



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
 Ταχ. Δ/ση: Π. Κουντουριώτη 1
 Τ.Κ.: 81 100 Μυτιλήνη
 ☎: 22513 53620
 ☎: 22510 46658
 Email: okon.epitr@pvaigaiou.gov.gr
 URL: <http://www.pvaigaiou.gov.gr>

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ ΠΡΑΚΤΙΚΟΥ Νο 67

Στη Μυτιλήνη σήμερα 22/12/2022 ημέρα Πέμπτη και ώρα 12.00 μ. στην αίθουσα Συνεδριάσεων του Περιφερειακού Καταστήματος Λέσβου, Π. Κουντουριώτη 1, συνεδρίασε δια ζώσης και με Τηλεδιάσκεψη, σύμφωνα με την υπ. αριθμ. πρωτ. οικ 126820/19-12-2022 έγγραφη Πρόσκληση του Προέδρου της Οικονομικής Επιτροπής κ. Κωνσταντίνου Μουτζούρη, με την παρ.9 του Άρθρου 6 του Ν.4071/2012 & με την αριθ. ΔΙΑΔΠ/Α/7841 Απόφαση (ΦΕΚ 539/Β'21-04-2005) (Συνεδριάσεις με Τηλεδιάσκεψη), σύμφωνα με τα οριζόμενα του άρθρο 78 του ν. 4954/2022, την με αριθμ. 69471/642/24-09-2021 (ΑΔΑ 65ΒΓ46ΜΤΛ6-ΟΟΕ) εγκύκλιο του Υπουργείου Εσωτερικών, την αριθμ. πρωτ. 96665/29-12-2021 (ΑΔΑ:6ΔΨ046ΜΤΛ6-ΩΡΥ) εγκύκλιο αριθμ. 934 περί Εκλογής προεδρείου περιφερειακού συμβουλίου, μελών οικονομικής επιτροπής και επιτροπών περιφερειακού συμβουλίου για τη δεύτερη θητεία της περιφερειακής περιόδου 2019-2023, η Οικονομική Επιτροπή της Περιφέρειας Βορ. Αιγαίου που συστάθηκε με την αριθμ. 02/09-01-2022 Απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου (πρακτ.1/09-01-2022) περί εκλογής τακτικών και αναπληρωματικών μελών της Οικονομικής Επιτροπής, την υπ. αρ. 01/2022 απόφαση της Οικονομικής Επιτροπής για ορισμό Αντιπροέδρου της, την υπ. αριθμ. 42/29-03-2011 Απόφαση (πρακτ.4/2011) του Περιφερειακού Συμβουλίου της Περιφέρειας Β. Αιγαίου περί έγκρισης του Κανονισμού Λειτουργίας, την με υπ' αριθμ. 58261/3192/17-09-2019 απόφαση του Περιφερειάρχη Βορείου Αιγαίου για ορισμό γραμματέων στην Οικονομική Επιτροπή, την υπ' αρ. 81982/29-09-2022 (ΑΔΑ Ρ9ΙΠ7ΛΩ-0ΛΚ) απόφαση του κ. Περιφερειάρχη Βορείου Αιγαίου (ΦΕΚ 922/05.10.2022 τεύχος Υ.Ο.Δ.Δ.) «Ορισμού θεματικών Αντιπεριφερειάρχων στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου και ανάθεση τομέων ευθύνης και την υπ' αρ. 88727/11-10-2022 (ΑΔΑ Ψ07Ω7ΛΩ-6ΒΧ) απόφαση του κ. Περιφερειάρχη Βορείου Αιγαίου (ΦΕΚ 964/14-10-2022 τεύχος Υ.Ο.Δ.Δ.) «Ορισμού θεματικών Αντιπεριφερειάρχων στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου και ανάθεση τομέων ευθύνης», της διατάξεις του Ν.4412/2016 άρθρο 377 παρ.1 περίπτωση 18 καθώς και την παρ.2 και παρ. 13 του Άρθρου 14 του Ν.2690/1999, (της προστέθηκε με την παρ. 7 του άρθρου 6 του Ν. 3242/2004 (ΦΕΚ102 Α' /24.5.2004) σε συνδυασμό με την υπ. αρ. ΔΙΑΔΠ/Α/7481/19-04-2005 απόφαση των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης- Οικονομίας και Οικονομικών (ΦΕΚ 539/21-04-2005), καθώς και την παρ.2 του άρθρου 14 του Ν.2690/1999 και την υπ. αρ. 70/2017 του Περιφερειακού Συμβουλίου της Περιφέρειας Β. Αιγαίου, για τις ανάγκες της ΠΒ Αιγαίου, για λήψη αποφάσεων επί των θεμάτων, που αναγράφονται στην Ημερήσια Διάταξη.

Ο Πρόεδρος της Οικονομικής Επιτροπής κ. Κωνσταντίνος Μουτζούρης, αφού διαπίστωσε την απαρτία της Επιτροπής, με παρόντα τρία (3) Τακτικά Μέλη και δύο (2) αναπληρωματικά ήτοι:

1.	Αναστασία	Αντωνέλη	Περιφερειακός Σύμβουλος	Αντιπρόεδρος
----	-----------	----------	-------------------------	--------------

2.	Βασίλειος	Πανουράκης	Περιφερειακός Σύμβουλος	Μέλος
3.	Άγγελος	Βλάπτας - Λαμπρινός	Περιφερειακός Σύμβουλος	Μέλος
4.	Παντελής	Βρουλής	Περιφερειακός Σύμβουλος	Αναπ/κο Μέλος
5.	Νικόλαος	Καρασάββας	Περιφερειακός Σύμβουλος	Αναπ/κο Μέλος

κήρυξε την έναρξη της συνεδρίασης και έδωσε το λόγο στην Αντιπρόεδρο της Επιτροπής κα Αναστασία Αντωνέλη για την εκφώνηση των θεμάτων

Τα κατωτέρω παρόντα Μέλη:

- Ο κ. Άγγελος Βλάπτας – Λαμπρινός έλαβε μέρος στην συνεδρίαση μέσω τηλεδιάσκεψης στην αίθουσα του Περιφερειακού Καταστήματος Λήμνου (παρ.9 του άρθρου 6 του Ν.4071/2012)
- Ο κ. Παντελής Βρουλής έλαβε μέρος στην συνεδρίαση μέσω τηλεδιάσκεψης στην αίθουσα του Περιφερειακού Καταστήματος ΠΕ Χίου (παρ.9 του άρθρου 6 του Ν.4071/2012)
- Ο κ. Βασίλειος Πανουράκης έλαβε μέρος στη συνεδρίαση μέσω τηλεδιάσκεψης στην αίθουσα του Περιφερειακού Καταστήματος ΠΕ Σάμου (παρ.9 του άρθρου 6 του Ν.4071/2012)

Ο κ. Νικόλαος Καρασάββας δεν παρίσταται κατά τη συζήτηση των θεμάτων 11^ο-16^ο, 21^ο - 23^ο, 25^ο – 26^ο, 33^ο - 44^ο, 51^ο και 57^ο – 63^ο.

Κατά τη συνεδρίαση παρίστανται η κα Ειρήνη Κουβδή κλάδου ΔΕ/Διοικητικών Γραμματέων με βαθμό Β, η κ. Αγγέλα Χέρα κλάδου ΠΕ/Νομικών με βαθμό Α' και η κ. Παρασκευή Κωνσταντινίδου ΔΕ/Διοικητικών Γραμματέων με βαθμό Α' για την τήρηση των πρακτικών.

Αριθμός Απόφασης 1260 /2022

ΘΕΜΑ 25^ο: ΕΓΚΡΙΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2023

Το λόγο για το ανωτέρω θέμα έλαβε ο κ. Κωνσταντίνος Μουτζούρης, Περιφερειάρχης Βορείου Αιγαίου, ο οποίος γνώρισε στα μέλη της Επιτροπής τα εξής:

«Σύμφωνα με τον Ν. 3852/2010 άρθρ. 186 και τις διατάξεις του Ν. 4276/2014 και ειδικότερα του άρθρου 46 και την υπ' αρ. πρωτ. 16536/28-12-18 εγκύκλιο ΕΟΤ, καταθέτουμε προς έγκριση το Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου για το έτος 2023.»

Η Επιτροπή αφού άκουσε όλα τα παραπάνω και μετά από διαλογική συζήτηση μεταξύ των μελών της, η οποία περιέχεται στα απομαγνητοφωνημένα πρακτικά.

Αποφασίζει Ομόφωνα

1. Εγκρίνει το **Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου για το έτος 2023**, το οποίο επισυνάπτεται στο τέλος της παρούσας και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσας αυτής.
2. Εξουσιοδοτεί τον Πρόεδρο της Οικονομικής Επιτροπής κ. Κωνσταντίνο Μουτζούρη, Περιφερειάρχη Βορείου Αιγαίου και την Αντιπρόεδρο κα Αναστασία Αντωνέλη, Αντιπεριφερειάρχη Οικονομικού Πολιτισμού για κάθε περαιτέρω νόμιμη ενέργεια κατ' αρμοδιότητα

Η συνεδρίαση της Επιτροπής ξεκίνησε στις 12.00 μ. και ολοκληρώθηκε στις 12.45.

Το παρόν πρακτικό αφού συντάχθηκε υπογράφεται ως ακολούθως

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΜΟΥΤΖΟΥΡΗΣ

ΤΑ ΜΕΛΗ

ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΑΝΤΩΝΕΛΗ

ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΠΑΝΟΥΡΑΚΗΣ

ΑΓΓΕΛΟΣ ΒΛΑΤΤΑΣ –ΛΑΜΠΡΙΝΟΣ

ΠΑΝΤΕΛΗΣ ΒΡΟΥΛΗΣ

ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΚΑΡΑΣΑΒΒΑΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2023

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2022

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2023 αποτελεί συνέχεια του αντίστοιχου προγράμματος του 2022, και περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες δράσεων που υλοποιούνται για την τουριστική προβολή των νησιών της Π.Β.Α. στο εσωτερικό και στο εξωτερικό με βάση τη στρατηγική που ακολουθήθηκε τα τελευταία χρόνια.

Βάσει της κείμενης νομοθεσίας, το ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής καταρτίζεται και εγκρίνεται από τα συλλογικά όργανα, καθώς επίσης λαμβάνει τη σύμφωνη γνώμη του ΕΟΤ πριν την υλοποίηση οποιασδήποτε ενέργειας.

Βάσει της στρατηγικής που ακολουθείται τα τελευταία χρόνια, και λαμβάνοντας υπόψη τη γεωγραφική ιδιομορφία και την πολυνησιωτικότητα της Π.Β.Α, καθώς επίσης όλες τις αλλαγές, τις εξελίξεις και δυσκολίες που έχουν προκύψει από τις συνθήκες, το Πρόγραμμα τουριστικής προβολής των νησιών για το 2023 καταρτίζεται με γνώμονα την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος όλων των νησιών με ένα μείγμα δράσεων που να ανταποκρίνεται όσο το δυνατόν περισσότερο στις ανάγκες και τις απαιτήσεις μιας δύσκολης και μεταβατικής για τον τουρισμό περιόδου, όπως είναι αυτή που διανύουμε. Εναρμονίζεται με την εθνική στρατηγική για τον τουρισμό και προσαρμόζεται στις νέες συνθήκες που δημιουργεί η Covid - 19 ώστε να ανταποκριθεί στις νέες τάσεις της τουριστικής

αγοράς, αξιοποιώντας σύγχρονα εργαλεία μάρκετινγκ, με προτεραιότητες την υποστήριξη και αναβάθμιση του τουρισμού εμπειρίας, τη βελτίωση της επισκεψιμότητας και τη βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης πληροφόρησης.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ ΤΗΣ Π.Β.Α. ΓΙΑ ΤΟ 2022

Η τουριστική κίνηση στα νησιά της Π.Β.Α. κινήθηκε συνολικά αυξητικά τείνοντας να αγγίξει τα επίπεδα του 2019 και σε κάποιες περιπτώσεις ακόμη και να τα ξεπεράσει. Τονωτική ένεση για τα νησιά αποτέλεσε ο εσωτερικός τουρισμός που ευνοείται ιδιαίτερα και με τα ειδικά προγράμματα κοινωνικού τουρισμού και τουρισμού για όλους καθώς και η επαναλειτουργία της ακτοπλοϊκής σύνδεσης με την τουρκική αγορά.

Ειδικότερα, όσον αφορά στις πτήσεις charters, στη Λέσβο επανήλθαν οι αγορές από τη Νορβηγία και την Πολωνία που είχαν διακόψει το 2021 με το σύνολο αφίξεων του 2022 να σημειώνει αύξηση 147,7% σε σύγκριση με τις συνολικές ετήσιες αφίξεις charters του 2021, ενώ σε σύγκριση με τις αφίξεις του 2019 σημειώνει μείωση -19,4%. Η Λήμνος το 2022 φαίνεται ότι επανέρχεται δυναμικά ξεπερνώντας τα επίπεδα αφίξεων προ πανδημίας και μάλιστα με νεοεισερχόμενες πτήσεις από τη Σκανδιναβία (Νορβηγία, Σουηδία, Δανία) και την Αυστρία, επιπλέον των παραδοσιακών πτήσεων από την Αγγλία και την Τσεχία, έχοντας σημειώσει μέχρι και τον Αύγουστο τριπλασιασμό των αφίξεών της σε σύγκριση με τις συνολικές ετήσιες αφίξεις charters του 2021, ενώ σε σύγκριση με τις αφίξεις της αντίστοιχης περιόδου του 2019 σημειώνει αύξηση 32,07%. Στη Σάμο επανήλθαν πτήσεις από την Αγγλία, τη Σλοβενία και τη Φινλανδία με το σύνολο αφίξεων του 2022 να σημειώνουν αύξηση 100,6% σε σύγκριση με τις συνολικές ετήσιες αφίξεις charters του 2021, ενώ σε σύγκριση με τις αφίξεις του 2019 η μείωση περιορίστηκε στο -6%.

ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΕ ΑΠ' ΕΥΘΕΙΑΣ ΠΤΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (CHARTER FLIGHTS)

	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Λέσβος	46.761	18.875	3.157	58.034	61.545	43.302	31.175
Χίος	-	-	-	804	2.466	767	2.088
Σάμος	124.570	62.100	15.425	132.674	136.655	112.372	94.823

Λήμνος	9.409 (έως και Αύγουστο)	2.082	1.614	9.163	8.065	8.270	9.814

Όσον αφορά τον εσωτερικό τουρισμό συνεχίστηκε η προσπάθεια προσέλκυσης επισκεπτών με μια στοχευμένη προβολή της καμπάνιας η οποία αξιοποίησε όλο το υπάρχον ψηφιακό περιεχόμενο (φωτογραφίες, video, ραδιοφωνικά spots, μακέτες κ.λ.π.), και πραγματοποιήθηκε διαφήμιση σε έντυπα και ψηφιακά μέσα, σε τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και των νησιών του Βορείου Αιγαίου.

Παρακάτω γίνεται αναφορά στα στοιχεία των αφίξεων τόσο των αεροπορικών πτήσεων εσωτερικού όσο και των ακτοπλοϊκών.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ

Στις πτήσεις εσωτερικού του αεροδρομίου Μυτιλήνης παρατηρείται σημαντική αύξηση το διάστημα έως και τον Αύγουστο του 2022 με το αντίστοιχο του 2021 της τάξης του 59% ενώ σε σχέση με το 2019 παρουσιάζεται μείωση της τάξης του -8% η οποία αφορά κυρίως το πρώτο τρίμηνο του 2022 καθώς από τον Απρίλιο τα νούμερα κινούνται στα επίπεδα του 2019.

Στις πτήσεις εσωτερικού του αεροδρομίου Μύρινas παρατηρείται σημαντική αύξηση το διάστημα έως και τον Αύγουστο του 2022 τόσο με το αντίστοιχο του 2021 της τάξης του 30% όσο και σε σχέση με το 2019 της τάξης του 3%.

	ΑΦΙΞΕΙΣ (DOMESTIC FLIGHTS) ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ ΟΔ. ΕΛΥΤΗΣ			
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2019	ΕΤΟΣ 2020	ΕΤΟΣ 2021	ΕΤΟΣ 2022
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	11.456	12.481	3.260	7.817
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	10.651	12.101	3.022	8.327
ΜΑΡΤΙΟΣ	13.223	7.307	3.810	10.281
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	13.915	649	4.967	13.421
ΜΑΪΟΣ	14.318	2.200	7.482	14.465
ΙΟΥΝΙΟΣ	15.705	7.402	11.915	15.762
ΙΟΥΛΙΟΣ	20.816	14.801	18.079	20.579

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	19.163	13.644	16.244	18.540
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	15.557	8.612	12.628	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	13.642	7.261	11.934	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	13.446	3.409	11.260	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	13.408	3.214	11.314	
ΓΕΝ. ΣΥΝ. ΣΥΝ. ΙΑΝ- ΑΥΓ	175.300 119.247	93.081 70.585	115.915 68.779	109.192
ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ (DOMESTIC FLIGHTS) ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΛΗΜΝΟΥ ΗΦΑΙΣΤΟΣ				
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2019	ΕΤΟΣ 2020	ΕΤΟΣ 2021	ΕΤΟΣ 2022
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	2.193	2.510	1.036	1.891
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	2.098	2.627	900	1.799
ΜΑΡΤΙΟΣ	2.404	1.684	1.301	2.448
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	2.668	191	1.597	3.323
ΜΑΪΟΣ	2.910	715	2.590	3.289
ΙΟΥΝΙΟΣ	4.113	2.436	4.314	4.863
ΙΟΥΛΙΟΣ	7.589	5.622	6.162	7.279
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	6.996	5.252	6.624	6.968
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	3.651	2.627	4.335	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	2.443	1.943	2.845	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	2.207	830	2.514	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1.954	878	2.616	
ΓΕΝ. ΣΥΝ. ΣΥΝ. ΙΑΝ- ΑΥΓ	41.226 30.971	27.315 21.037	36.834 24.524	31.860

Στις πτήσεις εσωτερικού του αεροδρομίου Χίου παρατηρείται σημαντική αύξηση το διάστημα έως και τον Σεπτέμβριο του 2022 με το αντίστοιχο του 2021 της τάξης του 53% ενώ σε σχέση με το 2019

παρουσιάζεται μικρή μείωση της τάξης του -3,3% η οποία αφορά κυρίως το πρώτο τρίμηνο του 2022 καθώς από τον Απρίλιο τα νούμερα κινούνται στα επίπεδα του 2019.

ΑΦΙΞΕΙΣ – ΕΠΙΒΑΤΩΝ (DOMESTIC FLIGHTS) ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ‘ΟΜΗΡΟΣ’				
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2019	ΕΤΟΣ 2020	ΕΤΟΣ 2021	ΕΤΟΣ 2022
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	7.165	7.703	2.263	6.191
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	6.995	7.562	2.377	6.406
ΜΑΡΤΙΟΣ	8.345	4.461	2.510	7.160
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	8.981	377	3.430	9.918
ΜΑΪΟΣ	9.753	1.390	4.623	10.212
ΙΟΥΝΙΟΣ	10.490	5.012	7.344	10.838
ΙΟΥΛΙΟΣ	15.610	8.429	13.534	14.008
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	13.955	9.141	12.559	13.149
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	10.017	5.841	8.924	10.344
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	8.731	5.235	7.874	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	7.980	2.220	7.513	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	8.255	2.031	8.261	
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	116.277	59.402	81.212	
ΣΥΝ. ΙΑΝ-ΣΕΠ	91.311	49.916	57.564	88.226

Στις πτήσεις εσωτερικού του αεροδρομίου Σάμου παρατηρείται σημαντική αύξηση το διάστημα έως και τον Αύγουστο του 2022 με το αντίστοιχο του 2021 της τάξης του 44,5% και παραμένει στα ίδια επίπεδα σε σχέση με το 2019.

Στις πτήσεις εσωτερικού του αεροδρομίου Ικαρίας παρατηρείται σημαντική αύξηση το διάστημα έως και τον Αύγουστο του 2022 τόσο με το αντίστοιχο του 2021 της τάξης του 41% όσο και σε σχέση με το 2019 της τάξης του 12,2%.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ (DOMESTIC FLIGHTS) ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΣΑΜΟΥ «ΑΡΙΣΤΑΡΧΟΣ Ο ΣΑΜΙΟΣ»				
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2019	ΕΤΟΣ 2020	ΕΤΟΣ 2021	ΕΤΟΣ 2022
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	5.417	6.233	2.461	4.564
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	4.928	5.663	2.137	4.109
ΜΑΡΤΙΟΣ	5.746	3.801	2.205	4.851
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	6.307	305	2.879	6.534
ΜΑΪΟΣ	7.086	1.270	4.628	7.472
ΙΟΥΝΙΟΣ	7.608	4.073	6.452	8.056

ΙΟΥΛΙΟΣ	9.911	6.960	9.412	10.507
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	10.099	7.466	9.338	11.023
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	7.257	5.023	6.980	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	6.019	4.091	5.694	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	6.049	2.270	5.091	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	5.430	1.994	4.638	
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	81.857	49.149	61.915	
ΣΥΝ. ΙΑΝ-ΑΥΓ	57.102	35.771	39.512	57.116

ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ (DOMESTIC FLIGHTS) ΣΤΟΝ ΚΡΑΤΙΚΟ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ ΙΚΑΡΙΑΣ «ΙΚΑΡΟΣ»				
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2019	ΕΤΟΣ 2020	ΕΤΟΣ 2021	ΕΤΟΣ 2022
ΙΑΝ	789	737	406	685
ΦΕΒ	696	707	434	836
ΜΑΡ	1.111	547	512	1.001
ΑΠΡ	1.457	77	875	1.789
ΜΑΪ	1.639	295	1.116	2.072
ΙΟΥΝ	2.940	1.193	2.126	3.292
ΙΟΥΛ	4.196	2.138	3.995	4.918
ΑΥΓ	4.560	2.770	4.364	4.918
ΣΕΠΤ	2.595	1.417	2.381	
ΟΚΤ	1.140	712	1.510	
ΝΟΕΜ	878	364	1.030	
ΔΕΚ	716	334	1.213	
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	22.717	11.291	19.962	
ΣΥΝ. ΙΑΝ-ΑΥΓ	17.388	8.464	13.828	19.511

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΚΤΟΠΛΟΪΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ

Σε όλα τα νησιά του Β. Αιγαίου παρουσιάζεται μεγάλη αύξηση συγκριτικά με την προηγούμενη χρονιά αλλά και σε σχέση με το 2019 τα νούμερα είναι αυξητικά. Αναλυτικότερα:

Αυξημένη κατά 23,44% η ακτοπλοϊκή κίνηση τον Αύγουστο στη Χίο με άφιξη 30.334 επιβατών, συγκριτικά με τον αντίστοιχο μήνα του 2022 (24.573 επιβάτες). Συνολικά στο νησί της Χίου έως και τον Σεπτέμβριο του 2022 αποβιβάστηκαν με πλοία της γραμμής 132.557 επιβάτες σε σύγκριση με τους 90.179 κατά το αντίστοιχο διάστημα του 2021, σημειώνοντας αύξηση 47%. Αυξητικά ήταν τα νούμερα και συγκριτικά με το ίδιο διάστημα του 2019 (126.465) της τάξης του 4,8%.

ΑΠΟΒΙΒΑΣΗ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΛΙΜΕΝΕΣ ΧΙΟΥ				
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2021		ΕΤΟΣ 2022	
	Κ.Λ.ΧΙΟΥ	Λ.Σ.ΜΕΣΤΩΝ	Κ.Λ.ΧΙΟΥ	Λ.Σ.ΜΕΣΤΩΝ
ΙΑΝ	2.491	29	4.980	928
ΦΕΒ	2.061	61	4.211	643
ΜΑΡ	2.678	62	6.596	760
ΑΠΡ	3.850	183	11.790	760
ΜΑΪ	6.227	504	8.413	1.761
ΙΟΥΝ	9.387	746	14.107	747
ΙΟΥΛ	21.193	4.144	28.782	3.304
ΑΥΓ	21.950	2.623	27.761	2.573
ΣΕΠΤ	11.094	896	13.389	1052
ΟΚΤ	8.552	895		
ΝΟΕ	5.829	1.146		
ΔΕΚ	6.962	406		
ΣΥΝΟΛ Ο ΙΑΝ- ΣΕΠΤ	80.931	9.248	120.029	12.528
ΣΥΝΟΛ Ο	102.274	11.695		

Πηγή: Κεντρικό Λιμεναρχείο Χίου, Λιμενικός Σταθμός Μεστών
Επεξεργασία: Τμήμα Τουρισμού ΠΕ Χίου

ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΑ:

ΜΑΪΟΣ 2022 : 2 πλοία στον Κεντρικό Λιμένα Χίου, συνολικός αρ. επιβ 100
ΙΟΥΝΙΟΣ 2022: 2 πλοία στον Κεντρικό Λιμένα Χίου, συνολικός αρ. επιβ 100
ΙΟΥΛΙΟΣ: -
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ: 1 πλοίο στον Κεντρικό Λιμένα Χίου, συνολικός αρ. επιβ 40
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ: 3 πλοία στον Κεντρικό Λιμένα Χίου, συνολικός αρ. επιβ 111
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΡ/ΠΛΟΙΩΝ : 8
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ: 314

Στο νησί της Λέσβου σημειώθηκε έως και τον Σεπτέμβριο του 2022 αύξηση των ακτοπλοϊκών αφίξεων επιβατών κατά 34,87% σε σύγκριση με το ίδιο διάστημα της περσινής χρονιάς (105.113 επιβάτες), και συγκριτικά με την αντίστοιχη περίοδο του 2019 (129.330) σημειώθηκε αύξηση της τάξης του 9,6%.

ΑΠΟΒΙΒΑΣΗ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΛΙΜΕΝΕΣ ΛΕΣΒΟΥ				
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2021		ΕΤΟΣ 2022	
	Κ.Λ.ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ	Λ.Σ.ΣΙΓΡΙΟΥ	Κ.Λ.ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ	Λ.Σ.ΣΙΓΡΙΟΥ

ΙΑΝ			5.686	
ΦΕΒ	7.341		4.630	
ΜΑΡ			6.737	
ΑΠΡ			11.965	
ΜΑΪ	24.244	59	14.445	
ΙΟΥΝ			13.973	
ΙΟΥΛ			30.475	
ΑΥΓ	70.850	2.619	38.553	
ΣΕΠΤ			15.301	
ΟΚΤ				
ΝΟΕ	23.567			
ΔΕΚ				
ΣΥΝΟΛΟ ΙΑΝ-ΣΕΠΤ	102.435	2.678	141.765	
ΣΥΝΟΛΟ	128.680			

ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΑ:

ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2022 : 1 πλοίο στον Λιμένα Μυτιλήνης, συνολικός αρ. επιβ 305

ΜΑΙΟΣ 2022: 3 πλοία στον Λιμένα Μυτιλήνης , συνολικός αρ. επιβ 1.001

ΙΟΥΝΙΟΣ: 2 πλοία στον Λιμένα Μυτιλήνης , συνολικός αρ. επιβ 62

ΙΟΥΛΙΟΣ: 1 πλοίο στον Λιμένα Μυτιλήνης, συνολικός αρ. επιβ 483

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ: 1 πλοίο στον Λιμένα Μυτιλήνης, συνολικός αρ. επιβ 40

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ: 4 πλοία στον Λιμένα Μυτιλήνης 680

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ: 2 πλοία στον Λιμένα Μυτιλήνης 1015

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΡ/ΠΛΟΙΩΝ : 14

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ: 3.586

Η ακτοπλοϊκή κίνηση της Λήμνου ήταν πολύ καλή, καθώς ενδεικτικά το 3ο τρίμηνο του 2022 (Ιούλιος, Αύγουστος, Σεπτέμβριος) έφτασαν 68.595 επιβάτες στο λιμάνι της Μύρινας, εμφανίζοντας αύξηση της τάξης του 18,98% από τις 57.651 αφίξεις του 2021. Συνολικά οι ακτοπλοϊκές αφίξεις στο λιμάνι της Μύρινας έως και τον Σεπτέμβριο του 2022 σημείωσαν αύξηση 31% σε σύγκριση με τις συνολικές ετήσιες αφίξεις του 2021 και συγκριτικά με την αντίστοιχη περίοδο του 2019 (89.593) σημειώθηκε αύξηση της τάξης του 10,3%.

ΑΠΟΒΙΒΑΣΗ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΛΙΜΕΝΑ ΛΗΜΝΟΥ		
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2021	ΕΤΟΣ 2022
ΙΑΝ		3.022
ΦΕΒ	3.956	2.264
ΜΑΡ		2.937
ΑΠΡ		6.251
ΜΑΪ	13.755	5.015

ΙΟΥΝ		10.717
ΙΟΥΛ		27.820
ΑΥΓ	57.651	32.421
ΣΕΠΤ		8.354
ΟΚΤ		
ΝΟΕ	8.980	
ΔΕΚ		
ΣΥΝΟΛΟ ΙΑΝ-ΣΕΠΤ	75.362	98.801
ΣΥΝΟΛΟ	84.342	

ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΑ:

ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2022 : 1 πλοίο στον Λιμένα Μύρινας, συνολικός αρ. επιβ 248

ΜΑΙΟΣ 2022: 7 πλοία τον Λιμένα Μύρινας συνολικός αρ. επιβ. 797

ΙΟΥΝΙΟΣ 2022: 2 πλοία στον Λιμένα Μύρινας, συνολικός αρ. επιβ 342

ΙΟΥΛΙΟΣ: 5 πλοία στον Λιμένα Μύρινας, συνολικός αρ. επιβ - 1030

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ: 8 πλοία στον Λιμένα Μύρινας, συνολικός αρ. επιβ 1475, αποβιβάστηκαν οι 1172

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ: 4 πλοία στον Λιμένα Μύρινας, συνολικός αρ. επιβ 769

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΡ/ΠΛΟΙΩΝ : 27 εκ των οποίων 2 δεν αποβιβάστηκαν

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ (πλην των 2 πλοίων που δεν αποβιβάστηκαν) :4.358

Στα τρία λιμάνια της Σάμου (Καρλόβασι, Πυθαγόρειο και Βαθύ) σημειώθηκε αύξηση στην κίνηση των επιβατών. Ενδεικτικά οι αφίξεις στο λιμένα Πυθαγορείου έως και τον Σεπτέμβριο του 2022 ανήλθαν σε 16.948 επιβάτες σε σύγκριση με τους 10.660 επιβάτες που αφίχθησαν το 2021 κατά την ίδια περίοδο, ήτοι 59% αύξηση και συγκριτικά με την αντίστοιχη περίοδο του 2019 (15.997) σημειώθηκε αύξηση της τάξης του 6%.

ΑΠΟΒΙΒΑΣΗ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΛΙΜΕΝΕΣ ΣΑΜΟΥ						
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2021			ΕΤΟΣ 2022		
	Κ.Λ.ΒΑΘΕΟΣ	Λ.Σ. ΚΑΡΛ/ΣΟΥ	Λ.Σ.ΠΥΘ/ΡΕΙΟ	Κ.Λ. ΒΑΘΕΟΣ	Λ.Σ. .ΚΑΡΛ/ΣΟΥ	Λ.Σ. ΠΥΘ/ΡΕΙΟΥ
ΙΑΝ						172
ΦΕΒ	2.834	2.281	387	4.513	4.965	82
ΜΑΡ						369
ΑΠΡ						1.028
ΜΑΪ	2.643	2.235	723			1.519
ΙΟΥΝ	2.985	2.447	1.612			2.525
ΙΟΥΛ	4.525	9.141	2.276			3.670

ΑΥΓ	5.102	9.005	3.553			4.106
ΣΕΠ	3.059	2.837	2.109			3.477
ΟΚΤ	5.440	5.250	1.457			
ΝΟΕ						
ΔΕΚ						
ΣΥΝΟΛΟ ΙΑΝ-ΣΕΠ	21.148	27.946	10.660			16.948
ΣΥΝΟΛ	26.588	33.196	12.117			

ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΑ:

ΙΟΥΝΙΟΣ : 1 πλοίο στον Λιμένα Βαθέος, συνολικός αριθ. επιβατών 49

ΙΟΥΛΙΟΣ: 1 πλοίο στον Λιμένα Βαθέος, αριθ. επιβ. 50 & 2 πλοία στον Λιμένα Πυθαγορείου, αριθ. επιβατών 158, συνολικός αριθ. επιβατών 208

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ: 1 πλοίο στον Λιμένα Πυθαγορείου, συνολικός αριθ. επιβατών 82

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ: 2 πλοία στον Λιμένα Βαθέος, συνολικός αριθ. επιβατών 334

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ: 2 πλοία στον Λιμένα Βαθέος, συνολικός αριθ. επιβατών 573

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΡ/ΠΛΟΙΩΝ: 9

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ: 1246

Οι ακτοπλοϊκές αφίξεις στα δύο λιμάνια της Ικαρίας (Ευδήλου, Άγιου Κηρύκου) εμφάνισαν επίσης αύξηση. Ενδεικτικά, στον λιμένα Ευδήλου μέχρι και τον Σεπτέμβριο του 2022 αφίχθησαν 49.437 επιβάτες, ενώ την ίδια περίοδο το 2021 είχαν αφιχθεί 35.535, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 39% ενώ συγκριτικά με την αντίστοιχη περίοδο του 2019 (56.430) σημειώθηκε μείωση της τάξης του 12,4%.

ΑΠΟΒΙΒΑΣΗ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΛΙΜΕΝΩΝ ΙΚΑΡΙΑΣ						
ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 2021			ΕΤΟΣ 2022		
	Λ.Σ. ΚΗΡΥΚΟΥ	ΑΓΙΟΥ	Λ.Σ.ΕΥΔΗΛΟΥ	Λ.Σ. ΚΗΡΥΚΟΥ	ΑΓΙΟΥ	Λ.Σ.ΕΥΔΗΛΟΥ
ΙΑΝ						948
ΦΕΒ						990

ΜΑΡ	1.608	1.270	1.987	1.125
ΑΠΡ				2.434
ΜΑΪ	685	1.960		2.274
ΙΟΥΝ	2.811	32.305		5.307
ΙΟΥΛ	4.317			13.974
ΑΥΓ	6.882			18.924
ΣΕΠ	2.528			3.461
ΟΚΤ		3.201		
ΝΟΕ	3.264			
ΔΕΚ				
ΣΥΝΟΛΟ ΙΑΝ-ΣΕΠ	18.831	35.535		49.437
ΣΥΝΟΛΟ	22.095	38.736		

ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΑ:

ΛΙΜΕΝΑΣ ΕΥΔΗΛΟΥ: 5 αφίξεις τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο και Σεπτέμβριο, συνολικός αριθ. επιβατών 293

Σημειώνεται ότι για να αξιολογηθούν τα παραπάνω στοιχεία αφίξεων στα νησιά πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι στα στοιχεία των ακτοπλοϊκών αφίξεων και των αεροπορικών πτήσεων εσωτερικού συμπεριλαμβάνονται και οι μετακινήσεις του μόνιμου πληθυσμού των νησιών και ότι δεν είναι δυνατόν να γίνει διάκριση των εισερχόμενων επισκεπτών από την υπόλοιπη Ελλάδα, καθώς και από το εξωτερικό. Για την καλύτερη εκτίμηση της τουριστικής κίνησης απαιτούνται και στοιχεία διανυκτερεύσεων, τα οποία όμως δεν είναι ακόμη διαθέσιμα.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΕΣΩ ΤΕΛΩΝΕΙΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΡΚΙΑ

Οι αφίξεις επισκεπτών μέσω τελωνείων από την Τουρκία, μια πολύ σημαντική αγορά για τα τρία μεγαλύτερα νησιά της Π.Β.Α. (Λέσβο, Χίο και Σάμο), είχαν διακοπεί απότομα από τον Μάρτιο 2020, οπότε έκλεισαν οι πύλες εισόδου, λόγω της πανδημίας. Από τον Μάρτιο του 2022 έγινε επανεκκίνηση των δρομολογίων στη Χίο και από τον Απρίλιο του 2022 στη Σάμο και τη Λέσβο. Στη Σάμο ο αριθμός αφίξεων τούρκων επισκεπτών από τον Απρίλιο μέχρι και τον Σεπτέμβριο ανήλθε σε

18.498 ταξιδιώτες ενώ το 2019 την αντίστοιχη περίοδο αφίχθησαν 31.072 ταξιδιώτες σημειώνοντας μια μείωση της τάξης του -40,46%. Στη Λέσβο ο αριθμός αφίξεων τούρκων επισκεπτών από τον Απρίλιο μέχρι και τον Σεπτέμβριο ανήλθε σε 20.963 ταξιδιώτες ενώ το 2019 την αντίστοιχη περίοδο αφίχθησαν 35.378 ταξιδιώτες, σημειώνοντας μια μείωση της τάξης του -40,75%. Τέλος στη Χίο ο αριθμός αφίξεων τούρκων επισκεπτών από τον Μάρτιο μέχρι και τον Οκτώβριο ανήλθε σε 42.642 ταξιδιώτες ενώ το 2019 την αντίστοιχη περίοδο αφίχθησαν 52.643 ταξιδιώτες σημειώνοντας μια μείωση της τάξης του -19%.

Αριθμός Τούρκων επισκεπτών στη Σάμο τα έτη 2016 - 2022						
	2016	2017	2018	2019	2020 & 2021	2022
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ			170	13	0	
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ			186	6	0	
ΜΑΡΤΙΟΣ		110	230	43	0	
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	869	2093	3107	661	0	586
ΜΑΙΟΣ	1401	4488	2629	1068	0	1187
ΙΟΥΝΙΟΣ	2214	7027	4810	6257	0	1.960
ΙΟΥΛΙΟΣ	9539	10347	5698	8053	0	5.637
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	6798	12907	11527	10637	0	6.238
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	7660	7149	4772	4369	0	2.890
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	2694	1523		-	0	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	-	295		-	0	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	170	449		-	0	
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	31.345	46.388	33.129	31.107	0	
<u>ΣΥΝ. ΑΠΡΙΛΙΟΥ</u> <u>- ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ</u>	28.481	44.011	32.543	31.072		18.498

Αριθμός Τούρκων επισκεπτών στη Λέσβο τα έτη 2016 - 2022						
	2016	2017	2018	2019	2020 & 2021	2022
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	290	291	360	131	0	0
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	369	490	285	176	0	0
ΜΑΡΤΙΟΣ	451	791	437	306	0	0
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	1124	2.149	1315	886	0	357
ΜΑΙΟΣ	2116	3.588	2.205	1.166	0	1.439
ΙΟΥΝΙΟΣ	2.938	6.315	4.742	5.990	0	1.816
ΙΟΥΛΙΟΣ	11.887	9.526	9.004	9.128	0	6.097
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	9.273	14.938	11.846	13.912	0	7.380
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	10.045	7.047	2.687	4.296	0	3.874
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	2.238	1.313	1.146	1.206	0	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	985	1157	437	842	0	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	877	960	482	522	0	
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ	42.593	48.640	34.946	38.561	0	
<u>ΣΥΝ.</u> <u>ΑΠΡΙΛΙΟΥ -</u> <u>ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ</u>	37.383	43.563	31.799	35.378		20.963

Αριθμός Τούρκων επισκεπτών στη Χίο τα έτη 2016 - 2022

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	2.183	1.852	2.252	842	2.077	0	0
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	2.097	2.768	3.315	1.079	2.252	0	0
ΜΑΡΤΙΟΣ	3.038	2.659	2.107	2.630	591	0	594
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	5.703	5.238	4.999	2.868	0	0	2.281
ΜΑΙΟΣ	5.958	5.894	3.646	3.111	0	0	3.736
ΙΟΥΝΙΟΣ	5.097	9.824	6.284	7.396	0	0	4.446
ΙΟΥΛΙΟΣ	13.098	15.527	10.288	10.585	0	0	8.747
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	11.446	19.157	12.956	15.106	0	0	10.119
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	12.122	11.321	4.070	6.991	0	0	7.508
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	6.029	4.521	2.567	3.956	0	0	5.211
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	2.872	2.711	1.461	4.242	0	0	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	3.241	3.203	1.834	2.784	0	0	
ΣΥΝΟΛΟ	72.884	84.675	55.779	61.590	4.920	0	
ΣΥΝ. ΜΑΡΤΙΟΥ - ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ	62.491	74.141	46.917	52.643	591		42.642

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΝΗΣΙΩΝ ΤΗΣ Π.Β.Α. ΓΙΑ ΤΟ 2023

Η γενική φιλοσοφία που βρίσκεται στη βάση του προγράμματος δράσεων τουριστικής προβολής τα τελευταία χρόνια είναι η προβολή των νησιών του Βορείου Αιγαίου ως μιας τουριστικής περιοχής που διαθέτει όλα τα χαρακτηριστικά του brand “Αιγαίο”, που είναι γνωστό και φημισμένο σε όλο τον κόσμο, και πολλά ακόμη, που τη διαφοροποιούν και την κάνουν ξεχωριστή και μοναδική. Τα νησιά προβάλλονται με την ιδιαίτερη φυσική και πολιτισμική φυσιογνωμία του το καθένα και γίνεται

προσπάθεια να αποτελέσουν ξεχωριστά και εξίσου φημισμένα brands, κάτω από μια κοινή ομπρέλα, “Βόρειο Αιγαίο”, που επίσης ταυτίζεται με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως ξεχωριστό φυσικό περιβάλλον, εκλεκτή γαστρονομία με μοναδικά προϊόντα, ιδιαίτερη πολιτισμική κληρονομιά, ενδιαφέρουσα καθημερινότητα χειμώνα-καλοκαίρι. Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος δράσεων παραμένουν:

- Αύξηση της αναγνωρισιμότητας των νησιών της Π.Β.Α. και ανάπτυξη διακριτής τουριστικής ταυτότητας, τόσο για το σύνολο της Π.Β.Α., όσο και για κάθε νησί ξεχωριστά (destination brand)
- Προβολή των νησιών της Π.Β.Α. ως προορισμών που μπορούν να προσφέρουν ένα *ασφαλές, διαφοροποιημένο και ειδικό* τουριστικό προϊόν, βασισμένο στα ιδιαίτερα φυσικά και πολιτισμικά γνωρίσματα του κάθε νησιού
- Διασύνδεση της τουριστικής προβολής με τη γαστρονομία, την αγροδιατροφή, τον πολιτισμό και το περιβάλλον των νησιών, ώστε να υπάρξει εμβάθυνση της διασύνδεσης του τουρισμού με άλλους παραγωγικούς κλάδους
- Προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών με άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης και επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ 2023

Η Π.Β.Α. στοχεύει στη δημιουργία μιας επικοινωνιακής ομπρέλας που προβάλλει το σύνολο των νησιών ως ένα κομμάτι του Αιγαίου διαφορετικό και μοναδικό. Παράλληλα, μέσα σε αυτό το γενικό πλαίσιο, είναι απαραίτητη η ανάπτυξη της επικοινωνιακής στρατηγικής του κάθε νησιού χωριστά, αφού πρόκειται για νησιά μεγάλα, που συνιστούν διακριτούς και διαφορετικούς, με μοναδικά χαρακτηριστικά, τουριστικούς προορισμούς.

Για την επίτευξη του ανωτέρω στόχου απαιτείται η συνεργασία με φορείς που εκπροσωπούν το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ανά νησί, προκειμένου να γίνεται η εξειδίκευση των δράσεων προβολής (συμμετοχή σε εκθέσεις, ιστοσελίδες, ενέργειες digital marketing κλπ) και να αναλαμβάνονται σχετικές πρωτοβουλίες και δράσεις από τον κάθε συμμετέχοντα.

Στο πλαίσιο της σύνταξης του ετήσιου προγράμματος τουριστικής προβολής της Π.Β.Α. για το 2023, η Δ/ση Τουρισμού απευθύνθηκε με το υπ' αρ. πρωτ. 93725/19-10-2022 έγγραφο στους Δήμους του Β. Αιγαίου, προκειμένου να καταθέσουν εγγράφως τους στόχους και τις προτεραιότητές τους, ή άλλα ζητήματα που σχετίζονται με τον τουριστικό τους σχεδιασμό (π.χ. προσέγγιση δυνητικών τουριστικών αγορών, άλλες ενέργειες που τυχόν προγραμματίζονται ή είναι ήδη σε εξέλιξη σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη και προβολή του κάθε Δήμου κλπ.) και θα πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την κατάρτιση του ετήσιου προγράμματος της ΠΒΑ, ώστε να επιτευχθεί καλύτερος συντονισμός των ενεργειών και αξιοποίηση των πόρων για την επίτευξη μεγαλύτερης αποτελεσματικότητας. Στο εν λόγω έγγραφο απάντησαν οι παρακάτω Δήμοι: α) Δήμος Δυτικής Λέσβου με το υπ αρ. πρωτ. 979/26-10-22 έγγραφό του (αρ. πρωτ. 97621/27-10-22 εισερχομένου), β) Δήμος Δυτικής Σάμου με το υπ αρ. πρωτ. 13664/2-11-22 έγγραφό του (αρ. πρωτ. 100526/3-11-22 εισερχομένου) και γ) Δήμος

Ανατολικής Σάμου με το υπ αρ. πρωτ. 13899/1-11-22 έγγραφό του (αρ. πρωτ. 101689/4-11-22 εισερχομένου).

Όσον αφορά στους φορείς τουριστικών επιχειρήσεων των νησιών του Β. Αιγαίου έχουν πραγματοποιηθεί συναντήσεις και διαβούλευση με τον Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού προκειμένου να διατυπώσουν τις προτάσεις τους, και καθώς το Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής περιλαμβάνει το σύνολο των δράσεων που μπορούν να αναπτυχθούν, θα ζητηθεί να καταθέσουν εγγράφως οι Φορείς τις εξειδικευμένες προτάσεις τους μετά την ψήφιση του Προγράμματος.

Σύμφωνα λοιπόν με τις ήδη καταγεγραμμένες ανάγκες και προτεραιότητες, συντάχθηκε ένα πρόγραμμα δράσεων τουριστικής προβολής της Π.Β.Α. για το 2023 , οι οποίες υπηρετούν τους ακόλουθους στόχους:

- Την ενίσχυση της εξωστρέφειας του τουριστικού τομέα της Περιφέρειας, ιδιαίτερα με την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρει ο ψηφιακός μετασχηματισμός στον τουρισμό.
- Την βελτίωση της ποιότητας ενημέρωσης και πληροφόρησης μέσω καινοτομικών μεθόδων επικοινωνίας, προβολής και προώθησης, όσον αφορά στους διαθέσιμους τουριστικούς προορισμούς.
- Την υποστήριξη και αναβάθμιση θεματικών μορφών τουρισμού, δηλαδή του τουρισμού εμπειρίας και αναζωογόνησης (γαστρονομικός, πολιτιστικός,αθλητικός, θαλάσσιος, φυσιολατρικός, προσκυνηματικός , ιαματικός και τουρισμός ευεξίας, κ.ά.) της Περιφέρειας.
- Την ανάδειξη και διάδοση του ιδιαίτερου μοναδικού και ξεχωριστού χαρακτήρα των νησιών της Περιφέρειας, των παραδοσιακών προϊόντων, του πολιτιστικού και φυσικού τους πλούτου, αλλά και στην αυθεντικότητα των εμπειριών που μπορούν να ζήσουν οι επισκέπτες των νησιών.
- Την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού, ο οποίος θα πρέπει να αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες της οικονομίας της Περιφέρειας.
- Την αύξηση της μέσης κατά κεφαλήν ταξιδιωτικής δαπάνης και της μέσης διάρκειας παραμονής, ώστε να αυξηθούν τα τουριστικά έσοδα.
- Την αύξηση της διάρκειας της τουριστικής περιόδου με βελτίωση της επισκεψιμότητας κατά τους μήνες Μάρτιο, Απρίλιο, Οκτώβριο και Νοέμβριο.

Στόχευση αγορών

Ως βασικές αγορές για τα νησιά της Π.Β.Α. καταγράφονται το Ηνωμένο Βασίλειο, η Τουρκία, οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής λόγω της ομογένειας, η Ολλανδία, οι Σκανδιναβικές χώρες και η Γερμανία. Πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι υπάρχουν κάποιες αγορές που είναι σημαντικές για όλα τα νησιά της Περιφέρειας, αλλά όπως είναι φυσικό υπάρχουν και διαφορετικές προτεραιότητες ανά

νησί. Ακόμη και στην ελληνική αγορά, που αποτελεί κοινό στόχο για όλους, πρέπει να γίνεται πιο εξειδικευμένη στόχευση, σε ειδικά κοινά, ανάλογα και με το τουριστικό προϊόν που προσφέρεται σε κάθε νησί, με ειδικές ενέργειες τουριστικής προβολής για κάθε Περιφερειακή Ενότητα.

Ειδικότερα, η αγορά της Τουρκίας, που είναι μια ιδιαίτερα σημαντική αγορά για τα νησιά του Βορείου Αιγαίου λόγω της εγγύτητας, υπέστη το μεγαλύτερο πλήγμα τα έτη 2020 και 2021 λόγω της πανδημίας καθώς τα σύνορα παρέμειναν κλειστά, επανήλθε αισίως από τον Μάρτιο του 2022 με σημαντική κίνηση δίνοντας τουριστική τόνωση στα νησιά Λέσβο, Χίο και Σάμο. Στις κυριότερες αγορές συνολικά για τα νησιά της Π.Β.Α συμπεριλαμβάνονται επίσης το Ηνωμένο Βασίλειο και οι Η.Π.Α. (λόγω της ομογένειας). Πρέπει να σημειωθεί ότι η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο, που αποτελούν σημαντικές αγορές για την Ελλάδα γενικότερα, απουσιάζουν εντελώς από κάποια νησιά της Π.Β.Α., γι' αυτό καλό είναι να γίνουν προσπάθειες προσέγγισης, εφόσον αφενός σε όρους τουριστικής δαπάνης και διανυκτερεύσεων παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον, αφετέρου τα νησιά διαθέτουν χαρακτηριστικά που ταιριάζουν σε αυτές. Μια παραδοσιακή αγορά για τα νησιά είναι αυτή της Ολλανδίας, αλλά και οι Σκανδιναβικές χώρες έχουν παρουσία, κυρίως στη Σάμο και στη Λέσβο.

Οι αγορές των βαλκανικών χωρών, της Κύπρου, η Ρωσία και το Ισραήλ έχουν ενδιαφέρον για τα νησιά και ήδη έχουν γίνει προσπάθειες προσέγγισης τα τελευταία χρόνια.

Τέλος όλα τα νησιά έχουν ενδιαφέρον στην ελληνική αγορά, και μάλιστα στη Βόρεια Ελλάδα, με την οποία υπάρχουν τακτικές αεροπορικές και ακτοπλοϊκές συνδέσεις, γι' αυτό σχεδιάζονται ενέργειες και προς αυτή την κατεύθυνση.

Στόχευση ειδικών αγορών

Σχεδιάζονται ενέργειες προβολής, είτε διαδικτυακά, είτε και με εκδηλώσεις φυσικής παρουσίας, εφόσον αυτό είναι δυνατό, σε ειδικές αγορές στο εσωτερικό και στο εξωτερικό (για γαστρονομία, περιπατητικό τουρισμό, bird-watching, sailing, θερμαλισμό και ευεξία, πολιτισμό κλπ), με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών με ειδικά ενδιαφέροντα που μπορούν να εξυπηρετήσουν τα νησιά. Τέτοιου είδους ειδικά τουριστικά προϊόντα όλο και περισσότερο αναπτύσσονται σε όλα τα νησιά της Περιφέρειας και καθώς μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό στοιχείο τουριστικής διαφοροποίησης, είναι σημαντικό να προβάλλονται είτε με κατάλληλα σχεδιασμένες δράσεις προβολής, είτε μέσω της συμμετοχής της Π.Β.Α. σε ειδικές εκθέσεις τουρισμού (φυσικές ή διαδικτυακές).

Συνέργειες

Αξιοποιούνται και δικτυώνονται πολιτιστικές - γαστρονομικές εκδηλώσεις μεγάλης εμβέλειας και αθλητικά γεγονότα για να υποστηρίξουν τα ειδικά προϊόντα:

-Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις μεγάλης εμβέλειας, όπως για παράδειγμα το Φεστιβάλ Μουσικής Μολύβου, το Μουσικό Φεστιβάλ Χίου ή το Φεστιβάλ παραδοσιακών χορών Χίου, η Euroclassica κλπ αλλά και δρώμενων λαϊκού πολιτισμού που μαζί με μουσεία και μνημεία μπορούν να δημιουργήσουν πόλους έλξης

- οι δράσεις προβολής της γαστρονομίας και των προϊόντων όπως το Lesvos Food Fest, τα τοπικά Φεστιβάλ Γαστρονομίας, η Γιορτή Μαστίχας, το φεστιβάλ σούμας, η γιορτή της σαρδέλας η γιορτή του ούζου κλπ μαζί με μαθήματα κουζίνας και άλλες δραστηριότητες να αναδείξουν την παραγωγική παράδοση των νησιών

- τα αθλητικά γεγονότα διεθνούς και εθνικής εμβέλειας, όπως για παράδειγμα το Molyvos Urban MTB και εν γένει οι ποδηλατικοί αγώνες, η Aegean Regatta, το Lesvos Trail, η διοργάνωση τουρνουά και πρωταθλημάτων ναυταθλητισμού και ιστιοπλοΐας, ο Ημιμαραθώνιος Χίου.

Τα γεγονότα αυτά: α) επαναλαμβάνονται κάθε χρόνο και έχουν γίνει θεσμοί, β) προσελκύουν σημαντικό αριθμό επισκεπτών στα νησιά μας, γ) δημιουργούν ευκαιρίες για τους επαγγελματίες του τουρισμού, επεκτείνοντας την τουριστική περίοδο, δ) προγραμματίζονται έγκαιρα επιτρέποντας την οργανωμένη και στοχευμένη προβολή τους. Επιπλέον, συμβάλλουν στην διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος των νησιών και δεδομένου ότι πρόκειται για εξωστρεφείς δράσεις συμβάλλουν στην ίδια την προβολή των προορισμών. Είναι επομένως σημαντικό να συνεχίσουμε να επιδιώκουμε την συνδιοργάνωση μεγάλης εμβέλειας πολιτιστικών και αθλητικών γεγονότων τα οποία έχουν διπλό ρόλο: αφενός ενισχύεται η τοπική οικονομία από την διοργάνωση τέτοιου είδους δράσεων, αφετέρου ενισχύεται το brand των προορισμών.

Ιδιαίτερη σημασία έχει η ανάδειξη τοπικών παραδοσιακών προϊόντων και της γαστρονομίας των νησιών: Στο πλαίσιο της προσπάθειας διασύνδεσης του τουριστικού προϊόντος με τον αγροδιατροφικό τομέα, τα αγροτικά τοπικά προϊόντα και τη γαστρονομία, είναι σημαντικό να συνεχίσουμε να καλλιεργούμε συνέργειες με τον πρωτογενή τομέα ως προς: α) την ανάδειξη και προβολή των μοναδικών προϊόντων των νησιών και την σύνδεσή τους με το brand κάθε νησιού, όπως η μαστίχα Χίου, το ελαιόλαδο και το ούζο Λέσβου, τα κρασιά της Σάμου, της Λήμνου και της Ικαρίας, στο πλαίσιο των ενεργειών προβολής που προγραμματίζονται για το 2023 και β) την δημιουργία δικτύων στο Β. Αιγαίο που θα συνδέουν επιχειρήσεις αγροδιατροφικού τομέα με επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, στα πρότυπα του Ελληνικού πρωινού και του Aegean Cuisine

Συνέργειες με τις τοπικές επιχειρήσεις τουρισμού: Όπως και κατά τις προηγούμενες χρονιές, αξιοποιούνται όσο το δυνατόν οι συνεργασίες με τοπικούς τουριστικούς φορείς και επιχειρηματίες, ώστε να εξοικονομούνται πόροι και να κατευθύνονται συντονισμένα οι ενέργειες.

Με γνώμονα τις παραπάνω κατευθύνσεις, ως άμεσα υλοποιήσιμες ενέργειες για το 2023 προτείνονται οι παρακάτω:

1. ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ - ΜΕΛΕΤΕΣ

1Α. ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ (π.χ. BRANDING κ.λ.π.)

Διαμόρφωση στρατηγικής επικοινωνίας, βασισμένης στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των νησιών της Π.Β.Α. (destination branding). Συγκρότηση συλλογικής εικόνας/οράματος με βάση τα επιμέρους στοιχεία που την αποτελούν και σχεδιασμός κατάλληλων δράσεων για την αποτελεσματική

επικοινωνία της στους κατοίκους, τους εν δυνάμει επενδυτές και τους επισκέπτες. Η Π.Β.Α. έχει ανάγκη από ένα συγκροτημένο και συνεκτικό πρόγραμμα τουριστικής προβολής, με κατάλληλα επικοινωνιακά μέσα και εργαλεία. Η ανάλυση απαιτείται να γίνει: α) στο επίπεδο της Περιφέρειας και β) στο επίπεδο των νησιών. Η εργασία αυτή θα καθορίσει το όραμα, τα μηνύματα, τα στοχευόμενα κοινά και τα μέσα επικοινωνίας και σε γενικές γραμμές θα καθορίσει τη μορφή και το περιεχόμενο των δράσεων που περιγράφονται παρακάτω ως γενικές κατηγορίες.

Επίσης απαιτείται η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για τη διαμόρφωση στρατηγικής για την αντιστάθμιση του αρνητικού αντίκτυπου στην εικόνα των νησιών της ΠΒΑ που προκαλείται από την εκάστοτε κρίση (π.χ. πανδημία, προσφυγικό), προτάσεις/μελέτες για ενέργειες σε θέματα διαχείρισης τουριστικής εικόνας προορισμών, συντονισμό των δράσεων των επιμέρους φορέων τουρισμού των νησιών για τη δημιουργία κοινού οράματος για την τουριστική ανάπτυξη καθώς και την ανάληψη επικοινωνιακών ενεργειών και δημοσίων σχέσεων με στόχο την ώθηση του τουριστικού προϊόντος συνολικά ή επί μέρους θεματικών π.χ. κρουαζιέρα, αειφόρος τουριστική ανάπτυξη κλπ.

Ενδεικτικά, το στρατηγικό σχέδιο τουρισμού και ο σχεδιασμός της τουριστικής ταυτότητας (τουριστικό branding) για την ΠΒΑ πρέπει να στοχεύουν στα εξής:

- Ποιο είναι το τουριστικό προϊόν της ΠΒΑ και των νησιών της;
- Που θέλει ο προορισμός/ΠΒΑ να βρίσκεται το 2030; (όραμα, στοχοθεσία)
- Πως θα επιτευχθεί ο στόχος του προορισμού μέσα από ένα Στρατηγικό Σχέδιο και έναν οδικό χάρτη;
- Ποια είναι η διαδικασία παρακολούθησης της προόδου του σχεδίου;
- Ποιο είναι το προτεινόμενο branding και positioning για τον τουρισμό της ΠΒΑ;

1B. ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΜΕΛΕΤΩΝ – ΕΡΕΥΝΩΝ- ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ

Η διαμόρφωση στρατηγικής τουριστικής προβολής με διαρκή επαναξιολόγηση των δεδομένων απαιτεί τόσο γνώση των διαρκώς εξελισσόμενων τουριστικών τάσεων και των ποιοτικών χαρακτηριστικών των τουριστών, όσο και προσπάθεια βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος και των μεθόδων προβολής του. Για το λόγο αυτό κρίνεται αναγκαία η διεξαγωγή μελετών, οι οποίες θα τροφοδοτήσουν με χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με την καταγραφή τουριστικών πόρων, παρακολούθηση ποσοτικών δεδομένων σχετικά με την τουριστική προσφορά και ζήτηση ανά νησί, παρακολούθηση του προφίλ των επισκεπτών και υποστήριξη των τοπικών φορέων στη λήψη αποφάσεων. Απαραίτητη κρίνεται η διερεύνηση της δυνατότητας ανάπτυξης μηχανισμού επιστημονικής παρακολούθησης, με στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου. Στη δράση αυτή μπορεί να περιλαμβάνεται η συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα, τουριστικούς φορείς, κλπ. που αφορούν το τουριστικό προϊόν της Π.Β.Α., το δείκτη ικανοποίησης των επισκεπτών, τις μελλοντικές προσδοκίες τους, αλλά και τις αναμενόμενες εξελίξεις στην τουριστική αγορά. Ενδεικτικά αναφέρεται η δημιουργία Παρατηρητηρίου Τουρισμού σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, στο πλαίσιο σχετικής πρωτοβουλίας του UNWTO.

1Γ. ΜΕΛΕΤΕΣ / ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ – ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ – ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΙΣΧΥΡΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ ΤΩΝ ΝΗΣΙΩΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ Β. ΑΙΓΑΙΟΥ

Στη συγκεκριμένη δράση προβλέπονται ενέργειες/μελέτες και παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών με τους παρακάτω στόχους:

- Καταγραφή και ανάδειξη των καλών πρακτικών που εφαρμόζονται στα νησιά του Β. Αιγαίου
 - Δικτύωση μνημείων, μουσείων και συλλογών κλπ μέσα από θεματικές διαδρομές με παράλληλη δημιουργία δραστηριοτήτων πάσης φύσεως
 - Δικτύωση δρώμενων λαϊκού πολιτισμού και δημιουργία χώρων για την ανάδειξη τους σε όλη τη διάρκεια του χρόνου
 - Δικτύωση μουσείων, εγκαταστάσεων και δρώμενων που σχετίζονται με τα τοπικά προϊόντα, τη γαστρονομία και ευρύτερα με τον τοπικό πολιτισμό και την ιστορία
 - Προετοιμασία δημιουργίας κέντρων διήγησης της τοπικής ιστορίας ανά νησί τόσο για τη βελτίωση της αυτογνωσίας των τοπικών πληθυσμών όσο και για την ενημέρωση των τουριστών (προμελέτες ωρίμανσης) αξιοποιώντας υπάρχοντα κτίρια (πχ. REX στη Χίο, Επικούρειο στη Σάμο κλπ).
 - Δημιουργία καλενταρίου σε επίπεδο Περιφέρειας και ΠΕ με στόχο τη προβολή των δράσεων
 - Ανάδειξη σημαντικών πόρων
- Πιστοποίηση των νησιών ως τουριστικών προορισμών αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Η πιστοποίηση γίνεται σύμφωνα με τα πρότυπα της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης προορισμών και περιλαμβάνει ενέργειες τουριστικού σχεδιασμού, εκπαίδευσης και πιστοποίησης προορισμού, αναβάθμισης υποδομών και υπηρεσιών σε συνεργασία πάντοτε με άλλους εμπλεκόμενους τοπικούς φορείς, π.χ. Δήμους.
- Προετοιμασία για την ανάπτυξη του έξυπνου τουρισμού «Smart Tourism» για το σύνολο των νησιών της ΠΒΑ. Αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο της ανάπτυξης έξυπνων πόλεων και κατ' επέκταση Περιφερειών και είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία της οικονομικής ανάπτυξης για τις κοινότητες παγκοσμίως. Ο έξυπνος τουρισμός αναφέρεται στην εφαρμογή της τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνιών, παρόμοια με τις έξυπνες πόλεις, για την ανάπτυξη καινοτόμων εργαλείων και προσεγγίσεων για τη βελτίωση του τουρισμού. Ο έξυπνος τουρισμός βασίζεται σε βασικές τεχνολογίες όπως οι ΤΠΕ (Τεχνολογία της πληροφορίας), η κινητή επικοινωνία, το cloud computing, η τεχνητή νοημοσύνη και η εικονική πραγματικότητα. Υποστηρίζει ολοκληρωμένες προσπάθειες σε έναν προορισμό για την εξεύρεση καινοτόμων τρόπων συλλογής και χρήσης δεδομένων που προέρχονται από φυσικές υποδομές, κοινωνική σύνδεση και οργανωτικές πηγές (τόσο κυβερνητικές όσο και μη κυβερνητικές) αλλά και από τους χρήστες σε συνδυασμό με προηγμένες τεχνολογίες για την αύξηση της αποτελεσματικότητας, της βιωσιμότητας, των εμπειριών. Σε πρώτη φάση προβλέπεται η

χρηματοδότηση μελέτων ανάπτυξης και υποδομών για την εφαρμογή του «Έξυπνου Τουρισμού» στα νησιά της Π.Β.Α .

2. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING

2Α. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ, ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING

Σχεδιασμός και υλοποίηση συγκροτημένου προγράμματος διαφήμισης και δημοσιότητας, με σκοπό την αύξηση της αναγνωρισιμότητας των νησιών και την κατάλληλα σχεδιασμένη προβολή του τουριστικού τους προϊόντος, με συγκεκριμένη στόχευση. Το πρόγραμμα θα βασίζεται στην ανάλυση των τάσεων της τουριστικής αγοράς, λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία της τουριστικής ζήτησης και της συμπεριφοράς του τουρίστα-καταναλωτή. Με τον τρόπο αυτό, οι διαφημιστικές ενέργειες θα απευθύνονται με κατάλληλα σχεδιασμένα προϊόντα σε τουριστικά κοινά που αποτελούν εν δυνάμει επισκέπτες, λαμβάνοντας υπόψη τον ανταγωνισμό. Παράλληλα, με δεδομένες τις ιδιαιτερότητες που κάθε φορά επικρατούν,

είναι αναγκαίο μέσα από κατάλληλα σχεδιασμένη καμπάνια διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων να φροντίσουμε για τη διατήρηση της καλής εικόνας και φήμης των προορισμών, εδραιώνοντας την εκτίμηση του τουρίστα σε αυτούς.

Οι ενέργειες και τα μηνύματα θα πρέπει να προσαρμόζονται σύμφωνα με τις επικρατούσες κάθε φορά συνθήκες.

2Β. ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

- Καταχωρήσεις και διαφήμιση σε κεντρικά και περιφερειακά έντυπα και διαδικτυακά μέσα, γενικού και ειδικού ενδιαφέροντος στην Ελλάδα και τις αγορές του εξωτερικού.
- Καταχωρήσεις και διαφήμιση σε εταιρικά έντυπα και διαδικτυακά μέσα αεροπορικών κι ακτοπλοϊκών εταιρειών
- Διαφήμιση σε social media
- Προβολή διαφημιστικών spots για τα νησιά σε τηλεοπτικά μέσα
- Μετάδοση ραδιοφωνικών spots για τα νησιά σε ραδιοφωνικά μέσα
- Προβολή των προορισμών σε ταξιδιωτικές τηλεοπτικές εκπομπές ή άλλες τηλεοπτικές παραγωγές
- Τοποθέτηση διαφημιστικού υλικού προβολής π.χ. banners, διαφανοσκόπια σε επιλεγμένα σημεία, προβολές σε οθόνες (μετρό, αεροδρόμια, στάσεις λεωφορείων,

εμπορικά κέντρα κλπ.) και μέσα μαζικής μεταφοράς (π.χ. εντός λεωφορείων, συρμών μετρό, στις εξωτερικές επιφάνειες λεωφορείων κ.α.)

- Διαφήμιση και προβολή μέσω αθλητικών ομάδων που συμμετέχουν σε πρωταθλήματα

2Γ. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ DIGITAL MARKETING CAMPAIGNS

Με βάση τις ενημερωμένες ιστοσελίδες της κάθε Περιφερειακής Ενότητας, προβλέπονται επίσης ενέργειες ηλεκτρονικής προώθησης μέσω κοινωνικών δικτύων, SEO (βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης) και digital marketing campaigns είτε μέσω δημιουργίας micro-sites, είτε μέσω προγραμμάτων διαφήμισης σε google και κοινωνικά δίκτυα. Η εξειδίκευση των ενεργειών ηλεκτρονικής προώθησης θα γίνει ανάλογα με τις ανάγκες των νησιών, τις αγορές - στόχους και τον διαθέσιμο προϋπολογισμό. Επίσης με βάση τις ολοκληρωμένες και ανανεωμένες ιστοσελίδες των νησιών, θα οργανώνεται αποτελεσματικότερα η προβολή πολιτιστικών και αθλητικών γεγονότων μεγάλης εμβέλειας.

Επιπροσθέτως, θα πραγματοποιηθούν επιπλέον ενέργειες για την αύξηση της επισκεψιμότητας των ιστοσελίδων αλλά και την προβολή των προορισμών μέσω καταχωρήσεων σε on line και off line περιβάλλοντα (sites, microsites, mobile applications etc).

2Δ. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΟΜΑΔΕΣ INSTAGRAMERS

Οι δράσεις αυτές μπορούν να περιλαμβάνουν επίσκεψη ταλαντούχων φωτογράφων για την φωτογράφιση της περιοχής, δημοσιεύσεις φωτογραφιών στα κοινωνικά δίκτυα, δελτία τύπου σε ΜΜΕ, διαγωνισμό και έκθεση φωτογραφίας, φωτογραφικό λεύκωμα, κ.α. Οι ενέργειες αυτές αφορούν σε φωτογράφους που είναι ενεργοί Social Media Photographers με αληθινούς followers, με εμπειρία στην αποδοτική χρήση των κοινωνικών δικτύων ώστε οι φωτογραφίες τους να έχουν απήχηση σε σημαντικό ευρύ κοινό (εγχώριο και διεθνές), με γνώση της τέχνης της φωτογραφίας και με καλό φωτογραφικό εξοπλισμό. Φωτογραφίες της περιοχής θα αναρτώνται στα Social Media από τους φωτογράφους, για μεγάλο διάστημα. Επίσης πολλές φωτογραφίες αναδημοσιεύονται από διεθνή κανάλια (Instagram hubs, travel blogs κλπ) με πολλαπλάσιο αριθμό προβολών.

3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΣΤΟΤΟΠΩΝ, ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

3Α. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ PORTAL ΤΗΣ Π.Β.Α., ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ /ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ, ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ MICROSITES

Στο πλαίσιο της ηλεκτρονικής/διαδικτυακής προβολής απαιτείται η διαρκής ανανέωση και υποστήριξη της διαδικτυακής τουριστικής παρουσίας των νησιών της ΠΒΑ. Οι ιστοσελίδες τουριστικής προβολής γενικότερα αποτελούν το πρώτο και κύριο εργαλείο για την τουριστική

προβολή ενός προορισμού. Είναι λοιπόν απαραίτητο να είναι ενημερωμένες, σύγχρονες, ελκυστικές και δυναμικές, σε συνεχή εξέλιξη.

Σύμφωνα με τον σχεδιασμό που υπάρχει, προβλέπεται η δημιουργία ενός site, που θα λειτουργεί ως site ομπρέλα για όλα τα νησιά της ΠΒΑ, στο οποίο θα υπάρχουν σύνδεσμοι για τα sites των νησιών, που θα πρέπει να είναι ολοκληρωμένα και λειτουργικά.

Επομένως, θα πρέπει να γίνουν όλες οι εργασίες που απαιτούνται για να καταστεί η διαδικτυακή τουριστική παρουσία της Π.Β.Α. ολοκληρωμένη και λειτουργική, ανάλογα με τις ανάγκες, δεδομένου ότι τα sites των Περιφερειακών Ενοτήτων δεν βρίσκονται στο ίδιο επίπεδο ανάπτυξης και λειτουργικότητας. Οι απαιτούμενες εργασίες μπορεί να αφορούν ενδεικτικά: τη δημιουργία νέων τουριστικών sites και microsites όπου απαιτείται, τη δημιουργία και εμπλουτισμό κειμένων, μεταφράσεις σε γλώσσες ενδιαφέροντος του κάθε προορισμού, δημιουργία προωθητικών video, δημιουργία και ενσωμάτωση εφαρμογών και υπηρεσιών εξελιγμένης λειτουργικότητας.

3B. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

Στο πλαίσιο της καινοτόμου προώθησης των πλεονεκτημάτων των προορισμών και με σκοπό την ενίσχυση της τουριστικής εμπειρίας και την προσέλκυση δυνητικών επισκεπτών, προβλέπονται ενέργειες δημιουργίας διαδικτυακών και ψηφιακών εφαρμογών, όπως διαδικτυακές εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας (π.χ. virtual tours - εικονικές περιηγήσεις), περιηγητικές εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας (π.χ. περιηγητικές εφαρμογές AR για κινητά), τουριστικοί οδηγοί επαυξημένης πραγματικότητας (AR Guides), έντυπα με επαύξηση (AR Books), χρήση QR codes για παροχή τουριστικής πληροφορίας.

4. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ/ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

4Α. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΩΝ

Για τις ανάγκες της προβολής (διαδικτυακή προώθηση, εμπλουτισμός περιεχομένου τουριστικού portal, έντυπη και ηλεκτρονική διαφήμιση, κλπ.), αλλά και των παρουσιάσεων των προορισμών σε επαγγελματικά, ειδικά κ.α. κοινά απαιτείται η δημιουργία κατάλληλου περιεχομένου: Κείμενα, αγορά φωτογραφιών, δημιουργία video, δημιουργία μακετών, δημιουργία περιεχομένου για ειδικές θεματικές καμπάνιες, μεταφράσεις στη γλώσσα του στοχευόμενου κοινού. Επίσης, προτείνεται η δημιουργία γενικών ή/και θεματικών videos και spots, ειδικών καινοτόμων VM δημιουργικών και brandstories, 4KHDRvideos υψηλής ανάλυσης, 360 videos, cinemagraphs, κλπ. σύμφωνα με τις νέες τεχνολογίες οπτικοακουστικών μέσων που χρησιμοποιούνται με στόχο την καλύτερη δυνατή ψηφιακή, προβολή των νησιών σε online πλατφόρμες, social media και άλλα σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα.

Ενδεικτικά αναφέρεται η δημιουργία πρωτότυπου περιεχομένου και υλικού προβολής όλων των νησιών του Βορείου Αιγαίου στον τομέα του τουρισμού, του πολιτισμού και της γαστρονομίας το οποίο θα χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο ανάδειξης των τουριστικών σημείων, της πολιτιστικής κληρονομιάς, των τοπικών προϊόντων αλλά και των τοπικών γεύσεων.

4B. ΕΝΤΥΠΟ ΥΛΙΚΟ

Το έντυπο υλικό αποτελεί κλασικό εργαλείο τουριστικής προβολής, απαραίτητο για την υποστήριξη άλλων δράσεων, όπως εκθέσεις, παρουσιάσεις κ.λ.π. Λαμβάνονται υπόψη βέβαια, οι αλλαγές που έχουν συντελεστεί όσον αφορά στις τεχνολογικές εξελίξεις και τη μετατόπιση του βάρους στα ψηφιακά μέσα. Λαμβάνεται επίσης υπόψη η αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά και η ανάγκη προσαρμογής σε νέα περιβαλλοντικά πρότυπα που επιβάλλουν λελογισμένη χρήση εντύπων και αποφυγή της άσκοπης κατανάλωσης χαρτιού. Παρ' όλα αυτά το έντυπο εξακολουθεί να αποτελεί ένα απαραίτητο εργαλείο και απαραίτητη επίσης κρίνεται η ανανέωση του έντυπου υλικού προβολής της Π.Β.Α., λαμβάνοντας φυσικά υπόψη και τις παραπάνω παραμέτρους. Ενδεικτικά αναφέρεται η ανάγκη δημιουργίας ενός ολιγοσέλιδου εντύπου τουριστικής προβολής ανά Περιφερειακή Ενότητα (Π.Ε. Λέσβου, ΠΕ Λήμνου, Π.Ε.Χίου, Π.Ε. Σάμου, ΠΕ Ικαρίας), η εκτύπωση χαρτών, η δημιουργία ειδικών θεματικών εντύπων,(π.χ. για ιαματικό, περιπατητικό, πολιτιστικό, γαστρονομικό κ.λ.π. τουρισμό), ανάλογα με τις ανάγκες, η δημιουργία φωτογραφικού λευκώματος ως επιχειρηματικού δώρου καθώς και η αγορά σχετικών εντύπων.

4Γ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΩΡΑ

Τα διαφημιστικά αντικείμενα αποτελούν σημαντικό εργαλείο για την εξοικείωση του κοινού στόχου με τα διακριτικά σήματα (Logos) και τα διαφημιστικά μηνύματα της Π.Β.Α. Κάθε επαφή με αυτά λειτουργεί ως υπενθύμιση, χτίζοντας ταυτόχρονα μια σχέση του δυνητικού επισκέπτη-πελάτη με το brand και συντελώντας με αυτό τον τρόπο σε ένα καλύτερο επικοινωνιακό αποτέλεσμα. Το διαφημιστικό υλικό αξιοποιείται επίσης για δημόσιες σχέσεις με τουριστικούς πράκτορες, tour operators και γενικά με διαμορφωτές γνώμης. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να προβλεφθεί η αγορά τοπικών προϊόντων τα οποία είναι συχνά καλό να συνοδεύουν το επιχειρηματικό δώρο, ιδιαίτερα όταν προσφέρονται στο πλαίσιο φιλοξενιών, επαγγελματικών συναντήσεων, εκθέσεων κλπ.

Η δημιουργία/αγορά και διάθεση διαφημιστικού υλικού της Π.Β.Α., που θα φέρει τα χαρακτηριστικά λογότυπα ή/και μηνύματα ή/και εικόνες για την προώθηση τόσο του γεωγραφικού, όσο και του θεματικού τουριστικού της προϊόντος, αποτελεί άλλο ένα σημαντικό σημείο μιας ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής. Μετά από ανίχνευση των δυνατοτήτων τοπικών εργαστηρίων των νησιών, ενδεχομένως και με την οργάνωση σχετικής επιμόρφωσης των τοπικών τεχνιτών, μπορούν να δημιουργηθούν στοχευμένα προϊόντα που θα παράγονται ως επιχειρηματικά δώρα και αναμνηστικά. Τα σεμινάρια αυτά μπορούν να αποτελέσουν και υλικό για τη δημιουργία ενός ψηφιακού σεμιναρίου, το οποίο θα είναι διαθέσιμο μέσα από το site της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου.

Στο πλαίσιο αυτό, και δεδομένου ότι το υλικό που είχε παραχθεί κατά την προηγούμενη προγραμματική περίοδο (διαφημιστικές τσάντες, folders και καρτ ποστάλ) έχει εξαντληθεί, προτείνεται η προμήθεια νέου υλικού. : πάνινες τσάντες με λογότυπο της ΠΒΑ, USB αποθηκευτικά μέσα με αποθηκευμένο μέσα digital pack επικοινωνίας της Π.Β.Α., καρφίτσες, μαγνήτες, διαφημιστικά στυλό, διαφημιστικά σετ σημειωματάρια με μολύβι.

5. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΠΡΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Διοργάνωση και συμμετοχή σε εκθέσεις και άλλες προωθητικές ενέργειες στο εσωτερικό και στο εξωτερικό (συνήθως σε συνεργασία με το Υπ. Τουρισμού, τον ΕΟΤ και τα γραφεία ΕΟΤ εξωτερικού, τις πρεσβείες, τους συλλόγους της ομογένειας κλπ ή σε εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται υπό την αιγίδα αυτών) με σκοπό την παρουσίαση και προώθηση των προορισμών μας, στους άξονες “φυσικό περιβάλλον” και “πολιτιστική κληρονομιά”, καθώς επίσης και στο πλαίσιο της ενίσχυσης των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού. Οι εκθέσεις/εκδηλώσεις αυτές μπορεί να έχουν αμιγώς τουριστικό χαρακτήρα, ή να αποσκοπούν στην τουριστική προβολή των νησιών μας μέσω των τομέων του πολιτισμού, των δραστηριοτήτων, του φυσικού περιβάλλοντος και της γαστρονομίας (προβολή – προώθηση τοπικών προϊόντων).

5Α. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η Π.Β.Α. κάθε χρόνο συμμετέχει σε μια σειρά από διεθνείς εκθέσεις τουρισμού στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Οι εκθέσεις αποτελούν έναν από τους κλασικούς τρόπους τουριστικής προβολής και η παρουσία της Π.Β.Α. σε αυτές θεωρείται απαραίτητη, παρά την ανάπτυξη και άλλων πιο άμεσων και σύγχρονων τρόπων προβολής στο ευρύ κοινό, όπως για παράδειγμα η διαδικτυακή προβολή. Στόχος ωστόσο είναι με την έγκαιρη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων να υπάρχει μια συγκροτημένη εικόνα του προορισμού με διακριτή παρουσία κάθε νησιού και όσο το δυνατόν περισσότερες και πιο εποικοδομητικές επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B).

Υπάρχουν διεθνείς εκθέσεις οι οποίες αποτελούν σημεία αναφοράς στον τουριστικό κλάδο και σημεία συνάντησης, οπότε και η συμμετοχή σε αυτές θεωρείται σχεδόν αυτονόητη. Ενδεικτικά αναφέρεται η «ITB» στο Βερολίνο και η «WTM» στο Λονδίνο. Παράλληλα καθώς η Π.Β.Α. κάνει προσπάθειες για να αναδείξει το φυσικό πλούτο των νησιών της και να αναπτύξει ειδικές μορφές τουρισμού που βασίζονται σε αυτόν, ενδιαφέρον παρουσιάζουν εξειδικευμένες για αυτό το σκοπό εκθέσεις όπως η «Tour Natur» στο Ντίσελντορφ, η «Birdfair», έκθεση για υδροβιότοπους και παρατήρηση πουλιών, στο Ράτλαντ, στο Ηνωμένο Βασίλειο. Αναγκαίο είναι επίσης να δοθεί το στίγμα της παρουσίας μας σε εκθέσεις που διοργανώνονται σε χώρες που αποτελούν χώρες προέλευσης τουριστών για τα νησιά μας, όπως στη «Vakantiebeurs» στην Ουτρέχτη. Παράλληλα, δεν μπορεί να αγνοηθεί η ελληνική τουριστική αγορά, προσδοκώντας στην τόνωση του εσωτερικού τουρισμού με τη συμμετοχή σε εκθέσεις κυρίως στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη, αλλά και σε κάποιες πιο εξειδικευμένες, που εστιάζουν σε ειδικά τουριστικά προϊόντα. Βάσει των ανωτέρω, αναφέρονται ενδεικτικά οι παρακάτω Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού για τη συμμετοχή της Π.Β.Α. καθώς λόγω της ρευστότητας της κατάστασης που επικρατεί τόσο στις διοργανώσεις όσο και στις μετακινήσεις δεν δημιουργείται ασφαλές πεδίο προγραμματισμού κι ως εκ τούτου η τελική επιλογή θα γίνεται λαμβάνοντας υπόψη όλες τις συνιστώσες. Δύναται δε με απόφαση της Οικονομικής Επιτροπής να εγκριθεί η συμμετοχή και σε άλλες Εκθέσεις που συμμετέχει ο ΕΟΤ ή σε Εκθέσεις στοχευμένης προβολής της Ελλάδας σε διεθνείς αγορές.

	Α' ΕΞΑΜΗΝΟ 2023	
ΟΝΟΜΑ	ΤΟΠΟΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ
Vakantiebeurs	Ουτρέχτη – Ολλανδία	12-15/01/23
Brussels Holiday Fair (πρώην salon des Vacances)	Βρυξέλλες – Βέλγιο	02/02-05/02/23
International Mediterranean Tourism Market (IMTM)	Τελ Αβίβ – Ισραήλ	14-15/02/23
Holiday & Spa	Σόφια - Βουλγαρία	15-17/02/23
ITB	Βερολίνο – Γερμανία	07-09/03/23
ITTF Warsaw	Βαρσοβία - Πολωνία	16-18/03/23
THE POSIDONIA SEA TOURISM FORUM	Θεσσαλονίκη	25-26/04/23
ΤΑΞΙΔΙ	Λευκωσία- Κύπρος	ΜΑΪΟΣ (δεν έχει ορισθεί ημερομηνία)
	Β' ΕΞΑΜΗΝΟ 2023	

Birdfair (για υδροβιότοπους και παρατήρηση πουλιών)	Ράτλαντ - Ηνωμένο Βασίλειο	ΙΟΥΛΙΟΣ ή ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2023 (δεν έχει οριστεί ημερομηνία)
National Geographic Food Festival (ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ)	Λονδίνο - Ηνωμένο Βασίλειο	ΙΟΥΛΙΟΣ 2023
Tour Natur (Εναλλακτικού τουρισμού)	Ντύσελντορφ - Γερμανία	25/08 - 03/09/23
TTG TRAVEL EXPERIENCE	Ρίμνι – Ιταλία	11-13/10/23
QUALITY TRAVEL FAIR	Κοπεγχάγη - Δανία	Οκτώβριος 2023
WTM	Λονδίνο – Αγγλία	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2023
MARATHON EXPO	Αθήνα	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2023
Philoxenia	Θεσσαλονίκη	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2023
Athens International Tourism Expo	Αθήνα	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ ή ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2023

5B. ROAD SHOWS - ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ - B2B συναντήσεις

Τα road shows είναι ενέργειες που φέρνουν κοντά το τουριστικό προϊόν με τους επαγγελματίες στις τουριστικές αγορές. Είναι μέσα για την προώθηση του προορισμού απευθείας στο κοινό και για την δικτύωση με τους επαγγελματίες του τουρισμού και τα δίκτυα διανομής. Οι δράσεις αυτές προτείνεται να γίνουν στην Ελλάδα, σε πόλεις που υπάρχουν αεροπορικές και ακτοπλοϊκές

συνδέσεις με τα νησιά, αλλά κυρίως σε ευρωπαϊκές αγορές καθώς και σε γειτονικές αγορές-στόχους, όπως η Τουρκία, οι βαλκανικές χώρες και η Κύπρος.

Οι εν λόγω ενέργειες μπορούν να πραγματοποιηθούν δια ζώσης εφόσον οι συνθήκες της πανδημίας το επιτρέπουν ή σε virtual περιβάλλον. Στο πλαίσιο των συγκεκριμένων δράσεων μπορούν να πραγματοποιούνται οι παρακάτω ενέργειες, αθροιστικά ή μεμονωμένα:

- κοινή παρουσίαση από εκπρόσωπο του προορισμού και από επιχειρηματίες του προορισμού και των τουριστικών προϊόντων
- διάθεση υλικού
- πραγματοποίηση B2B συναντήσεων ανάμεσα σε επιχειρηματίες του προορισμού και τοπικούς tour operators.

Προϋπόθεση για την επιτυχία τέτοιων ενεργειών είναι η έγκαιρη ενημέρωση των επιχειρηματιών των νησιών, ώστε να υπάρχει συμμετοχή από την πλευρά τους.

Στις παρουσιάσεις δίνεται έμφαση στη διαφορετική εμπειρία που μπορεί να προσφέρει το Βόρειο Αιγαίο βάσει της διαφοροποίησης της περιοχής, στα ιδιαίτερα και μοναδικά χαρακτηριστικά του κάθε νησιού, και προβάλλονται οι δυνατότητες για ειδικά/θεματικά προϊόντα, στη βάση του θεματικού χαρτοφυλακίου προϊόντων, ενώ ενθαρρύνονται οι επιχειρηματίες να συμμετέχουν στη λογική της δημιουργίας δικτύων για την προώθηση των θεματικών προϊόντων.

Οι συγκεκριμένες δράσεις δύναται να διοργανωθούν είτε για την προβολή των νησιών του Βορείου Αιγαίου συνολικά, είτε για την παρουσίαση κάθε νησιού ξεχωριστά, ανάλογα με τις ανάγκες και την ιεράρχηση των στοχευόμενων αγορών για κάθε προορισμό.

5Γ. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ UNESCO ΚΑΙ ΛΟΙΠΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΎΝΤΑΞΗ ΝΕΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

Η Π.Β.Α. διαθέτει μνημεία ενταγμένα στον κατάλογο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, όπως ο αρχαιολογικός χώρος του Ηραίου στη Σάμο, ο οικισμός Πυθαγορείου Σάμου, η βυζαντινή Νέα Μονή Χίου, καθώς επίσης την παραδοσιακή μαστιχοκαλλιέργεια της Χίου, που είναι ενταγμένη στον κατάλογο προστασίας UNESCO για την άυλη πολιτιστική κληρονομιά της ανθρωπότητας. Σε αυτά πρέπει να προστεθεί ο αρχαιολογικός χώρος της Πολιόχνης Λήμνου, εγγεγραμμένος στον κατάλογο ΣΕΠΚ (Ευρωπαϊκής Πολιτιστικής Κληρονομιάς-European Heritage Label). Επιπλέον, η Λέσβος είναι ενταγμένη στο Παγκόσμιο Δίκτυο Γεωπάρκων της Unesco. Με κατάλληλες ενέργειες, όπως η δημιουργία σχετικού έντυπου και ψηφιακού υλικού, ή διοργάνωση σχετικών εκδηλώσεων, όπως ημερίδες επιστημονικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος μπορεί αυτός ο πολιτιστικός πλούτος να προβληθεί.

5Δ. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΆΔΕΙΞΗ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Προβλέπονται δράσεις για την ανάδειξη σημαντικών τουριστικών πόρων των νησιών και τη δημιουργία υπόβαθρου ώστε να αποτελέσουν τουριστικά προϊόντα. Στο πλαίσιο αυτό μπορούν να υλοποιηθούν στοχευμένες δράσεις σε κάθε νησί με έμφαση στην κρουαζιέρα, στην ανάδειξη του πολιτιστικού τουρισμού, του θερμαλισμού, του γαστρονομικού τουρισμού, του μαθητικού τουρισμού, των εναλλακτικών δραστηριοτήτων κλπ.

5Ε. ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΣΤΗΝ ΟΜΟΓΕΝΕΙΑ

Προβλέπονται δράσεις που στόχο έχουν να επικοινωνήσουν τους προορισμούς με τις πολύ σημαντικές ομογενειακές κοινότητες οι οποίες κι αποτελούν αφενός σημαντικούς επισκέπτες των νησιών κι αφετέρου διαφημιστές των προορισμών στις χώρες τους.

5ΣΤ. ΣΥΜΦΩΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ - ΑΔΕΛΦΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

Προβλέπονται δράσεις σύναψης συμφώνων συνεργασίας και φιλίας καθώς και αδελφοποιήσεις με περιοχές και φορείς του εξωτερικού, στο πλαίσιο αμοιβαίων δράσεων προβολής των τουριστικών πλεονεκτημάτων των συμβαλλόμενων προορισμών.

6. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ - ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ

Διοργάνωση και συμμετοχή σε προωθητικές ενέργειες ενημέρωσης - επιμόρφωσης των εμπλεκόμενων με τον τουρισμό φορέων αλλά και των τοπικών κοινωνιών με σκοπό την διάχυση της πληροφορίας αλλά και την ανάληψη πρωτοβουλιών, σχετικά με τις ενέργειες προβολής, την αξιοποίηση αυτών από τους φορείς, καθώς και την επιμόρφωση τους σε θέματα που αφορούν στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, τοπικής ανάπτυξης, δικτύωσης, διαμόρφωσης τουριστικού προϊόντος, δημιουργίας τουριστικών εμπειριών, ανάδειξη της αρχιτεκτονικής φυσιογνωμίας των οικισμών, αναβάθμιση των σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος με έργα βελτίωσης πρόσβασης, σηματοδότησης, καθαριότητας, κυκλοφοριακών ρυθμίσεων, αναβάθμιση παραλιών κλπ, παροχή πληροφόρησης στους επισκέπτες με τη λειτουργία γραφείων και τη χρήση σύγχρονων τεχνολογιών, την ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών μέσα από διαδικασίες ενεργητικής διαβούλευσης και σχεδιασμού ολοκληρωμένων παρεμβάσεων με βάση τις αρχές των Local Agenda 21, την πληροφόρηση των καταναλωτών με στόχο την προστασία τους και το συντονισμό των φορέων που είναι αρμόδιες για θέματα τουρισμού.

Σημαντική είναι επίσης η δημιουργία προϋποθέσεων άμιλλας μεταξύ των επαγγελματιών του τουρισμού με την αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους τουρίστες αποτελεί ένα μέσο για την συνεχή τους βελτίωση. Οι παραπάνω δράσεις δεν στοχεύουν μόνο στην αναβάθμιση του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, αλλά και στην βελτίωση της ποιότητας της ζωής των κατοίκων και κατ'επέκταση στην βελτίωση της ελκυστικότητας των οικισμών.

Ενδεικτικά η εκπαίδευση των επαγγελματιών του τουρισμού θα πρέπει να αποβλέπει:

- ❑ Στην αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών και των καταλυμάτων στα νησιά, με μια πελατοκεντρική προσέγγιση (customer oriented services)
- ❑ Στην καλύτερη γνώση της λειτουργίας της τουριστικής αγοράς, του διεθνούς ανταγωνισμού, αλλά και των χαρακτηριστικών της ζήτησης (προφίλ και καταναλωτικές προτιμήσεις του σύγχρονου τουρίστα)
- ❑ Εξοικείωση με την ψηφιακή τεχνολογία με στόχο την αναβάθμιση της διαδικτυακής παρουσίας των τουριστικών επιχειρήσεων των νησιών με σύγχρονες και καλαίσθητες ιστοσελίδες, πλατφόρμες κρατήσεων, αλλά και αποτελεσματική παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα.

7. ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ - ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ / ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ / ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑΣ Ή ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ

7Α. ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ - ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ / ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑΣ Ή ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ

Η επιδίωξη της διοργάνωσης και φιλοξενίας μεγάλης εμβέλειας πολιτιστικών, αθλητικών και επιστημονικών γεγονότων αποτελεί μια γνωστή και συνήθη πρακτική για το τουριστικό marketing των προορισμών. Η πρακτική αυτή ακολουθείται από πολλούς τουριστικούς προορισμούς, ειδικά μάλιστα σε περιπτώσεις που η τουριστική εικόνα τους έχει πληγεί από αρνητικά γεγονότα, όπως έχει συμβεί στο Βόρειο Αιγαίο με τη μεταναστευτική κρίση. Η σύνδεση του προορισμού με ένα μεγάλης σημασίας και εμβέλειας γεγονός λειτουργεί θετικά στην τουριστική του εικόνα, του προσδίδει προβολή και αποτελεί μιας πρώτης τάξεως ευκαιρία να προβάλει τα τουριστικά του θέλγητρα. Οι δράσεις αυτές μπορεί να πραγματοποιούνται με κοινό ή με άλλες τεχνικές όπως το live streaming.

Στην περίπτωση των πολιτιστικών διοργανώσεων οι προορισμοί προβάλλουν ένα ελκυστικό πολιτιστικό προφίλ, αναδεικνύοντας ταυτόχρονα τους πολιτιστικούς πόρους που διαθέτουν και τη δυνατότητα να τους εντάξουν με επιτυχία στην τουριστική διαδικασία, προσελκύοντας κοινό με ειδικό πολιτιστικό/επιστημονικό ενδιαφέρον και αναπτύσσοντας στην πράξη πολιτιστικό τουρισμό. Υπό το πρίσμα αυτό, η ΠΒΑ θα υποστηρίξει διοργανώσεις αλλά και επιστημονικά συνέδρια σε σχέση με τον τουρισμό, σε συνεργασία με Πανεπιστημιακά ιδρύματα και άλλους φορείς.

Αντίστοιχα μπορούν να λειτουργήσουν μεγάλα αθλητικά γεγονότα πανελληνίας ή ακόμη και διεθνούς εμβέλειας, ειδικά μάλιστα όταν αυτά συνδέονται με αθλητικές δραστηριότητες στις οποίες παραδοσιακά διακρίνονται τα νησιά της Π.Β.Α. που μπορούν να αποτελέσουν πόλους έλξης επισκεπτών, προβάλλοντας ταυτόχρονα τα θέλγητρα και τους πόρους των νησιών.

7B. ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ - Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΩΣ ΒΑΣΙΚΟ ΣΥΣΤΑΤΙΚΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΩΝ ΝΗΣΙΩΝ

Τα αγροδιατροφικά προϊόντα και προϊόντα μεταποίησης (ούζα, λικέρ, γλυκά του κουταλιού, γαλακτοκομικά προϊόντα, σαπούνια, κεριά κ.λ.π) είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με τις τοπικές παραδόσεις και αποτελούν σημαντικό κομμάτι της τουριστικής εμπειρίας. Στο βαθμό που η γαστρονομία των νησιών συμβάλλει στον εμπλουτισμό και την ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, η προβολή των τοπικών προϊόντων συνδέεται με την τουριστική προβολή, ενισχύοντας το brand του προορισμού. Ενδεικτικά αναφέρεται η περίπτωση της μαστίχας για τη Χίο, με την ένταξη της μαστιχοκαλλιέργειας στον κατάλογο της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO και την προβολή της στο Μουσείο Μαστίχας, το λάδι για τη Μυτιλήνη με τα αντίστοιχα Μουσεία – Ελαιοτριβεία, το κρασί για τη Σάμο, τη Λήμνο και την Ικαρία, το ούζο, τα γαλακτοκομικά, κλπ. που αποτελούν βασικά στοιχεία του γαστρονομικού χάρτη του Βορείου Αιγαίου, και αναπόσπαστα συστατικά της τουριστικής του εικόνας. Βάσει των παραπάνω, έχει νόημα η σύνδεση της προβολής των τοπικών προϊόντων με την τουριστική προβολή και η επιδίωξη συνεργειών. Προτείνεται:

- Η συμμετοχή της Π.Β.Α. σε εκδηλώσεις, συνέδρια, προωθητικές ενέργειες διατροφικών προϊόντων και προϊόντων μεταποίησης, που μπορεί να λειτουργήσει ενισχυτικά προς το τουριστικό branding των νησιών. Οι ενέργειες και ειδικές εκδηλώσεις μπορούν να προγραμματιστούν σε συνεργασία με τοπικούς και κεντρικούς φορείς, όπως τα Εμπορικά Επιμελητήρια των νησιών, η Enterprise Greece, οι ελληνικές Πρεσβείες του εξωτερικού, οι εμπορικοί ακόλουθοι, τοπικοί σύλλογοι κ.λ.π.
- Η προώθηση συστήματος ποιότητας και δημιουργία δικτύου για τις τοπικές επιχειρήσεις, με στόχο την ανάδειξη του Βορείου Αιγαίου ως τόπου με διαχρονικό οίνο-γαστρονομικό πολιτισμό και την εξοικείωση του Έλληνα και ξένου καταναλωτή με τα τοπικά προϊόντα των νησιών, αλλά ταυτόχρονα και την αναβάθμιση της παρεχόμενης ποιότητας στο χώρο της διατροφής - εστίασης, που αποτελεί βασικό συστατικό του τουριστικού προϊόντος.
- Ανάδειξη καλών πρακτικών επιχειρήσεων που έχουν υιοθετήσει ήδη στοιχεία ποιότητας στη λειτουργία τους
- Δικτύωση των επιχειρήσεων. Προβολή και εφαρμογή εκπαιδευτικής κάρτας
- Η δημιουργία εντύπων προβολής των νησιών ως γαστρονομικών προορισμών για τα πέντε μεγαλύτερα νησιά της Περιφέρειας (βλ. Και επόμενη ενότητα 9. Έντυπο και οπτικοακουστικό υλικό).
- Δημιουργία περιεχομένου για τις ιστοσελίδες τουριστικής προβολής της Π.Β.Α. Που θα προβάλλει τα νησιά ως γαστρονομικούς προορισμούς.
- Η προώθηση του “Ελληνικού πρωινού” στα καταλύματα της Περιφέρειας μέσα από την διοργάνωση ενημερωτικών συναντήσεων και ημερίδων.

8. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

8Α. ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ

Η φιλοξενία και υποστήριξη κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών στα νησιά αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο τουριστικής προβολής. Το φυσικό αλλά και το ανθρωπογενές περιβάλλον των νησιών, ο ιστορικός και πολιτιστικός πλούτος τους αποτελούν σημαντικά πλεονεκτήματα που προσελκύουν δημιουργούς του κινηματογράφου και της τηλεόρασης. Στο πλαίσιο της υλοποίησης τέτοιων παραγωγών στα νησιά της Π.Β.Α. παρέχεται φιλοξενία των συντελεστών της παραγωγής, υποστήριξη στην οργάνωση και την έκδοση αδειών που απαιτούνται, εξεύρεση χορηγιών κ.λ.π

8Β. ΦΙΛΟΞΕΝΙΕΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΤΩΝ ΓΝΩΜΗΣ (PRESS TRIPS) ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΑ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ (FAM TRIPS)

Διοργάνωση φιλοξενιών διαμορφωτών γνώμης και ταξιδιών εξοικείωσης, στη λογική της ενίσχυσης των υφιστάμενων αγορών, ανοίγματος νέων και με έμφαση στις ειδικές μορφές τουρισμού. Βάσει της πρακτικής που ακολουθήθηκε τα προηγούμενα χρόνια, σε συνεργασία κυρίως με τον ΕΟΤ, αλλά και με άλλους φορείς (π.χ. Marketing Greece, Πανεπιστήμια κλπ) θα επιδιωχθούν δημοσιογραφικές αποστολές (press trips), ταξίδια τουριστικών πρακτόρων (fam trips), και λοιπών διαμορφωτών γνώμης, με στόχο τη μεταφορά της πραγματικής εικόνας που υπάρχει στα νησιά. Για την υλοποίηση των φιλοξενιών θα επιδιωχθούν συνεργασίες με συλλογικούς φορείς του τουρισμού (Ενώσεις ξενοδόχων, Συλλόγους ιδιοκτητών ενοικιαζομένων δωματίων, Συλλόγους ιδιοκτητών καταστημάτων εστίασης και τοπικά Επιμελητήρια), ώστε να εξασφαλίζονται κατά το δυνατόν χορηγίες.

Οι tour operators είναι αυτοί που διαμορφώνουν σε σημαντικό βαθμό τους προορισμούς όπου θα υπάρξει μεγαλύτερη προσέλευση επισκεπτών, μέσα από τα «τουριστικά πακέτα» που σχεδιάζουν και την προβολή που πραγματοποιούν προς τελικούς καταναλωτές και τουριστικά πρακτορεία. Στόχος είναι να γνωρίσουν την περιοχή και το τουριστικό της προϊόν, έτσι ώστε να την προβάλλουν στους πελάτες τους. Η επιλογή των tour operators του εξωτερικού θα γίνεται βάσει των στοχευόμενων αγορών για τα νησιά της Περιφέρειας (με ειδική αναφορά στις διαφοροποιήσεις ανά νησιωτικό προορισμό) καθώς και βάσει της «δύναμης» που διαθέτουν στην τουριστική βιομηχανία, ενώ κρίνεται επίσης σκόπιμη και η επιλογή εκπροσώπων τουριστικών πρακτορείων που ειδικεύονται σε θεματικό – εναλλακτικό τουρισμό.

Σημαντικοί διαμορφωτές γνώμης είναι επίσης οι δημοσιογράφοι, οι bloggers, και τα άτομα που διαχειρίζονται δημοφιλείς σελίδες (τουριστικού ή άλλου ειδικού περιεχομένου όπως για παράδειγμα γαστρονομία ή οικογένεια) στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν σε σημαντικό βαθμό την επιλογή τουριστικού προορισμού. Ειδικότερα, οι αλλοδαποί διαμορφωτές γνώμης αποτελούν το καλύτερο μέσο για διαφήμιση της περιοχής στο εξωτερικό με το μικρότερο δυνατό κόστος, δεδομένου ότι το αντίστοιχο κόστος προβολής σε MME του εξωτερικού είναι απαγορευτικό.

Επίσης προτείνεται η οργάνωση διαφόρων επισκέψεων προσωπικοτήτων υψηλής κοινωνικής αναγνωρισιμότητας (endorsers) οι οποίοι θα φιλοξενοούνται στα νησιά της Περιφέρειας προκειμένου

να διηγηθούν αργότερα τις προσωπικές εμπειρίες από το ταξίδι τους και να λειτουργήσουν ως πρεσβευτές των τουριστικών αξιών της Περιφέρειας.

Οι προσκεκλημένοι θα επιλέγονται από τις αγορές στόχους κάθε επιμέρους προορισμού, ανάλογα με το προφίλ των δυνητικών ταξιδιωτών και τη δημοτικότητα του μέσου/blog/σελίδας τους. Θα οριστικοποιείται το είδος και το πλήθος των δημοσιεύσεων που θα γίνει και θα γίνεται προσπάθεια για διασπορά του υλικού προκειμένου να υπάρχει διαρκής παρουσία.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Για την εκτέλεση των ανωτέρω δράσεων του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής ΠΒΑ, έχει προϋπολογιστεί απαιτούμενη δαπάνη της τάξης των 550.000. Δεδομένου ότι οι δράσεις που προβλέπεται να υλοποιηθούν αφορούν τόσο στο σύνολο των νησιών της ΠΒΑ ή σε ευρύτερες ομαδοποιήσεις αυτών όσο και σε μεμονωμένες δράσεις που αφορούν σε συγκεκριμένο νησί προτείνεται η ανωτέρω συνολική δαπάνη - προκειμένου να γίνει καταμερισμός των δαπανών και των δράσεων τόσο σε επίπεδο Περιφέρειας συνολικά όσο και ανά Περιφερειακή Ενότητα (δράσεις που αφορούν σε συγκεκριμένο νησί) - να αφορά σε τέσσερα έργα και συγκεκριμένα:

Δράσεις Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Νησιών ΠΒΑ 2023, δαπάνης 250.000€

Δράσεις Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Νησιών ΠΕ Λέσβου - Λήμνου 2023, δαπάνης 100.000€

Δράσεις Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Νησιών ΠΕ Χίου 2023, δαπάνης 100.000€

Δράσεις Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Νησιών ΠΕ Σάμου - Ικαρίας 2023, δαπάνης 100.000€

Ο καταμερισμός των δαπανών και δράσεων ανά έργο αναλύεται κατά προσέγγιση στους παρακάτω πίνακες, ενώ οι όποιες εσωτερικές τροποποιήσεις στα ποσά των θεματικών ενοτήτων δράσεων θα πραγματοποιούνται από την Οικονομική Επιτροπή. Δεδομένου δε ότι στη συγκεκριμένη δύσκολη και απρόβλεπτη συγκυρία, αν θέλουμε να αποτελέσει ο Τουρισμός ένα σημαντικό μοχλό ανάπτυξης για την Π.Β.Α. , θα πρέπει να εξασφαλίσουμε μια σωστή και ηχηρή παρουσία για τα νησιά του Β. Αιγαίου τόσο συνολικά όσο και αυτόνομα το 2023, εισηγούμαστε την έγκρισή και ένταξη των ανωτέρω έργων για χρηματοδότηση στο Τεχνικό Πρόγραμμα.

Δράσεις Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Νησιών ΠΒΑ 2023

	ΔΡΑΣΗ	ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
1.	ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΜΕΛΕΤΕΣ	50.000
2.	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING	98.000
3.	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ PORTAL ΤΗΣ Π.Β.Α.	37.000
4.	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	20.000
5.	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	40.000
6.	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ – ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ	5.000
	ΣΥΝΟΛΟ	250.000

Δράσεις Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Νησιών ΠΕ Λέσβου - Λήμνου 2023

	ΔΡΑΣΗ	ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
--	--------------	-----------------------

2.	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING	56.000
3.	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ /ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ	1.000
4.	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	4.000
5.	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	4.000
6.	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ – ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ	5.000
7.	ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ - ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ / ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ / ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑΣ Ή ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ	15.000
8.	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	15.000
	ΣΥΝΟΛΟ	100.000

Δράσεις Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Νησιών ΠΕ Χίου 2023

	ΔΡΑΣΗ	ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
2.	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING	58.000

3.	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ /ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ	1.000
4.	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	3.000
5.	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	3.000
6.	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ – ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ	5.000
7.	ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ - ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ / ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ / ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑΣ Ή ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ	15.000
8.	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	15.000
	ΣΥΝΟΛΟ	100.000

Δράσεις Προγράμματος Τουριστικής Προβολής Νησιών ΠΕ Σάμου - Ικαρίας 2023

	ΔΡΑΣΗ	ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ
2.	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING	68.000
3.	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ /ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ	1.000

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΝΟΤΗΤΩΝ		
4.	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	3.000
5.	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	3.000
6.	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ – ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ	5.000
7.	ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ - ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ / ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ / ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑΣ Ή ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ	10.000
8.	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	10.000
	ΣΥΝΟΛΟ	100.000