



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΔΗΜΟΥ ΑΡΤΑΙΩΝ



ΟΡΑΜΑ & ΑΠΟΣΤΟΛΗ

ΟΡΑΜΑ

Να καταστεί η Άρτα
επισκέψιμος προορισμός
όλο τον χρόνο και
να αναβαθμίσει το
τουριστικό της προϊόν.

ΑΠΟΣΤΟΛΗ

Δημιουργία τουριστικού
προϊόντος για την Άρτα
και προώθησή του
στις αγορές στόχους.

1



ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

1.1

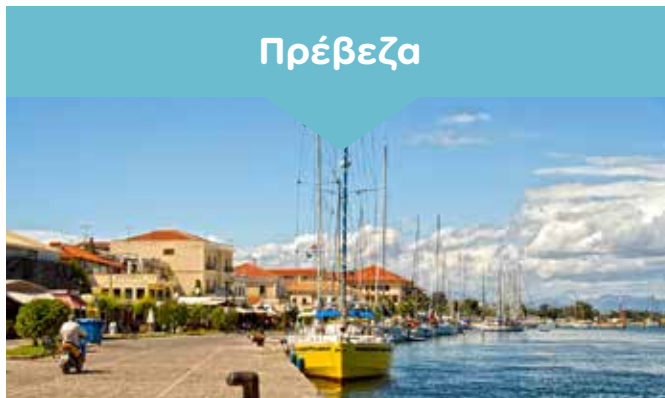


ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

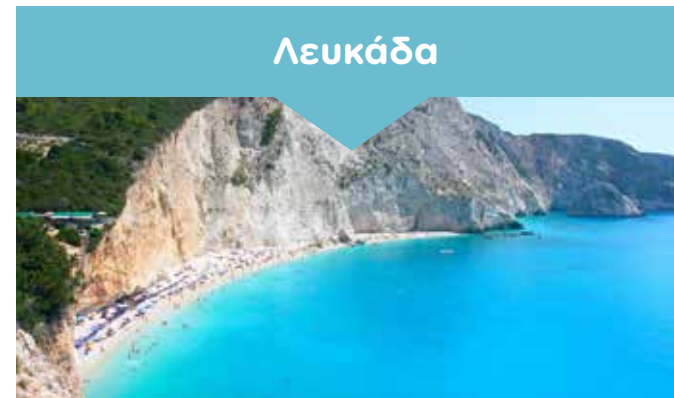
Ιωάννινα



Πρέβεζα



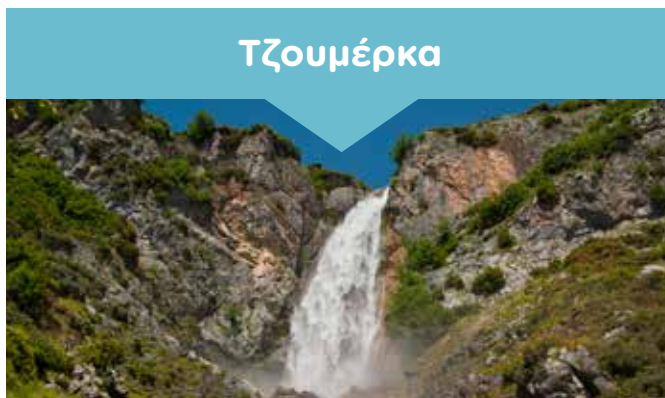
Λευκάδα



Ζαγοροχώρια



Τζουμέρκα



Πάργα



Ιωάννινα



Προσφερόμενο τουριστικό προϊόν

Πολιτισμός, Αθλητισμός,
Συνεδριακό, Σχολικός τουρισμός

Εποχές προσέλκυσης επισκεπτών

Άνοιξη, Χειμώνας

Αγορές επισκεπτών

Ελλάδα, Ισραήλ, Τουρκία,
Σερβία, Βουλγαρία

Σημεία ενδιαφέροντος

Λίμνη, Κάστρο,
Μουσείο Κέρινων Ομοιωμάτων,
Σπήλαιο Περάματος, Δωδώνη

Δυνατά σημεία

Τοπικά προϊόντα,
Αργυροχρυσοχοΐα, Μνημεία
Θρησκευτικού Ενδιαφέροντος,
Ξενοδοχειακές Υποδομές

Ξενοδοχειακές υποδομές

Ξενοδοχεία 5 αστέρων,
City Hotels, Boutique Hotels

Προσβασιμότητα

Αεροδρόμιο Ιωαννίνων, Εγνατία Οδός
(Αεροδρόμιο Μακεδονία), Ιονία Οδός

Πρέβεζα



Προσφερόμενο τουριστικό προϊόν

Ήλιος & Θάλασσα, Πολιτισμός,
Ναυτικός Τουρισμός,
Φυσιολατρικός τουρισμός

Εποχές προσέλκυσης επισκεπτών

Καλοκαίρι

Αγορές επισκεπτών

Ελλάδα, Βουλγαρία, Σερβία, ΠΓΔΜ,
Ρουμανία, Αγγλία

Σημεία ενδιαφέροντος

Αρχαία Νικόπολις,
Παραλίες, Λιμάνι

Δυνατά σημεία

Σύνδεση με παραλίες,
σύνδεση με Λευκάδα,
Γαστρονομία

Ξενοδοχειακές υποδομές

Ξενοδοχεία 3 αστέρων,
ξενοδοχεία διακοπών,
camping

Προσβασιμότητα

Αεροδρόμιο Άκτιου,
Ιονία Οδός

Λευκάδα



Προσφερόμενο τουριστικό προϊόν	Ήλιος & Θάλασσα
Εποχές προσέλκυσης επισκεπτών	Καλοκαίρι
Αγορές επισκεπτών	Αγγλία, Αλβανία, Σερβία, Βουλγαρία, Ρουμανία, ΠΓΔΜ
Σημεία ενδιαφέροντος	Παραλίες
Δυνατά σημεία	Παραλίες, πολύ ισχυρό brand name παραλιών, Σκορπιός, κοντινά νησιά
Ξενοδοχειακές υποδομές	Ξενοδοχεία διακοπών, ενοικιαζόμενα δωμάτια
Προσβασιμότητα	Αεροδρόμιο Άκτιου, προσβάσιμη οδικώς

Ζαγοροχώρια



Προσφερόμενο τουριστικό προϊόν	Φύση, Γαστρονομία, Δραστηριότητες, Πολιτιστική κληρονομιά
Εποχές προσέλκυσης επισκεπτών	12 μήνες
Αγορές επισκεπτών	Ελλάδα, Ισραήλ, Αγγλία, Γερμανία, ΗΠΑ, Γαλλία, Ολλανδία
Σημεία ενδιαφέροντος	Χωριά, γεφύρια, Φαράγγι, Ποταμός Βοϊδομάτης
Δυνατά σημεία	Αυθεντικότητα, παραδοσιακή αρχιτεκτονική, φύση, δραστηριότητες
Ξενοδοχειακές υποδομές	Πολύ υψηλής ποιότητας ξενώνες και λοιπά καταλύματα
Προσβασιμότητα	Αεροδρόμιο Ιωαννίνων, Εγνατία Οδός (Αεροδρόμιο Μακεδονία)

Τζουμέρκα



Προσφερόμενο τουριστικό προϊόν

Δραστηριότητες, φύση, τοπία

Εποχές προσέλκυσης επισκεπτών

Άνοιξη, Καλοκαίρι

Αγορές επισκεπτών

Ελλάδα, Ισραήλ

Σημεία ενδιαφέροντος

Χωριά, Άραχθος

Δυνατά σημεία

Παρθένα φύση, δραστηριότητες
συνδεδεμένες με τη φύση

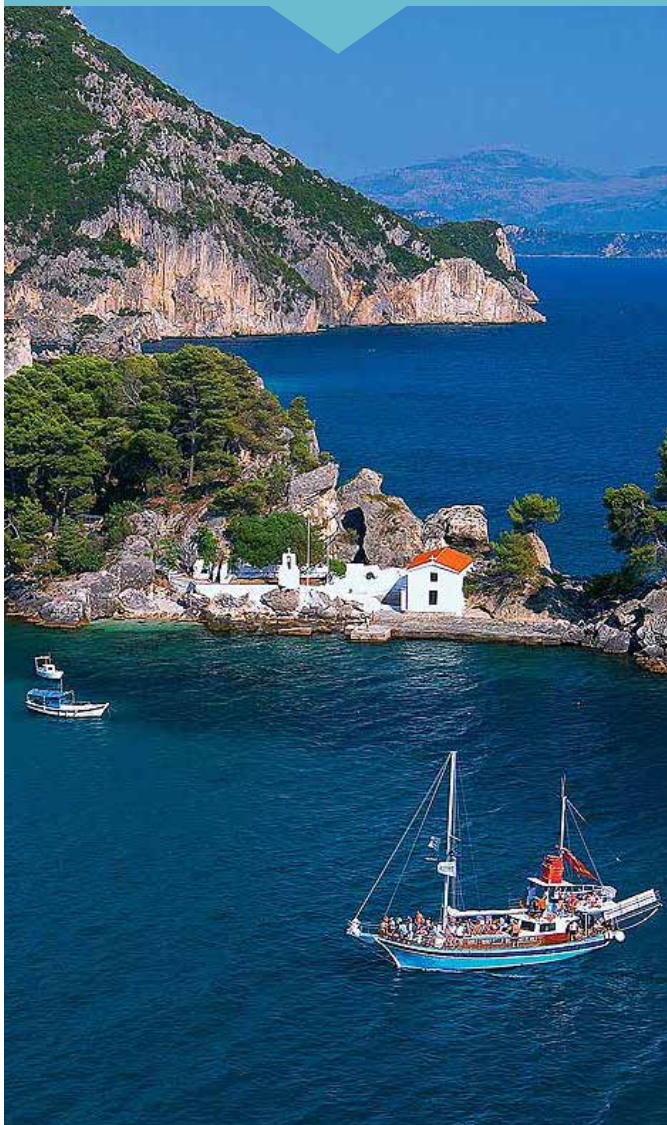
Ξενοδοχειακές υποδομές

Ξενώνες (προσιτές τιμές)

Προσβασιμότητα

Αεροδρόμιο Ιωαννίνων

Πάργα



Προσφερόμενο τουριστικό προϊόν

Ήλιος & Θάλασσα

Εποχές προσέλκυσης επισκεπτών

Καλοκαίρι

Αγορές επισκεπτών

Ελλάδα, Αγγλία, Τσεχία,
Πολωνία, Ιταλία, Βαλκάνια

Σημεία ενδιαφέροντος

Πόλη, Κάστρο, Νησάκι,
Παραλίες

Δυνατά σημεία

Τοπία, παραλίες

Ξενοδοχειακές υποδομές

Ενοικιαζόμενα δωμάτια

Προσβασιμότητα

Οδικό δίκτυο

Ξενοδοχειακές υποδομές	Οι υποδομές της Άρτας υπολείπονται των προορισμών της ευρύτερης περιοχής. Η Άρτα απευθύνεται σε επισκέπτες για διαμονές λίγων ημερών. Πρέπει να γίνει αξιοποίηση των ξενοδοχειακών υποδομών των προορισμών της ευρύτερης περιοχής και να δοθούν κίνητρα για ανάπτυξη μονάδων στην Άρτα.
Εποχικότητα	Μεγάλος αριθμός επισκεπτών από ξένες αγορές το καλοκαίρι. Αξιοποίηση του τουριστικού ρεύματος στις όμορες περιοχές.
Παραλίες	Δημοφιλείς παραλίες στην ευρύτερη περιοχή. Ενσωμάτωση των παραλιών των όμορων περιοχών στο τουριστικό προϊόν της Άρτας.
Γαστρονομία	Η ευρύτερη περιοχή δεν έχει συστηματοποιημένα ανεπτυγμένη τη γαστρονομία. Η γαστρονομία αποτελεί το βασικό δυνητικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την Άρτα.
Φύση, δραστηριότητες	Αναπτυγμένα και οργανωμένα στην ευρύτερη περιοχή. Απαιτείται διαφοροποίηση των προσφερόμενων δραστηριοτήτων της Άρτας.
Ισραήλ	Αγορά στόχευσης για την Άρτα, δεδομένης της υψηλής επισκεψιμότητας στα Ιωάννινα και στα Ζαγοροχώρια και της ιστορικής σύνδεσης με την Άρτα.

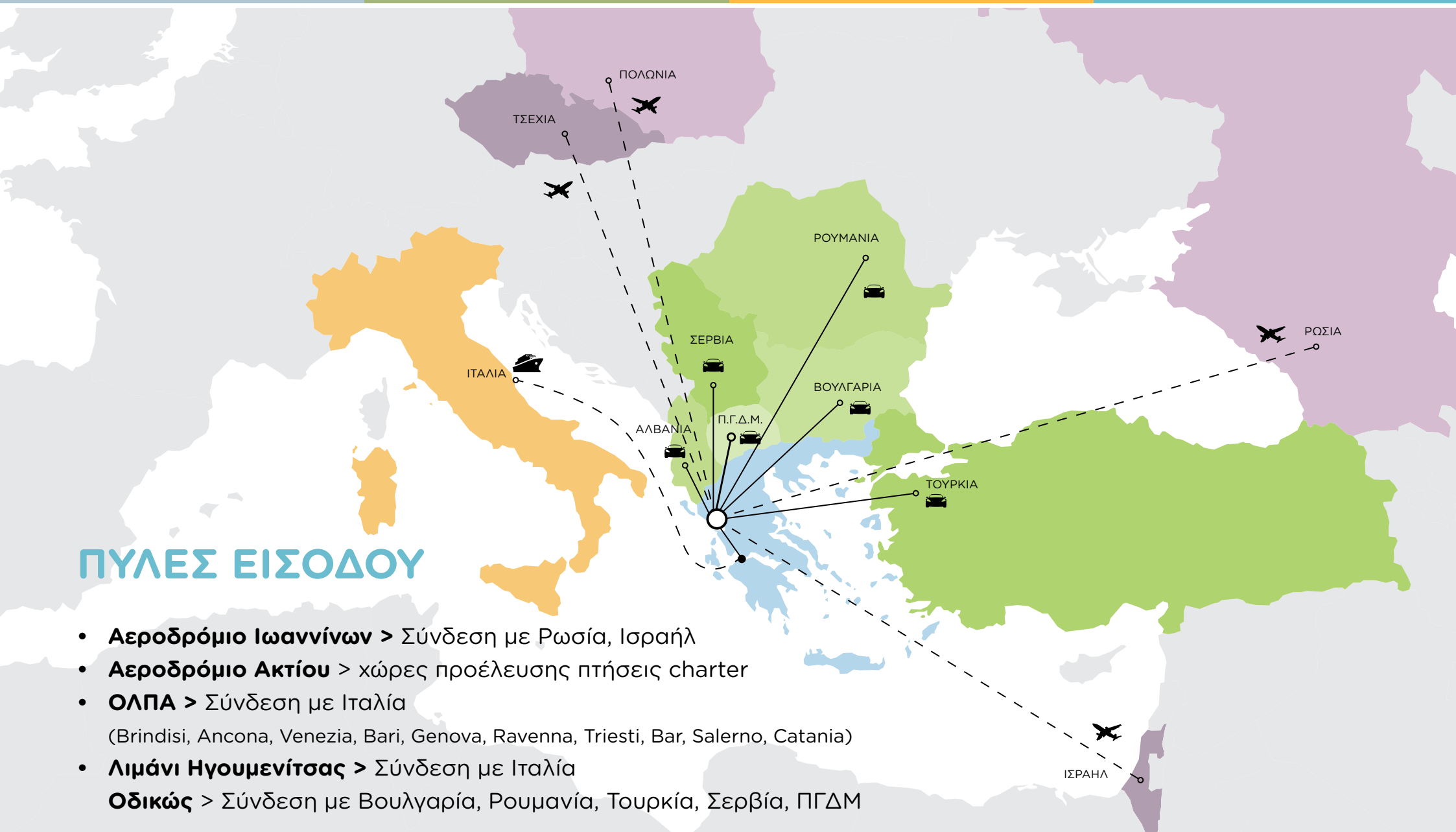
1.2



ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΡΤΑΣ

ΠΥΛΕΣ ΕΙΣΟΔΟΥ

- **Αεροδρόμιο Ιωαννίνων** > Σύνδεση με Ρωσία, Ισραήλ
- **Αεροδρόμιο Ακτίου** > χώρες προέλευσης πτήσεις charter
- **ΟΛΠΑ** > Σύνδεση με Ιταλία
(Brindisi, Ancona, Venezia, Bari, Genova, Ravenna, Trieste, Bar, Salerno, Catania)
- **Λιμάνι Ηγουμενίτσας** > Σύνδεση με Ιταλία
- **Οδικώς** > Σύνδεση με Βουλγαρία, Ρουμανία, Τουρκία, Σερβία, ΠΓΔΜ



ΒΑΣΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Θρησκευτικά μνημεία,
δυνατότητα συνδυασμού
δραστηριοτήτων

ΒΑΣΙΚΟ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑ

Χαμηλή κατηγορία καταλυμάτων,
μεγάλος αριθμός εσωτερικού
τουρισμού σε σχέση με τον
εισερχόμενο

Αξιοθέατα	Θρησκευτικά και Ιστορικά Μνημεία, Μουσεία και Αρχαιολογικοί χώροι.
Δραστηριότητες	Εξερεύνηση τοπίου, Περιπατητικές διαδρομές, Πολιτιστικά δρώμενα και Αθλητικές δραστηριότητες.
Ξενοδοχεία	Περιορισμένες ξενοδοχειακές υποδομές. Μικρός αριθμός καταλυμάτων 4 και 5 αστέρων.
Πρόσβαση	Οδικό δίκτυο, εγγύτητα με αγορές στόχους.
Αγορές	Το ποσοστό αφίξεων είναι χαμηλότερο σε σχέση με την ευρύτερη περιοχή. Οι αγορές που προσελκύει η Άρτα προέρχονται από τις Βαλκανικές Χώρες, αφού ο οδικός άξονας και η εγγύτητα επιτρέπουν εύκολη και άμεση πρόσβαση. Τα κοινά στόχευσης είναι κυρίως οι οικογένειες και όλες οι ηλικιακές ομάδες 45+.
Ταυτότητα	Απουσία συνεκτικής ταυτότητας, υψηλή αναγνωρισιμότητα του brand “Γεφύρι της Άρτας”.

ΠΟΣΟΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ / ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ, 2012

Περιφέρεια	*	**	***	****	*****
Στερεά Ελλάδα	13%	13,3%	12,2%	10,3%	11,6%
Πελοπόννησος	4,4%	7,2%	8,1%	5,3%	7,5%
Ιόνια Νησιά	5,8%	14,7%	14,9%	9,4%	6,4%
Ήπειρος	1,8%	2,3%	3,0%	1,1%	1,2%
Νησιά Αιγαίου	2,6%	3,6%	4,5%	1,5%	1,3%
Κρήτη	19,1%	19,3%	15,9%	24,7%	30,1%
Δωδεκάνησα	4,5%	13,7%	14,6%	29,0%	22,9%
Κυκλάδες	8,7%	8,3%	5,7%	5,6%	3,2%
Θεσσαλία	5,4%	4,6%	3,9%	2,8%	2,3%
Μακεδονία	33,8%	12,2%	15,7%	9,8%	12,6%
Θράκη	0,9%	0,8%	1,5%	0,5%	0,9%

Πηγή (Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία και Αριθμοί, Έκδοση 2013)

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

	*	**	***	****	*****	Σύνολο	Ποσοστό επί του συνόλου
Γενικό Άθροισμα	30	135	147	75	10	397	100%
Ιωάννινα	8	59	96	51	8	222	55,9%
Πρέβεζα	13	50	27	11	1	102	25,7%
Θεσπρωτία	8	19	20	11	1	59	14,9%
Άρτα	1	7	4	2	0	14	3,5%

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 31/12/2015

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ / ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

Περιφέρεια	Ημεδαπών	Αλλοδαπών	Σύνολο	Πληρότητα
Στερεά Ελλάδα	784.241	507.980	1.292.221	47.3%
Πελοπόννησος	1.352.322	1.073.454	2.425.776	27.3%
Ιόνια Νησιά	571.291	7.361.327	7.932.618	54.2%
Ήπειρος	663.329	274.525	937.854	27.4%
Βόρειο Αιγαίο	360.229	1.292.826	1.653.055	35.9%
Νότιο Αιγαίο	1.124.949	16.723.316	17.848.265	55.3%
Κρήτη	906.814	19.686.961	20.593.775	62.0%
Θεσσαλία	1.033.333	919.727	1.953.060	29.5%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	771.913	909.677	1.681.590	47.3%
Κεντρική Μακεδονία	2.074.872	5.850.424	7.925.296	44.4%
Δυτική Μακεδονία	264.417	38.559	302.976	17.8%
Αττική	2.312.159	5.512.637	7.824.796	45.1%
Κρήτη	906.814	19.686.961	20.593.775	62.0%

Πηγή Στοιχείων ΕΛΣΤΑΤ/ ΕΟΤ, Τάσεις Τουριστικής Κίνησης 2008-2015

ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΙΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΑΝΑ ΝΟΜΟ/ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

Πρέβεζα	28,2%
Ιωάννινα	24,0%
Θεσπρωτία	24,0%
Άρτα	20,5%

Πηγή : ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων ΕΛΣΤΑΤ

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΑΝΑ ΝΟΜΟ, 2013

Ιωάννινα	46,133
Πρέβεζα	134,570
Θεσπρωτία	42,993
Άρτα	4,467

Πηγή ΚΕΠΕ, Ιούλιος 2015

ΟΔΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΑΝΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ

Χώρα Προέλευσης	Οδικά			% Οδικών			Δαπάνη/άφιξη	Δαπάνη/διανυκτέρευση
	Επισκέψεις	Διανυκτερεύσεις	Δαπάνες	Επισκέψεις	Διανυκτερεύσεις	Δαπάνες		
ΠΓΔΜ	473,819	1,826,851	65.888.279,9	100%	100%	100%	139,1	36,1
Σερβία	225,434	1,665,434	62.355.917	97,5%	96,8%	95,0%	276,6	37,4
Τουρκία	113,079	484,650	37.274.217	93,7%	91,0%	92,9%	329,6	76,9
Γερμανία	59,035	610,282	23.827.757,7	14,9%	15,6%	8,1%	403,6	39,0
Βουλγαρία	47,938	158,027	6.428.364	87,6%	69,8%	89,5%	134,1	40,7
Αλβανία	33,671	105,607	13.791.053,2	91,1%	70,1%	96,6%	409,6	130,6
Ρουμανία	31,928	220,053	11.324.308,1	56,6%	56,8%	43,0%	354,7	51,5
Ρωσία	8,162	89,554	4.457.679,4	2,5%	2,9%	1,4%	546,2	49,8
Ουκρανία	6,883	78,404	3.664.064,9	18,7%	23,6%	12,2%	532,3	46,7
Υπόλοιπες	24,910	144,387	6.704.023,3	1,2%	0,7%	0,4%	269,1	46,4
Σύνολο	1,024,859	5,383,250	235.715.664,5	26,4%	17,1%	9,6%	230,0	43,8

Πηγή: Έρευνα Συνόρων & Έρευνα Περιφερειακής Κατανομής της Ετήσιας Τουριστικής Δαπάνης, Ανάλυση στοιχείων Αυγούστου 2013, ΞΕΕ - TNS ICAP-QUANTOS

1.3



ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΙ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΑΓΟΡΑΣ

ΚΥΡΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Ελλάδα

Ρωσία

Ισραήλ

ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Τουρκία

Αγγλία

Ρουμανία

Σερβία

Βουλγαρία

ΠΓΔΜ

ΕΛΛΑΔΑ

ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ;

Ο εσωτερικός τουρισμός της περιοχής εξετάζεται ως κύρια αγορά τόσο γιατί οι αφίξεις της ευρύτερης περιοχής της Ηπείρου (στο σύνολο των 937.854 διανυκτερεύσεων, οι 663.329 αφορούν στους ημεδαπούς) καταγράφουν υψηλά επίπεδα, όσο και γιατί το προσφερόμενο υλικό της Άρτας μπορεί να προσελκύσει τον εγχώριο επισκέπτη.

ΠΩΣ ΘΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΟΥΜΕ

- Ενέργειες Marketing στην Ήπειρο
- Ενέργειες Marketing στην Ελλάδα
- Media

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ

- Γαστρονομία
- Φυσιολατρία
- Αθλητισμός
- Δραστηριότητες
- Πολιτισμικά δρώμενα

ΡΩΣΙΑ

ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ;

Πρόκειται για μια αγορά που παρουσιάζει ειδικό ενδιαφέρον εξαιτίας της προτίμησης που επιδεικνύει ως προς το θρησκευτικό προϊόν(έντονη σχέση με το ορθόδοξο στοιχείο). Μάλιστα, η Ρωσία ανήκει στις πρώτες 5 κύριες αγορές της Ελλάδας, καταγράφοντας συνεχόμενο αυξητικό ρεύμα στις αφίξεις.

ΠΩΣ ΘΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΟΥΜΕ

- Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- Tour Operators

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ

- Μνημεία Ορθόδοξης Παράδοσης
- Εκκλησία Μάξιμου Γραικού

ΙΣΡΑΗΛ

ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ;

Οι Ισραηλινοί τουρίστες ενδιαφέρονται για προορισμούς που διατηρούν στοιχεία εβραϊκής παράδοσης και ιστορίας. Η προσέλευση Ισραηλινών τουριστών στην ευρύτερη περιοχή παρουσιάζει μια προοδευτική αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια προσφέροντας την ευκαιρία αξιοποίησης της υπάρχουσας αναγνωσιμότητας για την προσέλκυσή τους στην Άρτα.

ΠΩΣ ΘΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΟΥΜΕ

- Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- Tour Operators

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ

- Πολιτισμός
- Φύση
- Αυθεντικότητα
- Γαστρονομία

ΣΕΡΒΙΑ + ΠΓΔΜ

ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ;

Τόσο η Σερβία όσο και η ΠΓΔΜ έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον ως αγορές, λόγω της σχετικής τους εγγύτητας με την περιοχή. Να σημειωθεί ότι η ΠΓΔΜ βρίσκεται σταθερά στις πρώτες θέσεις των αφίξεων στην Ελλάδα (3η θέση το 2012 με 1.300.000 αφίξεις - 8,4% του συνόλου των αφίξεων στην Ελλάδα). Αντίστοιχα η Σερβία αντιπροσωπεύει το 4,8% των συνολικών αφίξεων στην Ελλάδα (745.472 το 2013 Ιαν. - Σεπ.).

ΠΩΣ ΘΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΟΥΜΕ

- Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- Tour Operators
- Fam trips
- Media

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ

- Εγγύτητα
- Αυθεντικότητα
- Γαστρονομία

ΑΓΓΛΙΑ

ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ;

Ανήκει σταθερά στις 10 μεγαλύτερες αγορές σε επίπεδο αφίξεων τουριστών, με 2 089 529 επισκέπτες (9,48% των συνολικών αφίξεων στην Ελλάδα) (ΕΟΤ,2014), ενώ αποτελεί παραδοσιακή αγορά για την Ελλάδα. Η άμεση αεροπορική σύνδεση που εξυπηρετείται από το αεροδρόμιο Ακτίου, αποτελεί σημαντικό δείκτη ενίσχυσης προσέλκυσής τους.

ΠΩΣ ΘΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΟΥΜΕ

- Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- Tour Operators
- Δραστηριότητες και γαστρονομία

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ

- Προσβασιμότητα
- Πολιτισμό
- Φυσικό τοπίο

ΡΟΥΜΑΝΙΑ

ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ;

Η Ρουμανία παρουσιάζει ενδιαφέρον ως αγορά λόγω της γεωγραφικής θέσης και της προσβασιμότητας με την Άρτα. Είναι σημαντικό πως το 80% των αφίξεων Ρουμάνων επισκεπτών πραγματοποιήθηκε οδικώς.

ΠΩΣ ΘΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΟΥΜΕ

- Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- Tour Operators

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ

- Εγγύτητα
- Πολιτισμός

ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ;

Η αγορά της Βουλγαρίας παρουσιάζει συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον, δεδομένης της προοδευτικής αύξησης επισκεπτών στην Ελλάδα. Επιπλέον, οι επισκέπτες από την Βουλγαρία επιλέγουν την οδική πρόσβαση και παρουσιάζουν προτίμηση για την Ήπειρο.

ΠΩΣ ΘΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΟΥΜΕ

- Tour Operators

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ

- Εγγύτητα
- Πολιτισμός
- Θρησκευτικά Μνημεία

ΤΟΥΡΚΙΑ

ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ;

Η τουρκική αγορά έχει συνεχώς αυξανόμενη αναφορά στην περιοχή της Ηπείρου. Επιπρόσθετα παρουσιάζει συνεχώς αυξητική τάση έλευσης οδικώς στην Ελλάδα, κάτι που θα ενισχυθεί λόγω της πτώσης της δημοφιλίας των τουριστικών προορισμών στην Τουρκία, ακόμη και για τον εγχώριο τουρισμό.

ΠΩΣ ΘΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΟΥΜΕ

- Tour Operators
- Εκθέσεις
- Fam Trips

ΤΙ ΘΑ ΠΡΟΒΑΛΛΟΥΜΕ

- Γαστρονομία
- Αυθεντικότητα και πολιτισμός
- Φυσιολατρία

	Στοιχεία	Στοιχεία Ήπειρος (Περιφέρεια Επίσκεψης)	Τμήματα Αγοράς	Ενημέρωση - Κράτηση -	Περίοδος Κράτησης	Προτιμήσεις
Ρωσία	1.250.174	-	Οικογένειες Ηλικιακές Ομάδες: 35-44 & 55-64	Ταξιδιωτικό Γραφείο	2-6 μήνες πριν 4-6 μήνες πριν	-Επισκέψεις σε αξιοθέατα/εκδρομές -Γαστρονομία - Μνημεία ορθόδοξης παράδοσης
Ισραήλ	197. 009	4.074	Οικογένειες Ηλικιακές Ομάδες: 35-44 & 55-64	Ταξιδιωτικό γραφείο Ίντερνετ	2-4 μήνες πριν	-Αυθεντικότητα -Τοπική κουζίνα - Εξερεύνηση τοπίου
Σερβία	985. 661	-	Ηλικιακή ομάδα: 35-44	Ταξιδιωτικό γραφείο Προκρατήσεις	Έως 1 μήνα πριν 2-3 μήνες πριν Κύριο μέσο μεταφοράς είναι το αυτοκίνητο (97% του συνόλου των αφίξεων το 2014)	-Γαστρονομία - Ήλιος και θάλασσα
ΠΓΔΜ	1.300.000	-	Οικογένειες Ηλικιακή Ομάδα: 60+	Ταξιδιωτικό Γραφείο		-Αυθεντικότητα -Γαστρονομία
Βουλγαρία	1.534.565	-	Οικογένειες Ηλικιακή Ομάδα: 60+	Ίντερνετ Φίλοι/συγγενείς Ταξιδιωτικό γραφείο	Έως και 1 μήνα πριν 2-3 μήνες πριν (Ο κύριος όγκος των αφί- ξεων πραγματοποιείται με αυτοκίνητο (93,5% το 2014)	-Εξερεύνηση τοπίου/φύσης -Αξιοθέατα - Ήλιος και Θάλασσα
Ρουμανία	543. 360		Οικογένειες Ηλικιακή Ομάδα: 60+	Τηλεόραση, Ίντερνετ, Ταξιδιωτικό γραφείο	Ο κύριος όγκος των αφίξεων πραγμα- τοποιείται με αυτοκίνητο (80% το 2014)	-Εξερεύνηση τοπίου/ φύσης -Μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι - Ήλιος και θάλασσα

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και Τράπεζας της Ελλάδος, Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία και Αριθμοί, 2013, ΣΕΤΕ

Έρευνα περιφερειακής κατανομής της ετήσιας τουριστικής δαπάνης_Σεπτέμβριος 2013, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Αύγουστος 2016, Ινστιτούτο ΣΕΤΕ

	Στοιχεία	Στοιχεία Ήπειρος (Περιφέρεια Επίσκεψης)	Τμήματα Αγοράς	Ενημέρωση - Κράτηση -	Περίοδος Κράτησης	Προτιμήσεις
Τουρκία	976. 758		Ηλικιακή Ομάδα: 45-54 & 55- 64	Internet Περιοδικά Ταξιδιωτικό γραφείο/ οδηγός Φίλοι-Συγγενείς	2-4 μήνες πριν Έως 1 μήνα πριν Κυριότερο μεταφορικό μέσο είναι το αυτοκίνητο (88% του συνόλου το 2014)	-Γαστρονομία -Χαλάρωση, απόλαυση ατμόσφαιρας - Επίσκεψη σε Αξιοθέατα
Αγγλία	2 089 529	4,513	Ηλικιακή Ομάδα: 55-64	Internet Προκρατήσεις Ταξιδιωτικό γραφείο Ταξιδιωτικός οδηγός	2-3 μήνες 4-6 μήνες (Οι αφίξεις συγκεντρώνο- νται κυρίως τους 4 θερινούς μήνες Ιούνιο-Σεπτέμβριο)	-Επισκέψεις σε Μουσεία/ Αξιοθέατα -Απόλαυση Ατμόσφαιρας -Εξερεύνηση τοπίου
Γερμανία	2.108.787	11,612	Ηλικιακή Ομάδα: 35-44 & 45-54	Ίντερνετ Προκρατήσεις Ταξιδιωτικός οδηγός	Έως 1 μήνα πριν 4-6 μήνες πριν	- Ατμόσφαιρα πόλης -Γαστρονομία
Ιταλία	1.117.712	5,776	Ηλικιακή Ομάδα: 35-44 & 45-54	Internet Προκρατήσεις Ταξιδιωτικό γραφείο ΕΟΤ	Έως 1 μήνα πριν 4-6 μήνες πριν (Αξιόλογο ποσοστό των αφίξεων πραγματοποιείται με πλοίο (20%), Καταγράφεται έντονη εποχικότητα των αφίξεων, με κορύφωση τον Αύγουστο.)	-Αξιοθέατα -Μουσεία /Εκθέσεις -Απόλαυση Ατμόσφαιρας
Γαλλία	1.037.041	-	Ηλικιακή Ομάδα: 45-54 & 65-74	Internet Προκρατήσεις Ταξιδιωτικό γραφείο	Έως 1 πριν 2-3 μήνες πριν	-Αξιοθέατα -Μουσεία/Εκθέσεις -Σημεία ενδιαφέροντος -Εξερεύνηση τοπίου/φύσης

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και Τράπεζας της Ελλάδος, Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία και Αριθμοί, 2013, ΣΕΤΕ

Έρευνα περιφερειακής κατανομής της ετήσιας τουριστικής δαπάνης_ Σεπτέμβριος 2013, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Αύγουστος 2016, Ινστιτούτο ΣΕΤΕ

Ως βασικές ξένες αγορές στόχευσης προσδιορίζουμε τις:

Βαλκανικές αγορές
λόγω της γεωγραφικής
εγγύτητας, της δυνατότητας
πρόσβασης και διέλευσης
από την περιοχή

Ρωσία και Ισραήλ λόγω
ειδικών ενδιαφερόντων του
τουριστικού προϊόντος,

Αγγλία λόγω
αεροπορικών
συνδέσεων

Πολωνία και Τσεχία
λόγω αεροπορικών
συνδέσεων με Άκτιο

Το ταξιδιωτικό γραφείο αποτελεί βασικό μέσο για την επιλογή προορισμού, για τις αγορές των Βαλκανίων, της Ρωσίας και του Ισραήλ.

Ως εκ τούτου, η προβολή στις συγκεκριμένες αγορές πρέπει να γίνει μέσω επαγγελματιών και συμμετοχών σε εκθέσεις.

Οι βασικές αγορές προβαίνουν στον προγραμματισμό των ταξιδιών, 4-6 μήνες πριν από την πραγματοποίησή τους.

Συνεπώς, ο προγραμματισμός προβολής και προώθησης των τουριστικών προϊόντων πρέπει να ακολουθεί την αρχή αυτή.

Ενδιαφέροντα επισκεπτών στις αγορές στόχευσης:

τα αξιοθέατα, η γαστρονομία, η φυσιολατρία και η ατμόσφαιρα της πόλης.

1.4



SWOT ANALYSIS

Strengths

Ιστορία, πολιτιστική κληρονομιά
Συνδυασμός θάλασσας - βουνού
Δυνατότητα activities
Σύνδεση με φύση
Τουρισμός όλες τις εποχές
Μεγαλύτερο δίκτυο βυζαντινών
εκκλησιών στην Ελλάδα
Εκκλησία Μάξιμου Γραικού
Υψηλή επισκεψιμότητα «Γεφυριού Άρτας»

Weaknesses

Ξενοδοχειακή υποδομή
Γαστρονομία
- δεν υπάρχει σύνδεση
της γαστρονομίας
με τα τοπικά προϊόντα -
Ελλιπής γνώση για το
προσφερόμενο προϊόν της περιοχής

Opportunities

Ολοκλήρωση οδικού δικτύου - Ιονίας Οδού
Αξιοποίηση αεροδρομίου Άκτιου
Γεωγραφική τοποθεσία
- σύνδεση με
τουριστικές περιοχές
(Ιωάννινα, Λευκάδα,
Τζουμέρκα, Πρέβεζα,
Πάργα, Ζαγόρι) -
Τοπικά προϊόντα - γαστρονομία
Υψηλή επισκεψιμότητα «Γεφυριού Άρτας»

Threats

Το brand του γεφυριού της Άρτας,
ως τουριστικό brand
- αξιοθέατο είναι πιο ισχυρό
από το τουριστικό brand της περιοχής
Έλλειψη αναγνωρισιμότητας,
ως τουριστικός προορισμός
Χαμηλή σύνδεση των περιοχών
που συνθέτουν τον τουριστικό προορισμό Άρτα
- μη σύνδεση της πόλης με τις διάφορες περιοχές -
Απουσία ημερολογίου δραστηριοτήτων

2



ΣΤΟΧΟΙ MARKETING

1.

Προσέλκυση επισκεπτών καθ'όλη τη διάρκεια του έτους.

2.

Αύξηση της μέσης παραμονής των επισκεπτών με την ενσωμάτωση των εκδηλώσεων στα τουριστικά προϊόντα.

3.

Αύξηση των επισκεπτών από συγκεκριμένες ξένες αγορές, με τη σύνδεσή τους με συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα.

4.

Αύξηση των επισκεπτών από τουριστικές περιοχές της ευρύτερης γεωγραφικής ζώνης.

5.

Βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη με τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας.

2.1



ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΚΑΘ'ΟΛΗ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ

Η Άρτα προσφέρει ένα συνδυασμό τουριστικών προϊόντων ενώ συνδέεται τόσο με ορεινούς προορισμούς όσο και με παραθαλάσσιους, μέσα στα διοικητικά της όρια και εκτός αυτών.

Κεντρικός στόχος αποτελεί η προσέλκυση επισκεπτών καθ'όλη τη διάρκεια του έτους, με τη δημιουργία τουριστικών προϊόντων που θα διαφοροποιούνται ανά εποχή και θα συνδέονται μεταξύ τους ανάλογα με τα κοινά στόχευσης.

Δεδομένης της περιορισμένης ξενοδοχειακής υποδομής, στόχος αποτελεί η αύξηση του αριθμού των επισκεπτών συνολικά μέσα στο έτος, χωρίς τη δημιουργία περιόδων έντασης αλλά με τη δημιουργία πολλών, μικρότερων περιόδων πληρότητας.

Η δυνατότητα επίσκεψης της περιοχής καθ'όλη τη διάρκεια του έτους, με διαφοροποιημένα τουριστικά προϊόντα θα αποτελέσει και τη βασική στρατηγική προβολής της περιοχής.

2.2



ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΜΕΣΗΣ
ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ
ΜΕ ΤΗΝ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΩΝ
ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Ο Δήμος Άρτας διοργανώνει μια σειρά από εκδηλώσεις που προσελκύουν επισκέπτες, κυρίως από την Ελλάδα. Στόχος του πλάνου προβολής της περιοχής είναι η αξιοποίηση των εκδηλώσεων και η ενσωμάτωσή τους στα προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα.

Η σύνδεση αυτή έχει μια διπλή λειτουργία:

Από τη μία πλευρά, δεδομένου ότι οι εκδηλώσεις αποτελούν την αφορμή έλευσης των επισκεπτών στην περιοχή, θα επιδιωχθεί η αύξηση της μέσης παραμονής τους, με τη σύνδεση των εκδηλώσεων και με τα τουριστικά προϊόντα, ανάλογα με την εποχή.

Από την άλλη πλευρά, οι εκδηλώσεις, ως αφορμή έλευσης επισκεπτών, λειτουργούν ως εργαλείο προβολής και προώθησης των τουριστικών προϊόντων με στόχο την προσέλκυση των ίδιων επισκεπτών και σε διαφορετική εποχή μέσα στο έτος.

2.3



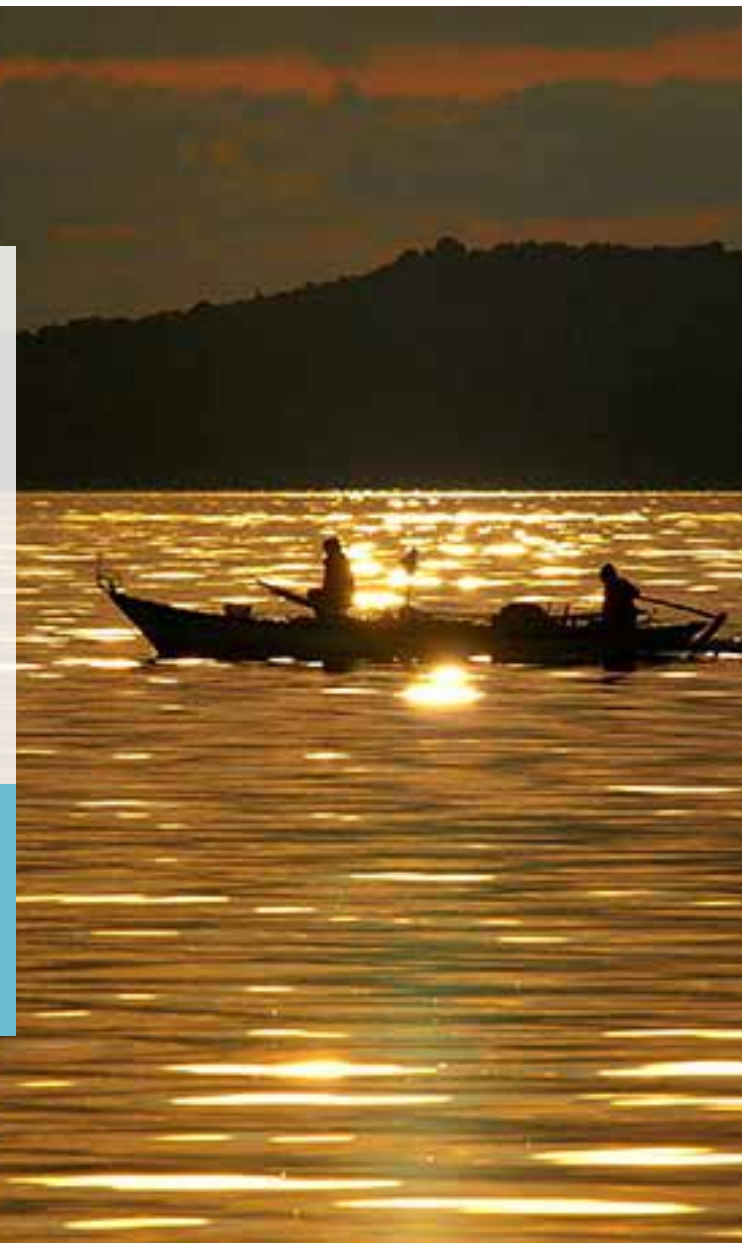
ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ
ΑΠΟ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΞΕΝΕΣ
ΑΓΟΡΕΣ, ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΔΕΣΗ
ΤΟΥΣ ΜΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η Ελληνική αγορά αποτελεί εκ των πραγμάτων μια κεντρική αγορά στόχευσης για την Άρτα.

Εντούτοις, δεδομένων των πυλών εισόδου επισκεπτών στην περιοχή και των στοιχείων επισκεπτών από ξένες αγορές στην ευρύτερη γεωγραφική ζώνη, η Άρτα δύναται να στοχεύσει σε συγκεκριμένες αγορές του εξωτερικού.

Για να επιτευχθεί η έλευση επισκεπτών από τις συγκεκριμένες χώρες, τα τουριστικά προϊόντα θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις προτιμήσεις των επισκεπτών και να διαμορφωθούν με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους.

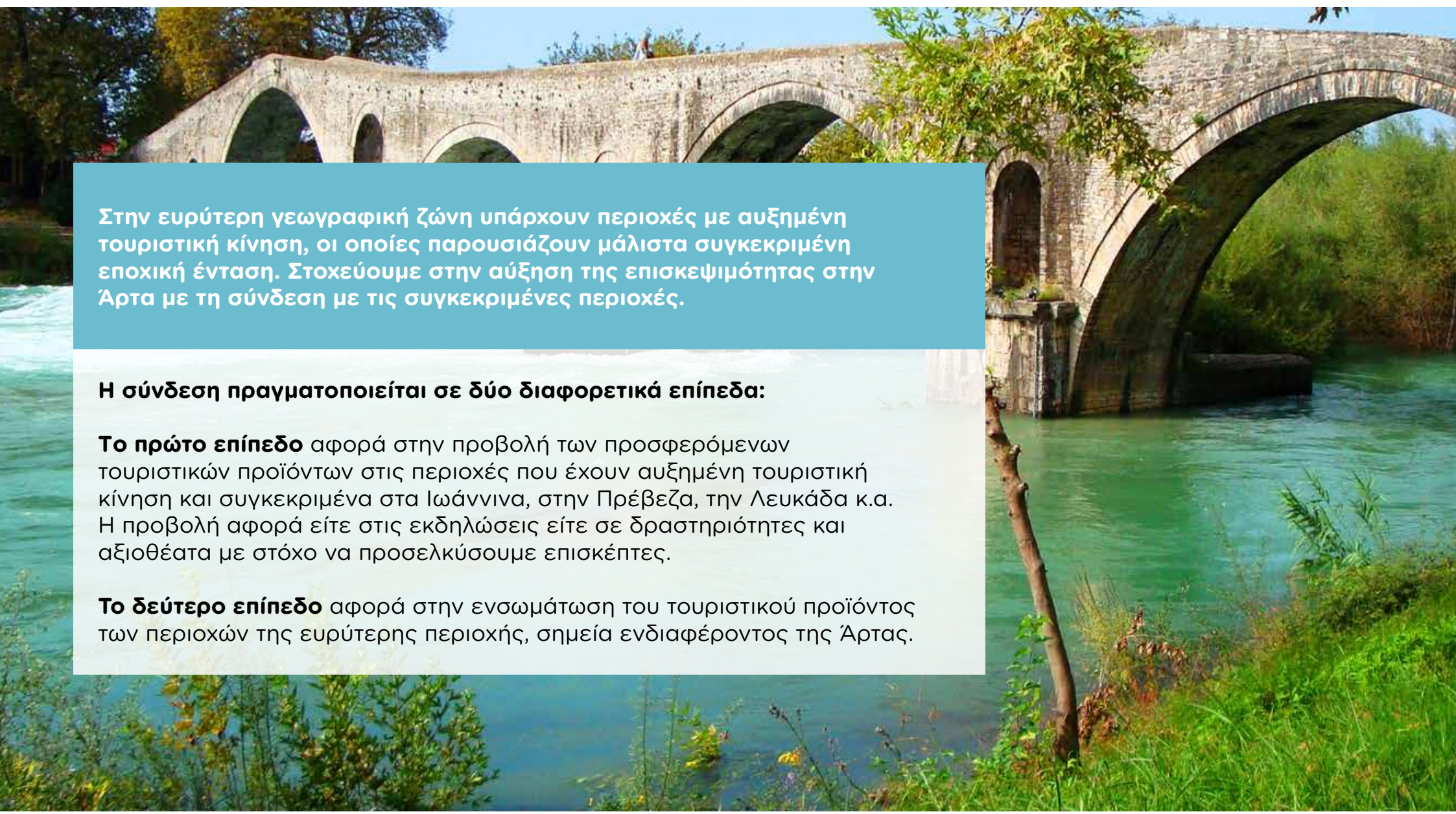
**Ουσιαστικά δημιουργούμε μια αντίστροφη διαδικασία:
τα τουριστικά προϊόντα και η προβολή τους ενσωματώνουν τις
ανάγκες των επισκεπτών που προσέρχονται στην ευρύτερη περιοχή.**



2.4



ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΖΩΝΗΣ



Στην ευρύτερη γεωγραφική ζώνη υπάρχουν περιοχές με αυξημένη τουριστική κίνηση, οι οποίες παρουσιάζουν μάλιστα συγκεκριμένη εποχική ένταση. Στοχεύουμε στην αύξηση της επισκεψιμότητας στην Άρτα με τη σύνδεση με τις συγκεκριμένες περιοχές.

Η σύνδεση πραγματοποιείται σε δύο διαφορετικά επίπεδα:

Το πρώτο επίπεδο αφορά στην προβολή των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων στις περιοχές που έχουν αυξημένη τουριστική κίνηση και συγκεκριμένα στα Ιωάννινα, στην Πρέβεζα, την Λευκάδα κ.α. Η προβολή αφορά είτε στις εκδηλώσεις είτε σε δραστηριότητες και αξιοθέατα με στόχο να προσελκύσουμε επισκέπτες.

Το δεύτερο επίπεδο αφορά στην ενσωμάτωση του τουριστικού προϊόντος των περιοχών της ευρύτερης περιοχής, σημεία ενδιαφέροντος της Άρτας.

2.5



ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΤΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Βασικό συστατικό της επιτυχίας της τουριστικής προβολής μιας περιοχής είναι η τελική εμπειρία που απολαμβάνει ένας επισκέπτης να συνάδει πλήρως με την προσμονή που του έχει δημιουργηθεί.

Η εμπειρία του επισκέπτη λειτουργεί πολλαπλασιαστικά, τόσο στη θετική αξιολόγηση όσο και στη θετική προβολή της περιοχής από τον ίδιο (social media, word of mouth). Επιπλέον, είναι βασικός παράγοντας για την επιστροφή του στην ίδια περιοχή σε άλλη χρονική περίοδο.

Στόχος είναι να ενσωματώσουμε στην εμπειρία του επισκέπτη την τοπική κοινωνία, η οποία θα συμμετέχει με διαφορετικούς τρόπους. Επιπλέον, η δομημένη συμμετοχή των κατοίκων της περιοχής στην εμπειρία του επισκέπτη θα αποτελέσει αφορμή προβολής για το ελληνικό κοινό.

2.6

—

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η στρατηγική για τη δημιουργία των τουριστικών προϊόντων της Άρτας, ακολουθεί διττή λογική και προσανατολισμό:

1.

Η δημιουργία των προϊόντων συνθέτει τα βασικά στοιχεία που παρουσιάζει η περιοχή, λαμβάνοντας υπόψη τα αντίστοιχα στοιχεία που παρουσιάζουν οι λοιπές περιοχές της Ηπείρου.

2.

Η σύνθεση των προϊόντων, για τη δημιουργία των τελικών τουριστικών προϊόντων προς προώθηση, ακολουθεί τις προτιμήσεις και προσμονές των κοινών που προτιμούν την Ήπειρο (γενικά) ή διέρχονται από την ευρύτερη περιοχή και αποτελούν τη δεξαμενή των δυνητικών επισκεπτών της Άρτας.

3



ΘΕΜΑΤΙΚΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ

3.1



ΚΥΡΙΑ & ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

ΚΥΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1.
Βυζαντινός / Θρησκευτικός
Τουρισμός

2.
Φυσιολατρία /
Δραστηριότητες

3.
Πολιτισμικός
Τουρισμός

4.
Οικογενειακός / Σχολικός
Τουρισμός

ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

5.
Γαστρονομία

6.
Αθλητισμός

7.
Ιαματικός Τουρισμός



Η Άρτα διαθέτει σημαντικά αξιοθέατα που εμπίπτουν στην κατηγορία του θρησκευτικού τουρισμού. Πέρα από τις αξιόλογες βυζαντινές εκκλησίες με σημαντικότερη την **Παναγία Παρηγορήτισσα**, συναντάμε την ορθόδοξη αφιερωμένη στον **Μάξιμο Γραικό εκκλησία**, αλλά και το **οθωμανικό μνημείο «Τζαμί του Φαϊκ Πασά»** στις παρυφές της πόλης καθώς και το Φεϋζούλ μέσα στην πόλη.

Στην κατηγορία τόσο των βυζαντινών όσο και των οθωμανικών μνημείων, εντάσσεται και το **κάστρο** το οποίο αφενός διαθέτει τμήμα μεσαιωνικό και αφετέρου είναι πολύ καλά διατηρημένο και αναστηλωμένο.

Η σημαντική παρουσία της Εβραϊκής κοινότητας στην πόλη ενισχύει και το ενδεχόμενο αξιοποίησης εναπομεινάντων «μνημείων» αυτής της περιόδου.

Αναλυτικότερα, οι εκκλησίες της βυζαντινής περιόδου, είναι 12 και ιδανικά θα μπορούσαν να δημιουργηθούν διαδρομές ενοποίησης των χώρων αυτών. Ανάλογα με τις αποστάσεις που χωρίζουν τα μνημεία αλλά και

τη σημαντικότητα των χώρων αυτών, προτείνεται να διαμορφωθούν ποικίλες διαδρομές με διαφοροποίηση χρόνων, βαθμών δυσκολίας αλλά και συνδυαστικών ειδών. Επίσης, οι επιλεγόμενες διαδρομές ενοποίησης μπορούν να είναι συνδυαστικές εντάσσοντας και μνημεία άλλων κατηγοριών που εντάσσονται όμως στο ευρύτερο πνεύμα. (π.χ ιστορία, λαογραφία, γαστρονομία).

Το κάστρο, μπορεί να αποτελέσει ένα αυτοτελές κύτταρο στην τουριστική προσέγγιση της πόλης, καθώς εντοπίζονται στοιχεία της κοσμικής αρχιτεκτονικής των βυζαντινών χρόνων, είναι άρτια συντηρημένο και αναστηλωμένο ενώ εκτός των άλλων διαθέτει ανοιχτό θέατρο στο οποίο πραγματοποιούνται εκδηλώσεις. Παράλληλα, μέσα στα τείχη του βρίσκεται το εγκαταλειμμένο κτίριο του ξενοδοχείου Ξενία, το οποίο ιδανικά θα μπορούσε να κρατήσει τον χαρακτήρα του χώρου φιλοξενίας και να αναπαλαιωθεί σύμφωνα με τα πρότυπα αναστηλώσεων του εξωτερικού, σεβόμενοι απόλυτα τον χαρακτήρα του και την αρχιτεκτονική ματιά του



γνωστού αρχιτέκτονα Δ. Ζήβα. Με τον τρόπο αυτό δίνεται ζωή σε ένα από τα πιο όμορφα σημεία της πόλης. Η ευρύτερη περιοχή αναβαθμίζεται σημαντικά, ένας ιστορικός χώρος αποκτά ζωή και ουσιαστικά ενισχύεται και αναδεικνύεται η πολιτιστική πλευρά της πόλης.

Μετά την αποπεράτωση της ορθόδοξης εκκλησίας του Μάξιμου Γραικού, γίνονται συντονισμένες κινήσεις προς της αγορά της Ρωσίας, δεδομένης της ιδιαίτερης συμπάθειας των Ρώσων προς τον Άγιο. Ο Μάξιμος Γραικός γεννήθηκε στην Άρτα και άσκησε το έργο όπου και εκοιμήθη στη Μόσχα. Πολλοί Μοσχοβίτες αλλά και γενικότερα Ρώσοι, έχουν ως στόχο τους να επισκεφθούν την γενέτειρα του Αγίου τους. Παράλληλα, ενδείκνυται να πραγματοποιηθούν συνέργειες ανάμεσα στην πόλη της Άρτας αλλά και της Κόνιτσας καθώς μεγάλος αριθμός Ρώσων επισκέπτονται την πόλη εξαιτίας της αφιερωμένης στον Όσιο Παΐσιο εκκλησίας.

Παράλληλα, ένα ακόμη «κεφάλαιο» στην τουριστική προσέγγιση της πόλης, μπορεί να αποτελέσουν τα οθωμανικά μνημεία της με το τζαμί του Φαϊκ

Πασά στο Ιμαρέτ, να κατέχει το βασικό ρόλο. Βρίσκεται στις παρυφές της πόλης, διαθέτει άνετο περιβάλλοντα χώρο, ο οποίος έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν για την πραγματοποίηση μουσικής εκδήλωσης με απόλυτο σεβασμό στο μνημείο. Παράλληλα, μαζί με το τζαμί Φεϋζούλ, μπορούν να αποτελέσουν μία ιδανική τουριστική οπτική στο οθωμανικό παρελθόν της πόλης και της ευρύτερης περιοχής.

Όσο αφορά στα εβραϊκά θρησκευτικά μνημεία εντοπίζεται τοίχος συναγωγής σε σημείο κοντά στο ρολόι, το οποίο όμως αποτελεί ιδιωτική περιουσία. Με αφορμή όμως αυτή την παράμετρο, προτείνεται η πραγματοποίηση εκδηλώσεων μνήμης με την παρουσία ραβίνου, τόσο στις 24/3, επέτειο του αφανισμού, όσο και στις 16/8 θλιβερή επέτειο της μεγάλης σφαγής του Κομμένου, οικισμού έξω από την Άρτα. Επίσης, επισκέψιμο είναι το μνημείο του ολοκαυτώματος που βρίσκεται έξω από το κάστρο σε προνομιακή θέση της πόλης. Εκεί βρισκόταν η παλιά συναγωγή.

ΚΟΙΝΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ / Χώρες Προέλευσης

Ελλάδα

Ρωσία

**Βαλκανικές
Χώρες**

Τουρκία

Ισραήλ

ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ / ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Γαστρονομία

Πολιτισμός

City Break

Medical

*Για τη διασύνδεση των προϊόντων, οφείλουμε να λάβουμε υπόψη και την παράμετρο του χρόνου συνδέοντας άμεσα και με την υφιστάμενη αγροτική παραγωγή, τη διενέργεια event, καιρικές συνθήκες αλλά και διάφορους εορτασμούς.



Ο τουρισμός δραστηριοτήτων, αποτελεί ένα πολυσύνθετο τουριστικό προϊόν, που χαρακτηρίζεται από δυναμική ζήτηση και από ειδικά κοινά. Περιλαμβάνει πολλές υποκατηγορίες όπως είναι ο θαλάσσιος, ο τουρισμός με σκάφη, ο αλιευτικός και φυσικά ο τουρισμός υπαίθρου, ο τουρισμός παρατήρησης κ.ά. Εξαιτίας της γεωμορφολογίας της, η Άρτα, θα μπορούσε να υποστηρίξει αρκετές κατηγορίες.

Θαλάσσιος Τουρισμός

Η αξιοποίηση της Κορωνησίας και του καταφυγίου αλιευτικών σκαφών με την ταυτόχρονη επέκτασή του και κατάλληλη διαμόρφωση ώστε αυτό να αποτελέσει καταφύγιο σκαφών αναψυχής θα μπορούσε να ισχυροποιήσει τον οικισμό και κατ' επέκταση να βοηθήσει οικονομικά όλη την περιοχή. Όπως προαναφέρθηκε, για αυτό επιβάλλεται η βελτίωση και ο εκσυγχρονισμός των λιμενικών υποδομών παρέχοντας ολοκληρωμένες και επαρκείς υπηρεσίες στους ελλιμενιζόμενους (καύσιμα, νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, χώροι υγιεινής, συλλογή και διαχείριση απόβλητων, τεχνική

υποστήριξη, κλπ). Επίσης επιβάλλεται η εφαρμογή μεθόδων διαχείρισης φιλικών προς το περιβάλλον.

Σε αυτό το πλαίσιο, απαιτείται ο σχεδιασμός ειδικής εφαρμογής διαδικτυακής ενημέρωσης και υπηρεσιών κράτησης και γενικότερης πληροφόρησης.

Αλιευτικός τουρισμός

Παρά το γεγονός ότι στη χώρα μας ο αλιευτικός τουρισμός δεν χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερη ανάπτυξη, ο Αμβρακικός, θα μπορούσε να αποτελέσει μία πρώτης τάξεως ευκαιρία ανάπτυξης του. Σημειώνεται ότι ο τουρισμός αυτός μπορεί να αποτελέσει δυναμικό στοιχείο ανάπτυξης για τον εισερχόμενο τουρισμό δεδομένης της καλής ποιότητας των νερών. Δεδομένου του χαρακτήρα Natura, η δραστηριότητα αυτή μπαίνει σε συγκεκριμένο πλαίσιο και ορίζεται από συγκεκριμένους περιορισμούς και διατάξεις. Παρέχει τη δυνατότητα απόκτησης συμπληρωματικού εισοδήματος εκ μέρους των επαγγελματιών αλιέων.



Περιπατητικός Τουρισμός (Hiking)

Καθιέρωση τοπικών δικτύων, διαδρομών - μονοπατιών, πολυθεματικού χαρακτήρα με έμφαση στη φυσιολατρική διάσταση. Ειδικότερα, ανάπτυξη περιπατητικών διαδρομών στην Κορωνησία, στη Ροδαυγή και στη γύρω περιοχή. Ειδικότερα προτείνεται η αξιοποίηση της ευρύτερης περιοχής υψηλού φυσικού κάλλους που βρίσκεται στα νησάκια της Κορωνησίας με την οριοθέτηση διαδρομών αλλά και χώρων για ποδηλατικές διαδρομές. Οι διαδρομές θα σημανθούν σύμφωνα με τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές ενώ παράλληλα θα εκδοθούν και χάρτες περιήγησης ενώ ανάλογα με την περίπτωση θα ενισχύονται και θα εμπλουτίζονται με άλλες εναλλακτικές δραστηριότητες.

Ποδηλατικός Τουρισμός

Με την ανάπτυξη του ποδηλατικού τουρισμού γίνεται δυνατός ο περιορισμός της εποχικότητας, ενώ ταυτόχρονα επιτρέπει την γνωριμία του ποδηλάτη με τη φύση, τον περιβάλλοντα χώρο γενικότερα, τα αξιοθέατα και τη φύση. Η περιοχή της Κορωνησίας, αποτελεί ιδανικό σημείο ανάπτυξης, εξαιτίας του φυσικού κάλλους της περιοχής, αλλά και της κατάλληλης μορφολογίας του εδάφους. Παράλληλα, μπορεί να αξιοποιηθούν δυνατότητες ανάπτυξης και μέσα στην πόλη, με την καθιέρωση συστήματος ενοικίασης ποδηλάτων, αλλά και mountain bike στη Ροδαυγή. Σύνδεση ορεινού και θαλάσσιου τοπίου με προγράμματα που θα περιέχουν δράσεις στο βουνό αλλά και στο παραθαλάσσιο μέτωπο.

Πίστα απογείωσης «Παρά Πέντε»

Καθιέρωση φεστιβάλ

ΚΟΙΝΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ / Χώρες Προέλευσης

Ελλάδα

Ισραήλ

Τουρκία

ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ / ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Πολιτιστικός Τουρισμός

Αθλητικός Τουρισμός



Με την ανάπτυξη του πολιτισμικού τουρισμού απαιτείται η εξασφάλιση προσβασιμότητας στους αρχαιολογικούς χώρους και τα μνημεία. Απαιτούνται έργα υποδομής αλλά και ένταξής τους σε τουριστικά δίκτυα. Παράλληλα, χρειάζεται η καθιέρωση φεστιβάλ, πολιτισμικών θεσμών και άλλων σχετικών εκδηλώσεων.

Ειδικότερα εντοπίζεται ενδιαφέρον στην ανάπτυξη των παρακάτω:

Το Γιοφύρι της Άρτας

Ποιοτική ενδυνάμωση του εμβληματικού τοποσήμου. Ενίσχυση των ενημερωτικών πληροφοριών σε σχέση με το χώρο και παράλληλα αξιοποίηση της μεγάλης επισκεψιμότητας, ώστε να προωθηθούν και άλλα σημεία της περιοχής. Τοποθέτηση διαδραστικών χαρτών με σημάνσεις άλλων επισκέψιμων χώρων και αποτύπωση διαδρομών. Ενημέρωση για τον χρόνο που απαιτείται. Παράλληλα ενημέρωση για το αρρ της πόλης, στο οποίο θα είναι καταγεγραμμένα όλα τα σημεία ενδιαφέροντος, θα δίνονται πληροφορίες για τη διαδρομή και θα υπάρχει ενημερωμένο υλικό σχετικά με τις επιλογές που έχει ο επισκέπτης. Αξιοποίηση του σταθμού ενημέρωσης του δήμου, αλλά και την ξενάγηση που γίνεται εκ μέρους του Συλλόγου Σκουφάς.



Ενοποίηση αρχαιολογικών χώρων και μνημείων

Σύμφωνα με τον προγραμματισμό μέχρι τα τέλη του 2016, αναμένεται η λειτουργία του προγράμματος ενοποίησης των παρακάτω τοποσημών και αρχαιολογικών χώρων. Δυτική Νεκρόπολη, Μικρό θέατρο Άρτας, Ναός Απόλλωνα, Γεφύρι, Παρηγορήτισσα. Με την ενοποίηση αυτή προτείνεται η παρακολούθηση της πορείας αυτής της προσπάθειας και η πλαισίωση του από διάφορες δράσεις που στόχο θα έχουν να αναδείξουν αυτή την προσπάθεια, όπως η βοηθητική σήμανση, η συνεργασία με επιχειρήσεις ώστε να προκύψει ένα ειδικό πακέτο για όλους όσοι επιθυμούν να κάνουν ολόκληρο ή τμήμα αυτής της διαδρομής. υποστήριξη, κλπ). Επίσης επιβάλλεται η εφαρμογή μεθόδων διαχείρισης φιλικών προς το περιβάλλον.

Σε αυτό το πλαίσιο, απαιτείται ο σχεδιασμός ειδικής εφαρμογής διαδικτυακής ενημέρωσης και υπηρεσιών κράτησης και γενικότερης πληροφόρησης.

Διατήρηση και ανάδειξη της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς της πόλης

Αξιοποίηση του κτιρίου του παλιού δημαρχείου. Ο συγκεκριμένος χώρος προτείνεται να μετατραπεί σε κέντρο πολιτισμού με την φιλοξενία εκδηλώσεων, παρουσιάσεων. Ειδικότερα, προτείνεται να δημιουργηθεί ένα πρόγραμμα το οποίο θα «τρέχει» όλο το χρόνο, με έμφαση τους θερινούς μήνες, και θα συμπεριλαμβάνει ενημερωτικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις.

Δημοτική Πινακοθήκη

Ενδυνάμωση του έργου με την ταυτόχρονη προβολή των δράσεων της. Αξιοποίηση της χρονιάς Μόραλη, καθώς φέτος κλείνουν 100 χρόνια από τη γέννησή του στην Άρτα. Άνοιγμα της Πινακοθήκης στον κόσμο. Απαιτείται εξωστρέφεια. Προτείνεται η πραγματοποίησης μικρότερης εμβέλειας εκδηλώσεων για πιο ειδικό κοινό.

ΚΟΙΝΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ / Χώρες Προέλευσης

Ελλάδα

Ισραήλ

Βαλκάνια

ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ / ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Θρησκευτικός Τουρισμός

Αθλητικός Τουρισμός

Γαστρονομικός Τουρισμός



Φέρνοντας την οικογένεια πιο κοντά. Δίνοντας τη δυνατότητα για από κοινού δραστηριότητες. Οι επιλογές που μπορεί να έχει μία οικογένεια, ή μία ομάδα παιδιών από το σχολείο στην περιοχή της Άρτας, σχετίζεται κατά κύριο λόγο με δραστηριότητες.

Ξεναγήση στο Γεφύρι της Άρτας σε συνδυασμό με τα αξιοθέατα της πόλης.

Επιλογή εναλλακτικών δραστηριοτήτων

- Rafting και kayak στον Άραχθο
- Περιπατητικές Διαδρομές
- Ποδηλασία
- Γαστρονομία

ΚΟΙΝΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ / Χώρες Προέλευσης

Ελλάδα

ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ / ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ / ΣΧΟΛΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Γαστρονομικός Τουρισμός

Τουρισμός Δραστηριοτήτων



Ο γαστρονομικός τουρισμός, αποτελώντας υποκατηγορία του πολιτιστικού, δεδομένου ότι η γαστρονομία αξιολογείται ως πολιτιστική έκφραση, καλείται να παίξει σημαντικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη των περιοχών. Αξίζει να σημειωθεί ότι καταλυτικός παράγοντας επιτυχίας του γαστρονομικού τουρισμού, αποτελεί η αρμονική του συνύπαρξη με τη γαστρονομική ιστορία της κάθε περιοχής.

Από τα υφιστάμενα στοιχεία προκύπτει ότι στην γαστρονομική σκηνή της Άρτας δεν συναντάμε ουσιαστική αξιοποίηση της γαστρονομικής της ιστορίας ενώ τα εστιατόρια της περιοχής δεν έχουν ενσωματώσει στα menu τοπικές παραδοσιακές συνταγές. Ως συμπέρασμα, προκύπτει ότι η Άρτα στην παρούσα φάση, δεν αποτελεί προορισμό των γαστροτουριστών παρόλο που αποτελούν μία κατηγορία τουριστών που ταξιδεύουν συχνά και καταναλώνουν αρκετά χρήματα.

Με στόχο την ανατροπή αυτής της κατάστασης, προτείνεται η αξιοποίηση αναφορών που παραπέμπουν σε παραδοσιακές συνταγές αλλά και στην αξιοποίηση των τοπικών αγαθών με ποικίλους τρόπους.

Με στόχο την ανατροπή αυτής της κατάστασης εστιάζουμε στα παρακάτω:

- **Διερεύνηση της τοπικής γαστρονομίας μέσα από συναντήσεις και καταγραφή των συνταγών.**
- **Ανάδειξη των τοπικών υλικών όπως είναι το χέλι, τα εσπεριδοειδή, τα χορταρικά, ψάρια.**

ΚΟΙΝΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ / Χώρες Προέλευσης

Ελλάδα

***Δυνητικά όλες οι αγορές - στόχοι, θα μπορούσαν επιλεκτικά αποτελέσουν δεξαμενές άντλησης γαστροτουριστών.**

ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ / ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Γαστρονομικός Τουρισμός

Θρησκευτικός Τουρισμός



Η τουριστική δραστηριότητα σε γκρουπ με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή σε οργανωμένες αθλητικές δραστηριότητες αλλά και προπονητικά προγράμματα, ή η παρακολούθηση αθλητικών αγώνων χαρακτηρίζονται ως αθλητικός τουρισμός.

- **Διάπλους Αμβρακικού, Απόσταση 11 χλμ. με αφετηρία τη Βόνιτσα Αιτωλοακαρνανίας και κατάληξη στην Κορωνησία.**
- **Ο Δρόμος του Γιοφυριού, Ημιμαραθώνιος, Αγώνας Δρόμου 5 χλμ. και σχολικοί αγώνες.**

ΚΟΙΝΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ / Χώρες Προέλευσης

Ελλάδα

Βαλκάνια

ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ / ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Τουρισμός Δραστηριοτήτων



Αποτελεί ένα από τους δυναμικότερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς. Ο τομέας αυτός του τουρισμού, απαιτεί συνεχείς ανανεώσεις και διαφοροποιήσεις με την καθαριότητα να παίζει και εδώ πολύ σημαντικό ρόλο.

Ιαματικά Λουτρά Χανόπουλου

Πρόκειται για αναγνωρισμένη από τον ΕΟΤ και το υπουργείο Τουρισμού πηγή. Εντάσσεται μέσα στις 20 πρώτες αναγνωρισμένες πηγές της Ελλάδας βάσει της ανάλυσης του νερού και των ενδείξεων των θεραπευτικών του ιδιοτήτων. Θεραπευτικές ενδείξεις για: Αρθρίτιδες- Ρευματοειδής Αρθρίτιδες, Ρευματισμούς, Νευραλγίες, Ισχιαλγίες, Μετατραυματικές Δυσκαμψίες, Κυκλοφορικού συστήματος, Δερματοπάθειες, Πεπτικού συστήματος, Ουροποιητικού συστήματος. Ο χώρος διαθέτει μπανιέρες για απλό λουτρό, ενώ παρέχει υπηρεσίες υδρομασάζ και θεραπευτικού μασάζ.

ΚΟΙΝΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ / Χώρες Προέλευσης

Ελλάδα

Βαλκάνια

ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ / ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Γαστρονομικός Τουρισμός

Δραστηριοτήτων Τουρισμός

Αθλητικός Τουρισμός

3.2



ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Βυζαντινός / Θρησκευτικός Τουρισμός
σύνδεση με:



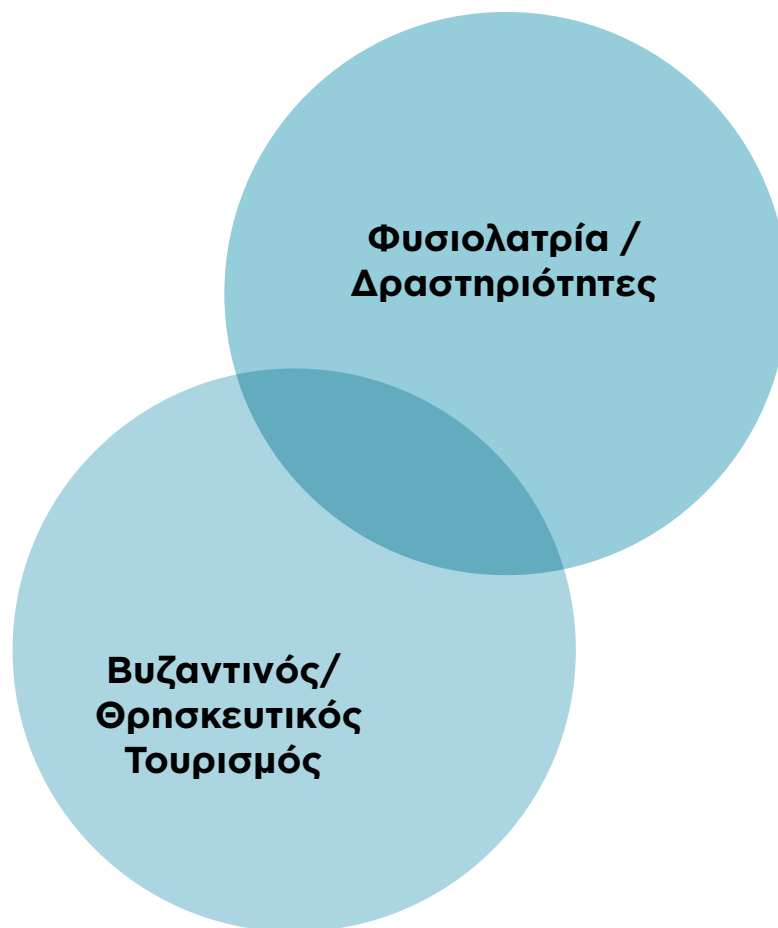
Φυσιολατρία / Δραστηριότητες
σύνδεση με:



Πολιτισμός
σύνδεση με:



Οικογενειακός / Σχολικός Τουρισμός
σύνδεση με:



4



ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΟΙΝΟΥ

Βυζαντινός - θρησκευτικός	Φυσιολατρία, Δραστηριότητες	Πολιτισμικός Τουρισμός	Οικογενειακός, Σχολικός τουρισμός	Γαστρονομία	Αθλητικός Τουρισμός	Ιαματικός Τουρισμός
Ελλάδα <i>Τμήματα αγοράς</i> 50-65 65+ Σχολεία	Ελλάδα <i>Τμήματα αγοράς</i> 25-35 Οικογένειες 50-65	Ελλάδα <i>Τμήματα αγοράς</i> Σχολεία 50-65	Ελλάδα <i>Τμήματα αγοράς</i> Σχολεία Οικογένειες	Ελλάδα <i>Τμήματα αγοράς</i> 65+ Οικογένειες 50-65	Ελλάδα <i>Τμήματα αγοράς</i> 25-35 35-50	Ελλάδα <i>Τμήματα αγοράς</i> 65+ 50-65 Ειδικές κατηγορίες
Τουρκία Ρωσία Βαλκανικές Χώρες Ισραήλ	Τουρκία Ισραήλ Αγγλία	Ισραήλ Βαλκανικές Χώρες Αγγλία		Τουρκία Ρωσία Βαλκανικές Χώρες Ισραήλ		Βαλκανικές Χώρες

5



ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Βυζαντινός -θρησκευτικός	Φυσιολατρία, Δραστηριότητες	Πολιτισμικός Τουρισμός	Οικογενειακός, Σχολικός τουρισμός
Βυζαντινές Εκκλησίες Άγιος Δημήτριος του Κατσούρη Αγία Παρασκευή του Δράκου Εκκλησία της πολιούχου Αγίας Θεοδώρας, (13ου αι.) Εκκλησία του Αγίου Βασιλείου (14ου αι.) Εκκλησία της Παναγίας της Παρηγορίτισσας (13ου αι.) Μονή Κάτω Παναγιάς (13ου αι.), Κόκκινη εκκλησία Άγιος Βασίλειος της Γέφυρας Παναγιά της Βλαχέρνας Παναγιά Μπρυώνη Παναγιά της Κορωνησίας Άγιος Νικόλαος της Ροδιάς Η Αγία Φανερωμένη Χρυσοσπηλιώτισσα Η Μεγαλόχαρη Παναγιά της Βλαχέρνας	Ράφτινγκ & Καγιάκ στον Άραχθο Mountain bike στη Ροδαυγή Ποδηλασία μέσα στην πόλη Αλιευτικός Τουρισμός στην Κορωνησία και στον Αμβρακικό Παρατήρηση Δελφινιών στον Αμβρακικό Παρατήρηση πουλιών στους υγροτόπους του Αμβρακικού Ορειβασία στα βουνά των Τζουμέρκων Το δάσος του λόφου της Περάνθης Η Λιμνοθάλασσα της Τσοκάλου Οι λιμνοθάλασσες της Ροδιάς, Λογαρού, Αγρίλου	Γιοφύρι της Άρτας Κάστρο Κομνηνών Λαογραφικό Μουσείο Σκουφά Ιστορικό Μουσείο Σκουφά Αρχαιολογικό Μουσείο Μουσείο Φυσικής Ιστορίας ΚΠΕ Αράχθου Μουσείου Αλιείας Μουσείο Φάρου (Κόπραινα) Ιδιωτική Συλλογή Λαογραφικού υλικού Π. Κάραλη Παλιό Δημαρχείο	Επίσκεψη πολιτιστικών αξιοθέατων Επίσκεψη μουσείων Εξερεύνηση Φύσης και Άγριας Ζωής Αθλητικές Δραστηριότητες (ποδηλασία, ορειβασία, Ράφτινγκ & Καγιάκ)

Βυζαντινός -θρησκευτικός	Φυσιολατρία, Δραστηριότητες	Πολιτισμικός Τουρισμός	Οικογενειακός, Σχολικός τουρισμός
Βυζαντινές Εκκλησίες Η Μεγαλόχαρη Άγιος Γεώργιος (Βουλγαρέλι) Το μοναστήρι της κοιμήσεως της Θεοτόκου Η Παναγία η ελεούσα * Παντάνασσα Ο Αϊ Μάρκος Οθωμανικά μνημεία Φαϊκ Τζαμί Φεϋζούλ Εβραϊκή κοινότητα Πρώτη Συναγωγή «Γκρέκα», μνημείο ολοκαυτώματος έξω από το κάστρο Εβραϊκό νεκροταφείο στο «Πετροβούνι» Συναγωγή «Πουλιέζα» (απομένει τείχος και είναι ιδιωτικό) Συνοικίες - «Όχθος(Όχθια)», «Τσιμέντα» και «Ρολόϊ»	Ο κάμπος της Άρτας (καμπίσια χωριά, παραδοσιακά προϊόντα) Λόφος Περάνθης Ο Πλάτανος της Άρτας Σπήλια Αι-Βλάση, μνημείο της φύσης και θρησκευτικό προσκύνημα Βαρκάδα στην λιμνοθάλασσα της Ροδιάς Ιστιοπλοΐα στον Αμβρακικό «Δασικό Χωριό» στον Καταρράκτη Άρτας Λίμνη Πουρναρίου Λίμνη Άρτας (Παραλίμνιο)	Δημοτική Πινακοθήκη «Γ. Μόραλης» Βιβλιοθήκη του συλλόγου «Σκουφάς» Νεκροταφείο Αρχαίας Αμβρακίας Όρραον Μικρό θέατρο Αμβρακίας Τείχη της αρχαίας Αμβρακίας Ναός Πυθίου Απόλλωνα Πλατεία Εθνικής Αντίστασης Πύργος του ρολογιού Υπαίθριο δημοτικό θέατρο	Γνωριμία με την τοπική παράδοση (ήθη - έθιμα, γαστρονομία) Επίσκεψη σε εγκαταστάσεις παραγωγής τοπικών προϊόντων

Γαστρονομία	Αθλητικός Τουρισμός	Ιαματικός Τουρισμός
Παραδοσιακές συνταγές («τσαλαφούτι», «πρατίνα») Τοπικά προϊόντα (χέλι, εσπεριδοειδή, χορταρικά, ψάρια, ντόπια κρέατα, γαλακτοκομικά, πίττες, παραδοσιακά γλυκά του κουταλιού, θυμαρίσιο μέλι) Οξύρυγχος - Helra Κοτόπουλο Άρτας (συνεταιρισμός) Χέλι - Γείτονας Τυριά - Καράλης	Rafting και Kayak στον Άραχθο Mountain bike στη Ροδαυγή Ημιμαραθώνιος - Ο Δρόμος του Γιοφυριού Hiking στην Κορωνησία, στη Ροδαυγή και στη γύρω περιοχή. «Παρά Πέντε» Προπονητικά προγράμματα Παρακολούθηση αθλητικών αγώνων Κολυμβητικός Διάπλους Αμβρακικού Ποδηλασία - Περάνθη	Ιαματικά Λουτρά Χανόπουλου Θεραπευτικές συνεδρίες

6



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

Η δημιουργία σήματος και motto για την προώθηση της Άρτας ως τουριστικού προορισμού οφείλει να συνάδει με τους διακηρυγμένους στόχους προβολής της περιοχής. Κυριότερος εξ' αυτών η δυνατότητα επίσκεψης της περιοχής καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, με διαφοροποιημένα τουριστικά προϊόντα θα αποτελέσει και τη βασική στρατηγική προβολής της περιοχής. Χρησιμοποιώντας το εκ των πραγμάτων ισχυρότερο τοπόσημο της που είναι το γεφύρι της πόλης καταλήγουμε στην εξής λεκτική αποτύπωση στα ελληνικά και αγγλικά:

ΑΡΤΑ Γέφυρα Εποχών ARTA Connecting Seasons

Ο λόγος που στα αγγλικά επιλέχτηκε ο όρος connecting από το bridging είναι γιατί αφενός είναι πιο εύηχος αφετέρου γιατί το μήνυμα που θέλουμε να περάσουμε στον ξένο δυνητικό επισκέπτη ο οποίος είναι εν πολλοίς διερχόμενος είναι της ένωσης διαφορετικών εμπειριών και σημείων ενδιαφέροντος τα οποία ποικίλουν ανά εποχή.

Ο λογότυπος ΑΡΤΑ Γέφυρα Εποχών

- Προσδιορίζει την στρατηγική μας στόχευση για επισκεψιμότητα όλες τις εποχές
- Λειτουργεί ως συνεκτικός κρίσεων μεταξύ των Flagship Events καθενός από τα 8 τουριστικά προϊόντα
- Σηματοδοτεί την εναλλαγή και σύνδεση εμπειριών εντός του κάθε προϊόντος
- Συνάδει με την κεντρική στρατηγική προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου
- Σηματοδοτεί τη στρατηγική μας να λειτουργήσουμε ως σύνδεσμος μεταξύ των όμορων περιοχών
- Τονίζει την ύπαρξη τόσο του ορεινού όσο και του θαλάσσιου στοιχείου παράλληλα με την ύπαρξη ενός ζωντανού αστικού κέντρου

Το λογότυπο έχει εφαρμογή σε όλα τα επίπεδα εμπειρίας ενός επισκέπτη

Πρωθητικό υλικό έντυπο και ηλεκτρονικό του Δήμου

- Σήμανση σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος
- Επικοινωνιακό υλικό επιμέρους εκδηλώσεων
- Merchandise
- Σε συνεργαζόμενες επιχειρήσεις
- Σε εκδηλώσεις οι οποίες τίθενται υπό την αιγίδα ή έχουν την στήριξη του Δήμου

Η χρήση του λογοτύπου ακολουθεί συγκεκριμένους κανόνες οι οποίοι περιέχονται σε brand manual (appendix)

6.1

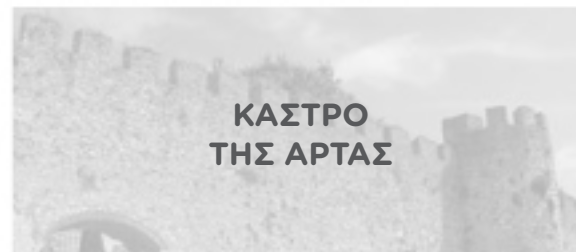
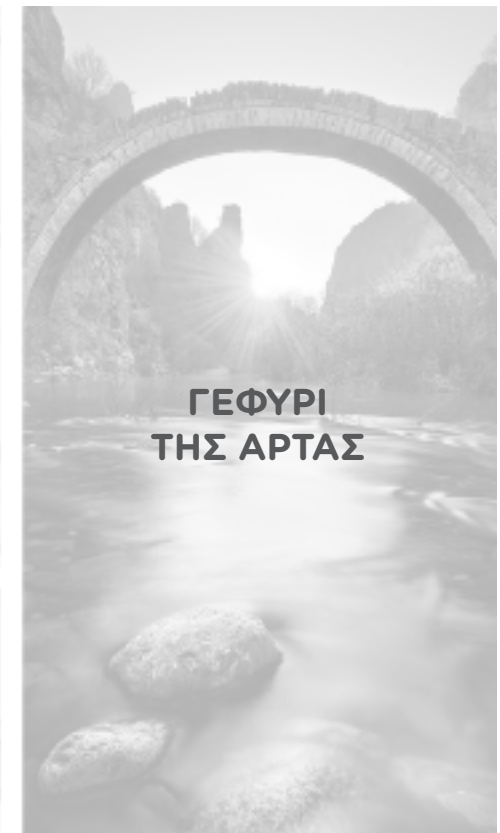
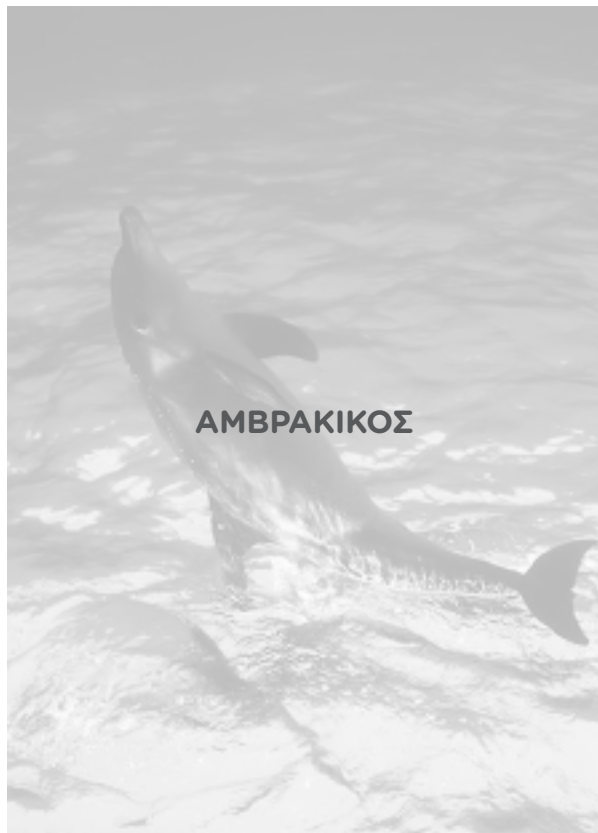


ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

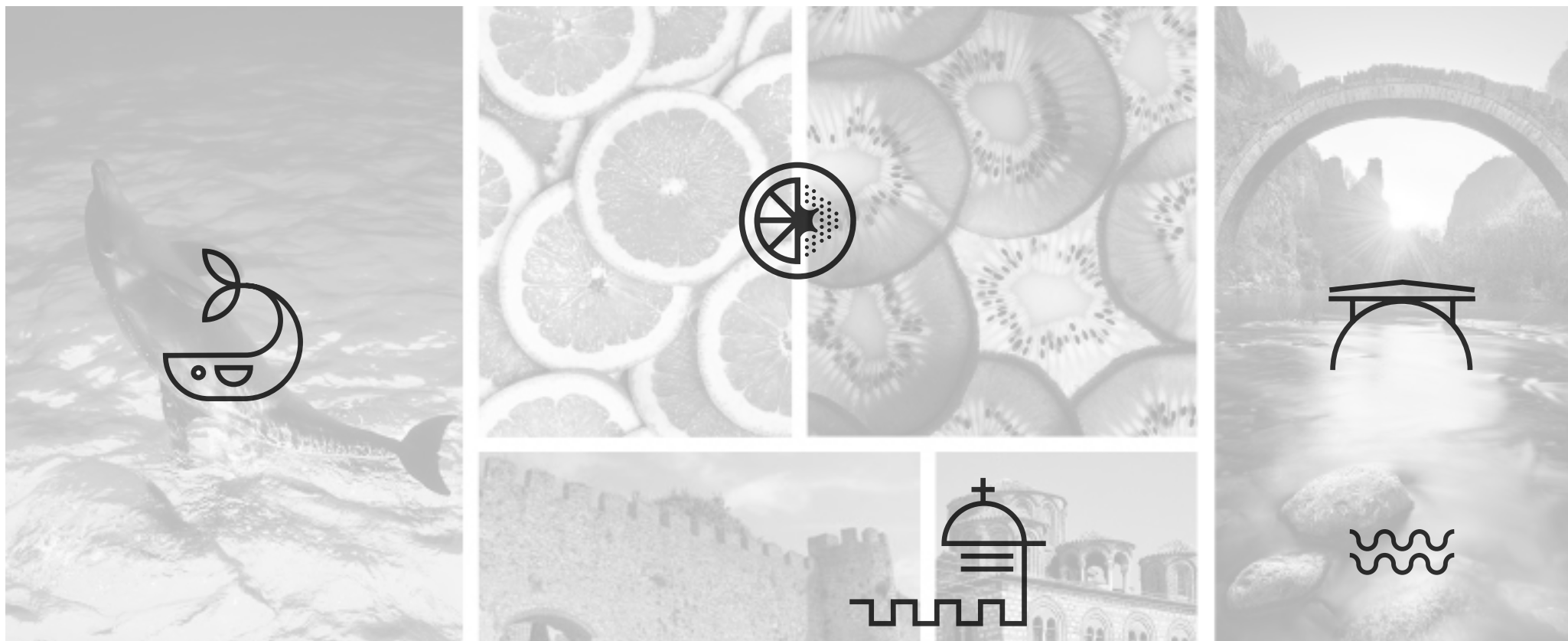
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΜΠΝΕΥΣΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

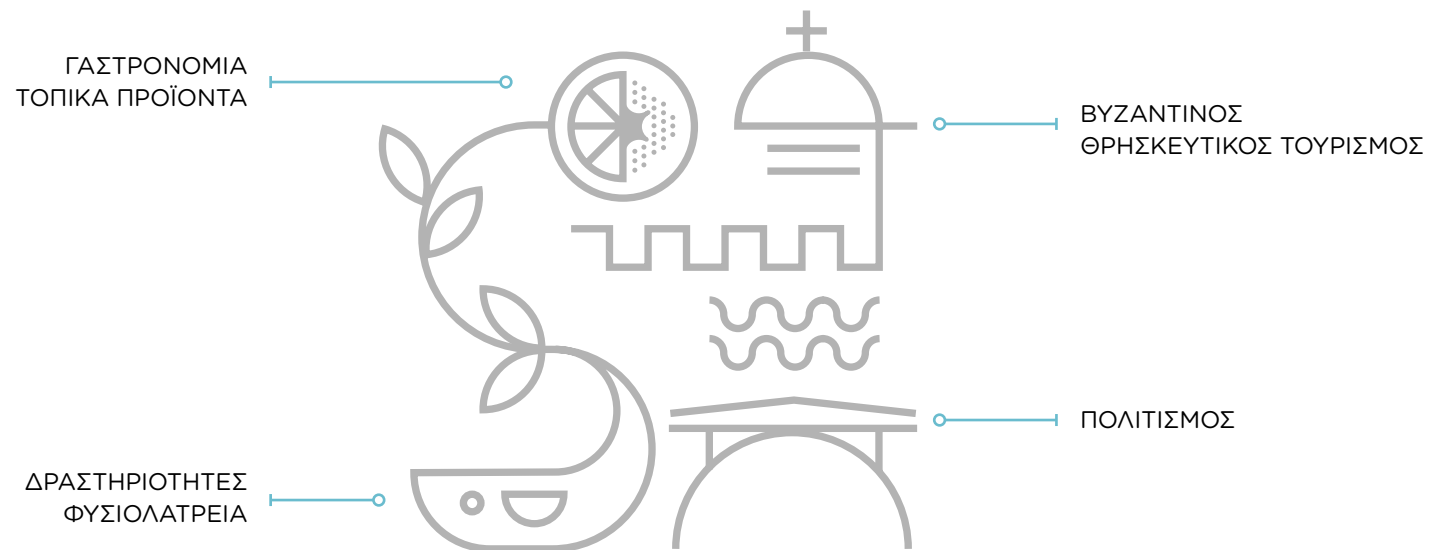


ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



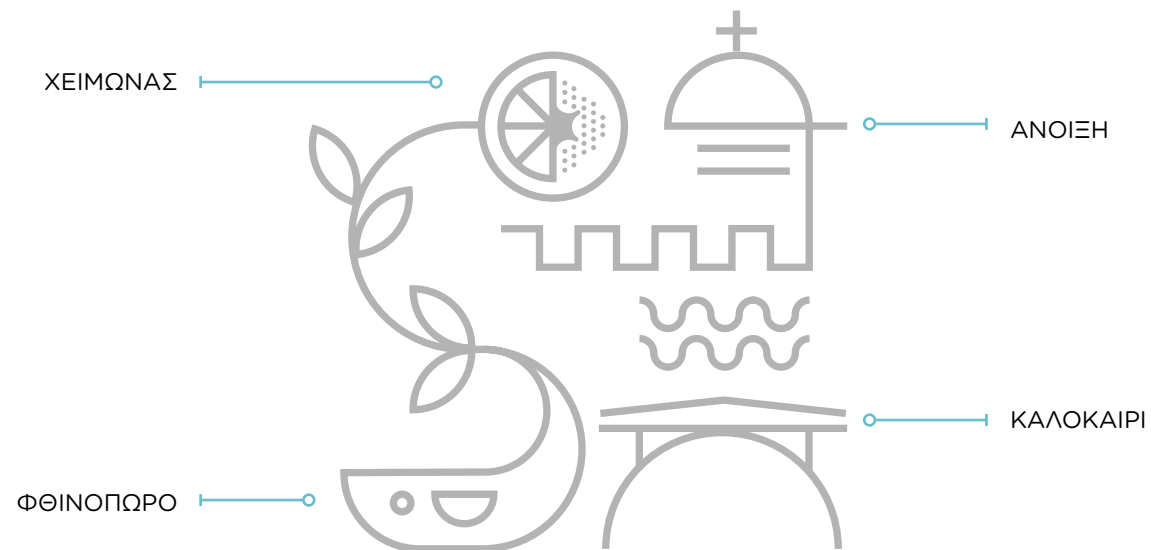
ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ -- ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ -- ΕΠΟΧΕΣ



ΓΡΑΦΗ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΜΟΤΟ

ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΜΟΤΟ ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΙΚΟΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΑΡΤΑ

γέφυρα εποχών



ΣΥΝΔΕΣΗ ΕΙΚΟΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ -- ΕΠΟΧΕΣ
ΜΕ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΜΟΤΟ

ΓΡΑΦΗ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΜΟΤΟ

ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΜΟΤΟ ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΗ ΛΟΓΟΤΥΠΗΣΗ ΤΗΣ ΓΡΑΦΗΣ

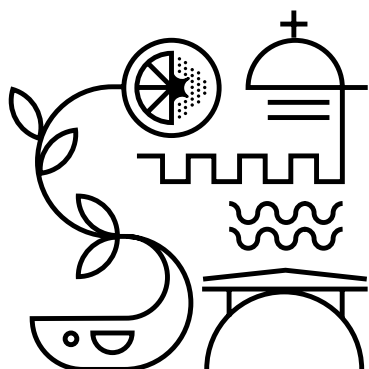
ΑΡΤΑ

γέφυρα εποχών



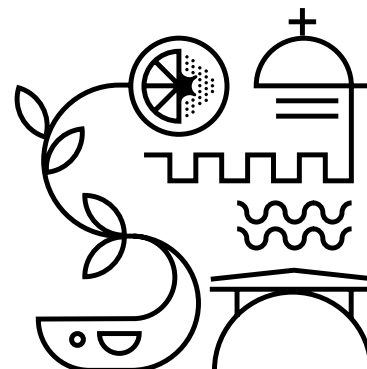
ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑΣ / ΣΥΝΔΕΣΗΣ
ΤΗΣ ΓΡΑΦΗΣ ΤΟΥ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΜΕ ΤΟ ΜΟΤΟ

ΛΟΓΟΤΥΠΟΣ ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΚΔΟΧΗ
ΜΟΝΟΧΡΩΜΙΑ



ΑΡΤΑ

γέφυρα εποχών



ARTΑ

connecting seasons

ΛΟΓΟΤΥΠΟΣ ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΚΔΟΧΗ
ΤΕΤΡΑΧΡΩΜΙΑ



ΑΡΤΑ

γέφυρα εποχών



ARTA

connecting seasons

ΧΡΩΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

ΣΥΝΔΕΣΗ ΧΡΩΜΑΤΩΝ - ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



ΧΡΩΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

ΣΥΝΔΕΣΗ ΧΡΩΜΑΤΩΝ - ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΜΕ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ / ΕΠΟΧΕΣ



ARTA
connecting seasons



ARTA
connecting seasons



ARTA
connecting seasons



ARTA
connecting seasons

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ
ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΟΙΧΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ + ΕΠΟΧΩΝ /
ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ - ΧΕΙΜΩΝΑΣ



ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ
ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΟΙΧΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ + ΕΠΟΧΩΝ /
ΦΥΣΙΟΛΑΤΡΕΙΑ - ΦΘΙΝΟΠΩΡΟ



ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ
ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΟΙΧΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ + ΕΠΟΧΩΝ /
ΒΥΖΑΝΤΙΝΟΣ + ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΑΝΟΙΞΗ



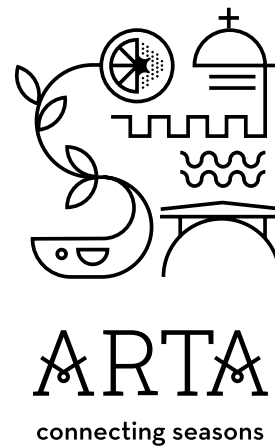
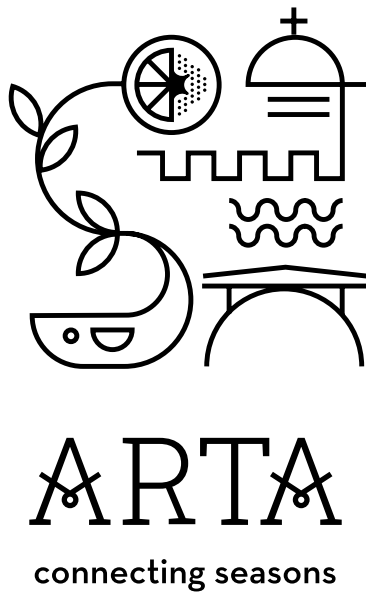
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ
ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΟΙΧΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ + ΕΠΟΧΩΝ /
ΒΥΖΑΝΤΙΝΟΣ + ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΑΝΟΙΞΗ



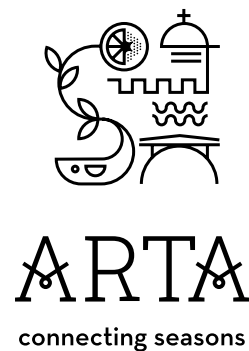
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ

ΛΟΓΟΤΥΠΟΣ / ΕΚΔΟΧΗ Α.

ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΕΙΚΑΣΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΓΡΑΦΗΣ



ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ
ΛΟΓΟΤΥΠΟΣ / ΕΚΔΟΧΗ Β.
ΕΜΦΑΣΗ ΓΡΑΦΗΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΕΙΚΑΣΤΙΚΟ



ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ

ΛΟΓΟΤΥΠΟΣ / ΕΚΔΟΧΗ Γ.

ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΕΚΔΟΧΗ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΕΠΙΓΡΑΦΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ /

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΣΕ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΣΗΜΑΝΣΗΣ



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
ΕΠΙΓΡΑΦΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ /
ΑΦΙΣΑ ΔΡΟΜΟΥ -- GENERIC



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΕΠΙΓΡΑΦΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ /
ΑΦΙΣΑ ΔΡΟΜΟΥ -- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ Α.

ΕΚΔΟΧΗ ΕΙΚΑΣΤΙΚΟΥ ΧΩΡΙΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΕΠΙΓΡΑΦΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ /
ΑΦΙΣΑ ΔΡΟΜΟΥ -- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ Α.

ΕΚΔΟΧΗ ΕΙΚΑΣΤΙΚΟΥ ΜΕ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

MERCHANDISE /

T-SHIRT -- GENERIC



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ MERCHANDISE / T-SHIRT -- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

MERCHANDISE /

ΥΦΑΣΜΑΤΙΝΗ ΤΣΑΝΤΑ -- GENERIC

ΕΚΔΟΧΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ -- 1 ΧΡΩΜΑ



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

MERCHANDISE /

ΥΦΑΣΜΑΤΙΝΗ ΤΣΑΝΤΑ -- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

ΕΚΔΟΧΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ -- 2 ΧΡΩΜΑΤΑ



7



ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Οι προτεινόμενες ενέργειες αφορούν σε ένα πλέγμα ενεργειών, των οποίων η υλοποίηση προσδιορίζεται σε τρία (3) χρόνια. Αφορούν σε ένα πλέγμα ενεργειών για την επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί για την τουριστική ανάπτυξη της Άρτας, σε κάθε περίπτωση εντούτοις, διατηρούν μια σχετική αυτοτέλεια και μπορούν να υλοποιηθούν μεμονωμένα.

Οι δύο βασικές κατηγορίες ενεργειών αφορούν:

- Στη δημιουργία της ταυτότητας και των υλικών για την επικοινωνία και προβολή των τουριστικών προϊόντων της Άρτας, όπως διαμορφώνονται
- Στην προβολή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Άρτας

Οι προτεινόμενες ενέργειες αναλύονται στις εξής έξι (6) κατηγορίες:

1. Ταυτότητα και τουριστικό προϊόν
2. Εργαλεία και υλικά επικοινωνίας
3. Εκδηλώσεις και events
4. Συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού
5. Προβολή και επικοινωνία
6. Δημιουργία αυθεντικής τουριστικής εμπειρίας & κοινωνικές δράσεις

7.1



ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Η δημιουργία μιας συνεκτικής ταυτότητας που δημιουργεί μια συγκεκριμένη αντίληψη και μια συγκεκριμένη εικόνα στους δυνητικούς επισκέπτες για την περιοχή είναι ο στόχος των συγκεκριμένων ενεργειών.

Προτεινόμενες ενέργειες:

1. Δημιουργία ξεχωριστής ταυτότητας (με σχετική λογοτύπηση και εφαρμογές) για το τουριστικό προϊόν της Άρτας.
2. Σήμανση σημείων ενδιαφέροντος με την ενσωμάτωση της τουριστικής ταυτότητας της Άρτας.
3. Σήμανση με την τουριστική ταυτότητα της Άρτας στα εμπορικά καταστήματα και καταλύματα.
4. Δημιουργία εγχειριδίου για την ενσωμάτωση της τουριστικής ταυτότητας της Άρτας, στην επικοινωνία όλων των επαγγελματιών που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με την εξυπηρέτηση επισκεπτών στην περιοχή.
5. Ενσωμάτωση της τουριστικής ταυτότητας και QR Code, σε προϊόντα που εξάγονται από εταιρείες της Άρτας.
6. Δημιουργία επιτραπέζιου παιχνιδιού (monopoly) με τα τουριστικά σημεία ενδιαφέροντος της Άρτας.

7.1.1



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΞΕΧΩΡΙΣΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
ΓΙΑ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ



ΑΡΤΑ

γέφυρα εποχών

Ακολουθώντας το παράδειγμα τουριστικών περιοχών, στην Ελλάδα και το εξωτερικό, η δημιουργία μιας ξεχωριστής ταυτότητας για το τουριστικό προϊόν της Άρτας, θα ενσωματώσει όλα τα στοιχεία που συνθέτουν την τουριστική 'εμπειρία' του προορισμού.

Ως ταυτότητα ορίζεται το όνομα, το σύμβολο, το λογότυπο και το σλόγκαν που προσδιορίζει και διαφοροποιεί ένα προορισμό. Επιπλέον, επικοινωνεί την υπόσχεση μιας αξέχαστης ταξιδιωτικής εμπειρίας η οποία συνδέεται μοναδικά με τον προορισμό.

Ο λογότυπος της τουριστικής ταυτότητας της Άρτας θα ενσωματωθεί:

1. Στα έντυπα προώθησης του τουριστικού προϊόντος.
2. Στο επικοινωνιακό υλικό προώθησης του τουριστικού προϊόντος (videos, φωτογραφίες).
3. Στην ιστοσελίδα του Δήμου, σε ειδική κατηγορία που θα παραπέμπει σε εσωτερική σελίδα, όπου θα περιγράφεται το τουριστικό προϊόν.
4. Στο επικοινωνιακό υλικό δράσεων, εκδηλώσεων κ.ο.κ, είτε αυτές διοργανώνονται από τον Δήμο είτε με τη συνεργασία, αιγίδα του Δήμου.
5. Στη σήμανση των σημείων ενδιαφέροντος (βλ.7.1.2).
6. Στις επιχειρήσεις της Άρτας που συνδέονται με άμεσο ή έμμεσο τρόπο με την εξυπηρέτηση επισκεπτών (βλ.7.1.3).
7. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του τουριστικού προϊόντος της Άρτας (βλ.7.2.5).

Με την οριστικοποίηση της τουριστικής ταυτότητας της Άρτας, θα αποσταλεί σχετική ενημέρωση στα ελληνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης, ως μια αφορμή για τη δημοσιοποίηση της δημιουργίας τουριστικού προϊόντος από τον Δήμο.

7.1.2



ΣΗΜΑΝΣΗ ΣΗΜΕΙΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ
ΜΕ ΤΗΝ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ
ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ



Σήμανση των σημείων ενδιαφέροντος και διασύνδεσή τους, έτσι ώστε αφενός να διευκολύνεται η επίσκεψη σε περισσότερα από ένα σημεία και αφετέρου να δημιουργείται μια σύνδεση μεταξύ των σημείων που συνθέτουν βασικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος.

Η σήμανση πρέπει να πραγματοποιηθεί με ειδικές ταμπέλες, που προβλέπονται από την κείμενη νομοθεσία, διακριτές και με ενσωματωμένο το τουριστικό λογότυπο της Άρτας.

Υπάρχουν τρεις διαφορετικοί τύποι σήμανσης:

ΤΥΠΟΣ 1ος

Σήμανση βασικών σημείων ενδιαφέροντος με προσδιορισμό απόστασης και χρόνου μετάβασης για τα παρακάτω σημεία:

- Γεφυρι της Άρτας
- Παναγία Παρηγορήτισσα
- Βυζαντινά
- Αρχαιολογικό μουσείο
- Τέμενος
- Κάστρο

ΤΥΠΟΣ 2ος

Κεντρική σήμανση στο Γιοφύρι της Άρτας, όπου θα παρουσιάζονται όλα τα σημεία ενδιαφέροντος, με ειδικό προσδιορισμό (εικαστικό) για:

- Βυζαντινά μνημεία
- Εκκλησίες
- Μουσεία
- Αρχαιολογικοί χώροι
- Πολιτιστικά μνημεία

ΤΥΠΟΣ 3ος

Σήμανση των βασικών πολιτιστικών σημείων ενδιαφέροντος που θα συνθέσουν την κύρια διαδρομή για τους επισκέπτες:

- Δυτική Νεκρόπολη
- Μικρό Θέατρο Άρτας
- Ναός Απόλλωνα
- Γεφύρι της Άρτας
- Παναγία Παρηγορήτισσα

7.1.3



ΣΗΜΑΝΣΗ ΜΕ ΤΗΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ
ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ ΣΤΑ
ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ
ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Ο τουριστικός λογότυπος της Άρτας, θα εκτυπωθεί σε ειδικά αυτοκόλλητα, τα οποία θα ενσωματωθούν σε εμφανή σημεία σε όλες τις εμπορικές επιχειρήσεις του Δήμου που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με την παροχή υπηρεσιών και με την πώληση προϊόντων στους επισκέπτες.

Με τον τρόπο αυτό θα επιτύχουμε αφενός τη δημιουργία μιας συμπαγούς ταυτότητας για το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν της Άρτας, μέσα από την ευρεία σήμανση και αφετέρου τη συμμετοχή όλων των επιχειρήσεων της περιοχής στη διάδοση και υλοποίηση της τουριστικής στρατηγικής, κάτι που αποτελεί και σημαντική στόχευση για το τουριστικό πρόγραμμα του Δήμου.

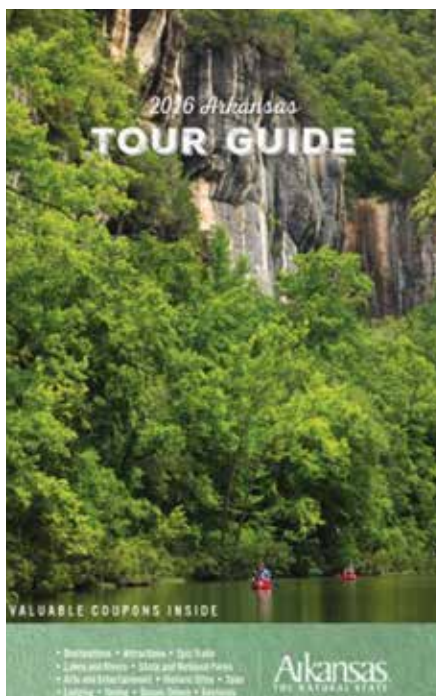
Η ενσωμάτωση του λογοτύπου θα ενσωματωθεί στις εξής κατηγορίες επιχειρήσεων

1. Ξενοδοχεία
2. Ενοικιαζόμενα δωμάτια και λοιπά καταλύματα
3. Εστιατόρια και λοιπά σημεία εστίασης
4. Τουριστικά γραφεία και τουριστικές επιχειρήσεις
5. Σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος

7.1.4



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ
ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ,
ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ
ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΜΕΣΗ ή ΕΜΜΕΣΗ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ



Για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Άρτας και γενικότερα της τουριστικής προβολής της περιοχής, είναι ιδιαίτερης σημασίας η ενσωμάτωση της τουριστικής ταυτότητας στην επικοινωνία και στα επικοινωνιακά εργαλεία και υλικά, όλων των επαγγελματιών της περιοχής που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με την εξυπηρέτηση των επισκεπτών.

Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνουμε μεγαλύτερη διάχυση της στρατηγικής και τον τουρισμό και την ίδια στιγμή δημιουργούμε στους επισκέπτες μια συμπαγή εικόνα για τον τουρισμό στην περιοχή.

Η δράση αφορά στη δημιουργία ενός εγχειριδίου, σε ηλεκτρονική μορφή, το οποίο θα αποσταλεί στους επαγγελματίες του τουρισμού και στις επιχειρήσεις που παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες σε επισκέπτες, το οποίο περιλαμβάνει:

1. Φωτογραφικό υλικό που προσδιορίζει την τουριστική ταυτότητα της Άρτας
2. Βασικά κείμενα περιγραφής των σημείων ενδιαφέροντος για τους επισκέπτες
3. Δυνατότητες εκδρομών και δραστηριοτήτων, όπως έχουν αποτυπωθεί στο τουριστικό προϊόν της Άρτας
4. Event calendar της Άρτας και οδηγίες για την ενσωμάτωση της προβολής των δράσεων – εκδηλώσεων στην επικοινωνία των ίδιων των επιχειρήσεων

Η χρήση των παραπάνω, θα πραγματοποιείται:

- Στις ιστοσελίδες των επιχειρήσεων
- Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των επιχειρήσεων
- Στην ενημέρωση των καταναλωτών, πελατών τους
- Στο έντυπο ή άλλο επικοινωνιακό υλικό των επιχειρήσεων

7.1.5



ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
ΚΑΙ QR CODE, ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΞΑΓΟΝΤΑΙ
ΑΠΟ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ

Η τουριστική ταυτότητα της Άρτας επικοινωνείται μέσα από την παραγωγική δραστηριότητα που αναπτύσσει η περιοχή. Τα προϊόντα 'πρεσβευτές' της Άρτας που διατίθενται στο εσωτερικό της Ελλάδας και αυτά που εξάγονται σε αγορές του εξωτερικού, θα ενσωματώνουν τοποθετημένη σήμανση του νέου λογοτύπου της Άρτας ενώ ταυτόχρονα φέρουν πάνω τους QR Codes, που επιτρέπουν στον αγοραστή- καταναλωτή να γνωρίσει με μια 'κίνηση' την περιοχή και τα χαρακτηριστικά της.

Η ενσωμάτωση της τουριστικής ταυτότητας και των QR Code σε προϊόντα (ΠΟΠ, ΠΓΕ) αναδεικνύουν τόσο την επιχειρηματική δυναμική της περιοχής με την μοναδικότητα των προϊόντων της όσο και την ύπαρξη του γαστρονομικού τουρισμού που διαθέτει εκείνη, αντίστοιχα.

Το QR Code μεταφέρει τον αγοραστή- καταναλωτή στην επίσημη ιστοσελίδα της Άρτας , εκεί όπου μπορεί να περιηγηθεί στο πλήρες μενού της για να γνωρίσει τόσο τη γαστρονομία της και τα φεστιβάλ γύρω από αυτήν (Γιορτή Πορτοκαλιού, Ακτινιδίου και Ελιάς – Γιορτή Τσίπουρου και Κάστανου- Gastronomy Festival κ.α) όσο και την ταυτότητα της περιοχής στο σύνολό της.

7.1.6



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟΥ ΠΑΙΧΝΙΔΙΟΥ
(MONOPOLY) ΜΕ ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ
ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ

Η Άρτα διαθέτει ένα τουριστικό προϊόν με διαφορετικά σημεία ενδιαφέροντος, δραστηριότητες, μνημεία κ.ο.κ, που συνθέτουν την εμπειρία του επισκέπτη. Τα στοιχεία αυτά του τουριστικού προϊόντος δεν είναι ομοιογενή και απευθύνονται σε πολλές περιπτώσεις σε διαφορετικά κοινά δυνητικών επισκεπτών, τόσο σε επίπεδο κρατών προέλευσης όσο και σε επίπεδο ηλικιακών ομάδων στόχευσης.

Το επιτραπέζιο παιχνίδι Monopoly, έχει χρησιμοποιηθεί σε περιπτώσεις -κυρίως στο εξωτερικό- για τη δημιουργία μιας συνολικής εικόνας για μια τουριστική περιοχή και για την γνωριμία επισκεπτών με αυτήν. Μάλιστα, πρόσφατα, η Θεσσαλονίκη δημιούργησε τη δική της Monopoly, για να προβάλει την ευρύτερη περιοχή.

Η δημιουργία του επιτραπέζιου παιχνιδιού Monopoly για την τοπική έκδοση της Άρτας, θα αποτελέσει ένα πρωτότυπο επικοινωνιακό υλικό για την περιοχή, το οποίο θα αξιοποιείται για λόγους προβολής του τουριστικού προϊόντος, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό.

Ταυτόχρονα αποτελεί μια είδηση και αφορμή δημοσιότητας για το κοινό της Ελλάδας, το οποίο παραμένει ένα βασικό κοινό στόχευσης για το τουριστικό προϊόν της Άρτας.

7.2



ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΥΛΙΚΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Οι προτεινόμενες ενέργειες αφορούν στη δημιουργία εργαλείων, υλικών και δομών επικοινωνίας για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Άρτας. Το περιεχόμενο των εργαλείων επικοινωνίας θα αποτελεί την πηγή ενημέρωσης για τους δυνητικούς επισκέπτες καθώς και το υλικό προώθησης για τους επαγγελματίες του τουρισμού.

Προτεινόμενες ενέργειες:

1. Δημιουργία ιστοσελίδας για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Άρτας.
2. Δημιουργία Mobile Application για την προβολή των σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος της Άρτας και για την βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών.
3. Δημιουργία τουριστικών, θεματικών προωθητικών videos, με την εξής θεματολογία:

A.	B.	Γ.	Δ.	Ε.	ΣΤ.	Ζ.
Βυζαντινός - θρησκευτικός τουρισμός	Φυσιολατρία - δραστηριότητες	Πολιτισμός - αστική ζωή	Γαστρονομία	Αθλητισμός	Οικογενειακός τουρισμός	Σχολικός τουρισμός

4. Έντυπο υλικό για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα και το εξωτερικό με την εξής θεματολογία:

A.	B.	Γ.	Δ.	Ε.	ΣΤ.	Ζ.
Βυζαντινός - θρησκευτικός τουρισμός	Φυσιολατρία - δραστηριότητες	Πολιτισμός - αστική ζωή	Γαστρονομία	Αθλητισμός	Οικογενειακός τουρισμός	Σχολικός τουρισμός

- 5/ Δημιουργία, διαχείριση και παραγωγή περιεχομένου για τον τουρισμό, για τα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης

A.	B.	Γ.	Δ.	Ε.	ΣΤ.	Ζ.
Facebook	Instagram	Foursquare	Pinterest	Flickr	YouTube	Google+

7.2.1



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ
ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ



Το σύνολο της πληροφορίας για την περιοχή της Άρτας, συγκεντρώνεται σήμερα στην ιστοσελίδα του Δήμου. Το σημερινό περιεχόμενο της πληροφορίας δίνεται στους επισκέπτες με τρόπο περιγραφικό (γενικά στοιχεία σημείων ενδιαφέροντος) και δεν προβάλλει με τρόπο συνεκτικό και περιεκτικό το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν της περιοχής.

Με τη δημιουργία του τουριστικού προϊόντος της Άρτας καθώς και της στρατηγικής για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή, θα πρέπει να δημιουργηθεί μια ιστοσελίδα, αφιερωμένη αποκλειστικά στον τουρισμό, η οποία θα αποτελέσει το κέντρο της πληροφόρησης για τους δυνητικούς επισκέπτες.

Στόχος της ιστοσελίδας είναι η παροχή της επίκαιρης πληροφορίας για τον τουρισμό στην περιοχή και η προβολή του τουριστικού προϊόντος της Άρτας, ανάλογα με τις απαιτήσεις του δυνητικού επισκέπτη.

Το προτεινόμενο περιεχόμενο της ιστοσελίδας είναι το ακόλουθο:

- | | | |
|-------------------------------------|---|----------------------|
| • Γενικές πληροφορίες για την Άρτα | • Γαστρονομία, τοπικά προϊόντα | • Η Άρτα σε 3 ώρες |
| • Γεφύρι της Άρτας | • Δραστηριότητες, φυσιολατρία, αθλητισμός | • Η Άρτα σε 12 ώρες |
| • Πολιτισμός | • Άρτα για οικογένειες | • Η Άρτα σε 2 ημέρες |
| • Βυζαντινά και θρησκευτικά μνημεία | • Άρτα για σχολεία | • Η Άρτα σε 3 ημέρες |

Αυτό που επιδιώκουμε με το συγκεκριμένο διαχωρισμό του περιεχομένου είναι η ιστοσελίδα να μπορεί να παρέχει την βασική, περιγραφική πληροφορία για τα αξιοθέατα και τα σημεία ενδιαφέροντος αλλά την ίδια στιγμή να μπορεί να προβάλλει συγκεκριμένες προτάσεις εμπειριών από την επίσκεψη στην περιοχή. Γι'αυτό το λόγο πραγματοποιείται και ο διαχωρισμός ανά κοινά και ανά διαθέσιμο χρόνο επίσκεψης.

Στις κατηγορίες που προσδιορίζονται από τον διαθέσιμο χρόνο επίσκεψης θα παρουσιάζονται αναλυτικές, εναλλακτικές προτάσεις για επίσκεψη στην περιοχή, διαμορφώνοντας ουσιαστικά ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα για τον επισκέπτη.

Αφού επιλέξει τον διαθέσιμο χρόνο του για επίσκεψη στην Άρτα, θα έχει την επιλογή ανάμεσα σε διαφορετικές προτάσεις ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του πχ. θρησκευτικά, πολιτισμός κ.ο.κ.

7.2.2



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ MOBILE APPLICATION ΓΙΑ
ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ
ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ



ARTA APPLICATION



Οι επισκέπτες, κατά την παραμονή τους σε μια τουριστική περιοχή, αναζητούν σε πραγματικό χρόνο, πληροφορίες, διαδρομές και προτάσεις για την περιοχή.

Η δημιουργία mobile applications, αξιοποιείται ευρέως από τις περιοχές, για να έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν άμεση και σε πραγματικό χρόνο, πληροφόρηση στους επισκέπτες για την περιοχή.

Δεδομένων των χαρακτηριστικών του τουριστικού προϊόντος της Άρτας, η δημιουργία ενός mobile application θα μας δώσει τη δυνατότητα, για επισκέπτες που έρχονται στην περιοχή για ένα σημείο ενδιαφέροντος ή με μια μόνο αφορμή (πχ. γεφύρι της Άρτας) να έχουν την πληροφόρηση για επιπλέον αξιοθέατα ή δυνατότητες επισκέψεων – εμπειριών στην περιοχή.

Το περιεχόμενο του mobile application είναι το ακόλουθο:

- Γενικές πληροφορίες για όλα τα σημεία ενδιαφέροντος
- Προτάσεις για επισκέψεις ανάλογα με το σημείο που βρίσκεται ο επισκέπτης (πχ. βρίσκεται στο γεφύρι της Άρτας και του προτείνονται εναλλακτικές για επισκέψεις στις βυζαντινές εκκλησίες, με χάρτη που προσδιορίζει την ακριβή διαδρομή για να φτάσει εκεί).
- Χάρτες διαδρομών
- Πληροφορίες για τοπικά προϊόντα
- Κατάλογος με τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, δραστηριότητες, εστιατόρια ανά κατηγορία κ.ο.κ)
- Πληροφορίες για εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα την περίοδο επίσκεψης

7.2.3



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ,
ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΩΝ VIDEOS



Η έρευνα στο internet για τουριστικές περιοχές, τα τελευταία χρόνια, περιλαμβάνει και την προβολή videos, τα οποία αποτυπώνουν με περισσότερο άμεσο τρόπο το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν της περιοχής.

Προτείνεται η δημιουργία επτά (7) τουριστικών βίντεο, μικρής διάρκειας (30'-45'), με την εξής θεματολογία:

- Βυζαντινός - Θρησκευτικός τουρισμός
- Φυσιολατρία - Δραστηριότητες
- Πολιτισμός - Αστική ζωή
- Γαστρονομία
- Αθλητισμός
- Οικογενειακός Τουρισμός
- Σχολικός τουρισμός

Με τον τρόπο αυτό θα έχουμε τη δυνατότητα να οπτικοποιήσουμε το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν, ανά κατηγορία και να δημιουργήσουμε ένα περιεχόμενο για χρήση:

- στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης της Άρτας
- στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στις ιστοσελίδες των επιχειρήσεων που ασχολούνται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό
- στην ιστοσελίδα του τουρισμού της Άρτας
- στο υλικό που θα αποστέλλεται σε ελληνικά και ξένα μέσα μαζικής ενημέρωσης
- στις εκθέσεις τουρισμού στο εξωτερικό

7.2.4



ΕΝΤΥΠΟ ΥΛΙΚΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ
ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΚΑΙ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Για την προώθηση της περιοχής και του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα και το εξωτερικό, προτείνεται η δημιουργία οκτώ (8) θεματικών φυλλαδίων, όπου θα παρουσιάζονται τα επιμέρους προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα.

Με τον τρόπο αυτό, ανάλογα το κοινό στόχευσης, θα έχουμε τη δυνατότητα να προβάλλουμε με περισσότερο συνεκτικό τρόπο την τουριστική πρόταση της Άρτας.

Η θεματολογία των εντύπων είναι η ακόλουθη:

- Βυζαντινός - Θρησκευτικός τουρισμός
- Φυσιολατρία - Δραστηριότητες
- Πολιτισμός - Αστική ζωή
- Γαστρονομία
- Οικογενειακός τουρισμός
- Σχολικός τουρισμός
- Εκδηλώσεις Άρτας
- Άρτα - Τέσσερις εποχές

Οι προτεινόμενες γλώσσες για τα φυλλάδια είναι οι ακόλουθες:

- Βυζαντινός - Θρησκευτικός τουρισμός: ελληνικά, ρωσικά
- Φυσιολατρία - Δραστηριότητες: ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά
- Πολιτισμός - Αστική ζωή: ελληνικά, αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά
- Γαστρονομία: ελληνικά, αγγλικά
- Οικογενειακός τουρισμός: ελληνικά
- Σχολικός τουρισμός: ελληνικά
- Εκδηλώσεις Άρτας: ελληνικά, αγγλικά
- Άρτα - 4 εποχές: ελληνικά, αγγλικά

Το περιεχόμενο του κάθε φυλλαδίου θα ακολουθεί την εξής δομή:

- Γενικές πληροφορίες για την Άρτα
- Σημεία ενδιαφέροντος - περιγραφή ανάλογα με το θέμα του φυλλαδίου
- Συνδυασμός τουριστικού προϊόντος (πχ. δραστηριότητες - γαστρονομία)
- Περιγραφή Άρτα 4 εποχές (δυνατότητες επίσκεψης κάθε εποχή του χρόνου με διαφορετικές προτάσεις ανά εποχή)

7.2.5



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ, ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ,
ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν βασικό εργαλείο για την προβολή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής.

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν διεξαχθεί παγκοσμίως, ως πηγή ιδεών για ταξίδια επιλέγονται στην πρώτη θέση οι φίλοι και η οικογένεια από το 50% των ερωτηθέντων. Στη δεύτερη θέση κατατάσσονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (33%), ενώ ακολουθούν οι τηλεοπτικές εκπομπές (32%), τα ταξιδιωτικά φυλλάδια (31%) και οι μηχανές αναζήτησης (31%).

Η προβολή τόσο του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της Άρτας, των εκδηλώσεων καθώς και των μνημείων ενδιαφέροντος, προτείνεται να πραγματοποιείται και από τα ακόλουθα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

- Facebook
- Instagram
- Foursquare
- Pinterest
- Flickr
- YouTube
- Google+

Θα πρέπει να δημιουργηθούν από τον Δήμο τα παραπάνω μέσα και να πραγματοποιείται μια προσαρμογή του περιεχομένου για την τουριστική προβολή, ανάλογα με τη φιλοσοφία του κάθε μέσου.

7.3



ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ - EVENTS

Οι εκδηλώσεις αναλύονται σε δύο διαφορετικές κατηγορίες: η πρώτη αφορά στην αξιοποίηση και στην περαιτέρω προβολή των εκδηλώσεων που διοργανώνονται ήδη στην Άρτα -είτε αυτές αφορούν σε διοργανώσεις του Δήμου είτε άλλων φορέων- .Η δεύτερη αφορά στη δημιουργία εκδηλώσεων, συνδεδεμένων με τα τουριστικά προϊόντα της Άρτας.

Προτεινόμενες ενέργειες:

1. Gastronomy festival
2. Full moon rafting
3. Χριστούγεννα στην Άρτα
4. Δρόμος του Γεφυριού
5. Φεστιβάλ Άρτας - αφορά στη δημιουργία κοινής δομής για την προβολή όλων των εκδηλώσεων (υπαρχουσών και προτεινόμενων) που λαμβάνουν χώρα στην Άρτα.

Υπάρχουσες εκδηλώσεις (αξιοποίηση, περαιτέρω προβολή)

- Διάπλους Αμβρακικού (Κορωνησία)
- Γιορτή Πορτοκαλιού, Ακτινιδίου και Ελιάς
- Πανελλήνια Γενική Έκθεση Άρτας
- Γιορτή Τσίπουρου και Κάστανου
- Γιορτή Χριστουγέννων
- Ο Δρόμος του Γιοφυριού

Προτεινόμενες εκδηλώσεις - δημιουργία

- Φεστιβάλ Άρτας
- Φεστιβάλ Μουσικής στον Παραλίμνιο
- Φεστιβάλ Γαστρονομίας
- Φεστιβάλ Ημέρας «Παρά Πέντε»

7.3.1



GASTRONOMY FESTIVAL

ΓΙΟΡΤΗ ΑΡΤΙΝΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

Πότε: Καλοκαίρι (Ιούνιος)

Που: Κεντρική Πλατεία Άρτας

Η εκδήλωση θα έχει διάρκεια 3 ημερών, θα λειτουργεί απογευματινές ώρες και θα χωρίζεται σε 2 τομείς και ο κάθε τομέας θα έχει ενότητες.

Οι δύο τομείς θα είναι:

- Εκθεσιακός
- Workshop

ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Και τις τρεις ημέρες του φεστιβάλ, επαγγελματίες της περιοχής θα παρουσιάζουν τα προϊόντα τους δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες να τα δοκιμάσουν και παράλληλα να μάθουν επιπλέον στοιχεία για αυτά. Που μπορεί κανείς να τα βρει στην υπόλοιπη Ελλάδα. Σε ποιες χώρες γίνονται εξαγωγές.

Στον εκθεσιακό τομέα, θα πραγματοποιούνται και αυτοτελείς δράσεις με άξονα το παιδί. Διαδραστικές ενέργειες με στόχο την επαφή των παιδιών με τα παραδοσιακά προϊόντα της περιοχής.

WORKSHOP

Τα workshop θα χωρίζονται σε δύο ενότητες. Στα «ανοιχτά» στο κοινό και σε εκείνα που θα απευθύνονται στους επαγγελματίες της εστίασης:

Στα ανοιχτά στο κοινό, γνωστοί σεφ, με τη συνεργασία ανθρώπων της περιοχής που γνωρίζουν παραδοσιακές συνταγές, θα μαγειρεύουν και θα υπάρχει αμφίδρομη διαδικασία με το κοινό.

Στα κλειστού τύπου workshop, οι ενδιαφερόμενοι επαγγελματίες της εστίασης, θα έχουν την ευκαιρία να «εκπαιδευτούν» στην παρασκευή παραδοσιακών συνταγών. Επιπλέον θα μαθαίνουν στοιχεία για την ιστορία της κάθε συνταγής.

Ο στόχος των workshops είναι διττός. Αφενός θέλουμε να εξαπλωθεί και να γίνει γνωστή η αρτινή κουζίνα, η οποία σήμερα φθίνει, στο ευρύτερο κοινό και στην οικιακή μαγειρική. Αφετέρου απαιτείται η εκπαίδευση των επαγγελματιών της εστίασης ώστε να καταστεί δυνατή η ενσωμάτωση παραδοσιακών συνταγών στα menu των εστιατορίων.

Η συμμετοχή στα workshop θα είναι δωρεάν και θα απαιτείται η προεγγραφή.

***Το φεστιβάλ γαστρονομίας προτείνεται να πλαισιωθεί και από μουσικές εκδηλώσεις με τη συμμετοχή των τμημάτων των πολιτιστικών συλλόγων.**

7.3.2



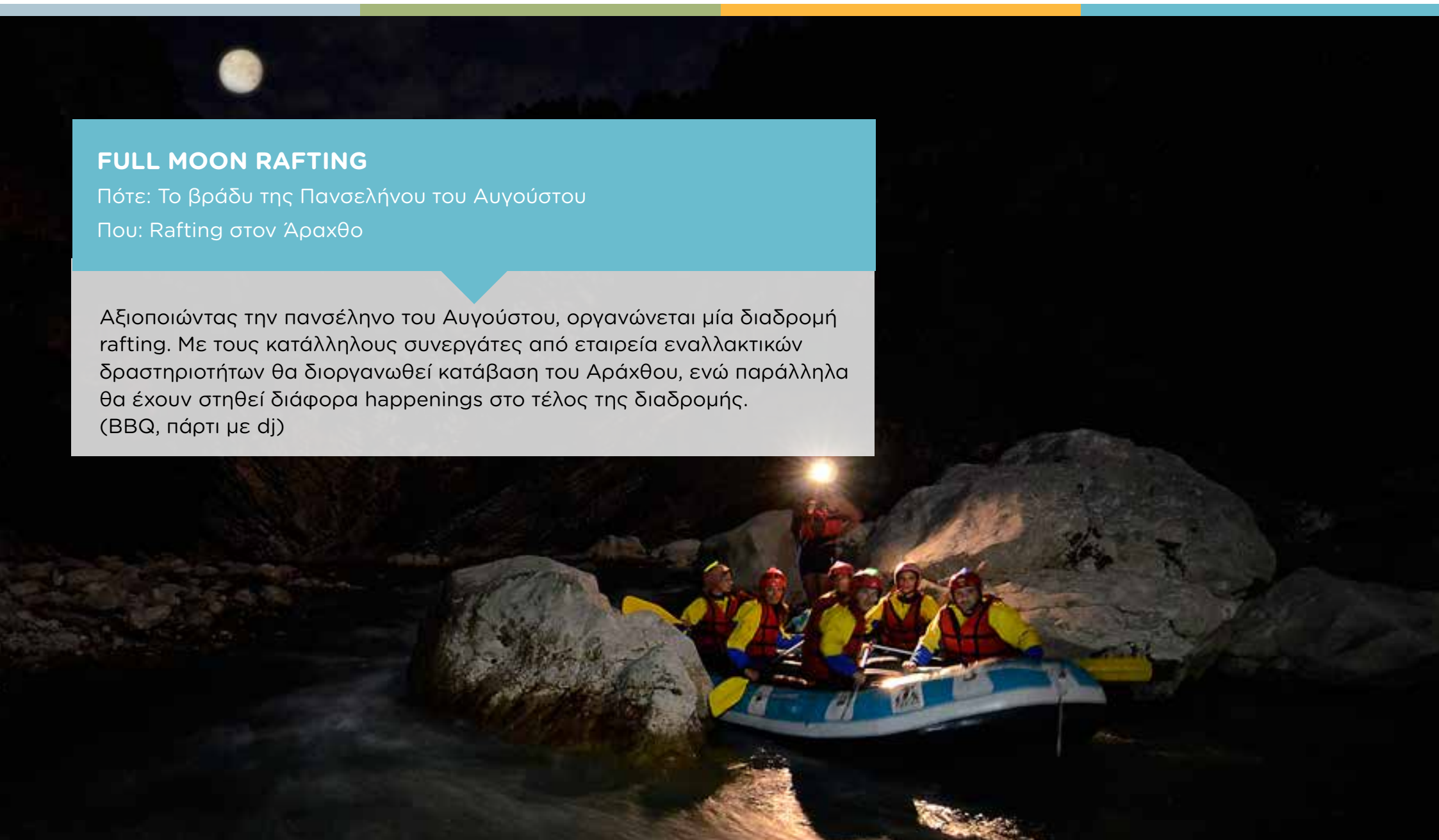
FULL MOON RAFTING

FULL MOON RAFTING

Πότε: Το βράδυ της Πανσελήνου του Αυγούστου

Που: Rafting στον Άραχθο

Αξιοποιώντας την πανσέληνο του Αυγούστου, οργανώνεται μία διαδρομή rafting. Με τους κατάλληλους συνεργάτες από εταιρεία εναλλακτικών δραστηριοτήτων θα διοργανωθεί κατάβαση του Αράχθου, ενώ παράλληλα θα έχουν στηθεί διάφορα happenings στο τέλος της διαδρομής. (BBQ, πάρτι με dj)



7.3.3



ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ ΣΤΗΝ ΑΡΤΑ

ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ ΣΤΗΝ ΑΡΤΑ

ΟΛΗ Η ΠΟΛΗ ΜΙΑ ΓΙΟΡΤΗ.

Ενδυνάμωση των Χριστουγεννιάτικων εκδηλώσεων.

- Επίκεντρο των εορταστικών εκδηλώσεων το κάστρο.
- Stands με φρέσκους χυμούς πορτοκαλιού και ακτινιδίου.
- Ενσωμάτωση διαδραστικών events, με τη συμμετοχή chef, ώστε να ανανεωθεί η επαφή των παιδιών με τα προϊόντα της περιοχής.



7.3.4



ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ ΓΕΦΥΡΙΟΥ

ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ ΓΕΦΥΡΙΟΥ

Πότε: Τέλος Μαρτίου / Αρχές Απριλίου

Που: Με αφετηρία το Γεφύρι, περνάει από σημαντικά αξιοθέατα της περιοχής. Επίσης, επιλογή διαδρομών και στον κάμπο της Άρτας αναδεικνύοντας τις εκτάσεις με τα εσπεριδοειδή.

ΑΠΟΣΤΑΣΕΙΣ ΑΓΩΝΩΝ

Ημιμαραθώνιος αγώνας δρόμου 21,1 χλμ
Σκυταλοδρομία 21,1 χλμ (2x10,550 μέτρα)
Αγώνας δρόμου 5 χλμ
Αγώνας Περιπατητικός 5 χλμ

ΣΧΟΛΙΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ

Αγώνας 1.000 μέτρα 4η - 6η ΣΤ Δημοτικού
Αγώνας 2.000 μέτρα Γυμνάσια
Αγώνας 2.500 μέτρα Λύκεια

- Συμμετοχή αθλητών με αναπηρίες
- Χορηγίες, Press Trip

7.3.5



ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΑΡΤΑΣ

ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΑΡΤΑΣ

Αφορά στη δημιουργία κοινής δομής για την προβολή όλων των εκδηλώσεων (υπαρχουσών και προτεινόμενων) που λαμβάνουν χώρα στην Άρτα.



ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ - ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΠΡΟΒΟΛΗ

- Διάπλους Αμβρακικού (Κορωνησία)
- Γιορτή Πορτοκαλιού, Ακτινιδίου και Ελιάς
- Πανελλήνια Γενική Έκθεση Άρτας
- Γιορτή Τσίπουρου και Κάστανου
- Γιορτή Χριστουγέννων
- Ο Δρόμος του Γιοφυριού

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ

- Φεστιβάλ Άρτας
- Φεστιβάλ Μουσικής στον Παραλίμνιο
- Φεστιβάλ Γαστρονομίας
- Φεστιβάλ Ημέρας «Παρά Πέντε»

Αφορά στη δημιουργία κοινής δομής για την προβολή όλων των εκδηλώσεων (υπαρχουσών και προτεινόμενων) που λαμβάνουν χώρα στην Άρτα.

Στόχος είναι κάτω από τον τίτλο «Φεστιβάλ Άρτας», να ενταχθούν οι σημαντικότερες εκδηλώσεις που σήμερα είτε γίνονται μεμονωμένα, είτε δεν έχουν την απαιτούμενη και αναγκαία υποστήριξη. Υπό το brand του «Φεστιβάλ Άρτας», οι εκδηλώσεις αφενός θα αποκτήσουν άλλο κύρος αφετέρου θα εμφανίζονται ως ένα πακέτο ικανό να προσελκύσει το ενδιαφέρον των επισκεπτών.

Το ύφος των εκδηλώσεων που θα εντάσσονται στο Φεστιβάλ Άρτας, θα έχει κοινές συνισταμένες με στόχο την προαγωγή του πολιτισμού. Παράλληλα σε αυτό το φεστιβάλ θα εντάσσονται και εκδηλώσεις προαγωγής της τοπικής εικόνας και των τοπικών προϊόντων.

ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΣΤΟΝ ΠΑΡΑΛΙΜΝΙΟ

Πότε: Καλοκαίρι (Αύγουστος)

Που: Άρτα, Παραλίμνιο

Ένα τετραήμερο γεμάτο μουσική και διασκέδαση.
Θέσπιση του Φεστιβάλ Μουσικής στον Παραλίμνιο.



ΣΤΟΧΟΣ ΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΕΙ ΤΗ ΜΕΓΑΛΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΤΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ

1. 4 συνεχόμενες συναυλίες με γνωστούς τραγουδιστές.
2. Παράλληλες εκδηλώσεις στον ευρύτερο χώρο.
Οι εκδηλώσεις αυτές μπορεί να είναι από άλλες μικρότερες συναυλίες μέχρι και διάφοροι διαγωνισμοί, παιχνίδια, κτλ.
3. Χώρος σε μικρότερες μπάντες για να παρουσιάσουν τη δουλειά τους.
Μπορεί να γίνει ένας διαγωνισμός σε συνεργασία με μία εταιρεία – χορηγό, ώστε να κερδίζουν κάποιες ομάδες τη δυνατότητα να παρουσιάσουν τη δουλειά τους. Από την πλευρά της διοργάνωσης θα τους δίνεται κάποια υποστήριξη υποδομών. Αυτή η παράμετρος θα δώσει ιδιαίτερη ώθηση σε νεανικά κοινά ενώ παράλληλα, αυτές οι εκδηλώσεις με τις νέες μπάντες να γίνουν τη μία ημέρα του φεστιβάλ με ελεύθερη είσοδο.
4. Θέσπιση ζώνης κατασκήνωσης

ΔΙΑΠΛΟΥΣ ΑΜΒΡΑΚΙΚΟΥ (ΚΟΡΩΝΗΣΙΑ)

Πότε: Αρχές Αυγούστου

Που: Αφετηρία Βόνιτσα και κατάληξη Κορωνησία

Διατήρηση του υφιστάμενου αγώνα και παράλληλη ενσωμάτωση άλλων διαδρομών μικρότερης απόστασης ώστε να υπάρχει η δυνατότητα συμμετοχής περισσότερων κολυμβητών.

Επίκεντρο των εκδηλώσεων η Κορωνησία.

ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΗΜΕΡΑΣ «ΠΑΡΑ ΠΕΝΤΕ»

Πότε: Καλοκαίρι

Πού: Πίστα απογείωσης και σημεία θέαση

Μία δράση για ειδικό κοινό. Παράλληλα μπορεί να προσεγγίσει και τουρίστες που θέλουν να δουν το θέαμα. Συνήθως καλής οικονομικής βάσης τουρίστες.

Το event μπορεί να πλαισιωθεί και από άλλες παράλληλες εκδηλώσεις.

7.4



ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Αφορά στη συμμετοχή του Δήμου σε τουριστικές εκθέσεις στο εξωτερικό, με δύο διαφορετικές λειτουργίες: για τις βασικές εκθέσεις που έχουν άμεση σύνδεση με τα κοινά στόχους του εξωτερικού, με μεμονωμένη, έντονη παρουσία του Δήμου και για εκθέσεις που παρουσιάζουν ενδιαφέρον, χωρίς να συνδέονται άμεσα με τα βασικά κοινά, με παρουσία μέσω της Περιφέρειας. Και για τις δύο κατηγορίες, θα δημιουργηθεί στοχευμένο, επικοινωνιακό υλικό.

Αγγλία - Λονδίνο

- WTM WTM 2016 - World Travel Market (37th Edition) 07.11.2016 — 09.11.2016
- The Telegraph Outdoor Adventure and Travel Show 16.02.2017 — 19.02.2017

Γαλλία - Παρίσι

- IFTM. Travel & Tourism Trade Show
(Inbound & Outbound Tourism, Leisure Travel, Business Travel, MICE) 20.09.2016 — 23.09.2016
- MAP (International B to B to C Tourism Exhibition) 17.03.2016 — 20.03.2016

Ολλανδία - Ουτρέχτη

- 50 PLUS BEURS 24.09.2016
- VAKANTIERBEURS (Γενικός - Εναλλακτικός τουρισμός)
Utrecht International Tourism & Recreation Fair 11.01.2017 — 15.01.2017

Γερμανία - Βερολίνο

- ITB BERLIN 2017 (51st edition) 08.03.2017 — 11.03.2017

Ρωσία - Μόσχα

- MITT 2017 14.03.2017 — 16.03.2017

Ρωσία - Αγία Πετρούπολη

- ART OF TOURISM (International Travel Trade Workshop) 01.04.2016 — 01.04.2016 Ισραήλ - Τελ Αβίβ
- IMTM 07.02.2017 — 08.02.2017

Ισραήλ - Τελ Αβίβ

- IMTM 07.02.2017 — 08.02.2017

Βουλγαρία

- HOLIDAY & SPA EXPO 2016 (33rd International Tourism Fair) 11.02.2016 — 13.02.2016

Σερβία

- SAJAM TURIZMA (International Tourism Fair) 23.02.2017 — 26.02.2017

Τουρκία - Κωνσταντινούπολη

- EMITT (Eastern Mediterranean International Travel & Tourism Exhibition) 26.01.2017 — 29.01.2017

7.5

—

ΠΡΟΒΟΛΗ
ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Αφορά στις ενέργειες προβολής και επικοινωνίας της Άρτας, ως τουριστικού προορισμού.

1. Προβολή των δράσεων στα ελληνικά ΜΜΕ
2. Προβολή στα μέσα του εξωτερικού
3. Προβολή σε inflight magazines, των κυριότερων αεροπορικών εταιρειών
4. Πρόγραμμα media relations, σε στοχευμένα μέσα του εξωτερικού και της Ελλάδας.
5. Media trips
6. Fam trips
7. Δημιουργία τετραμηνιαίου περιοδικού ARTA Magazine, με διανομή στα σημεία εισόδου και σε μεγάλα ξενοδοχεία στην Ήπειρο.
8. Ενέργεια προώθησης στην Αθήνα: Arta teleporting
9. Ενέργεια προώθησης στην Αθήνα: εκδήλωση στο Μετρό
10. Δημιουργία 'πρεσβευτών' της Άρτας
11. Ενέργειες επικοινωνίας στο Γεφύρι της Άρτας για τη σύνδεση με όλα τα σημεία ενδιαφέροντος στην Άρτα

7.5.1



ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΜΕ

Με την καθιέρωση του προγράμματος εκδηλώσεων αλλά και άλλων δράσεων που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό, ακολουθείται μία δομημένη επικοινωνία η οποία στοχεύει στην ενίσχυση του τελικού προϊόντος.

Αναλυτικότερα η επικοινωνία θα έχει ως ακολούθως:

- 1. Ένα μήνας πριν το γεγονός** / Αποστολή Δελτίου Τύπου με όλες τις πληροφορίες για την εκδήλωση-δράση με τη συνοδεία φωτογραφικού υλικού.
- 2. 2 ημέρες μετά την αποστολή του Δελτίου Τύπου** / Follow up στους δημοσιογράφους που έλαβαν το δελτίο τύπου.
- 3. Μία εβδομάδα πριν το γεγονός** / Αποστολή νέου δελτίου τύπου με όλες τις τελευταίες λεπτομέρειες για την εκδήλωση (χρηστικές πληροφορίες, αναλυτικό πρόγραμμα κ.ο.κ).
- 4. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης** / Πρόσκληση μικρού αριθμού δημοσιογράφων από μέσα (έντυπα και ηλεκτρονικά) πανελλήνιας κυκλοφορίας, για την κάλυψη του γεγονότος.
- 5. Μετά το πέρας της εκδήλωσης** / Αποστολή απολογιστικού δελτίου τύπου και φωτογραφικού υλικού.

Η παραπάνω τυπολογία, ακολουθείται για κάθε ενέργεια και κάθε εκδήλωση που διοργανώνεται από τον Δήμο Άρτας και αφορά στην προβολή του τουριστικού προϊόντος.

Επιπλέον, για την υλοποίηση των παραπάνω, θα πρέπει να καταρτιστεί μια αναλυτική λίστα δημοσιογράφων από τον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο, με στοιχεία επικοινωνίας και κατηγοριοποίηση ανάλογα με την εξειδίκευση ρεπορτάζ που καλύπτουν. Οι δημοσιογράφοι της λίστας θα είναι οι αποδέκτες της πληροφόρησης, σύμφωνα με τα παραπάνω.

Η λίστα θα πρέπει να ανανεώνεται (διασταύρωση στοιχείων επικοινωνίας) τουλάχιστον κάθε 6 μήνες.

7.5.2



ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Η προβολή του τουριστικού προϊόντος της Άρτας σε μέσα του εξωτερικού, θα πραγματοποιείται με τις ακόλουθες αφορμές:

- 1.** Κατά τη διάρκεια τουριστικών εκθέσεων στο εξωτερικό, δημιουργία και διανομή υλικού σε δημοσιογράφους τουρισμού
- 2.** Συνεργασία με την Περιφέρεια Ηπείρου, για αποστολή ενημέρωσης σε δημοσιογράφους εξωτερικού, για εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα στην Άρτα και στοχεύουν στην προσέλκυση επισκεπτών από το εξωτερικό
- 3.** Μέσω των ταξιδιών γνωριμίας που διοργανώνει η Περιφέρεια Ηπείρου

Με κάθε αφορμή προβολής του τουριστικού προϊόντος της Άρτας, θα ετοιμάζεται υλικό, στη γλώσσα που απευθύνονται οι δημοσιογράφοι και κατά περίπτωση ανάλογα με τη στόχευση της χώρας, όπως έχει αναλυθεί παραπάνω.

7.5.3



ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΕ INFLIGHT MAGAZINES,
ΤΩΝ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ



Μία πολύ δυναμική και ταυτόχρονα αποτελεσματική παρουσίαση είναι αυτή που πετυχαίνεται μέσω των inflight magazines. Άρτια δομημένα περιοδικά, επιλέγουν να παρουσιάσουν προορισμούς, εκδηλώσεις, νέα και παρέχονται στους ταξιδιώτες την ώρα της πτήσης.

Σύμφωνα με έρευνες, η απήχηση αυτών των περιοδικών είναι πολλαπλάσια των υπολοίπων, εξαιτίας των περιορισμένων επιλογών που έχει ο ταξιδιώτης στο πλαίσιο της πτήσης. Σε αυτό το πλαίσιο, η προβολή της Άρτας μέσα από αυτά τα περιοδικά μπορεί να αποτελέσει μία ιδιαίτερα επιτυχημένη κίνηση.

Με την ολοκλήρωση του υλικού για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Άρτας, θα αποσταλεί σχετικό υλικό (φωτογραφίες και κείμενα) σε όλες τις αεροπορικές εταιρείες οι οποίες πραγματοποιούν πτήσεις:

- Στο Αεροδρόμιο Άκτιου
- Στο Αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης
- Στο Αεροδρόμιο Ιωαννίνων (Aegean)

Αντιστοίχως θα αποστέλλεται υλικό κάθε εποχή (Φθινόπωρο, Χειμώνας, Άνοιξη, Καλοκαίρι) για τη δυνατότητα επίσκεψης στην Άρτα, με συγκεκριμένες δραστηριότητες και προτάσεις (εκδηλώσεις κ.ο.κ) που προτείνονται για τη συγκεκριμένη εποχή.

7.5.4



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ MEDIA RELATIONS, ΣΕ ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΑ
ΜΕΣΑ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Με στόχο την ευρύτερη και ταυτόχρονα ακόμη πιο εξειδικευμένη παρουσίαση διαφόρων ειδών τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Άρτας, ενδείκνυται η προβολή συγκεκριμένων δραστηριοτήτων και κατ'επέκταση υπηρεσιών σε ελληνικά αλλά και διεθνούς κυκλοφορίας περιοδικά, εφημερίδες, sites και blogs

Οι δημοσιεύσεις αυτές προτείνεται να έχουν χαρακτήρα βιωματικό, φέρνοντας ακόμη πιο κοντά τον αναγνώστη στην πραγματική εμπειρία. Οι διεθνείς τάσεις στα ταξιδιωτικά κείμενα επιβάλλουν την άμεση επαφή του ταξιδιωτικού συντάκτη με τον προορισμό και η παράθεση της εμπειρίας με όσο το δυνατόν πιο βιωματικό τρόπο.

Ιδανικά, οι επισκέψεις αυτές, προτείνεται να συνδυάζονται με ένα γεγονός όπως μία εκδήλωση, ένα φεστιβάλ, ένα αθλητικό ή πολιτιστικό γεγονός.

Η επιλογή των Μέσων, θα γίνεται ανάλογα με το είδος τουρισμού που μας ενδιαφέρει να παρουσιάσουμε και να αναδείξουμε, ενώ ιδανικά οι ομάδες των ταξιδιωτικών συντακτών θα είναι μικρές.

7.5.5



MEDIA TRIPS

MEDIA TRIPS

Με στόχο την καθιέρωση του τουριστικού προορισμού, αλλά και την ταυτόχρονη ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής, προτείνεται η προβολή των διαφόρων δράσεων, αλλά και των αξιοθέατων της περιοχής. Ειδικότερα, προτείνεται η δημιουργία επαφών με εκπροσώπους ελληνικών ΜΜΕ και η φιλοξενία τους στην περιοχή.

Στόχος είναι οι ταξιδιωτικοί συντάκτες που θα επιλέγονται ανάλογα και με το ύφος των εκδηλώσεων που θέλουμε να προωθήσουμε, να γίνουν πρεσβευτές της περιοχής (Travel Ambassadors).

Παράλληλα, από τις επισκέψεις τους θα προκύπτουν άρθρα στα συνεργαζόμενα μέσα, posts στα προσωπικά social media των συμμετεχόντων εμπλουτίζοντας παραλληλα το hashtag που θα οριστεί για τον τουρισμό στην Άρτα.

Η ορθή χρονική κατανομή των θεμάτων, θα αποτελέσει επίσης βασικό εργαλείο στην τουριστική ανάδειξη της Άρτας και των πλεονεκτημάτων της. Το πλήθος των Travel Ambassadors θα επιλέγεται με βάση τη θεματολογία των MME αλλά και την κατηγορία τους. Το ιδανικό μείγμα θα περιέχει εκπροσώπους από sites, περιοδικά, εφημερίδες, και blogs.

7.5.6



FAM TRIPS

FAM TRIPS

Τα fam trips ή αλλιώς «ταξίδια εξοικείωσης», αποσκοπούν στην απευθείας ενημέρωση των decision makers αλλά και γενικότερα των εκπροσώπων των στοχευμένων τμημάτων της αγοράς. Τα ταξίδια αυτά, αποτελούν μία βασική παράμετρο για την ενημέρωση όλων των δυνητικά ενδιαφερομένων.

Σύμφωνα με τα μέχρι σήμερα δεδομένα, η επιτυχία ενός fam-trip βασίζεται κατά κύριο λόγο στα παρακάτω:

- Την επιτυχημένη επιλογή των συμμετεχόντων. (decision makers, αγοραστών, δημοσιογράφων).
- Την οργανωτική δομή και περιεχόμενο του fam-trip.
- Την κατάλληλη αξιοποίηση και επικοινωνία μετά την επίσκεψη
- Την ανάπτυξη κατάλληλων συνεργιών με τοπικούς φορείς αλλά και επαγγελματίες ώστε να δοθεί η δυναμική της συλλογικότητας και ταυτόχρονα να επιτευχθούν οικονομίες κλίμακας.

Προτείνεται η διοργάνωση fam trips:

- Απ'ευθείας στις αγορές στόχους από τον Δήμο Άρτας
- Σε συνεργασία με την Περιφέρεια Ηπείρου για ταξίδια που έχει προγραμματίσει

7.5.7



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΕΤΡΑΜΗΝΙΑΙΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ
ARTA MAGAZINE, ΜΕ ΔΙΑΝΟΜΗ ΣΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
ΕΙΣΟΔΟΥ ΚΑΙ ΣΕ ΜΕΓΑΛΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ
ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ.



Με στόχο την συνεχή και αδιάλειπτη παρουσία των κεντρικών μηνυμάτων της τουριστικής παρουσίας του δήμου προτείνεται η έκδοση τετραμηνιαίου περιοδικού, στο οποίο θα παρουσιάζονται όλες οι εκδηλώσεις της πόλης για το επόμενο διάστημα καθώς και πλήθος άλλων πρωτογενών και πρωτότυπων θεμάτων με άξονες τον τουρισμό και την Άρτα.

Δεδομένης της στρατηγικής, όπως έχει αναλυθεί στην πρώτη ενότητα, στόχος είναι να προσελκύσουμε επισκέπτες, οι οποίοι διαμένουν σε όμορες περιοχές της Ηπείρου, για να γνωρίσουν την Άρτα και είτε να την επισκεφτούν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους στην Ήπειρο είτε να προγραμματίσουν επίσκεψη σε επόμενο χρόνο.

Τα σημεία διανομής του περιοδικού είναι:

- Αεροδρόμιο Άκτιου
- Αεροδρόμιο Ιωαννίνων
- Λιμάνι Ηγουμενίτσας
- Ξενοδοχεία και λοιπά καταλύματα Πρέβεζας
- Ξενοδοχεία και λοιπά καταλύματα Ιωαννίνων
- Σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος Ηπείρου
- Εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων στην Ήπειρο
- Τουριστικά γραφεία στην Ήπειρο

Το περιοδικό θα εκδίδεται σε δύο γλώσσες: ελληνικά και αγγλικά

7.5.8



ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ:
ARTA TELEPORTING

ARTA TELEPORTING

Μέσω μιας ειδικής κατασκευής που θα τοποθετηθεί αρχικά σε κεντρική πλατεία της Αθήνας και μελλοντικά σε κεντρικά σημεία πόλεων της Ευρώπης οι περαστικοί αφού θα κληθούν να να δουν τι είναι πραγματικά η Άρτα και θα «οδηγούνται» στην Άρτα και θα ανακαλύπτουν τις ομορφιές της.



7.5.9



ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ:
ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΣΤΟ ΜΕΤΡΟ

ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΣΤΟ ΜΕΤΡΟ

Δεδομένου ότι ο σταθμός του Μετρό στο Σύνταγμα, αλλά και γενικότερα οι συρμοί του μετρό, αποτελούν σημείο διέλευσης χιλιάδων πολιτών, η αξιοποίηση των σημείων για την προβολή της Άρτας, θα έχει πολλαπλά οφέλη.

Προτείνεται η υλοποίηση εκδήλωσης στον κεντρικό χώρο του μετρό, με τη χρήση multimedia, photo booth, αλλά και info - points από τα οποία θα παρέχονται ενημερωτικές πληροφορίες για την περιοχή. Παράλληλα, στο πλαίσιο αυτής της εκδήλωσης, θα γίνει παρουσίαση της περιοχής σε καλεσμένους ταξιδιωτικούς συντάκτες.

Ειδικότερα, προτείνεται να «ντυθούν» εσωτερικά και εξωτερικά οι συρμοί του μετρό με χαρακτηριστικές φωτογραφίες της Άρτας καθώς και η χρήση και άλλων σημείων σε σταθμούς (υαλοπίνακες, κάθετο μέρος σκάλας).

Το ίδιο διάστημα που θα τρέχει αυτή η ενέργεια προτείνεται η ταυτόχρονη διενέργεια διαγωνισμού. Ο διαγωνισμός θα τρέχει μέσα από τα social media της Άρτας, και η ενημέρωση θα γίνεται μέσα και από τις καταχωρήσεις στο μετρό.

Όσοι ενδιαφέρονται θα καλούνται να συμμετάσχουν, μέσω social media και απαντώντας σε κάποιες απλές ερωτήσεις με άξονα την Άρτα. Με την κατοχύρωση της συμμετοχής ο κάθε συμμετέχων, θα δίνει το e-mail του, ώστε στη συνέχεια να ενημερώνετε από τα newsletter.

7.5.10



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ‘ΠΡΕΣΒΕΥΤΩΝ’ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ

Προσέγγιση ανθρώπων που σχετίζονται με την περιοχή και έχουν διακριθεί στο αντικείμενό τους, προκειμένου να αποτελέσουν τους «πρεσβευτές» της Άρτας.

Οι εκπρόσωποι αυτοί θα καλούνται να συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις που θα σχετίζονται με την Άρτα και θα πραγματοποιούνται σε διάφορες περιοχές. Επίσης, με αφορμή την ανάδειξή τους, θα δίνεται η ευκαιρία για την δημοσιοποίηση του γεγονότος και την αποστολή δελτίου τύπου.

Στο ίδιο πλαίσιο, μπορούν να ενταχθούν κάτοικοι της περιοχής, οι οποίοι αποδεδειγμένα έχουν γνώσεις πάνω σε ένα θέμα σχετικό με την περιοχή και έχουν τη διάθεση να μεταφέρουν αυτή τη γνώση στους επισκέπτες. Αυτοί οι «πρεσβευτές» σε συνεννόηση με το δήμο θα μπορούν να παρέχουν κάποιας μορφής «ξενάγηση» σε επισκέπτες της περιοχής. Η συνεννόηση μπορεί να γίνεται και μέσω εφαρμογής.

7.5.11



ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟ ΓΕΦΥΡΙ
ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΟΛΑ
ΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΑΡΤΑ

Με αφετηρία το Γεφύρι, δημιουργείται μία σειρά ενεργειών επικοινωνίας που στόχο έχουν να προσελκύσουν τους επισκέπτες του Γεφυριού και στο εσωτερικό της πόλης, αλλά και σε άλλα σημεία ενδιαφέροντος.

Ειδικότερα, οι ενέργειες που θα πραγματοποιηθούν είναι:

1. Σήμανση στο χώρο του Γεφυριού για τα άλλα σημεία ενδιαφέροντος, με ένδειξη απόστασης και χρόνου μετάβασης.
2. Δημιουργία έντυπου υλικού (φυλλάδιο Α5) με κατανοητή πληροφορία, ανάλογα με το χρόνο που διαθέτουν οι επισκέπτες (Άρτα σε 2 ώρες, Άρτα σε 3 ώρες κ.ο.κ)
3. Mobile application
4. Εγκατάσταση οθόνης με προβολή των θεματικών video για την Άρτα
5. Ενεργοποίηση των εθελοντών, οι οποίοι σε ημέρες και ώρες με μεγάλη προσέλευση κοινού στο Γεφύρι της Άρτας, θα οδηγούν ομάδες επισκεπτών σε διάφορα προκαθορισμένα σημεία της πόλης.

7.6



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΥΘΕΝΤΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

Αφορά στον σχεδιασμό και υλοποίηση δράσεων που θα δημιουργούν μια αυθεντική τουριστική εμπειρία στους επισκέπτες ή / και που θα αποτελούν την αφορμή για την έλευση επισκεπτών στην περιοχή.

1. Δημιουργία του μεγαλύτερου Δικτύου εθελοντών για τον τουρισμό, στην Ελλάδα
2. Ενέργεια: 'Μαγείρεψε με τον ντόπιο'
3. Πρόγραμμα κοινωνικής ευθύνης σε σχολεία της Αθήνας, με παροχή φρούτων σε μαθητές
4. Πρόγραμμα για ενσωμάτωση των τοπικών πρώτων υλών και παραδοσιακών συνταγών στα εστιατόρια της Άρτας
5. Πρωτοβουλία Δήμου Άρτας: Δημιουργία δικτύου πόλεων του Αμβρακικού για τον Τουρισμό

7.6.1



ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ
ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ,
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

«ΞΕΡΩ ΤΗΝ ΠΟΛΗ, ΔΕΙΧΝΩ ΤΗΝ ΠΟΛΗ»

Με στόχο την αρτιότερη και καλύτερη παρουσίαση της πόλης, προτείνεται η σύσταση ομάδας εθελοντών πολιτών οι οποίοι θα έχουν τη διάθεση αλλά και τη γνώση να «ξεναγήσουν» τους επισκέπτες.

Η σύσταση αυτού του δικτύου, θα γίνει με την καταγραφή όσων θέλουν να ενταχθούν και θα ακολουθεί καταγραφή και τοποθέτηση του καθενός στην κατάλληλη ομάδα.

Οι εθελοντές θα προμηθεύονται σχετική κάρτα, που θα αναγράφει τα στοιχεία τους, ενώ με αυτή τη συμμετοχή μπορούν να έχουν άνετη πρόσβαση σε αρχαιολογικούς χώρους, χώρους εκδηλώσεων κτλ.

Οι ενέργειες στις οποίες θα συμμετάσχουν, αφορούν σε εκδηλώσεις τουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος καθώς και σε «ξεναγήσεις» μέσα στην πόλη.

7.6.2



ΕΝΕΡΓΕΙΑ: ‘ΜΑΓΕΙΡΕΨΕ ΜΕ ΤΟΝ ΝΤΟΠΙΟ’



Δεκάδες παραδοσιακές αρτινές συνταγές βρίσκονται και πάλι στο φως στο πλαίσιο της προσπάθειας ανάδειξης της Αρτινής γαστρονομίας

Δεκάδες παραδοσιακές αρτινές συνταγές βρίσκονται και πάλι στο φως στο πλαίσιο της προσπάθειας ανάδειξης της Αρτινής γαστρονομίας.

Σε αυτό το πλαίσιο, η ενέργεια «Μαγείρεψε με τον ντόπιο» έρχεται να αναδείξει την παραδοσιακή αρτινή γαστρονομία ενώ παράλληλα ο επισκέπτης μπαίνει στο σπίτι των ντόπιων και γίνεται μέρος της ζωής της πόλης.

Η ενέργεια αφορά στην καταγραφή εθελοντών που διατίθενται να μαγειρέψουν παραδοσιακές συνταγές της περιοχής ή συνταγές με τη χρήση τοπικών εδεσμάτων και η δυνατότητα σε επισκέπτες να γνωρίσουν τη διαδικασία παρασκευής των πιάτων.

Για την υλοποίηση της ενέργειας απαιτείται η δημιουργία ενός χώρου, με κατάλληλο εξοπλισμό, στον οποίο θα πραγματοποιούνται τα 'εργαστήρια μαγειρικής'.

7.6.3



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ
ΣΕ ΣΧΟΛΕΙΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ & ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΜΕ ΠΑΡΟΧΗ ΦΡΟΥΤΩΝ ΣΕ ΜΑΘΗΤΕΣ

ΣΕ ΣΧΟΛΕΙΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ & ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΜΕ ΠΑΡΟΧΗ ΦΡΟΥΤΩΝ ΣΕ ΜΑΘΗΤΕΣ

Η δράση αφορά στην 'υιοθέτηση' σχολείων της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, σε υποβαθμισμένες περιοχές των πόλεων και η παροχή, καθημερινά, πορτοκαλιών και ακτινιδιών στους μαθητές.

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα θα αποτελέσει την αφορμή για την ευρεία δημοσιότητα της περιοχής και την προβολή δύο εκ των βασικών προϊόντων που παράγονται στην Άρτα.

Επιπλέον, οι μαθητές, θα καταγράψουν τη σύνδεση της Άρτας με αυτά τα προϊόντα, ενώ αποτελεί μία πολύ καλή ευκαιρία για να μάθουν μερικά παραπάνω στοιχεία για την πόλη και την ευρύτερη περιοχή.

7.6.4



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΓΙΑ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ
ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ
ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΣΥΝΤΑΓΩΝ
ΣΤΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ

ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΣΥΝΤΑΓΩΝ ΣΤΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ

Με την πραγματοποίηση των κατάλληλων σεμιναρίων, «σχολείο αρτινής γαστρονομίας» τα οποία θα απευθύνονται στους επαγγελματίες της εστίασης, προκρίνεται η ενσωμάτωση τοπικών πρώτων υλών αλλά και παραδοσιακών συνταγών στα μενού των εστιατορίων.

Γνωστοί σεφ, σε συνεργασία με γνώστες της παραδοσιακής γαστρονομίας της Άρτας, καταγράφουν τις συνταγές, τις υλοποιούν και στη συνέχεια τις παρουσιάζουν. Η εμπειρία των σεφ, θα βοηθήσει σημαντικά ώστε οι επαγγελματίες της εστίασης της περιοχής να μάθουν να φτιάχνουν αυτές τις συνταγές και στη συνέχεια να τις προσφέρουν στα καταστήματά τους.

Παράλληλα, λαμβάνοντας υπόψη τα μαγαζιά που προσφέρουν «τσίπουρο και μεζέ», μπορεί να υπάρξουν και κάποιες ακόμη θεματικές για το πώς μπορούν αυτοί οι μεζεδες να έχουν μεγαλύτερη σύνδεση με την περιοχή.

7.6.5



ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΔΗΜΟΥ ΑΡΤΑΣ:
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟΥ ΠΟΛΕΩΝ
ΤΟΥ ΑΜΒΡΑΚΙΚΟΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟΥ ΠΟΛΕΩΝ ΤΟΥ ΑΜΒΡΑΚΙΚΟΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Οι πόλεις που βρίσκονται γύρω από τον Αμβρακικό, αντιμετωπίζουν μία σειρά από κοινά προβλήματα ενώ έχουν να αξιοποιήσουν κοινά θετικά στοιχεία. Σε αυτό το πλαίσιο, προτείνεται η ίδρυση δικτύου πόλεων, το οποίο θα καταφέρνει πολύ πιο δυναμικά να διεκδικεί τις κατάλληλες αποφάσεις και τις κινήσεις εκείνες που θα καταστήσουν την περιοχή ισχυρή απέναντι στον ανταγωνισμό.