b>	<b>2323</b>	<b>11543</b>

## Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2022** Ξενοδοχεία



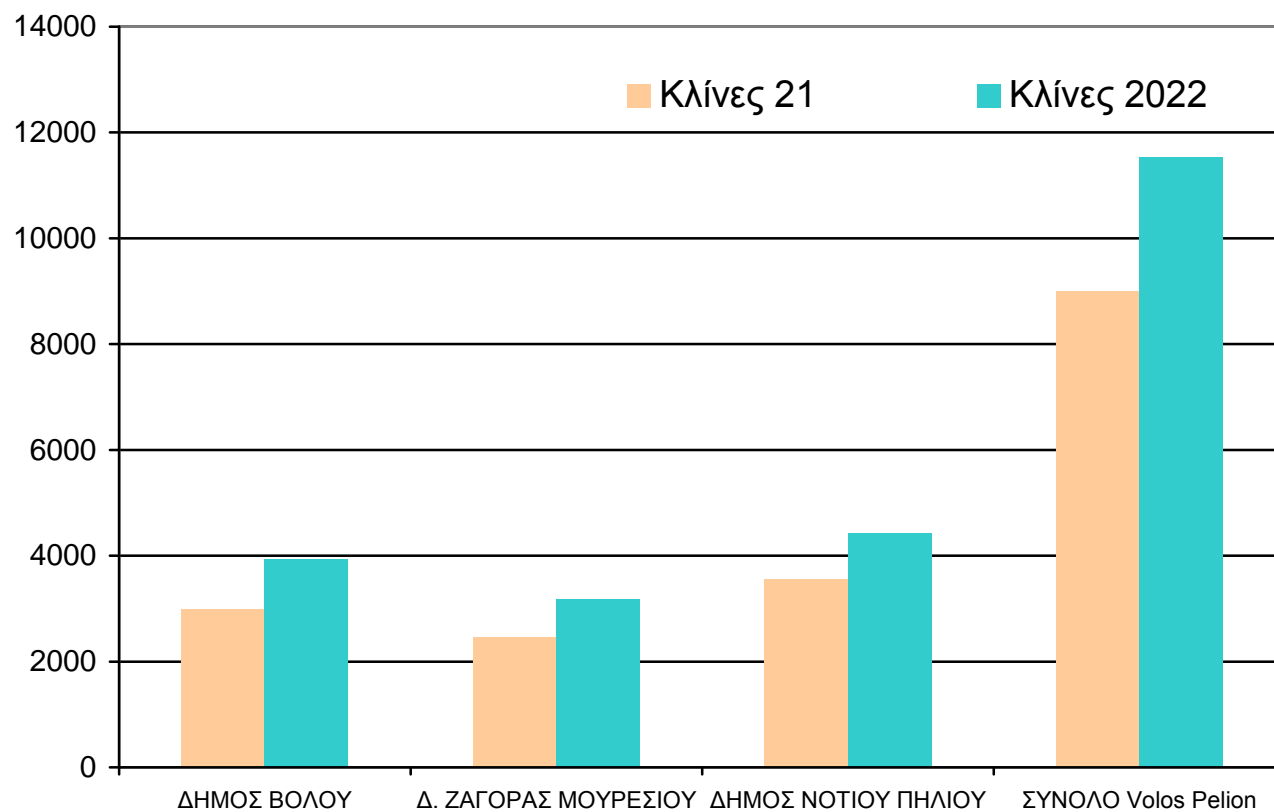
## Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2022** Ενοικιαζόμενα δωμάτια



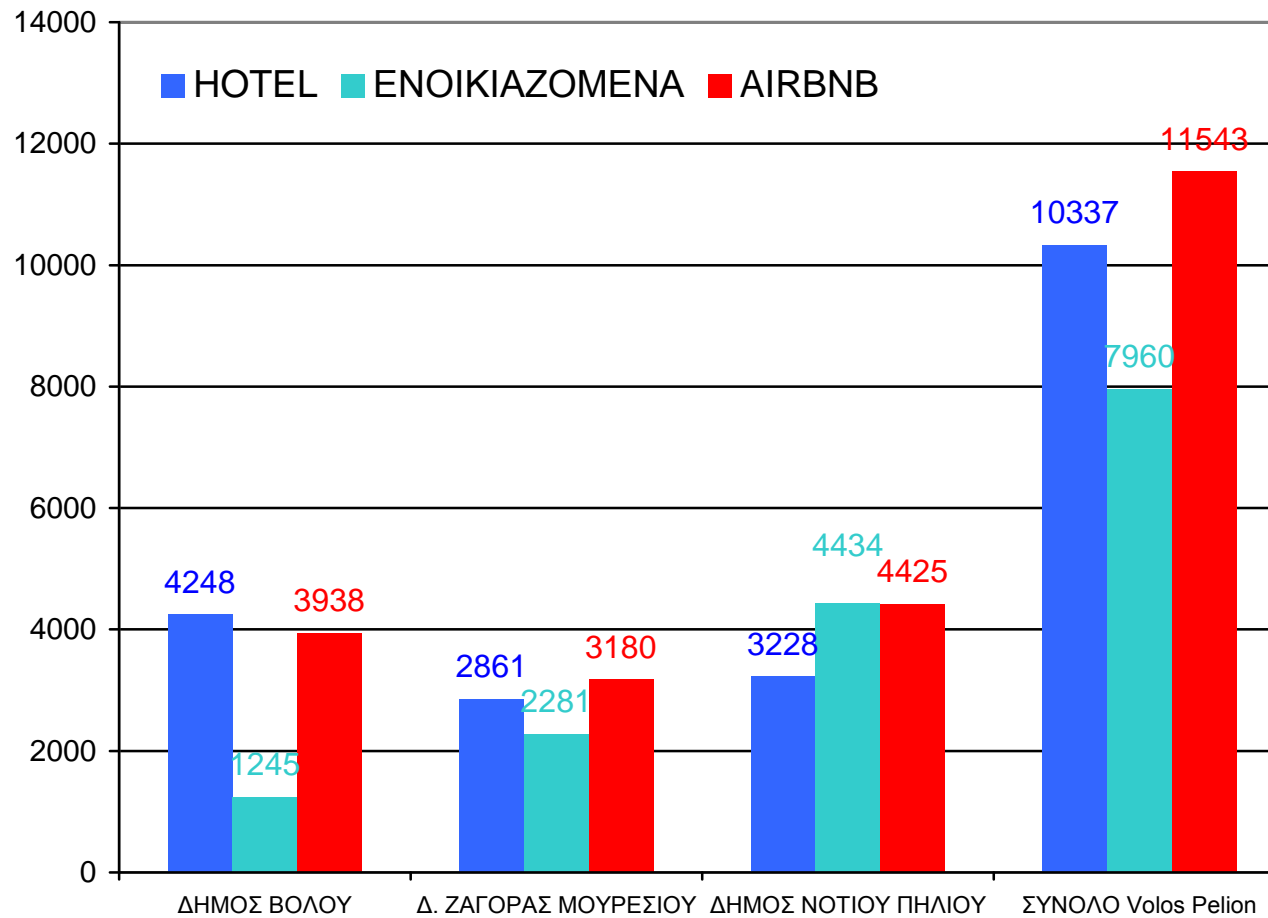


## Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2022**

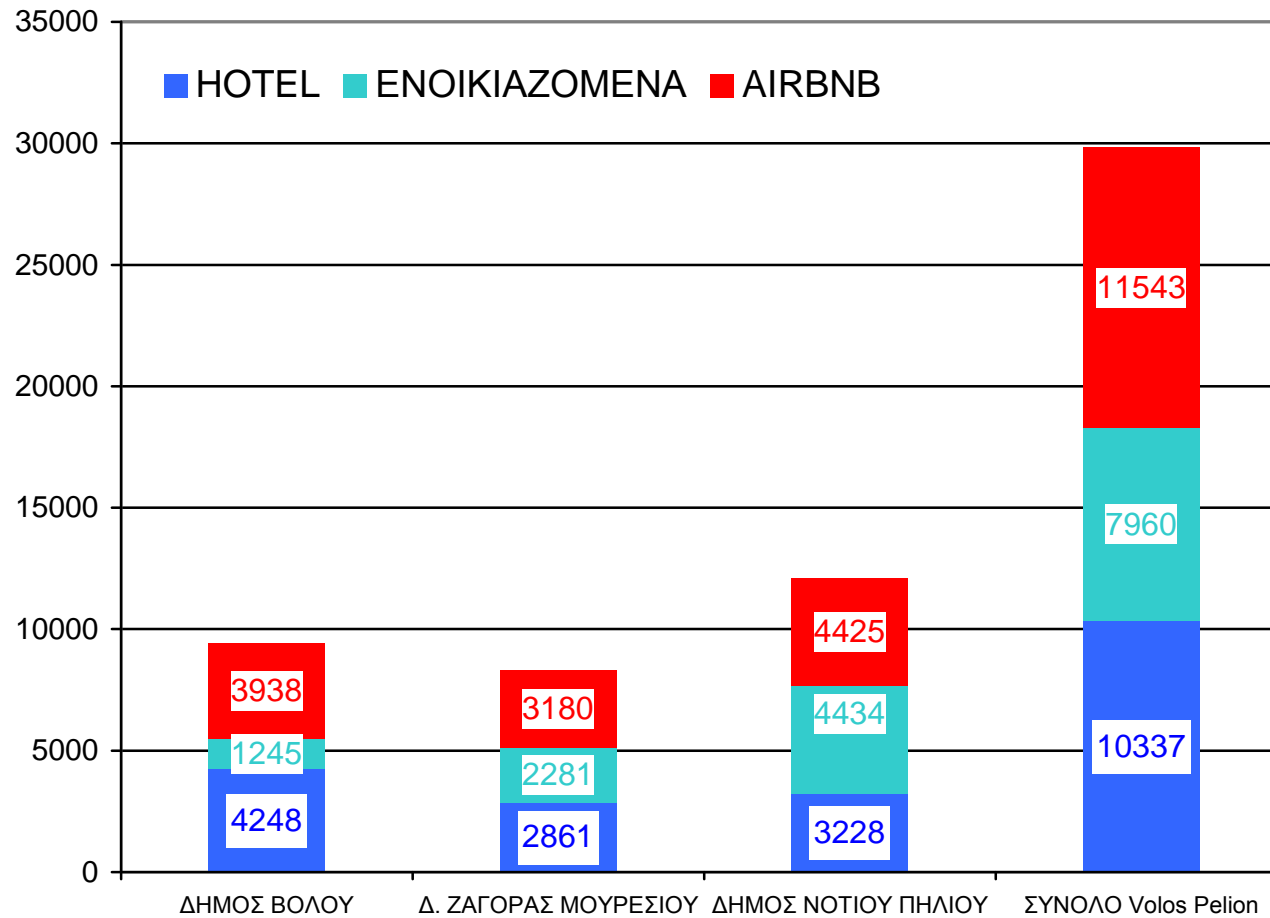
Airbnb



## Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2022**

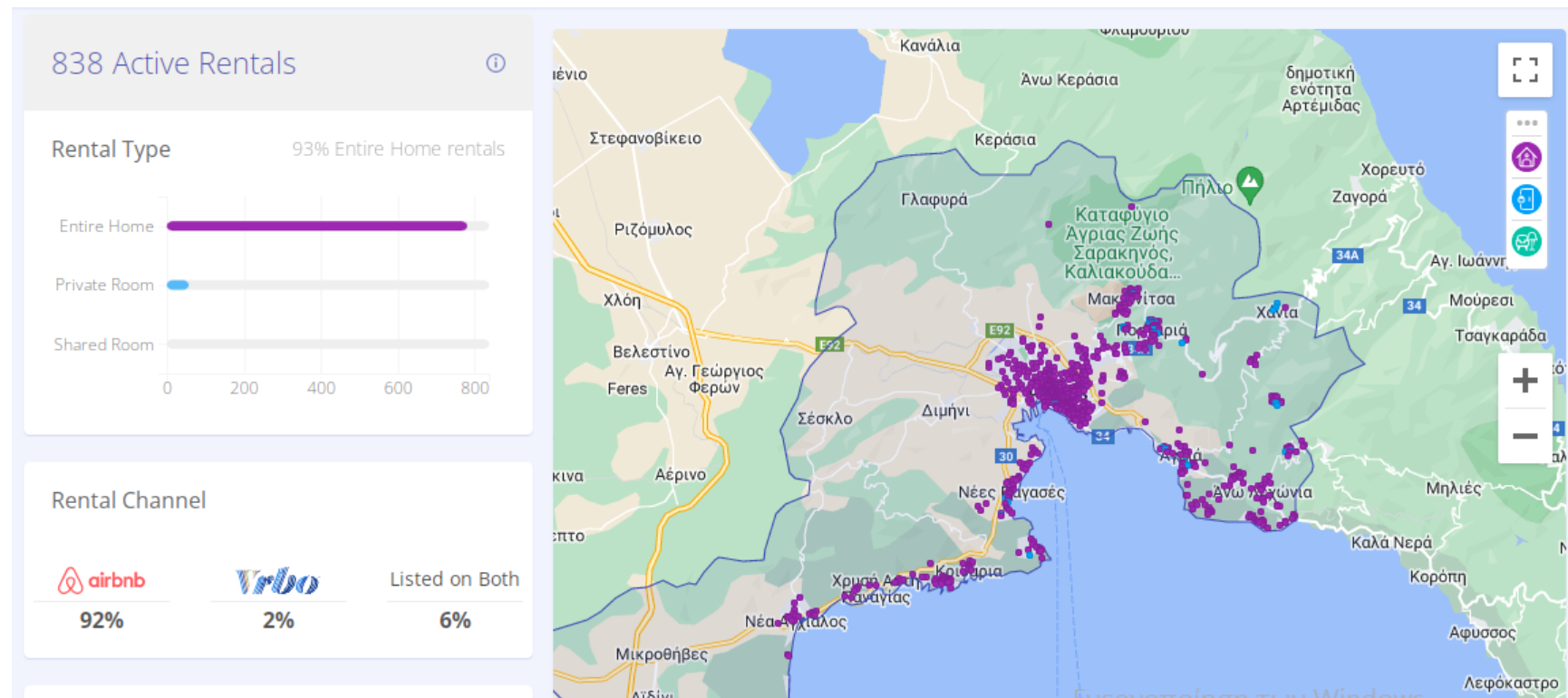


## Καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης **ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2022**





## Δήμος Βόλου

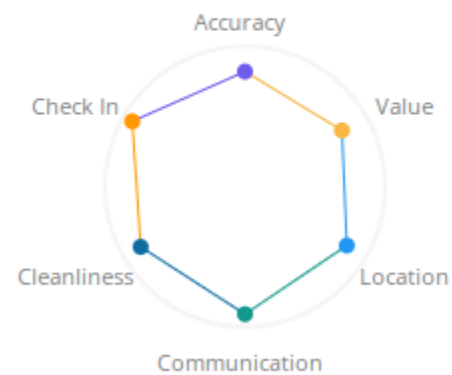




### Rental Size 1.8 Bedrooms / 4.7 Guests on average



### Airbnb Ratings



Overall Rating:

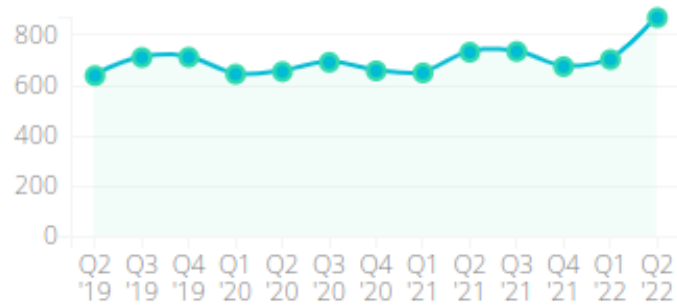
**4.79**

Rated at Least  
4.5 Overall:

**87%**

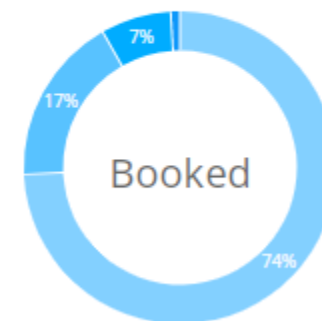
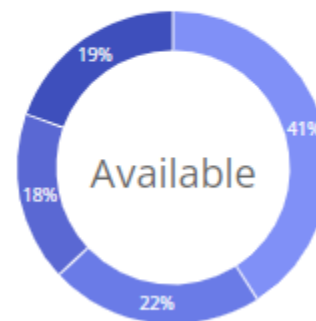
### Rental Growth

24% Quarterly Growth

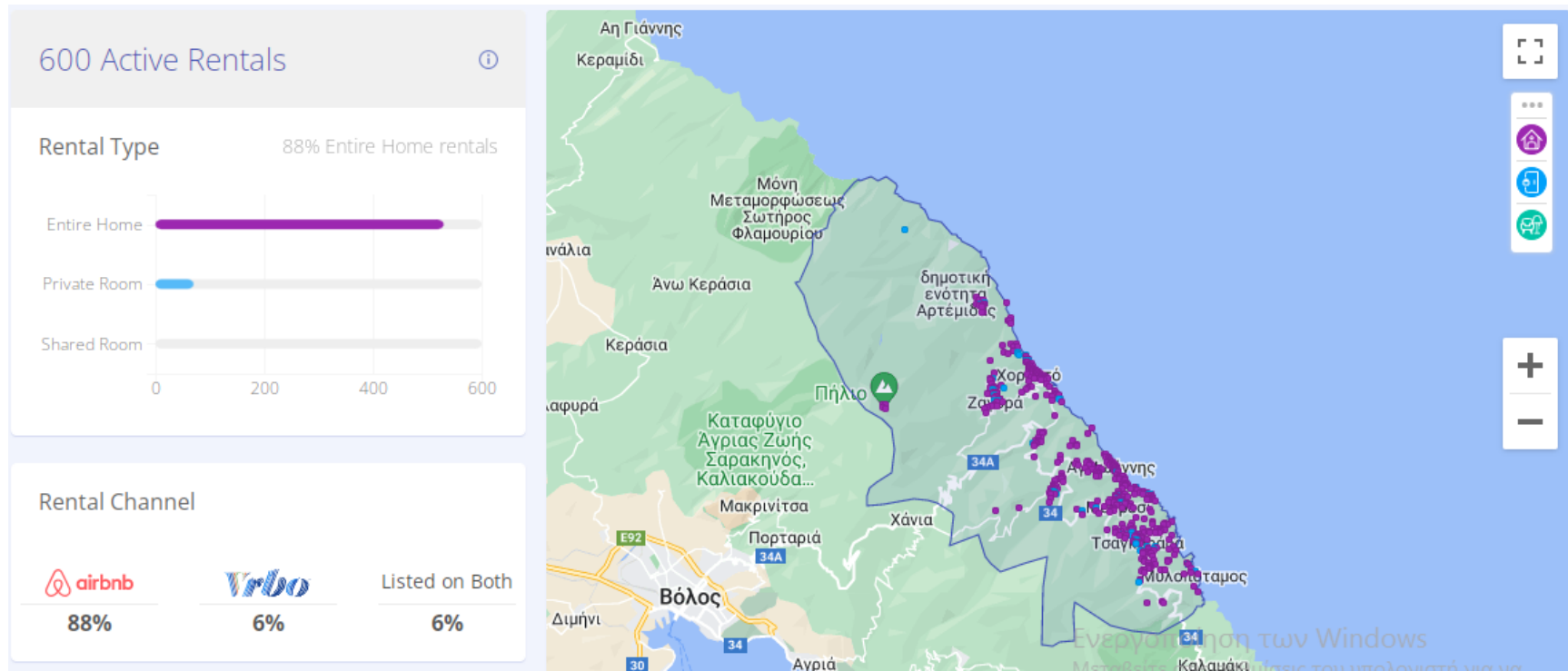


### Rental Activity

36% Available Full Time



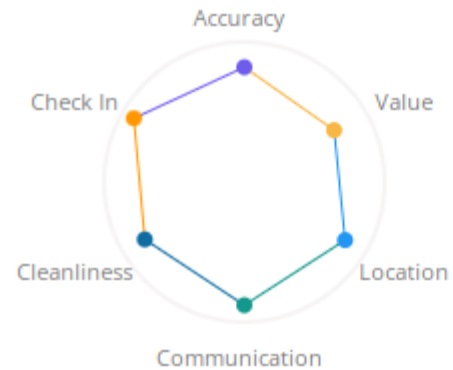
## Δήμος Ζαγοράς Μουρεσίου



### Rental Size 2 Bedrooms / 5.3 Guests on average



### Airbnb Ratings



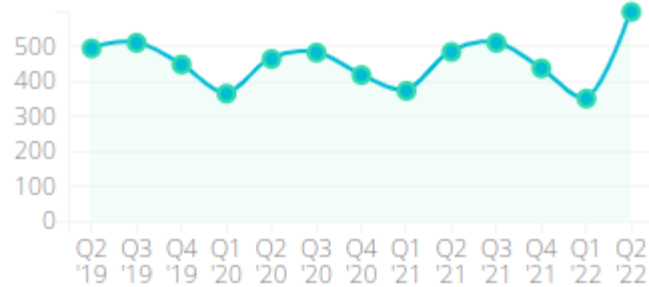
Overall Rating:

**4.71**

Rated at Least  
4.5 Overall:

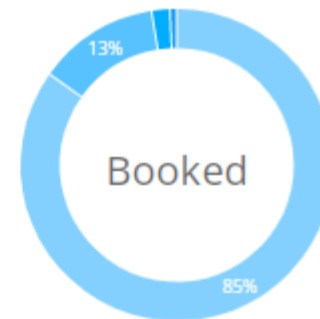
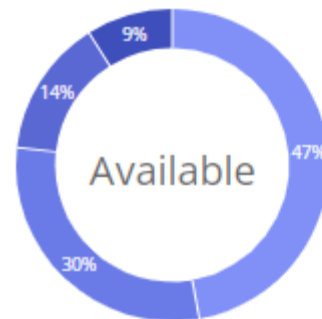
**83%**

### Rental Growth 70% Quarterly Growth

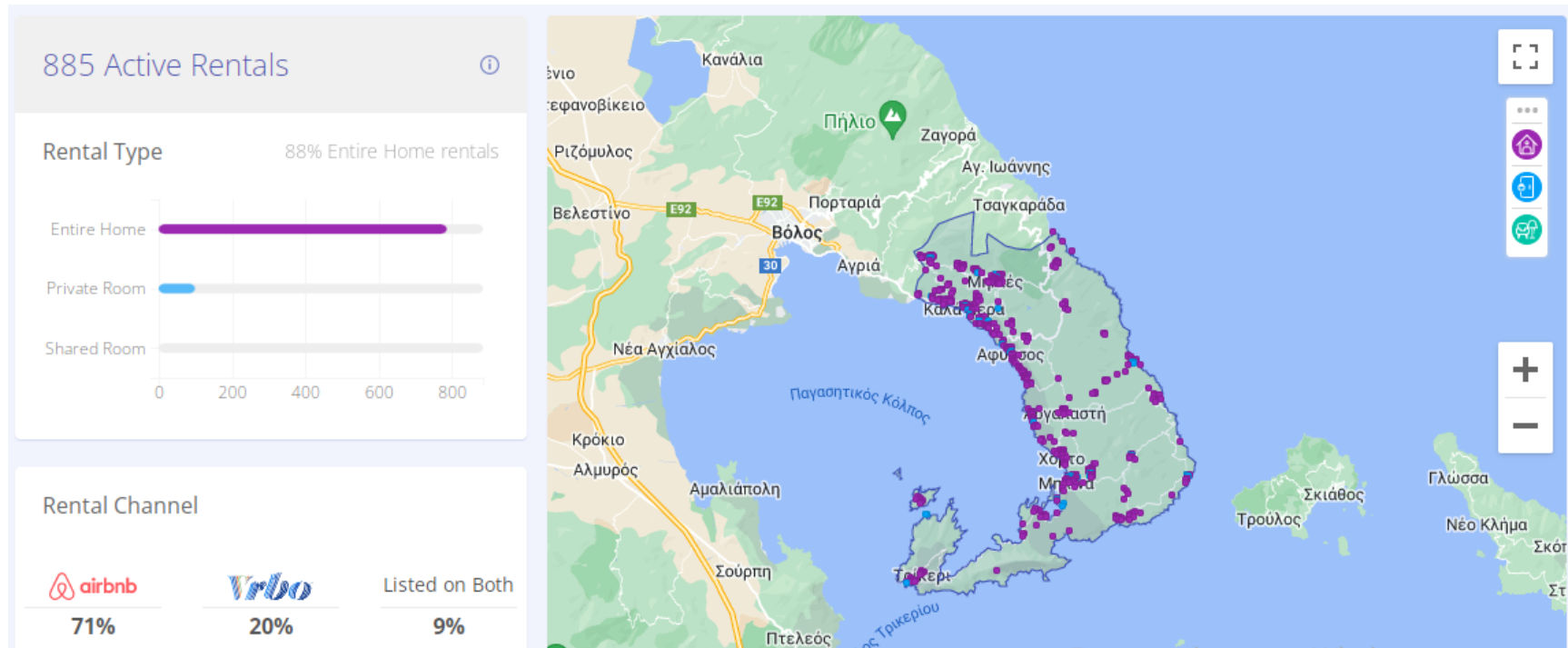


### Rental Activity ⓘ

23% Available Full Time



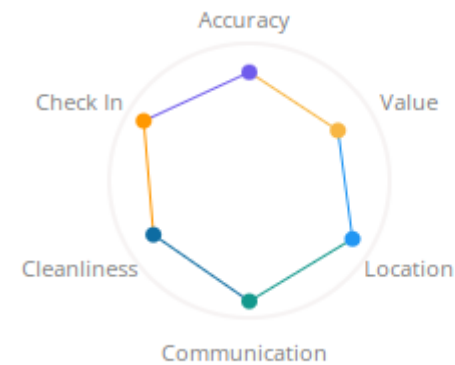
## Δήμος Ν.Πηλίου



### Rental Size 1.8 Bedrooms / 5 Guests on average



### Airbnb Ratings



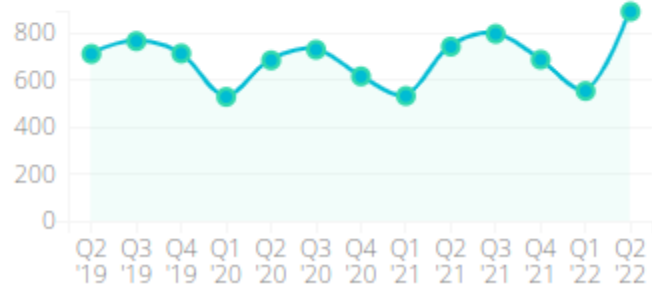
Overall Rating:

**4.58**

Rated at Least  
4.5 Overall:

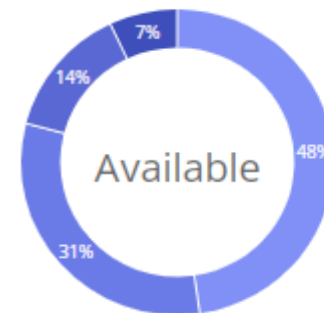
**81%**

### Rental Growth 61% Quarterly Growth

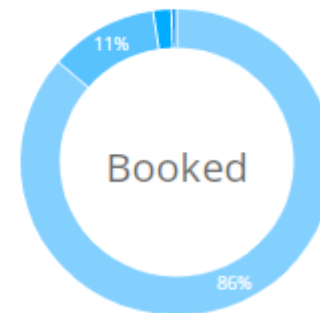


### Rental Activity ⓘ

20% Available Full Time



Available



Booked

## **Τα σημεία που προβληματίσαν Σε αποσπάσματα**



## ΕΡΕΥΝΑ: “Εφιάλτης” για τα διεθνή ταξίδια η επιβάρυνση του κόστους ζωής

07/09/2022

Αντιμέτωπα με τον αντίκτυπο της επιβάρυνσης του κόστους ζωής βρέθηκαν τα ταξίδια στο εξωτερικό τον Αύγουστο, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία για τις δαπάνες των καταναλωτικών καρτών.

### Οι δηλώσεις

Σε σχόλιό του για τα ευρήματα της έκθεσης της **Barclaycard**, ο επικεφαλής των καταναλωτικών προϊόντων της εταιρίας, Jose Carvalho, λέει: “Το κόστος ζωής οδηγεί σαφώς τους Βρετανούς να περικόψουν ορισμένες μη απαραίτητες αγορές για να διασφαλίσουν ότι μπορούν να αντέξουν οικονομικά το αυξανόμενο κόστος των εβδομαδιαίων αγορών τους και των λογαριασμών κοινής ωφέλειας του νοικοκυριού. Ωστόσο, παρά τις πληθωριστικές αυτές πιέσεις, οι καταναλωτές εξακολουθούν να επιθυμούν να απολαύσουν τον καλοκαιρινό καιρό τρώγοντας και πίνοντας έξω και πηγαίνοντας σε διακοπές με φίλους και συγγενείς. **Όμως, μια αύξηση των τιμών της ενέργειας στον ορίζοντα συνεπάγεται ανησυχία για την πλειονότητα των νοικοκυριών**”.

“Πολλοί Βρετανοί σχεδιάζουν να συνεχίσουν να μειώνουν τις προαιρετικές τους δαπάνες, κατά τη διάρκεια του φθινοπώρου και του χειμώνα, υιοθετώντας παράλληλα μια ευρηματική προσέγγιση για την εξοικονόμηση χρημάτων, προκειμένου να αντέξουν τη δύσκολη περίοδο που έρχεται”, προσθέτει ο ίδιος.

## Ευρωβαρόμετρο: Ανήσυχοι οι Ευρωπαίοι για οικονομία, ενεργειακή κρίση, ρωσο-ουκρανικό πόλεμο

07/09/2022

.....

*Και μεταξύ άλλων*

.....

### Ικανοποίηση για την αντιμετώπιση του κορωνοϊού

Οι πολίτες εξακολουθούν να έχουν θετική άποψη όσον αφορά την αντίδραση των κρατών μελών και της ΕΕ στην πανδημία του κορωνοϊού. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες είναι ικανοποιημένοι με τα μέτρα που έλαβε η κυβέρνηση τους και η ΕΕ για την καταπολέμηση της πανδημίας του κορωνοϊού (56% και στις δύο περιπτώσεις).

«Καλωσήρθατε στο καλοκαίρι του 2022».

## Προβλήματα με αεροπορικές: Οι εταιρείες «γονατίζουν» και ακυρώνουν πτήσεις



### *Ταλαιπωρία για χιλιάδες ταξιδιώτες καθημερινά*

«Καλωσήρθατε στο καλοκαίρι του 2022». Έτσι σχολιάζει το ταξιδιωτικό ένθετο του CNN το «αλαλούμ» με τις συνεχείς ακυρώσεις πτήσεων σε όλο τον κόσμο και την ταλαιπωρία που βιώνουν καθημερινά χιλιάδες ταξιδιώτες σε ένα «ντόμινο» δίχως τέλος για τις αεροπορικές εταιρείες.

Το σίγουρο είναι πως αυτή η «πανδημία» με τις ακυρώσεις και καθυστερήσεις πτήσεων, δεν έχει μια και ξεκάθαρη αιτία. Κάποια εταιρείες το «ρίχνουν» στην έλλειψη προσωπικού, άλλες στα εκάστοτε αεροδρόμια κατηγορώντας τα πως είναι απροετοίμαστοι, ενώ υπάρχει και διάφορα τεχνικά προβλήματα σε διάφορες πτήσεις. Σύμφωνα με αναλύσεις MME του εξωτερικού, οι αεροπορικές εταιρείες, αλλά και τα αεροδρόμια πιάστηκαν χωρίς προετοιμασία μετά το «τέλος» της πανδημίας και την επιστροφή του τουρισμού σε επίπεδα προ κορωνοϊού.

# ΕΞΑ - ΑΑ | Πληρότητες 2019 τον Ιούλιο- παραμένει η υστέρηση στο 7μηνο- πολύ έντονα στοιχεία εποχικότητας και στην Αθήνα

[TornosNews.gr](https://www.tornosnews.gr) 31.08.2022 | 12:33

- α/ παρουσιάζει πλέον πολύ έντονα στοιχεία τουριστικής εποχικότητας μη ξεπερνώντας πλέον τους 6 - 7 max μήνες καλύτερων επιδόσεων (μήνες που δεν είναι ικανοί να καλύψουν τις ανάγκες και τα έξοδα πλήρους λειτουργίας των μονάδων σε 12μηνη βάση),
- **β/. έχει να αντιμετωπίσει προκλήσεις σε επίπεδο όχι μόνο ευρωπαϊκού και διεθνούς ανταγωνισμού αλλά και 'εντός των πυλών' (λ.χ. υπερπροσφορά κλινών και αθέμιτο ανταγωνισμό εντός προορισμού - κατά κύριο λόγο εξ' αιτίας της πληθώρας κλινών 'βραχυχρόνιας μίσθωσης' αλλά και κλινών παραξενοδοχίας) και**
- γ/. αναμένει όπως τονίσαμε και σε προηγούμενες ανακοινώσεις μας, τον δύσκολο ενεργειακό και οικονομικό 'ευρωπαϊκό' χειμώνα για τον οποίο γράφονται και λέγονται πολλά και ο οποίος δεν είναι εφικτό να 'προγραμματιστεί'. Αναμένουμε λοιπόν από τις πολιτειακές, τοπικές αρχές και τα αρμόδια υπουργεία κινήσεις που θα καταφέρουν να θωρακίσουν την απρόσκοπτη λειτουργία των ξενοδοχείων αλλά και την τουριστική δραστηριότητα της Αθήνας - στο σύνολό της".

Πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων **Γρηγόρης Τάσιος**.

Δημοσιεύθηκε 20/08/2022 09:14

«Αυτό που παρατηρήσαμε φέτος για τον κόσμο που ταξίδεψε είναι ότι ήταν **συγκρατημένος ως προς τα έξοδά του**, καθώς οι πελάτες έχουν επηρεαστεί από όσα συμβαίνουν και είναι λογικό, ωστόσο όλοι οι προορισμοί είναι γεμάτοι», υπογραμμίζει ο κ.Τάσιος.

## Συμπεράσματα

### Ενεργειών προβολής

- Ακόμη μια περίοδος με σαφή επίδραση του Covid σε κλασικές δράσεις προβολής πχ εκθέσεις  
[Ακυρώσεις, αλλαγές ημερομηνιών, αυστηρά πρωτόκολλα εισόδου επισκεπτών, επιφυλακτικότητα επισκεπτών, κλπ]
- Η προσπάθεια εστίασε στο να συντηρήσει την εικόνα του προορισμού ώστε να μην χαθεί η επένδυση που πραγματοποιήθηκε τα προηγούμενα χρόνια.

### Στοιχεία εξωτερικού περιβάλλοντος

- Ικανοποίηση από διαχείριση Covid
- Η επιβάρυνση του κόστους ζωής – οικονομία έχει αντίκτυπο στα ταξίδια αλλά και την κατανάλωση
- Ενεργειακή κρίση, ρωσο-ουκρανικός πόλεμος
- Προβλήματα με αεροπορικές εταιρείες

### Σύνθεσης δυναμικού

- Σταθεροποιημένη δυναμικότητα ξενοδοχείων
- Σταθεροποιημένη δυναμικότητα ενοικιαζομένων δωματίων
- Αυξητική τάση δυναμικότητας Airbnb κλινών 'βραχυχρόνιας μίσθωσης

### Έρευνας

- Η μέση πληρότητα είναι σαφέστατα υψηλότερη του 2020-21
- Η πληρότητα προσεγγίζει την τιμή πληρότητας του έτους αναφοράς 2018-19 με ελαφρά υστέρηση
- Υπάρχει σαφής τάση ανάκαμψης καθώς σε προ covid περίοδο
- Επανέρχεται η κανονικότητα και στην μηνιαία καταγραφή μέσης πληρότητας
- Κατά την παρούσα περίοδος, συγκριτικά με το έτος αναφοράς 2018-19, υστέρηση εμφανίζεται την περίοδο Ιαν- Φεβ, σύγκλιση των ποσοστών παρουσιάζεται την περίοδο Μαρ-Απρ, υπέρβαση το δίμηνο Μαΐος- Ιούνιος και υστέρηση τον μήνα Ιούλιο.
- Η ελληνική αγορά παραμένει η βασική αγορά. Αυξημένη είναι η συμμετοχή των αλλοδαπών στην σύνθεση των αγορών, σε σχέση με πέρσι, συνεχίζει ωστόσο να υπολείπεται από τις προ covid τιμές



- Ισραήλ, Γαλλία και Γερμανία είναι οι κύριες αγορές του εξωτερικού με την Ρουμανία να ακολουθεί
- Αναφορικά με του κλασικού τύπου ξενοδοχεία, η μηνιαία λειτουργία είναι ομαλοποιημένη με υψηλότερες πληρότητες σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο, αλλά που υπολείπονται ελαφρά σε σχέση με το έτος αναφοράς
- Αναφορικά με τα παραδοσιακά καταλύματα, οι μέσες μηνιαίες πληρότητες εμφανίζονται πολύ βελτιωμένες στο σύνολο των μηνών σε σχέση με το έτος αναφοράς
- Αναφορικά με τα ξενοδοχεία πόλης, παρουσιάζεται ομαλοποίηση της εποχικότητας της περιόδου covid. Συγκριτικά με το έτος αναφοράς 2018-19 καταγράφεται υστέρηση κατά την περίοδο Φθινοπώρου και χειμώνα, πολύ αυξημένες πληρότητες κατά την άνοιξη και υστέρηση στην συνέχεια
- Ως προς τα ξενοδοχεία πόλης, η σύνθεση των ξένων αγορών διαμορφώνεται κυρίως από την Γαλλία και την Γερμανία με το Ισραήλ να ακολουθεί
- Αναφορικά με τα ορεινά ξενοδοχεία καταγράφονται αυξημένες πληρότητες και πλήρη επαναφορά σε προ covid περίοδο. Υστέρηση παρουσιάζεται μόνο κατά την περίοδο Ιουλίου. Παρατηρήθηκε ωστόσο υστέρηση γενικά το δίμηνο Ιουλίου Αυγούστου σε σχέση με την περσινή επίδοση η οποία ωστόσο ήταν και η υψηλότερη των τελευταίων ετών

- Ως προς τα ορεινά ξενοδοχεία, η σύνθεση των ξένων αγορών αφορά κυρίως το Ισραήλ με τις υπόλοιπες εθνικότητες να εμφανίζουν χαμηλότερα ποσοστά
- Αναφορικά με τα παραθαλάσσια ξενοδοχεία, παρουσιάζεται ομαλοποίηση της εποχικότητας. Οι μέσες μηνιαίες πληρότητες ήταν υψηλότερες των αντίστοιχων του έτους αναφοράς κατά την περίοδο του χειμώνα και της άνοιξης, ενώ αν και αυξήθηκαν όπως ήταν αναμενόμενο την θερινή περίοδο, ωστόσο παρέμειναν χαμηλότερα από τις αντίστοιχες του 2018-19
- Ως προς τα παραθαλάσσια ξενοδοχεία, η σύνθεση των αγορών μεταβάλλεται σε σχέση με τα υπόλοιπα καθώς η συμμετοχή των ελλήνων είναι σαφέστατα χαμηλότερη (περίπου 50%) με την σύνθεση των ξένων αγορών να διαμορφώνεται κυρίως από Βουλγαρία, Γερμανία, Ρουμανία και ακολούθως από το Ισραήλ
- Θετική ήταν η υποκειμενική αίσθηση των μονάδων σε σύγκριση με την περσινή χρονιά, κάτι αναμενόμενο καθώς το 2020-21 ήταν υποτονικό την περίοδο πριν το καλοκαίρι. Η υποκειμενική αίσθηση φαίνεται να σταθεροποιείται κατά την θερινή περίοδο
- Διαπιστώνεται και από την υποκειμενική αξιολόγηση ότι η περίοδος covid ολοκληρώθηκε και σταδιακά αποσύρεται ως παράμετρος επιρροής

- Η τιμή δωματίου αυξήθηκε ως μέση τιμή σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Η κυρίαρχη τάση αφορούσε την αύξηση της τιμής κάτι που δήλωσε ότι υλοποίησε το 51,6% των μονάδων με το υπόλοιπο ποσοστό να αφορά την διατήρηση σταθερών τιμών
- Καταγράφεται οριακή αύξηση τζίρου (+7 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με πέρσι)
- Αν και η πληρότητες ήταν σαφώς αυξημένες σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο, η απάντηση στην ερώτηση «πως νιώθετε για την εξέλιξη του κλάδου σας την επόμενη περίοδο σε σχέση με τη λειτουργία της επιχείρησή σας» το 37,8% δήλωσε την επιλογή «Απαισιόδοξο». Το 31,3% των απαντήσεων επέλεξε την κατηγορία «Ουδέτερα», ενώ την επιλογή «Αισιόδοξα» επέλεξε το 28,1% των ερωτώμενων

## ΣΥΝΕΠΩΣ

1. Καταγράφονται πληρότητες που θυμίζουν προ covid περιόδους
2. Η περίοδος covid φαίνεται να απομακρύνεται, έχοντας αφήσει όμως σημάδια στην ψυχολογία όλων
3. Το ενεργειακό κόστος, το επιβαρυμένο κόστος ζωής, η μη εξομαλυμένη κατάσταση των αεροπορικών μεταφορών επηρεάζουν το γενικό κλίμα και είναι πλέον οι βασικές παράμετροι που μπορούν να θέσουν σε κίνδυνο την επόμενη περίοδο
4. Οι προκλήσεις σε επίπεδο εσωτερικού ανταγωνισμού των επιχειρήσεων εντός του προορισμού (λ.χ. υπερπροσφορά κλινών και αθέμιτο ανταγωνισμό εντός προορισμού - κατά κύριο λόγο εξ' αιτίας της πληθώρας κλινών 'βραχυχρόνιας μίσθωσης' αλλά και κλινών παραξενοδοχίας) παραμένουν, μεγαλώνουν και δεν τυγχάνουν αντιμετώπισης
5. Γενικά η περίοδος δεν χαρακτηρίζεται από ηρεμία ή σταθερότητα αλλά είναι μεταβαλλόμενη και ευαίσθητη
6. Βασικές αγορές παραμένουν η Ελλάδα, το Ισραήλ, η Γαλλία και η Γερμανία, η Ρουμανία. Οι βαλκανικές χώρες δεν ήταν τόσο δυναμικές όσο προηγούμενα
7. Οι μεμονωμένοι παραμένουν οι βασικοί επισκέπτες

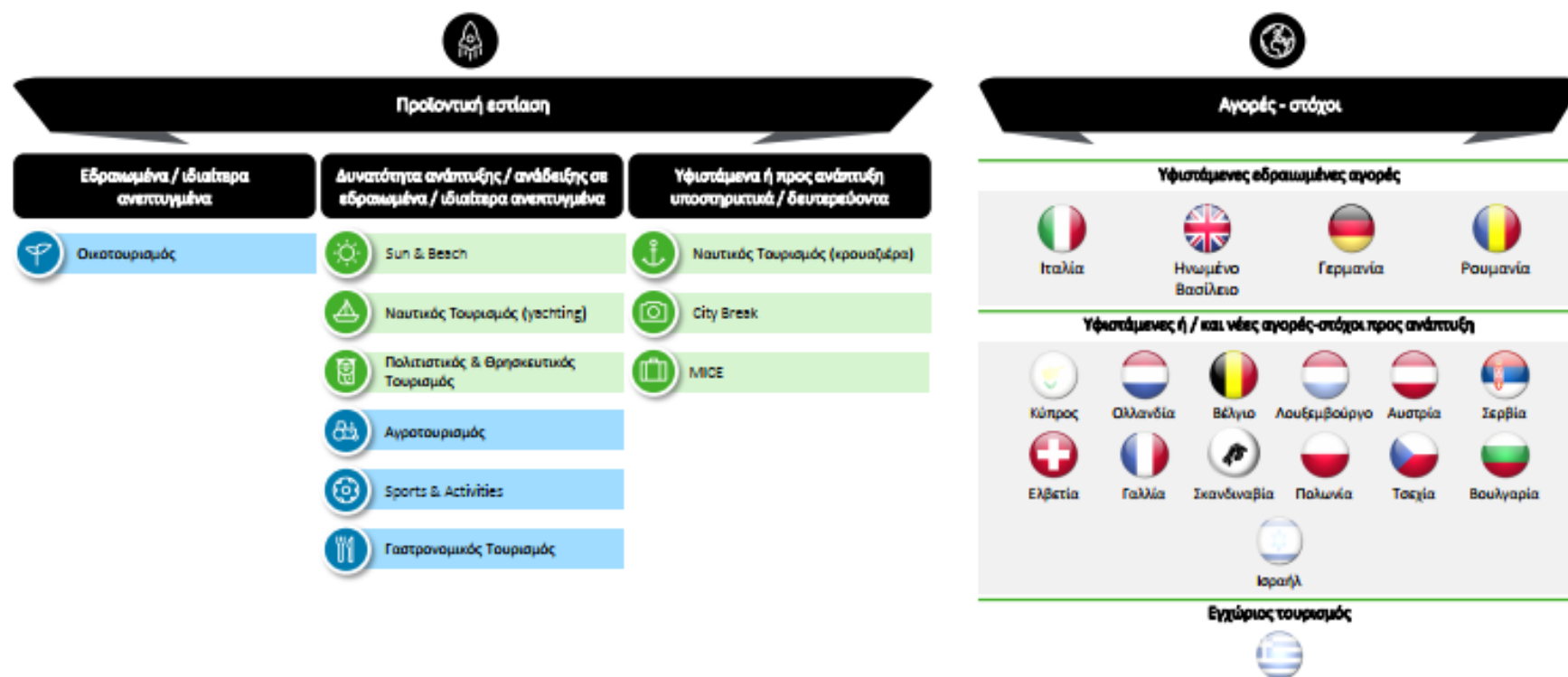


## Προϊόντα και Αγορές

	Sun & Beach	Ναυτικός Τουρισμός (yachting)	Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)	Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	City Break	MICE	Αγροτουρισμός	Οικοτουρισμός	Sports & Activities	Γαστρονομικός Τουρισμός	Τουρισμός Ευεξίας
<b>Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας &amp; Θράκης</b>											
1. Θράκη											
2. Θάσος, Καβάλα & Δράμα											
<b>Περιφέρεια Αττικής</b>											
3. Αθήνα											
4. Αθηναϊκή Ριβιέρα											
5. Νησιά του Αργοσαρωνικού											
<b>Περιφέρεια Βόρειου Αιγαίου</b>											
6. Λέσβος, Λήμνος & Χίος											
7. Σάμος & Ικαρία											
<b>Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας</b>											
8. Δυτική Ελλάδα											
9. Ολυμπία											
<b>Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας</b>											
10α. Δυτική Μακεδονία											
10β. Βουνά και λίμνες της Δυτικής Μακεδονίας											
<b>Περιφέρεια Ηπείρου</b>											
11. Ιωάννινα & κοντινή ορεινή περιοχή											
12. Ηπειρωτική ακτή											
<b>Περιφέρεια Θεσσαλίας</b>											
13. Βόλος, Πήλιο & Σποράδες											
14. Μετέωρα & Δυτική Θεσσαλία											
<b>Περιφέρεια Ιονίων Νήσων</b>											
15. Νησιά Ιονίου											
16. Κέρκυρα											
17. Ζάκυνθος											
18. Κεφαλονιά, Ιθάκη & Λευκάδα											
<div> <div>Εξαιρετικό / ιδιαιτέρα αναγνωμένο προϊόν</div> <div>Δυνατότητα ανάπτυξης / ενδυνάμυνση σε εξαιρετικό / ιδιαιτέρα αναγνωμένο προϊόν</div> <div>Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν</div> <div>Προϊόν με χαμηλή σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης</div> </div>											

## Προορισμός «Βόλος, Πήλιο & Σποράδες»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊόντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Βόλος, Πήλιο & Σποράδες».





## Ο προορισμός και ο αντίκτυπος στο κοινό – παραμένει η βασική στρατηγική

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 – παραμένει η βασική στόχευση**

**Μεμονωμένοι όπου στη στρατηγική προβολής θα κυριαρχεί η γενική επικοινωνία – awareness και στοχευμένη ενημέρωση σε specialists**

**Αγορές**

	Παρατηρήσεις προβολής
Ελλάδα	Εδραιωμένη και άρα περιορισμός συμμετοχής εκθέσεων, διατήρηση ψηφιακής προώθησης και περιορισμένων έντυπων καταχωρίσεων
Ισραήλ	Εδραιωμένη επανεκκίνηση βασικών ενεργειών
Γερμανία	Εδραιωμένη με ανάγκη διατήρησης συνεπώς διατήρηση ενεργειών
Ρουμανία	Εδραιωμένη αλλά πιθανή πτώση συνεπώς διατήρηση ενεργειών
Γαλλία	Αναπτυσσόμενη με τάση εδραίωσης συνεπώς διατήρηση ενεργειών
Βουλγαρία	Εδραιωμένη αλλά πιθανή πτώση συνεπώς επανεκκίνηση βασικών ενεργειών
Σερβία	Εδραιωμένη αλλά πιθανή πτώση συνεπώς διατήρηση ενεργειών
BENELUX	Εδραιωμένη αλλά πιθανή πτώση συνεπώς διατήρηση ενεργειών
Κύπρος	Εδραιωμένη συνεπώς υλοποίηση επιλεκτικών ενεργειών
Πολωνία	Νέα αγορά, συνεπώς εκκίνηση ενεργειών
Ιταλίας	Νέα αγορά, συνεπώς εκκίνηση ενεργειών

## **Στόχος**

**Στόχος 1. Εξωστρέφεια του τόπου ως προορισμός ταξιδιών  
- 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.**

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

## Δράσεις

### Αξονας 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

### Αξονας 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

### Αξονας 3 Θεματική προσέγγιση – Pelion Routes

1. Προώθηση
  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

### Αξονας 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. Bike friendly destination
5. Ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας / η περίπτωση του τσιπουράδικου του Βόλου
6. Βόλος και Αστικός Τουρισμός (City Break)

### Αξονας 5. Υποστήριξη

1. Έρευνες
2. Δράση ανάπτυξης δυναμικού
3. Δικτύωση
4. Αξιολόγηση - παρακολούθηση

## Άξονας 1. Προβολή με κλασικά μέσα

### 1. Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις

ΧΩΡΑ	ΠΟΛΗ	Ημ/νία	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗΣ	Τύπος	Συμμετοχή ως	προτεραιότητα
		ΦΕΒ	συνεκθέτης ΕΟΤ			
ΒΕΛΓΙΟ	ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ	2-5/2	SALON DE VACANCES	Κοινού	ναι	B
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΑΜΒΟΥΡΓΟ	8-12/2	REISSEN	Κοινού	όχι	B
ΙΣΡΑΗΛ	ΤΕΛ ΑΒΙΒ	14-15/2	Tourism fair nternational(IMTM)	Κοινού	ναι	A
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	ΣΟΦΙΑ	15-17/2	HOLIDAY & SPA EXPO	Κοινού	όχι	B
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ	23-26/2	Targul Turism Romaniei (TTR)	Κοινού	ναι	A
ΣΕΡΒΙΑ	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ	23-26/2	Sajam Tourism - IFT	Κοινού	ναι	A
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΧΟ	22-26/2	FREE	Κοινού	όχι	A
		ΜΑΡ				
ΠΟΛΩΝΙΑ	ΒΑΡΣΟΒΙΑ	16-18/3	IITTF WARSAW	Κοινού	ναι	B
ΤΣΕΧΙΑ	ΠΡΑΓΑ	17-19/3	HOLIDAY WORLD	Κοινού	όχι	B
ΓΑΛΛΙΑ	ΠΑΡΙΣΙ	16-19/3	Salon Mondial du Tourisme	Κοινού	όχι	A
		ΑΠΡ				
		ΜΑΙ				
ΚΥΠΡΟΣ	ΛΕΥΚΩΣΙΑ	αναμένεται	ΤΑΞΙΔΙ	Κοινού	όχι	B
B εξάμηνο						
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΝΤΙΣΣΕΛΝΤΟΡΦ	Σεπτέμβριος	TOURNATOUR	Κοινού	ναι	B
ΙΤΑΛΙΑ	ΡΙΜΙΝΙ	Οκτώβριος	TTG TRAVEL EXPERIENCE	Κοινού	ναι	B
ΑΓΓΛΙΑ	ΛΟΝΔΙΝΟ	Νοέμβριος	WTM	Επαγ/κη	ναι	B
ΕΛΛΑΔΑ	ΑΘΗΝΑ	Νοέμβριος	ΑΙΤΕ	Μεικτή	όχι	B
ΕΛΛΑΔΑ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	Νοέμβριος	PHILOXENIA	Κοινού	όχι	A

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

Οι εκθεσιακές συμμετοχές

Α. θα προβάλλουν ενιαία τον προορισμό VolosPelion

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

Δράσεις που θα αξιοποιηθούν είναι:

- Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών
- Παρουσιάσεις
- B2B συναντήσεις με ΤΟ
- 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 με την μορφή σημειακών εκδηλώσεων σε επιλεγμένα σημεία, συνδυασμένα με

- δράξεις πληροφόρησης κοινού,
- προβολής κοινού
- workshop με ΤΟ και press
- συμπληρωματικών δράσεων όπως παραπάνω όπως
  - Κληρώσεις δώρων διαμονής εμπειριών - Παρουσιάσεις κοινού - B2B συναντήσεις με ΤΟ - B2B συναντήσεις με press και media - Εκδηλώσεις γενικές – Εκδηλώσεις προώθησης προορισμού και πληροφόρησης - Εκδηλώσεις γαστρονομίας / τοπικής παράδοσης - Παρουσιάσεις ειδικών μορφών τουρισμού κλπ

Οι εκδηλώσεις θα γίνουν είτε με τη μορφή μεμονωμένης εκδήλωσης, είτε με τη μορφή μέρους συνολικότερης εκδήλωσης ή / και συνεχόμενου roadshow. 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 [τοπικού δικτύου] και τον κατά τόπους φορέων και ομάδων υποστήριξης.

### 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, γραφεία ταξιδίων 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.

### **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 ή /και επέκταση σε νέες γλώσσες
- Δημιουργικό και παραγωγή υλικού προώθησης στοιχείων του προορισμού πχ outdoor activities
- Επανεκτύπωση συνοπτικού εντύπου με σκοπό την υποστήριξη μαζικών αφίσων – κλπ

### **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

## Αξονας 2. Ψηφιακή προβολή

1. **Γενικός Εμπλουτισμός περιεχομένου** και σε φωτογραφικό υλικό, κείμενα και βίντεο  
 Συνεχής εμπλουτισμός υλικού, πχ επέκταση στην προώθηση εμπειρίας κλπ.  
 Κάλυψη θεμάτων με σκοπό την υποστήριξη ad hoc καμπάνιας  
 Παραγωγή αλλά και προμήθεια υλικών – προμήθεια υλικού με απόκτηση πνευματικών δικαιωμάτων
2. **Παραγωγή θεματικού / εξειδικευμένου ανά κατηγορία και καμπάνια, υλικού τουριστικής προβολής**
3. **πχ Pelion Routes – outdoor, ski, yachting κλπ**  
 Δημιουργία spot με σκοπό την διαδικτυακή και media προώθηση.  
 Ενισχυτικά και συμπληρωματικά θα πλαισιώσει παρουσιάσεις προορισμού.
4. **Διαχείριση ιστότοπου, ανάπτυξη των λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και δημιουργία, συντήρηση, εμπλουτισμός εφαρμογών**  
 Συνεχή εμπλουτισμός περιεχομένου.  
 Διασύνδεση και αξιοποίηση περιεχομένου μεταξύ ιστότοπων, μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογής i area  
 Προστασία και ασφάλεια των σελίδων και εφαρμογών.
5. **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.
6. **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. [4.1 i area:εφαρμογή ξεναγού με αποτύπωση 75 σημείων POI, με οπτική και ακουστική πληροφόρησης, εξαγωγή προτεινόμενων διαδρομών, κλπ ]

### **Αξονας 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.

Η υλοποίηση θα ακολουθήσει την πρόοδο του αντίστοιχου τεχνικού έργου ανάδειξης μονοπατιών και κυρίως θα ενταθεί με την ολοκλήρωσή του.

#### **3.1 Προώθηση**

##### **3.1.1 Θεματική καμπάνια μέσω των εκθεσιακών συμμετοχών σε Ελλάδα και εξωτερικό.**

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**

**Προβολή εκτός εκθέσεων** με προωθητικές ενέργειες πχ εκδηλώσεις, δράσεις δρόμου, festival, workshops αυτόνομα ή στο πλαίσιο άλλων διοργανώσεων με την ανάδειξη outdoor activities, έντυπες καταχωρήσεις, Τοποθέτηση διαφημιστικών υλικών στα σημεία εισόδου ΚΤΕΛ- Αεροδρόμιο, λιμάνι, Παραγωγή αφισών και διανομή - τοποθέτηση σε καταλύματα κλπ  
Δραστηριότητες – εκθέσεις εθνικού ή και τοπικού χαρακτήρα με στόχο την κινητοποίηση των τοπικών κοινωνιών και επαγγελματιών

##### **3.1.3 Παραγωγή ή/και απόκτηση υλικού βάσης** Παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού, video, φωτογραφιών κλπ. Editing - Παραγωγή πληροφορίας και κειμένων.

##### **3.1.4 Δημιουργικό - παραγωγή πληροφοριακού υλικού πεζοπορικών διαδρομών Pelion Routes**

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

##### **3.1.5 Ψηφιακή προβολή, διατήρηση web σελίδας, αξιοποίηση μέσων κοινωνικής δικτύωσης**

##### **3.1.6 Προώθηση με κλασικά μέσα** τοπικές εκδηλώσεις, τοπική έκθεση, πεζοπορίες με οδηγό κλπ

##### **3.1.7 Δημιουργία app Pelion Routes**

#### **3.2 Πιστοποίηση διαδρομής – υποστήριξη διαδρομής** Εξέταση πιστοποίησης διαδρομής. Αποτελεί σειρά ενεργειών δικτύωσης σε τοπικό επίπεδο, 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.

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

##### **4.1 Ανάπτυξη εφαρμογών τουριστικής προβολής για κινητά τηλέφωνα-Παραγωγή App i-area – (σε εξέλιξη)**

##### **4.2 Ακτές – οργάνωση και υποστήριξη ακτών**

- Ενέργειες συμμετοχής στο πρόγραμμα και υποβολής φακέλου
- Ναυαγοσωστική κάλυψη ή κάλυψη με υπεύθυνο ακτής / επέκταση κάλυψης σε ακτές εκτός πολυσύχναστων
- Οριοθέτηση ακτών – συμπληρωματική χειμερινή οριοθέτηση
- Τοποθέτηση και παροχή υπηρεσίας χημικών τουαλετών
- Συνεργασία με λοιπές υπηρεσίες Δ. Βόλου [Δ/ση Τεχνικών Υπηρεσιών] για την αναβάθμιση του εξοπλισμού παραλίας και [Δ/ση Καθαριότητας και Πρασίνου] και γενικό εξωραϊσμό.
- 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 – παραμένει ως στόχος

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 τόπου. 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 **Bike friendly destination** – παραμένει ως στόχος / ακολουθεί χρονικά την εξέλιξη του αντίστοιχου έργου

Έχει προχωρήσει η 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 θα 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 περαιτέρω 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.

#### 4.5 Ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας / η περίπτωση του τσιπουράδικου του Βόλου

Με την υποβολή του φακέλου υποψηφιότητας "Τα τσιπουράδικα του Βόλου και της Νέας Ιωνίας" στον Εθνικό Κατάλογο για την άυλη πολιτιστική κληρονομιά γίνεται το πρώτο βήμα για την ανάδειξη της σημαντικής ταυτότητας της πόλης του Βόλου. Προγραμματίζεται να ακολουθήσει μια σειρά βημάτων με σκοπό την περαιτέρω ανάδειξη του παραπάνω χαρακτηριστικού με θέμα: Η τοπική γαστρονομική παράδοση από το χθες στο σήμερα.

*(Η δράση προβλέπεται να επεκτείνεται χρονικά σε διάστημα μεγαλύτερο του έτους.)*

Στην θεματική θα περιλαμβάνονται:

Η παρουσίαση της ιστορίας και παράδοσης της τοπικής κουζίνας του Βόλου του χθες αλλά και το σήμερα. Η παρουσίαση των γαστρονομικών περιοχών του Βόλου του χθες και του σήμερα. Η διατροφική, κοινωνική, πολιτιστική αξία της τοπικής κουζίνας. Η καταγραφή των (επισκέψιμων) παραγωγών και χώρων. Η φωτογράφιση και βιντεοσκόπηση του θέματος. Τα στοιχεία θα παρουσιάζονται σε κατάλογο ή / και ως εμπειρίες και άρα θα αφορούν:

- Δημιουργία ειδικού οδηγού με σκοπό την ενημέρωση του επισκέπτη για την ιδιαίτερη τοπική κουζίνα σε συνεργασία με τοπικές πρωτοβουλίες. [ιστορικά στοιχεία του τόπου, συνταγές, συνήθειες, διατροφική αξία, τοπική οικονομία - εστιατόρια, γιορτές κλπ]

Το παραπάνω υλικό θα διαμορφωθεί σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή (παρουσίαση καταλόγου)

- Διαμόρφωση του παραπάνω υλικού σε προτάσεις διαδρομών – περιηγήσεων πχ «Ο δρόμος του τσίπουρου και του τσιπουράδικου» με έμφαση στην παραγωγή, στην αλιεία, στις γειτονιές της πόλης και στην παρασκευή και σερβίρισμα που συναντάται στην παράδοση των Βολιώτικων μεζέδων στα τσιπουράδικα. Στόχος η έναρξη ξεναγήσεων ή / και η ενσωμάτωσή τους σε μέσα νέας τεχνολογίας.

- Ανάδειξη γιορτής/φεστιβάλ τσίπουρου με την συνδρομή τοπικών πρωτοβουλιών. Αξιοποίηση, διατήρηση και καθιέρωση του φεστιβάλ yachting και γαστρονομίας με ενίσχυση του ρόλου της γαστρονομίας

- Διάδοση της τοπικής κουζίνας σε μπουφέ και εκδηλώσεις

- Διερεύνηση δημιουργίας γαστρονομικού μουσείου με αξιοποίηση του κτιριακού αποθέματος

- Ενσωμάτωση του νέου υλικού στο κύριο τουριστικό site και ψηφιακή προβολή για το σύνολο των παραπάνω χαρακτηριστικών



#### 4.6 Βόλος και Αστικός Τουρισμός (City Break)

Ο Αστικός Τουρισμός (City Break) ορίζεται από το UNWTO ως «ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας που λαμβάνει χώρα σε αστικό χώρο με τα εγγενή χαρακτηριστικά του που συμπεριλαμβάνουν την οικονομική δραστηριότητα βασιζόμενη σε κλάδους όπως η διοίκηση, η μεταποίηση, το εμπόριο και οι υπηρεσίες καθώς και τη σημασία τους ως μεταφορικοί κόμβοι.».

Οι αστικοί προορισμοί προσφέρουν ένα ευρύ και ετερογενές φάσμα πολιτιστικών, αρχιτεκτονικών, τεχνολογικών, κοινωνικών και φυσικών εμπειριών και προϊόντων για αναψυχή και επαγγελματικούς σκοπούς.

Τα ταξίδια City Break διαρκούν συνήθως 3 ημέρες ή και λιγότερο (μέγιστος αριθμός είναι οι 6 διανυκτερεύσεις) και κατά τη διάρκεια τους οι τουρίστες βιώνουν εμπειρίες που σχετίζονται με τον πολιτισμό, την ψυχαγωγία και την διασκέδαση σε μία πόλη και τα περίχωρα της.

Βασικά στοιχεία για την επιτυχία μίας πόλης ως προορισμού City Break αποτελεί η παροχή ενός μεγάλου εύρους πολιτιστικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου (π.χ. γαστρονομία και οίνος, ψώνια, νυχτερινή διασκέδαση, υπαίθριες αγορές και πάρκα) που μπορούν να προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες στον ταξιδιώτη. Η εύκολη προσβασιμότητα μέσω και ένα οργανωμένο, λειτουργικό και σύγχρονο δίκτυο δημόσιων συγκοινωνιών με πολλαπλά μέσα μαζικής μεταφοράς που καλύπτει το σύνολο της πόλης και προσφέρει απρόσκοπτη, άνετη και γρήγορη μετάβαση στα σημεία ενδιαφέροντος αποτελούν επιπλέον βασικές προϋποθέσεις για την προσέλκυση ταξιδιωτών City Break. [μελέτη INΣΕΤΕ]

Στόχος δράσης: Η πληροφόρηση και προβολή

Δράση 1. Συλλογή υλικού / Απόκτηση – Δημιουργία οπτικού αρχείου

Δράση 2. Δημιουργία micro site στο κύριο site για τον Βόλο ως πόλη για city break

Διαμονή στην πόλη και γύρω / Πρόσβαση / Κατάλογος αξιοθέατων / Διαδρομές στην πόλη και μικρές αποδράσεις / Προτάσεις για τριήμερα + προσαρμοσμένες ανά εποχή / Γεύσεις / σημαντικές ημερομηνίες και γιορτές/ κλπ

Δράση 3. Συνοπτικό έντυπο brochure Volos City Break με την παραπάνω πληροφορία

Δράση 4. Περπατώ στην πόλη – πχ Ξενάγηση κάθε Παρασκευή

Δράση 4. Ανάπτυξη ψηφιακής καμπάνιας προώθησης

Δράση 5. Προώθηση με κλασικά – Διανομή σε κοινό και παρόχους

## **Άξονας 5.**

### **5.1 Έρευνες Κοινού**

### **5.2 Δράση ανάπτυξης δυναμικού**

Η εκπαίδευση των εργαζομένων των τουριστικών επιχειρήσεων 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 στόχος που αξίζει να επιτευχθεί.

Στο παραπάνω πλαίσιο προτείνεται:

Προπαρασκευαστικές συναντήσεις των τοπικών εμπλεκόμενων 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

### **5.3 Δικτύωση**

Ο σκοπός της δράσης εστιάζεται στην ανάπτυξη δικτύων συνεργασία με φορείς της Ελλάδας και του εξωτερικού με σκοπό την ανταλλαγή τεχνογνωσίας σε θέματα τουριστικής πολιτικής. Σε αυτό το πλαίσιο η δράση αφορά στην έρευνα δικτύων συνεργασίας με φορείς ή / και οργανισμούς που παράγουν την έρευνα και παρέχουν δράσεις δικτύωσης με βασικούς εκπροσώπους της αγοράς, ενώ παράλληλα δίνουν ευκαιρίες για συμμετοχή σε επιμορφωτικά σεμινάρια και συνέδρια μεταφοράς τεχνογνωσίας για τα μέλη τους αλλά και πρόσβαση σε μεγάλο όγκο τουριστικών πληροφοριών.

### **5.4 Αξιολόγηση – παρακολούθηση**



## Προτεινόμενος Προϋπολογισμός

Κωδικός	Περιγραφή	
6113.001	Αμοιβές μεταφραστών	2.000,00
6431.801	Εξοδα ενημέρωσης και προβολής δραστηριοτήτων του Δήμου της Δ/νσης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	10.000,00
6432.801	Δαπάνες εκθέσεων στο εσωτερικό και στο εξωτερικό της Δ/νσης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	15.000,00
706422801	Οδοιπορικά έξοδα και αποζημίωση μετακινούμενων υπαλλήλων της Διεύθυνσης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης	5.000,00
706615801	Εκτυπώσεις, εκδόσεις, βιβλιοδετήσεις της Δ/νσης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	5.000,00
706652801	Προμήθεια φωτογραφικού υλικού- φωτογραφίες, λήψη βίντεο	3.000,00
706117801	Ναυανσωστική κάλυψη πολυσύγκρατων ακτών	220.000,00
706117802	Οριοθέτηση νραμής λουομένων και επίβλεψη της	20.000,00
706142801	Αμοιβή συμμετοχής στο πρόγραμμα ναλάζων σημαίων	6.000,00
706262801	Συντήρηση και επισκευή λοιπών μόνιμων εγκαταστάσεων (πλιν κτιρίων έρων)	30.000,00
706264801	Συντήρηση και επισκευή λοιπών μηχανημάτων της Δ/νσης Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης - sea access	10.000,00
706279802	Μίσθωση χημικών τουαλετών και καθημερινός καθαρισμός τους νια τις ανάγκες του προγράμματος Γαλάζιων Σημαιών	20.000,00
706681801	Υλικά φαρμακείου της Δ/νσης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	3.000,00
706691801	Προμήθεια ειδών σημαοστολοισμού και φωταγωνήσεων	3.000,00
706699804	Προμήθεια εξοπλισμού ναυανσωστών	4.000,00
706142802	Αμοιβή ανάπτυξης σήμανσης ανάδειξης πολιτιστικών - τουριστικών πόρων	10.000,00
706142803	Αμοιβή συμμετοχής στο πρόγραμμα bike friendly	10.000,00
706266801	Συντήρηση εφαρμογών λογισμικού της Δ/νσης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	4.000,00
707134804	Προμήθεια εφαρμογών - προγραμμάτων πληροφορικής και Η/Υ (λογισμικά) της Δ/νσης Τοπικής & Οικονομικής Ανάπτυξης	1.000,00
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>381.000,00</b>
	<b>LEADER</b>	<b>68.138,00</b>