



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Στρατηγική της Π.Ν.Α για τον Τουρισμό και παρουσίαση του Επιχειρησιακού Σχεδίου Δράσης της Τουριστικής Προβολής για το 2013-2014



Εισηγήτρια : Ελευθερία Φτακλακη
Δεκέμβριος 2012



ΝΗΣΙΑ ΤΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΑΠΕΡΑΝΤΟ ΓΑΛΑΖΙΟ

ΚΟΙΝΗ ΕΘΝΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Τρεις όψεις ανταγωνισμού:

- 1) εξωτερικός ανταγωνισμός
- 2) εσωτερικός ανταγωνισμός
- 3) εγχώριος ανταγωνισμός

Εθνική Στρατηγική για τον τουρισμό

με τις **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ** να διαδραματίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην αναπτυξιακή τουριστική πολιτική.

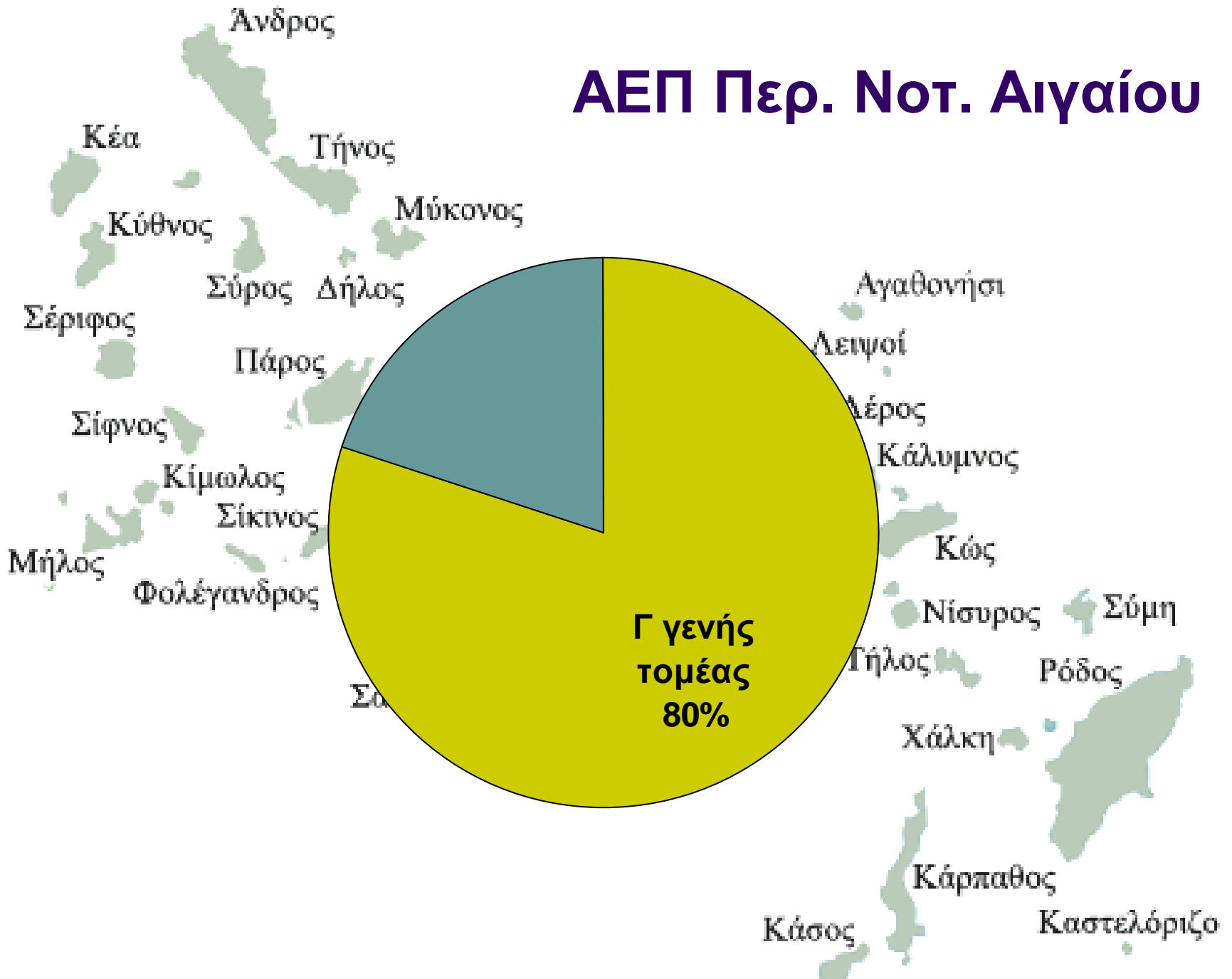
**ΕΙΔΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ
ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

ΚΟΙΝΗ ΕΘΝΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

ΕΙΔΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

➤είναι επιτακτική πλέον η ανάγκη αναθεώρησής του προκειμένου το σημαντικό αυτό «εργαλείο» να μπορέσει να ανταποκριθεί στους στόχους μιας νέας τουριστικής πολιτικής με γνώμονα την πραγματική ανάπτυξη και την αειφορία

ΑΕΠ Περ. Νοτ. Αιγαίου



Στρατηγικός Σχεδιασμός της ΠΝΑ



Να στηρίζεται στο τρίπτυχο:

ΑΝΑΠΤΥΞΗ – ΑΕΙΦΟΡΙΑ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Να λαμβάνει υπ' όψη του:

- ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΜΕ ΟΡΑΜΑ 10-ετίας
- ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΕΥΝΟΙΚΟ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ
- ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΑΝΑ ΝΗΣΙ
- ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΕ ΥΨΗΛΗΣ ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗΣ ΑΞΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, κ.α)
- ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ
- ΝΕΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Στρατηγικός Σχεδιασμός της ΠΝΑ



- Στην κατάρτιση ενός Επιχειρησιακού Σχεδίου Δράσης
- Στην ενίσχυση των φορέων, με Συντονισμό, Συνέργειες και Συνεργασίες (3Σ)
- Σε προτάσεις για αλλαγές σε θεσμικές και οργανωτικές ρυθμίσεις
- Στην ανάπτυξη και διαφοροποίηση του προϊόντος
- Στο μάρκετινγκ και στην επικοινωνιακή στρατηγική και προβολή
- Στις επενδύσεις σε τουριστικές εγκαταστάσεις
- Στην ανάπτυξη ανθρώπινων πόρων



ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

που τέθηκαν από τους φορείς

- το ακτοπλοϊκό
- έλλειψη επαρκούς αστυνόμευσης και ελέγχου για την τήρηση των νόμων
- διαδικασίες για την έκδοση visas
- ωράρια λειτουργίας Αρχαιολογικών χώρων
- βελτίωση/εκσυγχρονισμός των υφιστάμενων υποδομών
- η εκπαίδευση του προσωπικού
- μη έγκαιρη συστηματοποίηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και η ελλιπής ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του κάθε νησιού
- εποχικότητα



ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΣ

- Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ Ν.ΑΙΓΑΙΟΥ ΜΕ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ
- **ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ**
(DESTINATION MARKETING ORGANIZATION- DMO)

Δημιουργία μιας ισχυρής Περιφερειακής Τουριστικής Ταυτότητας



- Διασύνδεση του τουρισμού με τους άλλους δυο παραγωγικούς τομείς

Το τρίπτυχο:

- **ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**
- **ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ &**
- **ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ**

ΣΤΟΧΕΥΟΥΜΕ:



- 1. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ**
- 2. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΙ Η ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΝΕΩΝ**
- 3. ΑΜΒΛΥΝΣΗ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ- ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ**
- 4. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΝΗΣΙΟΥ ΩΣ ΑΥΤΟΝΟΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΚΗΣ ΤΟΥ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ - DESTINATION BRANDING**
- 5. ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ – AEGEAN ISLANDS- PLACE MARKETING**

1. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ



Η συστηματική ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς, η εφαρμογή μάρκετινγκ για την ανάπτυξή του, η ορθολογική αξιοποίηση των πόρων, η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, η κατάταξή μας σε υψηλές θέσεις ανάμεσα στους ελκυστικούς προορισμούς είναι αποτέλεσμα αλλά και προϋπόθεση της ποιοτικής αναβάθμισης και δεν είναι άλλο από μια διαδρομή αειφορίας

2. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΙ Η ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΝΕΩΝ



- στις ίδιες αγορές με μεγαλύτερη διείσδυση ή εντατική ανάπτυξη πχ Αγγλική, Γερμανική, Ιταλική, Γαλλική
- σε νέες αγορές (διαδικασία προσέλκυσης νέων αγορών) πχ Ρωσία, Τουρκία, Ισραήλ ακόμα και ανατολική Ασία
- νέων τουριστικών προϊόντων θεματικών στις ίδιες αγορές πχ θρησκευτικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, γαστρονομικός, αθλητικός, ιατρικός κλπ

3. ΑΜΒΛΥΝΣΗ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ- ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ



- **BRANDING** για κάθε νησί για κάθε θεματικό τουριστικό προϊόν
- Δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων, προσαρμογή στις απαιτήσεις της αγοράς των υφισταμένων.
- Ενισχύουμε υποδομές που απαιτούνται για την ενίσχυση της τουριστικής περιόδου και την ανταγωνιστικότητα του προορισμού
- Σχεδιάζουμε δράσεις προβολής κάθε τουριστικού προϊόντος σε αντίστοιχα στοχευμένα κοινά της αγοράς πχ 3η ηλικία, σχολικό τουρισμό, θρησκευτικό τουρισμό, πολιτιστικό, γαστρονομικό, αθλητικό, κινήτρων κλπ.

4. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΝΗΣΙΟΥ ΩΣ ΑΥΤΟΝΟΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΚΗΣ ΤΟΥ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ - DESTINATION BRANDING



- Η ιστορική κληρονομιά, η διαφορετική κουλτούρα, οι μύθοι, οι άνθρωποι και οι αξίες τους, η φιλοσοφία και ο τρόπος ζωής, η αυθεντικότητα του τόπου, η φήμη, η αξιοπιστία, το όνομα, η ποιότητα στις τουριστικές υπηρεσίες, τα σύμβολα, οι εικόνες είναι τα στοιχεία που θα χτίσουν μεταξύ των άλλων το brand του προορισμού.
- Κάθε νησί είναι ένα brand που βασίζεται στο λογότυπο, τις εικόνες, τους ανθρώπους, τις συμπεριφορές, το website, τα έντυπά του, το στυλ του, το μάρκετινγκ που εφαρμόζει.

5. ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ – AEGEAN ISLANDS- PLACE MARKETING



- Στρατηγικά εφαρμόζουμε μάρκετινγκ ώστε ο τόπος να προσαρμοστεί και να καλύψει τις ανάγκες του επισκέπτη.
- Κάθε νησί πρέπει να ξεκαθαρίσει και να επικοινωνήσει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά του με επιτυχία.
- Το Ν. Αιγαίο πρέπει να βρει τους τρόπους να διαφοροποιηθεί και να «τοποθετηθεί» αντιληπτικά στις αγορές στόχους.



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΗΣ ΠΝΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



ΝΗΣΙΑ ΤΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΗΣ ΠΝΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



- **ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**
- **ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ & ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΠΝΑ**
- **ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕ ΔΗΜΟΥΣ & ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**
- **ΧΑΡΑΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ MARKETING & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**
- **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ & ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**
- **ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ**

1. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



η ανάπτυξη ενός βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού τουρισμού εναπόκειται στην πείρα των τοπικών και περιφερειακών αρχών καθώς οι πρωτοβουλίες των τοπικών αρχών και των ευρωπαϊκών περιφερειακών δικτύων πρωτοπορούν στην ανάπτυξη προτύπων βιώσιμου τουρισμού.

1. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



Εκπόνηση Σχεδίου Διαχείρισης και Προβολής Τουριστικής Προβολή Προορισμού

- καταγραφή υποδομών, πόρων και δραστηριοτήτων
- δημιουργία μιας νέας τουριστικής εικόνας που θα αποτελεί και τη βάση του σχεδίου προβολής-προώθησης.
- λειτουργία γραφείου πληροφοριών και προβολής

2. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ & ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΠΝΑ



- ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΔΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
- ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ DESTINATION MANAGEMENT SYSTEM (DMS)
- ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (THINK TANK).
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΝΗΣΙΟΥ (ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ)

3.ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ- ΔΗΜΟΥΣ & ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ- ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ



- **ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ & ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:**
 - ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΔΙΚΤΥΑ
 - ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΥΡΩΠΑΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ
 - ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ & ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑΣ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ
- **ΣΕ ΔΙΑΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:**
 - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΑΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΜΕΤΑΞΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑ ΜΕ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΩΝ ΔΗΜΩΝ
- **ΣΕ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:**
 - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
 - ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ- ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
- **ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ**
 - ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΟΤΑ ΚΑΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΝΑ ΝΗΣΙ
 - ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ- WORKSHOPS- ΗΜΕΡΙΔΕΣ, κ.α

4. ΧΑΡΑΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ- ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ



- ίδιο προϊόν στην ίδια αγορά (αφορά την διεύρυνση στις ώριμες παραδοσιακές αγορές πχ Γερμανία, Αγγλία, Σκανδιναβία, Ιταλία κλπ) και νέα τμήματα της αγοράς
- ίδιο προϊόν σε νέες αγορές (αφορά την ανάπτυξη νέων αγορών πχ Ρωσία, Ουκρανία, Τουρκία, Ισραήλ κλπ)
- νέο προϊόν σε νέα αγορά (θεματικές μορφές)

4. ΧΑΡΑΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ- ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ



- Πολιτιστικός τουρισμός.
- Γαστρονομικός τουρισμός.
- Θρησκευτικός τουρισμός,
- Τουρισμός 3ης ηλικίας.
- Μαθητικός, σπουδαστικός τουρισμός.
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός.
- Ιατρικός τουρισμός.
- MICE (ταξίδια κινήτρων, incentives).

4. ΧΑΡΑΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ- ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ



- Δράσεις προσέλκυσης αεροπορικών εταιρειών
- Δράσεις προσέλκυσης κρουαζιέρας & θαλάσσιου τουρισμού

5. ΧΑΡΑΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ - ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΝΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΝΗΣΙΩΝ ΤΗΣ



- Να στηρίξει και να δυναμώσει το brand κάθε νησιού, τον τόπο Ν.Αιγαίο
- Να επικοινωνήσει τα θεματικά τουριστικά προϊόντα
- Να αυξήσει την αναγνωρισιμότητα.
- Να καλλιεργήσει δημόσιες σχέσεις
- Να καλύψει με περιεχόμενο τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα της αγοράς
- Να αναπτύξει υποστηρικτές και πιστότητα (loyalty),
- Να διαχειριστεί αρνητικά σχόλια και κρίσεις
- Να αξιοποιήσει τα δεδομένα για την περαιτέρω βελτίωση του τουριστικού προϊόντος
- Δημιουργείται ένα χαρτοφυλάκιο δράσεων (portfolio) που βασίζεται στα δυνατά σημεία του προορισμού

στρατηγική της επικοινωνίας



- δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής και παραγωγής content (περιεχόμενο)
- δημιουργία διαδικτυακής προβολής και την χρήση των social media (σελίδες κοινωνικής δικτύωσης), mobile εφαρμογών κλπ
- ενέργειες δημοσιότητας
- σχεδιασμό προγράμματος δημοσίων σχέσεων
- Συνέργειες με φορείς τουρισμού
- Συμμετοχή σε οργανισμούς τουρισμού διεθνούς επιπέδου
- συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού
- διοργάνωση road shows, fam trips, press trips κλπ
- Συνεργασία με ομάδες εκπαιδευτικές, πολιτισμού, αθλητισμού...
- Ανάπτυξη σχέσεων με MME



στρατηγική της επικοινωνίας

- Αξιοποίηση Social media



6. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ & ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.



- ο ανθρώπινος παράγοντας -η νοοτροπία και η κατάρτιση- των απασχολούμενων και των επιχειρηματιών του κλάδου, συμβάλλουν καθοριστικά σε αυτό που ο επισκέπτης αντιλαμβάνεται ως συνολική εμπειρία στα πλαίσια των διακοπών του.
- Για την βελτίωση της παραγωγικότητας όμως, και γενικότερα για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και την απαραίτητη πλέον αλλαγή νοοτροπίας εκ μέρους των εμπλεκομένων, **η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού** - τόσο η αρχική αλλά και κυρίως η συνεχής κατάρτιση- αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα

6. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ & ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.



- ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΣΧΟΛΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ Ν.ΑΙΓΑΙΟΥ
 - Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών, ΕΠΑΣ
 - Δομή Κατάρτισης ΙΕΚ
 - ΑΣΤΕΡ

6. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ & ΔΙΑΒΙΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.



- ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ ΓΙΑ SUMMER SCHOOL ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.
- ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΙΔΡΥΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΓΙΑ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ
- ΣΤΗΡΙΞΗ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ ΓΙΑ ΙΔΡΥΣΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΟ Ν. ΑΙΓΑΙΟΥ.



7. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

- Ανάπτυξη ενός **«Τοπικού Συμφώνου»**, ώστε να εφαρμοστεί σε περιφερειακό επίπεδο μια συνεκτική πολιτική, ενίσχυσης της απασχόλησης στον τομέα του τουρισμού
- Πιλοτικό πρόγραμμα για τα μικρά νησιά με στόχο την **ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας και ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς των νησιών**



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΝΑ ΓΙΑ ΤΟ 2013-2014



ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ Ε.Π. ΣΧΕΔΙΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΝΑ



ΝΗΣΙΑ ΤΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΥΠΟΕΡΓΟ 1: ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ MARKETING ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ



Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής και παραγωγή content

- Αρχείο Τουριστικών Κειμένων
- Αρχείο Τουριστικών Εικόνων (Image Bank)
- Υλικό, το οποίο αποτελεί ουσιαστικά την επικοινωνιακή υποδομή (content)
- Μετάφραση κειμένων σε επιπλέον γλώσσες
- Δημιουργία Τουριστικού χάρτη



Δημόσιες σχέσεις και προωθητικές ενέργειες προβολής του προορισμού

- **Συμμετοχή σε διεθνείς και εγχώριες τουριστικές εκθέσεις**
- **Διοργάνωση συνεντεύξεων τύπου κι άλλων εκδηλώσεων για γνωριμία και συνεργασία με δημοσιογράφους (στο πλαίσιο των εκθέσεων+ εκδηλώσεων)**

Συμμετοχή σε διεθνείς και εγχώριες τουριστικές εκθέσεις



ΕΛΛΑΔΑ

- SUMMER HOLIDAYS EXPO
- PHILOXENIA - ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΚΥΠΡΟΣ

- TAXIDI, 19-21/04/13

ΓΕΡΜΑΝΙΑ

- ITB - ΒΕΡΟΛΙΝΟ, 6-10/3/13

ΑΓΓΛΙΑ

- WTM- ΛΟΝΔΙΝΟ, 4-7/11/13
- LONDON INTER DIVE SHOW,
23-24/03/13

ΙΤΑΛΙΑ

- BIT - ΜΙΛΑΝΟ, 14-17/02/13

ΤΟΥΡΚΙΑ

- EMITT - ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ,
31/01-03/02/13

ΣΟΥΗΔΙΑ

- Allt for Sjon - Stockholm
International Boat Show, 1-
10/03/13,

ΓΑΛΛΙΑ

- SALON DE MONDIAL - ΠΑΡΙΣΙ, 21-
24/03/13

ΡΩΣΙΑ

- MITT - ΜΟΣΧΑ, 20-23/03/12
- INWETEX - ΑΓΙΑ ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΗ,
10-12/10/13

ΟΥΚΡΑΝΙΑ

- UITT - ΚΙΕΒΟ, 27-29/03/13



Διοργάνωση Εκδηλώσεων: Road Shows, Farm Trips, Press Trips, εκδηλώσεις με Tour operators, πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις διεθνούς εμβέλειας.

- **ΕΛΛΑΔΑ** - ΜΕΤΡΟ Σύνταγμα διήμερο Κυκλάδων, Ιούνιος Μήνας. Συνέντευξη τύπου για τον προορισμό την μία ημέρα.
- **ΕΛΛΑΔΑ** - εκδήλωση B2B Δωδεκάνησα, απευθύνεται σε τουριστικούς πράκτορες, πωλητές τουριστικών πακέτων. Χρόνος, Απρίλιος 2013. **ΕΛΛΑΔΑ** - εκδήλωση μπροσούρας tour operator
- **ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ**. Εκδήλωση κοινού, 3ήμερη προβολή στο μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο στο Όσλο
- **ΓΑΛΛΙΑ**, εκδήλωση πολιτιστικού ενδιαφέροντος στο Παρίσι, με τη συμμετοχή tour operators, τουριστικών πρακτόρων. Συνοδεύεται από μπουφέ με γκουρμέ ελληνικό πρωινό. Οργανώνεται σε συνεργασία με τον ΕΟΤ Γαλλίας σε χώρο ξεν/χείου ή πολιτιστικού κέντρου.
- **ΙΤΑΛΙΑ**, 4 πόλεις, περίοδος Μάιος 2013
- **ΓΕΡΜΑΝΙΑ**, 5 πόλεις/ σιδηροδρομικός σταθμός/ 3ήμερη παραμονή (B2C) + 1 εκδήλωση με Τ.Ο. (B2B). Περίοδος, Μάρτιος 2013
- Από τις κύριες αγορές Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία και τις νέες αγορές Ρωσία, Ουκρανία για Δωδεκάνησα/Κυκλάδες
- Από τις κύριες αγορές Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Σκανδιναβία, Ρωσία, Ουκρανία, ΗΠΑ, Αραβικές χώρες για Δωδεκάνησα/Κυκλάδες

ΔΡΑΣΗ 1.2: Δημόσιες σχέσεις και προωθητικές ενέργειες προβολής του προορισμού



- **Ενέργειες δημοσιότητας**
 - Καταχωρήσεις σε ΜΜΕ
 - Αναπαραγωγή Έντυπου Υλικού
- **Σύσταση Συμβουλίου Τουρισμού Ν.Αιγαίου**
 - Συνεργασία με Δήμους, τουριστικούς φορείς, κ.α
 - Ημερίδες, workshops

ΥΠΟΕΡΓΟ 2: ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΝΕΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

- Παραγωγή Οπτικοακουστικού υλικού
- Παραγωγή ντοκιμαντέρ
- Δημιουργία Motion Animation για το Ν. Αιγαίο με τεχνολογία αιχμής



ΥΠΟΕΡΓΟ 3: ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΣΤΑ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ



- Διοργάνωση Θεματικών ημερίδων ανά νησί στα Δωδεκάνησα
- Διοργάνωση workshops σε τουριστικούς επαγγελματίες σε νησιά της Δωδεκανήσου
- Δράσεις προβολής σε αεροδρόμια και λιμάνια της Δωδεκανήσου



ΥΠΟΕΡΓΟ 4: ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΣΤΙΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ



- Διοργάνωση Θεματικών ημερίδων ανά νησί στις Κυκλάδες
- Διοργάνωση workshops σε τουριστικούς επαγγελματίες σε νησιά των Κυκλάδων
- Δράσεις προβολής σε αεροδρόμια και λιμάνια των Κυκλάδων



ΥΠΟΕΡΓΟ 5: ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ



- Συντονισμός και παρακολούθηση του έργου (project management)
- Στρατηγική marketing και υπηρεσίες υποστήριξης καθ' όλη τη διάρκεια του έργου
- Στρατηγική επικοινωνίας και χρήση των social media και υπηρεσίες συμβουλευτικής καθ' όλη τη διάρκεια του έργου



ΥΠΟΕΡΓΟ 6: ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ



ΥΠΟΕΡΓΟ 7: ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΙΓΑΙΑΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ (AEGEAN CUISINE) ΣΤΙΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ



- Πιστοποίηση δωδεκανησιακών επιχειρήσεων με βάση το πρότυπο Aegean Cuisine
- Διεξαγωγή ημερίδων για την προβολή του Δικτύου Aegean Cuisine- και της τοπικής Γαστρονομίας
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις – Ενίσχυση δράσεων προβολής της τοπικής γαστρονομίας
- Συμμετοχή σε εκθέσεις γαστρονομίας (εγχώριες και διεθνείς)
- Επαφές / Φιλοξενία opinion leaders για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού
- Συμμετοχή στο Aegean Cuisine- Fun Club
- Συμμετοχή στο Ετήσιο Διήμερο Συνέδριο Αιγαιοπελαγίτικης Οινο-Γαστρονομίας



ΥΠΟΕΡΓΟ 8 : ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΙΓΑΙΑΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ (AEGEAN CUISINE) ΣΤΑ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ



- Πιστοποίηση δωδεκανησιακών επιχειρήσεων με βάση το πρότυπο Aegean Cuisine
- Διεξαγωγή ημερίδων για την προβολή του Δικτύου Aegean Cuisine- και της τοπικής Γαστρονομίας
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις – Ενίσχυση δράσεων προβολής της τοπικής γαστρονομίας
- Συμμετοχή σε εκθέσεις γαστρονομίας (εγχώριες και διεθνείς)
- Επαφές / Φιλοξενία opinion leaders για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού
- Συμμετοχή στο Aegean Cuisine- Fun Club
- Συμμετοχή στο Ετήσιο Διήμερο Συνέδριο Αιγαιοπελαγίτικης Οινο-Γαστρονομίας



ΥΠΟΕΡΓΟ 9: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ Ν.ΑΙΓΑΙΟΥ

- Δημιουργία Παρατηρητηρίου Αειφόρου Τουρισμού (UNWTO) για προορισμούς
- Δημιουργία Επιστημονικής Ομάδας Προβληματισμού Επιστημόνων Τουρισμού (Think Tank)



ΥΠΟΕΡΓΟ 10: ΠΙΛΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ



- Σχεδιασμός και εφαρμογή προγράμματος **κοινωνικής επιχειρηματικότητας** με αντικείμενο την παραγωγή **τουριστικών αναμνηστικών ποιότητας** στα μικρά νησιά του Νότιου Αιγαίου



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ



ΥΠΟΕΡΓΟ 11 : ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ- ΕΠΙΣΗΜΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΠΝΑ

- Πολυλειτουργική **διαδικτυακή πλατφόρμα** στη λογική των διεθνώς καθιερωμένων ολοκληρωμένων Συστημάτων Διαχείρισης Προορισμού (Destination Management Systems)
- Ολοκληρωμένη προβολή στις ιστοσελίδες **κοινωνικής δικτύωσης**
- Δημιουργία εφαρμογής στα **έξυπνα κινητά τηλέφωνα** και ταμπλέτες
- Συλλογή και Επικαιροποίηση **πληροφοριακού υλικού** (για 48 νησιά) σε **4 γλώσσες**

**ΥΠΟΕΡΓΟ 12:
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΙΚΑ
ΔΙΚΤΥΑ- ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΗ ΚΟΙΝΟΤΙΚΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ- ΔΙΚΤΥΑ
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ.**



ΔΙΑΤΙΘΕΜΕΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

- ΕΣΠΑ « Κρήτης κα Νήσων Αιγαίου 2007-2013 - Πράξη Προβολή Τουριστικού Προϊόντος της Περιφέρειας Ν.Αιγαίου ,
- κοινοτικοί πόροι
- υποβολή ανταγωνιστικών προγραμμάτων
- εάν απαιτηθεί από ιδίους πόρους





Προτάσεις

- Μεταφορά αρμοδιοτήτων στον τομέα του τουρισμού στις περιφέρειες
- Αναθεώρησή του Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού για τον Τουρισμό
- Ανάληψη λειτουργίας της ΕΠΑΣ και ΙΕΚ από Περιφέρεια Ν.Αιγαίου σε συνεργασία με θεσμικούς φορείς τουρισμού
- Αναβάθμιση του ρόλου της ΑΣΤΕΡ
- Ενίσχυση της απασχόλησης στον τομέα του τουρισμού, μέσω προγραμμάτων κατάρτισης των εργαζομένων



Προτάσεις

- Δημιουργία ενός «Τοπικού Συμφώνου»
 - Ενίσχυση των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων
 - Δημόσιες και ιδιωτικές πρωτοβουλίες που θα προωθούν τη μεγαλύτερη συγκοινωνιακή σύνδεση



Προτάσεις

Visa

- Διευκόλυνση των διαδικασιών για την απόκτηση visa από Τρίτες Χώρες από την ΕΕ.
- Επέκταση του πιλοτικού προγράμματος «Εξαίρεσης Schengen»
- Ανάδειξη ενός ευρωπαϊκού μοντέλου βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

η στρατηγική και ο επιχειρησιακός
σχεδιασμός αποτελούν μια συνεχή
(on going) διαδικασία ανάπτυξης και
συνεχής βελτίωσης

στηρίζεται στα (3)ΣΣΣ

-ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ

-ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ

-ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Ευχαριστώ για την προσοχή σας



ΝΗΣΙΑ ΤΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ