



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ ΚΥΚΛΑΔΩΝ**

**Ταχ. Δ/ση: Πλ. Τσιροπινά – Ερμούπολη, Σύρος
Τ.Κ. 84 100
Τηλ: 22813-61513**

Συνεδρίαση 19^η/23-12-2024

**ΑΠΟΦΑΣΗ ΥΠ' ΑΡΙΘΜΟΝ 130/2024
ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΚΑΤΑΧΩΡΗΘΕΙ ΣΤΟ ΥΠ' ΑΡΙΘΜΟΝ 19^Η ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΤΗΣ
ΑΠΟ 23-12-2024 ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗΣ
ΤΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ,
ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ ΤΗΣ ΟΠΟΙΑΣ ΠΑΡΑΤΙΘΕΤΑΙ ΩΣ ΑΚΟΛΟΥΘΩΣ:**

Σήμερα την 23^η Δεκεμβρίου 2024, ημέρα Δευτέρα και ώρα 15:00 μ.μ., συνήλθαν με τηλεδιάσκεψη σε Τακτική Συνεδρίαση (μέσω της εφαρμογής κοινωνικής δικτύωσης με δυνατότητα βιντεοκλήσης ZOOM), τα μέλη του Περιφερειακού Συμβουλίου Νοτίου Αιγαίου, δυνάμει της με αριθ. πρωτ: 173004/2978/13-12-2024 (ΑΔΑ: 92087ΛΞ-B25) πρόσκλησης, του Προέδρου του Περιφερειακού Συμβουλίου Νοτίου Αιγαίου κ. Σπυρίδωνος Αποστόλου, που δημοσιεύθηκε και επιδόθηκε νόμιμα και εμπρόθεσμα στον κάθε Περιφερειακό Σύμβουλο, σύμφωνα με το άρθρο 167 του ν.3852/2010 (ΦΕΚ 87/τ.Α) όπως ισχύει.

ΠΑΡΟΝΤΕΣ:

Ο Περιφερειάρχης Νοτίου Αιγαίου κ. Γεώργιος Χατζημάρκος

Τα μέλη του Περιφερειακού Συμβουλίου:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΝΔΡΟΥ

1. ΒΡΕΤΤΟΥ ANNA

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΗΡΑΣ

2. ΔΑΡΖΕΝΤΑΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ
3. ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΥ ΙΟΥΛΙΑ
4. ΧΑΛΑΡΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΛΥΜΝΟΥ

5. ΜΟΥΣΕΛΛΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ
6. ΖΗΡΟΥΝΗΣ ΜΙΚΕΣ
7. ΒΟΛΟΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ
8. ΑΓΓΕΛΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΡΠΑΘΟΥ – ΗΡΩΙΚΗΣ ΝΗΣΟΥ ΚΑΣΟΥ

9. ΝΙΚΟΛΑΪΔΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΕΑΣ – ΚΥΘΝΟΥ

10. ΜΑΡΤΙΝΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΩ

11. ΣΒΥΝΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ
12. ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ
13. ΝΑΒΡΟΖΙΔΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ
14. ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ ΕΥΤΥΧΙΑ
15. ΚΑΣΣΙΩΤΗ ΔΙΟΝΥΣΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΗΛΟΥ

16. ΧΩΡΙΑΝΟΠΟΥΛΟΥ ΕΛΙΣΑΒΕΤ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΥΚΟΝΟΥ

17. ΜΠΡΙΓΓΟΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ
18. ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΑΞΟΥ

19. ΜΑΡΓΑΡΙΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ
20. ΚΑΠΡΗΣ ΜΙΧΑΗΛ - ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ
21. ΦΡΑΓΚΙΣΚΟΣ ΜΙΧΑΗΛ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΑΡΟΥ

22. ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ ΒΑΖΑΙΟΣ
23. ΡΟΚΟΝΙΔΑ ΗΛΕΚΤΡΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΟΔΟΥ

24. ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΥ ΧΡΗΣΤΟΣ
25. ΑΣΠΡΑΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ
26. ΝΙΚΟΛΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
27. ΚΛΩΝΑΡΗΣ ΜΑΡΙΟΣ
28. ΔΙΑΚΟΓΕΩΡΓΙΟΥ ΚΑΛΛΙΣΤΟΣ
29. ΓΙΑΣΙΡΑΝΗ ΧΑΡΙΚΛΕΙΑ
30. ΜΙΧΑΛΑΚΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ
31. ΑΝΤΩΝΙΑΔΗ ΜΑΡΑ
32. ΤΣΟΥΚΑΛΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
33. ΖΑΝΝΕΤΙΔΗΣ ΦΙΛΗΜΩΝ
34. ΔΕΛΑΠΟΡΤΑΣ ΖΗΣΙΜΟΣ - ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ
35. ΣΑΡΙΚΑΣ ΜΙΧΑΗΛ- ΡΑΦΑΗΛ
36. ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΣ ΝΙΚΗΦΟΡΟΣ
37. ΚΥΠΡΑΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
38. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ ΧΡΥΣΟΥΛΑ
39. ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΗ ΜΑΡΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΥΡΟΥ

40. ΛΕΟΝΤΑΡΙΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
41. ΦΩΤΕΙΝΙΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
42. ΔΑΔΑΟΣ ΜΑΡΚΟΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΤΗΝΟΥ

43. ΔΕΛΗΓΙΑΝΝΗ-ΑΣΠΡΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

ΑΠΟΝΤΕΣ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΟΔΟΥ

1. ΣΦΥΡΙΟΥ ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ
2. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Χρέη υπηρεσιακής Γραμματείας, άσκησε η Αναπληρώτρια Προϊσταμένη του Τμήματος Λειτουργίας Συλλογικών Οργάνων Κυκλάδων της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου κα. Καραπιτέρη Μαρία.

Αφού διαπιστώθηκε απαρτία, ο Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου Νοτίου Αιγαίου κήρυξε την έναρξη της συνεδρίασης του Περιφερειακού Συμβουλίου.

Ο Πρόεδρος σύμφωνα με το Άρθρο 14 παρ. 5 του «Πρότυπου Κανονισμού Λειτουργίας του Περιφερειακού Συμβουλίου» ενημερώνει το σώμα ότι έχουν κατατεθεί στο Προεδρείο τα εξής Εκτός Ημερήσιας Διάταξης:

1. *Ορισμός Εκπροσώπων για τη Γενική Συνέλευση της «Bluetonium Ενεργειακής Κοινότητας Πολιτών Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου Περιορισμένης Ευθύνης».*

Εισηγήτρια : κα Μάρα Αντωνιάδη, Εντεταλμένη Περιφερειακή Σύμβουλος Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων & Πρόεδρος Ενεργειακής Α.Ε..

2. *Έγκριση Σχεδίου Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ του Υπουργείου Τουρισμού και της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου για την υλοποίηση της Συμφωνίας – Πλαισίου και των επακόλουθων αυτής εκτελεστικών συμβάσεων, της Πράξης με τίτλο: «SUB1: Διαχείριση προορισμών (Destination Management) – Δράση 16931» (κωδικός ΟΠΣ ΤΑ:5150755) του Ταμείου Ανάκαμψης & Ανθεκτικότητας και εξουσιοδότηση του Περιφερειάρχη Νοτίου Αιγαίου για την υπογραφή του καθώς και για την υπογραφή της σχετικής Αίτησης - Υπεύθυνης Δήλωσης στο πλαίσιο υλοποίησης του υποέργου 1 "Διαχείριση Προορισμών" της Δράσης 16391 του Εθνικού Σχεδίου Ανάπτυξης και Ανθεκτικότητας.*

Εισηγητής: κ. Μιχαλάκης Χρήστος, Αντιπεριφερειάρχης Πολιτισμού Δωδεκανήσου

3. *Ορισμός Επιτροπής παραλαβής και παρακολούθησης της Υπηρεσίας με τίτλο «**ΕΠΕΙΓΟΥΣΑ ΕΚΡΙΖΩΣΗ, ΚΟΠΗ ΚΑΙ ΑΠΟΨΙΛΩΣΗ ΒΛΑΣΤΗΣΗΣ ΟΛΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΝΗΣΟΥ ΡΟΔΟΥ**» και εξουσιοδότηση Γ.Δ.Υ. ως αναθέτουσα αρχή*

Εισηγητής: κ. Νικόλαος Λυμπερόπουλος, Αναπληρωτής Προϊστάμενος της Γενικής Δ/σης Υποδομών της Π.Ν.Αι.

Το σώμα αποδέχεται την συζήτηση των θεμάτων Εκτός Ημερήσιας Διάταξης.

Στη συνέχεια ο Πρόεδρος έθεσε προς συζήτηση στο σώμα το **1^ο θέμα Ημερήσιας Διάταξης** με τίτλο

ΘΕΜΑ 1 : Έγκριση Δράσεων Τουριστικής Προβολής της ΠΝΑι έτους 2025.

Ακολούθως ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στον κ. Περιφερειάρχη κ. Γεώργιο Χατζημάρκο, ο οποίος σε συνέχεια της με αριθ. απόφασης 577/2024 (Α.Δ.Α. 9ΕΚΦ7ΛΞ-ΥΙ0) Περιφερειακής Επιτροπής Π.Ν.Α. έθεσε υπόψη του σώματος, την εισήγηση του Τμήματος Στρατηγικού Σχεδιασμού της Δ/σης Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης της ΠΝΑ περί έγκρισης Δράσεων Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, για το έτος 2025, η οποία έχει ως ακολούθως:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2025

ΡΟΔΟΣ, ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2024



Περιεχόμενα

1.	Γενικότερο πλαίσιο και εξωτερικό περιβάλλον	7
2.	Σκοποί προγράμματος τουριστικής προβολής για το 2025.....	9
3.	Κύριες ομάδες δράσεων του προγράμματος τουριστικής προβολής 2025	9
4.	Διαφημιστικές καμπάνιες στο εξωτερικό και στην Ελλάδα	9
5.	Συνέργειες προώθησης με Tour Operators & αεροπορικές εταιρείες.....	11
6.	Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις	12
7.	Συμμετοχή / διοργάνωση roadshows, workshops, ειδικών εκδηλώσεων	13
8.	Κοινωνικά μέσα	13
9.	Φιλοξενίες	13
10.	Συνέδρια, ημερίδες, εκδηλώσεις, αθλητικές & πολιτιστικές διοργανώσεις.....	14
11.	Διάφορες άλλες δράσεις & παραγωγή υλικού	14
11.1	OutdoorAdvertising (Υπαίθρια Διαφήμιση)	14
11.2	Διαφημιστικά videos.....	14
11.3	Ψηφιακά banners&φωτογραφικό υλικό.....	14
11.4	Έντυπο υλικό προώθησης.....	15
11.5	Γραφιστικές υπηρεσίες.....	15
11.6	Αναμνηστικά προωθητικά προϊόντα & δώρα	15
11.7	Blog της ιστοσελίδας aegeanislands.gr.....	15
11.8	Υπηρεσίες συγγραφής ταξιδιωτικών άρθρων	15
11.9	Διάφορα	15

Γενικότερο πλαίσιο και εξωτερικό περιβάλλον

Στο τελευταίο τεύχος του WorldTourismBarometer¹, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) εκτιμά ότι οι παγκόσμιες διεθνείς τουριστικές αφίξεις την περίοδο Ιανουάριος - Σεπτέμβριος 2024 έφθασαν στο 98% του προ-πανδημίας επιπέδου, δηλαδή είναι μειωμένες κατά 2% από την αντίστοιχη κίνηση του 2019. Αντίθετα στην Ευρώπη την ίδια περίοδο (Ιαν.-Σεπ. 2024) οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις κατέγραψαν αύξηση 1% σε σύγκριση με το 2019.¹

Η τουριστική κίνηση στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου το 2024 ξεπέρασε σημαντικά τον Ευρωπαϊκό μέσο ρυθμό αύξησης: Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΤτΕ, στο α' εξάμηνο του 2024 στο Νότιο Αιγαίο οι επισκέψεις αυξήθηκαν κατά 11% σε σχέση με τις αντίστοιχες του 2019, συνολικές εισπράξεις αυξήθηκαν κατά το ίδιο ποσοστό, ενώ η δαπάνη ανά διανυκτέρευση αυξήθηκε κατά 12% σε σχέση με τα προ-πανδημίας επίπεδα:

ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ: Κύριοι δείκτες εξέλιξης τουριστικής κίνησης: Νότιο Αιγαίο Α' εξάμηνο 2024

ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ: Μεταβολές (%) 2024-2023 και 2024 - 2019	1ο εξάμηνο		% ΜΕΤΑΒΟΛΗ	1ο εξάμηνο	
	2024	2023	2023-2022	2019	% ΜΕΤΑΒΟΛΗ 2023-2019
Επισκέψεις	2.078.900	2.056.000	1,1%	1.877.100	10,8%
Διανυκτερεύσεις	14.679.600	15.452.400	-5,0%	14.789.000	-0,7%
Μέση διάρκεια παραμονής	7,1	7,5	-6,0%	7,9	-10,4%
Συνολικές εισπράξεις (εκ. ευρώ)	1.495,40	1.618,10	-7,6%	1.347,10	11,0%
Δαπάνη ανά διανυκτέρευση (ευρώ)	101,87	104,72	-2,7%	91,09	11,8%
Δαπάνη ανά επίσκεψη (ευρώ)	719,32	787,01	-8,6%	717,65	0,2%

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος 2024

Ειδικά για τις διεθνείς αφίξεις, τα δεδομένα από την Fraport δείχνουν ότι το Νότιο Αιγαίο κατέγραψε αύξηση 7% σε σχέση με το 2023 στις αφίξεις μέσω απ' ευθείας διεθνών πτήσεων στα τέσσερα διεθνή αεροδρόμια της Περιφέρειας, ενώ τα στοιχεία από τον Διεθνή Αερολιμένα Ελευθέριο Βενιζέλο δείχνουν ότι οι διεθνείς επιβάτες που ταξίδεψαν μέσω Αθήνας προς το σύνολο των αεροδρομίων όλων των νησιών του Νοτίου Αιγαίου αυξήθηκαν κατά 15%.

Προς το τέλος μιας ιδιαίτερα καλής, από πλευράς αφίξεων, τουριστικής χρονιάς, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) στο τελευταίο δελτίο τύπου του στις 4 Δεκεμβρίου διατυπώνει την θέση ότι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει η τουριστική βιομηχανία θα συνεχίζουν και το 2025 να διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο. Αναφέρει συγκεκριμένα:

«Παρά τα γενικά ισχυρά αποτελέσματα, παραμένουν αρκετές οικονομικές, γεωπολιτικές και κλιματικές προκλήσεις. Ο τομέας του τουρισμού συνεχίζει να αντιμετωπίζει τον πληθωρισμό στα ταξίδια και τον τουρισμό, δηλαδή υψηλές τιμές μεταφορών και διαμονής, καθώς και ασταθείς τιμές

¹World Tourism Barometer (2024). Volume 22, Issue 4, November 2024. Διαθέσιμο online: https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-12/UNWTO_Barom24_04_Nov_EXCERPT.pdf?VersionId=2AIZoZ9r4xxn_LqPPOURGgxa5umW9KeG

πετρελαίου. Μεγάλες συγκρούσεις και εντάσεις σε όλο τον κόσμο συνεχίζουν να επηρεάζουν την καταναλωτική εμπιστοσύνη, ενώ τα ακραία καιρικά φαινόμενα και οι ελλείψεις προσωπικού αποτελούν επίσης κρίσιμες προκλήσεις για την απόδοση του τουρισμού.»²

Ταυτόχρονα, το EuropeanTravelCommission στο Wave20 της κυλιόμενης έρευνας του³ αναδεικνύει τις παρακάτω σημαντικές τάσεις, που παρότι, στην μέχρι τώρα έκδοση της έρευνας αυτές αφορούν ταξίδια έως και τον Μάρτιο του 2025, «δείχνουν τον δρόμο» για τις αντίστοιχες τάσεις των καλοκαιρινών ταξιδιών:

- Το 73% των Ευρωπαίων σχεδιάζουν ταξίδια εντός της Ευρώπης, ποσοστό αυξημένο κατά 6% σε σύγκριση με την ίδια περίοδο πέρυσι. Η προδιάθεση αυτή στο Ηνωμένο Βασίλειο (84%) προηγείται, σημειώνοντας αύξηση 10% από το 2023, ακολουθούμενη από τη Γερμανία (79%, +16%) και τη Γαλλία (78%, +15%).
- Για πρώτη φορά, η έρευνα δείχνει ότι το 51% των Ευρωπαίων επιθυμεί να εξερευνήσει λιγότερο γνωστούς προορισμούς, προκειμένου να αποφύγει τον μαζικό τουρισμό. Συγκεκριμένα, το 38% προτιμά μέρη με λιγότερους τουρίστες, ενώ το 18% σχεδιάζει να εξερευνήσει απομακρυσμένες περιοχές με ελάχιστες υποδομές. Οι νεότερες γενιές καθοδηγούν αυτή την τάση, επιλέγοντας μοναδικές, εκτός της πεπατημένης εμπειρίες.
- Το κόστος των ταξιδιών παραμένει η κυριότερη ανησυχία για τους Ευρωπαίους ταξιδιώτες (19%).
- Σχεδόν 4 στους 5 Ευρωπαίους (79%) δήλωσαν ότι έχουν κάνει κάποιες προσαρμογές στις ταξιδιωτικές τους συνήθειες λόγω της μεταβαλλόμενης κλιματικής κατάστασης. Το πλέον σύνηθες είναι ο έλεγχος των προβλέψεων καιρού πριν από την τελική οργάνωση των ταξιδιών (18%).

²UNWTO (2024). "Global tourism set for full recovery by end of the year with spending growing faster than arrivals". Διαθέσιμο online: <https://www.unwto.org/news/global-tourism-set-for-full-recovery-by-end-of-the-year-with-spending-growing-faster-than-arrivals>. 04 Δεκεμβρίου 2024.

³European Travel Commission (2024). "MONITORING SENTIMENT FOR DOMESTIC AND INTRAEUROPEAN TRAVEL WAVE 20 | 10/24". Διαθέσιμο online: <https://etc-corporate.org/reports/monitoring-sentiment-for-intra-european-travel-autumn-winter24/>

Σκοποί προγράμματος τουριστικής προβολής για το 2025

Το πρόγραμμα τουριστικής προβολής της ΠΝΑ για το 2025 σκοπεύει:

- Στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού, ο οποίος αποτελεί τον σημαντικότερο πυλώνα της οικονομίας της ΠΝΑ.
- Στην ενίσχυση της εξωστρέφειας του τουριστικού τομέα της Περιφέρειας.
- Στην αύξηση της μέσης κατά κεφαλήν ταξιδιωτικής δαπάνης και της μέσης διάρκειας παραμονής.
- Στην βελτίωση της επισκεψιμότητας τους μήνες εκτός αιχμής.
- Στην υποστήριξη και αναβάθμιση του τουρισμού εμπειρίας (γαστρονομικός, πολιτιστικός, αθλητικός, θαλάσσιος/ναυτικός κ.ά.) της Περιφέρειας.
- Στην ανάδειξη και διάδοση του ιδιαίτερου χαρακτήρα των νησιών της Περιφέρειας, των παραδοσιακών προϊόντων, του πολιτιστικού και φυσικού τους πλούτου.
- Στην βελτίωση της ποιότητας πληροφόρησης όσον αφορά τον προορισμό των εν δυνάμει επισκεπτών.
- Στην κεφαλαιοποίηση του αυξημένου βαθμού γνώσης και δημοφιλίας που προήλθε από τον ιδιαίτερα μεγάλο αριθμού επισκεπτών που επέλεξαν τα νησιά μας.

Κύριες ομάδες δράσεων του προγράμματος τουριστικής προβολής 2025

Το πρόγραμμα τουριστικής προβολής της ΠΝΑ για το 2025 θα περιλαμβάνει τις παρακάτω κύριες ομάδες δράσεων τουριστικής προβολής:

- Διαφημιστικές καμπάνιες στο εξωτερικό και την Ελλάδα.
- Συνέργειες προώθησης με TourOperators & αεροπορικές εταιρείες.
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις.
- Συμμετοχή ή και διοργάνωση roadshows, workshops, και ειδικών εκδηλώσεων.
- Διαχείριση κοινωνικών μέσων.
- Φιλοξενίες.
- Διοργάνωση συνεδρίων, ημερίδων, εκδηλώσεων, αθλητικών & πολιτιστικών διοργανώσεων.
- Παραγωγή υλικού και διάφορες άλλες υποστηρικτικές δράσεις & ενέργειες.

Πιο συγκεκριμένα:

Διαφημιστικές καμπάνιες στο εξωτερικό και στην Ελλάδα

Η ΠΝΑ όχι μόνο θα διατηρήσει, αλλά και θα ενισχύσει την παρουσία της στις τουριστικές αγορές με διαφημιστικές καμπάνιες που θα υλοποιήσει μέσω διεθνούς εμβέλειας online πλατφορμών και μέσω μαζικής ενημέρωσης. Ταυτόχρονα, υπάρχει πρόβλεψη για offline διαφημιστικές καμπάνιες οι οποίες θα είναι σημαντικά μικρότερης κλίμακας και θα καλύπτουν εξειδικευμένες ανάγκες επικοινωνίας.

Οι online καμπάνιες διαθέτουν όχι μόνο εργαλεία μέτρησης και παρακολούθησης της αποτελεσματικότητας σε σχεδόν πραγματικό χρόνο, αλλά κυρίως δίνουν τη δυνατότητα πλήρους ευελιξίας τόσο σε σχέση με την περίοδο υλοποίησης όσο και με την κατανομή της δαπάνης μεταξύ γεωγραφικών και προϊόντικών αγορών.

Οι online διαφημιστικές καμπάνιες το 2025 θα υλοποιηθούν μέσα από οκτώ είδη μέσων:

1. Πλατφόρμες προγραμματικής διαφήμισης, με χρήση display αλλά και video.
2. Προγραμματική τηλεοπτική διαφήμιση.
3. OnlineTravelAgents που απευθύνονται τόσο σε τελικούς καταναλωτές (B2C) όσο και ταξιδιωτικούς πράκτορες (B2B)
4. Πλατφόρμες Metasearch
5. Πλατφόρμες travel review.
6. Εγγενή (native) διαφήμιση.
7. YouTube, μέσω ειδικής πλατφόρμας που υποστηρίζει χρήσησυμπεριφορικών κριτηρίων.
8. Κοινωνικά μέσα, και συγκεκριμένα Instagram, Facebook, και TikTok.

Να αναφερθεί ότι οι προγραμματικού τύπου καμπάνιες δίνουν τη δυνατότητα να προσεγγίζουμε δυνητικούς τουρίστες οι οποίοι ικανοποιούν συγκεκριμένα συμπεριφορικά κριτήρια, δηλαδή βρίσκονται πολύ κοντά σε διαδικασία λήψης απόφασης για ένα ταξίδι (χαμηλότερα στο decision making funnel) γεγονός που σημαίνει σημαντική αύξηση της απόδοσης της επένδυσης της ΠΝΑ.

Ως προς τις γεωγραφικές αγορές, αυτές θα καθοριστούν σε μεταγενέστερο στάδιο με συνδυασμό κριτηρίων που θα περιλαμβάνουν όχι μόνο της προτεραιότητας της ΠΝΑ αλλά και τις συνθήκες του εκεί οικονομικού περιβάλλοντος.

Θα πρέπει να επισημανθεί ότι:

1. Η αύξηση της ζήτησης για τα νησιά της ΠΝΑ από τις ΗΠΑ τα τελευταία τρία χρόνια (2022, 2023 και 2024) επιβάλλει την διατήρηση της ήδη αυξημένης παρουσίας της ΠΝΑ στην συγκεκριμένη αγορά με την προϋπόθεση ότι θα διατηρηθεί σε ικανό όγκο το πτητικό πρόγραμμα των αεροπορικών εταιρειών μέσω των απ' ευθείας πτήσεων προς την Αθήνα. Το πρόγραμμα προβολής θα έχει διάφορες μορφές (online, offline, tvadvertising, ακόμα και δράσεις δημοσιότητας και δημοσίων σχέσεων) ώστε να μεγιστοποιηθεί το αποτέλεσμα. Το ακριβές μίγμα των ενεργειών θα αποφασιστεί σε μεταγενέστερη φάση αναλόγως των συνθηκών.
2. Θα υπάρξει πρόβλεψη για offline διαφημιστικές καμπάνιες οι οποίες θα είναι σημαντικά μικρότερης κλίμακας και θα καλύπτουν εξειδικευμένες ανάγκες επικοινωνίας. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο εντάσσεται ένα πλάνο προβολής και δημοσιότητας του τουριστικού προϊόντος της ΠΝΑ σε διεθνούς εμβέλειας MME.
3. Θα υπάρξει πρόβλεψη για καμπάνια διαφήμισης αλλά και γενικότερης προώθησης του εξαιρετικά σημαντικού έργου RhodesCoLab, αλλά και των εξίσου σημαντικών έργων που αποτελούν μέρος του Κόμβου Αειφορίας & Καινοτομίας Νοτίου Αιγαίου (Astybus, TilosJustGoZero, ChalkiGR-ecoisland, NaxosSmartIsland, SyrosAegeanInnovationCenter). Τα έργα αυτά πέρα των προφανών θετικών επιδράσεων στην ανάπτυξη των νησιών μας, επανατοποθετούν το Νότιο Αιγαίο στην παγκόσμια τουριστική αγορά αφού έμπρακτα δείχνουν τις ενέργειες που υλοποιεί το Νότιο Αιγαίο ως απάντηση στα κρίσιμα ζητήματα αειφορίας και βιωσιμότητας που καλείται να απαντήσει η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία.

4. Θα υπάρξει πρόβλεψη για προβολή των νησιών της ΠΝΑ και ειδικότερα της Ρόδου, Κω, Σύμης, Καστελόριζου, Καλύμνου και Λέρου στην αγορά της Τουρκίας, δεδομένης της πρόσφατα αναγγελθείσας τουριστικής συνεργασίας μεταξύ Ελλάδας και Τουρκίας που προβλέπει τη διευκόλυνση χορήγησης θεωρήσεων σε Τούρκους πολίτες και τις οικογένειες τους ώστε να επισκέπτονται νησιά του Ανατολικού Αιγαίου όλο τον χρόνο για επτά ημέρες.
5. Θα υπάρξει πρόβλεψη για προβολής και δημοσιότητας του τουριστικού προϊόντος της ΠΝΑ σε εθνικής εμβέλειας ΜΜΕ αφού η ελληνική αγορά αποτελεί παραδοσιακά μια εκ των σημαντικών αγορών στόχους της ΠΝΑ.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: €1.150.000

Συνέργειες προώθησης με Tour Operators & αεροπορικές εταιρείες

Η ΠΝΑ θα συνεχίσει τις συνέργειες προώθησης με σημαντικούς TourOperators και αεροπορικές εταιρείες που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εισερχόμενη τουριστική κίνηση προς τα νησιά μας. Πιο συγκεκριμένα, θα διατηρήσει ή και ενισχύσει (ανάλογα με τις συνθήκες) τόσο τον αριθμό των TourOperators με τους οποίους θα συνεργασθεί με στόχο την προώθηση των νησιών μας όσο και τις γεωγραφικές αγορές που θα καλύψουν αυτές οι συνεργασίες, ενώ προβλέπονται και δράσεις για άνοιγμα γεωγραφικών αγορών εκτός της Ευρώπης.

Οι Tour Operators και οι αεροπορικές εταιρείες διαθέτουν:

- Άριστη γνώση των αγορών – στόχων, των προτιμήσεων και των καταναλωτικών τάσεων.
- Τεχνογνωσία των μέσων προώθησης στην γεωγραφική αγορά της εξειδίκευσης τους και εμπειρία ως προς ποια από αυτά έχουν αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα
- Διαθέσιμους πόρους για συνέργειες προώθησης
- Πρόσβαση σε εξατομικευμένα πελατολόγια και δίκτυα συνεργατών.

Ταυτόχρονα, οι συνεργασίες αυτές ενισχύουν τη σχέση της ΠΝΑ με τις εταιρείες αυτές και δημιουργούν θετική προδιάθεση συνέχειας και επαύξησης της συνεργασίας, κάτι ιδιαίτερα κρίσιμο για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: €975.000

Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις.

Υπό το πρίσμα της επαναξιολόγησης που κάνουν διεθνώς οι προορισμοί σε σχέση με το μίγμα των δράσεων προώθησης τους και κυρίως ως προς την αποτελεσματικότητα των τουριστικών εκθέσεων⁴, η ΠΙΝΑ θα συνεχίζει και το 2025 την παρουσία της σε επιλεγμένες τουριστικές εκθέσεις μέσω συμμετοχής της εντός των περιπτέρων του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Όπως είχε διατυπωθεί και σε προγενέστερα προγράμματα δράσεων προβολής:

«Η ΠΙΝΑ οφείλει αφενός να μεγιστοποιήσει την απόδοση & αποτελεσματικότητα των χρημάτων που δαπανά, αφετέρου να αναπροσαρμόσει το μίγμα δράσεων της, σύμφωνα με τις προτιμήσεις του σύγχρονου καταναλωτή. Υπό αυτό το πρίσμα η ΠΙΝΑ αποφάσισε ότι στις εκθέσεις εκείνες που συμμετέχει ο ΕΟΤ θα λαμβάνει μέρος ως συνεκθέτης, εντός δηλαδή του περιπτέρου του ΕΟΤ. Οι σημαντικοί πόροι που έως σήμερα δαπανούσε η ΠΙΝΑ συμμετέχοντας ως αυτόνομος εκθέτης μεταφέρονται αφενός στην online διαφήμιση μέσω πλατφορμών προγραμματικής διαφήμισης και μέσω touroperators, αφετέρου σε ειδικές εκδηλώσεις (roadshows / workshops) οι οποίες θα απευθύνονται αποκλειστικά στους Β2Β συνεργάτες μας (touroperators, travelagents κλπ). Ενόητο είναι ότι σε όσες εκθέσεις δεν συμμετέχει ο ΕΟΤ, η ΠΙΝΑ θα αξιολογήσει την παρουσία της ως αυτόνομος εκθέτης».

Η ΠΙΝΑ έχει προβλέψει	ΤΟΠΟΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ	ΕΙΔΟΣ
BOOT	Dusseldorf	18-26/1/25	Θαλάσσιου
BIT	Milan	9-11/2/25	Γενικού
ITB	Berlin	4-6/3/25	Γενικού
Globalnie	Katowice	Μάρτιος 2025	Γενικού
Sea Trade Cruise Global	Miami	7-10/4/25	Κρουαζιέρας
Arabian Travel Market	Dubai	28/4-1/5/25	Γενικού
IMTM*	Tel Aviv	7-8/5/25	Γενικού
IFTM-TOP RESA	Paris	23-25/9/25	Γενικού
Δ.Ε.Θ.	Θεσσαλονίκη	6-14/9/25	Γενική Έκθεση
WTM	London	4-6/11/25	Γενικού

(*) Αναλόγως των τότε συνθηκών που θα επικρατούν στο Ισραήλ.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: €465.000

⁴Ενδεικτικά: HorwathHTL (2021), “ Τι Διαμορφώνει το Μέλλον του Τουρισμού; Οι νέες καταναλωτικές τάσεις και η αναγκαιότητα της αναπροσαρμογής των καναλιών προώθησης των προορισμών”. Διαθέσιμο online: <https://bit.ly/3dL5uu0>

Συμμετοχή / διοργάνωση roadshows, workshops, ειδικών εκδηλώσεων

Σε χώρες που θα κριθεί απαραίτητο, η ΠΙΝΑ θα διοργανώσει ειδικές θεματικές εκδηλώσεις ώστε να ενισχύσει την εικόνα των νησιών, αλλά και να συσφίξει περαιτέρω τις σχέσεις τις με τους κύριους συνεργάτες της. Αναλόγως του σκοπού και των στόχων της κάθε εκδήλωσης, αυτές θα έχουν τη μορφή είτε B2C roadshows, είτε B2B workshops με touroperators ή/και travelagents, είτε και ειδικές εκδηλώσεις – συναντήσεις με στρατηγικές σημασίας συνεργάτες. Στο πλαίσιο αυτών των ενεργειών θα αξιολογηθούν δράσεις σε επιλεγμένες κύριες ευρωπαϊκές αγορές, καθώς και τις ΗΠΑ και την Μέση Ανατολή.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: €210.000

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Η ΠΙΝΑ θεωρεί αναγκαία την συνέχεια και το 2025 της διευρυμένης παρουσίας της στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ειδικότερα στο Instagram, το Facebook και το TikTok. Η παρουσία θα περιλαμβάνει:

- Συστηματική διαχείριση και συντήρηση των λογαριασμών του aegeanislands και διαχείριση της επικοινωνίας με τους ακολούθους (CommunityManagement).
- Πρόγραμμα οργανικών αναρτήσεων βάση εξειδικευμένης στρατηγικής επικοινωνίας.
- Επί πληρωμή καμπάνιες διαφήμισης (sponsoredposts) ώστε να διευρύνει τον αριθμό των ακολούθων της, αφετέρου μέσω retargeting ώστε να μετατρέψει σε ακόλουθους των λογαριασμών της όσους καταναλωτές επισκέπτονται την ιστοσελίδα της μετά από έκθεση σε προγραμματική διαφήμιση.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: €95.000

Φιλοξενίες

Η ΠΙΝΑ επενδύει σταθερά σε δράσεις εξωστρέφειας και όπως κάθε χρόνο θα υλοποιήσει μια σειρά από φιλοξενίες αλλοδαπών και Ελλήνων οι οποίοι έχουν από την ιδιότητα τους τη δυνατότητα να συμβάλουν ενεργά στην προώθηση των νησιών μας ως τουριστικών προορισμών. Ως τέτοιοι θεωρούνται: (α) άτομα που σχετίζονται ως συντάκτες ή/και ως δημοσιογράφοι με μέσα μαζικής ενημέρωσης, (β) διακεκριμένοι bloggers, (γ) στελέχη TourOperators, ταξιδιωτικών γραφείων και οργανωτών συνεδρίων ή άλλων σημαντικών εκδηλώσεων, και (δ) influencers σε κοινωνικά δίκτυα.

Όσον αφορά τους (α) και (β) η ΠΙΝΑ λαμβάνει κάθε χρόνο πλήθος αιτημάτων φιλοξενίας με σκοπό την δημοσίευση ταξιδιωτικών άρθρων σε διάφορα ΜΜΕ ή δημοφιλή ιστολόγια (blogs). Η εν λόγω ενέργεια κρίνεται ιδιαίτερα επωφελής και εξασφαλίζει το χαμηλότερο δυνατό κόστος για την προβολή των νησιών μας αφού δεν δαπανούνται χρήματα για διαφημιστικές καταχωρήσεις.

Η φιλοξενία στελεχών Tour Operators, ταξιδιωτικών γραφείων και οργανωτών συνεδρίων ή άλλων σημαντικών εκδηλώσεων κρίνεται ιδιαίτερος επωφελής καθώς οι προσκεκλημένοι καλούνται να διαπιστώσουν εκ του σύνεγγυς το τουριστικό προϊόν των νησιών και να έρθουν σε απευθείας επαφή με τους κατά τόπους τουριστικούς επαγγελματίες.

Οι influencers σε κοινωνικά δίκτυα είναι μια άλλη σημαντική κατηγορία ατόμων που πλέον διαμορφώνει απόψεις, θέσεις και αντιλήψεις σε μεγάλη μερίδα της κοινής γνώμης. Η ΠΝΑ έχει ήδη θεσπίσει μια σειρά από ελάχιστες τεχνικές και ποιοτικές απαιτήσεις που πρέπει να πληρούν τα άτομα αυτά ώστε να αξιολογεί τα αιτήματά τους και να επιλέγει εκείνα που θα μεγιστοποιήσουν το αποτέλεσμα της φιλοξενίας.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: €80.000

Συνέδρια, ημερίδες, εκδηλώσεις, αθλητικές & πολιτιστικές διοργανώσεις

Η δράση περιλαμβάνει:

- Διοργάνωση ή συνδιοργάνωση, με τους κατά τόπους ΟΤΑ Α Βαθμού καθώς και με κατά τόπους τουριστικούς φορείς ημερίδων και συνεδρίων για ζητήματα τουριστικού ενδιαφέροντος,
- Διοργάνωση ή συνδιοργάνωση, αθλητικών και πολιτιστικών διοργανώσεων με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προβολή των νησιών μας.
- Συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ. για την περαιτέρω προβολή και οργάνωση των παραπάνω δράσεων.
- Δράσεις δημοσίων σχέσεων μέσω εκδηλώσεων και παράθεσης γευμάτων σε επίσημους προσκεκλημένους που πρόκειται να συμβάλλουν μέσω συνεργασιών στην προβολή του τουριστικού προϊόντος της ΠΝΑ.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: €30.000

Διάφορες άλλες δράσεις & παραγωγή υλικού

11.1 Outdoor Advertising (Υπαίθρια Διαφήμιση)

Η υπαίθρια διαφήμιση κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες προσφέρει υψηλό βαθμό γνώσης σε εξαιρετικά συγκεκριμένα γεωγραφικά σημεία και σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους. Η διαφήμιση μας (ενδεικτικά) σε τραμ και σε συρμούς μετρό του Βερολίνου, αλλά και σε κόκκινα λεωφορεία και σε κεντρικούς σταθμούς μετρό στο Λονδίνο κατά την διάρκεια των εκεί διεθνών τουριστικών εκθέσεων απέσπασε αρκετά θετικά σχόλια από τα ειδικά κοινά που συμμετέχουν σε αυτές τις εκθέσεις αλλά και από κατοίκους των παραπάνω πόλεων.

11.2 Διαφημιστικά videos

Η ΠΝΑ οφείλει να ανανεώνει συνεχώς το σύνολο του διαθέσιμου οπτικοακουστικού υλικού της. Στο πλαίσιο αυτό, αντικείμενο της δράσης αποτελεί η παραγωγή ανανεωμένου υλικού σε μορφή video για την προβολή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος της ΠΝΑ και των προορισμών της. Το υλικό που θα δημιουργηθεί θα αναδεικνύει, με μοντέρνα εικαστική και σύγχρονη τεχνική επεξεργασία, το σύνολο του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, και θα καταγράφει τη μοναδικότητα και αυθεντικότητα του προορισμού μέσα από την προβολή χαρακτηριστικών σημείων, θεματικών αξόνων του τουριστικού προϊόντος, στιγμών και εμπειριών καλοκαιριών διακοπών και προορισμών. Τα videos θα παρουσιάζουν με καινοτόμο, δημιουργικό και εμπειρικό τρόπο το τουριστικό προϊόν του Νοτίου Αιγαίου, τις εμπειρίες και τους προορισμούς του. Θα πρέπει να βασίζονται στις σύγχρονες τάσεις κινηματογράφησης και σε διεθνείς πρακτικές, προκειμένου να επιτευχθεί υψηλής ποιότητας και διεθνούς βεληνεκούς αποτέλεσμα, προκειμένου να προσελκύσουν το κοινό στόχος. Θα έχουν διάφορες διάρκειες συμπεριλαμβανομένων και minivideoclips τα οποία είναι απαραίτητα για την προώθηση των προορισμών μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

11.3 Ψηφιακά banners & φωτογραφικό υλικό

Ο μεγάλος όγκος προγραμματικής διαφήμισης απαιτεί νέα σχεδιαστικά και αισθητικά banners διαφόρων μεγεθών μέσω των οποίων θα γίνει η προβολή των νησιών με μετάφραση σε διάφορες γλώσσες ανάλογα με την χώρα στην οποία υλοποιείται η καμπάνια. Ταυτόχρονα, οι συνέργειες προώθησης με διάφορους touroperators,

αλλά και πλέον η συστηματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ως σημαντικό μέρος της καμπάνιας προώθησης απαιτούν τη διαρκή ανανέωση του φωτογραφικού υλικού το οποίο και πρέπει να είναι ελεύθερο δικαιωμάτων προς χρήση από τρίτους. Το υλικό αυτό θα εμπλουτίσει την ήδη υπάρχουσα τράπεζα φωτογραφικού υλικού της ΠΝΑ.

11.4 Έντυπο υλικό προώθησης

Παρά την στροφή προς το ψηφιακό περιεχόμενο και υλικό, η συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις απαιτεί την δημιουργία και εκτύπωση σε περιορισμένο αριθμό έντυπου προωθητικού υλικού της ΠΝΑ και όλων των θεματικών δράσεων της Περιφέρειας, αθλητικών, πολιτιστικών κλπ. για τη φυσική διανομή του στους επισκέπτες των περιπτέρων.

11.5 Γραφιστικές υπηρεσίες

Πρόβλεψη για παροχή γραφιστικών υπηρεσιών που αφορά τόσο τη δημιουργία online banners και ψηφιακού περιεχομένου για διάφορες χρήσεις σε διαφημιστικές καμπάνιες και άλλες μορφές προώθησης. Επιπλέον, παρά την στροφή προς το ψηφιακό περιεχόμενο και υλικό προκύπτει ανάγκη για διαφημιστικές καταχωρήσεις σε έντυπα ή και ηλεκτρονικά περιοδικά τα οποία απαιτούν έτοιμες μακέτες καταχωρήσεων. Τέλος, η εργασία αφορά και τη δημιουργία μακετών για υπαίθρια διαφήμιση όπως σε συρμούς μετρό, λεωφορεία, και γενικά κάθε είδους υπαίθρια προβολή.

11.6 Αναμνηστικά προωθητικά προϊόντα & δώρα

Προμήθεια αναμνηστικών προωθητικών προϊόντων για τη διανομή τους σε τουριστικές εκθέσεις ή στις διάφορες εκδηλώσεις, καθώς και στους προσκεκλημένους δημοσιογράφους κλπ.

11.7 Blog της ιστοσελίδας aegeanislands.gr

Η ΠΝΑ διατηρεί την πρόθεση ανάπτυξης ενός νέου Blog το οποίο θα αποτελέσει ένα δυναμικό εργαλείο δημοσιότητας και προώθησης ειδικού τύπου περιεχομένου του τουριστικού προϊόντος της ΠΝΑ των νησιών και των δράσεων που υλοποιούνται για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Το blog θα έχει δύο κύριες ενότητες, μία για ειδήσεις που αφορούν συνεργάτες μας (B2B) και μία για άρθρα που αφορούν τελικούς καταναλωτές (B2C). Το blog θα αποτελεί μέρος του τουριστικού portal aegeanislands.gr, αλλά έχει τη δυνατότητα να λειτουργήσει και αυτόνομα.

11.8 Υπηρεσίες συγγραφής ταξιδιωτικών άρθρων

Εκτός από τις ανάγκες του blog, πληθαίνουν τα αιτήματα προς την ΠΝΑ από μέσα ενημέρωσης για παροχή άρθρων τουριστικού περιεχομένου διαφόρων θεματικών. Η παρούσα δράση προβλέπει τη συνεργασία με είτε με μεμονωμένο αρθρογράφο εξειδικευμένο στον τουρισμό (travelwriter) είτε με εταιρεία παροχής ανάλογων υπηρεσιών έτσι ώστε να δημιουργηθεί βιβλιοθήκη άρθρων που θα είναι έτοιμα προς δημοσίευση ανάλογα με τις ανάγκες κάθε μέσου, των οποίων το ύφος και η γλώσσα του περιεχομένου θα είναι εφάμιλλη του κύριου του προϊόντος μας και των νησιών μας.

11.9 Διάφορα

Η δράση περιλαμβάνει διάφορες δαπάνες όπως: Αρχιτεκτονική και διακόσμηση περιπτέρων τουριστικών εκθέσεων, μεταφορά των απαιτούμενων υλικών στις τουριστικές εκθέσεις και εκδηλώσεις και μεταφράσεις κειμένων για τουριστική χρήση.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: €288.000

**ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ 2025:
€3.293.000 συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ**

Μετά από διαλογική συζήτηση όπως αυτή αποτυπώνεται και στα απομαγνητοφωνημένα πρακτικά

ΤΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

ΚΑΤΑ ΠΛΕΙΟΨΗΦΙΑ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ

Εγκρίνει τις Δράσεις Τουριστικής Προβολής για το έτος 2025, όπως αυτές αναλυτικά αποτυπώνονται στην ανωτέρω εισήγηση του Τμήματος Στρατηγικού Σχεδιασμού της Δ/σης Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης της ΠΝΑ.

Υπέρ ψήφισαν οι κ.κ. Περιφερειακοί Σύμβουλοι : Βρεττού Άννα, Καραμολέγκου Ιουλία, Δαρζέντας Χαράλαμπος, Μουσελλής Εμμανουήλ, Νικολαΐδου Καλλιόπη, Μαρτίνος Γεώργιος, Σβύνου Κωνσταντίνα, Κρητικός Ιωάννης, Ναβροζίδης Χαράλαμπος, Χωριανοπούλου Ελισάβετ, Μπρίγγος Στυλιανός, Αποστόλου Σπυρίδων, Μαργαρίτης Ιωάννης, Πετρόπουλος Βαζαΐος, Ευστρατίου Χρήστος, Ασπράκης Απόστολος, Νικολής Νικόλαος, Κλωνάρης Μάριος, Διακογεωργίου Κάλλιςτος, Γιασιράνη Χαρίκλεια, Μιχαλάκης Χρήστος, Αντωνιάδη Μάρα, Τσουκαλάς Νικόλαος, Ζαννετίδης Φιλήμων, Δελαπόρτας Ζήσιμος – Βασίλειος, Σαρίκας Μιχαήλ – Ραφαήλ, Λεονταρίτης Γεώργιος, Φωτεινιάς Νικόλαος, Δαδάος Μάρκος, Δεληγιάννη – Άσπρου Αναστασία, Χάλαρης Αντώνιος, Ζηρούνης Μικές, Σταθοπούλου Ευτυχία, Καπίρης Μιχαήλ- Νεκτάριος, Παπανικόλας Νικηφόρος, Κυπραίος Γεώργιος (37)

Κατά ψήφισαν οι κ.κ. Περιφερειακοί Σύμβουλοι : Βόλος Εμμανουήλ, Κασσιώτη Διονυσία, Φραγκίσκος Μιχαήλ, Καραγιάννη Χρυσούλα. (4)

Οι κ.κ. Περιφερειακοί Σύμβουλοι της παράταξης «ΛΑΪΚΗ ΣΥΣΠΕΙΡΩΣΗ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ »: Αγγέλου Ιωάννης, Ροκονίδα Ηλέκτρα και Χατζηγιάνη Μαρία, απείχαν από την συζήτηση του θέματος με την αιτιολογία ότι δεν έλαβαν εγκαίρως την εισήγηση του ανωτέρω θέματος. (3)

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

Ο ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ

Ο ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝ

ΧΑΛΑΡΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΦΡΑΓΚΙΣΚΟΣ ΜΙΧΑΗΛ

ΤΑ ΜΕΛΗ

1. ΑΝΤΩΝΙΑΔΗ ΜΑΡΑ	24. ΜΙΧΑΛΑΚΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ
2. ΑΣΠΡΑΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ	25. ΜΟΥΣΕΛΛΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ
3. ΒΟΛΟΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	26. ΜΠΡΙΓΓΟΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ
4. ΒΡΕΤΤΟΥ ANNA	27. ΝΑΒΡΟΖΙΔΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ
5. ΓΙΑΣΙΡΑΝΗ ΧΑΡΙΚΛΕΙΑ	28. ΝΙΚΟΛΑΪΔΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ
6. ΔΑΔΑΟΣ ΜΑΡΚΟΣ	29. ΝΙΚΟΛΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
7. ΔΑΡΖΕΝΤΑΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	30. ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΣ ΝΙΚΗΦΟΡΟΣ
8. ΔΕΛΑΠΟΡΤΑΣ ΖΗΣΙΜΟΣ-ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ	31. ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ ΒΑΖΑΙΟΣ
9. ΔΕΛΗΓΙΑΝΝΗ-ΑΣΠΡΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	32. ΣΑΡΙΚΑΣ ΜΙΧΑΗΛ-ΡΑΦΑΗΛ
10. ΔΙΑΚΟΓΕΩΡΓΙΟΥ ΚΑΛΛΙΣΤΟΣ	33. ΣΒΥΝΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ
11. ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΥ ΧΡΗΣΤΟΣ	34. ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ ΕΥΤΥΧΙΑ
12. ΖΑΝΝΕΤΙΔΗΣ ΦΙΛΗΜΩΝ	35. ΤΣΟΥΚΑΛΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
13. ΖΗΡΟΥΝΗΣ ΜΙΚΕΣ	36. ΦΩΤΕΙΝΙΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
14. ΚΑΠΙΡΗΣ ΜΙΧΑΗΛ-ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ	37. ΧΩΡΙΑΝΟΠΟΥΛΟΥ ΕΛΙΣΑΒΕΤ
15. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ ΧΡΥΣΟΥΛΑ	
16. ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΥ ΙΟΥΛΙΑ	
17. ΚΑΣΣΙΩΤΗ ΔΙΟΝΥΣΙΑ	
18. ΚΛΩΝΑΡΗΣ ΜΑΡΙΟΣ	
19. ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	
20. ΚΥΠΡΑΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	
21. ΛΕΟΝΤΑΡΙΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	
22. ΜΑΡΓΑΡΙΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	
23. ΜΑΡΤΙΝΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	

ΑΚΡΙΒΕΣ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

Ο ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ

Ο ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝ

ΧΑΛΑΡΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΦΡΑΓΚΙΣΚΟΣ ΜΙΧΑΗΛ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ ΚΥΚΛΑΔΩΝ

ΑΝΤΙΓΡΑΦΟ
ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

Στη Σύρο σήμερα **24-12-2024** ημέρα **Τρίτη**, οι πιο κάτω υπογράφωντες υπάλληλοι της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, **Καραπιπέρη Μαρία** και **Δουρής Δημήτριος** τοιχοκόλλησαν σε καθορισμένο χώρο της Περιφέρειας, την απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Νοτίου Αιγαίου με **αριθμ. 130/2024**: «Έγκριση Δράσεων Τουριστικής Προβολής της ΠΝΑι έτους 2025.».

Οι ενεργήσασες την τοιχοκόλληση

1. Μ. Καραπιπέρη

2. Δ. Δουρής