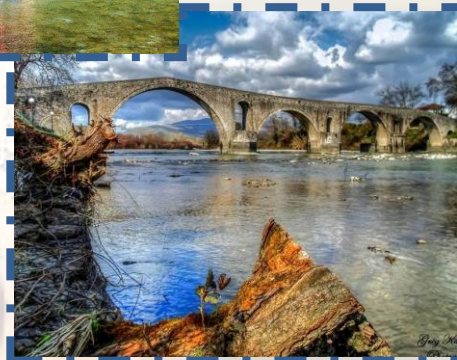


ΕΤΑΙΡΟΣ: ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ

WP4 - ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έργο: Adriatic Route for Thematic Tourism

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.	ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	5
2	ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	6
2.1	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΔΙΑΙΡΕΣΗ – ΕΔΡΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	6
2.2	Η ΘΕΣΗ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	7
2.3	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	7
2.4	ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	8
2.4.2	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΝΕΡΓΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	8
2.4.3	ΑΝΕΡΓΟΙ ΚΑΙ ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΑΝΕΡΓΙΑΣ	9
2.4.4	ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	10
3	Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ	11
3.1	ΤΟ ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ	13
3.2	ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΑΝΑ Π.Ε. ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	14
3.3	ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ	16
3.3.1	ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ (2012)	16
3.3.2	ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΚΤΙΟΥ	17
3.4	ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΑΡΙΘΜΟΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	17
3.5	ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ	20
3.6	ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	21

3.7	ΕΡΓΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ – ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ	23
3.8	ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	26
4	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING	31
4.1	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ	31
4.2	ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΣΤΟΧΟΙ	32
4.3	ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΟΧΟΙ	32
4.4	ΣΥΝΤΟΜΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ	33
4.5	ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ MARKETING - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	39
4.5.1	ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING	39
4.5.2	ΚΥΡΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ MARKETING	41
4.5.3	ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	41
4.6	SWOT ANALYSIS ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ MARKETING	45
4.7	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	46
5	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	48
5.1	ΑΞΟΝΕΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ	49
5.1.1	ΑΞΟΝΑΣ 1: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΟΜΑΔΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	49
5.1.2	ΑΞΟΝΑΣ 2: ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	53
5.1.3	ΑΞΟΝΑΣ 3: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	68
5.1.4	ΑΞΟΝΑΣ 4: ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟ ΚΟΙΝΟΥ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	101

6	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ	103
7	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΔΡΑΣΕΩΝ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ 2012-2014	104

1. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Η Ήπειρος διαθέτει πανάρχαιο πολιτισμό, πανέμορφες ακτές, εκπληκτική φύση, θρησκευτικά μνημεία με διαχρονική αξία και ιστορία, ανεξάντλητες δυνατότητες για αθλητισμό περιπέτειας και γαστρονομικές απολαύσεις. Κάθε γωνιά, κάθε περιοχή της Ηπείρου, έχει να προσφέρει ξεχωριστές εμπειρίες στους επισκέπτες.

Η Ήπειρος στηρίζει και στηρίζεται στον τουρισμό. Η ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος αναγνωρισμένο για το υψηλό επίπεδό του εντός και εκτός Ελλάδος και να δώσει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να επεκτείνουν τις διακοπές τους στην Ήπειρο.

Σκοπός του Επιχειρησιακού Σχεδίου είναι η ανάδειξη, προώθηση και προβολή, στην Ελλάδα και το εξωτερικό, των προϊόντων / υπηρεσιών του θεματικού τουρισμού στην Ήπειρο προκειμένου ο 'Προορισμός Ήπειρος' να αποτελέσει έναν κοινό προορισμό θεματικού τουρισμού, όπου οι επισκέπτες θα γίνονται κοινωνοί της πλούσιας φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς του κάθε τόπου στην Ήπειρο.

Το Σχέδιο αυτό θα αποτελέσει κείμενο διαβούλευσης με τους άμεσα εμπλεκόμενους με τον τουρισμό και τον πολιτισμό φορείς και επαγγελματίες της Ηπείρου με στόχο να καταρτιστεί ένα τελικό σχέδιο υλοποιήσιμο και αποτελεσματικό.

Με το Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Ανάπτυξης αντιμετωπίζεται το τουριστικό προϊόν της Ηπείρου τόσο ενιαία όσο και κάθετα (ανά θεματικό αντικείμενο) και μπαίνουν οι βάσεις για τη μακροπρόθεσμη, ορθολογική, περιβαλλοντικά εναρμονισμένη και με προϋποθέσεις αιφορίας τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου.

Η διαθέσιμη πληροφόρηση σχετικά με την περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης του τουρισμού στην Ήπειρο που θα ακολουθήσει αντλήθηκε από μια σειρά πηγών. Ενδεικτικά αναφέρουμε:

- Τη μελέτη του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών – Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007-2013 / Ιανουάριος 2007.
- Τη μελέτη με τίτλο «ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ» που εκπονήθηκε το 2011.
- Τα αναρτημένα στοιχεία όσον αφορά στον τουρισμό στην Περιφέρεια Ηπείρου της ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Παρακάτω ακολουθεί μία συνοπτική περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης της Περιφέρειας Ηπείρου.

2 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Η Περιφέρεια Ηπείρου καταλαμβάνει το βορειοδυτικό τμήμα της χώρας, έχοντας δυτικά το Ιόνιο Πέλαγος, και βορειοανατολικά την Πίνδο. Αποτελεί τμήμα των ελληνικών συνόρων συνορεύοντας στα βορειοδυτικά με την Αλβανία, ενώ από τα δυτικά γειτνιάζει, μέσω του λιμανιού της Ηγουμενίτσας, με την Ιταλία. Η Περιφέρεια έχει συνολική έκταση 9.203 τ.χλμ. και καλύπτει το 6,97% της συνολικής έκτασης της χώρας.

Σύμφωνα με στοιχεία της απογραφής του πληθυσμού 2011, ο πληθυσμός της Περιφέρειας ανέρχεται σε 339.721 μόνιμους κατοίκους, κατέχοντας περίπου το 3,11% του πληθυσμού της Ελληνικής Επικράτειας (10.940.777 κάτοικοι). Βάσει των στοιχείων της ΕΣΥΕ ο πληθυσμός της Περιφέρειας, μεταξύ των δύο τελευταίων απογραφών (2001, 2011) σημείωσε συνολική ποσοστιαία αύξηση της τάξης του 3,99%, αισθητά μεγαλύτερη από την αύξηση του πληθυσμού της Ελλάδας κατά την ίδια περίοδο, η οποία ανέρχεται σε 0,40%.

Η κατανομή του πληθυσμού στις Περιφερειακές Ενότητες της Περιφέρειας παρατίθεται στον παρακάτω πίνακα:

ΠΛΗΘΥΣΜΙΑΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ		
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	% ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ
ΑΡΤΑ	68.912	20,28%
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	44.483	13,09%
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	168.299	49,54%
ΠΡΕΒΕΖΑ	58.027	17,08%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	339.721	100,00%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ, απογραφή 2011

2.1 ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΔΙΑΙΡΕΣΗ – ΕΔΡΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Η Περιφέρεια Ηπείρου περιλαμβάνει 4 Περιφερειακές ενότητες, οι οποίες συγκεντρώνουν 18 δήμους:

- την Περιφερειακή ενότητα Άρτας με πρωτεύουσα την Άρτα,
- την Περιφερειακή ενότητα Θεσπρωτίας με πρωτεύουσα την Ηγουμενίτσα,
- την Περιφερειακή ενότητα Ιωαννίνων με πρωτεύουσα τα Ιωάννινα και

- την Περιφερειακή ενότητα Πρέβεζας με πρωτεύουσα την Πρέβεζα.

Η διοικητική έδρα της Περιφέρειας βρίσκεται στην πόλη των Ιωαννίνων και οι διοικητικές έδρες των Περιφερειακών Ενοτήτων εδρεύουν στις αντίστοιχες πρωτεύουσες τους.

2.2 Η ΘΕΣΗ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Η Ήπειρος βρίσκεται σε θέση σημαντικής γεωπολιτικής σημασίας, καθώς επηρεάζεται και αλληλεπιδρά με τις γειτονικές της περιφέρειες και τα Βαλκάνια, ενώ διαθέτει ρόλο πύλης της Ελλάδος προς τη Δυτική Ευρώπη. Το χαρακτηριστικό αυτό προσδίδει θετικές προοπτικές σε όρους συνδεσιμότητας, ειδικά αν συνδυαστούν οι θαλάσσιες μεταφορές μέσω του λιμανιού της Ηγουμενίτσας με την Εγνατία Οδό και τον αερολιμένα των Ιωαννίνων.

Το κύριο χαρακτηριστικό της χωροταξικής οργάνωσης της Περιφέρειας Ηπείρου είναι η ύπαρξη ενός συνεκτικού αστικού δικτύου (Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή Περιφέρειας Ηπείρου, 2012), οι πόλοι του οποίου απαρτίζονται από τις πόλεις της Άρτας, Πρέβεζας και Ηγουμενίτσας με κύριο πόλο ανάπτυξης την πρωτεύουσα της Περιφέρειας, τα Ιωάννινα. Δυστυχώς, οι περιορισμένες διασυνδέσεις τόσο με οδικά δίκτυα όσο και με τεχνολογικές εξελίξεις περιορίζει το διαπεριφερειακό ρόλο. Παρ' όλα αυτά αδυναμία αποτελεί και η απουσία δυναμικών μεσαίων - ημιαστικών κέντρων (κέντρα 3ου επιπέδου) που να είναι ικανά να λειτουργήσουν αυτόνομα και ως δυναμικοί πόλοι ανάπτυξης, και η ταυτόχρονη κυριαρχία μικρών αγροτικών οικισμών.

Η γεωμορφολογία της Ηπείρου, χαρακτηρίζεται από το ορεινό ανάγλυφο και την αφθονία των επιφανειακών υδάτων. Αποτέλεσμα είναι το πλούσιο φυσικό περιβάλλον, με δάση, μοναδική χλωρίδα και πανίδα και περιορισμένη αστικοποίηση. Διαθέτει εκτεταμένα παράλια και στις τρεις Περιφερειακές Ενότητες που βρέχονται από τη θάλασσα του Ιονίου Πελάγους και του Αμβρακικού κόλπου. Εκτός από την παράκτια ζώνη, οι ορεινές εκτάσεις στις Περιφερειακές Ενότητες Ιωαννίνων και Άρτας καλύπτουν το 77% της συνολικής έκτασής της περιφέρειας και φιλοξενούν το 33,4% του συνολικού πληθυσμού της ενώ στη ζώνη γεωργικής γης στο νοτιοδυτικό τμήμα της Περιφέρειας (τμήματα των νομών Πρέβεζας και Άρτας) το τοπίο εναλλάσσεται σημαντικά χάρη σε αρδευτικά έργα και τον Αμβρακικό Κόλπο. Στην Περιφέρεια υπάρχει σημαντικός αριθμός ευαίσθητων και προστατευόμενων περιοχών, στις οποίες περιλαμβάνονται δύο γεωπάρκα (Βάλια Κάλντα και Βίκου-Αώου), μια περιοχή RAMSAR, είκοσι δύο περιοχές υποψήφιες για ένταξη στο υπό κατάρτιση Πανευρωπαϊκό Δίκτυο Προστατευόμενων Περιοχών NATURA 2000 και δύο προστατευόμενα τοπία - αισθητικά δάση (Δάσος Ιωαννίνων & Δάσος Μύτικα, Νικόπολης).

2.3 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Ανάμεσα στα τοπία φυσικού κάλους, βρίσκονται διάσπαρτα τα ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία, στοιχεία της ανθρώπινης παρέμβασης, τα οποία η ανθρώπινη δεξιότητα συνταίριαξε με την φύση

και που αποτελούν μαρτυρίες των δραστηριοτήτων και του χαρακτήρα των κατοίκων της περιοχής από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Κυρίως συναντά κανείς γεφύρια, πέτρινα κτίσματα, νερόμυλους, βρύσες, αρχοντικά οικήματα, μοναστήρια, εκκλησίες και πολλούς αρχαιολογικούς χώρους με σημαντικότερα το αρχαίο μαντείο της Δωδώνης, την αρχαία Νικόπολη, το Νεκρομαντείο και πολλά άλλα.

Παράλληλα, στις Περιφερειακές Ενότητες της Περιφέρειας υπάρχουν πάρα πολλοί χαρακτηρισμένοι παραδοσιακοί οικισμοί που αναδεικνύουν τον πολιτισμό της.

2.4 ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Ο αστικός πληθυσμός της Περιφέρειας Ηπείρου ανέρχεται στο 32,89% περίπου του συνολικού της πληθυσμού, ο ημιαστικός πληθυσμός της ανέρχεται στο 17,28%, ενώ ο αγροτικός πληθυσμός της Περιφέρειας ανέρχεται στο 49,83% του συνόλου.

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ		
	ΑΣΤΙΚΟΣ	ΗΜΙΑΣΤΙΚΟΣ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	65.574	30.863	71.464
ΑΡΤΑ	24.427	0	43.450
ΠΡΕΒΕΖΑ	20.795	9.547	27.149
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	0	17.813	25.774
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	110.796	58.223	167.837

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

	ΟΡΕΙΝΟΤΗΤΑ		
	ΟΡΕΙΝΑ	ΗΜΙΟΡΕΙΝΑ	ΠΕΔΙΝΑ
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	50.318	32.485	85.098
ΑΡΤΑ	11.981	3.985	27.484
ΠΡΕΒΕΖΑ	5.210	8.904	43.377
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	5.758	31.276	6.553
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	73.267	76.650	162.512

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

2.4.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΝΕΡΓΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, το 2011 στην Περιφέρεια Ηπείρου οι απασχολούμενοι ανήλθαν σε 106.053. Συγκεκριμένα:

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ	106.053
ΖΗΤΟΥΣΑΝ ΕΡΓΑΣΙΑ	23.659

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ
ΜΑΘΗΤΕΣ / ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ	54.209
ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΙ	93.852
ΟΙΚΙΑΚΑ	34.555
ΛΟΙΠΑ	24.528
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	336.856

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Η κατανομή των απασχολούμενων ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα. Παρατηρούμε, ότι από το σύνολο των απασχολούμενων το 67,13% απασχολείται στον τριτογενή τομέα.

	ΤΟΜΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ		
	ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ	ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ	ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	16.002	18.861	71.190
ΣΥΝΟΛΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΝΕΡΓΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	106.053		
% ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ	15,09%	17,78%	67,13%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

2.4.3 ΑΝΕΡΓΟΙ ΚΑΙ ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΑΝΕΡΓΙΑΣ

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται ποσοστιαία η εξέλιξη της ανεργίας στην Περιφέρεια Ηπείρου και στην Επικράτεια κατά τα έτη 2005-2014. Παρατηρείται πως η ποσοστιαία μεταβολή της ανεργίας, φτάνει στο μεγαλύτερο ποσοστό το 2012 με αύξηση έναντι της προηγούμενης χρονιάς 37,13%., ενώ για το σύνολο της Επικράτειας το μεγαλύτερο ποσοστό μεταβολής της ανεργίας ήταν το 2011, το οποίο άγγιξε το 41,60%.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ΉΠΕΙΡΟΣ	11,50	9,80	10,00	9,90	11,20	12,60	16,70	22,90	28,00	24,50
% ΜΕΤΑΒΟΛΗ		-14,78	2,04	-1,00	13,13	12,50	32,54	37,13	22,27	-12,50
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	9,90	8,90	8,30	7,60	9,50	12,50	17,70	24,00	27,80	26,10
% ΜΕΤΑΒΟΛΗ		-10,10	-6,74	-8,43	25,00	31,58	41,60	35,59	15,83	-6,12

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

2.4.4 ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η Περιφέρεια Ηπείρου είναι ομοιογενής γεωγραφικά αλλά κυρίως όσον αφορά στην κοινωνική δομή, οικονομική δραστηριότητα, νοοτροπία, ήθη και έθιμα.

Η οικονομία της Περιφέρειας στηρίζεται κυρίως στο πρωτογενή τομέα, όπως προκύπτει από την παρακάτω ανάλυση και σε πολύ μικρότερο βαθμό σε άλλες οικονομικές δραστηριότητες, κυρίως το εμπόριο και την παροχή υπηρεσιών. Δυστυχώς δεν υπάρχει μεγάλη τουριστική ανάπτυξη στην Περιφέρεια.

Ο έντονα γεωργικός χαρακτήρας της Περιφέρειας επηρεάζει άμεσα κάθε μορφής δραστηριότητας των κατοίκων. Ιδιαίτερα όμως επηρεάζεται η οικονομική ζωή του τόπου από την εξέλιξη της γεωργικής οικονομίας και κάθε άλλη οικονομική δραστηριότητα υφίσταται ανάλογες θετικές ή αρνητικές επιπτώσεις από την αύξηση ή την μείωση του γεωργικού εισοδήματος.

Η αναλογία % απασχολούμενων ηλικίας 15 ετών και άνω σε επίπεδο περιφέρειας, κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, παρουσιάζεται παρακάτω, όπου παρατηρείται πως το μεγαλύτερο ποσοστό απασχόλησης ανήκει στον κλάδο της γεωργίας, δασοκομίας και αλιείας.

ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ 2014	
	ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	ΉΠΕΙΡΟΣ
Γεωργία, Δασοκομία και Αλιεία	13,6	22,5
Ορυχεία και Λατομεία	0,3	0,0
Μεταποίηση	9,0	8,9
Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού	0,7	0,4
Παροχή νερού, επεξεργασία λυμάτων, διαχείριση αποβλήτων και δραστηριότητες εξυγίανσης	0,5	0,7
Κατασκευές	4,3	6,0
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	17,7	14,4
Μεταφορά και αποθήκευση	4,8	3,3
Δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης	8,5	9,5
Ενημέρωση και επικοινωνία	2,2	0,7
Χρηματοπιστωτικές και ασφαλιστικές δραστηριότητες	2,4	1,2
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας	0,1	0,1
Επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες	5,8	4,1
Διοικητικές και υποστηρικτικές δραστηριότητες	2,4	1,3
Δημόσια διοίκηση και άμυνα. Υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	8,4	8,1

ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ 2014	
	ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	ΉΠΕΙΡΟΣ
Εκπαίδευση	8,3	8,8
Δραστηριότητες ανθρώπινης υγείας και κοινωνικής μέριμνας	6,0	7,6
Τέχνες, διασκέδαση και ψυχαγωγία	1,4	1,0
Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών	2,1	1,3
Δραστηριότητες νοικοκυριών ως εργοδοτών	1,4	0,4
Δραστηριότητες ετερόδικων οργανισμών και φορέων	0,0	0,1
Σύνολο	100,0	100,0

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

3 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Η Ήπειρος διαθέτει πλούσιο φυσικό κάλλος, πολιτιστική κληρονομιά, τοπική κουζίνα και πρωτογενή παραγωγή και μπορεί να προσφέρει ακόμα και στον πιο απαιτητικό επισκέπτη αξέχαστες εμπειρίες ζωής, όλες τις εποχές του χρόνου. Επιπλέον ο σημαντικός αριθμός περιβαλλοντικά αξιόλογων και προστατευόμενων περιοχών με υψηλή οικολογική και αισθητική αξία καθιστούν την περιοχή της Ηπείρου πολύ αξιόλογο προορισμό.

Λόγω των γεωμορφολογικών χαρακτηριστικών και των διαφορετικών κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στις παραθαλάσσιες περιοχές και στην ενδοχώρα της Ηπείρου, έχουν επικρατήσει διαφορετικά πρότυπα τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στις παραθαλάσσιες περιοχές της Πρέβεζας και της Θεσπρωτίας επικρατεί το έντονα εποχικό πρότυπο του μαζικού - παραθεριστικού τουρισμού ενώ σε ολόκληρη την Π.Ε. Ιωαννίνων, στις ορεινές περιοχές των άλλων Π.Ε. και στην περιοχή του Αμβρακικού κόλπου προωθείται το πρότυπο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, για την προώθηση των οποίων η Περιφέρεια έχει αναπτύξει εξαιρετικές προϋποθέσεις και σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα.

Συνοψίζοντας λοιπόν, καταλήγουμε ότι η ανυπέρβλητη φυσική ομορφιά που διαθέτει η περιοχή της Ηπείρου αλλά και το πολυποίκιλο πολιτιστικό υπόβαθρο της μπορεί για να φιλοξενήσει πολλά από τα είδη τουρισμού, όπως:

- Θεματικός και Εναλλακτικός τουρισμός
- Τουρισμός φύσης (οικοτουρισμός – αγροτουρισμός)
- Θαλάσσιος Τουρισμός
- Αθλητικός Τουρισμός
- Πολιτισμικός Τουρισμός

- Εκπαιδευτικός Τουρισμός
- Γαστρονομικός Τουρισμός
- Γεωτουρισμός
- Αστικός Τουρισμός
- Θρησκευτικός Τουρισμός
- Ιαματικός και θεραπευτικός τουρισμός

Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται σχηματικά οι σημαντικότερες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Περιφέρεια Ηπείρου:

ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΚΟΝΙΤΣΑ	ΖΑΓΟΡΑ	ΜΕΤΣΟΒΟ	ΤΖΟΥΜΕΡΚΑ - ΆΡΑΧΘΟΣ	ΑΜΒΡΑΚΙΚΟΣ	ΑΧΕΡΟΝΤΑΣ	ΙΩΑΝΝΙΝΑ
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	•	•	•				
ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	•	•	•	•	•	•	•
ΕΙΔΙΚΟΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ					•	•	
ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ (ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ)	•		•				
ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ	•	•	•	•		•	
ΠΕΡΙΗΓΗΤΙΚΟΣ		•			•	•	•
ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ	•				•		
ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ							•
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ - ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ	•	•	•	•	•	•	•
ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ	•	•	•	•	•	•	•
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ			•				•
ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ							•
ΠΟΛΕΩΝ					•		•
ΣΑΒΒΑΤΟΚΥΡΙΑΚΟΥ	•	•	•	•	•	•	•
RAFTING - ΚΑΓΙΑΚ	•	•		•	•		
ΔΙΑΣΧΙΣΗ ΦΑΡΑΓΓΙΟΥ	•	•		•		•	
FLYING FOX	•			•			
BIRD WATCHING			•		•		
ΑΙΩΡΟΠΤΕΡΙΣΜΟΣ	•	•		•	•	•	
ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ	•	•		•			
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ	•	•	•	•			•
ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΗ ΙΠΠΑΣΙΑ	•	•	•	•			
ΤΟΞΟΒΟΛΙΑ	•			•			
ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ ΒΟΥΝΟΥ	•	•	•	•			
ΣΚΙ ΑΝΩΜΑΛΟΥ ΔΡΟΜΟΥ		•	•	•			
ΕΘΝΙΚΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ	•	•	•				
ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ ΜΕ ΣΗΜΑΝΣΗ						•	
ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΣΚΙ	•		•				
ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ					•	•	
ΚΑΤΑΔΥΣΕΙΣ							

ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΚΟΝΙΤΣΑ	ΖΑΓΟΡΑ	ΜΕΤΣΟΒΟ	ΤΖΟΥΜΕΡΚΑ - ΆΡΑΧΘΟΣ	ΑΜΒΡΑΚΙΚΟΣ	ΑΧΕΡΟΝΤΑΣ	ΙΩΑΝΝΙΝΑ
ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	•	•	•			•	

Πηγή: www.ecotour-epirus.gr

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η μελέτη που πραγματοποίησε ο Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος από όπου προκύπτει ότι η Ήπειρος, δεν πρέπει να ακολουθήσει τον δρόμο του μαζικού τουρισμού. Ανάμεσα στα σημαντικότερα επιχειρήματα συγκαταλέγονται και τα παρακάτω: Η αύξηση των καταλυμάτων αυτοεξυπηρέτησης που απευθύνονται σε τουρίστες χαμηλότερου εισοδηματικού επιπέδου – περιορίζουν τις θετικές επιπτώσεις στην απασχόληση και τα εισοδήματα. Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού διέρχεται τη φάση της ωρίμανσής του, δηλαδή την περίοδο όπου η προσφορά έχει αυξηθεί, υπάρχει υψηλός ανταγωνισμός και από χώρες χαμηλού κόστους, ενώ η ζήτηση στρέφεται προς νέα εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες. Συνεπώς είναι σκόπιμο η Περιφέρεια Ηπείρου να στραφεί στην ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού; Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού έχει αποδειχθεί ότι οδηγεί αναπόφευκτα σε υψηλό βαθμό εξειδίκευσης με τους κινδύνους που αυτή συνεπάγεται. Η ανάπτυξη και άλλων δραστηριοτήτων, που όμως θα καλύπτουν τη ζήτηση που δημιουργεί ο τουρισμός, είναι δυνατή όταν αυξηθεί σημαντικά ο αριθμός των τουριστών. Όμως η εξάρτηση όλων των δραστηριοτήτων από τον τουρισμό καθιστά την τοπική οικονομία περισσότερο ευάλωτη. Η εποχικότητα του τουρισμού δημιουργεί έντονα κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα, αναδεικνύοντας την περιορισμένη συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη γενικότερα. Οι νέες θέσεις απασχόλησης που δημιουργούνται στην πλειοψηφία τους δεν προσθέτουν στο ανθρώπινο δυναμικό νέες δεξιότητες, οι οποίες μπορεί να αξιοποιηθούν και σε άλλες θέσεις εργασίας. Η υποβάθμιση του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού υπονομεύει το μέλλον διάφορων Περιφερειών (μεταξύ των οποίων και η Ήπειρος) για κάποια πρόσκαιρα και αμφίβολα οφέλη. Επισημαίνεται ότι η υποβάθμιση αυτή είναι στην πλειοψηφία των περιπτώσεων μη αντιστρέψιμη.

3.1 ΤΟ ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Μελετώντας προσεκτικά την τουριστική προσφορά της Ηπείρου παρατηρούμε ότι το τουριστικό προϊόν της Ηπείρου είναι ιδιαίτερα πλούσιο και αποτελείται τόσο από άυλους όσο και υλικούς πόρους που με τις όποιες αδυναμίες και τα προβλήματα του, εξακολουθεί να είναι ιδιαίτερο και μοναδικό.

Το οικονομικό περιβάλλον της Ηπείρου, με την πιο ευρεία έννοιά του, δηλαδή το φυσικό περιβάλλον και τα προϊόντα του, η παράδοση και η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί για την Περιφέρεια της Ηπείρου ένα "αυτοτελές" συγκριτικό πλεονέκτημα "πράσινου επιχειρείν"

αδιαμφισβήτητης αξίας.

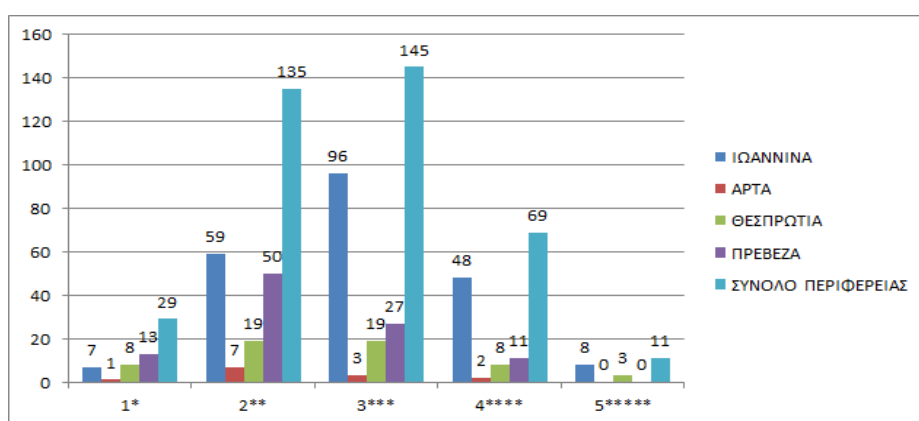
Η μικρή και μεσαία επιχειρηματικότητα, ο κύριος πρεσβευτής της Ηπείρου, ο τουρισμός της "μικρής κλίμακας" δύναται να μπολιαστεί με πρωτοπόρες ιδέες, ενός πολυδυναμικού εναλλακτικού μοντέλου αναψυχής και να αξιοποιήσει εκείνα τα στοιχεία της παράδοσης, του πολιτισμού και του απaráμιλλου φυσικού κεφαλαίου, για τον βιοπορισμό και το άνοιγμα πράσινων θέσεων εργασίας στην ύπαιθρο. Ο αγροτουρισμός όπως είναι ευρέως γνωστός ή ο τουρισμός υπαίθρου, περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά που με τις ανάλογες στοχευμένες πρωτοβουλίες από φορείς, θα μπορούσαν να τονώσουν και να "επανεκκινήσουν" την ύπαιθρο, σε μια οριζόντια διασύνδεση των τοπικών δομών και της ανταλλακτικής αυτοδιαχειριζόμενης μικροκοινωνικής κλίμακας.

3.2 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΑΝΑ Π.Ε. ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ

Στον πίνακα παρακάτω παρουσιάζεται η κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων ανά Περιφερειακή Ενότητα στην Περιφέρεια Ηπείρου.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	1*	2**	3***	4****	5*****
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	7	59	96	48	8
ΑΡΤΑ	1	7	3	2	0
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	8	19	19	8	3
ΠΡΕΒΕΖΑ	13	50	27	11	0
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	29	135	145	69	11

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας, 2015

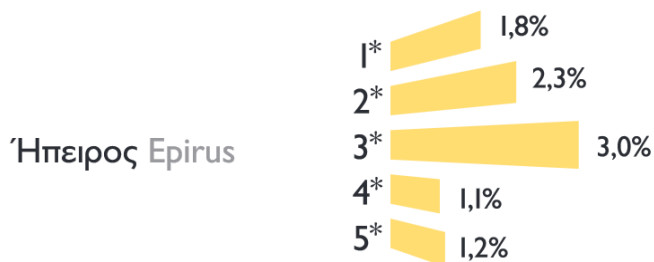


Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η κατηγοριοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων, για την περίοδο 2009-2012 στην Περιφέρεια Ηπείρου.

ΗΠΕΙΡΟΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ
5****			
2009	4	510	1.049
2010	6	599	1.224
2011	6	599	1.224
2012	10	653	1.373
4****			
2009	46	860	1.751
2010	56	997	2.051
2011	58	1.027	2.115
2012	68	1.027	2.115
3***			
2009	112	2.309	4.530
2010	120	2.593	5.087
2011	129	2.478	4.898
2012	147	2.518	4.974
2**			
2009	145	2.630	5.065
2010	147	2.722	5.201
2011	146	2.733	5.200
2012	136	2.719	5.183
1*			
2009	33	556	1.062
2010	32	540	1.031
2011	32	535	1.021
2012	29	525	999
ΣΥΝΟΛΟ			
2009	340	6.865	13.457
2010	361	7.451	14.594
2011	371	7.372	14.458
2012	390	7.442	14.644

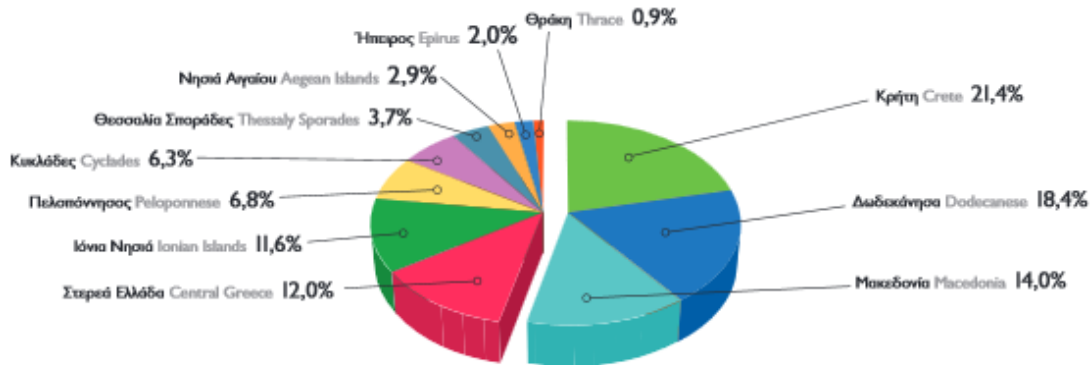
Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος

Ποσοστό των Ξενοδοχειακών Κλινών κάθε Περιφέρειας ανά Κατηγορία ως προς το Σύνολο της Χώρας, 2012
Percentage of Hotel Beds as of Country's Total per Category per Prefecture, 2012



Η Περιφέρεια Ηπείρου πανελλαδικά κατέχει ένα ποσοστό κλινών, που το 2012 ήταν της τάξης του 2,00%.

Ποσοστιαία Κατανομή Ξενοδοχειακών Κλινών ανά Περιφέρεια, 2012
Percentage Distribution of Hotel Beds by Prefecture, 2012



Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος Source: SETE, based on data provided by the Hellenic Chamber of Hotels

3.3 ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Την Περιφέρεια Ηπείρου εξυπηρετούν δύο αεροδρόμια που δέχονται μεγάλο μέρος της τουριστικής κίνησης. Το ένα είναι στα Ιωάννινα και το άλλο στο Άκτιο.

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζεται η κίνηση αυτών των δύο αεροδρομίων, βάση των δημοσιευμένων στοιχείων από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας για τα έτη 2011 & 2012.

Αφίξεις στα αεροδρόμια της Περιφέρειας Ηπείρου (2011)

ΚΙΝΗΣΗ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΩΝ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ				ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ
	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ		ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ		
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.	2011
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	44.016	44.255	150	176	88.597
ΑΚΤΙΟΥ	2.453	2.438	144.058	145.207	294.156

3.3.1 ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ (2012)

ΚΙΝΗΣΗ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΩΝ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ				ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ
	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ		ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ		
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.	2012
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	35.208	35.729	125	129	71.191
ΑΚΤΙΟΥ	2.358	2.271	142.027	142.179	288.835

Από τα προαναφερόμενα δεδομένα συμπεραίνουμε ότι στο Διεθνή Αερολιμένα των Ιωαννίνων παρουσιάζεται μικρότερη κίνηση από αυτόν στο Άκτιο. Για το 2011 και το 2012, οι συνολικές αφίξεις επιβατών στο αεροδρόμιο του Ακτίου έφτασαν τις 294.156 και 288.835 επιβάτες αντίστοιχα, ενώ για το αεροδρόμιο των Ιωαννίνων έφτασαν συνολικά για το 2011 και το 2012 τους 88.597 και τους 71.191 επιβάτες αντίστοιχα.

3.3.2 ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΚΤΙΟΥ

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΑΚΤΙΟΥ		
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2013	ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ
2012	142.027	
2013	148.329	4,44%

Γενικότερα διαπιστώνουμε μία αύξηση στην ζήτηση από κατοίκους του εξωτερικού, να έρθουν στην Ελλάδα για διακοπές, καθώς σε συνολικούς αριθμούς τους πρώτους 9 μήνες του 2013 (Ιανουάριος- Σεπτέμβριος του 2013) σημειώθηκε αύξηση της τάξεως του 4,44%.

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ		
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2013	ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ
2012	125	
2013	12	-90,4%

Αντίθετα, στο αεροδρόμιο των Ιωαννίνων παρουσιάζεται μείωση στη ζήτηση από κατοίκους του εξωτερικού, να έρθουν στην Ελλάδα για διακοπές, καθώς σε συνολικούς αριθμούς τους πρώτους 9 μήνες του 2013 (Ιανουάριος- Σεπτέμβριος του 2013) σημειώθηκε μείωση της τάξεως του 90,4%.

Η κίνηση των αεροδρομίων είναι ιδιαίτερα ικανοποιητική, καθώς στην Ήπειρο υπάρχει πρόσβαση και μέσω οδικού δικτύου και μέσω θαλάσσης.

3.4 ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΑΡΙΘΜΟΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Η πιο πλήρης απεικόνιση σε ότι έχει να κάνει με τους ξένους τουρίστες που επισκέφτηκαν την Ήπειρο δυστυχώς φτάνει μέχρι το 2012. Η πληροφόρηση έρχεται μέσα από την Ελληνική Στατιστική Αρχή.

Η συμμετοχή της Περιφέρειας στο τουρισμό της Χώρας είναι αυξημένη. Η μεγάλη αυτή συμμετοχή οφείλεται στο σημαντικό ρόλο που παίζει ο εσωτερικός τουρισμός στην Ήπειρο, το 2011 ήταν στο 84% (346.075 αφίξεις) από συνολικά 410.879 ενώ το 2012 ήταν στο 82% (287.830 αφίξεις) από συνολικά 349.365, σημειώνοντας ποσοστιαία μείωση 2% (53.243 αφίξεις).

Παράλληλα, ο εξωτερικός τουρισμός αποτελεί ένα σχετικά καλό μερίδιο της τουριστικής κίνησης στη Ήπειρο, με ποσοστό που κυμαίνεται στο 16% (64.804 αφίξεις) από συνολικά 410.879 για το 2011 ενώ το 2012 ήταν στο 18% (61.535 αφίξεις) από συνολικά 349.365, σημειώνοντας ποσοστιαία μείωση 1% (3.269 αφίξεις).

Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ξεκάθαρα ότι η Ήπειρος δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση έναν

δημοφιλή προορισμό για τους ξένους τουρίστες. Είναι μια Περιφέρεια που δεν έχει αποκτήσει ταυτότητα, πέραν ορισμένων μεμονωμένων περιοχών της ή και ξενοδοχειακών μονάδων της, κάτι που οφείλει να το αλλάξει το συντομότερο δυνατόν αν θέλει οι φιλοδοξίες της να γίνουν πράξη. Το πώς θα το καταφέρει αυτό είναι ένα θέμα που χρίζει μεγάλης ανάλυσης. Ήδη όμως έχουν αρχίσει και γίνονται κάποια βήματα, όπως η πρόθεση των ξενοδόχων των Ιωαννίνων να κάνουν έναν Οργανισμό Προώθησης του Τουρισμού στα πρότυπα αυτού της Χαλκιδικής που έχει φέρει αποτελέσματα στην περιοχή.

Η ανάλυση του ΞΕΕ για τον Αύγουστο του 2013 κατατάσσει την Ήπειρο στην ζώνη των τελευταίων τεσσάρων προορισμών επί συνόλου 13 τουριστικών περιοχών.



Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι αφίξεις στη Περιφέρεια της Ηπείρου από ημεδαπούς και αλλοδαπούς τουρίστες για το έτος 2012 με βάση τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας.

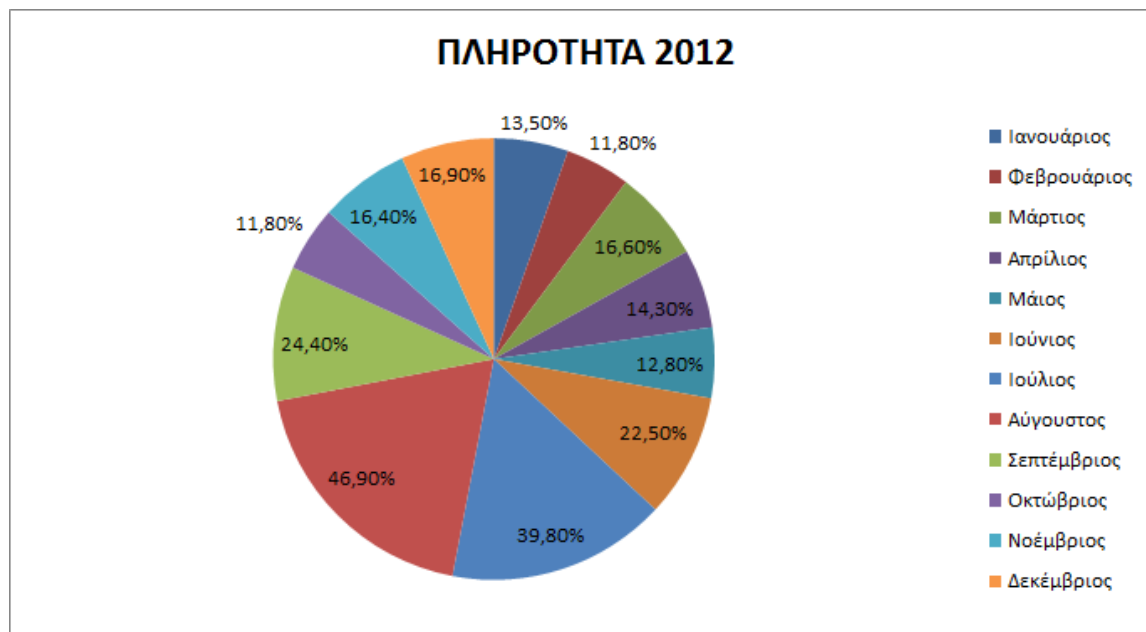
	2011					2012					ΕΤΗΣΙΑ ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 2011-2012	
	ΑΦΙΞΕΙΣ			ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ		ΑΦΙΞΕΙΣ			ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ		ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ
	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ		
ΑΡΤΑ	30.603	1.880	32.483	94%	6%	25.542	1.852	27.394	93%	7%	-1%	17%
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	35.552	16.182	51.734	69%	31%	33.558	14.901	48.459	69%	31%	-1%	-2%
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	217.598	24.809	242.407	90%	10%	183.130	22.720	205.850	89%	11%	-1%	8%
ΠΡΕΒΕΖΑ	62.322	21.933	84.255	74%	26%	45.600	22.062	67.662	67%	33%	-9%	25%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	346.075	64.804	410.879	84%	16%	287.830	61.535	349.365	82%	18%	-2%	12%

3.5 ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται η πληρότητα των κλινών των ξενοδοχειακών μονάδων στην Περιφέρεια Ηπείρου.

ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΙΝΩΝ %		
	2010	2011	2012
Ιανουάριος	15,80%	12,70%	13,50%
Φεβρουάριος	14,20%	14,00%	11,80%
Μάρτιος	17,80%	15,5%	16,60%
Απρίλιος	23,60%	16,80%	14,30%
Μάιος	19,30%	14,30%	12,80%
Ιούνιος	25,80%	22,90%	22,50%
Ιούλιος	56,20%	53,60%	39,80%
Αύγουστος	55,90%	56,90%	46,90%
Σεπτέμβριος	24,00%	23,10%	24,40%
Οκτώβριος	17,00%	14,20%	11,80%
Νοέμβριος	21,80%	15,00%	16,40%
Δεκέμβριος	17,80%	12,90%	16,90%

Παρατηρείται ότι μεγαλύτερη πληρότητα παρουσιάζεται τους καλοκαιρινούς μήνες, με κορύφωση τον Αύγουστο, όπου το ποσοστό της πληρότητας ανέρχεται σε 46,90%.



3.6 ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Στους παρακάτω πίνακες αποτυπώνεται η ήπειρος προέλευσης των επισκεπτών της Περιφέρειας Ηπείρου. Παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών, πέρα των Ελλήνων προέρχεται από χώρες της Ευρώπης, έπειτα από χώρες της Αμερικής, της Ασίας και τέλος της Αφρικής. Η τάση που επικρατεί είναι η μεγαλύτερη εποχικότητα στο σύνολο της Περιφέρειας παρατηρείται κυρίως τους μήνες Ιούνιο με Σεπτέμβριο, καθώς τους μήνες αυτούς συγκεντρώνεται το 70% περίπου του συνόλου των τουριστών.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	ΜΗΝΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ (ΕΚΤΟΣ ΕΛΛΑΔΟΣ)	ΣΥΝΟΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΙΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΡΙΚΗΣ	GR-ΕΛΛΑΔΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	1	455	4	15	10	1.270
	2	413	2	51	4	1.324
	3	424	10	25	16	1.934
	4	574	34	21	4	2.073
	5	867	199	18	2	2.082
	6	1.208	302	13	6	3.877
	7	2.086	205	30	8	6.297
	8	2.962	162	82	18	7.062
	9	2.051	126	81	7	3.633
	10	769	8	28	9	1.552
	11	474	19	21	4	1.252
	12	338	1	24	3	1.202
ΣΥΝΟΛΟ Π.Ε. ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ		12.621	1.072	409	91	33.558
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	1	660	20	38	5	15.320
	2	628	18	22	12	12.481
	3	817	28	81	50	19.412
	4	1.383	36	182	8	19.861
	5	1.542	70	236	14	12.108
	6	1.869	141	198	10	11.744
	7	2.535	196	359	7	12.507
	8	3.296	203	248	23	16.230
	9	2.268	144	307	13	14.122
	10	1.810	116	239	12	14.934
	11	1.021	24	79	7	13.038
	12	796	30	21	9	21.373
ΣΥΝΟΛΟ Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ		18.625	1.026	2.010	170	183.130
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	1	122	26	3		1.079
	2	62	7	4	2	1.203
	3	162	17	4		1.648
	4	370	54	2	3	2.783
	5	2.051	112	11	2	2.001
	6	3.797	115	35	14	5.770
	7	4.752	172	26	1	8.600

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	ΜΗΝΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ (ΕΚΤΟΣ ΕΛΛΑΔΟΣ)	ΣΥΝΟΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΣΙΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΡΙΚΗΣ	GR-ΕΛΛΑΔΑ
	8	4.777	114	26	12	13.812
	9	3.325	148	16	9	4.504
	10	392	35	9	3	2.387
	11	77	5	0	1	963
	12	72	37			850
ΣΥΝΟΛΟ Π.Ε. ΠΡΕΒΕΖΗΣ		19.959	842	136	47	45.600
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΤΗΣ	1	79		5	5	1.770
	2	73		6	5	1.770
	3	74		10	23	2.230
	4	84	6	5	6	2.128
	5	94	5	20	12	2.006
	6	101	11	10	7	2.798
	7	266	3	4	10	2.468
	8	212	14	9	8	2.510
	9	156	12	24	6	2.557
	10	132	7	4	5	2.028
	11	143	3	15	7	1.713
	12	109		12	8	1.564
ΣΥΝΟΛΟ Π.Ε. ΑΡΤΗΣ		1.523	61	124	102	25.542
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡ. ΗΠΕΙΡΟΥ		52.728	3.001	2.679	410	287.830

Συμπερασματικά, ο τουρισμός στην Περιφέρεια Ηπείρου εμφανίζει τις ακόλουθες τάσεις:

- ο Το 82% των τουριστών της Περιφέρειας είναι ημεδαποί τουρίστες και μόνο το 18% αφορά σε αλλοδαπούς τουρίστες
- ο Η μεγαλύτερη πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων παρουσιάζεται τους μήνες Ιούνιο - Σεπτέμβριο
- ο Η μεγαλύτερη προέλευση επισκεπτών προέρχεται από χώρες της Ευρώπης, έπειτα από χώρες της Αμερικής, της Ασίας και τέλος της Αφρικής.

Είναι προφανές από τα παραπάνω αφενός η σπουδαιότητα του τουρισμού για την οικονομία της Ηπείρου και αφετέρου ο δυναμισμός του κλάδου. Ο δυναμισμός αυτός αποτελεί την αφετηρία στην οποία πρέπει να βασιστούν οι πολιτικές που θα αντιμετωπίσουν τη σημαντικότερη αδυναμία του τουρισμού που δεν είναι άλλη από την εποχικότητα. Δηλαδή, η αντιμετώπιση της εποχικότητας δεν μπορεί παρά να γίνει με την συμπλήρωση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, όπως είναι ο θεματικός τουρισμός.

3.7 ΕΡΓΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ – ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ

Η Περιφέρεια Ηπείρου συμμετέχει σε στοχευμένα προγράμματα χρηματοδότησης που στόχο έχουν την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος, όπως:

Έργο «RE.HERB»

«Recording, documentation, promotion and distribution of the aromatic and therapeutic herbs, plants and plant products»

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: Πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας Ελλάδας - Ιταλίας 2007-2013.

Προτεραιότητα του έργου ήταν η καταγραφή, τεκμηρίωση, ανάδειξη και προβολή των αρωματικών και φαρμακευτικών βοτάνων και φυτών στη περιοχή της Ηπείρου αλλά και της Ιταλίας. Βασικός στόχος και επιδίωξη του έργου ήταν η ανάδειξη σε εθνικό και διασυνοριακό επίπεδο των φαρμακευτικών και κοσμετολογικών ιδιοτήτων που έχουν συγκεκριμένα φυτά και βότανα αποσκοπώντας αφενός μεν στην πληρέστερη και ολοκληρωμένη ενημέρωση του πληθυσμού αναφορικά με τις ευεργετικές ιδιότητες τις οποίες έχουν και αφετέρου στην ενίσχυση της ζήτησης (εγχώριας και μη) για επιλεγμένα προϊόντα που έχουν σαν βάση τους φυτά και βότανα.

Έργο «NETROUTES»

«Creating, implementing and promoting a network of thematic and alternative tourism and developing interpretive routes»

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: Πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας Ελλάδας - Ιταλίας 2007-2013.

Ο κύριος στόχος του έργου ήταν η ενίσχυση και η προώθηση της πλούσιας πολιτιστικής και περιβαλλοντικής κληρονομιάς των εμπλεκόμενων περιοχών και η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μέσα από την δημιουργία ενός σταθερού δικτύου Θεματικού και Εναλλακτικού Τουρισμού (TATNetwork). Η περιοχή του έργου ήταν η ευρεία λεκάνη του Αώου ποταμού και των παραποτάμων του, Βοϊδομάτη, Σαραντάπορου και Δρίνου, η οποία εκτείνεται και στις δύο χώρες.

Έργο «Cyclo»

«Cycling Cities - Local Opportunities for Sustainable Mobility and Tourism Development»

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: Πρόγραμμα Διακρατικής Συνεργασίας Μεσογειακού Χώρου (Programme MED) 2007-2013.

Το έργο επικεντρώθηκε στην απογραφή εμπειριών αειφόρου κινητικότητας μέσω εφαρμογών Χρήσης Ποδηλάτων σε μικρά και μεσαία Αστικά Συστήματα στην περιοχή της Μεσογείου, με τη συμμετοχή στην διάδοση μιας φιλοσοφίας αειφόρου και φιλικής προς το περιβάλλον οικονομικής

και κοινωνικής ανάπτυξης. Το Έργο CYCLO προώθησε μια ενεργητική συμμετοχή κάθε περιοχής στη στρατηγική του έργου, μετέτρεψε μερικές πόλεις που ευνοούν τη χρήση ποδηλάτου σε Προσβάσιμα Συστήματα με την εφαρμογή Πιλοτικών Προγραμμάτων και Ενεργειών Ευαισθητοποίησης για την προώθηση χρήσης ποδηλάτων.

Έργο Turgrate2

«InteGRATED actions to promote sustainable ToURist development»

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: Πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας «IPA ADRIATIC 2007 – 2013».

Το Επιμελητήριο Θεσπρωτίας, μαζί με δέκα ακόμη εταίρους από την Ιταλία, το Μαυροβούνιο και την Αλβανία και με επικεφαλής εταίρο τον Δήμο Mesagne της Ιταλίας, συμμετείχε στο έργο το οποίο αποσκοπούσε στην αειφόρο ενδυνάμωση της ανταγωνιστικότητας των εμπλεκόμενων τουριστικών προορισμών της Αδριατικής και στην βελτίωση της προώθησης, της αξιολόγησης και της καλύτερης παροχής φυσικών, πολιτισμικών και αγροτουριστικών πόρων σε διασυνοριακό επίπεδο. Το έργο TUR.GRATE2 εστίασε στην βελτίωση και την προστασία των τοπικών παραγωγών και της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και στην αξιοποίηση των ιστορικών κέντρων στις χώρες- εταίρους του έργου, αλλά και στην βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών τουρισμού με τη δημιουργία νέων κοινών τουριστικών προϊόντων.

Link: <http://www.youtube.com/watch?v=GZdIRsKH5OM&feature=youtu.be>

Έργο: “GritCUZINE”

«Cultural gastronomic particularities :Creation of an identity of the local gastronomic heritage in the region Greece-Italy»

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: Πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας Ελλάδα-Ιταλίας 2007-2013

Το έργο έχει ως βασικό στόχο την ενίσχυση και βελτίωση της ποιότητας ζωής των περιοχών παρέμβασης μέσα από την ανάδειξη και προαγωγή ενός από τα σημαντικότερα στοιχεία που χαρακτηρίζουν αλλά και ταυτόχρονα διαφοροποιούν τις γεωγραφικές περιοχές : την παραδοσιακή μεσογειακή γαστρονομία.

Έργο: “ADRIATIC ROUTE”

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: Πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας «IPA ADRIATIC 2007 – 2013».

Η διασυνοριακή περιοχή του προγράμματος IPA ADRIATIC CBC (χωρών της Αδριατικής θάλασσας) διαθέτει ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που αφορά στους φυσικούς, πολιτιστικούς και ανθρώπινους πόρους της, με αποτέλεσμα να παρουσιάζει πολλές ευκαιρίες ανάπτυξης στον τομέα του τουρισμού. Η απουσία ωστόσο μιας συστηματικής προσέγγισης για την προώθηση της συνολικής περιοχής και της περιορισμένης οριζόντιας και κάθετης ολοκλήρωσης του τουρισμού, σε συνδυασμό με την εποχικότητα και την επικράτηση του μαζικού

τουρισμού σε πολλές από τις περιοχές της Αδριατικής, καταδεικνύει ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν έχουν διερευνηθεί και αξιοποιηθεί επαρκώς, αφήνοντας έτσι σημαντικό χώρο στη σχεδίαση και ανάπτυξη σχετικών κοινών πρωτοβουλιών.

Το έργο ADRIATIC-ROUTE επικεντρώνεται στην προώθηση του θεματικού τουρισμού και την αύξηση της κινητικότητας στις συμμετέχουσες περιοχές της Αδριατικής μέσω της χρήσης σύγχρονων ΤΠΕ (Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών) και συστημάτων πολυτροπικών μεταφορών (multimodal transport systems). Το έργο δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη γαστρονομία, ενώ παράλληλα επιδιώκει την προώθηση της προσβασιμότητας από τη μια περιοχή/χώρα στην άλλη.

Συντονιστής του έργου είναι η Περιφέρεια Ηπείρου, ενώ στο εταιρικό σχήμα διασυνοριακής συνεργασίας συμπεριλαμβάνονται τοπικοί / περιφερειακοί φορείς από την Ιταλία, την Κροατία, την Αλβανία, και τη Βοσνία-Ερζεγοβίνη.

Έργο: “**MedLS**”- **Mediterranean LifeStyle**”

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: Πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας « Ελλάδα – Ιταλία 2007 – 2013».

Το έργο έχει συνολικό προϋπολογισμό 1.304.250 €.

Το εταιρικό σχήμα του έργου είναι:

1. Δήμος Leverano (επικεφαλής εταίρος),
2. Νομαρχία Lecce,
3. Δήμος Fragagnano,
4. Apulian Institute of Economic and Social Research,
5. ΝΕΑ,
6. Περιφέρεια Ιονίων Νήσων,
7. Περιφέρεια Ηπείρου.

Βασικό αντικείμενο του έργου είναι η δημιουργία δικτύου Μεσογειακής διατροφής με τη συμμετοχή φορέων και εταιρειών ώστε να προκύψει μια ενιαία γαστρονομική και οινολογική ταυτότητα που θα αποτελεί και τουριστικό πόλο έλξης. Παράλληλα προβλέπεται η δημιουργία εκπαιδευτικών εργαλείων για την απόκτηση σωστών διατροφικών συνηθειών, από παιδιά μικρών ηλικιών και σχετικές δράσεις ενημέρωσης σε σχολεία.

Το MedLS είναι ένα ολοκληρωμένο αναπτυξιακό έργο που υλοποιείται μέσω της δημιουργίας ενός κοινού κυκλώματος, κυκλώμα MedLS, προκειμένου να συνοψίσουμε σε μια ενιαία αντίληψη τις αξίες που χαρακτηρίζουν τον τρόπο ζωής της Μεσογείου (τις παραδόσεις, τη βραδύτητα, την έκταση, τη φύση και τις κοινωνικές σχέσεις). Οι κανόνες και οι παράμετροι που απαιτούνται για να

μπορέσουν οι επιχειρήσεις να εισαχθούν στο κύκλωμα MedLS, θα περιγράφονται σε ένα εγχειρίδιο που καταρτίστηκε από μια ομάδα εμπειρογνομώνων που συνθέτουν τη λεγόμενη Τεχνική Επιτροπή. Η τήρηση του κυκλώματος θα επιτρέψει στις εταιρείες να χρησιμοποιούν το σήμα MedLS με σκοπό την προώθηση του τουρισμού στη Μεσόγειο.

Η έλξη για το μεσογειακό τρόπο ζωής μεταδίδεται επίσης μέσω της προώθησης της μεσογειακής διατροφής ως πρότυπο καλής πρακτικής διατροφής. Για το σκοπό αυτό έχει ετοιμαστεί η δημιουργία ενός παιδαγωγικού kit που προορίζεται για τα παιδιά του δημοτικού σχολείου τα οποία είναι ιδιαίτερα εκτεθειμένα στον κίνδυνο της παιδικής παχυσαρκίας

3.8 ANALYSE SWOT ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Παρακάτω γίνεται μία ανάλυση των δυνατοτήτων, των αδυναμιών, των ευκαιριών και των απειλών για τη δυνατότητα ανάπτυξης και προώθησης του θεματικού τουρισμού στην Περιφέρεια Ηπείρου. Συγκεκριμένα:

Δυνατότητες:

Στο τομέα του Τουρισμού, η Ήπειρος διαθέτει εξαιρετικά συγκριτικά πλεονεκτήματα (πεντακάθαρές ακτές, περιοχές εξαιρετικού φυσικού κάλλους, αρχαιολογικά μνημεία, εθνικούς δρυμούς, τοπική πολιτιστική παράδοση, κλπ.) για την ανάδειξη του τουρισμού (θαλάσσιου, ειδικού, ορεινού) σε κύρια εστία ανάπτυξης.

Επιπλέον τα έργα υποδομής που έχουν γίνει στην Ήπειρο, όπως η Εγνατία οδός όπου με την ολοκλήρωσή της προσελκύει πιο εύκολα επισκέπτες από την Βόρεια Ελλάδα στην περιοχή, αποτελεί ένα έργο που δίνει προστιθέμενη αξία στο τουριστικό προϊόν. Η απόσταση Θεσσαλονίκη – Ηγουμενίτσα είναι πλέον 3 περίπου ώρες. Επιπλέον, το λιμάνι της Ηγουμενίτσας με την αξιόλογη θαλάσσια σύνδεση μεταξύ της Ηπείρου και της Ιταλίας, η υποθαλάσσια ζεύξη Ακτίου - Πρέβεζας, καθώς και η συνεχής βελτίωση του εθνικού και επαρχιακού οδικού δικτύου, η αναμενόμενη κατασκευή του Δυτικού άξονα καθιστούν την Περιφέρεια Ηπείρου σημαντικό κόμβο στο Ελλαδικό χώρο, και αποτελούν σημαντικά βήματα ανάπτυξης της περιοχής. Άλλα πλεονεκτήματα της περιοχής της Ηπείρου αναλύονται παρακάτω:

☞ Η ύπαρξη βασικών προϋποθέσεων ανάπτυξης του θεματικού τουρισμού με δεδομένο το ιδιαίτερο φυσικό κάλος της περιοχής, δημιουργούν τις βάσεις για περαιτέρω ενίσχυσή του. Η ανάδειξη σε κέντρο εκπαίδευσης (Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, ΤΕΙ Ηπείρου) και υπηρεσιών προσφέρουν διαπεριφερειακές και διασυνοριακές δυνατότητες ανάπτυξης σε σχέση με την Αλβανία και τη Δυτική Βαλκανική.

☞ Ο σημαντικός οικολογικός πλούτος, τα φυσικά οικοσυστήματα, οι ειδικές περιβαλλοντικές μελέτες σε τέσσερις προστατευόμενες περιοχές, μπορούν να

οδηγήσουν σε οργανωμένη επιχειρηματική και περιβαλλοντική ανάπτυξη.

- ☞ Στις περιοχές που έχουν προϋποθέσεις ανάπτυξης του θεματικού τουρισμού περιλαμβάνονται η παραλιακή ζώνη της Θεσπρωτίας και η ζώνη των ορεινών όγκων της που διαθέτουν οικολογικό και πολιτιστικό πλούτο και επιδέχονται την ανάπτυξη ήπιων μορφών θεματικού τουρισμού.
- ☞ Η ανάπτυξη διακρατικών συνεργασιών για την κοινή αντιμετώπιση των προβλημάτων υποβάθμισης του περιβάλλοντος και την πρόληψη των κινδύνων από φυσικές καταστροφές ή ανθρωπίνες δραστηριότητες.
- ☞ Η Θεσπρωτία διαθέτει σημαντικό πολιτισμικό υπόβαθρο το οποίο έως σήμερα παραμένει ελάχιστα γνωστό και κατ' επέκταση δεν έχει αξιοποιηθεί πλήρως. Υπάρχει μεγάλο πεδίο εκμετάλλευσης των ΤΠΕ για την ανάδειξη και προβολή του.

Αδυναμίες:

Πέρα από τα πολύ σημαντικά πλεονεκτήματα και βήματα ανάπτυξης της Ηπείρου, που προαναφέρθηκαν, εντοπίσαμε και αναφέρουμε παρακάτω και κάποια από τα βασικά προβλήματα:

- ☞ Η πληθυσμιακή συρρίκνωση και γήρανση.
- ☞ Η εμφάνιση ενδοπεριφερειακών και διαπεριφερειακών ανισοτήτων.
- ☞ Η υψηλή εξάρτηση της οικονομίας από τον τομέα των δημοσίων υπηρεσιών και τον ελλιπώς οργανωμένο πρωτογενή τομέα.
- ☞ Το ιδιαίτερα χαμηλό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν σε σύγκριση με τον αντίστοιχο μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- ☞ Η ύπαρξη έντονων ενδοπεριφερειακών διαφορών μεταξύ των Π.Ε της Ηπείρου καθώς και μεταξύ αστικών κέντρων και υπαίθρου.
- ☞ Η ύπαρξη ζωνών που εξαρτώνται σημαντικά από τον παραθαλάσσιο - θερινό τουρισμό, μέσης ποιότητας, με χαμηλή πληρότητα και προσέλκυση αλλοδαπών διανυκτερεύσεων.
- ☞ Η έλλειψη σιδηροδρομικού δικτύου και οι ανεπαρκείς αερομεταφορικές υποδομές.
- ☞ Η απουσία οργανωμένων υποδομών εγκατάστασης επιχειρήσεων και διαμετακόμισης, σε συνδυασμό με την απουσία σιδηροδρομικής σύνδεσης της Περιφέρειας με το εθνικό σιδηροδρομικό δίκτυο και τις περιορισμένες δυνατότητες των αεροπορικών υποδομών της Περιφέρειας.
- ☞ Οι ελλείψεις σε τουριστική υποδομή σε συγκεκριμένες τουριστικές περιοχές του ορεινού χώρου.

- ☞ Η ανεπάρκεια του τοπικού οδικού δικτύου και η υστέρηση στην προσπελασιμότητα των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών
- ☞ Η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος από περιβαλλοντικά οχλούσες παραγωγικές δραστηριότητες του δευτερογενή και πρωτογενή τομέα.
- ☞ Δεν υπάρχει σημαντική εξωστρέφεια. Οι επιχειρήσεις της Θεσπρωτίας, είναι περιορισμένες στον στενό κύκλο της Περιφερειακής Ενότητας. Είναι ελάχιστες οι επιχειρήσεις, με εξαγωγικό προσανατολισμό.

Ευκαιρίες:

- ☞ Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού διέρχεται τη φάση της ωρίμανσης του, δηλαδή την περίοδο όπου η προσφορά έχει αυξηθεί, υπάρχει υψηλός ανταγωνισμός και από χώρες χαμηλού κόστους, ενώ η ζήτηση στρέφεται προς νέα εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες. Συνεπώς είναι σκόπιμο η Περιφέρεια Ηπείρου να στραφεί στην ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού
- ☞ Η δημιουργία πόλου συνδυασμένης μεταφορικής και μεταποιητικής δραστηριότητας στο λιμάνι της Ηγουμενίτσας.
- ☞ Η διεθνής τάση ζήτησης για μορφές θεματικού και εναλλακτικού τουρισμού που μπορεί να αναπτύξει και να αξιοποιήσει ειδικά η Περιφερειακή Ενότητα Θεσπρωτίας.
- ☞ Οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο αποτελούν σημαντικά εργαλεία και εξαιρετική ευκαιρία για τις τουριστικές επιχειρήσεις της Θεσπρωτίας να προβάλλουν τα προϊόντα και υπηρεσίες τους.
- ☞ Η αύξηση της προσβασιμότητας στην Θεσπρωτία και η τόνωση του φόρτου, τόσο στις οδικές, όσο και στις θαλάσσιες μεταφορές, δημιουργεί αυξημένες ανάγκες παρακολούθησης και διαχείρισης, δίνοντας σημαντικές ευκαιρίες στους αντίστοιχους κλάδους να αναπτυχθούν.
- ☞ Ανάπτυξη των επιχειρήσεων – προώθηση των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών. Η βελτίωση της εσωτερικής οργάνωσης της λειτουργίας των επιχειρήσεων με σύγχρονα μέσα τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιακών σε συνδυασμό με τις ευκαιρίες προβολής που προσφέρει σήμερα το διαδίκτυο, μπορούν να συμβάλλουν δραστικά στην προβολή και διάθεση των τοπικών προϊόντων και των υπηρεσιών της Θεσπρωτίας.
- ☞ Υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης του τουρισμού με την αξιοποίηση εφαρμογών διαδικτύου. Οι ΤΠΕ παρέχουν δυνατότητες για προβολή της φυσικής ομορφιάς της Θεσπρωτίας, των εναλλακτικών δυνατοτήτων τουρισμού (πεζοπορία, διάσχιση φαραγγιών, mountain bike, αεραθλητισμός, ράφτινγκ, ιππασία, κλπ.) και των

τοπικών προϊόντων, ενώ παράλληλα παρέχουν μια σειρά από σχετικές υπηρεσίες όπως κρατήσεις δωματίων, συμμετοχή σε δραστηριότητες κλπ. Οι δυνατότητες αυτές, εφόσον αξιοποιηθούν σωστά είναι δυνατόν να δώσουν μια μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη του τουρισμού στη Θεσπρωτία και να συμβάλουν στην γενικότερη κοινωνικό-οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.

Απειλές:

- ☞ Ο κίνδυνος μετατροπής της Εγνατίας Οδού σε δρόμο διαφυγής από την Περιφερειακή Ενότητα παρά σε δρόμο προσέλκυσης επισκεπτών.
- ☞ Ο κίνδυνος το δίπολο Εγνατία – Λιμάνι Ηγουμενίτσας, να καταστήσει την Θεσπρωτία σε περιοχή transit, με σοβαρές συνέπειες στην οικονομία και ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Περιφερειακή Ενότητα.
- ☞ Η αλλοίωση του τουριστικού πόρου της περιοχής από ανθρωπογενής δραστηριότητες (άναρχη οικοδόμηση, άναρχη βιοτεχνική δραστηριότητα, άναρχος τουρισμός) σε συνδυασμό με την ελαστικότητα που δείχνει η πολιτεία προς αυτή την κατεύθυνση ενδέχεται να έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στη διατήρηση του απαράμιλλου φυσικού κάλλους της περιοχής.
- ☞ Η έλλειψη περιβαλλοντολογικής ευαισθητοποίησης τόσο της πολιτείας όσο και των πολιτών.
- ☞ Το ενδεχόμενο μη πλήρους εκμετάλλευσης των διαθέσιμων Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων για την ανάπτυξη της περιοχής.
- ☞ Ελλιπής γνώση σύγχρονων εργαλείων διοίκησης & επιχειρηματικότητας από πολλούς επιχειρηματίες της περιοχής.
- ☞ Η διείδυση της τεχνολογίας είναι πολύ χαμηλή. Οι περισσότεροι δεν χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες, τις δυνατότητες που παρέχει η ευρυζωνικότητα, και τις δυνατότητες που παρέχει το διαδίκτυο. Αυτό φέρνει πίσω την επιχειρηματικότητα και ρίχνει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της Περιφερειακής Ενότητας.
- ☞ Η καθυστέρηση στην εφαρμογή των νομοσχεδίων για το χωροταξικό του Τουρισμού και την Βιομηχανία.
- ☞ Η Παγκόσμια Οικονομική Κρίση ενδέχεται να επιφέρει μείωση στις αφίξεις τουριστών στη Θεσπρωτία και πλήγμα στον τουριστικό κλάδο, από τον οποίο προέρχεται σημαντικό μέρος του ΑΕΠ αυτής, ενώ απασχολείτε και εξαιρετικά μεγάλος αριθμός ατόμων.
- ☞ Υπάρχει ο κίνδυνος οι επιπτώσεις της κρίσης να επεκταθούν και στους υπόλοιπους κλάδους της τοπικής οικονομίας, αφού γύρω από τον τουρισμό κινούνται πλήθος άλλων

επιχειρήσεων (τροφοδοσία, εστιατόρια, καφετέριες, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, τουριστικά πρακτορεία, μαγαζιά με είδη δώρων, κλπ.)

4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING

Η Περιφέρεια Ηπείρου αποτελεί μια αναπτυσσόμενη ελληνική περιφέρεια. Η γεωγραφική της θέση και το περιβάλλον που την περιβάλλει με πλούσια στοιχεία φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς μπορούν να την τοποθετήσουν ανάμεσα στους πιο προσιτούς τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας. Συνεπώς, το όραμα της Περιφέρειας στηρίζεται σε μια περιφέρεια με μειωμένη εποχικότητα τουρισμού, πλούσιο τουριστικό προϊόν επικεντρωμένο στον άνθρωπο και στη διαφορετικότητα του προϊόντος σε σχέση με άλλες όμορες ή ελληνικές / ευρωπαϊκές περιφέρειες προκειμένου να προσελκύει περισσότερους τουρίστες χειμώνα και καλοκαίρι.

Η Ήπειρος στηρίζει και στηρίζεται στον τουρισμό. Η ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος αναγνωρισμένο για το υψηλό επίπεδό του εντός και εκτός Ελλάδος και να δώσει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να επεκτείνουν τις διακοπές τους στην Ήπειρο.

Βασικός στόχος της στρατηγικής προβολής του τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου πρέπει να είναι η ανάδειξη, προώθηση και προβολή, στην Ελλάδα και το εξωτερικό, των προϊόντων / υπηρεσιών του θεματικού τουρισμού στην Ήπειρο προκειμένου ο 'Προορισμός Ήπειρος' να αποτελέσει έναν κοινό προορισμό θεματικού τουρισμού, όπου οι επισκέπτες θα γίνονται κοινωνοί της πλούσιας φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς του κάθε τόπου στην Ήπειρο

4.1 ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Ο τουρισμός παρά τις ιδιαιτερότητες της περιοχής και την έλλειψη υποδομών υψηλού επιπέδου, θεωρείται για την Ήπειρο σημαντικός πλουτοπαραγωγικός πόρος. Η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσεται συνεχώς αποτελώντας το μεγάλο πλεονέκτημα για την ανάπτυξη του τριτογενή τομέα.

Στον τομέα του της τουριστικής στρατηγικής οι επιδιώξεις συνοψίζονται στα ακόλουθα:

- ✚ Ενιαία και ολοκληρωμένη αντιμετώπιση του τουριστικού προϊόντος 'Ήπειρος' (ενιαία ταυτότητα)
- ✚ Αύξηση αναγνωρισιμότητας της Ηπείρου
- ✚ Δημιουργία καλής εικόνας για την περιοχή
- ✚ Κατευθύνσεις για την αναβάθμιση & εμπλουτισμό του Τουριστικού Προϊόντος στην Ήπειρο.
- ✚ Δικτύωση και από κοινού δράσεις για την Προώθηση και Προβολή του Θεματικού Τουρισμού.
- ✚ Ενθάρρυνση για τη δημιουργία και εισαγωγή καινοτομικών δράσεων σε επίπεδο προβολής και προώθησης του Θεματικού Τουρισμού.

- ✚ Ενέργειες για την ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος με βάση το συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει η κάθε περιοχή της Ηπείρου.
- ✚ Μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας
- ✚ Καθιέρωση της Ηπείρου ως τουριστικού προορισμού τεσσάρων εποχών με την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού (αθλητικός, εκπαιδευτικός, συνεδριακός, εκπαιδευτικός, αστικός, θρησκευτικός, ιαματικός)
- ✚ Αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης
- ✚ Καλλιέργεια τουριστικής κουλτούρας και υποστήριξη των επαγγελματιών

4.2 ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΣΤΟΧΟΙ

Η ανυπέρβλητη φυσική ομορφιά που διαθέτει η περιοχή της Ηπείρου αλλά και το πολυποίκιλο πολιτιστικό υπόβαθρο της μπορεί για να φιλοξενήσει πολλά από τα είδη θεματικού τουρισμού, όπως:

- Γαστρονομικός Τουρισμός
- Αθλητικός Τουρισμός
- Πολιτισμικός Τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Αστικός Τουρισμός
- Θρησκευτικός Τουρισμός
- Συνεδριακός Τουρισμός

4.3 ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΟΧΟΙ

ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ

- Αθήνα
- Θεσσαλονίκη
- Γειτνιάζουσες περιοχές (Δυτική & Κεντρική Μακεδονία, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα)

ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ

- Γερμανία
- Ην. Βασίλειο
- Ιταλία
- Ρωσία

- Βαλκανικές χώρες (Βουλγαρία - Ρουμανία)
- Χώρες της Κεντρικής Ευρώπης (Πολωνία - Τσεχία)
- Γαλλία
- Ολλανδία
- Σερβία
- Ισραήλ
- Κύπρος
- Αλβανία
- Αυστρία
- Σκανδιναβικές χώρες (Φινλανδία)
- ΗΠΑ
- Κίνα

4.4 ΣΥΝΤΟΜΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ-ΣΤΟΧΩΝ

Γαστρονομικός Τουρισμός

Πλούσιος πολύ ο γαστρονομικός πολιτισμός της Ηπείρου, συμπληρώνει την πολιτιστική ταυτότητά της. Επηρεασμένος από την ιδιομορφία του εδάφους (βουνό-θάλασσα) το κλίμα, τους λαούς που εγκαταστάθηκαν στην Ήπειρο και τους αποδήμους ηπειρώτες που ταξίδεψαν στα πέρατα της οικουμένης.

Γεύσεις απλές, αυθεντικές, σοφά συνταιριασμένες, δίνουν μαθήματα οικιακής οικονομίας, δημιουργώντας εξαιρετικά παραδοσιακά φαγητά, με πρώτες ύλες προϊόντα της φύσης, γεμάτα αρώματα και νοστιμιά.

Το "Ηπειρωτικό καλάθι" περιλαμβάνει πολλά προϊόντα με πιο δημοφιλή: τα Παραδοσιακά ζυμαρικά Ηπείρου, το ελαιόλαδο, τα κρασιά-τσίπουρο, τα αρωματικά φυτά-βότανα. τα σαλιγκάρια, τα βιολογικά και παραδοσιακά προϊόντα (χυλοπίτες, γλυκά του κουταλιού, τραχανά), το παραδοσιακό ξύδι, τη φέτα και τυροκομικά είδη, τα ακτινίδια, πορτοκάλια και τον Γιαννιώτικο παραδοσιακό μπακλαβά.

Αθλητικός Τουρισμός – Τουρισμός Φύσης

Σήμερα, πέρα από τον ιστορικό-πολιτιστικό τουρισμό και τον θαλάσσιο, στην Ήπειρο ο επισκέπτης μπορεί να βρει ειδικές δραστηριότητες, όπως κανόε-καγιάκ και ράφτινγκ στους ποταμούς Αώο, Βοϊδομάτη, Άραχθο και Αχέροντα, παραπέντε στην πεδιάδα του Αώου, αναρρίχηση σε φυσικές και τεχνητές πίστες στην Κόνιτσα, εκδρομές με ποδήλατα βουνού στην

Πίνδο, έφιππες διαδρομές, περιηγητικό και οικολογικό τουρισμό με συγκεκριμένες διαδρομές και οδηγούς φυσικού τουρισμού, κ.ά.

Η Ήπειρος προσφέρεται για πολλά είδη αθλητικού τουρισμού όπως:

- Αεροπτερισμός
- Πίστα moto cross
- Ορειβασία
- Πεζοπορία
- Ποδηλασία
- Kayak & Rafting
- Κανό
- Κατάδυση
- Φουσκωτό ταχύπλοο
- Αναρρίχηση
- Canyoning

Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού η οποία συνδέεται με διάφορες μορφές τουριστικής δραστηριότητας στη φύση («τουρισμός φύσης» ή «φυσιολατρικός τουρισμός»). Αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες και επί το πλείστον περιοχές θεσμοθετημένης περιβαλλοντικής προστασίας (π.χ. περιοχές Natura) και εμπεριέχει δραστηριότητες που μπορεί να έχουν επιστημονικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα (πχ. τουρισμός παρατήρησης των οικοσυστημάτων).

Ο οικοτουρισμός συμπληρώνεται από ορισμένες άλλες μορφές τουρισμού όπως ο επιστημονικός τουρισμός, ο περιηγητικός/ πεζοπορικός τουρισμός και ο τουρισμός υπαίθριων δραστηριοτήτων (τουρισμός περιπέτειας) που δεν συμβάλουν εξ ορισμού απαραίτητα στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, αλλά περιλαμβάνουν όλες εκείνες τις δραστηριότητες που διοργανώνονται στο φυσικό περιβάλλον και εν μέρει έχουν έντονο το στοιχείο της περιπέτειας.

Η Ήπειρος προσφέρει αξιόλογους προορισμούς οικοτουρισμού όπως οι παρακάτω:

Γεωπάрко Βίκου- Αώου

Το Εθνικό Πάρκο Βίκου-Αώου βρίσκεται στην Π.Ε. Ιωαννίνων ανάμεσα στους ορεινούς όγκους της Τραπεζίτσας, του Σμόλικα, της Τύμφης και του Μισικελίου. Η έκταση του πάρκου φτάνει τα 13.000 εκτάρια, από τα οποία τα 3.400 (34.000 στρέμματα) αποτελούν τον πυρήνα και τα 9.600

εκτάρια (96.000 στρέμματα) την περιφερειακή ζώνη. Εντάχθηκε στο Ευρωπαϊκό Δίκτυο Γεωπάρκων της UNESCO τον Οκτώβριο του 2010. Το πάρκο είναι αλλιώς γνωστό και με την ονομασία “Ο Δρυμός των μεγάλων κορυφών”. Βόρειο όριο του Δρυμού είναι η χαράδρα του Αώου και το νότιο όριο το φαράγγι του Βίκου. Μέσα στον Δρυμό βρίσκονται 4 οικισμοί. Είναι τα χωριά Μικρό και Μεγάλο Πάπιγκο, το Μονοδέντρι και ο Βίκος, όπου βρίσκεται και το ομώνυμο φαράγγι. Περιμετρικά στα όρια του Δρυμού βρίσκονται άλλα 6 χωριά του Ζαγορίου: η Αρίστη, ο Αγ. Μηνάς, η Βίτσα, το Καπέσοβο, το Βραδέτο και το Βρυσοχώρι.

Το φαράγγι του Βίκου το οποίο δημιουργήθηκε από τις έντονες γεωλογικές ανακατατάξεις, θεωρείται από τα μεγαλύτερα και πιο εντυπωσιακά ασβεστολιθικά φαράγγια της Ευρώπης. Έχει μήκος 12 χλμ., πλάτος που κυμαίνεται μεταξύ 200μ. και 1.5 χλμ. και μέγιστο βάθος 1200μ. Η χαράδρα του Βίκου είναι μια από τις μεγαλύτερες και βαθύτερες του κόσμου. Είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακή, με κάθετους γεωλογικούς σχηματισμούς, εναλλαγή οικοσυστημάτων, πλούσια βιοποικιλότητα και αποτελεί ένα από τα λίγα εναπομείναντα καταφύγια άγριας ζωής στην Ευρώπη. Η αρχή της βρίσκεται κοντά στο χωριό Τσεπέλοβο και το τέλος της πίσω από το χωριό Βίκος, στη γέφυρα της Αρίστης. Το αρχικό τμήμα της, ένα φαράγγι ιδιαίτερα στενό, ονομάζεται Βικάκι, ενώ παρακλάδια της θεωρούνται τα φαράγγια του Μέγα – Λάκκου και της Μεζαριάς. Τη χαράδρα διαρρέει ο ποταμός Βοϊδομάτης (παραπόταμος του Αώου), που έχει νερό μόνο εποχιακά. Το φαράγγι είναι υδατογενές δημιούργημα και το πέτρωμά του είναι ασβεστολιθικό, με εντυπωσιακούς τεταρτογενείς σχηματισμούς.

Ποταμός Αχέροντας

Ο Αχέρων διασχίζει τις Περιφερειακές Ενότητες Ιωαννίνων, Θεσπρωτίας και Πρεβέζης. Οι πηγές του είναι πολλές και προέρχονται από τα χιόνια του όρους Τόμαρος στην Π.Ε. Ιωαννίνων, από τα όρη Σουλίου και τα όρη Παραμυθιάς Θεσπρωτίας. Σημαντικές πηγές είναι επίσης αυτές του χωριού Βουβοπόταμος κοντά στη Γλυκή. Το ποτάμι σχηματίζεται αρχικά από δύο παραπόταμους - χείμαρρους, με λιγοστό νερό το καλοκαίρι αλλά άφθονο το χειμώνα. Οι δυο παραπόταμοι ενώνονται στο χωριό Πολυστάφυλο και δημιουργούν τον κύριο κορμό του Αχέροντα. Οι εκβολές του βρίσκονται στο Ιόνιο Πέλαγος, στο χωριό Αμμουδιά της Π.Ε. Πρεβέζης, όπου σχηματίζεται Δέλτα, από το οποίο διαμορφώνονται τα δύο κύρια έλη της περιοχής, το έλος της Σπλάντζας και της Βαλανιδορράχης. Το μήκος του ποταμού ανέρχεται στα 52 χιλιόμετρα, ενώ από τα νερά του αρδεύονται περίπου 85.000 στρέμματα, εκ των οποίων 28.000 βρίσκονται στην Π.Ε. Θεσπρωτίας και 57.000 στην Π.Ε. Πρεβέζης. Ο Αχέρων έχει χαρακτηριστεί περιοχή ιδιαίτερου κάλλους και πηγή σημαντικών πληροφοριών και γνώσεων στον τομέα της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Τόσο τα στενά και οι εκβολές του, όσο και η ευρύτερη περιοχή, ανήκουν στο Ευρωπαϊκό Δίκτυο Προστατευόμενων περιοχών Natura 2000.

Τα στενά του Καλαμά

Ανάμεσα στις ανατολικές πλαγιές των όρων Ρεβέλα και Λεύκες του Δήμου Φιλιατών και τις δυτικές πλαγιές των όρων Σίδηρη, Κουτσουβέλη, Σουμαλά του Δήμου Παραμυθιάς της Π.Ε. Θεσπρωτίας, βρίσκεται το φαράγγι, το οποίο διασχίζει ο ποταμός Καλαμάς. Το τμήμα αυτό του ποταμού με τις απότομες βουνοπλαγιές, αποτελεί την προστατευόμενη περιοχή των Στενών του Καλαμά. Είναι τοπίο μοναδικής αισθητικής αξίας, με έντονη την αίσθηση της απομόνωσης, με κατακόρυφους βραχώδεις γκρεμνούς, δυσπρόσιτα σπήλαια στις πλαγιές και σημαντική ζώνη παραποτάμιας βλάστησης. Τα νερά του ποταμού έδιναν και δίνουν ζωή στις πόλεις και τα γειτονικά χωριά. Στις όχθες του υπάρχουν γκρεμισμένα μονότοξα και πολύτοξα γεφύρια, ίχνη αρχαίων πόλεων και ακροπόλεων, που όλα μαρτυρούν την πλούσια ιστορία της περιοχής. Στο σημείο των εκβολών του, στο Ιόνιο, δημιουργείται το δέλτα του ποταμού. Τα Στενά Καλαμά είναι περιοχή κοινοτικού ενδιαφέροντος, συμπεριλαμβανομένη στον επιστημονικό κατάλογο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Natura 2000.

Πολιτισμικός Τουρισμός

Η πολιτιστική παράδοση της Ηπείρου αναδεικνύεται και μέσω των πολιτιστικών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στους δήμους της Περιφέρειας, κάθε χρόνο. Συγκεκριμένα, ο Δήμος Πρέβεζας διοργανώνει κάθε καλοκαίρι τα «Νικοπόλεια» που δίνουν έμφαση στη θεατρική σκηνή. Επιπρόσθετα, η χορωδία «Αρμονία» οργανώνει ένα χορωδιακό φεστιβάλ στο χώρο του αρχαίου Θεάτρου της Νικοπόλεως. Ο Δήμος Ηγουμενίσσας φιλοξενεί τα «Θεσπρωτικά», ενώ στην Άρτα οργανώνονται εκδηλώσεις για την επέτειο της απελευθέρωσης της πόλης, η εμποροπανήγυρη, η γιορτή της Σαρδέλας που τιμά τη σαρδέλα και επισημαίνεται η προσφορά του Αμβρακικού Κόλπου, καθώς και η γιορτή Κάστανου και Τσίπουρου του ορεινού χωριού Ροδαυγή Άρτας για την προβολή των τοπικών προϊόντων. Επίσης, στο Μέτσοβο οργανώνονται κάθε χρόνο σημαντικές πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως το «Αντάμωμα των Βλάχων», το οποίο λαμβάνει χώρα το πρώτο Σαββατοκύριακο του Ιουλίου και περιλαμβάνει διαλέξεις και βλάχικο τραγούδι. Άλλες σημαντικές εκδηλώσεις κατά τη διάρκεια του χρόνου είναι το Πανηγύρι του Προφήτη Ηλία στις 20 Ιουλίου, η εορτή της Αγίας Παρασκευής, Πολιούχου του Μετσόβου και ο Πίχτειος Περίπατος κατά τον οποίο οι κάτοικοι της περιοχής συγκεντρώνονται στην τοποθεσία «Λάκος», ανάβουν μεγάλες φωτιές, γιορτάζουν και το επόμενο πρωί κάνουν περίπατο διάρκειας 3 ωρών ως τη θέση «Αυτιά Φλέγγα». Τέλος, το διεθνές φεστιβάλ πολυφωνικού τραγουδιού οργανώνεται στο Δελβινάκι και στους Φιλιάτες Θεσπρωτίας.

Ο πολιτισμικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντικές προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη στην Ήπειρο ιδιαίτερα για περιοχές όπως η παράλια ζώνη της Π.Ε. Θεσπρωτίας, τα Ζαγοροχώρια, η πόλη των Ιωαννίνων και τα Τζουμέρκα.

Ζαγοροχώρια

Πρόκειται για ένα δίκτυο 46 χωριών το οποίο εντοπίζεται στο βόρειο τμήμα του λεκανοπεδίου

Ιωαννίνων και στο βορειοδυτικό της Πίνδου.

Η τουριστική δραστηριότητα στην περιοχή έχει ανθίσει τα τελευταία χρόνια και γνωρίζει συνεχή ανάπτυξη, καθώς οι επισκέπτες ελκύνονται από τη φυσιογνωμία της περιοχής. Οι επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί έως και σήμερα στην περιοχή εντοπίζονται κυρίως στη δημιουργία καταλυμάτων και επιχειρήσεων εστίασης.

Στην περιοχή αξιοσημείωτο είναι το αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον, το οποίο παρουσιάζουν οι ναοί του Αγίου Νικολάου, Κοιμήσεως της Θεοτόκου και Ταξιαρχών όπως και το γεφύρι του Μίσσιου ένα καλοδιατηρημένο δίτοξο γεφύρι, με καμάρες διαφορετικού μεγέθους, πάνω από τον ποταμό Βοϊδομάτη. Το άνοιγμα του μεγάλου του τόξου είναι περίπου 18 μέτρα και το ύψος του αγγίζει τα 10 μέτρα, ενώ το μικρότερο έχει διαστάσεις 6 και 5,5 μέτρων αντίστοιχα.

Ιωάννινα

Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική είναι εμφανής στην πόλη, καθώς κτίσματα όπως τα μουσεία, το Κάστρο, και το υπαίθριο θέατρο Φρόντζου, αποτελούν δείγματα της ηπειρωτικής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής. Το κατοικήσιμο νησάκι της λίμνης Παμβώτιδας είναι ένα ακόμη αξιοθέατο. Οι διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις που διαδραματίζονται όλο το χρόνο στην πόλη, μαρτυρούν την εξέλιξη της και την ικανότητά της να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της σύγχρονης κοινωνίας αλλά και την προσπάθειά της να αναπτυχθεί, συνδυάζοντας το παλαιό με το νέο καθώς και το παραδοσιακό με το σύγχρονο.

Σημείο αναφοράς της πόλης αποτελεί το κάστρο των Ιωαννίνων, το οποίο κατασκευάστηκε επί Ιουστινιανού το 528 μ.Χ για την οχύρωση του Βυζαντινού κράτους. Είναι το πιο αρχαίο βυζαντινό κάστρο, το οποίο την εποχή του Αλή Πασά αποτελούσε το μεγαλύτερο διοικητικό κέντρο ολόκληρης της Ελλάδας.

Η αρχαία Δωδώνη αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας ενώ το μαντείο είναι το αρχαιότερο που συναντάται στον ελλαδικό χώρο, υπήρξε λατρευτικό κέντρο του Δία και αποτέλεσε κοιτίδα του Ελληνικού πολιτισμού. Ο αρχαιολογικός χώρος της Δωδώνης είναι πλούσιος σε κτίρια και μνημεία όπως το στάδιο, η Ιερά Οικία, η Ακρόπολη και το επιβλητικό αρχαίο θέατρο, ένα από τα μεγαλύτερα και καλύτερα σωζόμενα αρχαία θέατρα.

Παράλια ζώνη Π.Ε. Θεσπρωτίας και Πρέβεζας

Στα παράλια της Π.Ε. Θεσπρωτίας παρουσιάζεται έντονη τουριστική δραστηριότητα μαζικού τουρισμού κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών. Οι εν λόγω ακτές αυτές βρίσκονται στους δήμους Ηγουμενίτσας, Σαγιάδας και Συβοτών, Πρεβέζης και Φαναρίου.

Ο αρχαιολογικός χώρος της Νικόπολης απλώνεται σε έκταση 9000 στρεμμάτων στην χερσόνησο της Πρέβεζας, στη ΝΔ Ηπειρο. Χτίστηκε μετά τη νίκη του πρώτου αυτοκράτορα της Ρώμης, του

Οκταβιανού Αύγουστου, στη Ναυμαχία του Ακτίου κατά του Μάρκου Αντώνιου και της Κλεοπάτρας, το 31 π.Χ. Στα σημαντικότερα μνημεία της Αρχαίας Νικόπολης περιλαμβάνονται το Ωδείο, το μνημείο του Αυγούστου, το θέατρο, το Νυμφαίο κα.

Άλλα αρχαιολογικά μνημεία της πόλης της Πρέβεζας είναι η Σπηλιά Ασπροχάλικου, η οποία είναι ένα από τα σπουδαιότερα παλαιολιθικά σπήλαια της Ευρώπης και η Πανδοσία, αποικία των Ηλείων του 8ου αιώνα.

Συνεδριακός Τουρισμός

Ο Συνεδριακός τουρισμός στην Ήπειρο αναπτύσσεται σταδιακά τα τελευταία χρόνια. Υπάρχουν οι απαιτούμενες υποδομές για την πραγματοποίηση συνεδρίων, όπως συνεδριακά κέντρα, κατάλληλα καταλύματα, οδικές συγκοινωνίες, κλπ.

Η Ήπειρος και κυρίως τα Ιωάννινα πληρούν όλες τις κατάλληλες προϋποθέσεις, για να αναπτυχθεί σε βάθος ο συνεδριακός τουρισμός. Υπάρχουν μεγάλα και πολυτελή ξενοδοχεία, πολλοί χώροι, το Πανεπιστήμιο κλπ.

Ο Συνεδριακός τουρισμός μπορεί να καταστεί ποιοτικά και ποσοτικά μεγάλος μοχλός τουριστικής ανάπτυξης, αξιοποίησης και τόνωσης της τοπικής οικονομίας.

Μόνο το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο των Ιωαννίνων διοργανώνει κάθε χρόνο δεκάδες συνέδρια στην πόλη, δίνοντας έτσι, εκτός από επιστημονικές και οικονομικές ενέσεις στην περιοχή.

Αστικός Τουρισμός

Αφορά τις πρωτεύουσες των Νομών της Περιφέρειας Ηπείρου καθεμιά από τις οποίες έχει να επιδείξει μια ιδιαίτερη ταυτότητα και ποικιλία επιλογών. Σε αυτή την κατεύθυνση μπορεί να προωθηθεί το shopping, η νυχτερινή ζωή αλλά και ο ιατρικός τουρισμός'

Θρησκευτικός Τουρισμός

Η Ήπειρος παρουσιάζει μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά σε θρησκευτικά μνημεία, όπως βυζαντινές εκκλησίες, ξωκλήσια και μοναστήρια. Ωστόσο οι πρωτοβουλίες για τη διατήρηση αυτής της πολιτιστικής θρησκευτικής κληρονομιάς μέχρι στιγμής έχουν εστιαστεί, κυρίως, στην τουριστική ανάπτυξη των περιοχών, χωρίς να αναγνωριστεί η ιστορική, η αρχιτεκτονική και η πολιτιστική αξία των ιστορικών τόπων λατρείας.

Αγροτουρισμός

Σε ότι αφορά την Ήπειρο, έχει όλες τις προϋποθέσεις για να αναπτύξει αυτή τη μορφή τουρισμού και να ξεφύγει από τα πολλά καταλύματα που, από μόνα τους, δεν αποτελούν αγροτουρισμό.

Στην Ήπειρο η ανάπτυξη του αγροτουρισμού μπορεί να αποδειχτεί μια πολύ πετυχημένη κίνηση, καθώς το φυσικό τοπίο και τα αξιοθέατα που έχει συνθέτουν ένα πολύ ελκυστικό πακέτο για

όσους επιθυμούν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με δράσεις που έχουν να κάνουν με τη φύση και τον πολιτισμό.

4.5 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ MARKETING - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

4.5.1 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING

Η υφιστάμενη στρατηγική marketing της περιοχής, με στόχο την τουριστική ανάπτυξή της, αφορά σε ποικίλες συνεργασίες και στην υλοποίηση συγχρηματοδοτούμενων έργων (αναφέρονται αναλυτικά στο κεφάλαιο 2 του παρόντος), σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο καθώς και στην υλοποίηση του εγκεκριμένου Επιχειρησιακού Σχεδίου για τον τουρισμό στην Ήπειρο το οποίο εκπονήθηκε το 2011.

Ενδεικτικά αναφέρονται παρακάτω οι ενέργειες που έχουν γίνει μέχρι σήμερα για την προώθηση του τουρισμού της Περιφέρειας ως απόρροια του Επιχειρησιακού – Στρατηγικού Σχεδίου για την Τουριστική Ανάπτυξη της Ηπείρου, που εκπονήθηκε το 2011 και δέχτηκε απόλυτης αποδοχής από όλους τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό φορείς:

- ✚ Ενέργειες για την ενίσχυση της αεροπορικής σύνδεσης της Ηπείρου με την Ελλάδα και το εξωτερικό- Άνοιγμα Συνεργασιών με εταιρίες χαμηλού κόστους
- ✚ Συστηματικές προσπάθειες για την Προσέλκυση Κρουαζιερόπλοιων στην Ήπειρο - Σύσταση του Συμβουλίου Ανάπτυξης Κρουαζιέρας
- ✚ Ανάρτηση στο site της Περιφέρειας του προγράμματος πτήσεων του αεροδρομίου των Ιωαννίνων και του προγράμματος ναυλωμένων πτήσεων από προορισμούς του εξωτερικού προς το αεροδρόμιο του Ακτίου και αντίστροφα.
- ✚ Παραγωγή διαφημιστικού υλικού
 - Εκδόσεις εντύπων, τα οποία παρουσιάζουν το τουριστικό προϊόν της περιοχής
 - Σχέδιο Προώθησης-Διανομής Προωθητικού Υλικού
- ✚ Παραγωγή Ψηφιακού Διαφημιστικού Υλικού
- ✚ Παραγωγή Διαφημιστικών Banners
- ✚ Τηλεοπτική Προβολή και Ηλεκτρονική Προβολή (δημιουργία προφίλ στο facebook και το twitter με το όνομα «Ήπειρος - Τουριστική Προβολή» στα ελληνικά και τα αγγλικά με φωτογραφίες και κείμενα παρουσίασης).
- ✚ Καταχωρήσεις σε Έντυπα
- ✚ Συμμετοχή σε Εκθέσεις (Ολλανδία, Ισραήλ, Σερβία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιταλία, Κύπρος)
- ✚ Φιλοξενίες δημοσιογράφων και τουριστικών πρακτόρων σε συνεργασία με τα αντίστοιχα

γραφεία του Ε.Ο.Τ. και με τις ενώσεις των ξενοδόχων της Ηπείρου με αντισταθμιστικό όφελος την προβολή της περιοχής στα μέσα που εκπροσωπούν οι παραπάνω

- ✚ Συμμετοχή σε ημερίδες – συνέδρια
- ✚ Προωθητικές ενέργειες χωρίς κόστος για την Περιφέρεια (δημιουργία εκτεταμένου DATA BASE για ηλεκτρονική αποστολή τουριστικών μηνυμάτων. Περιλαμβάνει λίστες από σχολεία της επικράτειας, τουριστικά γραφεία, ξενοδοχεία, κα. Η λίστα αυτή χρησιμοποιείται για την αποστολή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο παρουσιάσεων, video κλπ.)
- ✚ Ενέργειες για την προσέλκυση του μαθητικού τουρισμού
- ✚ Ενέργειες για την προσέλκυση τουρισμού τρίτης ηλικίας
- ✚ Εκπόνηση σχεδίου οργάνωσης υποδοχής κρουαζιέρας
- ✚ Καταγραφή του Τουριστικού Προϊόντος της Ηπείρου σε συνεργασία με τα Τμήματα Εμπορίου και Τουρισμού των Π.Ε. και τους Δήμους. Έχει δημιουργηθεί μια μεγάλη βάση δεδομένων, η οποία αποτελεί πηγή πληροφοριών για τη δημιουργία εντύπων και παράλληλα χρησιμοποιείται στην ιστοσελίδα της Περιφέρειας και για την αποστολή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, με στόχο το direct marketing.
- ✚ Έρευνα Ικανοποίησης επισκεπτών προς τουρίστες των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Περιφερειακής Ενότητας με στόχο την διερεύνηση του βαθμού ικανοποίησής των και περαιτέρω την αξιολόγηση και βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

✚ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Μνημόνιο Συνεργασίας για τη δημιουργία Νέου Τουριστικού Προϊόντος με βάση τα Αρχαία Θέατρα της Ηπείρου: Μια καινοτομία για τα Ελληνικά δεδομένα
- Ένταξη 2 πράξεων "ως υποψήφια έργα για ένταξη στο ΕΣΠΑ 2014-2020", που έχουν προγραμματιστεί στο πλαίσιο του Πιλοτικού Προγράμματος "Πολιτιστικής Διαδρομής στα Αρχαία Θέατρα της Ηπείρου.

✚ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Συνεργασία με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε.)
- Έναρξη εφαρμογής του Ελληνικού Ηπειρώτικου πρωινού στα ξενοδοχεία της Ηπείρου
- Συνεργασία με τη Λέσχη Γαστρονόμων Ηπείρου (ΛΕΓΗ) και το Σύλλογο Γευσιγνωστών Πρέβεζας (Μίθαικος) για την καθιέρωση του Ελληνικού πρωινού Ηπείρου σε όλα τα ξενοδοχεία της Περιφέρειας

- Συνεργασία με τα Επιμελητήρια της Ηπείρου και της Λευκάδας
- Συνεργασία με τις τουριστικές επιχειρήσεις της Ηπείρου
- Συνεργασία με τη Λέσχη Γαστρονόμων Ηπείρου (ΛΕΓΗ) και το Σύλλογο Γευσιγνωστών Πρέβεζας (Μίθαικος) για τη συνδιοργάνωση Παγκόσμιου Συνεδρίου γαστρονομίας στα Ιωάννινα και στην Πρέβεζα

4.5.2 ΚΥΡΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ MARKETING

Οι φορείς που ασχολούνται σε Εθνικό, Περιφερειακό και Τοπικό επίπεδο με την προώθηση και προβολή του θεματικού τουρισμού στη Περιφέρεια Ηπείρου είναι οι κάτωθι:

- Η ίδια η Περιφέρεια Ηπείρου με εξειδίκευση ανά Περιφερειακή Ενότητα.
- Οι Δήμοι: Αρταίων, Νικολάου Σκουφά, Γεωργίου Καραϊσκάκη, Κεντρικών Τζουμέρκων, Ηγουμενίτσας, Φιλιατών, Σουλίου, Ιωαννιτών, Ζαγορίου, Κόνιτσας, Πωγωνίου, Βορείων Τζουμέρκων, Μετσόβου, Δωδώνης, Ζίτσας, Πρέβεζας, Πάργας και Ζηρού, οι οποίοι ανήκουν στην Περιφέρεια Ηπείρου.
- Αναπτυξιακοί φορείς και εταιρείες που υλοποιούν προγράμματα τουριστικού σχεδιασμού και ανάπτυξης.
- Ενώσεις ξενοδόχων και τουριστικών καταλυμάτων
- Τουριστικές επιχειρήσεις (καταλύματα, ταξιδιωτικά γραφεία κλπ.) που ήδη δραστηριοποιούνται ή θέλουν να επεκταθούν στο χώρο του εναλλακτικού και θεματικού τουρισμού.
- Τα αρμόδια Υπουργεία
- Τα Επιμελητήρια Ιωαννίνων, Πρέβεζας, Θεσπρωτίας και Άρτας.
- Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ).

4.5.3 ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Ο θεματικός τουρισμός της Ηπείρου προβάλλεται μέσα από ένα ευρύ φάσμα καναλιών. Πιο συγκεκριμένα, προβάλλεται μέσω ιστοσελίδων, μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενώ παράλληλα διοργανώνονται ενέργειες προβολής στα μέσα μαζικής ενημέρωσης όπως, Συνεντεύξεις Τύπου, Τηλεοπτικές Προβολές, Καταχωρήσεις κλπ. Ειδικότερα αναφέρουμε τα εξής.

- ➔ Καταχωρήσεις σε εφημερίδες πανελλαδικής κυκλοφορίας (2014),
- ➔ Μετάδοση 6 θεματικών ραδιοφωνικών σποτ σε Αθηναϊκούς και Περιφερειακούς

ραδιοφωνικούς σταθμούς (Πολιτισμός - Γαστρονομία - Φύση - Δραστηριότητες - Θρησκευτικά μνημεία-Θάλασσα) καθώς και τηλεοπτικού σποτ σε Αθηναϊκούς σταθμούς. Προβολή έγινε και μέσω του Διαδικτύου σε portal τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό (2014).

- Εκτύπωση 6 τρίπτυχων θεματικών εντύπων (εμπειρίες επισκεπτών, αναφέρω πιο πάνω τις ενότητες), τα οποία διανέμονται σε εκθέσεις και σε φορείς που προβάλλουν το τουριστικό προϊόν της Ηπείρου (2014).
- Παραγωγή 6 θεματικών video μικρής διάρκειας τα οποία προβάλλονται στις εκθέσεις που συμμετέχει η Περιφέρεια (2014).
- Ετήσιες πολιτιστικές εκδηλώσεις στους δήμους της Περιφέρειας. Ο Δήμος Πρέβεζας διοργανώνει, επίσης, κάθε καλοκαίρι τα «Νικοπόλεια» που δίνουν έμφαση στη θεατρική σκηνή. Επιπρόσθετα, η χορωδία «Αρμονία» οργανώνει ένα χορωδιακό φεστιβάλ στο χώρο του αρχαίου Θεάτρου της Νικοπόλεως. Ο Δήμος Ηγουμενίτσας φιλοξενεί τα «Θεσπρωτικά», ενώ στην Άρτα οργανώνονται εκδηλώσεις για την επέτειο της απελευθέρωσης της πόλης, η εμποροπανήγυρη, η γιορτή της Σαρδέλας που τιμά τη σαρδέλα και επισημαίνεται η προσφορά του Αμβρακικού Κόλπου, καθώς και η γιορτή Κάστανου και Τσίπουρου του ορεινού χωριού Ροδαυγή Άρτας για την προβολή των τοπικών προϊόντων. Τέλος, το διεθνές φεστιβάλ πολυγωνικού τραγουδιού οργανώνεται στο Δελβινάκι και στους Φιλιάτες Θεσπρωτίας.

Το τουριστικό προϊόν της Ηπείρου προβάλλεται από τα ακόλουθα μέσα προβολής:

Ελληνική Δημοκρατία
Περιφέρεια Ηπείρου
Region of Epirus

Περιφέρεια Ηπείρου
Οδηγός του Πολίτη

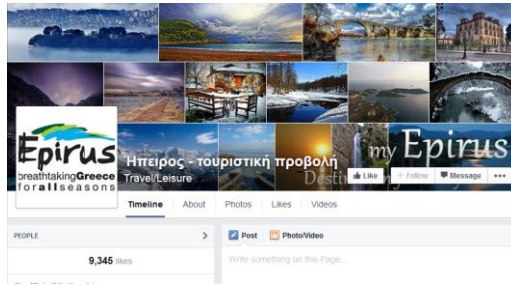
Η Περιφέρεια Διοίκηση - Δομή
Ενημέρωση Νέο - Ανακαινίσεις
Αποφάσεις Επιτροπών
Προγράμματα & Έργα
Διαύγεια Αποφάσεις
Ήπιταρος Προβολή
Υποστήριξη Τεχνολ
Επικοινωνία Γραφείο | Θυρίδα

**οδοιπορικό
στην ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ**

[Διάρκεια: 17:45]

Τουριστική Προβολή
Τουριστικοί Οδηγοί Περιφέρειας Ηπείρου
Περιφερειακή Ενότητα Άρτας
Περιφερειακή Ενότητα Θεσπρωτίας
Περιφερειακή Ενότητα Ιωονίων
Περιφερειακή Ενότητα Πρέβεζας

<http://www.php.gov.gr/ipeiros/τουριστική-προβολή>



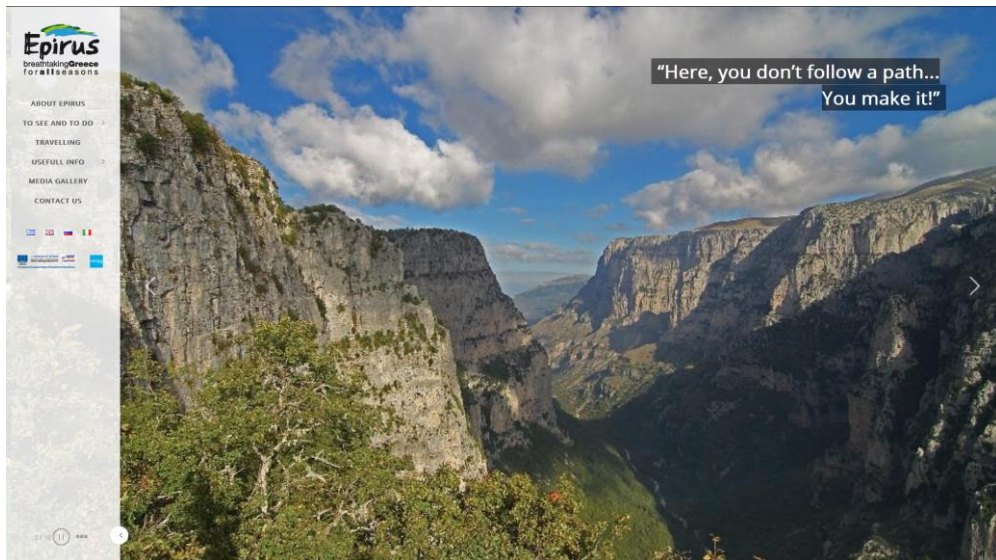
<https://www.facebook.com/myEpirus>



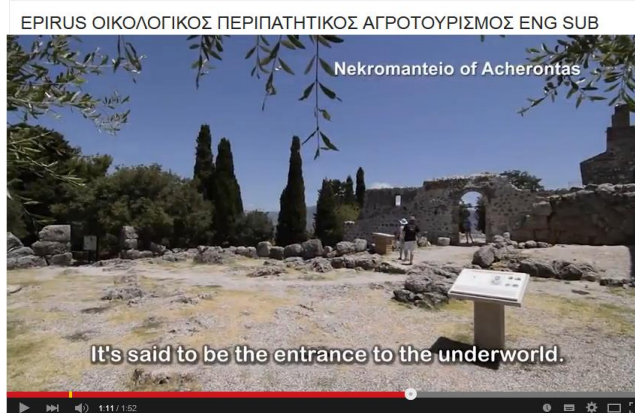
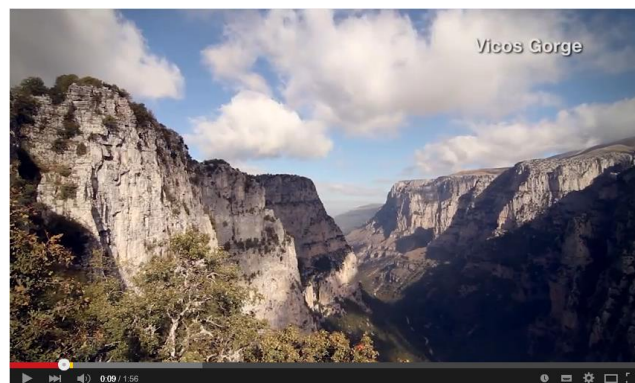
<http://epirustreasures.gr/>



<https://twitter.com/regionofepirus>



www.epirusforallseasons.gr



ΕΠΙΡΟΣ ΙΣΤΟΡΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ENG SUB 720p



EPIRUS ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ENG SUB 720p



EPIRUS ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ENG SUB 720p

4.6 SWOT ANALYSIS ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ MARKETING

Δυνατότητες:

- ☞ Δυνατότητα συνεργασίας μεταξύ των φορέων προβολής του τουριστικού προϊόντος
- ☞ Κάλυψη ενός ευρέως φάσματος πεδίων διαφορετικού ενδιαφέροντος
- ☞ Ύπαρξη πλούσιας φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς που ευνοούν την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού
- ☞ Ύπαρξη συνεργειών μεταξύ της Περιφέρειας και άλλων περιοχών του εξωτερικού

Αδυναμίες:

- ☞ Έλλειψη αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας λόγω μεγάλου αριθμού ιστοσελίδων
- ☞ Απειρία στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- ☞ Ανυπαρξία ελέγχου και αξιολόγησης των προωθητικών ενεργειών

Ευκαιρίες:

- ☞ Χαμηλό κόστος προωθητικών ενεργειών (ιστοσελίδες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης)
- ☞ Συνέργειες με γειτνιάζουσες περιοχές άλλων περιοχών του εξωτερικού
- ☞ Οι επιδοτήσεις από αναπτυξιακά Εθνικά και Ευρωπαϊκά προγράμματα (πχ. ΕΣΠΑ)

☞ Οι νέοι τρόπου δικτύωσης των νέων (πχ. blogs, facebook, κλπ.)

Απειλές:

☞ Διεθνής οικονομική κρίση

☞ Όλες οι προωθητικές δράσεις είναι επικαλυπτόμενες, λόγω του μεγάλου αριθμού των φορέων λήψης αποφάσεων

4.7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η πλούσια φυσική και πολιτιστική κληρονομιά της Περιφέρειας Ηπείρου αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ανάληψη πολιτικών προώθησης του θεματικού τουρισμού.

Οι ενέργειες προβολής και προώθησης που έχουν πραγματοποιηθεί όλα αυτά τα χρόνια, έχουν συμβάλει σημαντικά στην ανάδειξη της περιοχής, όχι μόνο στους έλληνες τουρίστες αλλά και στους ξένους. Παρ'όλα αυτά διακρίνεται ότι η τουριστική ανάπτυξη στην Περιφέρεια δεν γνωρίζει ρυθμούς και μεγέθη ανάλογα με εκείνα που γνώρισαν ή γνωρίζουν άλλες περιοχές, στις οποίες υπήρξε οργανωμένη τουριστική πολιτική.

Με βάση την αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης και την ανάλυση των Δυνατών Σημείων – Αδυναμιών – Ευκαιριών – Απειλών (SWOT) της περιοχής παρέμβασης αλλά της στρατηγικής marketing που αυτή ακολουθεί, καταγράφηκαν σημαντικές ανάγκες και προβλήματα ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζονται συγκεκριμένες δυνατότητες και μια αξιόλογη δυναμική.

Για την επίτευξη του οράματος οι προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στα κάτωθι:

- Ενιαία και ολοκληρωμένη διαχείριση και προβολή του τουριστικού προορισμού «Ήπειρος» (brand name) και καθιέρωση του ως «προορισμό τεσσάρων εποχών» σε συνδυασμό με αντίστοιχες δράσεις των περιοχών της Αδριατικής, παράλληλα με μια κάθετη προσέγγιση των ομάδων στόχου σε επίπεδο θεματικού τουρισμού.
- Ανάπτυξη, ενίσχυση και οργάνωση του θεματικού τουρισμού, άμεσα συνυφασμένου με τους πλούσιους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους.
- Ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς ως προωθητικού παράγοντα της τοπικής οικονομίας.
- Επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο, η οποία θα οδηγήσει στην ενθάρρυνση της δημιουργίας νέων προϊόντων, διαδικασιών και υπηρεσιών.

Στο αναπτυξιακό όραμα της Περιφέρειας κρίνεται σκόπιμο να τεθούν στρατηγικοί στόχοι και κατευθυντήριες αρχές που αφορούν:

- Στην προώθηση της οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης της περιοχής
- Στην αναβάθμιση της διοικητικής ικανότητάς της

- Στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους επισκέπτες και
- Στην ορθολογική διαχείριση και αξιοποίηση των οικονομικών πόρων της Περιφέρειας

5 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Το επιχειρησιακό Σχέδιο Ανάπτυξης του Τουρισμού της Περιφέρειας Ηπείρου δομείται γύρω από μια κεντρική επιδίωξη με εμβληματικό χαρακτήρα, που δείχνει με σαφή και παράλληλα οραματικό τρόπο την κατεύθυνση προς την οποία επιχειρείται να στραφεί η ανάπτυξη της Περιφέρειας.

Στρατηγική Επιδίωξη

Η κεντρική επιδίωξη του Επιχειρησιακού Σχεδίου για την Ανάπτυξη και την Προώθηση του Τουρισμού στην Περιφέρεια Ηπείρου είναι ο **«εμπλουτισμός του αναπτυξιακού μοντέλου της Περιφέρειας με τη δυναμική της αξιοποίησης του θεματικού τουρισμού»**.

Προκειμένου η Περιφέρεια Ηπείρου να πετύχει την ανωτέρω στρατηγική επιδίωξή της, θα πρέπει να δημιουργήσει στρατηγικούς στόχους όπως η ενδυνάμωση της τοπικής και περιφερειακής οικονομίας, η προώθηση της κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξής της, η μεγέθυνση των δεικτών περιφερειακής ανάπτυξης, η ενίσχυση των δράσεων θεματικού τουρισμού. Πιστεύεται πως η επίτευξη των στρατηγικών στόχων μπορεί να πραγματοποιηθεί καθώς η Περιφέρεια έχει μοναδική και πλούσια ιστορική κληρονομιά καθώς επίσης και πλούσιους πόρους γαστρονομίας, ακτογραμμών, ορεινών περιοχών, φυσικών πόρων, χώρων διασκέδασης, των οποίων η εκμετάλλευση μπορεί να συμβεί όλο το χρόνο και να προσφέρει μεγαλύτερη εξωστρέφεια στην περιοχή.

Οι κύριοι στρατηγικοί στόχοι περιγράφονται ως ακολούθως:

Στρατηγικός Στόχος 1

Αποτελεσματική προσέγγιση ομάδων στόχων ανά κατηγορία θεματικού τουρισμού

Στρατηγικός Στόχος 2

Αναβάθμιση & εμπλουτισμός του Τουριστικού Προϊόντος στην Ήπειρο - Καθιέρωση της Ηπείρου ως τουριστικού προορισμού τεσσάρων εποχών με την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού

Στρατηγικός Στόχος 3

Ενθάρρυνση για τη δημιουργία και εισαγωγή καινοτομικών δράσεων σε επίπεδο προβολής και προώθησης του Θεματικού Τουρισμού.

Στρατηγικός Στόχος 4

Αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης

Ομαδοποίηση των Γενικών Στόχων σε Άξονες και Μέτρα

Άξονας Παρέμβασης 1: Αποτελεσματική προσέγγιση ομάδων στόχων ανά κατηγορία θεματικού τουρισμού

- Οριοθέτηση target groups ανά κατηγορία θεματικού τουρισμού
- Διάχυση των brand names (έχει δημιουργηθεί ένα ανά κατηγορία θεματικού τουρισμού)

Άξονας Παρέμβασης 2: Αναβάθμιση & Εμπλουτισμός Τουριστικού Προϊόντος

- Δημιουργία «Κεντρικού Φορέα Τουρισμού Ηπείρου»
- Ανάπτυξη θεματικών εμπειριών και χαρτοφυλακίου θεματικού τουριστικού προϊόντος
- Δημιουργία κέντρου πληροφόρησης επισκεπτών Θεσπρωτίας (Ηγουμενίτσα)

Άξονας Παρέμβασης 3: Προώθηση και Προβολή του Θεματικού Τουρισμού

- Προώθηση θεματικού τουρισμού μέσω Διαδικτυακών Τόπων
- Επικαιροποίηση / ανανέωση ψηφιακού περιεχομένου
- Ενίσχυση της παρουσίας σε Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης
- Ενέργειες προβολής μέσω Διαδικτύου & Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης
- Πρόγραμμα προώθησης Θεσπρωτίας
- Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις

Άξονας Παρέμβασης 4: Δικτύωση και από κοινού δράσεις για την Προώθηση και Προβολή του Θεματικού Τουρισμού

- Λειτουργία δικτύου προώθησης του θεματικού τουρισμού

5.1 ΑΞΟΝΕΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ

5.1.1 ΑΞΟΝΑΣ 1: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΟΜΑΔΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΔΡΑΣΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗΣ ΟΜΑΔΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ανάλυση των τμημάτων αγοράς επισκεπτών αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία στην ανάπτυξη του στρατηγικού σχεδιασμού των δραστηριοτήτων του Marketing και βοηθάει στην τοποθέτηση επιχειρησιακών δραστηριοτήτων καθώς και στην κατηγοριοποίηση των καταναλωτών τουριστών. Τα δημογραφικά στοιχεία των τουριστών καθώς και οι διαδικασίες που χρησιμοποιούν για να επιλέξουν έναν προορισμό διακοπών είναι πολύ σημαντικά για την αντιστοίχιση των επικρατέστερων δραστηριοτήτων καθώς και του τρόπου προώθησης αυτών. Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες, οι ηλικιακές ζώνες οι οποίες θα απολαμβάνουν τον τουρισμό θα είναι ιδιαίτερα υψηλές και θα κυμαίνονται από 45 μέχρι 70. Σημαντικότερα κριτήρια επιλογής προορισμού φαίνεται να είναι οι γνωριμίες, οι επαφές και η ασφάλεια, η υγεία, η νεανικότητα και η

ποικιλία στις δραστηριότητες και η διατροφή. Λόγω του μικρότερου ποσοστού ατόμων μικρής ηλικίας στο σύνολο των δυνητικών επισκεπτών και μιας αύξησης επισκεπτών μέσης ηλικίας προβλέπονται ευκαιρίες εκμετάλλευσης στην ώριμη αγορά (από 45 ετών και άνω). Σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία γίνεται αντιληπτό ότι λιγότεροι νέοι κάνουν διακοπές κυρίως για λόγους οικονομικούς και ότι η οργάνωση των διακοπών γίνεται πλέον από τους ίδιους προσπαθώντας να μειώσουν το κόστος. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι οι επισκέπτες ενός προορισμού δεν εμπιστεύονται πλέον ταξιδιωτικά γραφεία αλλά ιστότοπους με διεθνή απήχηση για να πάρουν πληροφορίες για τον προορισμό, τα εστιατόρια ή τα ξενοδοχεία.

Τα προσεχή χρόνια η ηλικία των δυνητικών τουριστών θα μετατοπιστεί προς ηλικίες μεγαλύτερες των 45 ετών. Το νέο προφίλ των τουριστών και οι μελλοντικές τους τάσεις (αποτελέσματα Συνόδου της European Travel Commission, ETC, Λισσαβόνα) θα έχουν ως εξής:

- μεγαλύτερος συντηρητισμός στις προτιμήσεις των τουριστών (αναζήτηση ανέσεων, ποιότητας και ασφάλειας)
- αύξηση της ζήτησης για άνετα μέσα μετακίνησης - μεταφοράς
- αύξηση της ζήτησης για προϊόντα a la carte
- αύξηση τουριστικής κίνησης σε εκτός αιχμής χρονικές περιόδους
- αύξηση της ζήτησης για προορισμούς ολιγοήμερων διακοπών (city-breaks)
- αύξηση της ζήτησης για ειδικά προϊόντα που επιλέγονται παρορμητικά
- αύξηση της ζήτησης για μικρές ξενοδοχειακές μονάδες με "προσωπικότητα"
- μείωση της ζήτησης για το μοντέλο "bed and breakfast"

Τα προσεχή χρόνια οι δυνητικοί τουρίστες αναμένεται να έχουν καλύτερο μορφωτικό επίπεδο, με συνέπεια την αύξηση της ζήτησης σε θέματα που σχετίζονται με Τέχνη, Ιστορία, και Πολιτισμό. Για τους ίδιους λόγους αναμένεται να είναι περισσότερο συνειδητοποιημένοι σε θέματα υγείας, γεγονός που θα τους ωθεί να προτιμούν προορισμούς που εξασφαλίζουν μεγαλύτερη σωματική δραστηριότητα.

Στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει οι προτεινόμενες δράσεις προβολής και προώθησης του θεματικού τουρισμού στην Ήπειρο να γίνουν με γνώμονα τη διαφοροποίηση των ομάδων στόχων ανάλογα με το είδος του θεματικού τουρισμού που θέλουμε να προβάλλουμε.

Για το σκοπό αυτό προτείνονται οι κάτωθι προκαταρκτικές ενέργειες οι οποίες θα πρέπει να αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του σχεδιασμού των ενεργειών προβολής και προώθησης:

- ❖ προσδιορισμός των ομάδων στόχων ανά κατηγορία θεματικού τουρισμού, όπου θα δώσει έμφαση η εκάστοτε διαφημιστική καμπάνια προκειμένου να υπάρξουν καλύτερα αποτελέσματα.,

- ❖ κατηγοριοποίηση των επισκεπτών και στοχευμένα δημογραφικά με βάση τα (Φύλο Ηλικία Εκπαίδευση Εισόδημα Σύνθεση Ταξιδιού Πακέτα Διακοπών Κύρια δραστηριότητα Τρόπος κράτησης Πηγή πληροφόρησης Μεταφορικό Σημαντικότερος λόγος επίσκεψης)
- ❖ αναγνώριση και εντοπισμός των αγορών στόχων γύρω από τις οποίες θα επικεντρωθεί η προσπάθεια προσέλκυσης τουριστών

Ως κοινό-στόχος θεωρούνται επί της αρχής όλες οι ηλικιακές ομάδες, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, προωθώντας κατά περίπτωση το είδος του θεματικού τουρισμού που ταιριάζει περισσότερο στα ενδιαφέροντα της κάθε μίας από αυτές. Προκειμένου να καταστεί εφικτή η στοχευμένη προσέγγιση που αναφέρεται παραπάνω με αποτελεσματικό τρόπο, θα πρέπει η κάθε ομάδα στόχο να προσεγγιστεί με τον κατάλληλο τρόπο και μέσα όπως αρμόζει στις συνθήκες τους, όπως για παράδειγμα η προσέγγιση σε νέους θα πρέπει να γίνει σε σχετικούς ιστότοπους στο διαδίκτυο, σε έντυπα μέσα με αντίστοιχο περιεχόμενο, σε Συλλόγους αθλητικών και ομαδικών δραστηριοτήτων κλπ. Ο συνδυασμός διαφορετικών μέσων και εργαλείων επικοινωνίας είναι απαραίτητος ώστε να εξασφαλιστεί αποτελεσματικότερη επικοινωνία. Τα μέτρα πληροφόρησης και δημοσιότητας του παρόντος σχεδίου θα πρέπει να διαφοροποιούνται ανάλογα με το στοχοθετούμενο κοινό.

Μια ολοκληρωμένη και στοχευμένη επικοινωνιακή πολιτική για τον θεματικό τουρισμό, προϋποθέτει τη χρήση μιας σειράς μέσων που καλύπτουν τόσο τις παραδοσιακούς τρόπους, όσο και τις πιο σύγχρονους και τεχνολογικά προηγμένους, λόγω της γκάμας που καλύπτει το προτεινόμενο κοινό στόχος.

Το κόστος της συγκεκριμένης ενέργειας καλύπτεται από το συνολικό π/υ των δράσεων προβολής και προώθησης.

ΔΙΑΧΥΣΗ BRAND NAMES (ΚΟΙΝΟΥ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ) - ΕΝΑ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο θεματικός τουρισμός ορίζεται ως μία επιλογή διακοπών που συνδέεται απόλυτα με τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες κάθε τόπου, τις οποίες προσπαθεί να επικοινωνήσει στον επισκέπτη, που θα μοιραστεί με τους κατοίκους τις εμπειρίες του τοπικού τρόπου ζωής για όσον καιρό επιθυμεί. Ο θεματικός τουρισμός έχει τόσες πολλές διαστάσεις που θα έλεγε κανείς ότι είναι «κομμένες και ραμμένες» στις προσωπικές ανάγκες του καθενός μας. Αποτελούν ένα σύνολο δραστηριοτήτων που αξιοποιούν το φυσικό κάλλος μίας περιοχής λιγότερο γνωστής από τα παραδοσιακά θέρετρα και έχουν στόχο να μυήσουν τον επισκέπτη (περιηγητή) στα μυστικά της κάθε περιοχής που συνιστούν την «τοπική ταυτότητα» όπως η τοπική αρχιτεκτονική, κουλτούρα, τοπικά προϊόντα, γαστρονομία και γενικότερα όλα τα στοιχεία που συνθέτουν το Φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον του κάθε τόπου.

Ως εκ τούτου πρωταρχικός στόχος της Επικοινωνιακής Στρατηγικής για την ανάπτυξη του

θεματικού τουρισμού θα είναι η δημιουργία προφίλ - μιας ιδιαίτερης ταυτότητας (brand name) για το κάθε είδος θεματικού τουρισμού της Περιφέρειας Ηπείρου (γαστρονομία, θαλάσσιος τουρισμός, συνεδριακός κλπ), η οποία θα καθιστά το θεματικό τουρισμό ελκυστικό και ανταγωνιστικό στις ομάδες στόχους, εσωτερικού – εξωτερικού.

Το brand name για το κάθε είδος θεματικού τουρισμού της Περιφέρειας θα πρέπει να είναι στοχευμένο ανά κατηγορία θεματικού τουρισμού, θα συνίσταται από το χαρακτηριστικό γνώρισμα του κάθε είδους και θα χρησιμοποιείται στο πλαίσιο της υλοποίησης των ενεργειών τουριστικής προβολής και προώθησης της Περιφέρειας (διαφημιστικές καμπάνιες, έντυπα κλπ), που αναφέρονται στο παρόν, σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Ο στόχος είναι 'η δημιουργία θεματικού τουρισμού για την Ήπειρο με brand name' με στόχο την προσέλκυση ομάδων τουριστών και επισκεπτών ειδικού ενδιαφέροντος για το κάθε είδος θεματικού τουρισμού ανάλογα με τις προτιμήσεις τους.

Στην κατεύθυνση αυτή μπορούν να υλοποιηθούν μια σειρά δράσεων. Για παράδειγμα στο γαστρονομικό τουρισμό θα μπορεί να γίνει ανάπτυξη ενός κοινού λογότυπου για τοπικά προϊόντα από την Ήπειρο, το οποίο θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και για την σήμανση και τοπικών πιάτων. Επίσης θα μπορούσε να υπάρξει ιδιαίτερη σήμανση των τοπικών πιάτων που προσφέρονται στις γαστρονομικές επιχειρήσεις της Περιφέρειας, για τα οποία χρησιμοποιούνται φρέσκα και εποχιακά υλικά, από βιολογικές καλλιέργειες.

Επιπλέον για την επίτευξη μεγαλύτερου αποτελέσματος θα πρέπει το περιεχόμενο των προς αναπαραγωγή εντύπων να είναι θεματικό, διαφορετικό δηλαδή ανά κατηγορία θεματικού τουρισμού.

Εκτός από την δημιουργία brand names ανά κατηγορία θεματικού τουρισμού, η οποία έχει ήδη ολοκληρωθεί, σημαντική δράση είναι και η διάχυση των brand names στους αρμόδιους φορείς, στις τουριστικές επιχειρήσεις, στους παραγωγούς και σε κάθε ενδιαφερόμενο, έτσι ώστε να υιοθετηθούν και χρησιμοποιηθούν από αυτούς και να γίνουν γνωστά στους «πελάτες» τους, ενισχύοντας την αξία των προϊόντων και υπηρεσιών τους και καθιερώνοντας de facto το brand name ως μέσο αναγνώρισης συγκεκριμένων ποιοτικών προϊόντων/ υπηρεσιών. Παράλληλα βέβαια θα πρέπει να γίνουν ενέργειες προβολής των brand names και ενημέρωσης όλων των εμπλεκόμενων, από συλλογικούς φορείς (Περιφέρεια, Επιμελητήρια κ.ά.) καθώς και αντίστοιχες ενέργειες ενημέρωσης των δυνητικών πελατών (εκθέσεις, διαφημιστικές καμπάνιες κτλ).

Το κόστος της συγκεκριμένης ενέργειας καλύπτεται από το συνολικό π/υ των δράσεων προβολής και προώθησης.

5.1.2 ΑΞΟΝΑΣ 2: ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

ΔΡΑΣΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ «ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΦΟΡΕΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΗΠΕΙΡΟΥ»

Τράπεζα Τουριστικών Δεδομένων

Στην Περιφέρεια Ηπείρου έχει οργανωθεί και λειτουργεί Τράπεζα Τουριστικών Δεδομένων η οποία αποσκοπεί στη μεθοδική και έγκαιρη συγκέντρωση, αξιολόγηση, επεξεργασία και δημοσίευση πληροφοριών σχετικά με τις τάσεις προσφοράς και ζήτησης του τουριστικού τομέα της Περιφέρειας σε συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού και άλλους εμπλεκόμενους φορείς. Ενδεικτικά αναφέρονται οι παρακάτω κατηγορίες δεδομένων:

- δυναμικότητες ξενοδοχειακών καταλυμάτων και γεωγραφική διασπορά τους,
- εξέλιξη αφίξεων και διανυκτερεύσεων ανά γεωγραφική περιοχή / κατηγορία καταλυμάτων / εθνικότητα / μήνα,
- επιμέρους ξενοδοχειακοί δείκτες (μέση παραμονή, πληρότητες, έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο, κλπ),
- επιβατική κίνηση στον Αερολιμένα Ιωαννίνων και Ακτίου και

Απαραίτητη προϋπόθεση για την εύρυθμη λειτουργία της Τράπεζας είναι ο διαρκής εμπλουτισμός της και η επικαιροποίηση των δεδομένων της, μέσω της συνεχούς συλλογής στατιστικών στοιχείων από μια σειρά εγχώριων και εξωτερικών πηγών. Στην πρώτη κατηγορία συμπεριλαμβάνονται η Ελληνική Στατιστική Αρχή, η Τράπεζα της Ελλάδος, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, ο Αερολιμένας Ιωαννίνων και Ακτίου, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο και το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, ενώ στη δεύτερη κατηγορία υπάγονται οργανισμοί με διεθνώς αναγνωρισμένες περγαμηνές στην τουριστική έρευνα (Π.χ. United Nations World Tourism Organization, European Cities Marketing, International Convention and Congress Association, European Travel Commission, κλπ).

Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών

Για την τήρηση των όρων συγκρισιμότητας, το Τμήμα Έρευνας και Στατιστικής του Οργανισμού Τουρισμού Ευρωπαϊκών Πόλεων έχει αναπτύξει μια πρότυπη ερευνητική μεθοδολογία για τη διερεύνηση του προφίλ των τουριστών αλλά και των εντυπώσεων από την παραμονή τους στις Ευρωπαϊκές πόλεις. Εν προκειμένω, σκοπός είναι η συγκομιδή δημογραφικών στοιχείων αλλά και πληροφοριών όσον αφορά τη ταξιδιωτική συμπεριφορά και τουριστική εμπειρία των αλλοδαπών επισκεπτών της Περιφέρειας.

Για την υλοποίηση μιας έρευνας ικανοποίησης επισκεπτών εντός του 1^{ου} έτους και άλλης μιας εντός του 2^{ου} έτους απαιτείται η διεξαγωγή προσωπικών συνεντεύξεων βάσει δομημένων ερωτηματολογίων με ένα δείγμα 2.000 ερωτηθέντων. Το συγκεκριμένο δείγμα πληροί τις

προϋποθέσεις για τον εντοπισμό και επαρκή ανάλυση διαφορετικών κατηγοριών τουριστών. Οι επαφές με τους συμμετέχοντες θα λάβουν χώρα κοντά σε σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος σε όλες τις Περιφερειακές Ενότητες και καθ' όλη τη διάρκεια του κάθε έτους, κάθε συνέντευξη δε θα υπερβαίνει τα 15 με 20 λεπτά, ενώ το κύριο σκέλος της συνέντευξης θα αποτελείται από ερωτήσεις σχετικά με:

- Το φύλο και την ηλικία κάθε τουρίστα
- Την εθνικότητα
- Το μορφωτικό επίπεδο και την επαγγελματική κατάσταση
- Το μέγεθος και τη σύνθεση του νοικοκυριού
- Τον διαθέσιμο χρόνο και τη διάρκεια παραμονής
- Τον αριθμό επισκέψεων και τον σκοπό του ταξιδιού
- Τον τύπο μεταφορικού μέσου κατά την άφιξη διαμονή, και αναχώρηση
- Την περιοχή διαμονής και τον τύπο καταλύματος
- Τις πηγές πληροφόρησης για τον προορισμό
- Τη μέθοδο κρατήσεων και την παρέα στο ταξίδι
- Τις δραστηριότητες στον προορισμό
- Τις προτιμήσεις αλλά και τα παράπονα κάθε τουρίστα μαζί με μια αξιολόγηση των συστατικών στοιχείων του προορισμού
- Την πιθανότητα να ξανά-επισκεφθεί ο τουρίστας τον προορισμό

Έρευνα Εικόνας Προορισμού

Η διενέργεια δεύτερης πρωτογενούς έρευνας εντός του 1^{ου} έτους θα επικεντρωθεί στις αντιλήψεις που επικρατούν στο εξωτερικό για την ταυτότητα της Περιφέρειας, ώστε να συνεισφέρει άμεσα στην ορθή προώθηση και διαχείριση του τουριστικού προορισμού. Η συγκεκριμένη έρευνα θα αποτελέσει εργαλείο για την κατανόηση:

- της απήχησης της σε επιλεγμένες αγορές,
- των στοιχείων που διαφοροποιούν τόσο θετικά όσο και αρνητικά την εικόνα της από ανταγωνίστριες Περιφέρειες στη δεδομένη συγκυρία,
- και τυχόν στερεότυπων που συνοδεύουν τη φήμη της.

Στα πλαίσια κατευθύνσεων που παρέχει ο United Nations World Tourism Organization, η εν λόγω έρευνα προδιαγράφει την οργάνωση και πραγματοποίηση ομάδων εστιασμένης συζήτησης και μεμονωμένων σε βάθος συνεντεύξεων με εκπροσώπους κλάδων της τουριστικής

βιομηχανίας. Στην προκειμένη περίπτωση, αντικείμενο διερεύνησης θα είναι οι απόψεις των επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στις αγορές:

- των ταξιδιών με γενικό ή εξειδικευμένο αντικείμενο,
- των οργανωτών συνεδρίων και εταιρικών συναντήσεων,
- και των κρουαζιέρων

Σημαντική παράμετρος είναι ότι τίθεται η βάση για την επικαιροποίηση της εν λόγω έρευνας ανά δύο ή τρία έτη, ώστε να καταστούν μακροπρόθεσμα εφικτές τόσο η επανεκτίμηση του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος και των υιοθετημένων δράσεων μάρκετινγκ στην περίπτωση της Περιφέρειας Ηπείρου όσο και η διατύπωση δημιουργικών προτάσεων για την ανανέωση και επαναφήγηση της ταυτότητάς της.

Παραδείγματα

Sustainable Tourism Observatories in the Tuscan Destinations

Το πρόγραμμα υποστηρίζει ένα δίκτυο παρατηρητηρίων που βρίσκονται σε τουριστικούς προορισμούς της Τοσκάνης, οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για: (1) μετρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό και (2) εφαρμογή του κοινωνικού διαλόγου μέσω ενός κατάλληλου συνόλου των μέσων και διαδικασιών. Οι ενέργειες αυτές γίνονται μέσω φορέων λήψης αποφάσεων, οι οποίοι εξασφαλίζουν τη συμμετοχή και τη στήριξη της αιφόρου ανάπτυξης των προορισμών. Το εν

λόγω πρόγραμμα αναλύεται παρακάτω:



Name: Regione Toscana

Geographical reach: regional

Project owner: Local authority (city, region, province)

Concerned territory: Italy, Tuscany, 50 Tuscan cities

Themes:

- Active conservation of cultural heritage
- Active conservation of distinctive identities of destinations
- Active conservation of environmental heritage
- Widening the geographical and seasonal tourism offer

Objectives:

- Economical viability
- Employment
- Local prosperity
- Physical integrity of sites and landscapes

- Rational use of resources
- Cultural wealth
- Visitor's satisfaction
- Wellbeing of communities

Όνομα: Περιφέρεια Τοσκάνης

Γεωγραφική εμβέλεια: Περιφέρεια

Κύριος του έργου: Τοπική αρχή (πόλη, περιφέρεια, επαρχία)

Περιοχή ενδιαφέροντος: Ιταλία, Τοσκάνη, 50 πόλεις της Τοσκάνης

Θέματα:

- Ενεργός διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Ενεργός διατήρηση των διακριτών ταυτοτήτων των προορισμών
- Ενεργός διατήρηση της περιβαλλοντικής κληρονομιάς
- Η διεύρυνση της γεωγραφικής και εποχιακής τουριστικής προσφορά

Στόχοι:

- Οικονομική βιωσιμότητα
- Απασχόληση
- Τοπική ευημερία
- Διατηρησιμότητα των αξιοθέατων και των τοπίων
- Ορθολογική χρήση των πόρων
- Πολιτιστικός πλούτος
- Ικανοποίηση του επισκέπτη
- Ευημερία των κοινοτήτων

Σημαντικοί Παράγοντες Υλοποίησης

- Τεκμηρίωση της συμβατότητας των ερευνητικών εφαρμογών σύμφωνα με τις πρακτικές διεθνών οργανισμών.
- Απρόσκοπτη συλλογή στοιχείων σε βάθος χρόνου στα πλαίσια της συνεργασίας με τους εμπλεκόμενους φορείς.
- Πρακτική αξιολόγηση υλοποίησης των ερευνητικών εφαρμογών και ανάδειξη ανάγκης πιθανών προσαρμογών.

Οφέλη για την Περιφέρεια Ηπείρου

Η δημιουργία του «Κεντρικού Φορέα Τουρισμού Ηπείρου» θα διευκολύνει τη συστηματική συλλογή και παρακολούθηση ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων, προσφέροντας:

- Προσδιορισμό ενός μεθοδολογικού πλαισίου με χρηστικά ερευνητικά εργαλεία για την

ενδεδειγμένη ανάλυση του τουριστικού τομέα σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

- Αποτίμηση των τάσεων που διέπουν την τουριστική δραστηριότητα σε επίπεδα προσφοράς και ζήτησης.
- Καταγραφή και αποτύπωση του τουριστικού αποθέματος της Περιφέρειας.
- Αξιολόγηση των ποικίλων επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας συνεκτιμώντας όρους οικονομικής ανταγωνιστικότητας και βιώσιμης ανάπτυξης.
- Εμπειριστατωμένη τεκμηρίωση της στρατηγικής για την ανάπτυξη, προώθηση και διαχείριση του τουρισμού.
- Επικαιροποίηση στρατηγικής και επιμέρους εφαρμογών καθώς και αντιμετώπιση προκλήσεων υπό το φως νέων δεδομένων.

Επιπλέον, η επεξεργασία και παροχή αξιόπιστων ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων διασφαλίζει τη συνεχή και έγκυρη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση κάθε ενδιαφερομένου σε θέματα που αφορούν τον τουριστικό τομέα της Περιφέρειας Ηπείρου.

Δείκτες Αξιολόγησης

Οι δείκτες αξιολόγησης της ανωτέρω δράσης είναι:

- Επίπεδο συνεργασίας με εμπλεκόμενους φορείς
- Τήρηση προδιαγραφών υλοποίησης έργου
- Τήρηση χρονοδιαγραμμάτων
- Αριθμός εκπονηθέντων μελετών

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της ανωτέρω ενέργειας θα ανέλθει σε **€ 300.000,00**.

Πηγή Χρηματοδότησης

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014-2020)

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Επιμελητήρια
- Ενώσεις ξενοδόχων & ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων
- Ενώσεις τουριστικών γραφείων
- ΝΠΙΔ μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα

Η πρόταση για τη δημιουργία ενός «Κεντρικού Φορέα Τουρισμού Ηπείρου», θα μπορούσε να αποτελέσει ένα τμήμα του «Ολοκληρωμένου πληροφοριακού συστήματος παροχής ψηφιακών υπηρεσιών» της Περιφέρειας Ηπείρου. Η πρόταση για τη δημιουργία του «Κεντρικού Φορέα Τουρισμού Ηπείρου» κρίνεται αναγκαία γιατί παρουσιάζεται με πιο ολοκληρωμένο χαρακτήρα, από την αντίστοιχη του Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Ηπείρου 2012-2014.

ΔΡΑΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Το έργο αποσκοπεί στην ενίσχυση της ελκυστικότητας της Περιφέρειας Ηπείρου μέσω στοχευμένων ενεργειών αναβάθμισης και ανάδειξης του τουριστικού προϊόντος της. Ως επιμέρους στόχοι του έργου λογίζονται:

- Ο εμπλουτισμός της ταξιδιωτικής εμπειρίας όσων επισκέπτονται την Ήπειρο,
- Η ανάδειξη πολλών ελκυστικών δραστηριοτήτων που θα έχουν ως συνέπεια την αύξηση της μέσης παραμονής και της ταξιδιωτικής δαπάνης των επισκεπτών
- Η ανάδειξη της πολυμορφίας που χαρακτηρίζει την Ήπειρο και
- Η ισορροπημένη προβολή τόσο των ιστορικών όσο και των σύγχρονων θέλγητρων της

Περιγραφή και Σκοπός

Για τον εμπλουτισμό της τουριστικής προσφοράς με νέα προϊόντα και την αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, οι δράσεις του συγκεκριμένου έργου αποβλέπουν σε:

- Αποτύπωση της τουριστικής ταυτότητας της Ηπείρου
- Κατανόηση των αναγκών και των συμπεριφορών των επισκεπτών-τουριστών και
- Ανάπτυξη και προώθηση εξειδικευμένων ταξιδιωτικών προγραμμάτων και προτάσεων δραστηριοτήτων για ειδικές κατηγορίες τουριστών

Μελέτη Αξιολόγησης / Αναβάθμισης Επιλεγμένων Περιοχών Τουριστικού Ενδιαφέροντος

Κάθε προσπάθεια βελτίωσης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών είναι ουσιώδης να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες των επισκεπτών-τουριστών. Συνεπώς η Μελέτη Αξιολόγησης θα επιδιώξει να καταγράψει τους διαφορετικούς τύπους επισκεπτών και να προσδιορίσει:

- Από που αντλούν πληροφορίες για τους προορισμούς;
- Πως αντιλαμβάνονται τις ιδιαιτερότητες του τόπου;
- Πως αντιμετωπίζουν την ελληνική πραγματικότητα και πως θα ήθελαν να ζήσουν την «ελληνική εμπειρία»;

Για τη διερεύνηση αυτών και άλλων ερωτημάτων όσον αφορά στην ταξιδιωτική συμπεριφορά και εμπειρία όσων επισκέπτονται περιοχές της Ηπείρου θα υλοποιηθεί έρευνα γραφείου (desktop research) σε υπάρχοντα στατιστικά στοιχεία και μελέτες ανά Περιφερειακή Ενότητα, θα διενεργηθούν συνεντεύξεις με τοπικούς φορείς και εκπροσώπους της διεθνούς τουριστικής αγοράς και θα πραγματοποιηθούν επιτόπιοι έλεγχοι και επιθεωρήσεις χώρων σε τουριστικές περιοχές.

Επιπλέον, η Μελέτη Αναβάθμισης Επιλεγμένων Περιοχών Τουριστικού Ενδιαφέροντος θα επικεντρωθεί

σε προτάσεις για την αναβάθμιση της συνολικής τουριστικής εμπειρίας μέσω υποδομών ελαφράς κλίμακας και ήπιων αρχιτεκτονικών παρεμβάσεων, με σκοπό την αναδιαμόρφωση του αστικού τοπίου σε περιοχές που θα επιλεγούν βάσει των ευρημάτων της μελέτης αξιολόγησης.

Ανάπτυξη Τουριστικών Πακέτων Θεματικών Εμπειριών και Προϊόντων

Η δεύτερη δράση περιλαμβάνει τον στρατηγικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη τουριστικών βιωματικών υπηρεσιών και προϊόντων με γνώμονα τόσο την ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών-τουριστών όσο και την παροχή καινοτόμων προτάσεων για την προώθηση της Ηπείρου στους επαγγελματίες του τουρισμού.

Ο εμπλουτισμός της τουριστικής προσφοράς με νέα προϊόντα θα βασιστεί στον σχεδιασμό και στην αποτύπωση ενός συνόλου θεματικών ταξιδιωτικών εμπειριών βιωματικού χαρακτήρα στις επιλεγμένες περιοχές, ενώ η δημιουργία ενός καταλόγου ολοκληρωμένων και εμπορεύσιμων τουριστικών πακέτων θα αποτελέσει βασικό εργαλείο για την προώθηση πωλήσεων στα B2B κανάλια (εκθέσεις, ταξίδια εξοικείωσης, destination specialist programs, travel trade workshops, online travel agencies).

Καθώς οι τουριστικοί προορισμοί ανά τον κόσμο εστιάζουν ολοένα και περισσότερο στην ατμόσφαιρα, στην αφήγηση, στο φωτισμό, στην εκμετάλλευση των χώρων ανάπαυσης και σε παρεμβάσεις που προωθούν το φυσικό περιβάλλον, αποτελεί ζητούμενο για την Ήπειρο η ενίσχυση της τουριστικής της ταυτότητας με εμπειρίες που ιδανικά θα υποστηρίζονται από ψηφιακά μέσα και θα δημιουργούν πρωτόγνωρα αισθήματα και αξέχαστες αναμνήσεις.

Για το λόγο αυτό βασική αρχή της εν λόγω δράσης θα πρέπει να είναι η βιωματική προσέγγιση: να υποστηρίζεται η διέγερση και συμμετοχή όλων των αισθήσεων σε μία ολιστική αντιμετώπιση της σχέσης επισκέπτη – τόπου, ώστε η στοχευμένη σχέση να εντυπωθεί μακροπρόθεσμα σαν προσωπικό σωματικό βίωμα στη μνήμη του κάθε επισκέπτη.

Εκπαίδευση Τοπικού Τουριστικού Τομέα

Στην τελευταία δράση προτείνονται ενέργειες που αφορούν στην εκπαίδευση και στην δικτύωση για την προβολή του τουρισμού της Ηπείρου, των εκπροσώπων της τουριστικής βιομηχανίας της Περιφέρειας.

Συγκεκριμένα:

- Τρία (3) ολόημερα σεμινάρια κατάρτισης σε κάθε Περιφερειακή Ενότητα. Μέσω των εν λόγω σεμιναρίων θα παρέχονται κατευθυντήριες γραμμές, θα ορίζονται απαραίτητα μέτρα για τη βελτιστοποίηση των τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων. Τα σεμινάρια θα ανταποκρίνονται στο πλαίσιο υλοποίησης του στρατηγικού σχεδιασμού, ώστε να υπάρξει κοινός προσανατολισμός και κοινή αντίληψη της τουριστικής ανάπτυξης από τους τοπικούς εκπροσώπους της.
- Ένα (1) προωθητικό εργαστήριο (workshop) για τους εκπροσώπους της διεθνούς τουριστικής αγοράς. Στόχος του εργαστηρίου θα είναι η προβολή και η προώθηση των νέων ταξιδιωτικών

εμπειριών που προσφέρονται στην Ήπειρο, σε διεθνείς παράγοντες (tour operators, δημοσιογράφους κ.λπ.), ώστε η παρουσίαση των ταξιδιωτικών πακέτων να προκαλέσει την εκμετάλλευση των τουριστικών προϊόντων από τη διεθνή αγορά.

Δείκτες Αξιολόγησης

- Εύρος βιωματικών εμπειριών που θα αναπτυχθούν
- Αριθμός ολοκληρωμένων τουριστικών πακέτων
- Αριθμός συμμετεχόντων στα σεμινάρια και εργαστήρια

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της εν λόγω δράσης αναμένεται να κοστίσει € 100.000,00.

Πηγή Χρηματοδότησης

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014-2020)

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Επιμελητήρια
- ΝΠΙΔ μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟΥ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΣΤΗΝ ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ

Δημιουργία Δικτύου Πληροφόρησης

Η δημιουργία ενός δικτύου πληροφόρησης επισκεπτών στην Ηγουμενίτσα αποσκοπεί α) στην άρτια πληροφόρηση του επισκεπτικού κοινού σχετικά με το τουριστικό προϊόν της πόλης και της Περιφερειακής Ενότητας Θεσπρωτίας, β) στη διάχυση των ροών επισκεπτών σε επιπλέον σημεία και περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος και γ) στην αύξηση της μέσης παραμονής και μέσης δαπάνης των τουριστών.

Η σημασία της δημιουργίας ενός ολοκληρωμένου δικτύου πληροφόρησης έγκειται στην σημασία η οποία αποδίδεται στη σωστή και άμεση πληροφόρηση των επισκεπτών για το σύνολο των χρηστικών πληροφοριών. Συγκεκριμένα, θα μπορούσαν να παρέχονται πληροφορίες σχετικά με τις μετακινήσεις των επισκεπτών και τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, το σύνολο των πληροφοριών που αφορά όχι μόνο στο θαλάσσιο τουρισμό αλλά και στον θεματικό τουρισμό (θρησκευτικό, πολιτιστικό τουρισμό κ.λπ.),

Στελέχωση και εκπαίδευση προσωπικού

Για την αποτελεσματική λειτουργία της αναβάθμισης και της επέκτασης του δικτύου πληροφόρησης απαιτείται η στελέχωση της δομής με εξειδικευμένο προσωπικό με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά κατόπιν ολοκλήρωσης της αξιολόγησης των ληφθέντων βιογραφικών τα οποία θα προκύψουν από σχετική πρόσκληση υποβολής.

Με σκοπό την καλύτερη δυνατή κάλυψη των διοικητικών αναγκών του φορέα και την αποτελεσματική υλοποίηση των δράσεων και ενεργειών που περιγράφονται στο στρατηγικό σχέδιο προτείνεται η επιλογή και απασχόληση του προσωπικού με βάση τα παρακάτω κριτήρια.

Απαραίτητα Προσόντα Στελεχών

Τα στελέχη θα είναι υπεύθυνα για την υλοποίηση και διαχείριση των προγραμματισμένων αναπτυξιακών και προωθητικών δράσεων και για τη διασφάλιση της συνεχούς βελτιστοποίησής τους.

Στα απαραίτητα προσόντα των στελεχών συμπεριλαμβάνονται:

- Πτυχίο Ανώτατης Σχολής, Άριστη Γνώση Αγγλικών και άλλων ξένων γλωσσών, δυνατότητα άμεσης χρήσης για την εξυπηρέτηση επισκεπτών.
- Ευχέρεια στην επικοινωνία τόσο στο γραπτό όσο και στο προφορικό λόγο και δυνατότητα ανταπόκρισης σε πολλαπλά καθήκοντα.
- Προηγούμενη εμπειρία σε δομές εξυπηρέτησης πελατών/επισκεπτών
- Καλή γνώση του τουριστικού προϊόντος της Ηγουμενίτσας και της Περιφερειακής Ενότητας της Θεσπρωτίας και της λειτουργίας του τουριστικού τομέα.
- Επιθυμητή είναι επίσης η ευρεία και ολοκληρωμένη γνώση των κυριότερων μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media)

Παραδείγματα



Η Έδεσσα διαθέτει ένα αρκετά καλό δίκτυο τουριστικής πληροφόρησης τα οποία προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους επισκέπτες. Το EDESSAcity είναι στην διάθεση του επισκέπτη, όπου μπορεί να βρει υπηρεσίες σχεδιασμένες για τη γνωριμία με την Έδεσσα, την Βεγορίτιδα & την Ορεινή Πέλλα.

Call Center

Παρέχονται εξατομικευμένες υπηρεσίες πληροφόρησης & διευκόλυνσης επισκεπτών για την Έδεσσα, την Βεγορίτιδα & Ορεινή Πέλλα σε αρκετές γλώσσες μέσω τηλεφώνου, fax, ταχυδρομείου & ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Τουριστικές Πληροφορίες

Πληροφορίες για Αξιοθέατα, Οικολογικές & Πολιτιστικές Διαδρομές, Εκπαιδευτικά Προγράμματα, Προτάσεις Γαστρονομίας, Υπαίθριες Δραστηριότητες. Προτάσεις Διαμονής – φιλοξενίας.

Υποστήριξη Εκδηλώσεων / Συνεδρίων

Προτάσεις Συνεδριακών χώρων, Πληροφορίες Υποστήριξης Εκδηλώσεων & MICE Events.

Διαδρομές – Ξεναγήσεις

Οργανωμένες διαδρομές με εξειδικευμένους συνεργάτες στους δρόμους του νερού, του κερασιού, του Μεγάλου Αλεξάνδρου, της γαστρονομίας, πληροφόρηση & ενημέρωση.



Ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα για μαθητές και ομάδες σε συνεργασία με σχολεία όλων των βαθμίδων και τουριστικά γραφεία.

Κέντρο Πληροφόρησης Επισκεπτών Έδεσσας



Κέντρο Οικολογικής Περιβαλλοντικής Ενημέρωσης Υγροτόπου
Άγρα-Βρυτών-Νησιού

Δείκτες Αξιολόγησης

- Τήρηση χρονοδιαγράμματος υλοποίησης δράσεων
- Τήρηση προδιαγραφών υλοποίησης δράσεων
- Μέσος αριθμός εξυπηρέτησης αιτημάτων επισκεπτών
- Έρευνα ικανοποίησης επισκεπτών

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της εν λόγω δράσης αναμένεται να κοστίσει € 150.000,00.

Πηγή Χρηματοδότησης

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014-2020)

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Επιμελητήριο Θεσπρωτίας
- ΝΠΙΔ μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα

5.1.3 ΑΞΟΝΑΣ 3: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι δράσεις που ακολουθούν παρακάτω και αφορούν στην προώθηση του θεματικού τουρισμού μέσω διαδικτύου και κοινωνικών μέσων δικτύωσης θα μπορούσαν να συνδυαστούν με τη διαδικτυακή πύλη διαχείρισης και προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Ηπείρου που προωθείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Ηπείρου 2012-2014. Με αυτόν τον τρόπο θα επιτευχθούν οικονομίας κλίμακας καθώς οι δράσεις του παρόντος Στρατηγικού και Επιχειρησιακού Προγράμματος αποτελούν τμήμα της διαδικτυακής πύλης που θα δημιουργηθεί.

ΔΡΑΣΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΤΟΠΩΝ

Ανανέωση και Εκσυγχρονισμός δικτυακών τόπων για την προβολή του θεματικού τουρισμού της Ηπείρου

Η δράση αυτή αποσκοπεί στην ομογενοποίηση και στην αναβάθμιση του διαδικτυακού τόπου της Περιφέρειας Ηπείρου κάτω από ένα ολιστικό, σύγχρονο διαδικτυακό περιβάλλον αλλά και τη δημιουργία μιας κοινής ταυτότητας του θεματικού τουριστικού προϊόντος της. Η συγκέντρωση όλων των επιμέρους τμημάτων της διαδικτυακής παρουσίας, αποσκοπεί στην επίτευξη της αναγνωρισιμότητας και της αναμνηστικότητας για το τουριστικό προϊόν για συγκεκριμένα κοινά στόχευσης:

- Επαγγελματίες του ευρύτερου τουριστικού τομέα και ενδιάμεσα κανάλια προώθησης (tour operators, online Travel Agencies & Booking Engines)
- Τουρισμό από μεμονωμένους επισκέπτες
- Εκπροσώπους των online/offline media
- Ακαδημαϊκή κοινότητα και άλλοι φορείς που μπορούν να λειτουργήσουν ως «πρεσβευτές» της Ηπείρου

Υφιστάμενη Κατάσταση

Η επίσημη παρουσίαση της Περιφέρειας Ηπείρου στο διαδίκτυο περιλαμβάνει τους εξής διαδικτυακούς τόπους:

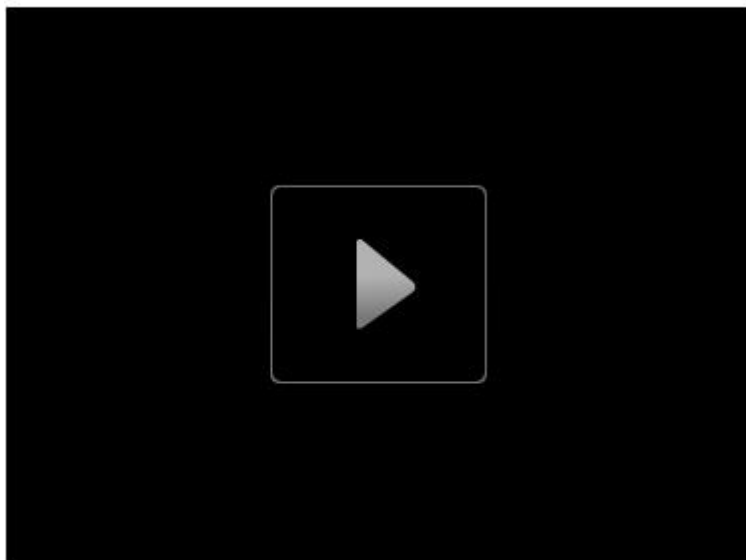
<http://www.php.gov.gr/>

Πρόκειται για την επίσημη σελίδα της Περιφέρειας Ηπείρου η οποία προσφέρει τις ακόλουθες υπηρεσίες, όπως:

- Τουριστικούς οδηγούς της περιφέρειας στα Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά, Ιταλικά και Εβραϊκά σε μορφή .pdf (η μορφή των οποίων δεν είναι εύκολα αναγνώσιμη από τον υπολογιστή) και



- Φωτογραφίες όλων των τουριστικών προορισμών της κάθε Περιφερειακής Ενότητας ξεχωριστά (χωρίς να αναφέρεται ποιος είναι ο τουριστικός προορισμός).



[Διάρκεια: 17:45]

Τουριστική Προβολή

- Τουριστικοί Οδηγοί Περιφέρειας Ηπείρου
- Περιφερειακή Ενότητα Άρτας
- Περιφερειακή Ενότητα Θεσπρωτίας
- Περιφερειακή Ενότητα Ιωαννίνων
- Περιφερειακή Ενότητα Πρέβεζας

Τουριστικοί Οδηγοί Περιφέρειας Ηπείρου
 Τουριστικοί Οδηγοί

Φωτογραφίες από τις Περιφερειακές Ενότητες
 Π.Ε. Άρτας
 Π.Ε. Θεσπρωτίας
 Π.Ε. Ιωαννίνων
 Π.Ε. Πρέβεζας

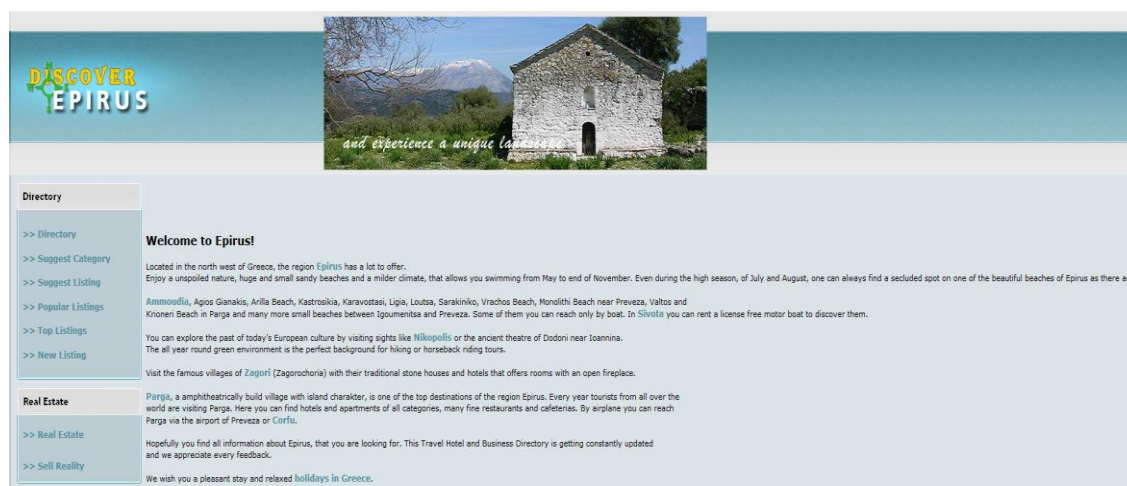

 Ήπειρος - τουριστική προβολή


9.336 people like Ήπειρος - τουριστική προβολή.




 Facebook social plugin

Σε γενικές γραμμές, ο διαδικτυακός τόπος λειτουργεί ως ο βασικός κόμβος πληροφόρησης για το σύνολο των Περιφερειακών Ενοτήτων. Ωστόσο, στόχο αποτελεί η εικαστική και λειτουργική αναβάθμισή του καθώς και η προσθήκη πρόσθετου περιεχομένου ούτως ώστε να αυξηθεί η αποτελεσματικότητά του όσον αφορά τόσο στο επικοινωνιακό σκέλος όσο και στο πληροφοριακό για τον τουρισμό γενικότερα αλλά και πιο ειδικά για τον θεματικό τουρισμό.



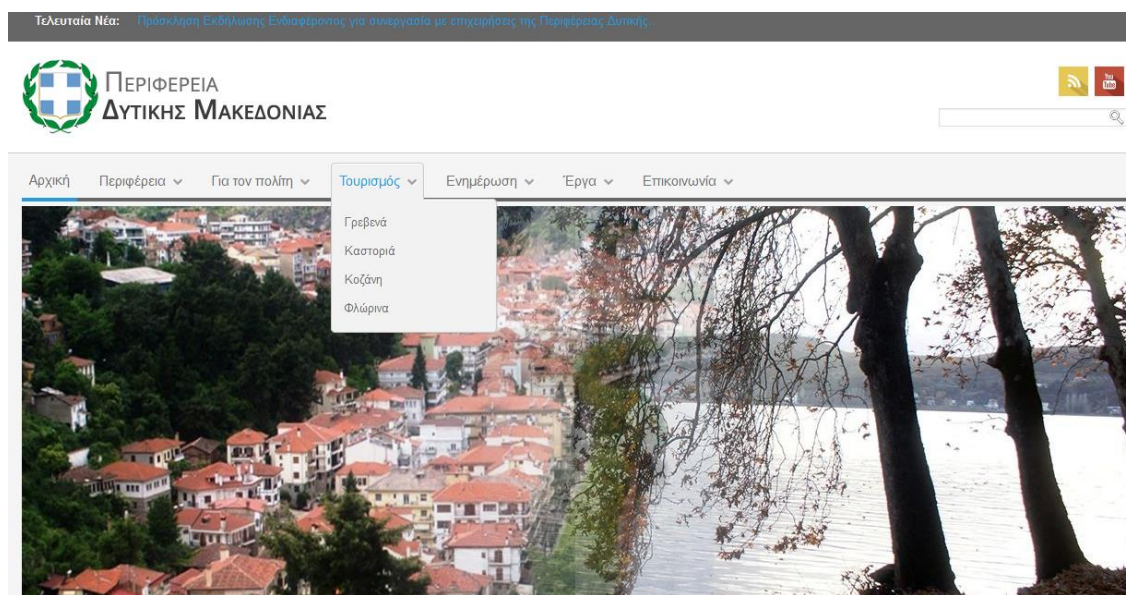
Σημαντικοί Παράγοντες Υλοποίησης

Κρίνεται σκόπιμο να ληφθούν υπόψη παράγοντες, οι οποίοι αφορούν στην τελική υλοποίηση της δράσης, όπως:

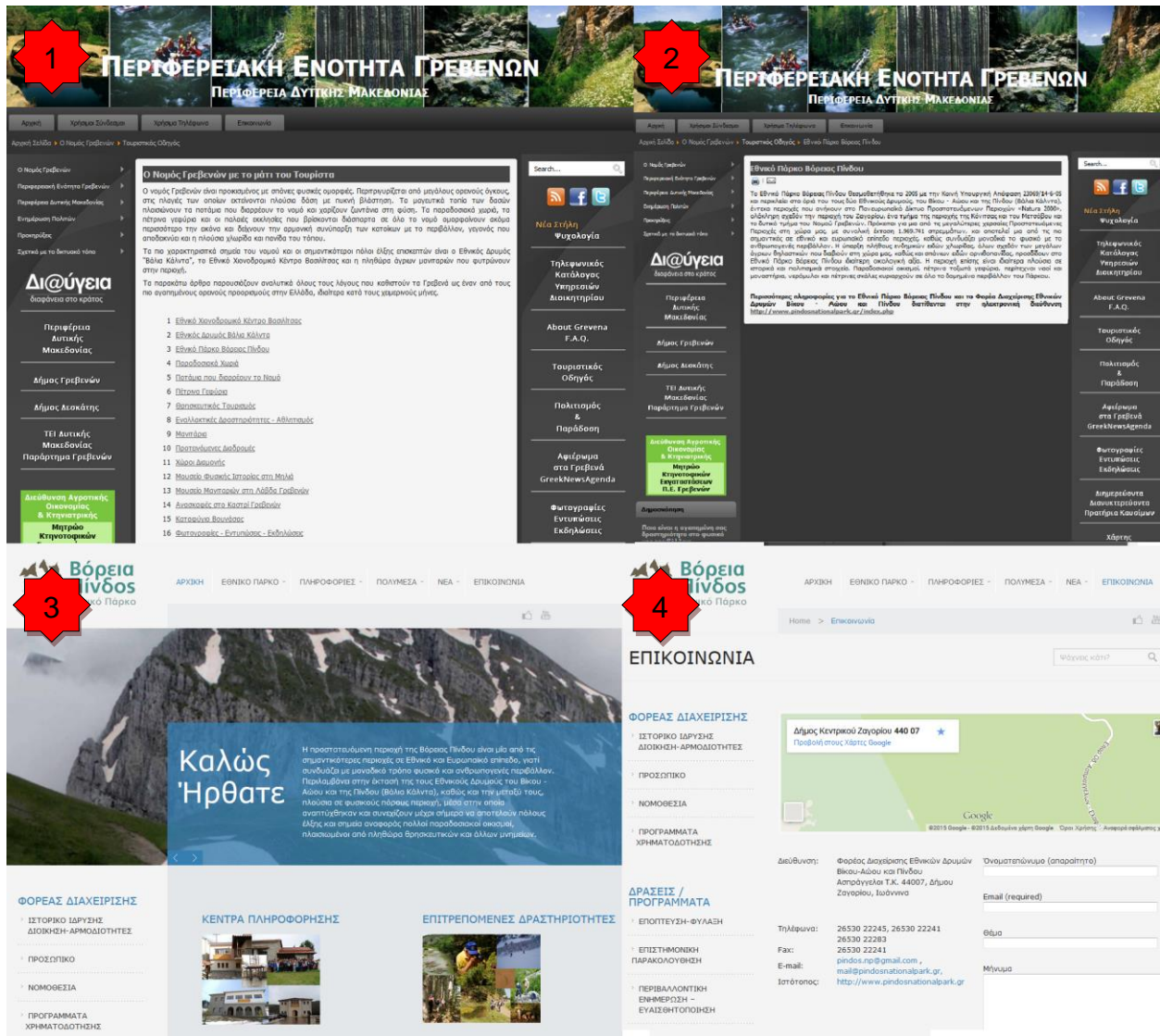
- Εμβάθυνση του περιεχομένου των δικτυακών τόπων ώστε να προωθηθεί αποτελεσματικά ο θεματικός τουρισμός. Είναι βασικό οι ιστοσελίδες να είναι φιλικές προς τους χρήστες.
- Αποτελεσματική προώθηση των Διαδικτυακών Τόπων με στόχο την αύξηση επισκεψιμότητας με βάση μετρήσιμους στόχους και αποτελέσματα
- Προσθήκη νέων θεματικών ενοτήτων στο πεδίο «Τουρισμός», όπως «Θεματικός Τουρισμός», «Οργανωμένα Ταξίδια», «tips για groups» κ.λπ.

Παράδειγμα

Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας: <http://www.pdm.gov.gr/>



Στον διαδικτυακό τόπο της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, στο πεδίο Τουρισμός, δίνεται απευθείας η δυνατότητα επιλογής της κάθε Περιφερειακής Ενότητας, όπου επιλέγοντας μία από αυτές, ο επισκέπτης αυτόματα οδηγείται σε αναλυτικό οδηγό, όπως ιστοσελίδες, τηλέφωνα, διευθύνσεις, χάρτες κ.λπ. του κάθε τουριστικού προορισμού, χωρίς να απαιτείται να κάνει εκ νέου αναζήτηση στο google. Παρακάτω φαίνεται η ευκολία με την οποία για παράδειγμα ελέγχει κάποιος προορισμούς στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών:



Ανάλυση της Δράσης

Η διαδικασία υλοποίησης της δράσης, θα ακολουθήσει τα κάτωθι βήματα:

1. Σύνταξη προδιαγραφών
2. Πρόσκληση υποβολής προτάσεων συνεργασίας
3. Αξιολόγηση προτάσεων, διαδικασία διαπραγμάτευσης και επιλογή συνεργάτη

4. Αναβάθμιση υφιστάμενων τουριστικών portals
5. Παράδοση / παραλαβή του ολοκληρωμένου έργου
6. Εκπαίδευση προσωπικού της Αναθέτουσας Αρχής για τη διαχείριση και ανανέωση των ιστοσελίδων
7. Επίσημη παρουσίαση Web Portals
8. Ετήσια ανανέωση των Web Portals

Δείκτες Αξιολόγησης

Οι δείκτες αξιολόγησης της ανωτέρω δράσης είναι:

- Αριθμός των επισκέψεων
- Google Analytics Reports

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της ανωτέρω ενέργειας θα ανέλθει σε **€ 10.000,00**, εκ των οποίων το κόστος των € 7.500,00 θα αφορά στην αναβάθμιση των υφιστάμενων portals και το ποσό των € 2.500,00 θα αφορά στην εκπαίδευση τριών (3) ατόμων για τη διαχείριση & ανανέωση των ιστοσελίδων.

Πηγή Χρηματοδότησης

Ιδία Κεφάλαια της Περιφέρειας Ηπείρου ή/και Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014 - 2020).

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Περιφέρεια Ηπείρου

ΔΡΑΣΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Περιγραφή και Σκοπός

Η ανάπτυξη και η αναβάθμιση του υπάρχοντος περιεχομένου και οπτικού υλικού αποτελεί μια από τις βασικές παραμέτρους για την υλοποίηση της συνολικής δράσης της προώθησης και της προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου μέσω των διαδικτυακών μέσων. Το σύνολο της πληροφορίας, το οποίο διαχέεται μέσω των κειμένων αλλά και του οπτικού υλικού συμβάλει σημαντικά στην ενδυνάμωση των θεματικών ενοτήτων αλλά και στη δημιουργία μιας διαδικτυακής, βιωματικής εμπειρίας για τους επισκέπτες.

Οι βασικοί άξονες, οι οποίοι πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι οι εξής:

- Κατανόηση: το περιεχόμενο πρέπει να είναι κατανοητό στους χρήστες οι οποίοι δεν θα πρέπει να έχουν απορίες ή κενά σε σχέση με την πληροφορία που αντλούν.
- Σχεδιασμός Διαδικτυακών Σελίδων: Ο σχεδιασμός κάθε προτύπου σελίδας και το περιεχόμενο αυτού είναι αλληλένδετα για τη μέγιστη δυνατή απόδοση της κάθε σελίδας. Επομένως τόσο ο επιθυμητός όγκος και φύση του περιεχομένου όσο και τα πρότυπα σελίδων που φιλοξενούν το περιεχόμενο θα πρέπει να προδιαγραφούν εκ των προτέρων και οι προδιαγραφές αυτές να τηρηθούν κατά την κειμενογράφηση, επιμέλεια και μετάφραση περιεχομένου.
- Προστιθέμενη αξία από Πολυμέσα: Το φωτογραφικό υλικό και άλλα πολυμέσα θα πρέπει να ενισχύουν και να ενισχύονται από το περιεχόμενο έτσι ώστε να λειτουργούν σε συνέργεια, αποδίδοντας την 'εμπειρία' και προσδίδοντας την επιθυμητή προστιθέμενη αξία.
- Ώθηση επισκέπτη. Τα κείμενα δεν πρέπει μόνο να καλύπτουν τον επισκέπτη αλλά και να τον ωθούν να ανακαλύψει περισσότερο περιεχόμενο.
- Την ανάδειξη των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του τουριστικού προϊόντος.
- Τη φιλικότητα στις μηχανές αναζήτησης αλλά και την υιοθέτηση αρχών κειμενογράφησης που προκύπτουν από την στρατηγική Διαδικτυακής Προώθησης για βελτιστοποίηση στις μηχανές αναζήτησης (Search Engine Optimization).
- Την παροχή όλου του εύρους πληροφοριών χωρίς 'φλυαρία' και διπλό περιεχόμενο.
- Προσθήκη νέων θεματικών ενοτήτων όπως για παράδειγμα (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά):
 - Παραδοσιακά προϊόντα, Οργανωμένα Πακέτα (Guided Tours), περισσότερες Πρακτικές Πληροφορίες, Tips για groups και μεμονωμένους επισκέπτες.

- Συνέδρια, Εταιρικές συναντήσεις και Ταξίδια Κινήτρων (Incentives) για επαγγελματικά κοινά (B2B)

Παράλληλα, βάσει διεθνών πρακτικών δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στο φωτογραφικό υλικό το οποίο πλαισιώνει και ενδυναμώνει το περιεχόμενο, αναδεικνύοντας τον πολυδιάστατο χαρακτήρα και τα ανταγωνιστικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος.

Το φωτογραφικό υλικό θα πρέπει να είναι υψηλής ανάλυσης και κατάλληλο για χρήση στο διαδίκτυο, το δε σύστημα θα πρέπει να μπορεί να αναπροσαρμόζει αυτόματα το μέγεθος και τις διαστάσεις της κάθε φωτογραφίας ανάλογα με το σημείο στο οποίο εκείνη εμφανίζεται (για παράδειγμα, ανάπτυξη άρθρου ή ροή) όπου αυτό είναι απαραίτητο. Το σύστημα θα πρέπει επίσης να επιτρέπει στον διαχειριστή να ορίζει το σημείο στο οποίο είναι το βασικό θέμα της φωτογραφίας έτσι ώστε να μην επηρεάζεται κατά την παρουσίαση διαφορετικών μεγεθών που θα προκύπτουν αυτόματα.

Δείκτες Αξιολόγησης

Οι δείκτες αξιολόγησης της ανωτέρω δράσης είναι:

- Τήρηση χρονοδιαγράμματος υλοποίησης της ενέργειας
- Αποτελεσματικότητα μέσω του SEO (Search Engine Optimization)

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της ανωτέρω ενέργειας θα ανέλθει σε **€ 5.000,00**.

Πηγή Χρηματοδότησης

Ιδία Κεφάλαια της Περιφέρειας Ηπείρου ή/και Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014 - 2020).

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Περιφέρεια Ηπείρου

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΣΕ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Περιγραφή και Σκοπός

Τα ψηφιακά μέσα διαδραματίζουν έναν καθοριστικό ρόλο στην προώθηση προορισμών ενώ παράλληλα εντάσσονται στο πλαίσιο στρατηγικής επικοινωνίας για την προβολή της Περιφέρειας Ηπείρου ως τουριστικού προϊόντος και την αύξηση επισκεψιμότητας, σε συνδυασμό με την εμπλοκή του κάθε κοινού-στόχου. Πλέον τα ψηφιακά μέσα επηρεάζουν κάθε στάδιο του ταξιδιού ενός σύγχρονου επισκέπτη, από την αναζήτηση της περιοχής που θα επισκεφθεί μέχρι την προσέλευση & τη διαμονή.

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης δράσης, άμεσο στόχο αποτελεί η αναβάθμιση και η διαχείριση της παρουσίας της Περιφέρειας σε συγκεκριμένα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης.

Τα αναφερόμενα κοινωνικά μέσα δικτύωσης είναι τα εξής:

- Facebook
- Youtube

ενώ προτείνεται και η προσθήκη νέου μέσου κοινωνικής δικτύωσης:

- Instagram

Ο στόχος της αναβάθμισης και διαχείρισης θα περιλαμβάνει την ανάδειξη των δυνατοτήτων της αλλά τη δημιουργία μίας πλατφόρμας μέσω της οποίας, οι επισκέπτες θα μπορούν να μοιραστούν την εμπειρία τους από επισκέψεις, προσελκύοντας με τον τρόπο αυτό περισσότερους χρήστες.

Βασικοί παράγοντες υλοποίησης της δράσης αποτελούν:

- Η χαρτογράφηση του ανταγωνισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Η χρησιμοποίηση διαδικτυακών εργαλείων συνεχούς παρακολούθησης (online monitoring tools) με στόχο τόσο την επίβλεψη, σε πραγματικό χρόνο (real time) των αναφορών σε προορισμούς της Ηπείρου μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα.
- Παραδείγματα βέλτιστης πρακτικής από αντίστοιχες περιπτώσεις του εξωτερικού.
- Η στρατηγική περιεχομένου η οποία θα περιλαμβάνει τα μηνύματα και τα θετικά σημεία.
- Το ύφος επικοινωνίας (tone of voice) για την μέγιστη δυνατή εμπλοκή των χρηστών.
- Εγχειρίδιο διαχείρισης και αντιμετώπισης αρνητικών σχολίων και κρίσεων σε συνεργασία με την Αναθέτουσα Αρχή.
- Εκπόνηση προτάσεων για τρόπους αξιοποίησης των εργαλείων που προσφέρουν τα Μέσα

Κοινωνικής Δικτύωσης όπως για παράδειγμα (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά):

- Καρτέλες Facebook (Facebook Tabs)
- Παραμετροποίηση περιβάλλοντος με στόχο την ισχυροποίηση του μηνύματος επικοινωνίας (π.χ. Youtube backgrounds)
- Αμεσότητα επικοινωνίας για τακτικές ενέργειες άμεσης απόδοσης
- Αναδημοσίευση υλικού από ένα σε περισσότερα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Υφιστάμενη Κατάσταση

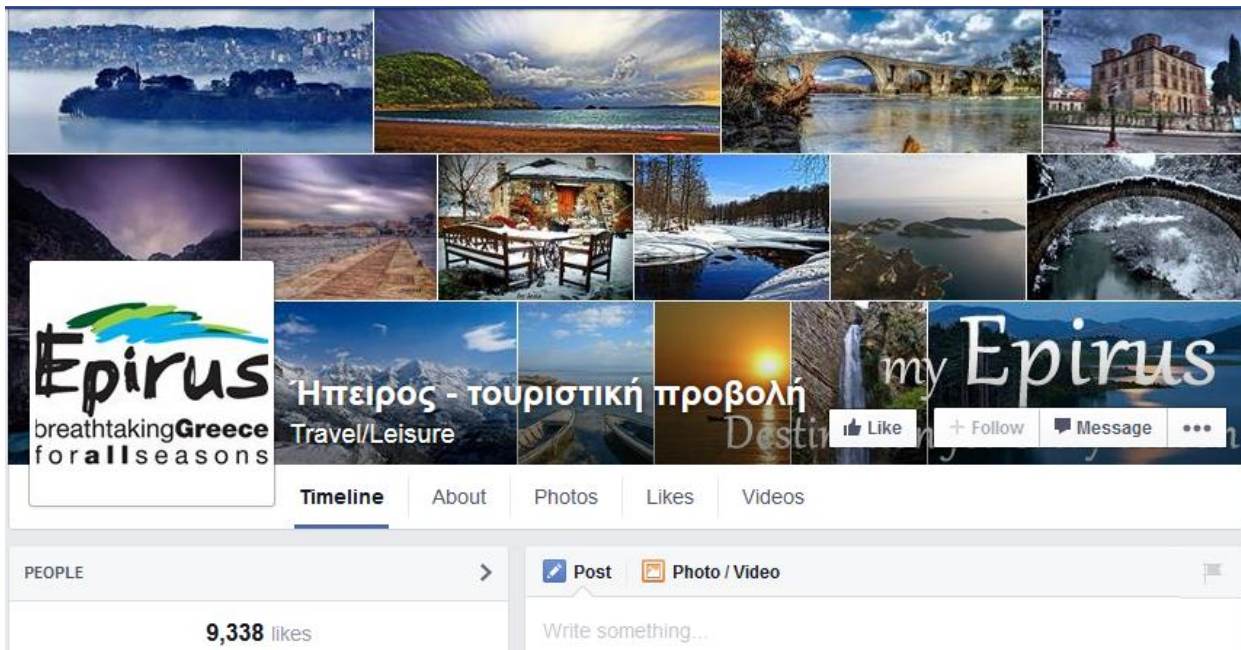
Έως και σήμερα οι «διαδραστικές πλατφόρμες», οι οποίες χρησιμοποιούνται από την Περιφέρεια Ηπείρου είναι το facebook, το twitter και το youtube.

Facebook

Η ιστοσελίδα Περιφέρεια Ηπείρου αριθμεί μόνο 645 μέλη.



Σε αντίθεση με την ανωτέρω σελίδα, η σελίδα Ήπειρος – Τουριστική Προβολή αριθμεί 9.338 μέλη.



Η τουριστική προβολή της Ηπείρου μέσω του Facebook αποτελεί μία προσπάθεια προώθησης όλων των μορφών τουρισμού στην Περιφέρεια. Η σελίδα αυτή, στόχο έχει την προβολή και την προώθηση των τουριστικών προορισμών της Περιφέρειας προς τους επισκέπτες-τουρίστες.

Trip Advisor

Επιπροσθέτως, στα πλαίσια της στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη και προβολή της Περιφέρειας Ηπείρου υπάρχει συνεργασία με την TripAdvisor, τη μεγαλύτερη και πιο δημοφιλή διαδικτυακή κοινότητα σχετικά με τα ταξίδια και τον τουρισμό.

Ηπειρος: Ξενοδοχεία με τη μεγαλύτερη βαθμολογία στο TripAdvisor

Μέσα από τη συνεργασία με την TripAdvisor, η Περιφέρεια Ηπείρου επιδιώκει την προβολή του ποιοτικού ξενοδοχειακού δυναμικού καθώς και συγκεκριμένων στοιχείων του τουριστικού προϊόντος της, τα οποία αποτελούν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (πρόσβαση στη θάλασσα, σύγχρονα μουσεία, εναλλακτικές δραστηριότητες, κοντινοί προορισμοί κλπ).

Όπως γίνεται διακριτό, υπάρχει η παρουσία της Περιφέρειας στους διαδικτυακούς τόπους, ωστόσο εμπεριέχει αρκετές δυνατότητες βελτίωσης, λαμβάνοντας υπόψη φυσικά και τις διαρκώς μεταβαλλόμενες εξελίξεις σε τεχνολογικό επίπεδο, οι οποίες χρήζουν αναγκαίες τις ενδεχόμενες αναπροσαρμογές και τις αντίστοιχες αναβαθμίσεις των λειτουργιών.

Προσθήκη νέου μέσου κοινωνικής δικτύωσης.

Το Instagram αποτελεί ένα πρόγραμμα κοινωνικής δικτύωσης, μέσω του οποίου προβάλλονται φωτογραφίες των χρηστών. Δημιουργήθηκε το 2010 από τον Michael Kriger, στο Σαν Φρανσίσκο διαθέτει άνω των 100 εκατομμύριων χρηστών σε παγκόσμιο επίπεδο. Το 2012, το Facebook προχώρησε στην εξαγορά του Instagram, ενώ παράλληλα άρχισε να υποστηρίζει εκτός από την

υπηρεσία ios για προϊόντα της apple και την υπηρεσία Android ώστε να έχουν πρόσβαση και άλλοι χρήστες smartphones. Επιπρόσθετα, από τον Ιούνιο του 2013, στις υπηρεσίες του Instagram εντάσσεται και η δυνατότητα προβολής βίντεο, διάρκειας έως και 15 δευτερολέπτων.

Η χρήση του Instagram έχει λάβει σημαντικές διαστάσεις στην ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία, καθώς εμπεριέχει τη δυνατότητα επικοινωνίας της συνολικής εμπειρίας του ταξιδιού από τον επισκέπτη και φυσικά την εναλλακτική προβολή του προορισμού μέσω της εικόνας.

Δείκτες Αξιολόγησης

Οι δείκτες αξιολόγησης της εν λόγω δράσης είναι:

- Αριθμός των δημοσιευμάτων ανά μέσο κοινωνικής δικτύωσης σε εβδομαδιαία βάση
- Η Γεωγραφική Διασπορά Followers ανά κανάλι σε σχέση με αγορές στόχευσης
- Επίπεδα διαδραστικών συνομιλιών
- Online brand monitoring analysis

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της ενέργειας θα ανέλθει σε € 5.000,00.

Πηγή Χρηματοδότησης

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014-2020)

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Περιφέρεια Ηπείρου

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Περιγραφή και Σκοπός

Η προώθηση των Διαδικτυακών Τόπων του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Ηπείρου, αξιοποιώντας την εξέλιξη της ψηφιακής τεχνολογίας τόσο σε επίπεδο στρατηγικής όσο και σε επίπεδο επιχειρησιακής λειτουργίας αποτελεί βασικό στόχο του στρατηγικού σχεδιασμού της αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος.

Η εκπόνηση ενός ολοκληρωμένου διαφημιστικού πλάνου των διαδικτυακών τόπων σε δημοφιλείς μηχανές αναζήτησης αλλά και η στοχευμένη διαφήμιση σε διαδικτυακούς τόπους τρίτων με την χρήση τόσο διαφημιστικών μηνυμάτων (web banners) όσο και κειμενικών διαφημιστικών μηνυμάτων (Text ads) καθώς και διαφημιστικών σε βίντεο είναι ένας βασικός παράγοντας για την επιτυχημένη υλοποίηση του προγράμματος.

Γενικός στόχος της δράσης αποτελεί η αύξηση των επισκεπτών από 3 έως 5 αγορές- στόχευσης (Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Γαλλία & Ρωσία).

Στόχοι καμπάνιας:

- 50.000 clicks από διαφήμιση στα αποτελέσματα μηχανών αναζήτησης.
- 50.000 clicks από διαφήμιση σε τρίτους διαδικτυακούς τόπους με τη χρήση τόσο εικαστικών διαφημιστικών μηνυμάτων (banners) όσο και κειμενικών διαφημιστικών μηνυμάτων (text ads).

Εκπόνηση στρατηγικής

Η εκπόνηση της στρατηγικής περιλαμβάνει πέντε βασικούς θεματικούς πυλώνες :

- Διαφημιστική στρατηγική η οποία θα περιέχει μία ολοκληρωμένη λύση η οποία θα συνδυάζει με τον αποτελεσματικότερο τρόπο, από πλευράς κόστους και απόδοσης, όλα τα παραπάνω μέσα και θα εξασφαλίζει την απαιτούμενη συνέχεια και συνέπεια της διαφημιστικής παρουσίας.
- Ανάλυση ανταγωνιστικής παρουσίας όσον αφορά στις αγορές στόχους και σε σχέση με την «τοποθέτηση» των ανταγωνιστών στις μηχανές αναζήτησης και τη διαφημιστική παρουσία τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά.
- Εκπόνηση προτάσεων για «λέξεις-κλειδιά» με βάση το κατά πόσο είναι αποτελεσματικά αλλά και το κατά πόσο εκφράζουν την επικοινωνιακή στρατηγική και προσωπικότητα της διαδικτυακής παρουσίας της Περιφέρειας.
- Ανάπτυξη διαφημιστικών μηνυμάτων και κειμένων.
- Πρόταση δαπάνης (media spend) ανά μήνα και κοινό στόχο.

Υλοποίηση στρατηγικής

- Συνεχής παρακολούθηση αποτελεσμάτων ενεργειών και μέτρησης επισκεψιμότητας μέσα από ηλεκτρονικούς μηχανισμούς που θα δείχνουν αποτελέσματα σε πραγματικό χρόνο (real time).
- Αναλυτικές μηνιαίες αναφορές ανά αγορά αναφορικά με τα πραγματικά αποτελέσματα της καμπάνιας ως προς την επίτευξη των στόχων.
- Εκπόνηση προτάσεων διορθωτικών και τακτικών ενεργειών για βελτίωση της αποτελεσματικότητας κάθε καμπάνιας.
- Δοκιμή, όπου κρίνεται απαραίτητο, εναλλακτικών μηνυμάτων και λέξεων - κλειδιών με στόχο την επισήμανση του πιο αποτελεσματικού τρόπου προώθησης.

ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΙΣΤΟΤΟΠΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Στο πλαίσιο της διαφημιστικής στρατηγικής, εντάσσεται και ένα ολοκληρωμένο πλάνο διαφήμισης των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης

Άμεσοι Στόχοι:

- Αύξηση 200% των φίλων του Ιστότοπου της Περιφέρειας στο Facebook.

Εκπόνηση στρατηγικής

Οι αρχές στις οποίες πρέπει να βασιστεί η Στρατηγική για την προβολή στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης θα πρέπει να είναι οι εξής:

- Προώθηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Ηπείρου καθώς και της προστιθέμενης αξίας που αντιλαμβάνεται κάθε κοινό στόχος (Perceived Added Value).
- Καταγραφή του ανταγωνισμού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης καθώς και των θετικών ή αρνητικών αναφορών των χρηστών ως προς το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας.
- Αναλυτική στόχευση των δημογραφικών χαρακτηριστικών και το προφίλ των κοινών-στόχων.

Υλοποίηση στρατηγικής

- Συνεχής παρακολούθηση αποτελεσμάτων και απόδοσης ενεργειών
- Δοκιμή εναλλακτικών μηνυμάτων και εκπόνηση προτάσεων διορθωτικών και τακτικών ενεργειών για βελτίωση της απόδοσης της προβολής.
- Εκπόνηση αναλυτικών μηνιαίων αναφορών αναφορικά με τα πραγματικά αποτελέσματα της καμπάνιας ως προς την επίτευξη των στόχων.

Επιλεγμένα Μέσα διαδικτύου

Σε σχέση με τα επιλεγμένα μέσα του διαδικτύου σημειώνεται ότι:

- Η Google, προσφέροντας ένα μεγάλο εύρος ευκαιριών σε όσους επιδιώκουν να στοχεύσουν συγκεκριμένες κατηγορίες καταναλωτών για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.
- Το Facebook αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο προβολής και κοινωνικής δικτύωσης. Με πάνω απο 600 εκ. μέλη αποτελεί την πιο "value for money" διαφήμιση σε σχέση με τα έντυπα μέσα, εξαιτίας του πλεονεκτήματος της ευελιξίας στην επιλογή αγορών- στόχων με ποικίλα κριτήρια (Π.χ. γεωγραφικά, δημογραφικά, βάσει ενδιαφερόντων, κ.α.)
- Το TripAdvisor είναι η μεγαλύτερη διαδικτυακή ταξιδιωτική κοινότητα με περισσότερους από 25 εκ. επισκέπτες το μήνα, πάνω από 15 εκ. μέλη, 30 εκ. κριτικές και απόψεις, 2 εκ φωτογραφίες επισκεπτών και πάνω από 1.1 εκ. ξενοδοχεία και τουριστικές επιχειρήσεις σε 70.000 προορισμούς.

Δείκτες Αξιολόγησης

- Τήρηση χρονοδιαγράμματος υλοποίησης ενέργειας
- Επιτυχή αποτέλεσμα μέσω του Search Engine Optimazation
- Επίτευξη των στόχων κάθε καμπάνιας

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της ανωτέρω ενέργειας θα ανέλθει σε **€ 150.000,00.**

Πηγή Χρηματοδότησης

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014-2020)

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Περιφέρεια Ηπείρου

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΩΘΗΣΗΣ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ

Σχεδιασμός και Παραγωγή Έντυπου Προωθητικού Υλικού Θεματικού Τουρισμού

Στο πλαίσιο της στοχευμένης προώθησης και προβολής του θεματικού τουρισμού της Θεσπρωτίας σε επαγγελματίες της αγοράς, θα πρέπει να γίνουν δράσεις που σχετίζονται με τον σχεδιασμό, την έκδοση και την προώθηση αναλυτικού πολυγλωσσικού οδηγού. Με γνώμονα τη βέλτιστη πληροφόρηση και εξυπηρέτηση των διοργανωτών, ο οδηγός θα περιέχει όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται όσοι ενδιαφέρονται για δράσεις γύρω από το θεματικό τουρισμό.

A. Travel Trade Manual

Η σύνταξη ενός ολοκληρωμένου καταλόγου θεματικού τουριστικού περιεχομένου, απευθύνεται αποκλειστικά στους τουριστικούς πράκτορες με στόχο την ολοκληρωμένη παρουσίαση του προορισμού της Θεσπρωτίας και την ενίσχυση & αναβάθμιση της παρεχόμενης πληροφορίας. Παράλληλα ενσωματώνεται το σύνολο της αναλυτικής πληροφόρησης για τις παρεχόμενες υπηρεσίες αλλά και την παρουσίαση των ιδιαίτερων και συγκριτικών πλεονεκτημάτων του προορισμού.

Επιπρόσθετα, ο αναλυτικός οδηγός του θεματικού τουρισμού θα:

- χρησιμοποιείται ως κύρια πηγή πληροφόρησης των tour operators και των travel agents και θα διατίθενται σε στοχευμένες ομάδες επαγγελματιών.
- εμπεριέχει συγκεντρωμένο όγκο δομημένης πληροφορίας σχετικά με τον θεματικό τουρισμό που θα έχει ως βασικό στόχο την παροχή όλων των απαραίτητων δεδομένων για την στοιχειοθέτηση οργανωμένων πακέτων ταξιδιών από tour operators.
- εμπεριέχει διαφημιστικές καταχωρήσεις με σκοπό σε πρώτη φάση την κάλυψη των δαπανών παραγωγής τους και εκ των υστέρων την αποκόμιση εσόδων.

Η βασική δομή του αναλυτικού οδηγού θα περιλαμβάνει τους κάτωθι θεματικούς άξονες:

- Την προβολή και παρουσίαση όλων των υπηρεσιών θεματικού τουρισμού του προορισμού της Θεσπρωτίας.
- Την αναλυτική παρουσίαση όλων τα σημείων ενδιαφέροντος, των ιστορικών μνημείων, των προσφερόμενων τουριστικών δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων.
- Την ενίσχυση της προώθησης του τουριστικού προϊόντος στοχεύοντας στην ανάπτυξη αφενός μεν του οργανωμένου τουρισμού και αφετέρου στην ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού.
- Την παροχή πληροφοριών για θέματα Πολιτιστικά, Οικολογικά, Οικονομικά και Αναπτυξιακά προς όλους τους ενδιαφερομένους (εντός της Θεσπρωτίας, της

Περιφέρειας, πανελλαδικά και παγκόσμια) με πληρότητα και αξιοπιστία.

- Την προσέγγιση ομάδων ειδικών ενδιαφερόντων, και την ανάδειξη του συγκριτικού πλεονεκτήματος του προορισμού της Θεσπρωτίας στις συγκεκριμένες κατηγορίες.

Θεματικοί Άξονες Οδηγού

- Συνοπτική προβολή και περιγραφή του τουριστικού προϊόντος
- Προβολή & Ανάπτυξη Εξειδικευμένων Τουριστικών Προγραμμάτων για ειδικές ομάδες πληθυσμού
- Προβολή & ανάπτυξη των ενοτήτων για την τέχνη, την κουλτούρα και τα ιστορικά μνημεία - αναλυτική καταγραφή και παρουσίαση όλων των υπηρεσιών, επιχειρήσεων και ιδρυμάτων, τα οποία σχετίζονται με τον θεματικό τουρισμό
- Καταγραφή και Παρουσίαση επιχειρήσεων και επαγγελματιών από τον χώρο
- Προβολή και Παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος με γνώμονα την διασκέδαση και τη γαστρονομία
- Παρουσίαση & Προβολή Στοιχείων για τον ξενοδοχειακό κλάδο στον προορισμό
- Παρουσίαση και προβολή της Περιφέρειας ως θεματικού τουρισμού
- Ανάπτυξη ημερολογίου εκδηλώσεων - Προβολή και επισύναψη χάρτη της Θεσπρωτίας

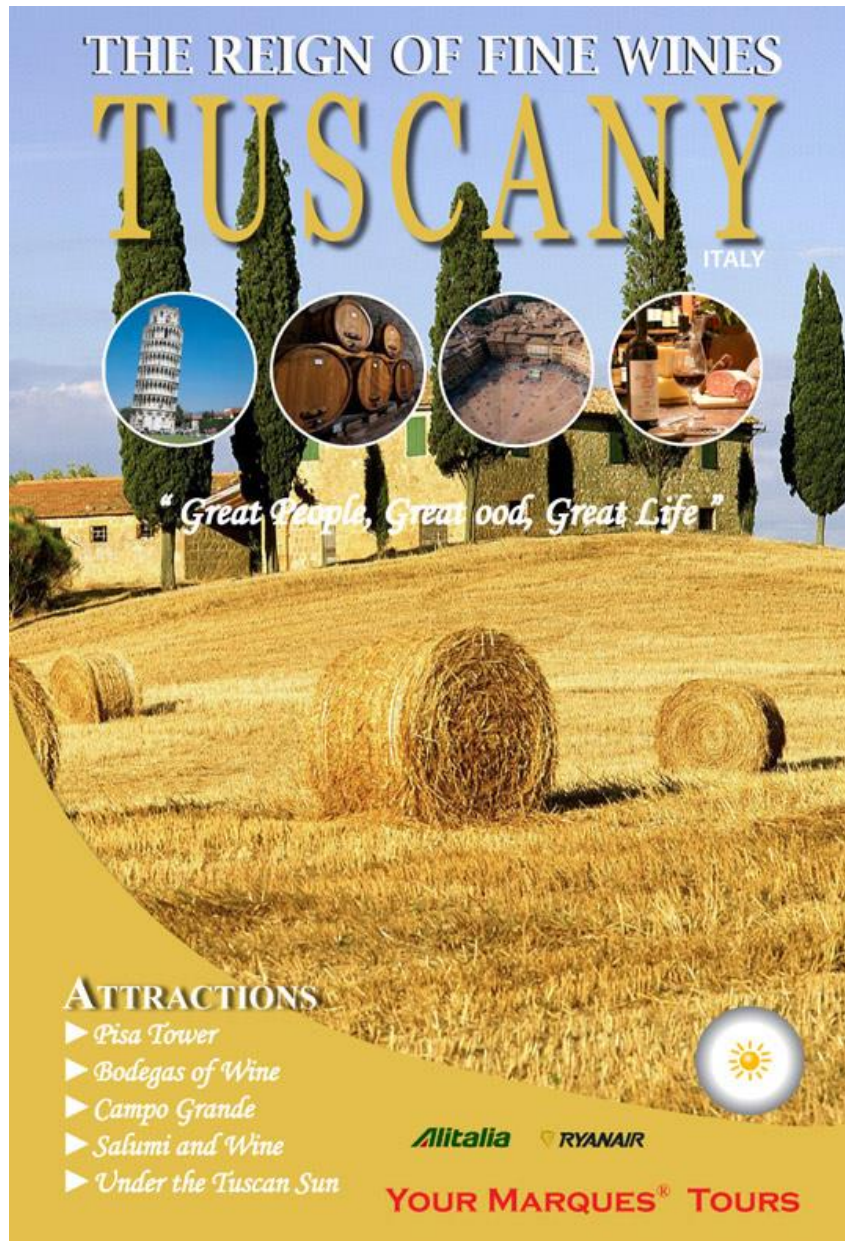
Στο πλαίσιο της συμμετοχής της Θεσπρωτίας σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις αλλά και στην διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης προτείνεται η παραγωγή οδηγού επαγγελματιών τουρισμού σε συγκεκριμένες ποσότητες και τεχνικές προδιαγραφές.

Προδιαγραφές:

- Μορφή εκτύπωσης: offset
- Χρώμα: 4χρωμία A+ B όψη
- Δέσιμο: ραφτοκολλητό
- Σχήμα: κάθετο
- Διαστάσεις: να προταθεί από ανάδοχο η διάσταση, κατάλληλη για τουριστικό οδηγό, μικρότερη από A4.
- Τύπος χαρτιού: τύπου velvet ή eurobulk
- Αριθμός σελίδων: 128-144 σελίδες (6-9 τυπογραφικά σελίδων)
- Γλώσσα: Αγγλικά
- Ποσότητα: 2.500 τμχ ανά έτος

Παράδειγμα

Τουριστικός οδηγός Τοσκάνης



Ένα παράδειγμα θεματικού τουρισμού αποτελεί ο οδηγός της Τοσκάνης όπου περιλαμβάνει αξιοθέατα, οινογευσία, γαστρονομία, θρησκευτικούς χώρους κ.λπ. Απευθύνεται στους τουριστικούς πράκτορες με σαφή προσανατολισμό την παρουσίαση του συνόλου των παρεχόμενων υπηρεσιών και των συγκριτικών πλεονεκτημάτων για την πληρέστερη ενημέρωση και κατάρτιση τους.

B. Οδηγός Θεματικού Τουρισμού

Στο πλαίσιο της στοχευμένης προώθησης και προβολής του θεματικού τουρισμού προτείνεται ο σχεδιασμός, η έκδοση και προώθηση ενός αναλυτικού πολυγλωσσικού οδηγού. Ο Οδηγός θα

είναι διαθέσιμος στην Αγγλική Γλώσσα, ενώ προβλέπεται η δημιουργία μετεφρασμένων εκδόσεων στα Ιταλικά με στόχο την προσέλκυση τουριστών από την εν λόγω αγορά στόχο. Ο Οδηγός θα δημιουργηθεί σε ψηφιακή μορφή, θα επικαιροποιείται σε ετήσια βάση και θα είναι διαθέσιμος διαδικτυακά στην επίσημη ιστοσελίδα της Περιφέρειας και θα προβάλλεται εντός της ειδικής θεματικής κατηγορίας του τουρισμού σε ειδικό link.

Θεματικοί Άξονες

Πιο συγκεκριμένα ο οδηγός θα περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες πληροφόρησης:

- Παρουσίαση της Θεσπρωτίας ως ιδανικό προορισμό με στοχευμένο προωθητικό περιεχόμενο για τον θεματικό τουρισμό (οικοτουρισμός, περιπέτειας, αθλητικός, θρησκευτικός, υγείας, αγροτουρισμός, γαστρονομίας κλπ)
- Πλήρη στοιχεία για τα μέλη που σχετίζονται με τον θεματικό τουρισμό
- Πλήρη αναφορά και ανάδειξη όλων των χώρων και υπηρεσιών της Θεσπρωτίας
- Εκθεσιακούς χώρους της Θεσπρωτίας
- Ενδεικτικά προγράμματα ταξιδιών κινήτρων και προτάσεις για ψυχαγωγικές και άλλες δραστηριότητες
- Χάρτες
- Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και γενικές χρήσιμες πληροφορίες
- Έντυπη φόρμα για την αποστολή ενός «Request for Proposal»
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις με σκοπό σε πρώτη φάση την κάλυψη των δαπανών παραγωγής του και εκ των υστέρων την αποκόμιση εσόδων.

Ενδεικτικές Θεματικές Κατηγορίες/ Περιεχόμενα Οδηγού

- Discover Thematic Tourism in Epirus / Thesprotia - Ανακαλύψτε τον Θεματικό Τουρισμό στην Ήπειρο / Θεσπρωτία
- What's New - Τι νέο υπάρχει;
- Access & Transportation - Πρόσβαση & Μεταφορές
- Accommodation & Venues - Διαμονή & Χώροι Κοινωνικών Εκδηλώσεων
- Dining, Shopping & Attractions - Φαγητό, Ψώνια & Αξιοθέατα
- Support Services & Practical Info - Υποστηρικτικές Υπηρεσίες & Πρακτικές Πληροφορίες
- Social Programs & Tours - Κοινωνικά Προγράμματα & Εκδρομές
- Unknown Thesprotia (Local secrets, unusual venues & Incentives ideas) - Άγνωστη Θεσπρωτία (Τοπική μυστικά, ασυνήθιστοι χώροι και νέες ιδέες)

Πρώθηση

Στο πλαίσιο των ενεργειών προώθησης και προβολής του θεματικού τουρισμού και αποσκοπώντας στη βέλτιστη προώθηση του, προτείνονται οι εξής βασικές ενέργειες συμπληρωματικής προώθησης:

- η δημιουργία συμπληρωματικών Web Banners, τα οποία θα φέρουν τα εικαστικά σχέδια του Οδηγού και θα μεταφέρουν τον ενδιαφερόμενο απευθείας στο ειδικό link του Οδηγού
- η προβολή των banners α) στην επίσημη ιστοσελίδα της Περιφέρειας β) μέσω των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων και των διαδικτυακών τους τόπων
- η ανάπτυξη ενός σύντομου video το οποίο θα φέρει τα ίδια εικαστικά δημιουργικά σχέδια και χρώματα ταυτότητας του Οδηγού και θα προσφέρει μία γρήγορη επισκόπηση του θεματικού τουρισμού, ενημερώνοντας για την ύπαρξη του οδηγού και οδηγώντας στην επίσημη ιστοσελίδα του
- η προβολή του video στο YouTube και η παράλληλη προώθησή του στα υπόλοιπα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης της Περιφέρειας

Δείκτες Αξιολόγησης

Οι δείκτες αξιολόγησης της ανωτέρω δράσης είναι:

- Τήρηση Χρονοδιαγράμματος Υλοποίησης Δράσης
- Τήρηση Προδιαγραφών Υλοποίησης Δράσης (Περιεχόμενο / Εικαστικά / Παραγωγή / Διανομή)
- Διαφημιστικά Έσοδα
- Click Rate Διαδικτυακών / ψηφιακών εφαρμογών

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της ανωτέρω ενέργειας θα ανέλθει σε **€ 100.000,00**.

Πηγή Χρηματοδότησης

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014-2020).

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης

- Επιμελητήριο Θεσπρωτίας

Η δράση αυτή θα μπορούσε να συνδυαστεί με την δράση για την τουριστική προβολή συνολικά της Περιφέρειας Ηπείρου, όπως αυτή αναφέρεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ηπείρου 2012-2014.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Αποσκοπώντας στην προώθηση του θεματικού τουρισμού και την ενίσχυση της εικόνας του προορισμού σε αγορές στόχους του εξωτερικού κρίνεται αναγκαία η συμμετοχή της Θεσπρωτίας καθώς και των υπόλοιπων περιοχών της Ηπείρου σε επιλεγμένες Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού και θεματικού χαρακτήρα.

Δεδομένων των πολύπλευρων αναγκών προώθησης του θεματικού τουρισμού, θα υλοποιηθεί ένα ολοκληρωμένο σχέδιο συμμετοχής της Θεσπρωτίας σε επιλεγμένες εκθέσεις του εξωτερικού με προοπτική:

- να προβληθεί και ενισχυθεί η ταυτότητά της στο εξωτερικό,
- να διευκολυνθεί η επιτόπια γνωριμία και προβολή των τουριστικών της προορισμών,
- να ενημερωθούν οι επαγγελματίες για τις εξελίξεις στον κλάδο του τουρισμού,
- να πραγματοποιηθούν επαγγελματικές συμφωνίες και
- να καταστεί εφικτή η πληροφόρηση όλων των εμπλεκόμενων με τον τουρισμό για τις δράσεις και τα αποτελέσματα των υλοποιηθεισών ενεργειών προώθησης.

Οι κυριότεροι στόχοι της παρουσίας σε επιλεγμένες Εκθέσεις Τουρισμού είναι η προσέγγιση συγκεκριμένων μελών του συστήματος διανομής του τουριστικού εμπορίου (wholesalers, ITOs, το προσωπικό λιανικής πώλησης) όπως παράλληλα και η ανάπτυξη επαγγελματικών σχέσεων και τη δημιουργία πλαισίων συνεργασίας με διεθνείς φορείς τουρισμού, διεθνείς επαγγελματικές ενώσεις και κορυφαίους εκπροσώπους tour operators και εταιρειών τουρισμού.

Κριτήρια Επιλογής

Βάσει των παραπάνω στόχων, μέσω του εν λόγω σχεδίου προγραμματίζεται η παρουσία της Θεσπρωτίας σε επιλεγμένες Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις βάσει των εξής κυριότερων κριτηρίων επιλογής:

- Μέσος Ετήσιος Αριθμός Συμμετεχόντων: Επιλέγονται κατά κύριο λόγο εκείνες οι εκθέσεις οι οποίες αποτελούν διοργανώσεις με πολυετή ή ήδη αναγνωρισμένη αξία επομένως προσελκύουν έναν αρκετά μεγάλο αριθμό Buyers, Suppliers και Επισκεπτών.
- Χρόνος Διεξαγωγής: Ιδανικά το πρόγραμμα συμμετοχής της Θεσπρωτίας σε Εκθέσεις πρέπει να ακολουθεί μία όσο το δυνατόν πιο εξισορροπημένη και ομοιογενή κατανομή του συνόλου των εκθέσεων καθόλην τη διάρκεια του έτους.
- Εκπροσωπούμενη γεωγραφική αγορά: Προγραμματίζεται η συμμετοχή της σε εκείνες τις Τουριστικές Εκθέσεις οι οποίες εκπροσωπούν τις σημαντικότερες τουριστικές αγορές είτε υπάρχουσες προς περαιτέρω ανάπτυξη (Γερμανία, Γαλλία, Αμερική), είτε προς στόχευση

(Ρωσία). Παράλληλα, επιλέγονται κατά κύριο λόγο εκείνες οι εκθέσεις οι οποίες διοργανώνονται σε περιοχές/χώρες αγορές στόχους της Θεσπρωτίας και απευθύνονται σε επαγγελματίες θεματικού τουρισμού.

- Ειδικές Θεματικές Κατηγορίες: Προγραμματίζεται η συμμετοχή της Θεσπρωτίας στις κυριότερες Τουριστικές Εκθέσεις οι οποίες εξειδικεύονται σε θεματικές κατηγορίες και συγκεκριμένα τμήματα της τουριστικής αγοράς που συγκλίνουν με τον ευρύτερο στρατηγικό σχεδιασμό τουριστικής προώθησης και προβολής της Θεσπρωτίας (π.χ. θεματικός τουρισμός).
- Η διασφάλιση των στόχων της στρατηγικής προβολής και προώθησης του προορισμού μέσα από τη συμμετοχή της Θεσπρωτίας σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις προϋποθέτει οργανωμένη και στοχευμένη επιλογή των καταλληλότερων εξ' αυτών, καθορισμό των στόχων οι οποίοι θα πρέπει να επιτευχθούν μέσα από τη συμμετοχή σε κάθε έκθεση μέσω του ανάλογου ειδικευμένου και αφοσιωμένου προσωπικού της Θεσπρωτίας
- Προκειμένου να εξασφαλιστεί η καλύτερη δυνατή σχέση κόστους/χρόνου και αποτελέσματος της παρουσίασης/πώλησης του προορισμού είναι αναγκαίο να προηγηθεί σωστός προγραμματισμός των επαφών οι οποίες θα γίνουν στο πλαίσιο αυτής.
- Οι διεθνείς εκθέσεις θα πρέπει να αποτελέσουν εργαλείο προώθησης και προβολής του προορισμού. Έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην προώθηση και παρουσίαση του τουριστικού portal του προορισμού με την επιτόπου επίδειξη του δικτυακού τόπου μέσω φορητών υπολογιστών στο περίπτερο και ταυτόχρονη προτροπή του ενδιαφερομένου να εγγραφεί προκειμένου να λαμβάνει το newsletter και όλες τις νέες πληροφορίες σχετικά με το τουριστικό προϊόν της Θεσπρωτίας.
- Αναγκαία είναι επίσης η στενή συνεργασία με ιδιώτες πριν από κάθε έκθεση προκειμένου να πραγματοποιούνται διάφορα events και να μοιράζονται προϊόντα άμεσα συνυφασμένα με την ταυτότητα της Θεσπρωτίας. Η αποστολή πρέπει να απαρτίζεται από τα κατάλληλα εκπαιδευμένα άτομα τα οποία θα εκπροσωπούν όχι μόνο το φορέα αλλά και τους επαγγελματίες της Θεσπρωτίας.
- Τέλος, σημαντική είναι η σταθερή παρουσία τουλάχιστον για 3 χρόνια σε κάθε έκθεση η οποία θα αυξήσει το brand awareness της Θεσπρωτίας, αλλά και την εμπειρία των στελεχών που ασχολούνται με τις εκθέσεις.

Επιλεγμένες Διεθνείς Εκθέσεις & Workshops Τουρισμού

Με βάση τα παραπάνω, καθώς και σε σχέση με τις αντίστοιχες αγορές-στόχους, σχεδιάζεται η συμμετοχή της Θεσπρωτίας σε ορισμένες από τις ακόλουθες ετήσιες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις:

- **IFTM TOP RESA: Παρίσι, Γαλλία**

Ετήσιο Γαλλικό φεστιβάλ με αντικείμενο τα ταξίδια και τον τουρισμό.

- **Διεθνής Τουριστική Έκθεση MITT, Μόσχα, Ρωσία**

Διεξάγεται ετησίως στη Μόσχα και αναγνωρίζεται ως ένα σημαντικό γεγονός στην τουριστική βιομηχανία για το κλείσιμο συνεργασιών ή ανανέωση αυτών.

Στην έκθεση συμμετέχουν πάνω από 3.000 εταιρείες από 198 προορισμούς: Ταξιδιωτικά Γραφεία, Τουριστικοί πράκτορες, Ιατρικός τουρισμός, Τεχνολογία Πληροφορικής σχετική με τον κλάδο, Ξενοδοχεία - καταλύματα, Μεταφορείς - εταιρείες τουριστικών λεωφορείων, εκπρόσωποι τουρισμού – μουσείων – αξιοθέατων - κέντρων ψυχαγωγίας κτλ.

- **DESTINATIONS: THE HOLIDAY & TRAVEL SHOW - Λονδίνο**

Ετήσια διεθνής έκθεση επαγγελματικού και καταναλωτικού χαρακτήρα, με το δεύτερο χαρακτηριστικό να υπερτερεί, καθώς είναι πλέον από τις λίγες εκθέσεις που επιτρέπουν την επίσκεψη κοινού.

- **TUR - Göteborg the Swedish International Travel & Tourism Trade Fair, Göteborg, Σουηδία**

Διεθνής ετήσια έκθεση για προϊόντα όπως Αθλητισμός και Αναψυχή, Ταξιδιωτικές Υπηρεσίες, Υγεία και Ομορφιά κλπ. Η TUR θα πραγματοποιηθεί από 21-24 Μαρτίου 2016 στην πόλη Göteborg, Σουηδία στο Εκθεσιακό Κέντρο Swedish Exhibition & Congress Centre/Svenska Mässan.

- **ITB- Berlin Travel Trade Show, Βερολίνο, Γερμανία**

Η έκθεση ITB του Βερολίνου είναι η μεγαλύτερη στον κόσμο ταξιδιωτική εμπορική έκθεση. Παρέχει μια μοναδική ευκαιρία για μια ματιά πίσω από την κουρτίνα της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Η ITB καλύπτει όλες τις πτυχές των ταξιδιών και του τουρισμού.

- **WORLD TRAVEL MARKET – Λονδίνο, Αγγλία**

Το World Travel Market είναι μια κορυφαία παγκόσμια ετήσια εκδήλωση για την ταξιδιωτική βιομηχανία με στόχο να ανταποκριθεί πλήρως σε επαγγελματίες του κλάδου και στη διεξαγωγή επιχειρηματικών συμφωνιών.

- **I.T.M INTOURMARKET – Μόσχα, Ρωσία**

Το I.T.M είναι η πρώτη ρωσική έκθεση εθνικής κλίμακας, όπου εκπροσωπούνται όλοι οι τομείς της τουριστικής βιομηχανίας. Οι χώρες που είναι παραδοσιακά δημοφιλείς προορισμοί ανάμεσα στους Ρώσους ταξιδιώτες δείχνουν το συνεχές ενδιαφέρον για την έκθεση. Το ITM φιλοξενεί τουριστικά περίπτερα από χώρες όπως η Τουρκία, η Ελλάδα, η Βουλγαρία, η Κίνα, η Νορβηγία, η

Αίγυπτος, χώρες της Βαλτικής.

Βασικές Ενέργειες

Στο πλαίσιο της κάθε έκθεσης θα λαμβάνουν χώρα οι εξής βασικές ενέργειες:

- **Ενοικίαση περιπτέρου και κατασκευή και διακόσμηση αυτού**

Για τις εκθέσεις στις οποίες θα συμμετάσχει η Θεσπρωτία ως τουριστικός προορισμός, είτε αυτόνομα είτε ως συνεκθέτης του ΕΟΤ, θα εξασφαλίζεται η ενοικίαση χώρου επαρκούς συνολικού εμβαδού για την αποτελεσματική προβολή της. Η έγκαιρη εξασφάλιση του χώρου για κάθε έκθεση, η καταβολή του κόστους ενοικίου του χώρου κάθε έκθεσης, η επικοινωνία με τους συν-εκθέτες και του κόστους καταχώρησης στον κατάλογο εκθετών αποτελούν βασικές προϋποθέσεις.

Στις εκθέσεις όπου η Θεσπρωτία δεν θα συμμετέχει ως συνεκθέτης του ΕΟΤ και σε όσες εκθέσεις δεν θα γίνει ενοικίαση shell scheme, προβλέπεται η έγκαιρη κατασκευή και διακόσμηση των περιπτέρων των εκθέσεων με βάση σχετικά σχέδια που θα υποβληθούν και θα εγκριθούν από την Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής του Έργου και το Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού. Προβλέπεται επίσης η μεταφορά και την τοποθέτηση στο περίπτερο του πληροφοριακού υλικού, το περιεχόμενο του οποίου θα είναι κατάλληλο για τη κάλυψη των πληροφοριακών αναγκών της κάθε έκθεσης.

- **Δαπάνες λειτουργίας περιπτέρου**

Σχεδιάζεται η μεταφορά και διαμονή 1 έως 3 ατόμων (ανάλογα με τον τύπο και τις απαιτήσεις κάθε έκθεσης) του προσωπικού της Θεσπρωτίας, τα οποία θα έχουν επαρκή γνώση τόσο της γλώσσας της χώρας που γίνεται η έκθεση όσο και γνώση του προορισμού ώστε να μπορούν να παρέχουν γενικές και ειδικές τουριστικές πληροφορίες στους επισκέπτες του περιπτέρου.

- **Καταγραφή και αξιολόγηση αποτελεσμάτων**

Η εν λόγω ενέργεια περιλαμβάνει την αξιολόγηση, καταγραφή και έλεγχο αποτελεσμάτων και οφέλους από την συμμετοχή στην κάθε έκθεση (feedback) με τη συμπλήρωση ειδικών ερωτηματολογίων τόσο από τους επισκέπτες της έκθεσης σχετικά με τις εντυπώσεις τους από αυτήν και από το επίπεδο οργάνωσης της, όσο και από τους υπεύθυνους διοργανωτές της έκθεσης. Συμπεριλαμβάνεται η καταγραφή των επαγγελματιών επισκεπτών του Περιπτέρου και η δημιουργία ενός mailing list ενημέρωσης καθώς και η δημιουργία φωτογραφικού αρχείου από την πραγματοποίηση της έκθεσης και τη συγκέντρωση των δημοσιευμάτων / φυλλαδίων της έκθεσης. Τέλος, θα συντάσσεται απολογιστική έκθεση πεπραγμένων.

- **Εντοπισμός των ομάδων-στόχων κάθε εκδήλωσης (ΜΜΕ, τουριστικοί διάμεσοι,**

κλπ).

- Ενημέρωση της ομάδας υποστήριξης του περιπτέρου πριν από κάθε έκθεση

Δείκτες Αξιολόγησης

Οι δείκτες αξιολόγησης της εν λόγω δράσης είναι:

- Αριθμός των πραγματοποιούμενων ραντεβού
- Αριθμός συμμετεχόντων
- Προσέγγιση της αγοράς στόχου ή κοινού στόχου
- Μέτρηση της απήχησης στα ΜΜΕ δωρεάν δημοσιευμάτων

Κόστος Υλοποίησης Έργου / Ενέργειας

Το κόστος υλοποίησης της ανωτέρω δράσης κοστολογείται σε:

- Κόστος περιπτέρου: € 7.000,00 * έκθεση ετησίως
- Κόστος μεταφοράς, διαμονής και φαγητού προσωπικού: € 600,00 ανά άτομο, ανά έκθεση ετησίως
- Κόστος διαφημιστικού υλικού: € 500,00 ανά έκθεση ετησίως

Πηγή χρηματοδότησης

Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ 2014-2020)

Φορέας Υλοποίησης

Οι φορείς που θα μπορούσαν να λάβουν μέρος στην υλοποίηση της εν λόγω δράσης είναι οι κάτωθι:

- Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Επιμελητήριο Θεσπρωτίας
- Ενώσεις Ξενοδόχων & Ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων Θεσπρωτίας

Χρονοδιάγραμμα συμμετοχής σε εκθέσεις

Βήματα Υλοποίησης Δράσης	Διάρκεια
Σύνταξη Προγράμματος συμμετοχής σε Διεθνείς Εκθέσεις και αναλυτικού προϋπολογισμού	A' τρίμηνο του 1 ^{ου} έτους
Ορισμός ομάδας που θα στελεχώσει την εκάστοτε αποστολή στις επιλεγμένες Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού	
<ul style="list-style-type: none">▶ Ενημέρωση ομάδας Εκθέσεων & sales▶ Καταγραφή αναγκών πληροφοριακού υλικού για κάθε έκθεση▶ Δήλωση Συμμετοχής σε ΕΟΤ ή διοργανώτρια εταιρία▶ Καταβολή κόστους Συμμετοχής▶ Ενοικίαση Χώρου▶ Προετοιμασία Χώρου/ Περιπτέρου▶ Σχεδιασμός και οργάνωση παράλληλων εκδηλώσεων	3 μήνες πριν την κάθε έκθεση
<ul style="list-style-type: none">▶ Επικοινωνία με τουριστικούς φορείς και επιχειρήσεις σχετικά με το ενδιαφέρον συμμετοχής τους στις εκθέσεις (πχ.αποστολή υλικού)▶ Αποστολή email για οργάνωση των ραντεβού▶ Συγκέντρωση επιπλέον πληροφοριακού υλικού για τις ανάγκες των ραντεβού▶ Ετοιμασία αναμνηστικών δώρων ή τοπικών προϊόντων που θα προσφέρονται στην έκθεση▶ Οργάνωση της αποστολής πληροφοριακού υλικού▶ Προετοιμασία εντύπου Αξιολόγησης της έκθεσης (βαθμός ικανοποίησης πληροφοριακού υλικού, αξιολόγηση προσφερόμενων πληροφοριών σε επισκέπτες, πλήθος ραντεβού, ιδιαιτερότητες της κάθε έκθεσης, προσέγγιση αγοράς/κοινού στόχου)▶ Επιβεβαίωση κρατήσεων & αποστολή τελικών πληροφοριών για τα δρομολόγια και το πρόγραμμα στους συμμετέχοντες	2 μήνες πριν την κάθε Έκθεση
<ul style="list-style-type: none">▶ Αποστολή ευχαριστήριων emails & παροχή επιπλέον πληροφορήσης για τον προορισμό▶ Επεξεργασία απαντήσεων εντύπων αξιολόγησης▶ Προώθηση πιθανών sales lead▶ Διαχείριση Παραπόνων▶ Επεξεργασία meeting minutes▶ Προετοιμασία & αποστολή Δελτίων Τύπου▶ Διαπίστωση του βαθμού προσέγγισης των στόχων▶ Συνολική Έκθεση Απολογισμού	Αμέσως μετά το τέλος της Έκθεσης

5.1.4 ΑΞΟΝΑΣ 4: ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟ ΚΟΙΝΟΥ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟΥ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με βάση τα παραπάνω, οι αρμόδιοι για θέματα αναπτυξιακής πολιτικής δημόσιοι φορείς θα μπορούσαν, σε συνεργασία με την ιδιωτική πρωτοβουλία και τον τοπικό πληθυσμό, να προωθήσουν τον σχεδιασμό και την υλοποίηση δράσεων για την ανάπτυξη και ανάδειξη θεματικού τουρισμού. **Βάση** για τις συνέργιες αυτές θα πρέπει να αποτελεί η κοινή αντίληψη για την προγραμματισμένη περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη ή την ανανέωση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου, που θα πρέπει να αποτελέσει ένα **κοινό όραμα**. **Στόχος** θα είναι ο κάθε φορέας από τη θέση και τον προορισμό του να μην αποκλίνει με τη δράση του αλλ' αντίθετα να συμβάλλει στην επιδίωξη του κοινού οράματος της ανάπτυξης και προώθησης του θεματικού τουρισμού.

Για το σκοπό αυτό προτείνεται η σύσταση και λειτουργία δικτύου συνεργαζόμενων φορέων με στόχο τη δημιουργία πραϋντικής ταυτότητας για την Ήπειρο στο θεματικό τουρισμό. Η λειτουργία του δικτύου θα παρέχει πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα και στους συμμετέχοντες φορείς εκτός Ηπείρου μέσα από την υλοποίηση κοινών δράσεων προβολής και προώθησης του θεματικού τουρισμού σε εθνικό και διασυνοριακό επίπεδο.

Κύριοι φορείς λειτουργίας και υποστήριξης του δικτύου μπορεί να είναι **φορείς της τοπικής και περιφερειακής αυτοδιοίκησης, αναπτυξιακοί φορείς και εταιρείες** που υλοποιούν προγράμματα τουριστικού σχεδιασμού και ανάπτυξης, **τουριστικές επιχειρήσεις** (καταλύματα, ταξιδιωτικά γραφεία κλπ.) που ήδη δραστηριοποιούνται ή θέλουν να επεκταθούν στο χώρο του εναλλακτικού και θεματικού τουρισμού, ενώσεις εργοδοτών, σύλλογοι προώθησης του θεματικού τουρισμού και γενικότερα όλοι οι φορείς που ασχολούνται σε Εθνικό, Περιφερειακό και Τοπικό επίπεδο με την προώθηση και προβολή του θεματικού τουρισμού.

Για τη μεγιστοποίηση της προβολής του τουριστικού θεματικού προϊόντος στην Ήπειρο μπορεί να γίνει επέκταση του δικτύου με συνεργαζόμενους φορείς εκτός Ελλάδος, και ειδικότερα με φορείς που δραστηριοποιούνται στη ευρύτερη περιοχή της Αδριατικής και παρουσιάζουν κοινά χαρακτηριστικά.

Η δικτύωση των φορέων μπορεί να πραγματοποιηθεί με την υπογραφή σχετικών πρωτοκόλλων συνεργασίας (μνημόνια συνεργασίας).

Την ευθύνη για το συντονισμό και τη λειτουργία του δικτύου φορέων μπορεί να την αναλάβει η Περιφέρεια Ηπείρου.

Οι αρμοδιότητες του δικτύου θα αφορούν στο συντονισμό του συνόλου των δράσεων που αναφέρονται στο παρόν σχέδιο με στόχο τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας.

Ειδικότερα μέσα από τη λειτουργία του δικτύου επιδιώκονται τα παρακάτω αποτελέσματα:

Διεύρυνση της συνεργασίας για τους δήμους της περιφέρειας με στόχο τη συμπληρωματικότητα των προορισμών και τη μεγιστοποίηση του τουριστικού προϊόντος για τους επισκέπτες τους με ακτινωτές συνεργασίες.

- Υλοποίηση δράσεων στοχευμένης προβολής της κάθε περιοχής ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της
- Ανταλλαγή εμπειριών και τεχνογνωσίας για την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού.
- Προστασία και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς όπως εκφράζεται μέσα από την ιστορία, την και παράδοση των περιοχών που συμμετέχουν στις δράσεις δικτύωσης
- Η προώθηση του θεματικού τουρισμού με την οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και την δημιουργία κοινών δομών ενίσχυσης της τοπικής παράδοσης, ιδιαίτερα μέσω της δημιουργίας κοινών πολιτιστικών κέντρων
- Συνεργασία με γειτνιάζουσες περιοχές και χώρες για οριζόντια προβολή π.χ. προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού σε όλη την Αδριατική
- Η ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης και οικονομίας αξιοποιώντας τα τοπικά προϊόντα καθώς και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο γαστρονομικός τουρισμός, ο συνεδριακός κλπ
- Η βελτίωση των τοπικών πολιτικών που στοχεύουν στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη
- Ο εντοπισμός και η προσέλκυση νέων πελατών στην υφιστάμενη τουριστική αγορά
- Η προσέλκυση τουριστών από αγορές του εξωτερικού
- Η οργάνωση εκδηλώσεων για την προβολή του θεματικού τουρισμού
- Η προσέλκυση δημόσιων και ιδιωτικών κεφαλαίων.
- Ενημέρωση και εκπαίδευση των επισκεπτών και τουριστών σχετικά με τα τουριστικά προϊόντα συναφή προϊόντα των διασυνοριακών περιοχών.

Το κόστος της συγκεκριμένης ενέργειας καλύπτεται από το συνολικό π/υ των δράσεων προβολής και προώθησης.

6 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ

Ο συνολικός προϋπολογισμός του Στρατηγικού και Επιχειρησιακού Σχεδίου διαμορφώνεται ως εξής:

Δράσεις	1ο έτος				2ο έτος				3ο έτος				Συνολικό Κόστος / Δράση
	Α' τρίμηνο	Β' τρίμηνο	Γ' τρίμηνο	Δ' τρίμηνο	Α' τρίμηνο	Β' τρίμηνο	Γ' τρίμηνο	Δ' τρίμηνο	Α' τρίμηνο	Β' τρίμηνο	Γ' τρίμηνο	Δ' τρίμηνο	
Δημιουργία «ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΦΟΡΕΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΗΠΕΙΡΟΥ»		80.000,00		60.000,00		60.000,00		100.000,00					300.000,00
Ανάπτυξη θεματικών εμπειριών και χαρτοφυλακίου θεματικού τουριστικού προϊόντος						30.000,00			50.000,00	5.000,00	5.000,00	10.000,00	100.000,00
Δημιουργία δικτύου πληροφόρησης επισκεπτών στην Ηγουμενίτσα			50.000,00	50.000,00	10.000,00	10.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	150.000,00
Προώθηση μέσω διαδικτυακών τόπων					2.000,00			6.000,00	2.000,00				10.000,00
Αναβάθμιση Ψηφιακού Περιεχομένου					2.000,00	3.000,00							5.000,00
Ενίσχυση της παρουσίας σε Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης									2.000,00		3.000,00		5.000,00
Ενέργειες προβολής μέσω Διαδικτύου & Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης					80.000,00	30.000,00	10.000,00	10.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	150.000,00
Πρόγραμμα προώθησης			35.000,00	35.000,00				15.000,00				15.000,00	100.000,00
Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις	50.000,00				50.000,00				39.500,00				139.500,00
Συνολικό Κόστος / έτος	360.000,00				428.000,00				171.500,00				
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ					959.500,00								

7 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΔΡΑΣΕΩΝ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ 2012-2014

Στο πλαίσιο του Ν.3852/2010 «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης - Πρόγραμμα Καλλικράτης» η Περιφέρεια Ηπείρου είχε την υποχρέωση να καταρτίσει ένα τριετές Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, με στόχο τη διατύπωση των στρατηγικών της στόχων όπως η οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής, η βελτίωση της λειτουργίας των υπηρεσιών και των οργάνων της Περιφέρειας, η ικανοποίηση των αναγκών των πολιτών και ο ανορθολογισμός της οικονομικής κατάστασης του οργανισμού της.

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2012-2014 που καταρτίστηκε και πιο ειδικά συγκεκριμένες δράσεις του, θα μπορούσαν να λειτουργήσουν συνδυαστικά με τις προτεινόμενες δράσεις, που παρατίθενται παρακάτω, του εν λόγω Στρατηγικού και Επιχειρησιακού Προγράμματος για την προώθηση και την ανάπτυξη του Θεματικού Τουρισμού της Περιφέρειας.

Με τον τρόπο αυτό θα επιτευχθούν οικονομίας κλίμακας ενώ το αποτέλεσμα θα είναι σαφέστερα πιο αποτελεσματικό. Οι προτεινόμενες δράσεις του νέου Στρατηγικού και Επιχειρησιακού Προγράμματος για την προώθηση και την ανάπτυξη του Θεματικού Τουρισμού της Περιφέρειας αναφέρονται παρακάτω:

Οι Άξονες και τα μέτρα του Επιχειρησιακού Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2012-2014, εντάσσονται στο πλαίσιο της υλοποίησης των στόχων, με προσδοκώμενα αποτελέσματα την προώθηση της οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης της περιοχής, την ικανοποίηση των αναγκών για τους αποδέκτες των υπηρεσιών της Περιφέρειας μέσω της αναβάθμισης της διοικητικής ικανότητάς της, και τη βελτίωση της οικονομικής της κατάστασης.

Ορισμένες από τις παρακάτω δράσεις θα μπορούσαν να συνδυαστούν με κάποιες από τις δράσεις του παρόντος Στρατηγικού και Επιχειρησιακού Σχεδίου Ανάπτυξης και Προώθησης του Θεματικού Τουρισμού της Περιφέρειας Ηπείρου. Συγκεκριμένα:

Προτεινόμενος Συνδυασμός Δράσεων Επιχειρησιακών Προγραμμάτων

A/A	Στρατηγικό & Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανάπτυξης και Προώθησης του Τουρισμού της Περιφέρειας Ηπείρου		Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2012-2014	
1	Δημιουργία «Κεντρικού Φορέα Τουρισμού Ηπείρου»	300.000,00	Ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα παροχής ψηφιακών υπηρεσιών της Περιφέρειας Ηπείρου	651.900,00
2	Προώθηση θεματικού τουρισμού μέσω διαδικτυακών τόπων	10.000,00	Διαδικτυακή πύλη διαχείρισης και προβολής του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Ηπείρου	509.220,00
3	Επικαιροποίηση / ανανέωση ψηφιακού περιεχομένου	5.000,00		

Α/Α	Στρατηγικό & Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανάπτυξης και Προώθησης του Τουρισμού της Περιφέρειας Ηπείρου	Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2012-2014		
4	Ενίσχυση της παρουσίας σε κοινωνικά μέσα δικτύωσης	5.000,00		
5	Ενέργειες προβολής μέσω διαδικτύου & κοινωνικών μέσων δικτύωσης	150.000,00		
6	Πρόγραμμα προώθησης θεματικού τουρισμού	100.000,00	Τουριστική προβολή Π. Ηπείρου	1.138.000,00