

Ο τόπος μας είναι ιδιαίτερα ευνοημένος από τη φύση. Τα δάση που σταματούν πάνω στο κύμα, το γαλαζοπράσινο του Ιονίου και ο μυστηριακός Αμβρακικός κόλπος σε συνδυασμό με τους αρχαιολογικούς χώρους, τα μοναστήρια, τους ναούς, την παράδοση τον πολιτισμό τη γαστρονομία και πολλά άλλα αποτελούν μοναδικό συνδυασμό τουριστικού προορισμού.

Πολλές μελέτες έχουν εκπονηθεί κατά καιρούς που αναφέρουν πολύ ελκυστικούς όρους όπως **"βιώσιμη και αειφόρος τουριστική ανάπτυξη"**, **"φέρουσα ικανότητα"**, **"στρατηγικός σχεδιασμός"** και πολλά άλλα.

Το θεωρητικό μέρος της ανάπτυξης της περιοχής έχει καλυφθεί επαρκώς. Γνωρίζουμε τα δυνατά και αδύνατα σημεία της Πρέβεζας όμως οι σχεδιασμοί που έχουν γίνει δυστυχώς έχουν μείνει στα χαρτιά.

Για την υλοποίηση των παραπάνω η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΡΕΒΕΖΑΣ, θα πρέπει να λειτουργήσει σαν συντονιστικό κέντρο όλων φορέων τουρισμού του Δήμου, σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς, θα οργανώνει ολοκληρωμένες παρεμβάσεις και συμμετοχές για την προώθηση και προβολή του τουριστικού προϊόντος, την υποστήριξη κάθε πρωτοβουλίας που μπορεί να επιφέρει βελτιώσεις και αναβάθμιση των παροχών (με συγκεκριμένη στοχοποίηση), προσδίδοντας στο Δήμο μας ταυτότητα και ισχυρό όνομα στο σκληρό και ανταγωνιστικό περιβάλλον του τουρισμού. Ακόμη απαιτείται η προβολή με την δημιουργία ολοκληρωμένου ψηφιακού ιστότοπου (web site), όχι μόνο ελληνικό αλλά και ξενόγλωσσο, όπου εκτός των άλλων θα υπάρχει ετήσιο ημερολόγιο των σημαντικότερων εκδηλώσεων της πόλης, καθώς και έντυπο διαφημιστικό υλικό με τα αξιοθέατα της πόλης και χάρτη με τις διαδρομές.

Στόχος μας είναι μια τουριστική ανάπτυξη η οποία θα βασίζεται στην ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής, σύμφωνα με τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και του σεβασμού στο φυσικό περιβάλλον, που αποτελεί θεμελιώδες ζήτημα για την οικονομική αναγέννηση και τόνωση της τοπικής οικονομίας, με διασπορά του αναπτυξιακού οφέλους σε όλες τις περιοχές του Δήμου και σε όλους του πολίτες.

Επιπλέον, η Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι ιδιαιτέρως σημαντική, καθώς συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Πρέπει ακόμα να εκμεταλλευτούμε την παγκόσμια τάση που θέλει το 25% των τουριστών παγκοσμίως να ενδιαφέρεται για τον θεματικό τουρισμό, όπως ήθη-έθιμα-δρώμενα, γαστρονομία, θρησκεία, πολιτισμό, φυσικό περιβάλλον, δημιουργία θεματικών διαδρομών με ανάδειξη στοιχείων των κυρίαρχων χρήσεων («δρόμοι» ελιάς, μουσείο ελιάς κ.α.).

Η παρούσα εισήγηση για την τουριστική προβολή της Πρέβεζας γίνεται με βάση τη γνώση και την εμπειρία που έχει πλέον συσσωρευτεί γύρω από τα επιμέρους εργαλεία προβολής και το βαθμό που αυτά είναι ή δεν είναι αποτελεσματικά στην προώθηση των στόχων του Δήμου.

Είναι πλέον σαφές ότι το παραδοσιακό μοντέλο τουριστικής προβολής που ακολουθήθηκε για πολλά χρόνια από τους φορείς της τοπικής και περιφερειακής αυτοδιοίκησης – εν μέρει ακόμη ακολουθείται – και εστιάζει στη διάθεση πολλών πόρων για συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις δεν είναι αποτελεσματικό.

Επίσης δεν είναι αποτελεσματική η τουριστική διαφήμιση όπως συνήθως υλοποιείται σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, καθώς ο προϋπολογισμός δεν επαρκεί για μια αρκούντως μεγάλη καμπάνια στις αγορές-στόχους και έτσι περιορίζεται η προβολή σε κάποιες καταχωρήσεις μικρής εμβέλειας, οι οποίες ωστόσο βαραίνουν πολύ στο συνολικό προϋπολογισμό χωρίς να έχουν κάποιον αξιόλογο αντίκτυπο στην αγορά.

Αντιθέτως, χάρη στις ραγδαίες εξελίξεις στο διαδικτυακό τουριστικό μάρκετινγκ, έχουν ανακύψει σημαντικές ευκαιρίες προβολής ενός τουριστικού προορισμού ακόμη και με ένα περιορισμένο κονδύλι.

Οι δράσεις που προτείνονται από την παράταξη «ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ» έχουν ως στόχο την ανάδειξη του συγκριτικού πλεονεκτήματος του τουριστικού προϊόντος της Πρέβεζας.

Συγκεκριμένα προτείνονται:

1. Σχέδιο Μάρκετινγκ Τουριστικού Προϊόντος

Νέα Μελέτη ή επικαιροποίηση υφιστάμενων μελετών για ενέργειες ή δράσεις που αφορούν τους τομείς του τουριστικού marketing και της προβολής.

Ανάλυση Αγοράς & Στοιχεία Προορισμού: Χαρτογράφηση της υπάρχουσας κατάστασης της Πρέβεζας σε επίπεδο τουριστικού προορισμού. Η Ανάλυση να εστιάζει στα χαρακτηριστικά, τις τουριστικές υποδομές, τα στοιχεία ζήτησης, την προσβασιμότητα και τις δυνατότητες του τουριστικού προορισμού, συγκεντρώνοντας έτσι σημαίνοντα στοιχεία που διαθέτουν οι προορισμοί της Πρέβεζας στο σύνολό τους.

Αποτύπωση Τουριστικού Προϊόντος: Συγκέντρωση των στοιχείων του τουριστικού προϊόντος (αξιοθέατα, παραλίες, φυσικός πλούτος, δραστηριότητες, γαστρονομία, εκδηλώσεις) που διαθέτουν οι προορισμοί του Δήμου, με σκοπό την αξιοποίηση τους για τη δημιουργία ανταγωνιστικής ταυτότητας και μοναδικής πρότασης αξίας.

Σημείωση: Η αποτύπωση των στοιχείων αποτελεί πρακτική Μάρκετινγκ με στόχο την τεκμηρίωση και δημιουργία τουριστικών εμπειριών που βασίζονται στα χαρακτηριστικά των προορισμών του Δήμου (όπως παραλίες, θρησκευτικά αξιοθέατα, πολιτισμός, γαστρονομία, εκδηλώσεις κ.α.). Δε συνιστά μελέτη γεωγραφικής καταγραφής, η οποία άπτεται άλλης επιστήμης, αλλά έρευνα των στοιχείων που εμπλουτίζουν και εξειδικεύουν την προϊοντική υπόσχεση από τη σκοπιά του Μάρκετινγκ.

Στρατηγική Μάρκετινγκ: Στρατηγικοί στόχοι για την τουριστική ανάπτυξη, στόχευση ελκυστικών αγορών και τμημάτων αγοράς, με βάση την προσδοκώμενη κερδοφορία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των προϊόντων του προορισμού.

Χαρτοφυλάκιο Τουριστικού Προϊόντος: Σχεδιασμός των θεματικών εμπειριών που ανταποκρίνονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προορισμού, τους στόχους και την ελκυστικότητα του εκάστοτε τμήματος αγοράς όπου απευθύνονται. Τα εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα λειτουργούν ως μοντέλο παραγωγής των εμπειριών που θα προβληθούν μέσα από τις Δράσεις, ενώ υπάρχει η δυνατότητα να προστεθούν και νέα προϊόντα που θα αξιοποιηθούν εξίσου κατά την παραγωγή νέων εμπειριών.

Στρατηγική Ανταγωνιστικής Ταυτότητας: Η ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης, οι προκλήσεις της ανταγωνιστικής ταυτότητας, η τεκμηρίωση και η στρατηγική μάρκας (branding), για τη σύνθεση με ολοκληρωμένο τρόπο της μοναδικής Ανταγωνιστικής Ταυτότητας του Δήμου και των προορισμών του, διαφοροποιώντας την από τον ανταγωνισμό και προσελκύοντας τα κατάλληλα τμήματα αγοράς.

Πρόταση της Παράταξης την οποία και θεωρούμε απαραίτητη είναι στα πλαίσια του branding, να εγκαταλειφθεί η στρατηγική της παρουσίασης της Πρέβεζας ως πέρασμα και να εστιάσουμε σε πιο ελκυστικές και σύγχρονες προτάσεις.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Παρουσίαση προορισμού σε επιλεγμένο κοινό πρακτόρων και δημοσιογράφων, ή/και συμμετοχή σε trade roadshows, ή/και γεύματα εργασίας με ταξιδιωτικούς πράκτορες & δημοσιογράφους όπου είναι εφικτό, σε ορισμένες από τις αγορές ενδιαφέροντος του εξωτερικού. Συμμετοχή σε πρωτότυπες προωθητικές δράσεις για την προσέγγιση του ταξιδιωτικού κοινού σε Ελλάδα και εξωτερικό.

ΕΝΤΥΠΟ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Στους έντυπους τουριστικούς οδηγούς και χάρτες καταγράφονται όλοι οι τουριστικοί πόροι και τα αξιοθέατα του Δήμου, η ιστορία, οι παραδόσεις, τα προϊόντα τοπικής προέλευσης, οι εκδηλώσεις που θα αποτελέσουν πόλο έλξης επισκεπτών, οι εγκαταστάσεις τουριστικής υποδομής και οι εναλλακτικές δράσεις τουρισμού.

- Επικαιροποίηση των στοιχείων των τουριστικών οδηγών
- Εκτύπωση τουριστικών οδηγών και χαρτών.

Οι έντυποι τουριστικοί οδηγοί και χάρτες είναι απαραίτητοι για την καλύτερη ενημέρωση των επισκεπτών σχετικά με την ιστορία, την παράδοση και γενικότερα τα χαρακτηριστικά και το τουριστικό προϊόν της Πρέβεζας.

Η έντυπη έκδοση απευθύνεται σε ένα μεγάλο μερίδιο των επισκεπτών του Δήμου που είναι μεγαλύτερης ηλικίας και ίσως δεν είναι τόσο εξοικειωμένοι με την σύγχρονη τεχνολογία.

- Δημιουργία κι εκτύπωση σελιδοδεικτών προώθησης του προορισμού (μονής όψης.
- Δημιουργία και εκτύπωση τεμαχίων μονόφυλλου φυλλαδίου

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Αγορά και διαμόρφωση usb με πληροφοριακό υλικό ή βίντεο προώθησης της Πρέβεζας αρχικά σε μικρή ποσότητα προκειμένου να δοθεί στους tour operator και travel blogger αντί έντυπου υλικού προκειμένου να διευκολυνθούν στην μεταφορά του.

3. Δημόσιες Σχέσεις: Δράσεις

- Οργάνωση εκδηλώσεων, φιλοξενιών δημοσιογράφων και ταξιδιωτικών πρακτόρων.
- Πρόσκληση και φιλοξενία τηλεοπτικών εκπομπών ή και Ελλήνων δημοσιογράφων.
- Οργάνωση δημοσιογραφικών ταξιδιών από τις αγορές ενδιαφέροντος.
- Οργάνωση ταξιδιών τουριστικών πρακτόρων από τις αντίστοιχες αγορές ενδιαφέροντος.
- Παρουσίαση προορισμού σε επιλεγμένο κοινό πρακτόρων και δημοσιογράφων, οργάνωση συνεδρίου, συμμετοχή σε διαγωνισμούς στο εξωτερικό για την προσέγγιση πωλητών ταξιδιών, επαφή με πράκτορες μέσω ηλεκτρονικών σεμιναρίων (web seminars), συμμετοχή σε trade road shows, γεύμα εργασία με δημοσιογράφους και ταξιδιωτικούς πράκτορες όπου είναι εφικτό σε ορισμένες από τις αγορές ενδιαφέροντος του εξωτερικού.
- Συμμετοχή σε πρωτότυπες προωθητικές δράσεις για την προσέγγιση του ταξιδιωτικού κοινού στην Ελλάδα (για παράδειγμα μεγάλο εμπορικό κέντρο) και στο εξωτερικό.

4. Επικοινωνία και Δημοσιότητα

- Σύνταξη ή έλεγχος κειμένων δημοσιότητας (ομιλίες, άρθρα, δελτία τύπου, κείμενα εντύπων).
- Σύνταξη, αποστολή και προώθηση (follow up) Δελτίων Τύπου σε όλα τα ανεξαιρέτως ελληνικά Μ.Μ.Ε. (τηλεόραση, ραδιόφωνο, περιοδικά, εφημερίδες, internet), με θεματολογία που θα προέρχεται από προτάσεις και εισηγήσεις και πάντοτε σύμφωνα με την επικαιρότητα (τι αποτελεί είδηση για τον τουριστικό κλάδο).

5. Επιπρόσθετες Υπηρεσίες: Internet Marketing

Επικοινωνιακή πλατφόρμα που τοποθετεί και διαφοροποιεί την Πρέβεζα από τους ανταγωνιστικούς προορισμούς

Σημαντικό στοιχείο της στρατηγικής επικοινωνίας είναι το είναι το δημιουργικό όχημα (campaign concept) που θα συστήσει τον προορισμό ως ενιαίο και θα εντάξει τα προϊόντα (θεματικά προϊόντα, εμπειρίες) υπό το πρίσμα της ενιαίας κεντρικής δημιουργικής ιδέας, αναδεικνύοντας τη δυναμική τους, κάτω από την ομπρέλα της «Πρέβεζας», η οποία θα «υπογράφει» την καμπάνια. Στο πλαίσιο της καμπάνιας θα προταθούν τα υλικά που θα αποτελέσουν την εργαλειοθήκη δημιουργικών στοιχείων (campaign toolbox).

Για τις ανάγκες της καμπάνιας, θα σχεδιαστεί ένα οικοσύστημα (digital ecosystem) με πυρήνα το ανασχεδιασμένο PORTAL που θα περιλαμβάνει τα social media assets του Δήμου καθώς και συνδεδεμένες σελίδες και blogs (σελίδες φορέων τουρισμού του Δήμου). Το οικοσύστημα θα τροφοδοτείται με περιεχόμενο που θα αναπτυχθεί με βάση την Κεντρική Ιδέα της καμπάνιας και με στόχο να αναδείξει το χαρτοφυλάκιο εμπειριών του Δήμου.

Το πακέτο των υπηρεσιών το οποίο περιλαμβάνει τα Social media marketing (Facebook. ВКонтакте (Russian facebook), Linked in, You tube channel) είναι:

Facebook

Για την ολοκληρωμένη παρουσία του τουριστικού προϊόντος στο Facebook θα πρέπει να σχεδιαστεί μια επίσημη σελίδα (page) στο site του κοινωνικού δικτύου, η οποία θα ενημερώνεται αυτόματα από το portal, χωρίς να χρειάζεται η ανθρώπινη χειροκίνητη παρέμβαση. Θα προγραμματίζονται συγκεκριμένες δημοσιεύσεις (posts) ανά τακτικά χρονικά διαστήματα ενώ θα προστίθενται και ενημερώσεις για εκδηλώσεις και δραστηριότητες του ημερολογίου.

Linked In

Για την ολοκληρωμένη παρουσία του τουριστικού προϊόντος στο Linked In, θα πρέπει να σχεδιαστεί μια επίσημη σελίδα (page) στο site του κοινωνικού δικτύου.
Το Linked In αποτελεί το σημείο συνάντησης όλων των επαγγελματιών. Πρόκειται συγκεκριμένα για ένα Κοινωνικό Δίκτυο, στόχος του οποίου είναι να συνδέσει όλους τους επαγγελματίες του κόσμου. Το επαγγελματικό Κοινωνικό Δίκτυο μετρά αυτή τη στιγμή πάνω από 313 εκατομμύρια χρήστες, σύμφωνα με τα τελευταία οικονομικά αποτελέσματα τα οποία δημοσίευσε. Θα προγραμματίζονται συγκεκριμένες δημοσιεύσεις (posts) ανά τακτικά χρονικά διαστήματα, ενώ θα προστίθενται και ενημερώσεις για εκδηλώσεις και δραστηριότητες του ημερολογίου.

You Tube Channel

Δημιουργία καναλιού στο YouTube.
Θα αναρτούνται θεματικά βίντεο που θα προβάλουν τον προορισμό. Θα αναρτούνται βίντεο στα οποία θα προβάλλονται αληθινές ιστορίες και εμπειρίες επισκεπτών SEO & SEM (Google, Yandex (Russian Google), Baidu (Chinese Google).

Google

A). Search Engine Optimization Ο ιστότοπος θα αναπτυχθεί με αξιοποίηση των πιο πρόσφατων τεχνικών SEO σύμφωνα με τις τελευταίες αναβαθμίσεις του αλγόριθμου της Google. Σύμφωνα με αυτές, το υλικό πρέπει να είναι πλούσιο, πρωτότυπο και δομημένο με τον σωστότερο δυνατό τρόπο.

B). AdWords Campaigns Για τη δημιουργία μίας σημαντικής αρχικής βάσης επισκεπτών, θα αξιοποιηθεί η πλατφόρμα AdWords της Google η οποία αυτή τη στιγμή είναι και το σημαντικότερο μέσο προώθησης παγκοσμίως για χρήστες που αναζητούν συγκεκριμένες πληροφορίες. Η διαφημιστική εκστρατεία στο Google, μπορεί να διαρκέσει ένα έτος και θα εκτελεστεί με διαφορετικά campaigns ανά εποχή. Αντίστοιχες καμπάνιες μπορούν να υλοποιηθούν από την Marketing Greece του ΣΕΤΕ μέσω του ιστότοπου Discover Greece (B2C) αλλά και μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας που ετοιμάζει ο ΗΑΤΤΑ (B2B).

Mobile applications

- On line advertising
- Search advertising (trivago, trip advisor και άλλα)

Email marketing

Ανακατασκευή του PORTAL "DISCOVERPREVEZA.GR". Η αναβάθμιση του Portal θα αποτελέσει το βασικό πυλώνα εξωστρέφειας και επικοινωνίας με τη διεθνή κοινότητα.

Ο ιστότοπος θα πρέπει να ανασχεδιαστεί και εμπλουτιστεί, ώστε να διαθέτει ένα σύγχρονο και ελκυστικό εικαστικό περιβάλλον, που θα ακολουθεί τις τρέχουσες τάσεις, τόσο στο σχεδιαστικό, όσο και στο τεχνικό του μέρος. Θα πρέπει να είναι γρήγορος και αποτελεσματικός στην πρόσβαση αξιοποιώντας ανάλογες τεχνικές μεθοδολογίες (responsive layout, data caching, compression, minifying), και θα έχει ύφος ανάλαφρο και ευχάριστο για να κερδίζει τους επικείμενους επισκέπτες, μέσα από ένα σύνολο έξι διαφορετικών γλωσσών. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στον τρόπο πρόσβασης των χρηστών, η οποία θα χαρακτηρίζεται από πολυλειτουργικότητα, δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες, να χρησιμοποιήσουν την πληροφορία με διαφορετικά σενάρια (use cases) ώστε να επιτύχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Μετάφραση και ανάρτηση της ιστοσελίδας του Δήμου, στην Γαλλική, Γερμανική ,Ιταλική και στη Κινεζική Γλώσσα.

Η μετάφραση της ιστοσελίδας του δήμου κρίνεται αναγκαία στα πλαίσια της προσπάθειας για διεθνή τουριστική προβολή Θα πρέπει να τονιστεί πως **ΑΜΕΣΑ** θα πρέπει να ολοκληρωθεί η πλήρης μετάφραση στην Αγγλική γλώσσα.

Όσον αφορά την μετάφραση στην Κινεζική γλώσσα θα μπορούσε να γίνει σε συνεργασία με το Ελληνο Κινεζικό Ινστιτούτο Ανάπτυξης.

ADVOCATE STORY-TELLING (user generated content)

1. Διευκόλυνση και ενθάρρυνση δημιουργίας user generated content
2. Social sharing
3. Διεξαγωγή διαγωνισμών
4. Χρήση hashtags προς ενθάρρυνση της συζήτησης
5. Blogging



Δημιουργούνται:

-Ταξιδιωτικές ιστορίες για τον προορισμό

Ιστορίες θεματικών εμπειριών με την τεχνική της δημιουργικής αφήγησης πεζοπορικής ή άλλης εμπειρίας (creative story telling), οι οποίες θα παρουσιάζουν το τουριστικό προϊόν της Πρέβεζας και αντίστοιχα posts για χρήση στα Social Media

-Φωτογραφική επιλογή θεματικών τουριστικών εμπειριών

Δημιουργείται μία «τράπεζα ψηφιακού φωτογραφικού υλικού» που περιλαμβάνει 50 φωτογραφίες που θα αναδεικνύουν το σύνολο του τουριστικού προϊόντος της Πρέβεζας και θα καταγράφουν τη μοναδικότητα και αυθεντικότητα του Δήμου μέσα από την προβολή χαρακτηριστικών σημείων, θεματικών αξόνων του τουριστικού προϊόντος, στιγμών και εμπειριών καλοκαιρινών διακοπών.

Η επιλογή των φωτογραφιών, με σύγχρονη αντίληψη και για τις ανάγκες της διαδικτυακής ψηφιακής καμπάνιας θα γίνει από το υπάρχον αρχείο του Δήμου. (Θα μπορούσε να υπάρχει δυνατότητα φωτογράφησης για την δημιουργία του κατάλληλου φωτογραφικού υλικού εναλλακτικά με διαγωνισμό ή διοργάνωση εθελοντικής φωτογράφισης)

-Video

Για την παραγωγή του video θα πρέπει να συνδυαστούν πλάνα αρχείων ενώ για την παραγωγή τους ακολουθείται η διαδικασία:

1. Εκπόνηση δημιουργικής αφήγησης του προϊόντος (script / story telling)

2. Έρευνα πλάνων και καθορισμός αναγκών γυρισμάτων
3. Παραγωγή

Στην παραγωγή περιλαμβάνεται η δημιουργία του σεναρίου και της δημιουργικής ιδέας, post production – μοντάζ – δημιουργία καρτών, στούντιο ήχου, μουσική από library.

6. Διοργάνωση συνεδρίων, ημερίδων και εκδηλώσεων

- Διοργάνωση συνεδρίων, ημερίδων και εκδηλώσεων με θέματα που άπτονται του τομέα του Τουρισμού.
- Σε συνεργασία με το Επιμελητήριο και τις Ενώσεις Ξενοδόχων και Ενοικιαζόμενων Δωματίων, διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων που θα αφορούν στοχευμένες ομάδες τουριστών.
- Διοργάνωση welcomes με θέματα που αφορούν τον τουρισμό.
- Διοργάνωση events για τις παραλίες που παίρνουν Γαλάζιες Σημαίες.

7. Προωθητικές ενέργειες για προσέλκυση ειδικών ομάδων τουριστών

- **Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση του μαθητικού τουρισμού.**

Έμφαση στο μαθητικό τουρισμό με αποστολή στις σχολικές μονάδες της χώρας έντυπου υλικού ώστε να τα εντάξουν στις σχολικές τους εκδρομές νέα πρότυπα εκπαίδευσης. Η περιοχή αποτελεί ένα θαυμάσιο προορισμό για την ανάπτυξη του μαθητικού τουρισμού γιατί εκπληρώνει τους στόχους που θέτει μια εκπαιδευτική επίσκεψη και είναι εύκολα προσβάσιμη γιατί έχει:

- Αρχαιολογικό ενδιαφέρον με την επίσκεψη την Κασσώπη, τη Νικόπολη, στο Νεκρομαντείο, και το αρχαιολογικό μουσείο της Νικόπολης, όπου μπορεί να γίνουν εκπαιδευτικά προγράμματα.
- Αξιοποίηση Αρχαιολογικού Μουσείου και δημιουργία προϋποθέσεων επισκεψιμότητας, της πινακοθήκης Μόραλη, όπου θα μπορούσε να στεγαστεί και λαογραφικό μουσείο.
- Περιβαλλοντική εκπαίδευση στο ΚΠΕ λίμνης Ζηρού, στο δάσος Βαρνάβα (προτεινόμενο) με επισκέψεις στον Αμβρακικό κόλπο και στους ποταμούς Λούρο και Αχέροντα.
- Ψυχαγωγία και διασκέδαση σε ένα ασφαλές περιβάλλον.

- **Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση του Θαλάσσιου τουρισμού.**

Έμφαση στο θαλάσσιο τουρισμό στο yachting και στον τουρισμό κρουαζιέρας. Η Πρέβεζα διαθέτει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως :

- σημαντικό λιμάνι στο κέντρο της Β.Δ. Ελλάδας, επίνειο της Ηπείρου,
- υπήνεμο καταφύγιο για τα τουριστικά σκάφη που διαπλέουν στο Ιόνιο πέλαγος και κατάλληλο για εξορμήσεις προς επίσκεψη της ενδοχώρας,
- αεροδρόμιο όπου διενεργούνται ναυλωμένες πτήσεις για πολλές ευρωπαϊκές χώρες
- σύγχρονες μονάδες που προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες στάθμευσης και συντήρησης σκαφών αναψυχής, υπηρεσίες πρακτόρευσης και χρήσης ιδιόκτητων και εκμισθωμένων σκαφών αναψυχής διαφορετικών μεγεθών με ή άνευ πληρώματος κλπ.

Ο θαλάσσιος τουρισμός με τις παρακάτω δράσεις και προϋποθέσεις μπορεί να αποτελέσει βασικό άξονα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής μας:

- Με την κατασκευή του επιβατηγού σταθμού κρουαζιέρας στο λιμάνι της Πρέβεζας, διεκδικούμε το αεροδρόμιο του Ακτίου να παίξει σημαντικό ρόλο στην μετατροπή του λιμανιού μας σε τερματικό σταθμό κρουαζιέρας στην Μεσόγειο με πρώτη επιβίβαση και αποβίβαση των τουριστών κρουαζιέρας στην Πρέβεζα (home port) (και όχι ενδιάμεση ολιγόωρη στάση). Αυτό απαιτεί επαφή με εταιρείες εκμετάλλευσης κρουαζιερόπλοιων με αποστολή πλήρους φακέλου των δυνατοτήτων της Πρέβεζας και της γύρω περιοχής ώστε να εντάξουν το λιμάνι της πόλης μας στους προορισμούς τους με τελικό στόχο να καταστεί λιμάνι αφετηρίας – τερματισμού κρουαζιέρας.
- Επισκευή του θαλασσίου κρηπιδώματος κατά μήκος όλου του παραλιακού μετώπου, κάτι που αποτελεί βασική προϋπόθεση για μελλοντικά έργα υποδομών στην προκυμαία και το λιμάνι (βλ. Λιμάνι Πρέβεζας) και επιβατηγό σταθμό κρουαζιερόπλοιων.
- Ανάληψη πρωτοβουλίας συντονισμού των ναυταθλητικών σωματείων, ώστε εκτός της κολύμβησης, να υπάρξει κέντρο και σχολή ιστιοπλοΐας ειδικά για νέους με μονοθέσια σκάφη ολυμπιακών κλάσεων.
- Λειτουργία σε όλη τη διάρκεια της θερινής περιόδου λεωφορείου / mini bus για τη μεταφορά των τουριστών στα αξιοθέατα της περιοχής. Για τη δράση αυτή προτείνεται η δημιουργία κοινωνικού συνεταιρισμού με συμμετοχή του Δήμου.
- Ταυτόχρονα προτείνεται η αναβάθμιση του τουριστικού τρένου, με αναζήτηση νέων περιοχών ενδιαφέροντος.
- Διερεύνηση δυνατότητας επαναλειτουργίας της παλιάς «βενζίνας» Πρέβεζας – Ακτίου κατά τη θερινή περίοδο, κάτι που θα εξυπηρετούσε και τους επισκέπτες της περιοχής, τα σκάφη των οποίων ελλιμενίζονται στο Άκτιο.

- **Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση του ποδηλατικού τουρισμού.**

  Στήριξη ποδηλατικού τουρισμού του Νομού Πρέβεζας, με τη δημιουργία δικτύου ασφαλών ποδηλατικών διαδρομών σε όλα τα δημοτικά διαμερίσματα, προωθητικές ενέργειες προβολής σε συνεργασία με τουριστικές μονάδες και καταλύματα ως χώρους υποδοχής και εξυπηρέτησης ποδηλατιστών (εξοπλισμό, service, φυλλάδια διαδρομών κλπ). Ενέργειες ένταξης του παραλιακού άξονα στο Πανευρωπαϊκό δίκτυο Eurovelo 21.

- **Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση πολιτιστικού τουρισμού.**

Έμφαση στον πολιτιστικό τουρισμό που περιλαμβάνει τις αρχαιότητες, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα θρησκευτικά μνημεία της περιοχής. Η προβολή από τον Δήμο, διεθνών εκδηλώσεων όπως του χορωδιακού φεστιβάλ, του Preveza Jazz festival, αλλά και της «γιορτής της σαρδέλας» και του καρναβαλιού, προσδίδουν στην περιοχή μας σημαντική πολιτιστική αξία, δημοσιότητα, αναγνώριση και ένα ισχυρό όνομα πολλαπλών επιλογών και απολαύσεων στην ψυχαγωγία και στον πολιτισμό.

- **Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού**

Για την ανάπτυξη του Συνεδριακού τουρισμού δεν έχει υπάρξει καμία μέριμνα. Η Πρέβεζα είναι ιδανική πόλη για οργανώσεις σημαντικών εκδηλώσεων, συνεδρίων εθνικής και διεθνούς εμβέλειας. Δυστυχώς είμαστε από τις λίγες πόλεις που μέχρι σήμερα οι Δημοτικές αρχές δεν είχαν εντάξει στον σχεδιασμό τους ένα χώρο πολλαπλών μεγάλων εκδηλώσεων. Η δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου σε συνδυασμό με την ολοκλήρωση των οδικών αξόνων και το αεροδρόμιο του Ακτίου, θα προσδώσει στον Δήμο μας

περαιτέρω δυνατότητες για την οικονομική και τουριστική ανάκαμψη της περιοχής και την προβολή της στο επίπεδο που της αξίζει.

- **Συνεργασία με τη Μητρόπολη Πρέβεζας για την προώθηση του Θρησκευτικού Τουρισμού.**

Ο θρησκευτικός-πολιτιστικός τουρισμός, δεν αποτελεί σημαντικό κομμάτι του τουριστικού γίγνεσθαι της Πρέβεζας, το οποίο όμως μέσα από κατάλληλες ενέργειες μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική ανάπτυξη, σε σχέση με τον όγκο του και το μέγεθός του, που προς το παρόν, είναι σχεδόν ανεξερεύνητος και ελάχιστα προβεβλημένος.

Προς την ενίσχυση του θρησκευτικού - πολιτιστικού τουρισμού στην Πρέβεζα μια σειρά προτάσεων και δράσεων είναι οι ακόλουθες:

- Η πραγματοποίηση έργων βελτίωσης της πρόσβασης σε Προσκυνηματικά μνημεία.
- Η καταγραφή και αξιολόγηση των προσκυνημάτων, των χώρων λατρείας και των μνημείων της εκκλησιαστικής κληρονομιάς της Πρέβεζας με βάση την σημασία τους για τον θρησκευτικό – Προσκυνηματικό τουρισμό.
- Η εκπόνηση ενός στρατηγικού σχεδίου, ταυτόχρονα από την Εκκλησία, την Πολιτεία και τους Επαγγελματικούς Φορείς του Τουρισμού, στη βάση της προσέλκυσης επισκεπτών-προσκυνητών, με τρόπο που να μην αλλοιωθεί η καθημερινότητα των μοναχικών αδελφοτήτων και η φυσιογνωμία των μονών, αλλά να αναδεικνύεται η ιδιαιτερότητα, η πνευματικότητα και το μεγαλείο της Ορθοδοξίας
- Δράσεις για την προσέλκυση προσκυνητών από χώρες της ανατολικής Ευρώπης , όπου το ορθόδοξο στοιχείο ξεπερνά ίσως τα 450.000.000 άτομα με έμφαση σε νέους (μέχρι 40 ετών) με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα
- Ενέργειες οργάνωσης και προώθησης θεματικών εκδρομών και περιηγήσεων σε συνεργασία με την Εκκλησία όπως:
    - διοργάνωση εκδηλώσεων βυζαντινής μουσικής σε μοναστήρια,
    - διοργάνωση συνεδρίων, ομιλιών και διαλέξεων Προσκυνηματικού και θρησκευτικού περιεχομένου κάτι που θα συνέβαλε σημαντικά στην προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού στην Πρέβεζα και στην καθιέρωση της ως σημαντικό Προσκυνηματικό κέντρο.
- Η ανάπτυξη ενός προγράμματος διαφήμισης και ενός προγράμματος δημοσίων σχέσεων, για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Πρέβεζα, προκειμένου η περιοχή να κερδίσει την αποδοχή την κατανόηση και τον σεβασμό των επισκεπτών, που θα στηρίζονται σε πλήρη, αμφίδρομη και πολυεπίπεδη πληροφόρηση
- Διασύνδεση του Προσκυνηματικού τουρισμού με άλλες εναλλακτικές μορφές, όπως ο περιπατητικός, ο πολιτιστικός, ο εκπαιδευτικός κ.ά.

Όλα αυτά για να υλοποιηθούν απαραίτητη προϋπόθεση είναι οι συνέργειες μεταξύ της Εκκλησίας της Πολιτείας και των ιδιωτικών φορέων που εμπλέκονται με τον τουρισμό και μπορούν να συμβάλλουν στην ολοκλήρωση των δράσεων και των σχεδίων τουριστικής ανάπτυξης της Ηπείρου.

- **Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση ιαματικού τουρισμού**

Ανάδειξη Ιαματικού τουρισμού. Τα ιαματικά λουτρά, πλήρως υποβαθμισμένα, υπολειτουργούν. Στα θετικά καταγράφεται η πρόσφατη έγκριση της μελέτης επέκτασης από την αρχαιολογία, εκκρεμεί βέβαια το πολύ σοβαρό ζήτημα της οριοθέτησης της προστατευόμενης περιοχής, για το οποίο απαιτούνται άμεσες ενέργειες.

- **Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση γαστρονομικού τουρισμού**

Έμφαση στο γαστρονομικό τουρισμό με τα προϊόντα της τοπικής γης και τα γνωστά θαλασσινά του Αμβρακικού. Καθιέρωση Ετήσιου Φεστιβάλ Γευσιγνωσίας

- **Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση εναλλακτικού τουρισμού**

Προβολή και προώθηση των εναλλακτικών μορφών Τουρισμού με έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό. Ενδεικτικά θεματικά πεδία για τα οποία υπάρχει μεγάλη ζήτηση από διάφορες αγορές του εξωτερικού και στα οποία, η Πρέβεζα προσφέρει ή θα μπορούσε να προσφέρει ελκυστικές ταξιδιωτικές εμπειρίες, είναι τα εξής:

- Weddings
- Hiking
- Seniors
- Family Holidays

8. Νέες Δράσεις

• Δημιουργία προωθητικών spots για τη Πρέβεζα και προωθητικές φωτογραφήσεις του Δήμου.

• Φωτογραφική κάλυψη όλων των δράσεων του Δήμου Πρέβεζας και αξιοποίηση των φωτογραφιών σε καμπάνιες προσέκλυσης τουριστών, ενέργειες δημοσιότητας και άλλες προωθητικές ενέργειες.

9 Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις

Η εξωστρέφεια αποτελεί τη μοναδική δυνατότητα για μακροπρόθεσμη τουριστική ανάπτυξη, ιδιαίτερα εν μέσω βαθύτατης οικονομικής κρίσης.

Η Πρέβεζα επειδή δεν μπορεί να συμμετέχει αυτόνομα σε εκθέσεις του εξωτερικού για οικονομικούς λόγους, εξαιτίας του μεγάλου κόστους συμμετοχής σε αυτές, θα πρέπει να συμμετάσχει στις πλέον αποδοτικές ελληνικές και Διεθνείς εκθέσεις τουρισμού, για την προώθηση της ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς του Δήμου, των εναλλακτικών δραστηριοτήτων, όπως του περιπατητικού τουρισμού, του θρησκευτικού τουρισμού, του πολιτιστικού τουρισμού, κ.λ.π. σε συνεργασία με την Περιφέρεια Ηπείρου.

Οι εκθέσεις που θα συμμετάσχει η Περιφέρεια Ηπείρου το 2020 είναι οι εξής:

1. Έκθεση VAKANTIEBEURS. στην Ουτρέχτη το διάστημα 15-19/1/2020 σε περίπτερο του Ε.Ο.Τ.
2. Έκθεση FERIENMESSE WIEN στη Βιέννη το διάστημα 16-19/1/2020
3. Έκθεση REISEN. στο Αμβούργο το διάστημα 5-9/2/2020 διοργάνωση: Ελληνογερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο.
4. Έκθεση B.I.T. στο Μιλάνο το διάστημα 9-11/2/2020
5. Έκθεση I.M.T.M. στο Τελαβίβ το διάστημα 11-12/2/2020 σε περίπτερο του Ε.Ο.Τ.
6. Έκθεση F.RE.E. στο Μόναχο το διάστημα 19-23/2/2020
7. Έκθεση TRT FAIR ROMEXPO I στο Βουκουρέστι το διάστημα 20-23/2/2020

8. Έκθεση FERIE FUR ALLE στο Χέρινγκ της Δανίας το διάστημα 23-24/2 2020 σε περίπτερο του Ε.Ο.Τ.
9. Έκθεση I.F.T. στο Βελιγράδι το διάστημα Φεβρουάριος 2020 σε περίπτερο του Ε.Ο.Τ.
10. Έκθεση I.T.B. στο Βερολίνο το διάστημα 4-8/3/2020 σε περίπτερο του Ε.Ο.Τ.
11. Έκθεση M.I.T.T. στη Μόσχα το διάστημα 17-19/3/2020 σε περίπτερο του Ε.Ο.Τ.
12. Έκθεση Ταξίδι στην Κύπρο τον Απρίλιο 2020.
13. Έκθεση «Ταξίδι στον ελληνικό και λαϊκό πολιτισμό» το διάστημα 3-5 Απριλίου 2020 στο Σταδιο Ειρήνης και Φιλίας
14. 3ο Yachting festival- γιορτή Θαλάσσιου Τουρισμού, στον Άλιμο Αττικής τον Απρίλιο 2020.
15. Συμμετοχή στο 5ο ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΑΒΒΑΤΟΚΥΡΙΑΚΟ ΣΤΟ ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ 22η -24η Μαΐου 2020
16. Έκθεση Tour Natur στο Ντίσελντορφ το διάστημα 4-6/9/2020.
17. Έκθεση IFTM. Στο Παρίσι το διάστημα Οκτώβριος 2020 σε περίπτερο του Ε.Ο.Τ.
18. Έκθεση Θεματικού Τουρισμού (Εναλλακτικού Τουρισμού) Γαστρονομίας και Οίνου το διάστημα 23-25 Οκτωβρίου 2020
19. Έκθεση W.T.M. στο Λονδίνο το διάστημα 2-4/11/2020 σε περίπτερο του ΕΟΤ
20. Έκθεση Philoxenia στη Θεσσαλονίκη το Νοέμβριο 2020.
21. Έκθεση I.T.S.TT.W. στη Βαρσοβία το διάστημα 26-28/11/2020 σε περίπτερο του ΕΟΤ
22. Έκθεση Grecka Panorama στη Βαρσοβία το διάστημα Δεκέμβριο 2020.
23. Έκθεση Athens International Tourism Expo στην Αθήνα το Δεκέμβριο 2020.
24. Έκθεση Πανηπειρωτική στα Ιωάννινα
25. Εκδηλώσεις στην Αθήνα.
26. Εκδήλωση στην Θεσσαλονίκη.
27. Εκδήλωση στην Πάτρα.
28. Εκδήλωση στην Καβάλα
29. Εκδήλωση στο Ηράκλειο.
30. Εκδήλωση στα Τίρανα.
31. Εκδήλωση στα Σκόπια.
32. Εκδήλωση στη Σόφια.
33. Εκδήλωση στην Κωνσταντινούπολη.
34. Εκδήλωση στη Ρώμη.
35. Εκδήλωση στην Κίνα.
36. Εκδήλωση στη Σιγκαπούρη.
37. Εκδήλωση στο Τελ Αβίβ.
38. Εκδήλωση στη Βαρσοβία.
39. Συμμετοχή στην 4η Πανελλήνια Συνάντηση Μονοπατιών στην Ξάνθη το διάστημα Φθινόπωρο 2020.
40. Διοργάνωση διάσχισης EPIRUS TRAIL 2020.
41. Φεστιβάλ στην Ολλανδία με την ΚΟΙΝΣΕΠ Ελλάδα Παντού στο Άμστερνταμ 31/10-2/11/2020
42. Greek Alternative Tourism & Gastronomy Workshop στην Κοπεγχάγη (Δανία •
43. 01/04/2020)
44. Greek Alternative Tourism & Gastronomy Workshop στο Παρίσι (Γαλλία •
45. 28/04/2020)
46. Greek Alternative Tourism & Gastronomy Workshop στη Βαρσοβία (Πολωνία
47. 15/10/2020)
48. Greek Alternative Tourism & Gastronomy Workshop στις Βρυξέλες (Βέλγιο •
49. 26/10/2020)

10. Συνεργασία με φορείς του Τουρισμού

• Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και tour operators.

• Σε συνεργασία με το Επιμελητήριο Πρέβεζας, υποκίνηση εκπτώσεων στις περισσότερες τουριστικές υπηρεσίες όπως τα ξενοδοχεία, τα cafe, οι μετακινήσεις και άλλα.

• Σε συνεργασία με Επιμελητήριο και τις Ενώσεις Ξενοδόχων και Ενοικιαζόμενων Δωματίων και τους παρεμφερείς συλλόγους και Ενώσεις, διοργάνωση cooking lessons στο πλαίσιο δράσεων γνωριμίας με την τοπική κουζίνα. Η δράση αυτή μπορεί να πραγματοποιείται σε καθορισμένες ημερομηνίες ως δράσεις ξενοδοχειακής κουζίνας αρχικά στους επισκέπτες τους αλλά και ως γενικό happening.

• Σε συνεργασία με τους Αγροτικούς Συνεταιρισμούς και τους τοπικούς Πολιτιστικούς Συλλόγους, διοργάνωση Φεστιβάλ προώθησης και προβολής των αγροδιατροφικών και παραδοσιακών προϊόντων της Πρέβεζας όπου θα παρουσιαστεί το «καλάθι» των Πρεβεζάνικων προϊόντων συνδέοντας έτσι τα προϊόντα του πρωτογενούς και του δευτερογενούς τομέα με τον τουρισμό και την οινογαστρονομία.

11. Γραφεία Πληροφοριών (Information Offices)

Δημιουργία νέων Γραφείων Πληροφοριών και αδιάλειπτη λειτουργία των υφισταμένων, σε σταθερό χώρο

12. Επιμορφωτικές δράσεις Σε συνεργασία με το Τμήμα Παιδείας και Δια Βίου Μάθησης της Διεύθυνσης Παιδείας, Πολιτισμού και Αθλητισμού του Δήμου Πρέβεζας:

• Δράσεις κατάρτισης ανθρώπινου δυναμικού Δήμου Πρέβεζας.

• Δράσεις κατάρτισης ανθρώπινου δυναμικού στελεχών τουριστικών επιχειρήσεων.

Προτάσεις Νέων Έργων σχετικών με τον Τουρισμό

Επίσης, έργα τα οποία σχετίζονται με τον Πολιτισμό, τον Τουρισμό και τη "Διαχείριση της Επισκεψιμότητας" με έμφαση στην καινοτομία, τα οποία υλοποιούν και μέρος των προηγούμενων προτάσεων, κι έχουν μεγάλες πιθανότητας επιλεξιμότητας στο ΠΕΠ ΗΠΕΙΡΟΥ είναι τα εξής:

- ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ.
- ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΡΟΩΝ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ – ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΡΩΜΕΝΩΝ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ.
- ΑΝΟΙΚΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ "STORY TELLING" ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΠΡΕΒΕΖΑΣ.
- ΠΙΛΟΤΙΚΕΣ ΕΦΡΑΜΟΓΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗΣ ΤΟΠΟΣΗΜΩΝ ΜΕ ΠΙΝΑΚΙΔΕΣ, QR ΚΑΙ NFC TAG ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΠΡΕΒΕΖΑΣ.
- ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΟΛΥΧΩΡΟΥ ΜΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ.
- ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΑΠΟΘΕΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΤΗΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ, ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ.

- ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΡΕΒΕΖΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ .
- ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΙΛΟΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΚΚΟΛΑΠΤΗΡΙΟΥ (INCUBATOR) ΝΕΩΝ ΚΑΙ ΝΕΟΦΥΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΕΣ (LIVING LABS, TESTBEDS, FIELD LABS) ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ (CULTURAL AND CREATIVE ACTIVITIES – CCAS), ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΕΞΥΠΝΗΣ ΚΑΙ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΠΟΛΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΥΑΣΜΩΝ ΑΥΤΩΝ.
- ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ PLANE SPOTTING ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΒΕΛΗΝΕΚΟΥΣ
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΜΟΝΙΜΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΘΕΣΜΟΥ - ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ, ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ
- ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΛΕΩΦΟΡΕΙΟΥ 30 ΘΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΦΟΡΤΙΣΤΗ.

ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΠΑΡΑΤΑΞΗ ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΑΝΩΓΙΑΤΗΣ

ΔΗΜ. ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ