



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

Τμήμα Διοίκησης Κοινωνικών Συνεταιριστικών
Επιχειρήσεων και Οργανώσεων

Τουριστική ανάπτυξη στον νομό Ροδόπης

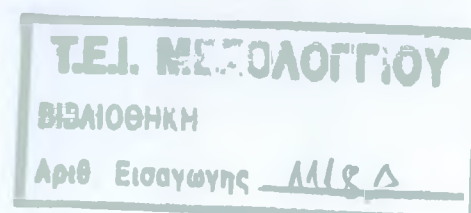


ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΦΥΛΑΚΤΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΟΙΤΗΤΗ: ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΗ ΝΙΚΟΛΑΟΥ

Α..Μ.: 8176

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2009



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	2
Πρόλογος	4
Εισαγωγή.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	
1. 1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	7
1.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.	10
1.2.1 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	10
1.2.2 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	11
1.2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ	12
1.2.4 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	13
1.2.5 ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	13
1.3 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ & ΠΡΟΒΟΛΗΣ	17
1.3.1 ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ.....	19
1.3.2 ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	20
1.3.3 ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ.....	20
1.3.4 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΝΟΜΟ ΡΟΔΟΠΗΣ ..	21
1.4 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΚΟΝΑΣ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ	22
1.5 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ	26
1.6 ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ.	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	
2.1 ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΕ ΗΜΕΔΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	29
2.1.1 ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΤΥΠΩΝ	29
2.2 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ.....	30
2.3 ΠΡΟΣΚΛΗΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΩΝ TOUR OPERATORS ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΤΩΝ ΓΝΩΜΗΣ.....	31
2.4 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΕ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ	32
2.5 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	33

2.6 ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΕ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ (ΜΜΕ)	34
2.7 ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΕ ΑΛΛΟΔΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	40
2.8 ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ	41
2.9 «ΠΩΛΗΤΕΣ» ΤΗΣ ΑΜΘ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	42
2.10 ΠΡΟΒΟΛΗ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΤΟΥ ΕΟΤ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	42
2.11 ΠΡΟΒΟΛΗ ΜΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ	43
2.12 ΑΛΛΟΔΑΠΟΣ ΚΑΙ ΗΜΕΔΑΠΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	43
2.13 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	44
2.14 ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ - ΈΚΔΟΣΗ ΕΝΤΥΠΩΝ	50
2.15 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ	53
2.16 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ) ΝΟΜΑΡΧΙΑΣ ΡΟΔΟΠΗΣ ΜΜΕ)	54
2.17 ΜΕΤΡΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	56
2.18 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	58

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ.....	60
3.2 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	61
3.3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΧΡΟΝΟΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ.....	64
3.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	68

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	73
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	79

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός μεταπολεμικά και πιο ειδικά μετά την δεκαετία του '60 αποτελεί έναν από τους δυναμικότερα αναπτυσσομένους τομείς στην παγκόσμια οικονομία. Οι εκτιμήσεις για την παραπέρα ανάπτυξη του στα επόμενα 10 χρόνια συνεχίζουν να τον θεωρούν σαν την σημαντικότερη οικονομική δραστηριότητα.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του είναι ότι η λειτουργία του συνδέεται με την διεθνοποίηση μεγάλου αριθμού παραγωγικών κλάδων και κλάδων παροχής οικονομικών υπηρεσιών. Είναι διαπιστωμένο ότι συμβάλει στην δημιουργία εισοδημάτων, θέσεων απασχόλησης, φορολογικών εσόδων. Παράλληλα αποτελεί σπουδαίο μοχλό περιφερειακής ανάπτυξης.

Την ίδια περίοδο, προφανώς μετά την κατανόηση της μεγάλης σημασίας του τουριστικού φαινομένου, ακολούθησε εντυπωσιακή σε όγκο και εύρος αύξηση των πολιτικών προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης. Πολλές από αυτές διατυπώθηκαν από διεθνείς οργανισμούς (ΕΕ, WTO, ΟΗΕ κ.α.), ενώ άλλες από ανεπτυγμένες τουριστικά χώρες, αλλά και από χώρες που διέκριναν δυνατότητες ανάπτυξής τους με την βοήθεια του «εργαλείου» του τουρισμού, και αφορούν διαφορετικές πτυχές ανάπτυξης.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην βορειοανατολική Ελλάδα, στο κεντρικό τμήμα της Θράκης, βρίσκεται ο νομός Ροδόπης, που ορίζεται γεωγραφικά απ' το Θρακικό πέλαγος (Ν), τον νομό Ξάνθης (Δ), τα ελληνοβουλγαρικά σύνορα (Β) και τον νομό Έβρου (Α). Έχει 103.190 κατοίκους (απογραφή 1991), έκταση 2.542,5 χλμ² και αποτελεί το 1,9% της χώρας. Από την συνολική του έκταση τα 966.000 στρέμματα είναι πεδινές εκτάσεις, τα 814.000 στρέμματα είναι ημιορεινές και τα 763.000 στρέμματα είναι ορεινές. Τις ορεινές του περιοχές απαρτίζει το τμήμα του όρους Ροδόπη που ανήκει διοικητικά στον νομό Ροδόπης στο βόρειο τμήμα του, καθώς και το όρος Ίσμαρος στο νοτιοανατολικό τμήμα του.

Τον νομό διαρρέουν ορμητικοί χείμαρροι που πηγάζουν από την Ροδόπη. Οι σπουδαιότεροι είναι: το Ασπρόρεμα με τους παραποτάμους του, ο Τρελοχείμαρρος, ο Τραύδος, ο Λίσσος (ή Φιλιουρί) και ο Κομψάτος. Οι δυο πρώτοι ενώνονται έξω από το χωριό Παραδημή και χύνονται στην λίμνη του Μητρικού.

Κυριότερες λίμνες είναι η Ισμαρίδα (Μητρικού) και η λιμνοθάλασσα της Βιστωνίδας (45,6χλμ²) διαμοιρασμένη στους νομούς Ροδόπης και Ξάνθης.

Το κλίμα διαφοροποιείται στις δύο ζώνες του νομού. Η οροσειρά της Ροδόπης αποτελεί το κλιματικό όριο μεταξύ του μεσογειακού κλίματος και του ηπειρωτικού. Τα νότια του νομού χαρακτηρίζονται από το μεσογειακό κλίμα. Οι αυξομειώσεις του ετησίου θερμοκρασιακού εύρους είναι μεγάλες και οι βροχοπτώσεις παρουσιάζουν ανομοιόμορφη κατανομή καθώς τα 2/3 του συνόλου της βροχής πέφτουν το πρώτο και τελευταίο τρίμηνο του έτους, ενώ το 1/3 την άνοιξη και το καλοκαίρι. Επικρατούν Β-ΒΑ άνεμοι που, κατά τον χειμώνα, προκαλούν έντονη πτώση θερμοκρασίας και παγετούς.

Ο νομός Ροδόπης, όπως άλλωστε και όλη η Θράκη, είναι από τις λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές όχι μόνο της Ελλάδας αλλά και της Ευρώπης. Η γεωπολιτική του θέση, η απουσία σύγχρονης υποδομής η μόνιμη διαρροή ανθρωπίνου δυναμικού και τα πολιτικά προβλήματα του αντιμετωπίζει συνθέτους σε γενικές γραμμές το πλαίσιο της καθυστέρησης.

Η ολοκλήρωση της κατασκευής του σύγχρονου οδικού άξονα Εγνατία που συνδέει την Ευρώπη με την Ασία και οι κάθετοι - από τις χώρες της Χερσονήσου - άξονες θα δώσουν ουσιαστική ώθηση στην ανάπτυξη της περιοχής. Στον κατάλογο των μεγάλων έργων περιλαμβάνεται η κατασκευή του αγωγού πετρελαίου από τον

Πύργο της Βουλγαρίας μέχρι την Αλεξανδρούπολη και η επέκταση του αγωγού φυσικού αερίου στη Θράκη.

Η πλειοψηφία του ενεργού πληθυσμού ασχολείται στον πρωτογενή τομέα, ενώ το 25% περίπου στον δευτερογενή ή τριτογενή. Η πεδιάδα της Κομοτηνής - αρδεύεται μόνο κατά το 1/3 - είναι από τις ευφορότερες της Ελλάδας και παράγει σιτηρά, βαμβάκι, καλαμπόκι, ζαχαρότευτλα, βιομηχανική ντομάτα, καπνά και άλλα πολλά προϊόντα.

Η Θράκη από τη δεκαετία του 1970 και μετά καλύπτεται από ένα ευνοϊκότατο πλέγμα αναπτυξιακών κινήτρων προσφέροντας έτσι μοναδικές επενδυτικές ευκαιρίες στον τομέα της βιομηχανίας, της βιοτεχνίας και του τουρισμού. Με βάση τον αναπτυξιακό νόμο 1892/90 και με τις βελτιώσεις που υπέστη, οι επιχορηγήσεις υπερβαίνουν κατά πολύ το 50% του συνολικού κόστους των επενδύσεων. Ιδιαίτερα ευνοούνται οι επιχειρήσεις που εγκαθίστανται στις τρεις βιομηχανικές περιοχές: Ξάνθης, Κομοτηνής, Αλεξανδρούπολης. Σε μια προοπτική εξωστρεφούς οικονομικής δραστηριότητας η Θράκη μπορεί να αποτελέσει μαζί με την Μακεδονία την οικονομική και πολιτιστική πύλη προς την ενδοχώρα της Χερσονήσου του Αίμου και τις παρευξείνιες χώρες αλλά και αντίστροφα την πύλη εξόδου των σωρών της Ανατολική Ευρώπης προς τη Μεσόγειο θάλασσα.

Το υπέδαφος, σύμφωνα με τις υπάρχουσες ενδείξεις, είναι αρκετά πλούσιο, αλλά συστηματική εκμετάλλευση δεν γίνεται ακόμα. Έχει εντοπισθεί προσχωματικό χρυσός στις αποθέσεις του ποταμού Λίσσου, σιδηρομεταλλεύματα στην περιοχή Μαρώνειας, αντιμονίτης και χρωμίτης στην περιοχή Χλόης, χαλκοπυτίτης στη περιοχή Κοπτερού και αντιμονίτης με σύνδρομο χαλαζία στην Γρατίνη-Καλλυντήριο. Επίσης, αξιόλογο χαρακτηρίζεται και το γεωθερμικό πεδίο της περιοχής Σαπών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι:

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ & ΠΡΟΒΟΛΗΣ

1.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ο Νομός Ροδόπης θεωρείται περιοχή με μικρή τουριστική κίνηση, εκτός εξαιρέσεων, π.χ. περιοχή Φαναρίου που προσελκύει τουρισμό από τον ίδιο τον Νομό και από το Νομό Ξάνθης και η περιοχή της Μαρώνειας που προσελκύει τουρισμό από τον ίδιο τον Νομό, την πόλη της Αλεξανδρούπολης και τον υπόλοιπο Νομό Έβρου. Η υπόλοιπη τουριστική κίνηση οφείλεται σε μικρά γκρουπ που επισκέπτονται τη Θράκη (ΚΑΠΗ, σχολικές εκδρομές), συνεδριακό τουρισμό (λόγω κυρίως Πανεπιστημίου), και περαστικούς (με προορισμό τον Έβρο και την Κωνσταντινούπολη, Τουρκία). Η πληρότητα που παρουσιάζουν οι ξενοδοχειακές μονάδες της Κομοτηνής οφείλεται σημαντικά στους φοιτητές του Πανεπιστημίου, ενώ στην παραλιακή ζώνη κατά την καλοκαιρινή περίοδο η πλειοψηφία των ενοίκων είναι Κομοτηναίοι ή απόδημοι. Ιδιαιτερότητα η περιοχή της Μαρώνειας και του Φαναρίου που το Φθινόπωρο συγκεντρώνει κυνηγούς από όλη της Ελλάδα. Γενικότερα θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο Νομός Ροδόπης αποτελεί μια περιοχή σε φάση ήπιας τουριστικής ανάπτυξης η οποία όμως χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερα χαμηλή αναγνωσιμότητα και χωρίς κάποιο σημείο αναφοράς (εκδήλωση ή τοποθεσία που θα συγκεντρώνει το ενδιαφέρον των

τουριστών). Τα χαμηλού κόστους (και με μηδενικές παροχές Δημοτικά κάμπινγκ που λειτουργούν σε διάφορες παραλίες λειτουργούν ανταγωνιστικά με τις ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις των αντίστοιχων περιοχών και συμβάλουν αρνητικά στο δείκτη ανάπτυξης του Νομού.

Το παράδειγμα του κάμπινγκ Φαναρίου (πρώην ΕΟΤ), ένα παράδειγμα τουριστικού καταλύματος, που μόλις (2000) άρχισε να παρέχει τις ευκολίες (εστίαση, μπαρ, μάρκετ) που διαθέτουν όλα τα οργανωμένα κάμπινγκ του κόσμου, παρουσίασε υπερπλήρωση, πρέπει να μας προβληματίσει. Η επιτυχία του οφείλεται γιατί συνδυάζει ποιότητα και φθινό κόστος. Οι παράγοντες αυτοί πρέπει να είναι οι στόχοι για την τουριστική ανάπτυξη όλου του Νομού.

Το πλεονέκτημα του Νομού Ροδόπης αποτελεί το γεγονός ότι είναι γνωστός σε όλη την Ελλάδα κύρια για τους παρακάτω λόγους:

- Κάποιοι από την οικογένεια έχουν υπηρετήσει τη στρατιωτική θητεία τους στο Νομό
- Από τα μέλη των οικογενειών των φοιτητών που σπουδάζουν στην Κομοτηνή
- Από τη μουσουλμανική μειονότητα

Όσοι ανήκουν στην πρώτη κατηγορία επιθυμούν να ξαναέλθουν λόγω αναμνήσεων.



Η κεντρική πλατεία της κομοτηνής

Οι ανήκοντες στην δεύτερη κατηγορία στην πλειοψηφία τους είναι πρέσβεις της περιοχής στο πανελλήνιο και στατιστικά είναι αποδεδειγμένο ότι επανέρχονται για επίσκεψη σύντομα.

Οι έχοντες απορίες για τους μουσουλμάνους ενδιαφέρονται να επισκεφθούν ένα τζαμί ή να περιηγηθούν σε κάποιο “μαχαλά” και τον ορεινό όγκο.

Ο Νομός Ροδόπης στο βραχυπρόθεσμο και μεσοπρόθεσμο μέλλον δεν μπορεί να στοχεύσει προς τον μαζικό τουρισμό καθώς δεν διαθέτει τις υποδομές και την προβολή που απαιτούνται για να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του τουρισμού υψηλής ποιότητας.

Με τον όρο «μαζικός τουρισμός» αναφερόμαστε σε τουρίστες μεσαίων εισοδηματικών στρωμάτων που απαιτούν ποιότητα από τις διακοπές τους χωρίς όμως να επιζητούνε την πολυτέλεια ή την τέλεια οργάνωση του τουριστικού προορισμού που επισκέπτονται.

Σε βραχυπρόθεσμο και μεσοπρόθεσμο μέλλον μπορεί να στοχεύσει αύξηση του τουριστικού ρεύματος εφόσον συνδυαστεί η προβολή των υφισταμένων τουριστικών υποδομών, η βελτίωση της σημερινής κατάστασης τους και η άνοδος των παρεχομένων υπηρεσιών.

Μακροπρόθεσμα προτείνεται να δημιουργήσει τις υποδομές εκείνες (πχ. Μαρίνα ελλιμενισμού τουριστικών σκαφών, ξενοδοχειακή υποδομή 5 αστερών, συνεδριακά κέντρα, τουριστικές εγκαταστάσεις, κλπ) που θα επέτρεπαν στο Νομό Ροδόπη να προσελκύσει τουρισμό υψηλότερης ποιότητας, καθώς τα κέρδη που αποφέρει η μορφή αυτή τουρισμού είναι πολύ μεγαλύτερα.

Για τους λόγους που παρατέθηκαν παραπάνω, θεωρούμε ότι η τουριστική προβολή του Νομού Ροδόπης θα πρέπει να στοχεύει στην προβολή:

- A) Συγκεκριμένων τμημάτων εναλλακτικού κυρίως τουρισμού από όλη της Ελλάδα και κατά δεύτερο λόγο από το εξωτερικό.
- B) Να προσελκύσει τουρίστες που κατοικούν ή επισκέπτονται τους όμορους Νομούς
- Γ) Ενδυναμώσει τον εσωτερικό τουρισμό με έμφαση τους διερχόμενους τουρίστες.
- Δ) Να προβληθεί στην Κεντρική και Βόρεια Ελλάδα και Αττική για το οικονομικό κόστος, τη θάλασσα, την παράδοση-λαογραφία και σαν οικολογικός περιβαλλοντικός παράδεισος. Αναλυτικά:

1.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

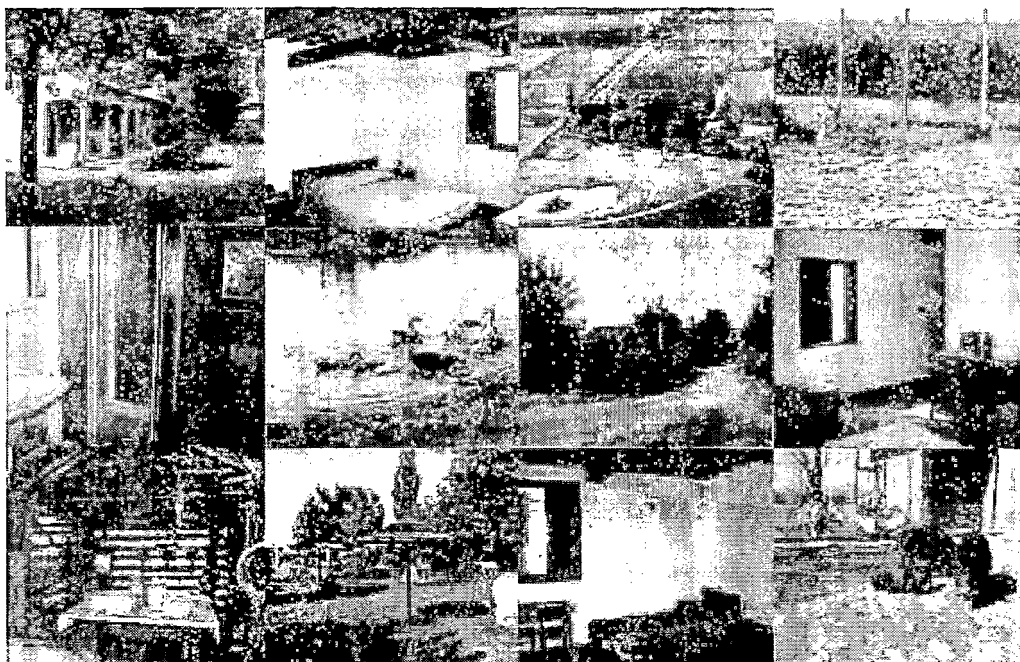
Οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού επιλέχθηκαν και με γνώμονα την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου της περιοχής. Τα τμήματα του εναλλακτικού τουρισμού που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης, σύμφωνα με τις τάσεις της τουριστικής αγοράς και την υπάρχουσα υποδομή είναι τα εξής:

1.2.1 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο αγροτουρισμός απευθύνεται σε άτομα που επιθυμούν να ξεφύγουν από τους έντονους ρυθμούς της πόλης και θέλουν να βρεθούν κοντά στην φύση. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού προσελκύει δύο κύριες κατηγορίες τουριστών.

Οικογένειες με παιδιά, καθώς οι γονείς επιθυμούν να αισθάνονται ασφάλεια ότι τα παιδιά τους μπορούν να παίζουν χωρίς ουσιαστικό κίνδυνο (στη φύση μακριά από αυτοκίνητα και κίνηση). Παράλληλα, η σύγχρονη ζωή στις πόλεις δεν επιτρέπει την επαφή των παιδιών με τη φύση και τη φυσική ζωή, οι γονείς θεωρούν ότι οι διακοπές στη φύση θα αναπληρώσουν σε κάποιο βαθμό το συγκεκριμένο κενό.

Άτομα νεαρής ηλικίας (26-35 ετών), επιζητούν διακοπές που να τους επιτρέπουν να κάνουν κάτι διαφορετικό από τον συνηθισμένο τρόπο διασκέδασης τους (μπαρ, κέντρα διασκέδασης κλπ).



Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού προτείνεται επίσης γιατί η περιοχή του Νομού Ροδόπης διαθέτει το κατάλληλο φυσικό περιβάλλον και αγροτουριστικές μονάδες οι οποίες μπορούν να υποστηρίξουν αύξηση της ζήτησης.

Προβολή: 1) Νεαρές οικογένειες σε αστικά κέντρα (περιοδικά ένθετα εφημερίδων, γυναικεία περιοδικά, περιοδικά για νέους γονείς, τηλεόραση), 2) Άτομα νεαρής ηλικίας (διαδίκτυο, ένθετα περιοδικών, ραδιόφωνο).

1.2.2 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οικοτουρισμός, αναφέρεται σε τουρισμό με επίκεντρο την χλωρίδα και πανίδα της περιοχής. Ο Νομός Ροδόπης διαθέτει κάποιους από τους πλουσιότερους βιοτόπους και υδροβιότοπους της Ελλάδας αλλά και της Ευρώπης, έχοντας ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της. Η μορφή αυτή τουρισμού απευθύνεται κυρίως σε ηλικίες από 45 έως 60 ετών καθώς και σε εξειδικευμένες κατηγορίες ατόμων, όπως μέλη οικολογικών οργανώσεων. Προσοχή πρέπει να καταβληθεί στην προστασία των βιότοπων από την ανισόρροπη ανάπτυξη στην εγγύτητά τους (βλ. μπαράκια λιμανιού Φαναρίου).

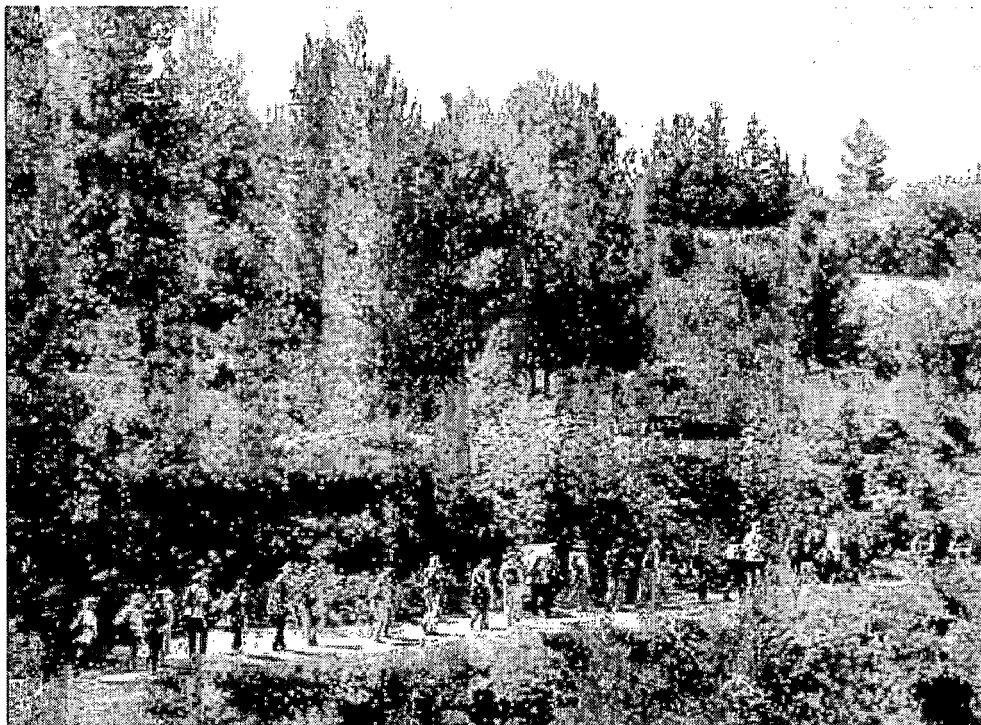
Προβολή: Μέσα που θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την προβολή του οικοτουρισμού είναι εξειδικευμένα περιοδικά (Γεώραμα, Voyager, Ελληνικό Πανόραμα, NATIONAL Geographic), τηλεοπτικές εκπομπές με τη μορφή ντοκιμαντέρ, άμεσο μάρκετινγκ σε οικολογικές οργανώσεις (π.χ. Ορνιθολογική Εταιρία).



1.2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

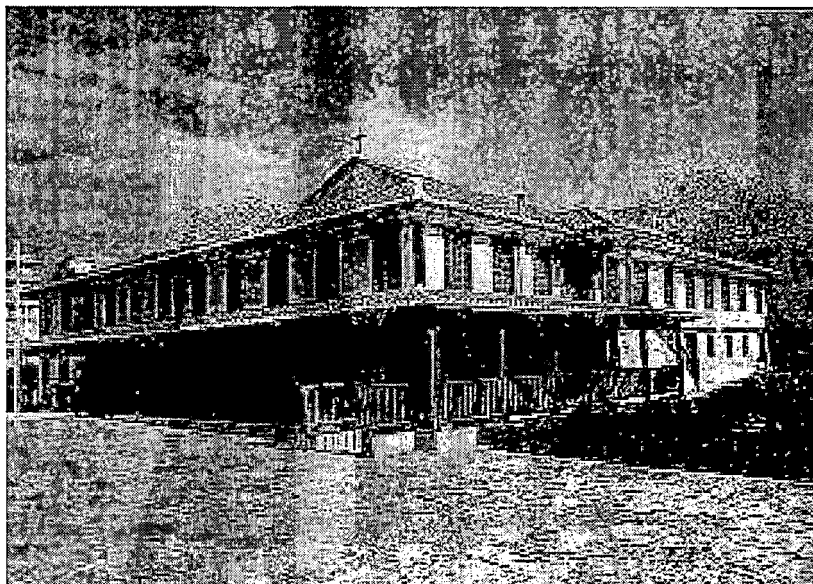
Ο τουρισμός περιπέτειας απευθύνεται σε άτομα που ενδιαφέρονται για επαφή με την φύση σε συνδυασμό με άθληση και περιπέτεια. Ο Νομός Ροδόπης διαθέτει και μπορεί να υποστηρίξει διάφορες δραστηριότητες, όπως καγιάκ, ράφτινγκ, τοξοβολία, ορεινές διαδρομές, αναβάσεις κ.α. Η μορφή αυτή τουρισμού απευθύνεται κυρίως σε νεαρά σε ηλικία άτομα, 18-35 ετών. Η συγκεκριμένη αυτή μορφή τουρισμού έχει το πλεονέκτημα ότι φέρνει σε επαφή τον τουρίστα από νεαρή ηλικία με το τουριστικό προϊόν. Ο τουρίστας έχοντας θετικές αναμνήσεις από κάποιον τουριστικό προορισμό- επιδιώκει να τον ξανά-επισκεφτεί. Επιπλέον, κάποιες μορφές τουρισμού περιπέτειας έχουν επαναλαμβανόμενη μορφή- π.χ. ράφτινγκ κτλ. Μια θετική ενέργεια για αυτό τον σκοπό κρίνεται η δράση που ανάλαβε η Αναπτυξιακή Ροδόπης για τον ορισμό διαδρομών στον ορεινό όγκο.

Προβολή: Επαφές με γραφεία νεότητας, καταστήματα αθλητικών ειδών που συνήθως οργανώνουν εκδρομές τέτοιας μορφής. Μέσω αυτών των εκδρομών, το κοινό - στόχος θα γνωρίσει τον Νομό Ροδόπη ως τουριστικό προορισμό που είναι και ο πρώτος στόχος του επικοινωνιακού πλάνου.



1.2.4 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η μορφή αυτή τουρισμού προσελκύει άτομα συνήθως μεγαλύτερης ηλικίας (50-80 ετών), τα οποία ενδιαφέρονται να επισκεφτούν μοναστήρια πανηγύρια και μουσεία με επίκεντρο την θρησκεία. Ο θρησκευτικός τουρισμός προτείνεται καθώς Νομός Ροδόπης διαθέτει εκκλησιαστικό μουσείο, μοναστήρια (Μαξίμου Κausοκαλύβη, Βαθυρύακος), και εκκλησίες μεγάλου θρησκευτικού ενδιαφέροντος (Μητρόπολη Κομοτηνής, εκκλησίες Μαρώνειας) και αξιόλογα θρησκευτικά πανηγύρια κατά τη θερινή περίοδο. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού στοχεύει στην προσέλκυση κυρίως εσωτερικού τουρισμού και των κατά τύπους ΚΑΠΗ.

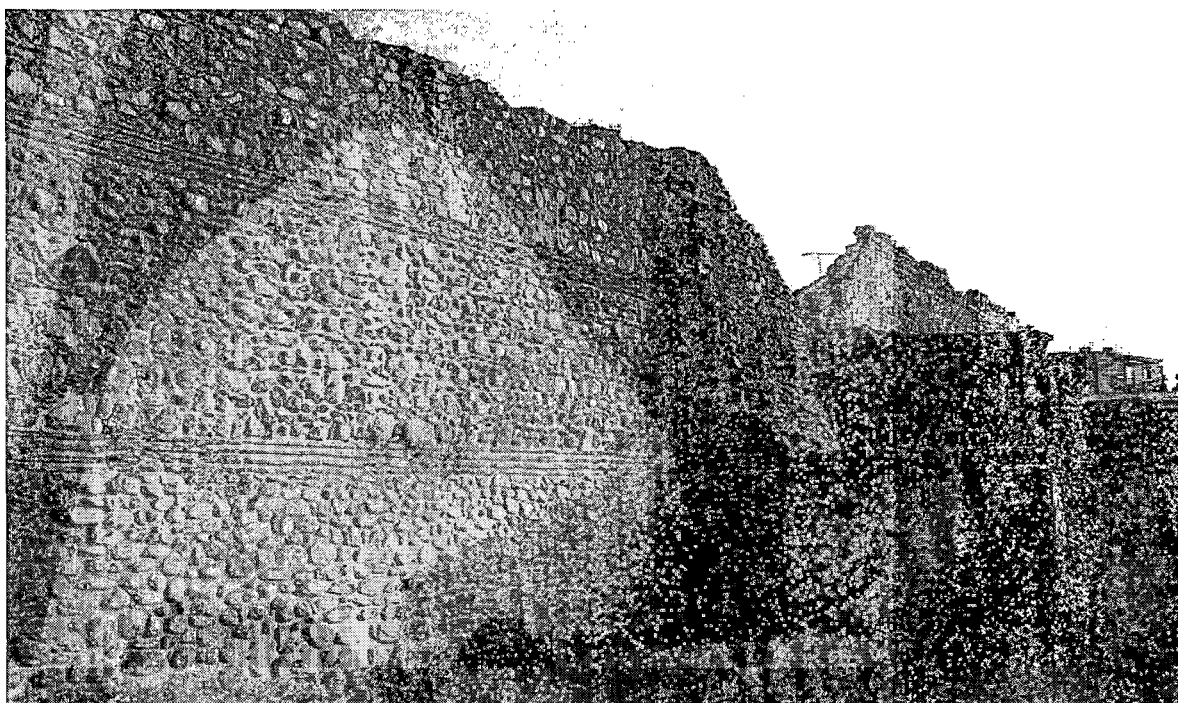


Δράση: Να καταγραφούν οι αξιοποιήσιμες δυνατότητες και ενημερωθούν οι τουριστικοί πράκτορες. Η Μονή Μάξιμου Κausοκαλύβη και η περιοχή Παπίκιου, αν αξιοποιηθούν κατάλληλα, μπορούν να αποτελέσουν επίκεντρο ενδιαφέροντος.

1.2.5 ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Αρχαιολογικός και Πολιτισμικός τουρισμός, απευθύνεται σε άτομα που ενδιαφέρονται να έρθουν περισσότερο σε επαφή με τον πολιτισμό της χώρας που επισκέπτονται. Ο Νομός Ροδόπης μπορεί να καλύψει αυτή την ανάγκη τόσο αναφορικά με τα αρχαιολογικά ευρήματα που υπάρχουν στην περιοχή όσο και με της

ενέργειες για προβολή του σύγχρονου πολιτισμού, ενδεικτικά αναφέρουμε τον αρχαιολογικό χώρο της Μαρώνειας, τις καλοκαιρινές πολιτισμικές εκδηλώσεις του Δήμου Μαρώνειας, συνέδρια του Πανεπιστημίου, τα φεστιβάλ και δρώμενα που διοργανώνονται από πολιτιστικούς συλλόγους, το «Χωριό των Γεύσεων» κ.α.



Εικόνα από τα ερείπια του τετράπλευρου κτιρίου

Προσέλκυση Τουριστών από Όμορους Νομούς

Στους όμορους νομούς έχουν οργανωθεί αξιόλογα τουριστικά θεάματα όπως Γιορτές Παλιάς Πόλης, Καρναβάλι, συνοικία Παλιάς Ξάνθης, ράφτινγκ στο Νέστο, Δαδιά, Δέλτα του Έβρου, παραδοσιακός οικισμός Μεταξάδων, φεστιβάλ Άρδα, φεστιβάλ Σαμοθράκης. Τα θεάματα αυτά οργανώνονται από πολλά έτη και τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει ονομαστά στο πανελλήνιο αλλά και στο εξωτερικό με συνέπεια να συγκεντρώνουν σημαντικότερο αριθμό τουριστών.

Ο Νομός Ροδόπης έναντι αυτών έχει να επιδείξει την παραλία της περιοχής Φαναρίου -Αρωγής (οι όμοροι Νομοί στερούνται παρόμοιας ομορφιάς παραλία) και την περιοχή Μαρώνειας που συνδυάζει αρχαιολογία, ορεινό όγκο, θάλασσα, παραδοσιακό οικισμό, υποδομή σε ξενοδοχεία χώρους διαδρομών, στοιχειώδη υποδομή για τουρισμό περιπέτειας και ενδεχόμενα το σπήλαιο.

Προτείνεται λοιπόν να γίνει προσπάθεια προβολής (και ουσιαστική και ισόρροπη ανάπτυξη με προτεραιότητα των δύο αυτών περιοχών) ώστε να

αποτελέσουν τον πόλο έλξης των τουριστών που επισκέπτονται τους όμορους Νομούς.

Ενδυνάμωση του εσωτερικού τουρισμού με έμφαση τους διερχόμενους τουρίστες.

Η στρατηγική προώθησης θα στοχεύει στις ακόλουθες κατηγορίες αγορών-στόχων κατά σειρά σπουδαιότητας:

Επισκέπτες - διερχόμενοι Κομοτηνής. Η κύρια έμφαση θα δοθεί στην ενημέρωση των επισκεπτών του Νομού στους οποίους περιλαμβάνονται οι διερχόμενοι της Θράκης, οι επισκέπτες των όμορων Νομών, οι φοιτητές του ΔΠΘ και οι γονείς τους, εμπορικοί αντιπρόσωποι, οι συμμετέχοντες σε συνέδρια, εμπορικές εκθέσεις σε περιοχές του Νομού, κλπ.

Για το σκοπό αυτό προτείνονται με προτεραιότητα η συγγραφή εντύπων για τη δωρεάν διανομή, η δημιουργία καναλιών/υποδομής παρακολούθησης και διάθεσης τους και η δημιουργία (και διαρκής ενημέρωση) ιστοσελίδας στο διαδίκτυο.

Οι προτεινόμενες μακροπρόθεσμες δράσεις είναι:

- Διάνοιξη ή βελτίωση υφισταμένης οδού Μαρώνειας - Εγνατίας Οδού
- Βελτίωση δρόμου Άγιος Χαράλαμπος - Μάκρη
- Οδική σύνδεση Φαναρίου Μαρώνειας
- Διαμόρφωση προβλήτας για ελλιμενισμό τουριστικών σκαφών στο λιμάνι Αγ. Χαραλάμπους.
- Ανάδειξη αρχαιολογικού χώρου Μαρώνειας
- Ανάδειξη Ορεινού Όγκου Ροδόπης
- Ίδρυση Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών
- Οργανωμένο Δημοτικό Κάμπινγκ περιοχή Μαρώνειας
- Τουριστικές εγκαταστάσεις στα Πετρωτά
- Μελέτη Παραδοσιακού Οικισμού Πετρωτών
- Πολιτιστικό Κέντρο Κομοτηνής
- Προβολή του Δήμου Ιάσμου σαν επισκέψιμος προορισμός των Νομών Ροδόπης, Ξάνθης

Μικρότερης εμβέλειας δράσεις:

1. Παραδοσιακή οικία Παπαγιάννη (Ιασμος)

Αγορά ή διάθεση παραδοσιακής οικίας και μετατροπή σε Λαογραφικό Μουσείο σε συνεργασία με Πολιτιστικό Σύλλογο Ιάσμου.

2. Λαογραφικό Μουσείο Ξυλαγανής.

Χρηματοδότηση για τη λειτουργία του Μουσείου του Πολιτιστικού Ομίλου Ξυλαγανής (ενδεχόμενα πρόσληψη με σύμβαση μουσειολόγου).

3. Μονή Μαξίμου Κausοκαλύβη.

Παρέμβαση με μικρής κλίμακας βελτίωση και σηματοδότηση δασικού δρόμου που οδηγεί από Μεγάλο Πιστό ή Σώστη μέχρι την είσοδο της Μονής.

4. Μουσείο Παιδείας της εταιρείας Παιδαγωγικών Επιστημών Κομοτηνής.

Μικρή παρέμβαση για την ολοκλήρωση των υποδομών.

Ημεδαπό τουρισμό

Έμφαση θα δοθεί σε κατοίκους της Βόρειας και Κεντρικής Ελλάδας, καθώς για τη συγκεκριμένη κατηγορία αγοράς είναι εύκολη η μετακίνηση στο Νομό Ροδόπης ακόμα και για διακοπές μικρής χρονικής διάρκειας. Παράλληλα διαφημιστική και προωθητική προβολή θα πραγματοποιηθεί και προς τους κατοίκους της Αττικής, καθώς αποτελεί ιδιαίτερα σημαντική αγορά λόγω της μεγάλης συγκέντρωσης πληθυσμού.

Στον ημεδαπό τουρισμό θα προβληθούν όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που παρουσιάστηκαν παραπάνω, με έμφαση στον θρησκευτικό τουρισμό, τον οικοτουρισμό, τον τουρισμό περιπέτειας και τον αγροτουρισμό.

Αλλοδαπό τουρισμό. Οι χώρες που προτείνονται να χρησιμοποιηθούν ως αγορές στόχοι είναι η Γερμανία, η Βρετανία, η Ιταλία, η Ολλανδία, η Τουρκία, η Βουλγαρία. Στον αλλοδαπό τουρισμό θα προβληθούν όλες οι μμορφές εναλλακτικού τουρισμού που παρουσιάστηκαν παραπάνω εκτός του θρησκευτικού τουρισμού. Οι αγορές της Γερμανίας και Βρετανίας προτείνονται καθώς αποτελούν παραδοσιακές αγορές τόσο για την Ελληνική αγορά όσο και για την αγορά της ΑΜΘ με σημαντική εισροή τουριστών κάθε χρόνο. Θα πρέπει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί ότι μελλοντικά παρουσιάζονται τάσεις για περιορισμό της προτίμησης της Ελλάδας από τουρίστες προερχόμενοι από την Γερμανία και την Βρετανία. Αυτό σημαίνει ότι ο Νομός Ροδόπης μακροπρόθεσμα θα πρέπει να αναζητήσει νέες αγορές και να μην βασίζεται αποκλειστικά στη Γερμανία και τη Βρετανία.

Παράλληλα οι χώρες αυτές επιλέχθηκαν καθώς οι τομείς του οικοτουρισμού και αγροτουρισμού είναι αρκετά δημοφιλείς στις συγκεκριμένες αγορές. Η Ιταλία προτείνεται ως αγορά στόχος καθώς οι Ιταλοί τουρίστες ενδιαφέρονται για τουρισμό περιπέτειας και οικοτουρισμό, ενώ παράλληλα τους ενδιαφέρει να έρθουν σε επαφή με τον πολιτισμό της χώρας που επισκέπτονται. Επιπλέον, ο Νομός Ροδόπης αποτελεί έναν προορισμό αρκετά περιορισμένου κόστους, στοιχείο που εκτιμάται από τους Ιταλούς τουρίστες.

Τέλος η Ολλανδία προτείνεται καθώς έχουν ήδη πραγματοποιηθεί κάποιες κινήσεις από την Περιφέρεια ΑΜΘ για την προσέλκυση Ολλανδών τουριστών. Αποτέλεσμα αυτών των κινήσεων ήταν η ύπαρξη συμφωνίας για απευθείας πτήσεις CHARTER από την Ολλανδία προς το αεροδρόμιο της Αλεξανδρούπολης. Ο Νομός Ροδόπης θα πρέπει να εντείνει τις προσπάθειες της να γίνει γνωστή στην Ολλανδία προκειμένου να γίνει πλήρη εκμετάλλευση της συγκεκριμένης συμφωνίας. Ο αριθμός των τουριστών προερχόμενοι από την Τουρκία και Βουλγαρία που επιλέγουν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό αυξάνεται συνεχώς τα τελευταία χρόνια. Οι τουρίστες αυτοί επιζητούν την ποιότητα στις προσφερόμενες υπηρεσίες, το χαμηλό κόστος ενώ παράλληλα ενδιαφέρονται για αρχαιολογικούς χώρους και φυσικό περιβάλλον. Μεσοπρόθεσμα, ο Νομός Ροδόπης θα μπορούσε να διερευνήσει την δυνατότητα προσέλκυσης τουριστών από τις δύο αυτές χώρες. Επειδή υπάρχει σε εξέλιξη οργανωμένη προσπάθεια εκ μέρους της ΠΑΜΘ για την προβολή της ευρύτερης περιοχής στο εξωτερικό και μία παράλληλη προσπάθεια εκ μέρους της Νομαρχίας εκτός που θα στοιχίσει οικονομικά δεν αναμένεται να έχει αποτελέσματα πολύ πιο θεαματικά από το αποτέλεσμα των προσπαθειών της ΠΑΜΘ, προτείνεται η Νομαρχία Ροδόπης να έλθει αρωγός στην προσπάθεια της ΠΑΜΘ με δημιουργία ξενόγλωσσων εντύπων πληροφόρησης για τον Νομό και ενεργή συμμετοχή στις εκθέσεις της με παράλληλη και ουσιαστική ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών της περιοχής του Νομού.

1.3 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ & ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Σκοπός του επικοινωνιακού πλάνου για την τουριστική προβολή του Νομού Ροδόπης είναι η επέκταση, η ανάπτυξη και η αναβάθμιση του τουριστικού τομέα

στην συγκεκριμένη περιοχή. Πιο συγκεκριμένα, ο στόχος του τουριστικού πλάνου για το Νομό Ροδόπη αναλύεται στους εξής επιμέρους στόχους:

- Γνωστοποίηση των αξιοθέατων του Νομού Ροδόπης στους διερχόμενους από αυτόν με ιδιαίτερη έμφαση τους φοιτητές του ΔΠΘ και τους γονείς τους (καθόσον οι παραπάνω ομάδες αποτελούν πρέσβεις του Νομού σε όλη την Ελλάδα) και στους όμορους Νομούς.
- Γνωστοποίηση του Νομού Ροδόπης στο κοινό στόχο της Ελλάδας και του εξωτερικού.
- Αύξηση των επισκεπτών σε μουσεία, αρχαιολογικές εγκαταστάσεις, περιοχή Μαρώνειας, περιοχή Φαναρίου κατά τουλάχιστον 20- 40% την προσεχή πενταετία.
- Αύξηση του εισερχόμενου Ελληνικού τουρισμού στο Νομό Ροδόπης, κατά 5-10% κατά έτος.
- Αύξηση του εισερχόμενου από το εξωτερικό τουρισμού στο Νομό Ροδόπης, κατά 2-3% κατά έτος.
- Επέκταση της τουριστικής περιόδου.
- Δημιουργία υποδομών στον ορεινό όγκο.
- Δημιουργία ταυτότητας.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων απαιτείται η διενέργεια των ακόλουθων ενεργειών:

- Σχεδιασμός στρατηγικής προώθησης, προβολής και διαφήμισης του Νομού Ροδόπης
- Σχεδιασμός στρατηγικής προώθησης, προβολής και διαφήμισης της Θράκης με σημαντικό ποσοστό για το Νομό Ροδόπης ως πακέτο τουριστικό
- Δημιουργία και προβολή νέων προϊόντων - π.χ. περιοχή Μαρώνειας, περιοχή Φαναρίου, οικολογικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, τοπικά προϊόντα, κ.α.
- Αύξηση του ενδιαφέροντος των πολιτών του Νομού για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής
- Δημιουργία Σχολής τουριστικών επαγγελματιών για την υποστήριξη τουριστικών δραστηριοτήτων στο Νομό και την υπόλοιπη ΑΜΘ
- Προβολή του Νομού Ροδόπης ως τουριστικό προϊόν στους πολίτες της περιοχής αυτής με στόχο την ευαισθητοποίηση τους σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης και την απόκτηση τουριστικής συνείδησης. Για να επιτύχει το τουριστικό πλάνο απαιτείται η συνεργασία των πολιτών, καθώς η έννοια του τουρισμού δεν αναφέρεται μόνο σε

όμορφο φυσικό περιβάλλον αλλά και στην ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται.

Η έννοια της τουριστικής ανάπτυξης, ενδέχεται να δημιουργήσει αρνητικά συναισθήματα στους πολίτες του Νομού, καθώς δημιουργούνται φόβοι διατάραξης του φυσικού περιβάλλοντος και της ηρεμίας που απολαμβάνουν. Μέσω του επικοινωνιακού πλάνου επιδιώκεται η ενημέρωση των πολιτών για τις ενέργειες που θα πραγματοποιηθούν στα πλαίσια του προγράμματος τα οποία θα διασφαλίζουν την οικολογική και περιβαλλοντική προστασία της περιοχής. Σκοπός είναι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής να γίνει αποδεκτή από τους πολίτες έτσι ώστε να συμβάλλουν και αυτοί με την σειρά τους στην ανάπτυξη της περιοχής.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων και την υλοποίηση των ενεργειών που αναφέρονται απαιτείται η θεσμοθέτηση Υπηρεσίας Τουρισμού της Νομαρχίας και ενεργοποίηση της Εταιρίας Τουρισμού της ΠΑΜΘ, της τοπικής Ένωσης Ξενοδόχων, των τοπικών φορέων, των πολιτιστικών συλλόγων καθώς και της αρμόδιας τουριστικής αρχής σε εθνικό επίπεδο (ΕΟΤ).

1.3.1 ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Ο πρώτος στόχος του διαφημιστικού πλάνου είναι η γνωστοποίηση και πληροφόρηση του κοινού για τις δυνατότητες που προσφέρει ο Νομός Ροδόπης ως τουριστικός προορισμός. Ανάλογα με το κοινό στόχο, διαμορφώνεται διαφορετικά το διαφημιστικό πρόγραμμα έτσι ώστε να ανταποκρίνεται περισσότερο αποτελεσματικά στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε αγοράς στόχου. Ο δεύτερος στόχος του διαφημιστικού πλάνου είναι (αφού προηγηθεί συνεργασία και ομοψυχία μεταξύ των αρμόδιων φορέων όλων των Νομών της Θράκης) η γνωστοποίηση και πληροφόρηση του κοινού για τις δυνατότητες που προσφέρει η Θράκη ως τουριστικός προορισμός. Ανάλογα με το κοινό στόχο, διαμορφώνεται διαφορετικά το διαφημιστικό πρόγραμμα έτσι ώστε να ανταποκρίνεται περισσότερο αποτελεσματικά στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε αγοράς στόχου.

Η γνωστοποίηση - προβολή της περιοχής ως τουριστικού προορισμού αποτελεί το πρώτο στόχο του επικοινωνιακού πλάνου, καθώς από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει ότι η πλειοψηφία του κοινού- ελληνικού και αλλοδαπού- δεν

αξιολογεί τη Θράκη και κατ' επέκταση το Νομό Ροδόπης ως πιθανό προορισμό για την πραγματοποίηση των διακοπών του.

1.3.2 ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο συγκεκριμένος στόχος ακολουθεί τη γνωστοποίηση του Νομού ως τουριστικού προορισμού, καθώς πρώτα απαιτείται ο τουρίστας να πληροφορηθεί για την περιοχή και έπειτα να αποφασίσει να την επισκεφτεί. Αύξηση των επισκέψεων σε αξιοθέατα τουριστικές εγκαταστάσεις των "επισκεπτών - διερχομένων" του Νομού θα πρέπει να αναμένεται αμέσως μετά τη διανομή των εντύπων που προτείνονται, ενώ στον εισερχόμενο τουρισμό θα πρέπει να αναμένεται ένα με δύο χρόνια μετά από την πρώτη εφαρμογή του επικοινωνιακού πλάνου.

Αυτό αναφέρεται καθώς το κοινό - στόχος θα πρέπει πρώτα να εκτεθεί στην πληροφόρηση, να την επεξεργαστεί και έπειτα να πάρει την απόφαση επίσκεψης στην περιοχή. Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι τα αποτελέσματα της προβολής και επικοινωνίας θα «φανούν» αργότερα στον αλλοδαπό τουρισμό απ' ότι στον εσωτερικό. Αυτό συμβαίνει καθώς ο αλλοδαπός θα πρέπει να «πειστεί» ότι η συγκεκριμένη περιοχή έχει να του προσφέρει αυτά που αναζητά από τις διακοπές του. Σε αυτό συμβάλει σημαντικά το γεγονός ότι το κόστος της «δοκιμής» για τον αλλοδαπό τουρίστα είναι πολύ μεγαλύτερο από το κόστος «δοκιμής» για τον εσωτερικό τουρίστα.

1.3.3 ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ

Η περιοχή του Νομού Ροδόπης, όπως και σχεδόν το σύνολο των περιοχών της Ελλάδας, παρουσιάζει τουριστική κίνηση κυρίως κατά την περίοδο του καλοκαιριού. Σε αντίθεση όμως με κάποιες περιοχές της Ελλάδας- όπως τα νησιά-ο Νομός Ροδόπης έχει την δυνατότητα να προσελκύσει τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, λόγω της ύπαρξης του Πανεπιστημίου (φοιτητές, γονείς τους, συνέδρια) της ιδιομορφίας που παρουσιάζει- ορεινός όγκος, μουσουλμάνοι, αλλά και μπορεί να προσελκύσει τουρισμό από τους όμορους νομούς της Ξάνθης κατά τις γιορτές Παλιάς Πόλης, Καρναβάλι και της Αλεξανδρούπολης κατά την καλοκαιρινή περίοδο, κ.α.

Για να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος για την περιοχή θα πρέπει να προβληθούν και να γνωστοποιηθούν στο κοινό οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού

που παρέχει ο Νομός, με ιδιαίτερη έμφαση σε αυτές που προσελκύουν τουρισμό σε περιόδους πέραν του καλοκαιριού. Τέτοιες δραστηριότητες είναι ο Συνεδριακός τουρισμός, το σπορ του κυνηγιού, ο τουρισμός περιπέτειας, ο λαογραφικός- π.χ. ορειβατικός, οδοιπορικός όπου η καλύτερη περίοδος είναι αυτή της άνοιξης, αγροτουρισμός - που μπορεί να προσελκύσει τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους κ.α.

1.3.4 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΝΟΜΟ ΡΟΔΟΠΗΣ

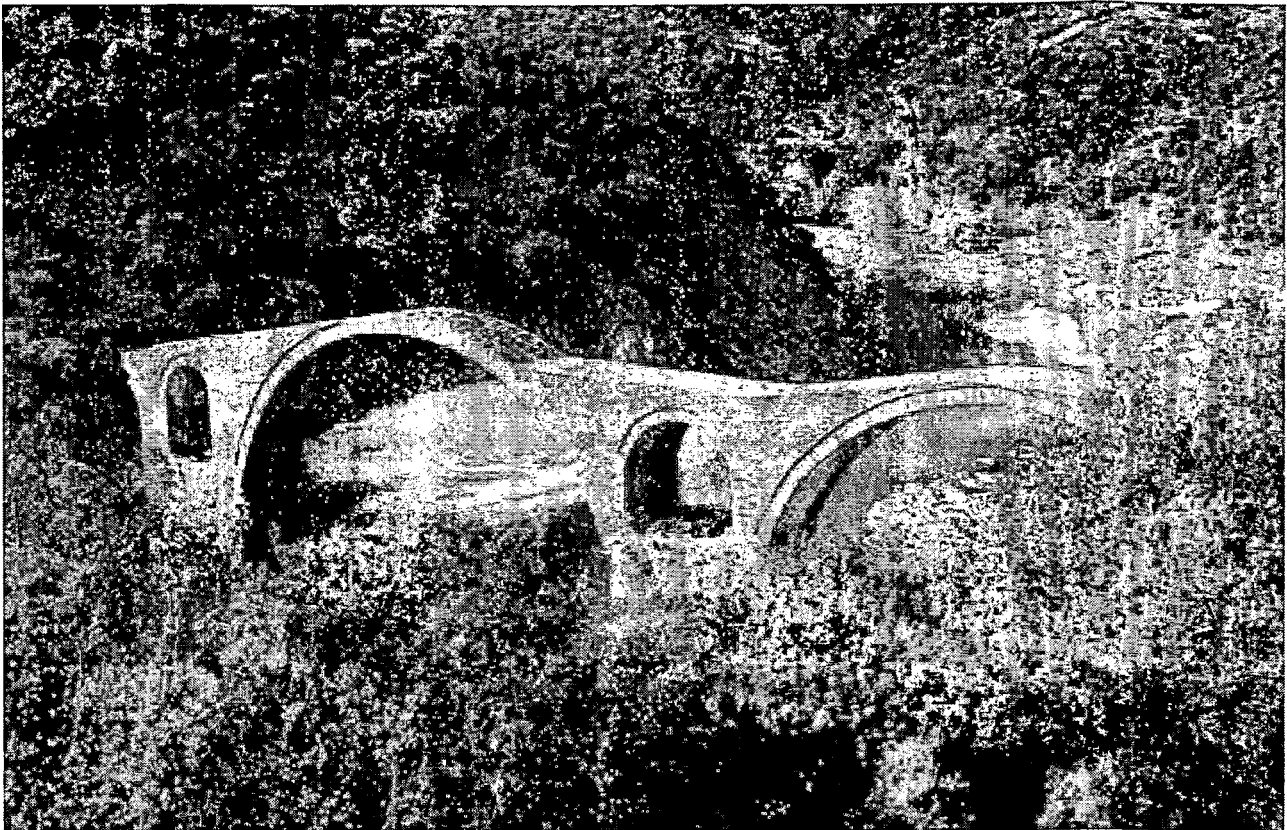
Η δημιουργία ταυτότητας για το Νομό Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο προκειμένου να εξασφαλιστούν τα εξής στοιχεία:

- Να αυξήσει την αναγνωσιμότητα του Νομού Ροδόπης ως προορισμό τόσο στους τουρίστες όσο και στους τουριστικούς πράκτορες
- Τοποθέτηση του Νομού και της Θράκης στην τουριστική αγορά έναντι των ανταγωνιστικών τουριστικών προορισμών
- Να λειτουργήσει ως κεντρικό σημείο της διαφημιστικής προβολής

Η δημιουργία αναγνωρίσιμης ταυτότητας (και η διατήρησή της ως ενιαίας φιλοσοφίας προβολής) περιλαμβάνει την δημιουργία slogan (πχ Ροδόπη η χώρα του Ορφέα) και λογότυπου, τα οποία θα χρησιμοποιηθούν για την προωθητική προβολή του Νομού ως τουριστικό προορισμό. Η δημιουργία αναγνωρίσιμης ταυτότητας περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

- Δημιουργία ταυτότητας προϊόντος. Η ταυτότητα περιλαμβάνει στοιχεία όπως το logo του προγράμματος, το σλόγκαν που χρησιμοποιείται, τα χρώματα, και το γενικότερο ύφος του μηνύματος.
- Αναγνωσιμότητα της ταυτότητας, η οποία επιτυγχάνεται με την διατήρηση της ίδιας εικόνας και μορφής σε όλες τις μορφές επικοινωνίας του συγκεκριμένου προγράμματος.
- Τοποθέτηση (positioning) της ταυτότητας στο μυαλό του καταναλωτή, το οποίο επιτυγχάνεται με τον τρόπο διαμόρφωσης του διαφημιστικού μηνύματος και την τακτική επανάληψη του στα διάφορα μέσα επικοινωνίας.

Κατά τον ίδιο τρόπο η τουριστική προβολή της Θράκης θα πρέπει να αποκτήσει έναν ενιαίο τρόπο προβολής, με σκοπό την αύξηση της αποτελεσματικότητας της προβολής.



1.4 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΚΟΝΑΣ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ.

Βρετανία

Η ισχυρή Εικόνα που θα μεταφερθεί μέσα από έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα καθώς και μέσα από την επικοινωνία προσώπων θα πρέπει να προσεγγίζει τα ενδιαφέροντα διοικητικών και ανώτερων υπαλλήλων, ατόμων ηλικίας 25-55 ετών. Κύριο θέμα θα πρέπει να είναι η διεθνής μοναδικότητα της παρθένας φύσης στην περιοχή. Παράλληλα θα πρέπει να συμπληρώνεται η Εικόνα του μοναδικού ανεξερεύνητου παρθένου προορισμού στα τελευταία Ευρωπαϊκά προπύργια, με

στοιχεία πλούσιων δραστηριοτήτων ενασχόλησης όπως τα επιθυμητά σπόρ (πεζοπορία, θαλάσσια σπορ, γκολφ ιππασία, σπορ, κρουαζιέρες, αρχαιολογία, λαογραφία).

Προσοχή θα πρέπει να δοθεί στο τρόπο παρουσίασης του ξενοδοχειακού προϊόντος, ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί κατά την προβολή στο οδικό δίκτυο και στον εξοπλισμό των καταλυμάτων με ευκολίες σε επικοινωνιακά μέσα και επαγγελματικά εργαλεία (ύπαρξη FAX, πρόσβαση στο Internet, ύπαρξη PC) καθώς και στην ενημέρωση των επισκεπτών σχετικά με την ύπαρξη λογικών τιμών στις εν γένει τουριστικές υπηρεσίες.

Γερμανία

Η Εικόνα των θεματικών προβολής του προορισμού θα πρέπει να εστιάζει στην ανάγκη για επαφή με το περιβάλλον καθώς και στις σχετικές ευεργετικές για τον επισκέπτη ωφέλειες που προκύπτουν από μια επίσκεψη στον προορισμό. Θέματα Προβολής που εστιάζουν στην σύγκριση μεταξύ των καταστάσεων «πριν και μετά την έλευση» με έμφαση όπως η ξεκούραση, απόλυτη διαφυγή και ανακούφιση από την καθημερινή ρουτίνα καθώς και δραστηριότητες όπως κολύμβηση, πεζοπορία, θάλασσα, ηλιοθεραπεία και επισκέψεις σε θεματικά, φυσικά, πολιτιστικά και τεχνητά Πάρκα, επαυξάνουν την ελκυστικότητα της Θεματικής του προβαλλόμενου Τουριστικού Προϊόντος.

Επίσης στοιχεία μοναδικά όπως π.χ η περιήγηση στον αρχαιολογικό τόπο της Μαρώνειας, μνημεία βυζαντινού και ισλαμικού χαρακτήρα με εγκαταστάσεις και εξυπηρετήσεις που διασφαλίζουν την ανακούφιση στους εν δυνάμει επισκέπτες και βοηθούν στην διαφυγή και αλλαγή των παραστάσεών τους, θα ενίσχυαν την μοναδικότητα του προορισμού. Εξυπηρετήσεις που αφορούν την άτομα πάνω από 50 ετών (όπως γεύμα για διαβητικούς, για άτομα με χοληστερίνη, καρδιακούς, προσβάσεις για άτομα με καροτσάκια, ενημέρωση για ύπαρξη ιατρικής υπηρεσίας, φυλλάδια και πληροφορίες σήμανσης με μεγαλύτερα ευανάγνωστα γράμματα κ.ά) καθώς και την ψυχαγωγία, απασχόληση και κατάρτιση των παιδιών μικρής ηλικίας, αποτελούν επιπρόσθετες προβαλλόμενες πληροφορίες που βελτιώνουν το επίπεδο προσφερόμενης Αξίας από πλευράς προορισμού. Συνήθως τα άτομα αυτά κατοικούν σε προαστιακές ζώνες και η προβολή θα πρέπει να γίνεται μέσω επιλογών ΜΜΕ που έχουν υψηλή εμβέλεια απόδοσης στις ζώνες αυτές.

Ιταλία

Οι κύριες ενότητες προβαλλόμενων θεματικών θα πρέπει να εστιάζουν σε στοιχεία ανακούφισης- ξεκούρασης και πολιτιστικών αναζητήσεων κατά την διάρκεια των διακοπών. Ρωμαϊκά ιστορικά αξιοθέατα και λαϊκή κουλτούρα-τέχνη της περιοχής μπορούν να αποτελέσουν το μοναδικό ανταγωνιστικό έρεισμα για την δημιουργία μιας επιθυμητής-θετικής εικόνας για τον προορισμό του Νομού Ροδόπης. Παράλληλα η προβολή του χαμηλού κόστους διαβίωσης και των παρεχόμενων τουριστικών αγαθών σε λογικά επίπεδα, καθώς και ο εμπλουτισμός των προβαλλόμενων θεματικών με στοιχεία που αφορούν επισκέψεις αρχαιολογικών χώρων, πολιτιστικές δραστηριότητες, και δραστηριότητες πεζοπορίας, ορειβασίας, θαλάσσιου αθλητισμού, ενισχύουν την Εικόνα του Προορισμού. Τα προβαλλόμενα θέματα θα πρέπει να ελκύουν τα ενδιαφέροντα ατόμων ηλικίας 30-50 ετών και θα πρέπει οι δραστηριότητες Προβολής να προσανατολίζεται γεωγραφικά προς στις βόρειες περιοχές της Ιταλίας.

Ολλανδία

Στο Ν. Έβρου επαναδραστηριοποιήθηκε η σύνδεση με γραμμή τσάρτερ κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Το πακέτο επίσκεψης είναι εβδομαδιαίο και περιλαμβάνει επισκέψεις σε όλο το νομό. Κατά την τρέχουσα περίοδο (καλοκαίρι 2004) έχουν δρομολογηθεί 12-18 πτήσεις των 108 ατόμων με χαρακτηριστικό την ύπαρξη εναλλακτικών πακέτων επισκέψεων κατά τη διάρκεια της παραμονής των επισκεπτών. Η δυνατότητα διαφυγής και προς τον Ν. Ροδόπης δεν είναι ανέφικτη. Απαιτείται όμως προβολή και ενημέρωση των Ολλανδών tour operators. Η συμμετοχή στην διεθνή έκθεση της Ουτρέχτης και η συνεργασία με την Διευρυμένη Τοπική Αυτοδιοίκηση Έβρου Ροδόπης είναι επιβεβλημένη.

Τουρκία

Η ύπαρξη της μουσουλμανικής μειονότητας στο Νομό μπορεί να αποτελέσει συνδετικό κρίκο στην προσέλκυση τουριστών από τη γείτονα χώρα. Η παραδοσιακή φιλοξενία, η ύπαρξη σημαντικού αριθμού τουρκόφωνων, η εγγύτητα της απόστασης, η επίσκεψη συγγενών μπορεί να αποτελέσουν σημεία επαφής της προσέλκυσης εκτός βέβαια από τις παραλίες, την παράδοση, τη φύση κ.τ.λ . Η ενημέρωσή τους μπορεί να γίνει μέσω των Περιπτέρων Αναψυχής που θα ιδρυθούν κατά μήκος της Εγνατίας οδού, μέσω διαφημιστικής εκστρατείας αλλά και κυρίως μέσω των επαφών των

διαφόρων φορέων, επιμελητηρίων που συνεργάζονται με ομοειδείς της Τουρκίας και συμμετοχής σε εκθέσεις. Χωρίς να παραβλεφθούν τυχόν αντιδράσεις ακραίων στοιχείων, θεωρείται ότι θα πρέπει να μελετηθεί η προοπτική στροφής προς την αγορά της Τουρκίας για προσέλκυση αλλοδαπού τουρισμού κύρια λόγω της εγγύτητας της απόστασης. Ο Ν. Καβάλας έχει κάνει ορισμένα βήματα στον τομέα αυτό και η εμπειρία του πρέπει να αξιοποιηθεί. Η λειτουργία σταθμού ανεφοδιασμού αναψυχής στην Εγνατία Οδό και πλησίον της Κομοτηνής μπορεί να βοηθήσει την ενημέρωση των διερχομένων που κατευθύνονται από/προς Τουρκία ο αριθμός των οποίων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους δεν είναι ευκαταφρόνητος.

Βουλγαρία

Η άλλη γείτονα χώρα, παρά τα οικονομικά προβλήματα που έχει, παρουσιάζει στοιχεία υψηλού εσωτερικού τουρισμού που μπορούν να στραφούν προς το Νομό μας. Η μελλοντική διάνοιξη της κάθετου οδού από Νυμφαία θα συντελέσει στη δημιουργία κίνησης τουριστών προς τη θάλασσα. Η ύπαρξη από την άλλη μεριά σλαβόφωνων (ομογενείς, πόντιοι, κλπ) στο Νομό μπορεί να βοηθήσει την επαφή μαζί τους για την προσέλκυση και κατά τη διάρκεια της εδώ παραμονής. Μέχρι τη διάνοιξη του άξονα Νυμφαίας δεν μπορούμε να ελπίζουμε σε θεαματικά αποτελέσματα.

Ελληνική Αγορά - Στόχος

Στοιχεία και θεματικές που αναφέρονται σε εμπειρίες διαφυγής από την καθημερινότητα, θεματικές με παραστάσεις ταξιδιών αναψυχής σε λίμνες και ποτάμια, προσελκύουν το ενδιαφέρον των πολυάσχολων αστών. Παράλληλα στοιχεία όπως τοπία με φυσική ομορφιά, ο ήλιος, η θάλασσα και η έντονη νυχτερινή ζωή και διασκέδαση και η παραδοσιακή τοπική κουζίνα αποτελούν στοιχεία προτιμώμενων δραστηριοτήτων.

Η οργανωμένη τουριστική υποδομή σε καταλύματα, κέντρα υγείας και προσβάσεις, η παρθένα φύση και οι δραστηριότητες στην φύση αποτελούν μαζί με την τοπική ζωή, την πολιτιστική κληρονομιά και τους παραδοσιακούς οικίσκους, τις περιηγήσεις σε παραδοσιακά δρομάκια και ορεινά μονοπάτια και την Λαογραφία, τις κύριες θεματικές εμπλουτισμού της προβαλλόμενης θεματικής ενότητας. Τα στοιχεία της αγοράς έχουν δείξει ότι οι ημεδαποί τουρίστες προτιμούν κυρίως τους προορισμούς, Πήλιο, Όλυμπο-Λιτόχωρο, Ζαγόρια, Ζαγοροχώρια και Πάπιγγκο,

Ήπειρος, Νυμφαίο και Μετέωρα για την φυσική τους ομορφιά, το περιβάλλον, τα δάση, την εναλλαγή πρασίνου και θάλασσας, το τοπίο, το χιόνι, την γραφικότητα, τους παραδοσιακούς οικισμούς, τα σπήλαια την βλάστηση και το πολύ πράσινο. Οι προβαλλόμενες θεματικές θα πρέπει να περιέχουν όσο το δυνατό περισσότερα στοιχεία που αντιπροσωπεύουν τα παραπάνω θέλγητρα, παρακίνησης των εν δυνάμει επισκεπτών.

Οι κυρίες αγορές είναι η Θεσσαλονίκη, Αθήνα καθώς και άλλα σημαντικά αστικά κέντρα όπως η Πάτρα, ο Βόλος και η Λάρισα. Τα άτομα αυτά συνήθως υψηλού μορφωτικού επιπέδου, κατοικούν στα αστικά κέντρα και προτιμούν τις διακοπές ολιγοήμερης διαφυγής από την καθημερινή αστική πραγματικότητα καθ' όλη την διάρκεια του έτους (π.χ κατά τα τριήμερα). Τα κύρια επαγγέλματα τους είναι, Ιδιωτικοί και Δημόσιοι Υπάλληλοι καθώς και φοιτητές και σπουδαστές που αποτελούν μια ιδιαίτερη κατηγορία εν δυνάμει επισκεπτών.

1.5 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Η διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού διαφημιστικού προγράμματος προϋποθέτει την ύπαρξη εξειδικευμένων και μετρήσιμων στόχων που θα επιτευχθούν μέσω αυτού. Ως εκ τούτου οι διαφημιστικοί στόχοι στηρίζονται και εκπορεύονται από τους στόχους του επικοινωνιακού προγράμματος και διατυπώνονται συγκεκριμένα. Οι στόχοι του επικοινωνιακού πλάνου για την τουριστική προβολή της γεωγραφικής του Νομού Ροδόπης διαμορφώνονται ως εξής:

- Γνωστοποίηση της γεωγραφικής περιοχής στους ταξιδιωτικούς πράκτορες του εξωτερικού και του εσωτερικού και στο ευρύτερο κοινό (εσωτερικού και εξωτερικού), σε μμαθητές σχολείων της υπόλοιπης Ελλάδας και τα κατά τόπους ΚΑΠΗ. Παράλληλα επιδιώκεται η επέκταση της τουριστικής περιόδου μέσα από γνωστοποίηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που προσφέρει η περιοχή. Η γνωστοποίηση της περιοχής στους ταξιδιωτικούς πράκτορες της Ελλάδας αναμένεται να ανέλθει στο 60 %, του εξωτερικού (αγορές- στόχος) στο 40 %, ενώ στο ευρύτερο κοινό στο 25 % (ημεδαποί των περιοχών στόχων) και 10 % (αλλοδαποί των χωρών-στόχων)
- Προβολή των αξιοθέατων και τουριστικών εγκαταστάσεων στους διερχόμενους του Νομού

- Προβολή του Νομού Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού στο κοινό της Ελληνικής Περιφέρειας
- Προβολή του Νομού Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού σε τουρίστες χωρών του εξωτερικού

1.6 ΚΟΙΝΟ - ΣΤΟΧΟΣ

Το κοινό - στόχος στο οποίο απευθύνεται το διαφημιστικό πλάνο χωρίζεται στις εξής κατηγορίες:

Διερχόμενους του Νομού: Με τον όρο αυτό αναφερόμαστε στα άτομα ή ομάδες ατόμων που διέρχονται από το Νομό για άλλους προορισμούς, τους φοιτητές του Δ.Π.Θ. και τους γονείς τους, συνέδρους, τους κατοίκους των όμορων Νομών, τους παραμένοντες για επαγγελματικούς λόγους στο Νομό. Οι παραπάνω ομάδες είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας τουριστικής κίνησης στην περιοχή του Νομού και σε αυτούς θα πρέπει να απευθυνθεί η προβολή της περιοχής και των τουριστικών δυνατοτήτων της.

Επισκέπτες Όμορων Νομών: Οι επισκέπτες από τους όμορους Νομούς επισκέπτονται τη Ροδόπη για λόγους θαλάσσιου τουρισμού κατά τους θερινούς μήνες και για λόγους εναλλαγής, διασκέδασης ή εστίασης τους υπόλοιπους. Η προβολή των παραπάνω δυνατοτήτων καθώς και των πολιτιστικών δραστηριοτήτων του Νομού μέσω εντύπων και των τοπικών ΜΜΕ μπορεί να αυξήσει σημαντικά την κίνηση εκδρομέων.

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημανθεί ότι η πολιτική οικονομίας που ακολουθεί η ΕΡΑ Κομοτηνής την καθιστά αδύναμη να μεταδίδει το σήμα της εκτός των ορίων του Νομού με συνέπεια την αδυναμία της προβολής πολιτιστικών εκδηλώσεων και δρωμένων που διεξάγονται εντός του. Επειδή οι εκδηλώσεις και οι υποδομές του Ν. Ροδόπης είναι προσαρμοσμένη στα ενδιαφέροντα του ντόπιου κοινού και οι πολίτες των όμορων Νομών έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα και χαρακτηριστικά εκτιμάται ότι η προσέλευσή του πρέπει να αποτελεί κύριο στόχο.

Γραφεία τουρισμού: Με τον όρο αυτό αναφερόμαστε σε γραφεία τουρισμού (tour operators) τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Οι tour operators καταρτίζουν τουριστικά προγράμματα για ποικίλους προορισμούς τα οποία είτε πωλούν απευθείας στους καταναλωτές- πολίτες είτε διαθέτουν τα προϊόντα αυτά σε τουριστικά γραφεία.

Ευρύ κοινό: Το συγκεκριμένο κοινό- στόχος αναφέρεται σε πολίτες/ τουρίστες τόσο της Ελλάδας όσο και του εξωτερικού, οι οποίοι σχεδιάζουν μόνοι τους τις διακοπές και περιηγήσεις τους, χωρίς να απευθυνθούν σε κάποιο τουριστικό πρακτορείο για τον σκοπό αυτό. Παράλληλα στο ευρύ κοινό περιλαμβάνονται και τουρίστες εξειδικευμένων μμορφών τουρισμού, όπως αρχαιολογικός και θρησκευτικός ή λαογραφικός τουρισμός, κ.α.

Σε όλες τις περιπτώσεις θα πρέπει το κοινό- στόχος να συγκεκριμενοποιείται και να «ακτινοσκοπείται» έτσι ώστε να αυξάνεται η αποτελεσματικότητα του διαφημιστικού πλάνου. Με τον όρο «ακτινοσκόπηση» αναφερόμαστε σε έρευνες που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν προκειμένου να συγκεντρωθούν στοιχεία αναφορικά με τους ακόλουθους τομείς:

- Αγορές του εξωτερικού που παρουσιάζουν καλύτερες προοπτικές για προσέλκυση τουρισμού στην περιοχή του Νομού Ροδόπης, π.χ. Τουρκία, Βουλγαρία, Γερμανία, Βρετανία κ.α.
- Χαρακτηριστικά τουριστικού πληθυσμού ανάλογα με την κατηγορία τουριστικού προϊόντος, π.χ. χαρακτηριστικά τουριστών που θα ενδιαφέρονταν για οικολογικό ή θρησκευτικό τουρισμό.
- Συνήθειες ως προς τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (τι βλέπει, τι ακούει, τι διαβάζει το εκάστοτε κοινό- στόχος)

Με βάση τα ειδικά χαρακτηριστικά και το «συγκεκριμένο» κοινό κάθε φορά γίνεται η επιλογή των μέσων μαζικής ενημέρωσης που θα χρησιμοποιηθεί προκειμένου να επιτευχθούν οι διαφημιστικοί στόχοι που τέθηκαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

2.1. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΕ ΗΜΕΔΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

2.1.1 ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΤΥΠΩΝ

Από την ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης του τουρισμού στο Νομό Ροδόπης, προκύπτει ότι το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών στην περιοχή είναι ιδιαίτερα περιορισμένο σε σχέση με τον ημεδαπό τουρισμό. Η διαμόρφωση των διαφημιστικών και προωθητικών δαπανών θα πρέπει να γίνει λαμβάνοντας υπόψη το στοιχείο αυτό, δίνοντας δηλαδή μεγαλύτερη έμφαση βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα στην προβολή -προώθηση προς τους ημεδαπούς τουρίστες.

Επιγραμματικά οι προτεινόμενες άμεσες δράσεις είναι:

1. Φυλλάδιο μεγέθους περίπου Α3 με χάρτη της Κομοτηνής, χάρτη του Νομού που να δείχνουν τους κυριότερους οδούς με τα αξιοθέατα και σύντομη επεξήγηση τους στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα
2. Βιβλίο 30-70 σελίδων με θέματα όπως στη Δράση 1 αλλά πιο αναλυτικά.
3. Μικρό και οικονομικό βιβλίο (για δωρεάν διανομή) με γενικά στοιχεία για το νομό και έμφαση την παροχή οδηγιών για πρόσβαση σε τουριστικές εγκαταστάσεις και αξιοθέατα
4. Φυλλάδιο μεγέθους Α3 με χάρτη της Μαρόνειας και του Νομού που να δείχνουν τους κυριότερους οδούς με τα αξιοθέατα και σύντομη επεξήγηση στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα

5. Βιβλίο 30-70 σελίδων με θέματα όπως στη Δράση 3 αλλά πιο αναλυτικά.
6. Μικρό και οικονομικό βιβλίο (για δωρεάν διανομή) με γενικά στοιχεία για το νομό και έμφαση την παροχή οδηγιών για πρόσβαση σε τουριστικές εγκαταστάσεις και αξιοθέατα
7. Προθήκες (display stands) για διάθεση των παραπάνω εντύπων από ξενοδοχεία (και των όμορων Νομών), Δημόσιες Υπηρεσίες, επιβατικούς σταθμούς, τουριστικά καταστήματα, γραφεία τύπου, μουσεία.
8. Σηματοδότηση (πινακίδες) στην Κομοτηνή και Μαρώνεια με χάρτη που να υποδεικνύονται εγκαταστάσεις κοινής ωφελείας και τουριστικά αξιοθέατα.
9. Καθορισμός και σηματοδότηση διαδρομών (οδοιοδικών, με αυτοκίνητα 4x4, αρχαιολογικών) με τη συνδρομή Εφορείας Αρχαιοτήτων, Ορειβατικού Συλλόγου, Κυνηγητικού Συλλόγου, Αναπτυξιακής Ροδόπης, άλλων φορέων.
10. Έκδοση του βιβλίων σχετικά με το Νομό με θέματα λαογραφίας, ιστορίας, παράδοσης, κλπ.
11. Έκδοση του βιβλίου για Πολιτισμικό - Θρησκευτικό Τουρισμό της κ. Μίνας Μαχαιροπούλου για χρήση τουριστικών πρακτόρων, ξεναγών, κλπ.
12. Ιστοσελίδα Νομαρχίας (www.rodopi.gr).
13. Καθορισμός τρόπου διανομής των παραπάνω εντύπων.
14. Καθορισμός ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ-Φορέα -Εταιρείας που θα αναλάβει τη διακίνηση, εκτύπωση, ενημέρωση και διάθεση των παραπάνω εντύπων -πρόσληψη ατόμου.
15. Πληροφοριακές Πινακίδες (σε σταθερή βάση) με Γεωγραφικά Δεδομένα.
16. Κατασκευή σταθερών βάθρων - πινακίδων σε θέσεις με ανοιχτό ορίζοντα (πχ, Τουριστικό περίπτερο Νυμφαίας, Μαρώνεια, Ίασμος) για προβολή του συνδυασμού γεωγραφικών και ιστορικών στοιχείων της περιοχής (Σχολικός Τουρισμός).

Παρόμοια βάθρα με εγχάρακτα τα γεωγραφικά και (περιληπτικά) τα ιστορικά στοιχεία της περιοχής προσελκύουν κύρια σχολικό τουρισμό. Εγκαθίστανται σε χώρους με ανοιχτό ορίζοντα. Όταν βρίσκονται σε ελεγχόμενους χώρους συνοδεύονται με πακτωμένα τηλεσκόπια.

2.2 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Η συμμετοχή σε εκθέσεις αποτελεί ιδιαίτερα αποτελεσματικό μέσο για την τουριστική προβολή του Νομού Ροδόπης. Η μορφή αυτή προβολής εξυπηρετεί κυρίως τον σκοπό του Νομού Ροδόπης για προβολή στο κοινό που αναφέρεται σε τουριστικούς πράκτορες και γραφεία τουρισμού.

Για την προβολή του Νομού μέσω εκθέσεων έχουν επιλεγεί εκθέσεις τόσο στο εσωτερικό της χώρας όσο και σε χώρες του εξωτερικού. Για την προβολή κυρίως σε tour operators και τουριστικούς πράκτορες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, επιλέχθηκε η PHILOXENIA, η οποία αποτελεί μια από τις σημαντικότερες Ελληνικές διοργανώσεις για τον τουριστικό κλάδο.



Η συμμετοχή σε εξειδικευμένες εκθέσεις έχει τα εξής θετικά αποτελέσματα για την προβολή του Νομού:

- Μεγάλη συγκέντρωση του κοινού- στόχου, πρακτορεία τουρισμού, στο οποίο απευθύνεται η τουριστική προβολή
- Το κοινό- στόχος έχει επισκεφτεί την συγκεκριμένη έκθεση με σκοπό την σύναψη συμφωνιών και την πληροφόρηση για τις τουριστικές ιδιαιτερότητες διαφόρων τουριστικών περιοχών.

2.3 ΠΡΟΣΚΛΗΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΩΝ TOUR OPERATORS ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΤΩΝ ΓΝΩΜΗΣ

Στα πλαίσια της τουριστικής προβολής του Νομού προτείνεται η πρόσκληση και φιλοξενία tour operators του εσωτερικού, με σκοπό να γνωρίσουν την περιοχή και

τα πλεονεκτήματα που προσφέρει. Οι tour operators είναι αυτοί που διαμορφώνουν σε σημαντικό βαθμό τους προορισμούς όπου θα υπάρξει μεγαλύτερη προσέλευση επισκεπτών, μέσα από τα «τουριστικά πακέτα» που σχεδιάζουν και την προβολή που πραγματοποιούν προς τελικούς καταναλωτές και τουριστικά πρακτορεία.

Στόχος της πρόσκλησης τους στην περιοχή του Νομού είναι να γνωρίσουν την περιοχή και τις δυνατότητες που προσφέρει έτσι ώστε να την προβάλουν στους πελάτες τους, μέσω της διοργάνωσης εκδρομών στην συγκεκριμένη περιοχή. Επίσης σημαντική για την τουριστική προβολή του Νομού θεωρείται η πρόσκληση και φιλοξενία διαμορφωτών γνώμης- όπως δημοσιογράφοι, συγγραφείς) που απασχολούνται σε ραδιοφωνικούς- τηλεοπτικούς σταθμούς και περιοδικά με περιεχόμενο τον τουρισμό, τα σπορ, την φυσική ζωή καθώς άλλα εξειδικευμένα περιοδικά (π.χ. αρχαιολογίας- ιστορίας).

Οι διαμορφωτές γνώμης έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν σε σημαντικό βαθμό την απόφαση των πολιτών, λόγω του κύρους και της θέσης που διαθέτουν. Η ευαισθητοποίηση τους αναμένεται να προκαλέσει αναφορές τους μέσω διαφόρων μέσων για την συγκεκριμένη περιοχή και τις μορφές τουρισμού που προσφέρει. Η μορφή αυτή έμμεσης διαφήμισης είναι περισσότερο αποτελεσματική καθώς ο ενδιαφερόμενος δεν το αντιλαμβάνεται ως διαφήμιση αλλά ως ενημέρωση και μάλιστα από ένα πρόσωπο που πιθανότητα θαυμάζει και εμπιστεύεται.

Επειδή η Περιφέρεια ΑΜΘ προγραμματίζει ετήσια παρόμοιες προσκλήσεις θεωρείται πιο οικονομικό η ένταξη της προβολής του Νομού Ροδόπης μέσα από αυτές τις εκδηλώσεις. Απαιτείται όμως πριν οιαδήποτε πρόσκληση να υπάρχει ήδη διαμορφωμένη πολιτική στόχων και διαμορφωμένο το πακέτο πληροφόρησης το οποίο πρέπει να γίνει με ιδιαίτερη φροντίδα και προσοχή.

2.4 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΕ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

Για την προβολή του Νομού στο εσωτερικό της χώρας προτείνεται η ανάρτηση αφισών σε εξωτερικούς χώρους, όπου θα προβάλλονται διάφορα τοπία της περιοχής.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της διαφήμισης σε εξωτερικούς χώρους είναι:

- Η μεγάλη κάλυψη- υψηλή κυκλοφορία, η οποία καθορίζεται εμπειρικά ως τα μισά αυτοκίνητα και οι μισοί πεζοί που περνούν από το σημείο όπου εκτίθενται οι

διαφημίσεις. Για τον λόγο αυτό επιλέγονται σημεία που έχουν μεγάλη κίνηση, π.χ. σε πολυσύχναστους δρόμους, σε εμπορικά κέντρα σε μεγάλους αυτοκινητόδρομους.

- Η τοπική κάλυψη,
- Το εντυπωσιακό μέγεθος και χρώμα,
- Η μεγάλη συχνότητα
- Η άμεση δημιουργία γνώσης,
- Μέσο προσιτό στον καθένα, χωρίς συγκεκριμένο κοινό στόχο,
- Τα περισσότερα σημεία είναι φωτισμένα,
- Υπενθυμίζουν και επιβάλλουν το βασικό μήνυμα μιας εκστρατείας

Η μορφή εξωτερικής διαφήμισης που προτείνεται είναι αυτή των street furniture που αναπτύσσεται σε στάσεις λεωφορείων. Η μορφή αυτή διαφήμισης επιλέχθηκε καθώς οι πολίτες έχουν την τάση να προσέχουν περισσότερο τις διαφημιστικές πινακίδες όταν βρίσκονται σε κατάσταση αναμονής και ανίας, όπως όταν περιμένουν την αστική συγκοινωνία. Οι αφίσες σε εξωτερικούς χώρους προτείνεται να τοποθετηθούν σε μεγάλες πόλεις της Ελλάδας (πχ. Λάρισα) με έμφαση σε αυτές της Βόρειας Ελλάδας (π.χ. Θεσσαλονίκη, Κατερίνη, Φλώρινα) και ιδιαίτερα στις γειτονικές πόλεις.

Στις αφίσες θα πρέπει να δίνεται η διεύθυνση της ιστοσελίδας τουριστικής προβολής της Νομαρχίας.

2.5 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Στα πλαίσια των ενεργειών προβολής προτείνεται η συμμετοχή της Νομαρχίας Ροδόπης στη διοργάνωση εκδηλώσεων με στόχο την ενημέρωση των επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου του Νομού για τις επικοινωνιακές ενέργειες που έχει σχεδιάσει η Περιφέρεια. Σκοπός των εκδηλώσεων είναι η πληροφόρηση των επαγγελματιών για τις προσπάθειες που καταβάλλει η Περιφέρεια για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αυτοί μπορούν να συμβάλουν προς αυτή την κατεύθυνση.

Η επιτυχία του σχεδίου της Νομαρχίας για την αύξηση του τουρισμού στην περιοχή εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις υπάρχουσες υποδομές, την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν οι τοπικές επιχειρήσεις και την προβολή που γίνεται. Για αυτό τον λόγο η εμπλοκή των επαγγελματιών στην προσπάθεια της Νομαρχίας κρίνεται αναγκαία.

2.6 ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΕ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ (ΜΜΕ)

Διαφήμιση στο ραδιόφωνο

Το ραδιόφωνο αποτελεί μέσο με ιδιαίτερα περιορισμένο κόστος, τόσο όσον αφορά την παραγωγή του μηνύματος όσο και την αγορά χρόνου προβολής. Εμφανίζει μεγάλη ευελιξία ως προς τις προθεσμίες και την επιλογή χρόνου αλλά και χρονική ακρίβεια παρουσίασης του μηνύματος.

Σημαντικό πλεονέκτημα του ραδιοφώνου είναι ότι μπορεί να προσεγγίσει σε γενικά πλαίσια συγκεκριμένες κατηγορίες αγορών- στόχων. Είναι ιδιαίτερα χρήσιμο μέσο για συμπληρωματική χρήση και για την επίτευξη της «επαναληπτικότητας». Επιπλέον αξιοποιεί ήχο και μουσική ταυτόχρονα. Σημαντικότερα μειονεκτήματα του ραδιοφώνου είναι ότι παρουσιάζει σχετικά μικρή ακροαματικότητα, πολύ μικρή διάρκεια ζωής για το μήνυμα, και περιορισμένη δυνατότητα συγκράτησης του μηνύματος.

Το ραδιόφωνο αποτελεί προσφιλέστερο μέσο πληροφόρησης για τις νεαρότερες ηλικίες, σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στις ηλικίες από 20 έως 34 ετών τα ποσοστά ακροαματικότητας κυμαίνονται τα τελευταία χρόνια μεταξύ 55% και 68%. Επομένως το μέσο αυτό παρέχει την δυνατότητα για προσέγγιση των νεαρότερων ηλικιών που ίσως δεν καλύπτονται ικανοποιητικά από τα λοιπά μέσα προβολής και ενημέρωσης. Προτείνεται μέσω του ραδιοφώνου η πανελλαδική προβολή του Νομού Ροδόπης ως τουριστική περιοχή. Αυτό προτείνεται καθώς το κόστος του ραδιοφώνου για πανελλαδική προβολή είναι περιορισμένο συγκριτικά με άλλες μορφές διαφήμισης.

Προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων. Τα διαφημιστικά μηνύματα θα σχεδιαστούν με τρόπο που να προκαλεί το ενδιαφέρον των ακροατών. Θα πρέπει να δημιουργηθούν ξεχωριστά διαφημιστικά μηνύματα ανάλογα με την αγορά-στόχο στην οποία απευθύνονται, ενώ παράλληλα η επιλογή του ραδιοφωνικού σταθμού θα γίνεται έχοντας ως γνώμονα το κοινό- στόχο. Για παράδειγμα δεν θα επιλεγεί το STAR FM για την προβολή του αρχαιολογικού τουρισμού του Ν. Ροδόπης, αλλά μέσω του συγκεκριμένου σταθμού θα προβληθεί ο τουρισμός περιπέτειας, ο οικοτουρισμός και ο αγροτουρισμός. Αντίστοιχα για την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού θα επιλεγούν σταθμοί θρησκευτικού περιεχομένου.

Το διαφημιστικό μήνυμα και το ύφος αυτού θα διαφέρει ανάλογα με την κατηγορία αποδέκτη στην οποία απευθύνεται. Έτσι το μήνυμα που απευθύνεται στον επισκέπτη του θρησκευτικού τουρισμού θα είναι πιο συντηρητικό και «σοβαρό» από

ένα μήνυμα που απευθύνεται στον νεαρό αθλητή. Στόχος των διαφημιστικών μηνυμάτων είναι η γνωστοποίηση του προγράμματος και η προσέλκυση των ενδιαφερομένων να επισκεφτούν την περιοχή.

Συμμετοχή σε Τηλεοπτικές και Ραδιοφωνικές Εκπομπές

Η συμμετοχή αρμοδίων για την τουριστική προβολή του Ν. Ροδόπης σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές αποτελεί ιδιαίτερα αποτελεσματική μορφή διαφήμισης κυρίως γιατί δεν εκλαμβάνονται από τον τηλεθεατή/ ακροατή σε τόσο μεγάλο βαθμό ως μορφή διαφήμισης αλλά ως μορφή ενημέρωσης. Το γραφείο τουρισμού του Ν. Ροδόπης θα πρέπει να αναπτύξει δημόσιες σχέσεις με τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς της χώρας μας προκειμένου να κληθεί να παρουσιάσει τα πλεονεκτήματα της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής. Το κόστος της μορφής αυτής διαφήμισης είναι αρκετά περιορισμένο καθώς η Νομαρχία δεν θα πληρώσει για τη συμμετοχή της στην εκπομπή καθώς δεν παρουσιάζεται σαν διαφήμιση αλλά σαν ενημέρωση.

Διαφήμιση στην Τηλεόραση

Η μεγάλη επίδραση της τηλεόρασης βρίσκεται στο γεγονός ότι αξιοποιεί και χρησιμοποιεί συντονισμένα ήχο, κίνηση, χρώμα και εικόνα. Οι προϋποθέσεις αυτές κάνουν πιο αποτελεσματική την εκπομπή του διαφημιστικού μηνύματος μέσα από την τηλεόραση. Το κυριότερο πλεονέκτημα της τηλεόρασης είναι ότι παρουσιάζει ιδιαίτερα μεγάλο αριθμό ακροαματικότητας.

Αντίθετα, τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της τηλεόρασης εντοπίζονται στα εξής: Υψηλό κόστος αγοράς χρόνου, ιδιαίτερα στα μεγαλύτερα τηλεοπτικά κανάλια

- Υψηλό κόστος παραγωγής του διαφημιστικού μηνύματος, ιδιαίτερα όταν για την παραγωγή του χρησιμοποιούνται επώνυμα πρόσωπα (π.χ. ηθοποιοί).
- Η τηλεόραση παρουσιάζει χαμηλή επιλεκτικότητα όσον αφορά το κοινό στόχο και επομένως δεν θεωρείται κατάλληλο μέσο για την προσέγγιση καταναλωτών εξειδικευμένης αγοράς.

Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι παρουσιάζεται μικρή ευελιξία στο μέσο αυτό όσον αφορά τον χρονικό προσδιορισμό και την κατανομή του διαφημιστικού μηνύματος στις ζώνες ακροαματικότητας.

Η διαφήμιση στη τηλεόραση αποτελεί ίσως το ακριβότερο μέσο προβολής, ιδιαίτερα όταν πραγματοποιείται σε πανελλήνια εμβέλεια. Για τον λόγο αυτό προτείνεται η

χρήση μόνο τοπικών τηλεοπτικών σταθμών για την προβολή της Νομαρχίας ως τουριστικό προορισμό. Η επιλογή των τοπικών σταθμών για την διαφημιστική καμπάνια βασίζεται στις εξής παραδοχές:

- Χαμηλότερο κόστος προβολής σε σύγκριση με προβολή σε εθνικό δίκτυο
- Το κόστος προβολής στα τοπικά κανάλια είναι μικρότερο με αποτέλεσμα να μπορεί να επιτευχθεί μεγαλύτερη συχνότητα επανάληψης του μηνύματος, στοιχείο που αυξάνει την αναγνωρισιμότητα του μηνύματος και την ικανότητα ανάκλησης του.

Η χρήση της τηλεόρασης σε πανελλήνιο επίπεδο μπορεί να επιδιωχθεί μόνο μέσω 3λεπτων διαφημιστικών για πολιτισμικά γεγονότα που παρέχονται δωρεάν από την ΕΡΤ3.

Προβολή στον Έντυπο Τύπο

Για την προβολή του Νομού Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού προτείνονται επίσης καταχωρήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά της Ελλάδας και κύρια οι έμμεσες καταχωρήσεις σε περιοδικά ειδικού τύπου. Οι καταχωρήσεις αυτές “δημιουργούνται” με πρόσκληση και φιλοξενία δημοσιογράφων που στη συνέχεια καταχωρούν στο περιοδικό που εργάζονται ταξιδιωτικές εντυπώσεις, οδοιπορικά, κλπ. Στις καταχωρήσεις αυτές προβάλλονται τα προτερήματα της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής για χαλάρωση, επαφή με την φύση και διασκέδαση και σπορ.

Σκοπός είναι η προσέλκυση ειδικού εσωτερικού τουρισμού από την Ελληνική επικράτεια.

Τα ειδικά περιοδικά σε σχέση με άλλα μέσα παρουσιάζουν ποιοτικά στοιχεία, π.χ. υψηλό γόητρο. Και απευθύνονται σε κοινό με χόμπυ. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα των περιοδικών ειδικού ενδιαφέροντος είναι η μεγάλη επιλεκτικότητα αναγνωστών, προσφέροντας τη δυνατότητα στο Νομό Ροδόπης να προσεγγίσει τη συγκεκριμένη κατηγορία πελατών που την ενδιαφέρουν. Επιπλέον, η ποιότητα εκτύπωσης είναι πολύ καλύτερη από αυτή των εφημερίδων προσφέροντας πολύ καλύτερο οπτικό αποτέλεσμα, ενώ παράλληλα το διαφημιστικό μήνυμα έχει μεγαλύτερη διάρκεια ζωής.

Σημαντικό μειονέκτημα του περιοδικού ως μέσου προβολής είναι η μικρή ευελιξία ως προς την επιλογή του χρόνου προβολής της διαφήμισης, καθώς απαιτείται η επιχείρηση να επικοινωνήσει με το περιοδικό ή τον συγκεκριμένο δημοσιογράφο αρκετές εβδομάδες πριν την έκδοσή του.

Το κόστος διαφήμισης σε περιοδικά διαφέρει σημαντικά ανάλογα με το συγκεκριμένο περιοδικό στο οποίο θα τοποθετηθεί η διαφήμιση. Το κόστος της διαφήμισης καθορίζεται από τη θέση στην οποία τοποθετείται η διαφήμιση, τα χρώματα που χρησιμοποιούνται και το μέγεθος της διαφήμισης.

Οι τύποι περιοδικών που προτείνονται για προβολή του Νομού Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού είναι τα εξής:

- Στόχευση κοινού που ενδιαφέρεται για την φύση και τη φυσική ζωή. Περιοδικά όπως «Το Ελληνικό Πανόραμα» και το «Γεώραμα» που διατίθεται ως ένθετο στην Ελευθεροτυπία του Σαββάτου.
- Στόχευση κοινού που ενδιαφέρεται για ταξίδια γενικότερα, όπως το «Traveller» και το περιοδικό «Διακοπές», το περιοδικό «OXYGEN»
- Στόχευση κοινού που θα ενδιαφερόταν για θρησκευτικό τουρισμό:
Εξειδικευμένα περιοδικά με θέμα την θρησκεία



Το δάσος της Ελατίας στη Ροδόπη

Όσον αφορά την προβολή σε εφημερίδες, προτείνεται η διαφήμιση σε ένθετα Κυριακάτικων εφημερίδων. Οι Κυριακάτικες εφημερίδες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά αναγνωσιμότητας σε σχέση με τις καθημερινές εκδόσεις των εφημερίδων, αυξάνοντας σημαντικά την αποτελεσματικότητα της διαφήμισης. Η αποτελεσματικότητα της διαφήμισης είναι ακόμα υψηλότερη όταν το ένθετο απευθύνεται στο κοινό στο οποίο στοχεύει το επικοινωνιακό πλάνο της Νομαρχίας Ροδόπης. Για παράδειγμα η αποτελεσματικότητα της διαφήμισης στο ένθετο της Καθημερινής που αναφέρεται στα ταξίδια είναι υψηλότερο καθώς οι αναγνώστες του συγκεκριμένου ένθετου το διαβάζουν για να ενημερωθούν για το που θα μπορούσαν να κάνουν το επόμενο ταξίδι τους.

Τα πλεονεκτήματα των διαφημιστικών καταχωρήσεων στις εφημερίδες συνοψίζονται στα εξής:

- Παρουσιάζουν μεγάλη κυκλοφορία και αναγνωσιμότητα.
- Παρουσιάζουν υψηλή ευελιξία ως προς την επιλογή του χρόνου εμφάνισης της διαφήμισης στον τύπο καθώς και ως προς το μέγεθος του «χώρου» που μπορεί να αγοράσει ο διαφημιζόμενος.
- Αξιοποιούν την οπτική παρουσίαση, με μικρές όμως δυνατότητες ανατύπωσης χρωμάτων, μειώνοντας κατά αυτό τον τρόπο την ποιότητα της παρουσίασης.

Αντίστοιχα, τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της διαφήμισης στον τύπο είναι τα εξής:

- Δεν προσφέρουν μεγάλη επιλεκτικότητα του αναγνωστικού κοινού, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να χρησιμοποιηθούν με μεγάλη αποτελεσματικότητα για την στόχευση συγκεκριμένου κοινού-στόχου, εκτός εάν πρόκειται για εξειδικευμένες εφημερίδες.
- Ενώ αποτελούν σχετικά φθηνό μέσο, η διαφήμιση έχει ιδιαίτερα μικρή διάρκεια ζωής, ιδιαίτερα όταν οι εφημερίδες είναι καθημερινής κυκλοφορίας.

Εκτός από τις καταχωρήσεις στον τύπο, προτείνεται και η δημοσίευση άρθρων ή αφιερωμάτων με θέμα το Νομό Ροδόπης ως τουριστικό προορισμό. Η δημοσιότητα αποσκοπεί στην ενεργοποίηση του ενδιαφέροντος των αναγνωστών προσφέροντας πληροφορίες για τις τουριστικές επιλογές που προσφέρει η συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή στους επισκέπτες της. Μέσω της αρθογραφίας θα μπορεί να γίνεται αναφορά και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσφέρει η περιοχή. Επίσης θα πρέπει να παρατίθεται και φωτογραφικό υλικό καθώς η εικόνα αποτελεί ένα από τα πιο ισχυρά εργαλεία της τουριστικής βιομηχανίας. Επίσης

ενημερωτικά έντυπα για το Νομό μπορούν να διανεμηθούν μέσω των Κυριακάτικων εφημερίδων ως ένθετα.

Καταχωρήσεις σε επαγγελματικά περιοδικά

Παράλληλα με τις καταχωρήσεις σε περιοδικά και εφημερίδες που έχουν ως κοινό-στόχο το ευρύ κοινό, προτείνεται και η χρήση καταχωρήσεων σε εξειδικευμένα τουριστικά περιοδικά που απευθύνονται κυρίως σε επαγγελματίες του κλάδου, όπως τα τουριστικά γραφεία και οι tour operators.

Διαφήμιση στο διαδίκτυο (Internet)

Το διαδίκτυο στο άμεσο μέλλον θα αποτελεί τρόπο ενημέρωσης και επιλογής τουριστικών διαδρομών. Το 7-9% των Ελλήνων είναι έχει ήδη πρόσβαση σ' αυτό με τάση διπλασιασμού του ποσοστού στα επόμενα δύο χρόνια ενώ ο μέσος όρος της ΕΕ βρίσκεται στο 34%. Το 100% των σχολείων της Δ/βάθμιας εκπαίδευσης είναι ήδη συνδεδεμένα με αποτέλεσμα η νέα γενιά να το χρησιμοποιεί κατά κόρον. Η πιο συνηθισμένη μορφή διαφήμισης στο διαδίκτυο, κυρίως όσον αφορά την Ελληνική πραγματικότητα, αναφέρεται στην δημιουργία ιστοσελίδων και καταχωρήσεων σε διάφορες ιστοσελίδες.

Οι καταχωρήσεις μπορούν να πάρουν διάφορες μορφές, όπως:

- Τα «πλαίσια» (banners) αποτελούν τον πιο διαδεδομένο τρόπο διαφήμισης στο διαδίκτυο. Τα «πλαίσια» αποτελούν είτε μικρές λωρίδες στην επικεφαλίδα ή στο υποσέλιδο της ιστοσελίδας, όπου προβάλλεται το διαφημιστικό μήνυμα. Για να προσελκύσουν την προσοχή των «επισκεπτών» της σελίδας, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν συνήθως διάφορα οπτικά εφέ (π.χ. η λωρίδα αναβοσβήνει, χρησιμοποιούνται ερωτήσεις που εξάπτουν το ενδιαφέρον των «επισκεπτών» κ.α.). Ο ενδιαφερόμενος μπορεί να «πατήσει» πάνω στο εικονίδιο της διαφήμισης, να συνδεθεί με την ιστοσελίδα της διαφημιζόμενης εταιρίας και να αντλήσει περισσότερες πληροφορίες για το προϊόν.
- Μια άλλη μορφή διαφήμισης στο διαδίκτυο είναι τα «κουμπιά» που αποτελούν απλά ένα σύνδεσμο της συγκεκριμένης σελίδας με το διαφημιζόμενο site και έχουν τη μορφή ενός μικρού κουμπιού ή μιας εικόνας. Συνήθως παίζουν υποστηρικτικό ρόλο σε διαφημίσεις σε «πλαίσια». Όπως και στην περίπτωση των «πλαισίων» έτσι και στα «κουμπιά» ο ενδιαφερόμενος έχει την δυνατότητα «πατώντας» με το «ποντίκι» πάνω σε αυτά να συνδεθεί με την ιστοσελίδα του προγράμματος.

- Τα «splash screens» αποτελούν ένα τρόπο διαφήμισης που δεν χρησιμοποιείται ιδιαίτερα συχνά. Τα «splash screens» έχουν την μορφή τηλεοπτικών διαφημίσεων, με την έννοια ότι για λίγα δευτερόλεπτα, πριν από την είσοδο του χρήστη σε μια ιστοσελίδα παρεμβάλλεται ένα διαφημιστικό μήνυμα, που καταλαμβάνει τμήμα ή ολόκληρη την ιστοσελίδα.

Η διαφήμιση στο διαδίκτυο περιλαμβάνει τα ακόλουθα στάδια:

1ο στάδιο: Καθορισμός του στόχου τον οποίο εξυπηρετεί η διαφήμιση στο διαδίκτυο. Οι σημαντικότεροι στόχοι για τη διαφήμιση του Ν. Ροδόπης ως τουριστικό προορισμό είναι σε πρώτο στάδιο να εγείρει το ενδιαφέρον του πολίτη για την συγκεκριμένη τοποθεσία και σε δεύτερο στάδιο να την «τοποθετήσει» στο μυαλό του έτσι ώστε όταν αποφασίζει για τον τουριστικό προορισμό που θα επισκεφτεί να αξιολογήσει και αυτόν του Ν. Ροδόπης.

2ο στάδιο: Σχεδιασμός του διαφημιστικού μηνύματος. Το διαφημιστικό μήνυμα με μορφή banner θα πρέπει να προκαλεί το ενδιαφέρον του χρήστη να επισκεφτεί το site του Ν. Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού προκειμένου να αντλήσει μεγαλύτερη πληροφόρηση.

3ο στάδιο: Τοποθέτηση του διαφημιστικού μηνύματος στο διαδίκτυο. Η επιλογή των ιστοσελίδων στις οποίες θα τοποθετηθεί η διαφήμιση του Ν. Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία για την επιτυχία ή αποτυχία της διαφήμισης.

4ο στάδιο: Παρακολούθηση του διαφημιστικού μηνύματος, αναβάθμιση και ανανέωση του περιεχομένου.

Κάποιοι δικτυακοί τόποι που προτείνονται για την προβολή του Ν. Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού είναι το in.gr, λόγω της μεγάλης επισκεψιμότητας της συγκεκριμένης μηχανής αναζήτησης καθώς και του κοινού στο οποίο απευθύνεται (μεσαίο προς υψηλό μορφωτικό και κοινωνικό-οικονομικό επίπεδο).

Το τουριστικό προϊόν του Ν. Ροδόπης μπορεί να προβληθεί μέσω εξειδικευμένων δικτυακών τόπων, όπως η ιστοσελίδα diakopes.gr, ιστοσελίδα της Ολυμπιακής Αεροπορίας, κ.α.

2.7 ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΕ ΑΛΛΟΔΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Οι ενέργειες αυτές αναφέρονται στην προώθηση του Νομού Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού στις χώρες-στόχους που επιλέχθηκαν μέσω της

στρατηγικής μάρκετινγκ. Οι χώρες αυτές είναι οι Γερμανία, Βρετανία, Ιταλία, Ολλανδία, Τουρκία, Βουλγαρία.

Για την προβολή του Νομού Ροδόπης στο εξωτερικό δεν προτείνεται η χρήση μέσων μαζικής ενημέρωσης για τους εξής λόγους:

- Το κόστος διαφήμισης στα ΜΜΕ του εξωτερικού είναι ιδιαίτερα υψηλό, ενώ για να γίνει αντιληπτό το μήνυμα από τους θεατές- ακροατές θα πρέπει να υπάρχει μεγάλη επαναληπτικότητα, αυξάνοντας σημαντικά το κόστος της διαφημιστικής προβολής.
- Ο ΕΟΤ δεν πραγματοποιεί προβολή μέσω ΜΜΕ στην πλειοψηφία των αγορών στόχων στις οποίες απευθύνεται το επικοινωνιακό πλάνο για το Ν. Ροδόπης. Για το λόγο αυτό δεν κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστεί στα ΜΜΕ του εξωτερικού διαφημιστικό μήνυμα για μια άγνωστη περιοχή της Ελλάδας, όταν δεν υπάρχει κάποια συνολική προβολή της χώρας.

Παράλληλα θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το ποσοστό των δαπανών που μπορούν να πραγματοποιηθούν για προβολή στο εξωτερικό δεν μπορεί να ανέρχεται στο ύψος των δαπανών για προβολή στο εσωτερικό. Όπως έχει ειπωθεί η βαρύτητα του επικοινωνιακού πλάνου θα είναι προς τον ημεδαπό τουρισμό, καθώς η αναλογία ημεδαπών- αλλοδαπών τουριστών είναι 4 προς 1 (4 Έλληνες τουρίστες για κάθε αλλοδαπό τουρίστα). Θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι διαφημιστικές δαπάνες δεν θα ακολουθήσουν αυτή την αναλογία (4/1) καθώς οι διαφημιστικές ενέργειες που θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν για ένα τέτοιο ποσό δεν θα είχαν κανένα αντίκρισμα στη δημιουργία αναγνωρισιμότητας και επομένως δεν θα υπήρχε κανένας λόγος να πραγματοποιηθούν.

2.8 ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Προσκλήσεις tour operators και διαμορφωτών γνώμης

Στα πλαίσια της τουριστικής προβολής της ΑΜΘ στο εξωτερικό- αντίστοιχα με την προβολή στο εσωτερικό - γίνεται συχνά η πρόσκληση και φιλοξενία tour operators, με σκοπό να γνωρίσουν την περιοχή και τα πλεονεκτήματα που προσφέρει. Ιδιαίτερα στο εξωτερικό, οι tour operators παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση γνώμης των τουριστών για κάποιο προορισμό, δεδομένου ότι οι περισσότεροι αλλοδαποί οργανώνουν τις διακοπές τους μέσω αυτών.

Σκοπός της συγκεκριμένης ενέργειας είναι να γνωρίσουν την περιοχή, τον πολιτιστικό και κοινωνικό περιβάλλον καθώς και τις δυνατότητες που προσφέρει ως

τουριστικός προορισμός. Παράλληλα, προσφέροντας την δυνατότητα στους tour operators να γνωρίσουν την περιοχή μειώνουν και το ρίσκο που αυτοί παίρνουν όταν προτείνουν έναν προορισμό στους πελάτες τους χωρίς οι ίδιοι να τον έχουν επισκεφτεί προσωπικά

Οι διαμορφωτές γνώμης αποτελούν επίσης πολύ σημαντικό παράγοντα για την διαμόρφωση γνώμης των τουριστών για έναν προορισμό. Ιδιαίτερα στην περίπτωση των αλλοδαπών όπου δεν γνωρίζουν πολλά για την Ελλάδα και ακόμα λιγότερα για μια περιοχή της Ελλάδας όπως ο Ν. Ροδόπης, η γνώμη κάποιων εξεχόντων προσώπων αποκτά ακόμα μεγαλύτερη βαρύτητα.

Προτείνεται η συνεργασία με την ΠΑΜΘ για την ενεργό συμβολή της Νομαρχίας Ροδόπης στις παρουσιάσεις αυτές. Προϋποτίθεται ότι θα προετοιμασθεί κατάλληλο διαφημιστικό υλικό που θα διανεμηθεί και παρουσιασθεί.

2.9 «ΠΩΛΗΤΕΣ» ΤΗΣ ΑΜΘ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Η Περιφέρεια ετοιμάζεται να οργανώσει ένα είδος τμήματος πωλήσεων (πιθανόν από την Εταιρία Τουρισμού που ιδρύθηκε στην ΑΜΘ), το οποία θα ασχολείται με την προβολή και εκπροσώπηση της ΑΜΘ στις αγορές στόχους. Σκοπός των «πωλητών» είναι η προβολή της ΑΜΘ στους tour operators και τα γραφεία ταξιδιών, στους διοργανωτές εκδρομών, σε οργανισμούς και δημοσιογράφους των αγορών - στόχων. Οι «πωλητές» της ΑΜΘ θα επισκέπτονται τουλάχιστον μία φορά το χρόνο τις αγορές στόχους προκειμένου να προβάλουν και να ενισχύουν το ενδιαφέρον των αρμόδιων για την συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Προτείνεται η συνεργασία με την Εταιρία Τουρισμού της ΑΜΘ για το σκοπό αυτό.

2.10 ΠΡΟΒΟΛΗ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΤΟΥ ΕΟΤ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Τα γραφεία του ΕΟΤ στο εξωτερικό αποτελούν ιδιαίτερα αποτελεσματικό τρόπο για την προβολή του Νομού Ροδόπης και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που προσφέρει. Προτείνεται η συνεργασία με το τοπικό γραφείο του ΕΟΤ για την διάθεση ξενόγλωσσου πληροφοριακού υλικού όπως έντυπα, CD-ROM και ντοκιμαντέρ.

Η Νομαρχία Ροδόπης θα πρέπει να φροντίσει για την έγκαιρη τροφοδότηση των τουριστικών γραφείων του ΕΟΤ με το υλικό αυτό, έτσι ώστε να είναι διαθέσιμο την περίοδο που οι ενδιαφερόμενοι ενημερώνονται για τους διάφορους εναλλακτικούς τουριστικούς προορισμούς.

2.11 ΠΡΟΒΟΛΗ ΜΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ

Για την προβολή του Νομού Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού στις αγορές του εξωτερικού που επιλέχθηκαν προτείνεται η χρήση του διαδικτύου και η ενεργοποίηση της ιστοσελίδας της Νομαρχίας με έμφαση την τουριστική προβολή και τις υπάρχουσες υποδομές.



Ορεινοί οικισμοί του Νομού Ροδόπης

2.12 ΑΛΛΟΔΑΠΟΣ ΚΑΙ ΗΜΕΔΑΠΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οι ενέργειες που παρατίθενται στην συγκεκριμένη ενότητα αφορά τόσο τον αλλοδαπό όσο και τον αλλοδαπό τουρισμό. Οι ενέργειες αφορούν κατά κύριο λόγο προβολή μέσω ηλεκτρονικών μέσων, όπως είναι η δημιουργία ιστοσελίδας και ο σχεδιασμός και έκδοση CD-ROM τα οποία θα διατίθενται σε tour operators, πρακτορεία τουρισμού και σε διαμορφωτές γνώμης (π.χ. δημοσιογράφοι, κ.α.)

2.13 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Δημιουργία ιστοσελίδας

Η ύπαρξη ιστοσελίδας, ιδιαίτερα στον τουριστικό τομέα, θεωρείται απαραίτητο στοιχείο στην σημερινή εποχή της κοινωνίας της πληροφορίας. Ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός ατόμων καταφεύγει στο διαδίκτυο προκειμένου να συγκεντρώσει πληροφορίες για θέματα που αφορούν τουριστικούς προορισμούς. Σημαντικά στοιχεία που επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα της ιστοσελίδας είναι:

- Η σελίδα πρέπει να έχει προδιαγεγραμμένους στόχους, να απευθύνεται σε συγκεκριμένο κοινό, να αποτελεί μέρος του μείγματος μάρκετινγκ, να είναι πληροφοριακή, σαφής με ελκυστικό design.
- Η απλή και κατανοητή δομή της ιστοσελίδας, έτσι ώστε να είναι εύκολο για τον ενδιαφερόμενο να ανατρέξει στα στοιχεία που τον ενδιαφέρουν.
- Η εύκολη πρόσβαση στην συγκεκριμένη ιστοσελίδα δηλαδή πόσο εύκολο είναι για τον ενδιαφερόμενο να βρει την διεύθυνση της ιστοσελίδας.
- Η ταχύτητα του site, ο ενδιαφερόμενος να μην περιμένει πολύ ώρα για να «κατεβάσει» τις πληροφορίες.
- Να υπάρχει τακτική ενημέρωση της ιστοσελίδας, έτσι ώστε να παρέχει ακριβής και επίκαιρες πληροφορίες και να αποτελεί πηγή ενημέρωσης για τους επισκέπτες της «σελίδας».

Η ιστοσελίδα αποτελεί ουσιαστικό εργαλείο για την τουριστική προβολή και ανάπτυξη της περιοχής. Πληροφορίες που θα πρέπει να παρέχονται μέσω της ιστοσελίδας προκειμένου να συμβάλει ουσιαστικά στην ενημέρωση και πληροφόρηση του ενδιαφερόμενου είναι:

- Τρόπος μετάβασης στην περιοχή (πλησιέστερα αεροδρόμια, οδικοί κόμβοι, πρόσβαση μέσω πλοίων και σιδηροδρόμου)
- Πληροφορίες διαμονής. Στο τμήμα αυτό της ιστοσελίδας μπορούν να παρέχονται εκτεταμένες πληροφορίες αναφορικά με ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα/ δωμάτια και camping. Η Νομαρχία θα πρέπει να παρακινήσει τις ξενοδοχειακές μονάδες της περιοχής, στη δημιουργία αυτοδύναμων ιστοσελίδων που θα μπορούν να προβάλλονται μέσω της ιστοσελίδας της Νομαρχίας, ενώ παράλληλα να δίνεται η δυνατότητα στον ενδιαφερόμενο να κάνει κράτηση με Email και on-line.

- Πληροφορίες για το τι μπορεί ο ενδιαφερόμενος να δει στην περιοχή. Στο τμήμα αυτό της ιστοσελίδας μπορούν να παρέχονται πληροφορίες για μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, υδροβιότοπους, ακτές, ποτάμια, βουνά, κ.α.
- Πληροφορίες για το τι μπορεί ο ενδιαφερόμενος να κάνει στην περιοχή. Στο συγκεκριμένο τμήμα της ιστοσελίδας θα παρέχονται πληροφορίες για εστιατόρια, μπαρ, καφέ, πανηγύρια και εκδηλώσεις.
- Πληροφορίες για εξειδικευμένες μορφές τουρισμού, π.χ. θρησκευτικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός κ.α.
- Πληροφορίες για υπαίθριες δραστηριότητες, όπως ποδηλασία, καγιάκ, rafting, πεζοπορία, αναρρίχηση, extreme αθλήματα, κ.α.
- Επίσης, η ιστοσελίδα θα πρέπει να παρέχει τη δυνατότητα στον ενδιαφερόμενο να μπορεί να επικοινωνήσει με τον οργανισμό για περισσότερες πληροφορίες ή παρατηρήσεις.

Η ιστοσελίδα θα πρέπει να είναι διαθέσιμη σε τουλάχιστον δύο γλώσσες, ελληνικά και αγγλικά. Εάν κάποια αγορά παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τη Νομαρχία, τότε η ιστοσελίδα θα πρέπει να δημιουργηθεί και στην συγκεκριμένη γλώσσα. Η αποτελεσματικότητα της ιστοσελίδας έγκειται σε μεγάλο βαθμό στη γνωστοποίηση της ηλεκτρονικής διεύθυνσης στο κοινό στόχο. Η γνωστοποίηση της σελίδας μπορεί να γίνει με μέσω διαδικτύου, με διαφήμιση του δικτυακού τόπου καθώς και με αναφορά της ιστοσελίδας στα ενημερωτικά φυλλάδια, αφίσες της τουριστικής προβολής της Νομαρχίας και ΠΑΜΘ αλλά και σε όλα τα έντυπα της Νομαρχίας.

1.Ιστοσελίδα Νομαρχίας (www.rodopi.gr).

Α. Προτείνεται η άμεση δημιουργία μικρής ιστοσελίδας με πληροφοριακό υλικό για το Νομό. Στην ιστοσελίδα θα περιλαμβάνονται σύνδεσμοι (links) με ήδη υπάρχουσες ιστοσελίδες που αφορούν το Νομό πχ υπάρχουν τρεις δικτυακές πύλες σελίδες εφημερίδων (Παρατηρητής, Χρόνος, Ελεύθερο Βήμα, Θρακική Αγορά), Πολιτιστικές οργανώσεις (ΜΟΚ, Ετ. Παιδαγωγικών Επιστημών, Κέντρο Λαϊκών Δρωμένων, ΔΗΠΕΘΕ), Δήμοι (Μαρώνειας, Κομοτηνής, Σαπών, ΠΑΜΘ), σε ζωντανή σύνδεση η ΕΡΑ Κομοτηνής, βιβλία (παλαιές εκδόσεις της Νομαρχίας, Δήμου Κομοτηνής) κ.λ.π.

Απαιτείται

α) Ενοικίαση χώρου στην ΟΤΕΝΕΤ ή θα χρησιμοποιηθεί ο διακομιστής υπολογιστής της Νομαρχίας (ενδεχόμενα με αναβάθμιση)

β) Κατοχύρωση του ονόματος www.rodopi.gr. Η υπάρχουσα ονομασία Ndiamrodopis.gr δεν κρίνεται δοκιμή γιατί οι χρήστες που δεν την γνωρίζουν δεν μπορούν να την εντοπίσουν γρήγορα. Όταν ενεργοποιηθεί η νέα διεύθυνση η παλαιά δεν θα ακυρωθεί αλλά θα χρησιμοποιηθεί για κάποιο διάστημα για να κατευθύνει τους παλαιούς χρήστες της στην νέα διεύθυνση.

Β. Προτείνεται η ενίσχυση της Υπηρεσίας Πληροφοριακών Συστημάτων της Νομαρχίας με μικρής τάξης υπολογιστικό εξοπλισμό και ένα τουλάχιστον εξειδικευμένο προγραμματιστή που θα ασχολείται αποκλειστικά με την ανάπτυξη και υποστήριξη της ιστοσελίδας της Νομαρχίας.

Αναλυτικά:

Η πρόταση, στοχεύει στη σχεδίαση, εγκατάσταση και λειτουργία του συστήματος WEB-server που θα υπηρετεί

1. Τις ανάγκες πληροφόρησης, επικοινωνίας και προσέγγισης των ανά τον κόσμο Ροδοπαίων με την περιοχή τους και
2. Την προβολή του Νομού Ροδόπης στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Με την εγκατάσταση του προγραμματιστή και την πάροδο του χρόνου θα σχεδιαστεί ο κορμός του απαιτούμενου λογισμικού και στη συνέχεια θα εμπλουτίζεται με τα απαραίτητα δεδομένα (εικόνες και κείμενα), το οποίο θα παρέχεται από την Τοπική Αυτοδιοίκηση, τον τοπικό Τύπο, τους συλλόγων Αποδήμων και αρμόδιων φορέων της περιοχής μετά από σχετική κάθε φορά επεξεργασία. Ειδικότερα, τα πεδία τα οποία θα αποτελέσουν τον κορμό των θεματικών περιοχών πληροφόρησης ή/και ενημέρωσης προτείνεται να είναι τα παρακάτω:

- Νομαρχία Ροδόπης: Γενικά στοιχεία των Υπηρεσιών και δραστηριότητές τους.
- Ενημέρωση: Ανακοινώσεις, δελτία τύπου της Νομαρχίας, προκηρύξεις,
- Οικονομία και Ανάπτυξη στο Νομό: Προβολή δράσεων ανάπτυξης, προγραμμάτων κλπ
- Σύντομη περιήγηση στο Νομό: Σύντομος τουριστικός οδηγός, απαρίθμηση μουσείων, τουριστικών αξιοθέατων, εκδηλώσεων, διαδρομές, κλπ.
- Αναλυτική περιήγηση - αντιγραφή της Δράσης 2 και της Δράσης 4
- Σελίδες Δήμων:
- Παρουσιάσεις Εκδόσεων για το Νομό: Αναλυτικές παρουσιάσεις βιβλίων με θέματα ιστορίας, πολιτισμού, περιβάλλοντος.

- Ημερολόγιο Εκδηλώσεων στο Νομό: Προγράμματα πολιτιστικών εκδηλώσεων και τοπικές εορτές - πανηγύρια με κείμενα, φωτογραφίες, από τις εκδηλώσεις αυτές
- Σελίδες Πολιτιστικών και Περιβαλλοντικών Συλλόγων: Προφίλ των φορέων και παρουσίαση των δραστηριοτήτων τους. Ειδήσεις από τις δραστηριότητες των Θρακικών συλλόγων από την Ελλάδα και την αλλοδαπή.
- Εκδόσεις Λίστα εκδόσεων με περιλήψεις περιεχομένων και ενδεχόμενα τη πλήρη έκδοση (εφ' όσον υπάρχει άδεια του συγγραφέα), παλαιές εκδόσεις, εκδόσεις που κατά καιρούς είχαν εκδοθεί ή ενισχυθεί οικονομικά από την Νομαρχία, κλπ
- Συνέδρια: Προκηρύξεις και προγράμματα συνεδρίων, σεμιναρίων, κλπ.
- Σύνδεσμοι (links): Διασυνδέσεις με ενδιαφέρουσες σελίδες σε άλλα συστήματα σχετικά με το Νομό και τη Θράκη, σύνδεση με σελίδες τοπικών εφημερίδων, και τοπικό ραδιόφωνο.
- Επικοινωνία: μέσω Email με πολίτες του Νομού ιδιαίτερα αποδήμους.

Σύμφωνα με τα προτεινόμενα, το σχεδιαζόμενο αρχείο για το Νομό θα περιέχει ουσιαστική και πολύπλευρη πληροφόρηση όσον αφορά τα Τουριστικά και Πολιτιστικά Δρώμενα, μέσω εικόνων, βίντεο, ήχου, κειμένου. Η οργάνωση του υλικού θα σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετεί ποικίλους σκοπούς όπως επιστημονική γνώση και πληροφόρηση, διαφύλαξη της πολιτισμικής κληρονομιάς και λαογραφικού πλούτου, ποιοτική τουριστική προβολή, καλλιτεχνικούς σκοπούς, προσέλκυση τουρισμού, κ.λπ.

Επιγραμματικά η σκοπιμότητα των Δράσεων είναι η πληροφόρηση για την ύπαρξη αξιόλογων τουριστικών και πολιτιστικών εγκαταστάσεων, εκδηλώσεων και φορέων και η καθοδήγηση στην προσέγγισή τους από τους επισκέπτες.:

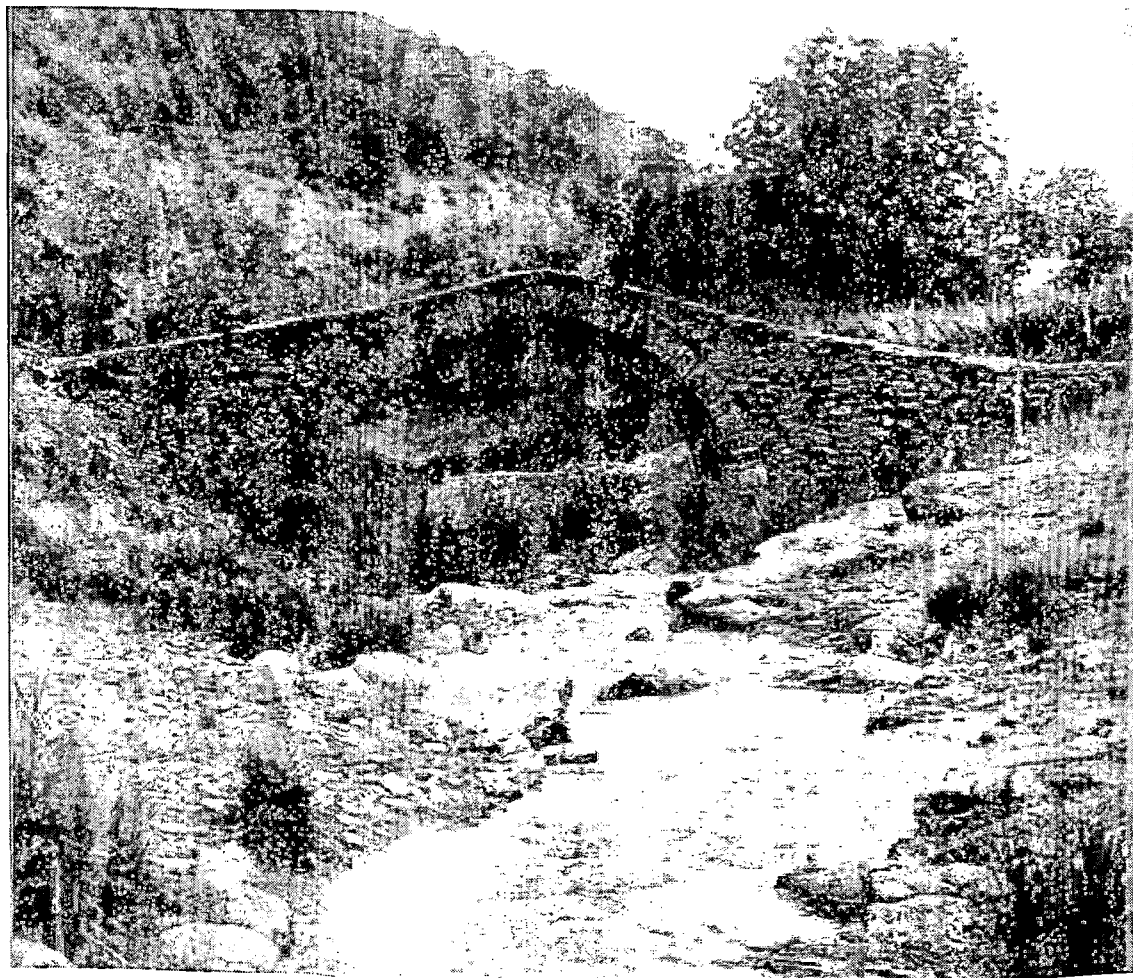
- Δημιουργία ηλεκτρονικού αρχείου πολιτισμικών και ενημερωτικών δραστηριοτήτων της περιοχής Θράκης
- Παρουσίαση του ως άνω αρχείου στο δίκτυο Internet
- Δημιουργία ηλεκτρονικών εκδόσεων (υπό μορφή οπτικών δίσκων) πληροφοριακού και ερευνητικού ενδιαφέροντος
- Δυνατότητα στο φορέα να αποτελεί παγκόσμιο κέντρο αναφοράς ενημέρωσης για Πολιτισμικές δραστηριότητες της Ροδόπης

Η λειτουργία ενός Web Server που θα καλύπτει ειδήσεις από την καθημερινή ζωή καθώς και πολιτισμικά δρώμενα από την περιοχή της Νομαρχίας Ροδόπης, ελπίζετε ότι θα συμβάλει στην πανελλήνια και παγκόσμια προβολή της περιοχής

αλλά και θα αποτελέσει ένα από τα κύρια συνδετικά σημεία επαφής των αποδήμων της περιοχής με την πατρίδα τους.

Στην πρόταση αυτή προτείνεται, η σχεδίαση, λειτουργία και καθημερινή ενημέρωση ενός Web Server στη Νομαρχία Ροδόπης που θα ασχολείται με την παράθεση ειδήσεων από την καθημερινή ζωή της περιοχής, προγράμματα πολιτισμικών δρώμενων, προβολή μουσείων, προβολή επιμέρους τουριστικών περιοχών, ενδιαφέρουσες ανακοινώσεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, λίστα συνδρομητών και άλλα που θα κριθούν κατάλληλα κατά την πορεία του έργου.

Οι ανωτέρω δράσεις αποτελούν μια ενοποιημένη προσπάθεια, η οποία μέσω της σύγχρονης τεχνολογίας πληροφόρησης φιλοδοξεί να συμβάλει στην προβολή του διαχρονικού πολιτισμού της Θράκης και στη δημιουργία προϋποθέσεων μελέτης και επιστημονικής έρευνας αλλά και προϋποθέσεων για την προβολή και γνωριμία με αυτή.



Γέφυρα στον ποταμό Λίσσο

Έκδοση CD- Rom

Το ηλεκτρονικό υλικό προώθησης του Νομού Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού αφορά εκτός από τη δημιουργία ιστοσελίδας και την έκδοση CD-Rom. Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού υλικού είναι τα εξής:

- Έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει τον ήχο, την εικόνα και το κείμενο και επομένως να «περάσει» το μήνυμα ευκολότερα. Κυρίως όσον αφορά τον τουρισμό, όπου η εικόνα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, το CD-Rom θεωρείται ιδιαίτερα αποτελεσματικό μέσω κυρίως για την προώθηση του Νομού σε τουριστικούς πράκτορες/ tour operators και οργανισμούς.
- Έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν μεγάλο όγκο πληροφόρησης
- Ο χειριστής/ ενδιαφερόμενος έχει τη δυνατότητα να συμμετέχει μέσω διαφόρων εντολών επηρεάζοντας την ροή των πληροφοριών.
- Είναι οικονομικό μέσο (η αναπαραγωγή 1000 τεμαχίων με φάκελο στοιχίζει λιγότερο από 750 ευρώ).
- Το πληροφοριακό υλικό που θα περιέχει μπορεί να είναι τμήμα της ιστοσελίδας και θα προετοιμάζεται κύρια από τον προγραμματιστή της.

Τα CD-Rom προτείνεται να διανεμηθούν μέσω της συμμετοχής της Νομαρχίας σε εκθέσεις τουρισμού καθώς επίσης μπορούν να αποσταλούν σε σημαντικούς tour οργΓ3ιθΓ5 και γραφεία τουρισμού της Ελλάδας και του εξωτερικού. Παράλληλα, προτείνεται η διανομή τους σε δημοσιογράφους περιοδικών τουρισμού και εξειδικευμένων περιοδικών (π.χ. περιοδικά αρχαιολογίας).

Τα CD-Rom που θα αφορούν τον τουρισμό στο Ν. Ροδόπης μπορούν να περιλαμβάνουν τα εξής στοιχεία:

- Πληροφορίες για ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια / διαμερίσματα και κάμπινγκ
- Πληροφορίες για αξιοθέατα της περιοχής και τι μπορεί να κάνει ένας επισκέπτης στην περιοχή (κέντρα διασκέδασης, φεστιβάλ, κ.α.)
- Πληροφορίες για εναλλακτικές μορφές τουρισμού που υπάρχουν στην περιοχή
- Πλούσιο φωτογραφικό υλικό της περιοχής
- Ολοκληρωμένες έντυπες εκδόσεις με θέματα πολιτισμού, ιστορίας, περιβάλλοντος, κλπ

Τα CD-ROM προτείνεται να είναι διαθέσιμα τουλάχιστον σε μία ξένη γλώσσες -Αγγλικά .

2.14 ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ - ΈΚΔΟΣΗ ΕΝΤΥΠΩΝ

Τα έντυπα για την προβολή του Ν. Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού διανέμονται σε εκθέσεις, σε τουριστικούς πράκτορες, σε διαμορφωτές γνώμης καθώς και στο ευρύ κοινό. Τα έντυπα μπορούν να διανέμονται μέσω γραφείων του ΕΟΤ στην Ελλάδα και το εξωτερικό, μέσω των τουριστικών πρακτορείων, ξενοδοχείων και τουριστικών κέντρων καθώς και σε διάφορες άλλες ενέργειες πληροφόρησης της περιφέρειας ΑΜΘ. Παράλληλα τα έντυπα αυτά μπορούν να τοποθετηθούν ως ένθετο σε περιοδικά ειδικού ενδιαφέροντος (π.χ. περιοδικά διακοπών).

Τα έντυπα αυτά θα περιλαμβάνουν χάρτες, οδηγούς της περιοχής καθώς και άλλες χρήσιμες πληροφορίες. Προτείνεται το έντυπο να διατίθεται σε τρεις γλώσσες - Ελληνικά, Αγγλικά και Γερμανικά. Εκτιμάται ότι απαιτούνται περίπου 50.000 τεμάχια ανά έτος ή ανάλογα με τους φορείς διάδοσης.

Τα φυλλάδια θα πρέπει να είναι αρκετά απλά, να έχουν μοντέρνο στυλ (έντονα χρώματα) έτσι ώστε να ξεφεύγουν από τα συνηθισμένα φυλλάδια τουριστικής προβολής και να προκαλούν το ενδιαφέρον του αναγνώστη (π.χ. χρήση έντονων χρωμάτων). Επίσης στα φυλλάδια θα πρέπει να αναφέρεται η διεύθυνση της ιστοσελίδας της τουριστικής αρχής του Ν. Ροδόπης καθώς και τα στοιχεία επικοινωνίας των γραφείων ενημέρωσης απ' όπου μπορούν να ζητήσουν περαιτέρω στοιχεία. Αναλυτικά οι προτεινόμενες δράσεις είναι:

1. Φυλλάδιο μεγέθους περίπου Α3 με χάρτη της Κομοτηνής, χάρτη του Νομού που να δείχνουν τους κυριότερους οδούς με τα αξιοθέατα και σύντομη επεξήγηση τους στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα Η μία πλευρά θα φέρει αχνό χάρτη της Κομοτηνής με τους κυριότερους δρόμους επάνω στον οποίο θα προστεθούν εικονίδια που θα βοηθούν τον εντοπισμό των εγκαταστάσεων τουριστικού ενδιαφέροντος. Τέτοιες εγκαταστάσεις προτείνονται Μουσεία

Αρχαιολογικό Μουσείο Εκκλησιαστικό Μουσείο Λαογραφικό Μουσείο ΜΟΚ
Μουσείο Καλαθοπλεκτικής Θέατρα - Κινηματογράφοι ΔΗΠΕΘΕ

Αστέρια

Συνεδριακοί Χώροι-Εκθετήρια Κτίριο Εργατικού Κέντρου Μουσείο Παπανικολάου
Εκκλησίες

Μητροπολιτικός Ναός Αγίου Γεωργίου Αρμενική Εκκλησία Αγία Παρασκευή

Τζαμιά

Γενί Τζαμί

Εσκή Τζαμί (πλατεία παλαιού Ταχυδρομείου) Ξενοδοχεία

Δημόσιες Υπηρεσίες - Χώροι (ΠΑΜΘ, Νομαρχία, Δήμος, Δημοτικό πάρκο, Γυμναστήρια, κολυμβητήριο, Νοσοκομείο, Ταχυδρομείο, βιβλιοθήκες, εγκαταστάσεις ΔΠΘ)

Τουριστικά Περίπτερα (Νυμφαία)

Επιβατικοί Σταθμοί (ΚΤΕΛ, ΟΣΕ)

Από τις παραπάνω εγκαταστάσεις για όσες υπάρχει τουριστικό ενδιαφέρον θα παρατίθεται παράπλευρα του χάρτη σύντομος οδηγός που θα περιλαμβάνει επωνυμία, διεύθυνση, ιδιότητα, ώρες λειτουργίας και τυχόν εισιτήριο.

Σαν χάρτης προτείνεται αυτός που υπάρχει στο έντυπο της ΠΑΜΘ "Χάρτης Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης".

Στην οπίσθια όψη θα υπάρχει χάρτης του Νομού (προτείνεται τμήμα του χάρτη της Θράκης που αναφέρεται στο Νομό Ροδόπης από το παραπάνω έντυπο της ΠΑΜΘ ή καλύτερα χάρτης της εταιρείας ROD 2D που είναι και ο πιο αξιόλογος και ενημερωμένος.) στον οποίο θα προστεθούν εικονίδια για τις εκτός Κομοτηνής τουριστικές εγκαταστάσεις Φαναρίου, Παπίκιο, Μαρώνεια με το αντίστοιχο υπόμνημα και τεκμηρίωση.

Για την εκτύπωση προτείνονται 30-50.000 αντίγραφα με χρήση τετραχρωμίας, όχι ιλουστρασιών. Τα έντυπα θα παραδοθούν διπλωμένα (τύπου γεωγραφικού χάρτη). Το παραπάνω έντυπο μπορεί μετά την πρώτη έκδοση να αυτοχρηματοδοτηθεί με την παρεμβολή διαφημίσεων τουριστικών επιχειρήσεων και χορηγών. Η διανομή του θα γίνεται δωρεάν από τα προτεινόμενα stands, στους πρωτοετείς φοιτητές του ΔΠΘ, σε συμμετέχοντες σε συνέδρια, κ.λ.π.

Από τις παραπάνω εγκαταστάσεις για όσες υπάρχει τουριστικό ενδιαφέρον θα παρατίθεται παράπλευρα του χάρτη σύντομος οδηγός που θα περιλαμβάνει επωνυμία, διεύθυνση, ιδιότητα, ώρες λειτουργίας και τυχόν εισιτήριο. Σαν χάρτης προτείνεται αυτός που υπάρχει στο έντυπο της ΠΑΜΘ "Χάρτης Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης".

2. Φυλλάδιο μεγέθους A3 με χάρτη του Δήμου Μαρώνειας (και του Νομού) που να δείχνουν τα κυριότερα αξιοθέατα και σύντομη επεξήγηση στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα

Το παραπάνω έντυπο μπορεί μετά την πρώτη έκδοση να αυτοχρηματοδοτηθεί με την παρεμβολή διαφημίσεων τουριστικών επιχειρήσεων και χορηγών.

3. Βιβλίο 30-70 σελίδων με θέματα όπως στη Δράση 3 αλλά πιο αναλυτικά.

Το παραπάνω έντυπο μπορεί μετά την πρώτη έκδοση να αυτοχρηματοδοτηθεί με την παρεμβολή διαφημίσεων τουριστικών επιχειρήσεων και χορηγών.

4. Καθορισμός διαδρομών (οδοιπορικών, με αυτοκίνητα 4x4, αρχαιολογικών) με τη συνδρομή Εφορείας Αρχαιοτήτων, Ορειβατικού Συλλόγου, άλλων φορέων. Ο Έφορος Αρχαιοτήτων κ. Δ. Τριαντάφυλλος έχει ήδη έτοιμο υλικό που αφορά διαδρομές αρχαιολογικού ενδιαφέροντος. Ο Ορειβατικός Σύλλογος έχει οριοθετημένες διαδρομές στα βουνά αλλά χρειάζεται η συγγραφή τους. Μία οδοιπορική διαδρομή που αφορά τη διαδρομή Μαρώνεια – Ακρόπολη Αγίου Γεωργίου έχει δημοσιεύσει στο περιοδικό «ΟΞΥΓΟΝΟ». Για την εν λόγω διαδρομή χρειάζεται επιπλέον καθάρισμα του μονοπατιού και τοποθέτηση πινακίδων. Μία άλλη ενδιαφέρουσα διαδρομή είναι προς τους Αστραίους Βράχους όπου ο Δ. Ιάσμου διαθέτει περίπτερο.

Κατά διαστήματα η Νομαρχία Ροδόπης χρηματοδοτεί την έκδοση βιβλίων σχετικά με την περιοχή. Επειδή τα περιεχόμενα των βιβλίων αυτών στις περισσότερες των περιπτώσεων είναι αξιόλογα και ιδιαίτερα προβάλλουν την περιοχή θα πρέπει η χρηματική επιχορήγηση να συνοδεύεται με παραχώρηση των πνευματικών δικαιωμάτων των συγγραφέων προς τη Νομαρχία ή μιας απλής άδειας για προβολή των περιεχομένων τους και από το διαδίκτυο διαμέσου της ιστοσελίδας της Νομαρχίας.

Έντυπα θεματικού τουριστικού περιεχομένου

Προτείνεται ο σχεδιασμός πέντε διαφορετικών εντύπων για την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού - αγροτουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, οικοτουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, αρχαιολογικός- ιστορικός. Υπολογίζεται ότι απαιτούνται περίπου 4.000 τεμάχια για τον θρησκευτικό τουρισμό τουλάχιστον, 6.000 για τον αρχαιολογικό- πολιτιστικό τουρισμό, 7.000 τεμάχια τουλάχιστον για τον τουρισμό περιπέτειας και 10.000 τεμάχια τουλάχιστον για τον οικοτουρισμό-αγροτουρισμό και τον θαλάσσιο τουρισμό. Η διαφορά στην ποσότητα τεμαχίων παρατηρείται καθώς ο θρησκευτικός τουρισμός απευθύνεται μόνο σε ημεδαπό τουρισμό, ο αρχαιολογικός- θρησκευτικός τουρισμός απευθύνεται σε μικρότερο κοινό στόχο ενώ οι τελευταίες μορφές τουρισμού απευθύνονται σε μεγαλύτερο κοινό-στόχο σε σχέση με τον αρχαιολογικό και θρησκευτικό τουρισμό. Το έντυπο για τον θρησκευτικό τουρισμό θα είναι διαθέσιμο μόνο στην Ελληνική γλώσσα, καθώς το κοινό στόχος του είναι μόνο ημεδαπός τουρισμός.

• Ένα άλλο βιβλίο σχετικά με τα Αρωματικά Φυτά του Ν. Ροδόπης του γεωπόνου κ. Ερηλιιάδη έχει στο πρόσφατο παρελθόν χρηματοδοτήσει η Νομαρχία Ροδόπης. Το περιεχόμενο του βιβλίου είναι χρήσιμο για αγροτουριστικά θέματα.

Τα φυλλάδια, ανάλογα με το θεματικό αντικείμενο θα έχουν διαφορετικό στυλ χωρίς όμως να χάνουν το χαρακτήρα της ομοιογενούς διαφήμισης που έχει ως στόχο να δημιουργηθεί αναγνωρισμότητα για το τουριστικό προϊόν. Για παράδειγμα το φυλλάδιο που θα αναφέρεται στον τουρισμό περιπέτειας θα πρέπει να έχει πιο πρόσχαρη και νεανική μορφή καθώς το κοινό στο οποίο απευθύνεται είναι κυρίως νεαρής ηλικίας, που του αρέσει η δράση και η πρωτοτυπία.

Αφίσες

Η έκδοση διαφημιστικών αφισών του Ν. Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού αποσκοπεί στην προβολή της φυσικής ομορφιάς της περιοχής και την προσέλκυση των ενδιαφερομένων να την επισκεφτούν. Προτείνεται η έκδοση μιας σειράς διαφορετικών αφισών στις οποίες να προβάλλονται τα διαφορετικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης περιοχής, ορεινή ομορφιά, ποτάμια, θάλασσα, βιότοποι. Οι συγκεκριμένες αφίσες θα αναρτηθούν σε τουριστικά γραφεία της Ελλάδας και του εξωτερικού.

2.15 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ

Για την αποτελεσματικότερη προώθηση του Νομού Ροδόπης προτείνεται η δημιουργία, οργάνωση και λειτουργία υπηρεσίας στη Νομαρχία με θέμα τον Τουρισμό (και ενδεχόμενα τον Πολιτισμό). Η Υπηρεσία θα ασχολείται εκτός των άλλων με την προβολή του Νομού, τη συγγραφή τουριστικών εντύπων, τη διάθεσή τους, την ενημέρωση με νέα δεδομένα. Ένα από τα βασικά καθήκοντα της ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ θα είναι η κατά τακτά χρονικά διαστήματα επίσκεψη σε χώρους διανομής, προθήκες και η αναπλήρωση των ελλείψεων.

Προϋπόθεση για την αξιοποίηση των παραπάνω δράσεων είναι η δυνατότητα διάθεσης των παραπάνω εντύπων στους φυσικούς αποδέκτες τους και τους ενδιαφερομένους. Η ως τώρα συνήθης πρακτική - της διάθεσης δηλ των διαφημιστικών εντύπων ακριβώς μετά την εκτύπωση και η περαιτέρω εναπόθεση σε μία αποθήκη - οδηγεί στο βαθμιαίο παραγκωνισμό και πρέπει να σταματήσει. Προκύπτει λοιπόν η ανάγκη καθορισμού ενός νέου τρόπου διάθεσης και διανομής

του έντυπου υλικού που θα προβλέπει την "ανάγκη" (παρουσία τουριστών), θα διανέμει τα έντυπα, θα φροντίζει την αναπλήρωση ελλείψεων και τέλος θα μεριμνά για την ανανέωση και ενημέρωση τους.

Στα καθήκοντα της Υπηρεσίας αυτής θα είναι και η διάθεση ειδικών προθηκών για προβολή και διάθεση των παραπάνω εντύπων (αλλά και των σχετικών τουριστικό - διαφημιστικών εντύπων που εκδίδουν φορείς της περιοχής όπως ΠΑΜΘ, Δήμοι, ιδιώτες κλπ στα ξενοδοχεία (και όμορων Νομών), Δημόσιες Υπηρεσίες, επιβατικούς σταθμούς, τουριστικά καταστήματα, γραφεία τύπου, μουσεία, οργανωτές συνεδρίων, οργανωτές εκθέσεων, κλπ.

Στα καθήκοντα της ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ θα είναι η ανάπτυξη της συνεργασίας των Πολιτιστικών Συλλόγων και Φορέων της περιοχής για την διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και δράσεων πολιτισμού με στόχο την προσέλκυση τουριστών. Η κινητοποίηση των πολιτιστικών συλλόγων είναι ένα ισχυρό μέσο του Δήμου Ξάνθης για την προβολή της πόλης. Αναφέρεται σαν παράδειγμα ότι επιτρέπουν τη δημιουργία «στεκιών» πώλησης κατά τις γιορτές Παλιάς Πόλης μόνο σε συλλόγους που συμμετέχουν με εκδηλώσεις και άρμα στις καρναβαλικές εκδηλώσεις.

Προτείνεται λοιπόν η ενεργοποίηση των πολιτιστικών φορέων και η ανάληψη σημαντικών πρωτοβουλιών της Νομαρχίας στο θέμα αυτό με στόχο την τουριστική αναδίπλωση του Νομού.

Ένα άλλο καθήκον της ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ θα είναι και η διανομή εβδομαδιαίου προγράμματος πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Προτείνεται η σύνταξη εβδομαδιαίου προγράμματος τελετών, πολιτιστικών εκδηλώσεων, ομιλιών που διοργανώνονται στα όρια του Νομού και η ανάρτησή του (κάθε Παρασκευή) σε πινακίδες ανακοινώσεων στην πλατεία Κομοτηνής, επιβατικούς Σταθμούς και σε όλα τα ξενοδοχεία για ενημέρωση του κοινού για τις εκδηλώσεις αυτές.

Η σύνταξη του Προγράμματος θα γίνεται είτε από δημοσιεύματα εφημερίδων είτε από προηγούμενη έγκαιρη ενημέρωση των οργανωτών των εκδηλώσεων προς τους υπεύθυνους της ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ σύνταξης του προγράμματος.

2.16 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ) ΝΟΜΑΡΧΙΑΣ ΡΟΔΟΠΗΣ

Η ίδρυση της Υπηρεσίας-Εταιρείας Τουρισμού (Πολιτισμού) της Νομαρχίας Ροδόπης θα συμβάλει αποφασιστικά στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής τόσο

βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα. Η ύπαρξη ενός φορέα υπεύθυνου για την διαχείριση των τουριστικών και πολιτιστικών θεμάτων καθώς και για την καταγραφή των τάσεων που επικρατούν στην τουριστική κίνηση της περιοχής, βοηθάει στην οργανωμένη τουριστική της ανάπτυξη.

Παράλληλα παρέχει στις τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής έναν φορέα στον οποίο μπορούν να απευθυνθούν για την διευθέτηση θεμάτων που αφορούν τον συγκεκριμένο κλάδο. Η Υπηρεσία Τουρισμού (Πολιτισμού) της Νομαρχίας Ροδόπης εκτός από θέματα προβολής των τουριστικών προορισμών της περιοχής θα πρέπει να συμβάλει στην δημιουργία κατάλληλης τουριστικής υποδομής και κύρια την διαμόρφωση της τουριστικής - πολιτισμικής πολιτικής της περιοχής. Με τον όρο «τουριστική υποδομή» αναφερόμαστε στα εξής σημεία:

- Βελτίωση των καταλυμάτων της περιοχής. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην περιοχή της Θράκης παρουσιάζεται το μικρότερο πανελλαδικά ποσοστό ξενοδοχειακών καταλυμάτων που έχουν υποστεί ανακαινίσεις.
- Εκπαίδευση των επιχειρηματιών τουρισμού της περιοχής στην παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας
- Συστηματική παρακολούθηση της τουριστικής ανάπτυξης με σκοπό την διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της φυσικής ομορφιάς.

Εκπαίδευση επιχειρηματιών

Η πλειοψηφία των ξενοδόχων στην περιοχή δεν διαθέτει ανώτερη εκπαίδευση σε θέματα τουριστικών επαγγελμάτων. Παράλληλα, οι ξενοδόχοι στην περιοχή αποδεικνύονται ελάχιστα γλωσσομαθείς, καθώς γνωρίζουν κατά μέσο όρο μια ξένη γλώσσα έναντι δύο κατά μέσο πάντα όρο που γνωρίζουν οι συνάδελφοι τους στην Αττική. Απαιτείται επομένως από την Υπηρεσίας Τουρισμού (Πολιτισμού) της Νομαρχίας Ροδόπης η διενέργεια εκπαιδευτικών σεμιναρίων προς τους απασχολούμενους στον κλάδο, με στόχο την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αποτελεί, σύμφωνα με έρευνες, ένα από τα κύρια στοιχεία που αξιολογεί ένας επισκέπτης σε μία τουριστική περιοχή.

Με το όρο διαμόρφωση της τουριστικής πολιτισμικής πολιτικής της περιοχής εννοούμε την καταγραφή, μελέτη και υποβολή αξιολογημένων προτάσεων με στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού σαν εναλλακτική απασχόληση μετά την παρατηρούμενη συρρίκνωση και μείωση του αγροτικού εισοδήματος στην περιοχή του Νομού Ροδόπης. Οι κύριοι άξονες της πολιτικής αυτής θα πρέπει να είναι :

Προβολή του τουρισμού

Βελτίωση παρεχομένων υπηρεσιών

Δημιουργία τουριστικής υποδομής

Συνεργασία με φορείς της περιοχής που εμπλέκονται στον τουριστικό τομέα.

Συνεργασία με αντίστοιχες υπηρεσίες όμορων Νομών (πχ κοινή προβολή ή δημιουργία τουριστικού πακέτου για όλη τη Θράκη)

Μετρήσεις αποτελεσματικότητας προβολής, στατιστικών στοιχείων κατά κλάδο τουριστικής απασχόλησης, τουριστικό μάρκετινγκ.

2.17 ΜΕΤΡΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Μετά την υλοποίηση του διαφημιστικού πλάνου, θα πρέπει να εξεταστεί η αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών ενεργειών που πραγματοποιήθηκαν για την προβολή του Ν. Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού.

Η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας του διαφημιστικού πλάνου πραγματοποιείται σε συνάρτηση με τους εξειδικευμένους και μετρήσιμους διαφημιστικούς στόχους που έχουν τεθεί

Ταυτόχρονα με τη διατύπωση των εξειδικευμένων και μετρήσιμων διαφημιστικών στόχων που αναφέρονται σε συγκεκριμένα στοχούμενα κοινά, θα πρέπει να διατυπώνονται και τα κριτήρια αξιολόγησης αποτελεσματικότητας της κάθε διαφήμισης / διαφημιστικής εκστρατείας στα πλαίσια του διαφημιστικού προγράμματος.

Με την προσέγγιση αυτή γίνονται εκ των προτέρων γνωστό για τους ενδιαφερόμενους, διαφημιζόμενο (Ν. Ροδόπης) και το διαφημιστικό γραφείο, οι κανόνες του παιχνιδιού. Ως εκ τούτου αποδίδονται τόσο τα εύσημα για την επιτυχία αλλά και ευθύνες για τις αρνητικές αποκλίσεις.

Συγκεκριμένα για τους τρεις διαφημιστικούς στόχους που έχουν τεθεί στο επικοινωνιακό σχέδιο δράσης επισημαίνονται τα εξής:

- Αναφορικά με τον πρώτο στόχο: «Γνωστοποίηση του Ν. Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού στο εξειδικευμένο και ευρύ κοινό», θα πραγματοποιηθεί για τον έλεγχο της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης/ διαφημιστικής εκστρατείας, μετά το πέρας της υλοποίησης του, δειγματοληπτική έρευνα. Το δείγμα θα αντληθεί από το συνολικό κοινό- στόχο. Με ερωτηματολόγιο που θα συμπληρωθεί από τους ερωτώμενους του δείγματος θα διαπιστωθεί σε τι ποσοστό έχει επιτευχθεί η ενημέρωση σχετικά με τη γνωστοποίηση του Ν. Ροδόπης ως τουριστικού προορισμού.

Θα καταγραφούν αποκλίσεις και θα πραγματοποιηθούν διορθωτικές ενέργειες στο συγκεκριμένο στάδιο του διαφημιστικού προγράμματος

- Αναφορικά με τον επικοινωνιακό στόχο «Δημιουργία προϊόντικής ταυτότητας για το Ν. Ροδόπης και επικοινωνία του στο κοινό στόχο», θα πραγματοποιηθούν για τον έλεγχο της αποτελεσματικότητας της συγκεκριμένης διαφήμισης/ διαφημιστικής εκστρατείας που θεραπεύει τον παραπάνω στόχο, δύο έλεγχοι:

Προκαταρκτικός έλεγχος της διαφήμισης/ διαφημιστικής εκστρατείας.

Περιλαμβάνει συγκέντρωση πληροφοριακού υλικού σχετικά με τη συγκεκριμένη διαφήμιση/ διαφημιστική εκστρατεία προτού εμφανιστεί σε μμαζική κλίμακα στη στοχούμενη αγορά. Η απαιτούμενη πληροφόρηση συλλέγεται από τους δυνητικούς χρήστες με «εστιασμένες ομαδικές συνεντεύξεις» (Focus Groups), με ερωτηματολόγιο και με σημειώσεις που καταγράφουν όσοι εκτίθενται στο προκαταρκτικό διαφημιστικό μήνυμα. Τον προκαταρκτικό έλεγχο της διαφήμισης, πραγματοποιεί αποκλειστικά ο ανάδοχος- το διαφημιστικό γραφείο.

Έλεγχο για την εκ των υστέρων μέτρηση της διαφήμισης/ διαφημιστικής εκστρατείας. Επιλέγονται οι έλεγχοι ανάκλησης της μνήμης. Σε αντιπροσωπευτικά επιλεγμένο δείγμα από το κοινό- στόχο, με τη μέθοδο της συνέντευξης καλούνται να θυμηθούν ποιες διαφημίσεις έχουν δει σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (π.χ. την προηγούμενη εβδομάδα). Ακολουθείται συγκεκριμένη διαδικασία σε δύο επιμέρους φάσεις όπου η ανάκληση της μνήμης πετυχαίνεται χωρίς καμιά βοήθεια από τον υπεύθυνο της συνέντευξης (πιο ακριβής μέθοδος) και όπου ο υπεύθυνος της συνέντευξης υποβοηθά την ανάκληση της μνήμης μέσω συγκεκριμενοποιημένων ερωτήσεων.

Ο έλεγχος για την εκ των υστέρων μέτρηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης μπορεί να πραγματοποιηθεί από το ειδικό τμήμα του αναδόχου (διαφημιστικό Γραφείο) ή από τρίτους που παρέχουν τη συγκεκριμένη εξειδικευμένη υπηρεσία.

Αναφορικά με τον τρίτο στόχο «Αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού» θα πραγματοποιηθεί για τον έλεγχο της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης/ διαφημιστικής εκστρατείας μετά την υλοποίηση του στόχου, δειγματοληπτική έρευνα. Επιλέγεται αντιπροσωπευτικό δείγμα από το κοινό- στόχο και με ερωτηματολόγιο που συμπληρώνεται από τους ερωτώμενους του δείγματος, διαπιστώνεται σε τι βαθμό έχει επιτευχθεί ο προαναφερθείς στόχος. Ο έλεγχος

πραγματοποιείται από τον ανάδοχο (διαφημιστικό Γραφείο) ή από τρίτους που παρέχουν τη συγκεκριμένη εξειδικευμένη υπηρεσία.

Ολοκληρώνοντας την ενότητα θα πρέπει να επισημανθεί ότι τα κριτήρια και ο έλεγχος της αποτελεσματικότητας του κάθε διαφημιστικού στόχου που θεραπεύεται από διαφήμιση/ διαφημιστική εκστρατεία εκπληρώνουν και άλλη αναγκαιότητα, δηλαδή την διατύπωση προτάσεων για τις απαραίτητες διορθωτικές ενέργειες σε κάθε στάδιο της επικοινωνιακής πολιτικής, όταν διαπιστωθούν μεγάλες αρνητικές αποκλίσεις από τους στόχους.

Στον προϋπολογισμό των δαπανών έχει προβλεφθεί στο τέλος της περιόδου διάρκειας του επικοινωνιακού σχεδίου - έτος 2006- ποσό 20.000€ το οποίο θα αναλωθεί για μελέτες μέτρησης της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης/ διαφημιστικής εκστρατείας. Η συγκεκριμένη έρευνα αφορά την μέτρηση της αποτελεσματικότητας των διαφημιστικών ενεργειών μέχρι την συγκεκριμένη χρονική περίοδο, προκειμένου να ληφθούν διορθωτικές ενέργειες, εφόσον υπάρξει ανάγκη.

2.18 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Όσον αφορά τις ενέργειες για την προβολή του Ν. Ροδόπης στο εξωτερικό, η πλειοψηφία αυτών τοποθετείται στο χρονικό διάστημα Ιανουάριος- Φεβρουάριος καθώς και τον μήνα Νοέμβριο. Η επιλογή αυτή έγινε με στόχο την ενημέρωση των τουριστικών πρακτορείων αρκετά νωρίς, προτού σχεδιάσουν τα πακέτα διακοπών. Ακόμα στόχος του επικοινωνιακού σχεδίου είναι οι τουριστικοί πράκτορες να είναι ενημερωμένοι έγκαιρα για τον προορισμό έτσι ώστε να μπορούν να το προτείνουν στους πελάτες τους που επισκέπτονται το πρακτορείο για παροχή συμβουλών σχετικά με τους τουριστικούς προορισμούς που θα μπορούσαν να επισκεφτούν για τις διακοπές τους. Επιπλέον τα στοιχεία της αγοράς δείχνουν ότι η πλειοψηφία των αλλοδαπών τουριστών αρχίζει να «σκέφτεται» και να σχεδιάζει τις διακοπές του αρκετά νωρίς, επομένως η ενημέρωση και η τροφοδότηση των πρακτορείων με διαφημιστικό υλικό πρέπει να είναι έγκαιρη.

Όσον αφορά τον ημεδαπό τουρισμό, έμφαση δίνεται στην προβολή του Ν. Ροδόπης κατά την χειμερινή περίοδο Ιανουάριο- Φεβρουάριο, την Φθινοπωρινή περίοδο Σεπτέμβριο- Οκτώβριο και την Εαρινή περίοδο Μάρτιο- Απρίλιο. Κατά την χειμερινή περίοδο πόλος έλξης του τουρισμού μπορεί να αποτελέσουν οι πολιτιστικές εκδηλώσεις καθώς και ο αγροτουρισμός. Την Άνοιξη, οι πολίτες επιθυμούν να απομακρυνθούν από το κέντρο της πόλης, επομένως η προβολή του Ν. Ροδόπης

εκείνη την περίοδο στοχεύει στην υπενθύμιση τους για την ύπαρξη του συγκεκριμένου προορισμού.

Επιπλέον κατά την Εαρινή περίοδο είναι δυνατή η παρακολούθηση πουλιών και η επίσκεψη των υδροβιότοπων. Η Φθινοπωρινή περίοδος αποτελεί επίσης περίοδο με έντονη την τάση για εξορμήσεις στην φύση. Το χρονοδιάγραμμα των ενεργειών έχει σχεδιαστεί κατά τέτοιο τρόπο ώστε να ενθαρρύνει την επίσκεψη του Ν. Ροδόπης καθ' όλη διάρκεια του έτους και όχι μόνο κατά την θερινή περίοδο.

Οι καλύτεροι διαφημιστές κάθε περιοχής είναι αυτοί που την έχουν ήδη επισκεφθεί και έμειναν ικανοποιημένοι. Στην περίπτωση λοιπόν που γίνει προβολή και δημιουργηθεί κάποιο τουριστικό ρεύμα προς την περιοχή του Ν. Ροδόπης αλλά:

- Δεν έχουν προηγηθεί στοιχειώδεις υποδομές εξυπηρέτησης και πληροφόρησης επισκεπτών
- Η πληροφόρηση αναφέρεται σε ανύπαρκτες ή υποτυπώδεις εγκαταστάσεις ή μη λειτουργούντα "αξιοθέατα"
- Οι επιχειρήσεις (και το προσωπικό τους) που ασχολούνται με τουρισμό δεν είναι ενημερωμένες και επιμορφωμένες για την εξυπηρέτηση και πληροφόρηση των επισκεπτών-πελατών οι επισκέπτες αυτοί αποτελούν αρνητικούς διαφημιστές και θα είναι δύσκολο όταν γίνουν σημαντικές επενδύσεις, λειτουργήσουν τα κλειστά μουσεία, δημιουργηθούν όλα εκείνα που συντελούν στις αλησμόνητες διακοπές τουριστών - εκλείψουν δηλαδή οι παράγοντες που τους έκαναν να σχηματίσουν αυτή την γνώμη - τότε θα είναι ιδιαίτερα δύσκολο να πεισθούν και να διαμορφώσουν τα αρνητικά σχόλια που διατυπώνουν για τον Νομό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

3.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Οι τουριστικοί προορισμοί ανταγωνίζονται μεταξύ τους κυρίως στα τρία παρακάτω επίπεδα.

- Το πρώτο επίπεδο περιλαμβάνει τις λειτουργίες Μάρκετινγκ. Τα Κανάλια διανομής, τα στοιχεία της προβολής και η τιμή αποτελούν τα βασικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται για να οδηγήσουν τον τουριστικό προορισμό στην επιβίωσή του. Οι τουριστικοί πράκτορες και τα κατάλληλα γραφεία, η χρήση του διαδικτύου, η έντυπη και ηλεκτρονική διαφήμιση και η κατάλληλη επιλογή των ΜΜΕ, οι Εκθέσεις και ο τρόπος τιμολόγησης αποτελούν μερικά από τα πιο εύχρηστα εργαλεία για την απόδοση των ενεργειών.
- Σε δεύτερο επίπεδο ο ανταγωνισμός οδηγείται συχνά στην αξιολόγηση των πόρων. Το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό συμβάλλει στην μείωση του κόστους και στην αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών. Επίσης οι χρηματοδοτήσεις και το ύψος των διαθέσιμων κεφαλαίων για δημιουργία και συντήρηση των τουριστικών υποδομών ή γενικότερα για την αποπεράτωση των τουριστικών σχεδίων Μάρκετινγκ, δίνουν το προβάδισμα στους προορισμούς που παρακολουθούν παράλληλα τις τάσεις στην Αγορά (π.χ αντιμετώπιση Ανταγωνισμού και διατήρηση Καταναλωτών- Πελατών).

- Σε τρίτο επίπεδο ο ανταγωνισμός προσανατολίζεται επίσης συχνά στους Πελάτες-Καταναλωτές του Τουριστικού Προϊόντος, που αποτελούν ως γνωστόν τις Τουριστικές Αγορές αποστολής επισκεπτών ή και γενικότερα τμήματα επισκεπτών (π.χ Γερμανία, Βρετανία, Γαλλία, Σκανδιναβικές χώρες, Κίνα, Ρωσία Business Travelers κ.ά).

Οι ανταγωνιστές επιλέχθηκαν βάσει των παρόμοιων προϊόντικών γραμμών που διαθέτουν καθώς και λόγω της εγγύτητας τους θέσης ως προς την δυνατότητα προσέλκυσης τουριστικών ρευμάτων από τους τόπους προέλευσης επισκεπτών. Επίσης ενδεικτικά στον ίδιο πίνακα αναλύονται και κάποιοι εγχώριοι προορισμοί («συναγωνιστές») με αρκετά ομοιογενή προϊόντικά χαρακτηριστικά, που δείχνουν να προτιμούνται ιδιαίτερα από εγχώρια τμήματα επισκεπτών που συνδέονται με την ανάπτυξη ετήσιας διάρκειας τουριστικών δραστηριοτήτων. Οι προορισμοί αυτοί (δηλαδή ο Νομός Ξάνθης, και ο Νομός Έβρου) μπορούν να αποτελέσουν δείκτες αξιολόγησης και παρακολούθησης στην περίπτωση που ο εγχώριος κλάδος παρουσιάσει διαφοροποιήσεις στις αποδόσεις του σε σύγκριση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς.

Ο Ανταγωνισμός του Νομού στον τουριστικό τομέα είναι πολυποίκιλος και έντονος. Διακρίνεται σε ανταγωνισμό

α) Από τους όμορους Νομούς και κατ' επέκταση από τους υπόλοιπους Νομούς της ΑΜΘ

β) Από διάφορες περιοχές της Κεντρικής και Βόρειας Ελλάδας με ομοειδή χαρακτηριστικά με το Νομό Ροδόπης (και τους υπόλοιπους της Θράκης) όπως Πήλιο, Μαγνησία, Ήπειρος, Ασπροβάλτα, Χαλκιδική.

γ) Από τουριστικές κατευθύνσεις του εξωτερικού αρχής γενομένης των γειτονικών κρατών Τουρκίας, Βουλγαρίας και στη συνέχεια των ευρωπαϊκών χωρών και άλλων προορισμών.

3.2 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Α. Όμοροι Νομοί - Υπόλοιποι Νομοί ΑΜΘ

Το κυρίαρχο σύνθημα που προβάλλεται στις διαφημίσεις του Νομού είναι η φύση, ο ήλιος, οι παραλίες και ενίοτε οι βιότοποι. Από την άλλη μεριά οι όμοροι Νομοί διαθέτουν παρόμοια χαρακτηριστικά και επιπλέον "τουριστικές δράσεις" (Δαδιά, δέλτα Νέστου, δέλτα Έβρου, Καρναβάλι, χιονοδρομικό Κέντρο Φαλακρού) και υποδομές (παλιά Πόλη Ξάνθης, ορεινός όγκος Ξάνθης, παραδοσιακός οικισμός

Μεταξάδων, ξενοδοχειακή και σημαντική συνεδριακή υποδομή Α' Κατηγορίας στην Αλεξανδρούπολη) που έχουν ήδη αποκτήσει όνομα πανελλήνιο. Ακολουθεί μία σύντομη ανάλυση των χαρακτηριστικών των ανταγωνιστών του Νομού Ροδόπης στον τουριστικό τομέα.

A1 Νομός Ξάνθης

Ο Νομός Ξάνθης χωρίς να αποτελεί παραδοσιακό τουριστικό προορισμό τα τελευταία χρόνια κάνει ιδιαίτερη προσπάθεια αναβάθμισης των τουριστικών αξιοθέατων και των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών. Το σχέδιο ανάπτυξης επικεντρώνεται

A1.1 Στην πόλη της Ξάνθης (γιορτές Παλιάς Πόλης την πρώτη εβδομάδα Σεπτεμβρίου, το καρναβάλι με διάρκεια εκδηλώσεων 15 ημερών, την αναβίωση και αναπαλαίωση του παραδοσιακού οικισμού της Παλιάς Ξάνθης και πολιτιστικές εκδηλώσεις κατά τη διάρκεια όλου του έτους). Ο Δήμος με το οικονομικό άνοιγμα για την κατασκευή του Κλειστού Γυμναστηρίου αδυνατεί να χρηματοδοτήσει τις προσπάθειες αυτές αλλά παίζει το ρόλο του συντονιστή στους πολιτιστικούς συλλόγους που πρωτοστατούν. Φορείς με πολιτιστική δράση είναι η ΦΕΞ, το ΠΑΚΕΘΡΑ και τελευταία το Ίδρυμα Ακαδημία Θρακικής Τέχνης και Παράδοσης.

Η ξενοδοχειακή πληρότητα είναι έντονη τις περιόδους των παραπάνω εορτών (ορισμένοι κατευθύνονται στο Νομό μας), την περίοδο εγγραφών των φοιτητών και των εξετάσεων του Πανεπιστημίου. Τελευταία παρατηρείται σημαντική κίνηση στον διεθνή αερολιμένα Χρυσούπολης με τσάρτερ οι επιβάτες των οποίων όμως κατευθύνονται στη Θάσο.

A1.2 Στον ποταμό Νέστο με δράσεις κατάβασης με κανό, οδοιπορικά, περιηγήσεις με οχήματα 4x4 στον ορεινό όγκο, περιηγήσεις με άλογα, πολιτιστικές εκδηλώσεις, περιηγήσεις στο Δέλτα του ποταμού, περιηγήσεις στους αρχαιολογικούς χώρους. Γενικά προβάλλονται οι δυνατότητες για αθλητικό τουρισμό, η φύση και η παράδοση. Το μειονέκτημα της περιοχής είναι ότι δεν υπάρχει ξενοδοχειακή υποδομή μέσου ή υψηλού επιπέδου παρά μόνο παραδοσιακοί ξενώνες με αποτέλεσμα οι διακοπές στην περιοχή να διαρκούν μία ημέρα χωρίς διανυκτέρευση. Η διαφήμιση επικεντρώνεται μέσω tour operators ειδικών κατηγοριών με στόχο τα οργανωμένα γκρουπ, με έντυπα και ιδιαίτερα μέσω διαδικτύου (<http://www.topeiros.gr>). Για την προβολή της ιστοσελίδας αυτής υπάρχουν και πληρωμένες διαφημιστικές καταχωρήσεις σε κεντρικά "πόρταλς".

A1.3 Στον Ορεινό όγκο. Με κέντρο τη Σταυρούπολη και τα Πομακοχώρια έχουν ιδρυθεί παραδοσιακοί κοιτώνες αλλά και μμονάδες μέσου τουρισμού, αγροτοσυνεταιρισμοί συνεταιρισμοί κλπ., με στόχο την προσέλκυση τουριστικού ρεύματος. Οι πόροι που έχουν απορροφηθεί από σχετικά προγράμματα είναι εντυπωσιακοί. Σαν παράδειγμα αναφέρεται η σχεδίαση δικτύου έξι λαογραφικών μουσείων σε αντίστοιχους οικισμούς της περιοχής που το καθένα θα υποστηρίζει ένα διαφορετικό πεδίο δράσης της ζωής των κατοίκων του ορεινού όγκου της περιοχής. Σχεδιάζεται η αξιοποίηση του καταρράκτη και κέντρου αθλητικών δραστηριοτήτων.

A1.4 ΣΤΟ Δήμο Αβδήρων. Με κεντρικούς άξονες την παραλία, τον αρχαιολογικό τόπο, το αρχαιολογικό Μουσείο και τη λαογραφική παράδοση επιχειρείται σημαντική τουριστική υποδομή και ανάπτυξη της περιοχής. Να σημειωθούν οι δράσεις στον Επισκοπικό Ναό (κατάληψη παρά τις αντιρρήσεις της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας), οι εκδηλώσεις γύρω από το ψωμί και τους παραδοσιακούς φούρνους, η ανάδειξη του παραδοσιακού οικισμού Αβδήρων, οι ετήσιες εκδηλώσεις "Δημοκρατία", κ.λ.π.

A2 Νομός Έβρου. Οι αυξημένες διανυκτερεύσεις που σημειώνονται στην περιοχή οφείλεται κύρια στο θαλάσσιο τουρισμό που αναπτύσσεται στην πόλη της Αλεξανδρούπολης και τη Σαμοθράκη κατά τη θερινή περίοδο, τον συνεδριακό τουρισμό και στους φοιτητές του ΔΠΘ. Κυριότερα τουριστικά αξιοθέατα είναι το δάσος της Δαδιάς, το δέλτα του Έβρου, τα αξιοθέατα του Διδυμότειχου, η Μονή Κορνοφωλιάς, το μουσείο Μετάξης του Σουφλίου, ο αρχαιολογικός τόπος στη Μεσημβρία -Ζώνη, τα ιαματικά λουτρά Τραϊανούπολης. Σημαντική κίνηση επισκεπτών παρατηρείται και στο Κέντρο Ενημέρωσης του ποταμού Έβρου. Γίνονται προσπάθειες ανάδειξης του Παραδοσιακού Οικισμού Μεταξάδων και του αρχαιολογικού χώρου της Τραϊανούπολης.

Η ξενοδοχειακή υποδομή περιλαμβάνει τρία ξενοδοχειακά συγκροτήματα 5 αστέρων (το ένα επεκτείνεται), με σημαντικές ευκολίες συνεδριακού τουρισμού. Τελευταία παρατηρείται έντονη κινητικότητα για δρομολόγηση τσάρτερς από το εξωτερικό.

Η Σαμοθράκη με σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους και μουσείο φιλοξενεί το μεγαλύτερο τμήμα των αλλοδαπών τουριστών αλλά παραμένει υπό ανάπτυξη στο τομέα του τουρισμού, έχει πρόβλημα στις θαλάσσιες συγκοινωνίες και τους συχνούς αποκλεισμούς λόγω καιρικών φαινομένων.

3.3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΧΡΟΝΟΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ

Μετά την καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης, την ανάλυση των δυνατοτήτων, προοπτικών και προτάσεων για την τουριστική ανάπτυξη του Ν. Ροδόπης συνοψίζοντας προτείνεται ο παρακάτω χρονοπρογραμματισμός δράσεων κατά αξιολογική σειρά:

1. Δημιουργία Νομαρχιακής διεύθυνσης Τουρισμού. Η διεύθυνση αυτή θα έχει σαν έργο την υποβολή προτάσεων για την τουριστική ανάπτυξη του Νομού, τον προγραμματισμό έργων, την δημιουργία εντύπων προβολής, τον συντονισμό των φορέων και παραγωγικών τάξεων που ασχολούνται με τουρισμό, τον συντονισμό της διαφήμισης του Νομού, τη συνεργασία με την Επιτροπή Τουρισμού της ΠΑΜΘ, των Δήμων του Νομού και των αντίστοιχων διευθύνσεων των όμορων Νομών και φυσικά θα αποτελεί συμβουλευτικό όργανο της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης του Νομού στον τομέα του τουρισμού. Η στελέχωσή της διεύθυνσης θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει

α. Ένα μηχανικό ή οικονομολόγο με εμπειρία σε υποβολή αναπτυξιακών προτάσεων που θα ασχολείται κύρια με συγγραφή, υποβολή και παρακολούθηση προγραμμάτων.
β. Γραμματέα με γνώσεις γραφιστικής για σχεδίαση εντύπων

2. Βελτίωση - προβολή υπαρχόντων υποδομών με έργα μικρής κλίμακας και με παράλληλη βελτίωση παρεχομένων υπηρεσιών.

Προτεινόμενες δράσεις μπορούν να εστιασθούν σε:

1. Σχεδίαση - παραγωγή - διανομή Εντύπων προβολής της υπάρχουσας υποδομής
2. Σηματοδότηση - τεκμηρίωση - βελτίωση υπαρχόντων τουριστικών εγκαταστάσεων
3. Βελτίωση υποδομών στις παραλίες του Νομού
4. Σε συνεργασία με Κυνηγητικό και Ορειβατικό σύλλογο η μελέτη ανάπτυξης του κυνηγητικού και ορεινού τουρισμού και περαιτέρω η σχεδίαση, σηματοδότηση και ανάπτυξη υποδομών για οδοιπορικά μονοπάτια π.χ. διαδρομή Τασμος - Αστραίοι βράχοι.
5. Αναβάθμιση της ιστοσελίδας της Νομαρχίας και λειτουργία της σε δύο τουλάχιστον γλώσσες.
6. Ανάπτυξη Εκκλησιαστικού τουρισμού

7. Συντονισμός με πολιτιστικούς φορείς για συνεργασία στην σχεδίαση - παρουσίαση - προβολή - συντονισμό πολιτιστικών θεαμάτων ιδιαίτερα κατά την τουριστική περίοδο.

8. Συνεργασία με ΔΠΘ για ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού αλλά και συγγραφή μελετών που αφορούν λαογραφία και ιστορία της περιοχής.

3. Σχεδίαση προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης Μακροπρόθεσμα η Νομαρχία μπορεί να προγραμματίσει

A. Πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής με έμφαση τις τουριστικές υποδομές

B. Διαμόρφωση τουριστικής συνείδησης μεταξύ των επαγγελματιών του κλάδου και

Γ. διαμόρφωσης διάθεσης και προσέλκυσης επενδύσεων στον τουριστικό τομέα.

Αναλυτικά:

A. Υποβολή πρότασης για πενταετή(;) ανάπτυξη του τουριστικού τομέα

A. Κατασκευή - βελτίωση οδικού δικτύου που ενώνει τις τουριστικές περιοχές του νομού μεταξύ τους (πχ. Φανάρι - Μαρώνεια - Μάκρη), σύνδεση με Εγνατία οδό (Μέστη - Μαρώνεια, Νυμφαία - Κομοτηνή) και κατασκευής τουριστικών υποδομών κατά μήκος τους.. α Μελέτη δημιουργίας μαρίνας ή ανάπτυξη υποδομών για υποδοχή τουριστικών σκαφών στα υπάρχοντα Λιμάνια Σε συνεργασία με το ΤΕΦΑΑ-ΔΠΘ μελέτη για ανάπτυξη ναυταθλημάτων.

α διαμόρφωση της εξωτερικής προβλήτας του λιμανιού του Αγ. Χαραλάμπους. Υπάρχει σχετική μελέτη της Δνσης Τεχνικών Έργων (κ. Κεχαγιάς) ύψους περίπου 80-100 εκ. δραχμών για το έργο αυτό που αποσκοπεί στη δυνατότητα προσέγγισης τουριστικών σκαφών - κρουαζιεροπλοίων που εκτελούν δρομολόγια στο Αιγαίο - Εύξεινο Πόντο.

- Μελέτη παρεκβάσεων στον ορεινό όγκο. Αξιολόγηση δυνατοτήτων παρεκβάσεων στον οδικό άξονα Νυμφαία - Εγνατία ή παρεκβάσεων σε άλλο παραδοσιακό οικισμό (πχ. Πετρωτά)
- α Σχεδίαση - διαμόρφωση - βελτίωση τουριστικών οικισμών της περιοχής (Φανάρι, Προφήτης Ηλίας) και εξέταση πρότασης επέκτασης σχεδίου πόλης οικισμών Φαναρίου και Μαρώνειας για υποβοήθηση κατασκευής εξοχικών κατοικιών (το ΔΠΘ με τους 1200 εργαζόμενους από χρόνια αναζητεί χώρο για δημιουργία camping ή οικισμού εξοχικών κατοικιών στο χώρο της Θράκης κατά τα πρότυπα του ΑΠΘ).

- Επιμόρφωση ασχολουμένων με τον τουρισμό ή ίδρυση σχολής τουριστικών επαγγελμάτων.
- Αναβάθμιση της Εφορείας Βυζαντινών Αρχαιοτήτων, ίδρυση Εφορίας Νεωτέρων Μνημείων και εντατικοποίηση των ανασκαφών. Επέκταση αρχαιολογικού Μουσείου Κομοτηνής. Δημιουργία υποδομών επίσκεψης αρχαιολογικών χώρων.
- διερεύνηση κατασκευής αεροδρομίου.
- Δημιουργία κάμπινγκ στην περιοχή Ιμέρου - Πλατανίτη. Το προτεινόμενο κάμπινγκ θα στοχεύει στην απορρόφηση των παραθεριστών της παραπάνω παραλίας που διαβιούν σε τροχόσπιτα, την εξάλειψη της απαράδεκτου κατάστασης με τα αυθαίρετα των παραλιών του Νομού αλλά και την εξυπηρέτηση των κυνηγών που αφθονούν μετά το δεκαπενταύγουστο και επιδίδονται στη ελεύθερη κατασκήνωση. Να εξεταστεί επιπλέον η δυνατότητα δημιουργίας κλειστής περιοχής στον ορεινό όγκο της Ροδόπης όπου θα επιτρέπεται το κυνήγι και πέραν της κυνηγητικής περιόδου υπό όρους.

B. Δημιουργία τουριστικής υποδομής

Ο τομέας αυτός θα πρέπει να απασχολήσει τη Νομαρχία και τους Δήμους του Νομού άμεσα. Η οικονομική ύφεση και η μείωση του αγροτικού εισοδήματος είναι δύο παράγοντες που αντιμετωπίζονται με στροφή της απασχόλησης σε εναλλακτικές μορφές. Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει σημαντική πηγή εσόδων μια και η περιοχή συνδυάζει απaráμιλλη φύση, ιστορία, παράδοση.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε μία σημαντική προσπάθεια της ΠΑΜΘ για προβολή της Περιφέρειας και δημιουργία υποδομών που όμως αναφέρεται σε όλη της Περιφέρεια και εστιάζεται σε ήδη ανεπτυγμένες μορφές τουρισμού. Το παράδειγμα όμως της ανάπτυξης των υποδομών του Χιονοδρομικού Κέντρου Φαλακρού και τα θεαματικά αποτελέσματα ως προς την προσέλκυση τουριστών πρέπει να προβληματίσει την Νομαρχία Ροδόπης και να προετοιμασθεί για εντοπισμό στόχων και σύνταξη μελετών σε επιμέρους περιοχές του Νομού και κλάδους τουριστικής απασχόλησης μακροπρόθεσμη αυτή ανάπτυξη πρέπει να μας απασχολήσει σοβαρά και συστηματικά.

Στα πλαίσια της μελέτης αυτής προτείνονται βασικοί άξονες ανάπτυξης που όμως θα πρέπει να συζητηθούν σε πολιτικό, κοινωνικό και επιστημονικό επίπεδο πριν κατανεμηθούν οι προτεραιότητες.

Περιοχή Κομοτηνής

- Πολυδύναμο Πολιτιστικό Κέντρο
- Διαμόρφωση εμπορικού ιστορικού κέντρου οδού Ερμού
- Περίπτερο Ενημέρωσης
- Πινακίδες πληροφόρησης
- Χάρτης πόλης (νέος)
- Μουσείο Παπανικολάου
- Μουσείο Παιδείας

Περιοχή Μαρώνιας

• Δρόμος Άγιος Χαράλαμπος - Μάκρη. Η ασφαλή στρωση και η διάνοιξη του μονοπατιού που υπάρχει με σύμφωνη γνώμη της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας θα φέρει τουρισμό από την Αλεξανδρούπολη που σημειωτέων το κάλοκαίρι κατακλύζεται από κατοίκους του Νομού Έβρου

και που στερείται παραλιών σαν της Μαρώνιας.

- Παραδοσιακός Οικισμός Μαρώνιας. Προτείνεται μελέτη ώστε η δόμηση στη Μαρώνια να ακολουθεί αποκλειστικά παραδοσιακή μορφή και με χρήση υλικών της περιοχής (παράδειγμα χωρίου Μόλυβος, Μυτιλήνης, Πήλιο).
- Έργα βασικής υποδομής στη Μαρώνια και παραλία Πλατανίτη - Ιμέρου όπως ασφαλή στρωση οδών, πολεοδομικό σχέδιο (Μαρώνια), ενισχύσεις για αναπαλαιώσεις οικιών, λιθόστρωση μονοπατιών, κλπ.
- Δημιουργία μαρίνας για προσέλκυση υψηλού τουρισμού (και πριν προλάβουν οι όμοροι Νομοί).
- Εργασίες Αρχαίου Θεάτρου
- Εργασίες Σπηλαιού
- Νέο Θέατρο. Προτείνεται να μελετηθεί η θέση του υπό μελέτη νέου θεάτρου να είναι πλησίον του οικισμού και να περιλαμβάνει απαραίτητα πρόβλεψη πάρκινγκ
- Ανασύσταση του Αγροτουριστικού Συνεταιρισμού
- Δράσεις οικοτουρισμού
- Επισκεψιμότητα αρχαιολογικών χώρων
- Διαμόρφωση "Πάρκου Μαρμαρίτσας"

Περιοχή Φαναρίου

- Πολεοδομικό σχέδιο οικισμών περιοχής Αρωγής
- Δημιουργία μαρίνας για προσέλκυση υψηλού τουρισμού εφόσον υπάρχει κατάλληλο μέρος

- Προσέλκυση ιδιωτών για δημιουργία μονάδας(ων) υψηλού τουρισμού.
- Ξεκαθάρισμα με ΕΟΤ του χώρου που βρίσκεται ανάμεσα στο Camping Φαναρίου και τα Μπαγκαλόουζ
- Μεταβίβαση παραλιών και χώρων στην εγγύτητά τους στην Τοπική αυτοδιοίκηση για περαιτέρω ανάπτυξη υποδομών.
- Δημιουργία παραθεριστικού οικισμού με επέκταση του σχεδίου πόλης
- Δράσεις οικοτουρισμού με ιδιαίτερη προσοχή στην προστασία του βιότοπου της λίμνης

Παραλία Σαπών

- Ανάπτυξη βασικής υποδομής παραλίας
- Διερεύνηση αναπαλαιώσης παρακείμενου παραδοσιακού οικισμού Πετρωτών
- Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης της περιοχής Πετρωτών
- Βελτίωση οδικής σύνδεσης με Μαρώνεια, Εγνατία οδό, Μάκρη Ορεινός Όγκος
- Σύνταξη Μελέτης δυνατοτήτων ιδιαίτερα σε περιοχές πλησίον οικισμών ή οδικών αξόνων. Συνεργασία της Αναπτυξιακής και των συλλόγων Ορειβατικού και Κυνηγητικού) απαραίτητη.

3.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Για την αντιμετώπιση αυτού του ανταγωνισμού η ιδέα που προβάλλει είναι η ανάπτυξη παρόμοιων μονάδων - θεαμάτων. Δεδομένου όμως ότι η υποδομή που απαιτείται είναι μακροχρόνια (η Παλιά Ξάνθη σχεδιάζεται και υλοποιείται από 25ετίας), η κατεύθυνση αυτή προβάλλει μακροπρόθεσμη. Από την άλλη μεριά η καταγραφή των υπάρχοντων υποδομών τουριστικού ενδιαφέροντος στο Νομό Ροδόπης προβληματίζει με την απουσία μέχρι τώρα κάποιου μακροπρόθεσμου σχεδιασμού, την παντελή έλλειψη στόχων και την απουσία τουριστικής δράσης που θα έχει το ρόλο κεντρικού πόλου έλξης. Η μόνη αχτίδα φωτός παρουσιάζεται στην περιοχή Φαναρίου που ξεκίνησε παλαιότερα μία προσπάθεια δημιουργίας τουριστικής υποδομής που στη συνέχεια εγκαταλείφθηκε. Μάλιστα τελευταία με τη συστηματική άναρχη δόμηση που παρατηρείται στην περιοχή διαφαίνονται φόβοι εξέλιξης σε κακής ποιότητας αρνητικό πρότυπο.

Εντούτοις στην περιοχή Φαναρίου παρατηρείται σημαντική κίνηση κατά τη θερινή περίοδο με χαρακτηριστικές ετήσιες αυξομειώσεις λόγω ακριβώς της έλλειψης

υποδομής και κορεσμού του ενδιαφέροντος. Η περιοχή Μαρώνειας συγκεντρώνει στοιχεία από αρχαιολογία - παραλίες

- ορεινό όγκο, παρθένα φύση, λαογραφία-παράδοση, αθλητικό τουρισμό (κυνήγι), ξενοδοχειακή υποδομή και ως εκ τούτου μπορεί επιλεκτικά να επιλεγεί σαν δεύτερο τουριστικό κέντρο της περιοχής (πρώτο ως προς το ενδιαφέρον των τουριστών εκτός Νομού) με πολλές δυνατότητες προσέλκυσης τουρισμού εκτός Θράκης και μακροπρόθεσμα από το εξωτερικό. Το μειονέκτημα της είναι ότι βρίσκεται μακριά από κύριους οδικούς άξονες, αεροπορικές, σιδηροδρομικές ή κανονικές ακτοπλοϊκές συγκοινωνίες.

Το κύριο πλεονέκτημα του Νομού Ροδόπης προέρχεται από το γεγονός ότι οι όμοροι Νομοί δεν συγκεντρώνουν ιδιαίτερα αναπτυγμένη τουριστική υποδομή για να κρατήσουν τον τουρίστα πάνω από 1-3 ημέρες αλλά διαθέτουν επάνυμα τουριστικά θεάματα σημαντικού ενδιαφέροντος. Έτσι πιθανή διέγερση του ενδιαφέροντος για το Νομό Ροδόπης μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα και την προσέλκυση των επισκεπτών ή τουριστών των όμορων Νομών (και παραμονή των διερχομένων) στα αξιοθέατα του Νομού. Με την παράμετρο αυτή οι όμοροι Νομοί θα πρέπει να χαρακτηρίζονται σαν συναγωνιστές και όχι ανταγωνιστές στον Τουριστικό τομέα.

Εδώ προβάλλει η ιδέα συνεργασίας με τους όμορους νομούς για την σχεδίαση πακέτου διακοπών πέντε τουλάχιστον ημερών στην Θράκη με διαμονή στην Ξάνθη, Κομοτηνή, Αλεξανδρούπολη και Σαμοθράκη. Οι μέχρι τώρα προσπάθειες ιδιωτικών φορέων για το σκοπό αυτό σκόνταψαν στον υπέρμετρο τοπικισμό ορισμένων. Η πρόταση έχει το πλεονέκτημα ότι μπορεί να αποτελέσει τον παράγοντα χαρακτηρισμού της περιοχής σαν επώνυμο τουριστικό προορισμό που λείπει από όλη την περιοχή, μπορεί να τυποποιηθεί με ένα σλόγκαν του τύπου «Γνωρίστε τη Θράκη» και να συνοδευτεί με κοινά έξοδα διαφήμισης και προβολής. Το παράδειγμα της ιστοσελίδας «Θράκη η Γη του Ορφέα» που προβάλλει στο διαδίκτυο όλη τη Θράκη και έχει κίνηση πολλαπλάσια από ότι όλες μαζί οι ιστοσελίδες που παρουσιάζουν στοιχεία για τις επιμέρους περιοχές, πρέπει να προβληματίσει.

Να σημειωθεί όμως ότι πολλές φορές οι αντιγραφές μεταξύ των πολιτικών - προγραμμάτων μάρκετινγκ οδηγούν στην ομοιογένεια παρά στην διαφοροποίηση του παρουσιαστικού των ανταγωνιζόμενων προορισμών, με αποτέλεσμα να ωθείται ο ανταγωνισμός σε δυσμενείς αποδόσεις για τους ανταγωνιζόμενους λόγω της επικράτησης τελικά της αγοραίας κατάστασης του «πολέμου τιμών».

B) Ανταγωνισμός από διάφορες περιοχές της Κεντρικής και Βόρειας Ελλάδας με ομοειδή χαρακτηριστικά με το Νομό Ροδόπης (και τους υπόλοιπους της Θράκης). Οι εναλλακτικές επιλογές προορισμών των κατοίκων αστικών κέντρων για εκδρομές ιδιαίτερα τριημέρων, είναι κατά σειρά προτεραιότητας οι:

- Πήλιο
- Όλυμπος, Όλυμπος- Λιτόχωρο
- Ζαγόρια, Πάπινγκο και Ζαγοροχώρια
- Ήπειρος
- Νυμφαίον και Μετέωρα

Τα σημαντικότερα μοναδικά χαρακτηριστικά των παραπάνω προορισμών κατά σειρά προτίμησης είναι τα:

1. Φύση, φυσική ομορφιά και περιβάλλον
2. Δάση
3. Φυσική ομορφιά με εναλλαγή πράσινου και γαλάζιου
4. Τοπίο και μοναδική θέα
5. Χιόνι
6. Γραφικότητα
7. Παραδοσιακοί οικισμοί και σπίτια
8. Σπήλαια
9. Βλάστηση και πολύ πράσινο

Η ξενοδοχειακή υποδομή τους εξελίσσεται σταθερά με ποιοτικά χαρακτηριστικά. Οι τιμές καθορίζονται ελεύθερα και συνήθως επηρεάζονται από τις προσπάθειες των τουριστικών διοργανωτών για μείωση των τιμών και επομένως του κόστους προσφοράς του τουριστικού πακέτου που αφορά τους εκάστοτε οργανωτές στα πλαίσια του συνεργαζόμενου προορισμού. Οι προορισμοί που συνδυάζουν και θάλασσα έχουν σημαντική πληρότητα και κατά τη θερινή περίοδο. Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό τους είναι ότι κατά τις περιόδους εξόδου των κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων (εορταστικά τριήμερα) παρουσιάζουν υπερπληρότητα. Ο Νομός Ροδόπης αν και διαθέτει παρόμοια με τα παραπάνω χαρακτηριστικά και μάλιστα σε πολλές περιπτώσεις υπερτερεί, δεν είναι γνωστός σαν τουριστικός προορισμός. Για τους τουρίστες που επιλέγουν τους προορισμούς αυτούς ο Νομός Ροδόπης δεν είναι ακόμη στη λίστα αναγνωσιμότητας όπως είναι οι όμοροι Νομοί.

γ) Ανταγωνισμός από τουριστικές κατευθύνσεις του εξωτερικού αρχής γενομένης των γειτονικών κρατών Τουρκίας, Βουλγαρίας και στη συνέχεια των ευρωπαϊκών χωρών και άλλων προορισμών.

Η Κωνσταντινούπολη, η Αδριανούπολη, η Προύσα, το Παμπόροβο, η Φιλιπούπολη, ο Πύργος, η Σόφια αποτελούν σαφείς τουριστικούς προορισμούς από όλη την Ελλάδα (ευρισκόμενοι σε μικρή σχετικά διαφορά απόστασης προορισμού με τον Νομό Ροδόπης) που με την παράδοση της Εγνατίας οδού, τη βελτίωση των Ελληνοτουρκικών σχέσεων και την κατασκευή του κάθετου άξονα Κομοτηνής - Νυμφαίας αναμένεται να αυξήσουν σημαντικά την κίνηση προς αυτούς. Οι προορισμοί αυτοί αποτελούν ισχυρά τουριστικά αξιοθέατα που συνδυάζουν χαμηλό κόστος. Μία 3μερη εκδρομή στην Κωνσταντινούπολη σε ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων αρχίζει από 75 ευρώ, μία 5ημερη περιήγηση στη Βουλγαρία 150 ευρώ.

Ο ανταγωνισμός με τους παραπάνω προορισμούς φαίνεται άνισος και αν προς το παρόν δεν είναι απόλυτος οφείλεται στην πολιτική κατάσταση των δύο αυτών κρατών. Επιπλέον και έως ότου κατασκευασθούν πρατήρια καυσίμων και καταστήματα αναψυχής κατά μήκος της Εγνατίας οδού, οι κατευθυνόμενοι στους δύο αυτούς προορισμούς θα διέρχονται όλη την περιοχή της Θράκης χωρίς καμιά απολύτως στάση. Το ίδιο θα συμβαίνει με τους αλλοδαπούς που προέρχονται από τις δύο αυτές χώρες.

Προβάλλει επομένως επιτακτική η ανάγκη επέμβασης στην επιλογή της θέσης σταθμών αναψυχής - ανεφοδιασμού στους κόμβους της Εγνατίας (Μαρώνεια, Κομοτηνή, Τασμος) και η διαφήμιση του Νομού τόσο στους σταθμούς αυτούς όσο και στις εισόδους εξόδους της χώρας (Τελωνεία). Πάντως το μειονέκτημα μπορεί να ενεργήσει σαν πλεονέκτημα αν με διαφήμιση προσελκυστούν οι τουρίστες που κατευθύνονται προς/από τους προορισμούς αυτούς και από διερχόμενοι κάνουν στάση και μετατραπούν σε επισκέπτες. Η ένταση του ανταγωνισμού είναι μεγάλη μια και οι πιέσεις για απόσβεση των πάγιων κεφαλαίων που έχουν δεσμευθεί από πλευράς ιδιωτών - επενδυτών στις τουριστικές εγκαταστάσεις, το υψηλό κόστος των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ-μάνατζμεντ, καθώς και το κόστος διατήρησης του έμπειρου ανθρώπινου δυναμικού που απασχολείται σε διάφορα τουριστικά επαγγέλματα, οδηγούν τους φορείς και τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο σε μια έντονη αναζήτηση νέων βιώσιμων διοικητικών τεχνικών. Επίσης λόγω των παραπάνω η δραστηριοποίηση στον κλάδο κρίνεται μη ελκυστική.

Η ένταση είναι επίσης μεγαλύτερη επειδή νέοι προορισμοί εισέρχονται στον κλάδο και αποσπούν σταδιακά μερίδια από παραδοσιακές ευρωπαϊκές τουριστικές αγορές προορισμών (π.χ προορισμοί της Ουγγαρίας, Τσεχίας κ.α). Η τάση αυτή οδηγεί τους φορείς και επενδυτές των παραδοσιακών ευρωπαϊκών τουριστικών προορισμών σε μια πιο έντονη δραστηριότητα ανάπτυξης και ανάδειξης προϊόντικών ποικιλιών (διαφοροποιήσεις προϊόντων) στο συνολικά προσφερόμενο τουριστικό προϊόν τους καθώς και σε υψηλότερες δαπάνες εφαρμογής των εξειδικευμένων ανά τμήμα αγοράς, επικοινωνιακών στρατηγικών με σκοπό την διατήρηση της πελατείας τους.

Ο Νομός Ροδόπης δεν έχει καταφέρει να διαφοροποιηθεί σημαντικά από τον ανταγωνισμό, ενώ παράλληλα δεν έχει προβληθεί ως τουριστικός προορισμός σε σημαντικό βαθμό στην Ελληνική επικράτεια. Παράλληλα, η περιοχή της Ροδόπης βρίσκεται σε χαμηλότερα επίπεδα ανάπτυξης σε σχέση με τον ανταγωνισμό, τόσο σε θέματα υποδομών όσο και σε θέματα τουριστικής προβολής. Άμεσης προτεραιότητας ενέργεια πρέπει να αποτελέσει η οργάνωση Υπηρεσίας-Εταιρείας Τουρισμού στη Νομαρχία Ροδόπης με στόχο την σχεδίαση και υλοποίηση τουριστικών υποδομών, την ως τουριστικού προορισμού αναγνώριση του Νομού και την διαδικασία προβολής ώστε η περιοχή να γίνει περισσότερο επιλέξιμη.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΘΕΜΑ	ΣΧΟΛΙΑ
ΦΥΣΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΕΞΟΡΜΗΣΕΙΣ	<ul style="list-style-type: none"> • Πυκνό δάσος και γραφικός μύλος του Τσάμη • Παπικό όρος: σπουδαίο βυζαντινό κέντρο μοναχισμού • Ορμητικοί χειμάρροι: Ασπράρεμα, Τρανός, Λίσσας, Κομψάτος • Σπηλιά του Κύκλωπα: Νεολιθικά και βυζαντινά χρόνια • Σπήλαιο της Μαρώνειας • Περιαστικό δάσος αναψυχής Νυμφαίας • Δάσος των Πατερμων: κυριαρχεί η δρυς και η οξιά • Δάσος του Χιοναρέματος • Δάσος μαύρης αυτοφυούς Πεύκης • Λίμνη Βιστονίδα: υδροβιότοπος σπουδαίας από οικολογική και φυσική ομορφιά Αστράσι βράχοι (Ίασμος) Ακρόπολη Αγίου Γεωργίου (Μαρώνεια) Πάτερμα: βυζαντινά μνημεία Αρχαία πατητήρια Μαρώνειας
ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ- ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ	<ul style="list-style-type: none"> • Ελευθέρια: Γιορτή της απελευθέρωσης από τους Τούρκους: 7-15 Μαΐου • Πανελλήνια εμπορική έκθεση- Άνοιξη Καλοκαιρινές πολιτιστικές εκδηλώσεις ΔΕΠΑ Κομοτηνής Καλοκαιρινές εκδηλώσεις Ίασμου Καλοκαιρινές εκδηλώσεις Δήμου Μαρώνειας • Έθιμο της Μπόμπως- γυναικοκρατίας: Ευλαγανή, 7 Ιανουαρίου • Καρναβάλι των Σαπών- 8 Ιανουαρίου Γιορτή Κερασσιού Δήμου Σώστη Πανηγύρι Αγίας Μαρίας Ιμέρου • Σουτζούκ- λουκούμ καφές, οίνος (ισμαρκός), αντικες, υφαντά κεντήματα και ασημικά, κεμπάπ, χυλοπίτες, σαμαρές, μαλεμπί, μπουγάτσα, παστουρμάς.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ- ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΛΕΙΟΘΕΑΤΑ	ΣΧΟΛΙΑ	ΔΡΑΣΕΙΣ
Αρχαιολογικό μουσείο Κομοτηνής:	Ευρήματα από προϊστορικά μέχρι παλαιοχριστιανικά χρόνια	Ενέργειες στο Υ. Πολιτισμού για την υπόσχεση για επέκταση (υπάρχει δέσμευση υπουργού κ. Βενιζέλου και απόφαση Αρχαιολογικού Συμβουλίου)
Λαογραφικό μουσείο	Ανήκει στο ΜΟΚ	Επικάται σημαντική επέκταση. Χρηζει ανάδειξης και προβολής.
Παλιά αγορά Κομοτηνής (οδός Ερμού)	Ενδιαφέρον οικοδομικό σύμπλεγμα με παλαιά κτίσματα και παραδοσιακά επαγγέλματα.	Μελέτη ανάδειξης (κατά τα πρότυπα της Παλαιάς Ξάνθης) σε πρώτη προτεραιότητα
Οδός Αγίου Γεωργίου	4 παραδοσιακά κτίρια εκ των οποίων τα 3 σε χρήση	Η οικία μπορεί να αναπαλαιωθεί και χρησιμεύσει για πολιτιστική δράση

	από ΜΟΚ, 1 κτίριο παραδοσιακό εγκαταλειμμένο - οικία Δημάρχου, δίπλα του οικόπεδο της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας(;))	Ανάδειξη ιστορίας νοού Αγίου Γεωργίου (ήταν μοναστήρι και σώζονται ακόμη παλαιές εικόνες)
Βυζαντινά τείχη Κομοτηνής: 4ου αι π.Χ.	Πρόσφατα έγινε διαμόρφωση σε τμήμα του	1. Τοποθέτηση πινακίδας με ιστορία του 2. Ανάδειξη υπολοίπου τμήματος
Εκκλησία της Παναγίας: 1800μΧ	Έγινε αναπαλαίωση οικήματος και συντήρηση εικόνων	1. Φυλλάδιο με περιγραφή και ιστορία 2. Καθορισμός χρόνου επισκέψεων
Μουσείο Καλαθοπλεκτικής των Ρωμα (Θρυλόριο)	Ιδιωτικό μουσείο με εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Μοναδικό στο είδος του. Επισκέψεις με ραντεβού.	Προγραμματίζεται επέκτασή του. Χρειάζεται σηματοδότηση, προσωπικό και βοήθεια για έξοδα επέκτασης και λειτουργίας και γιατί όχι να περιέλθει στην τοπική Αυτοδιοίκηση.
Εσκή Τζαμί (βλ. Παράρτημα Ε)	Παρουσιάζει τουριστικό ενδιαφέρον	1. Φυλλάδιο και πινακίδα με περιγραφή και ιστορία του. 2. Καθορισμός χρόνου επισκέψεων
Ίδρυμα Νικολάου Παπανικολάου: βιβλιοθήκη, με εκδόσεις από τον 16ο αιώνα και μετά.	Λειτουργεί σαν χώρος εκδηλώσεων και εκθέσεων. Εκθετήριο κλειστό. Διαθέτει αίθουσες που σύμφωνα με καταστατικό του προορίζονται για εργαστήρια συντήρησης χάρτου, ξυλογλυπτική κλπ	Επιβάλλεται η αξιοποίησή του. Υπάρχει ενδιαφέρον από Δήμο Κομοτηνής και Ίδρυμα Θρακικής Τέχνης και Παράδοσης (κ. Β. Τσουδερού) για επέκταση δραστηριοτήτων Παραρτήματος Ξάνθης.
Ρωμικά και βυζαντινά κτίσματα: Άγιος Χαράλαμπος	Υπό ανασκαφή	Τοποθέτηση πινακίδων και διαμόρφωση για επισκέψεις από Αρχαιολογική Υπηρεσία
Αρχαιολογικός χώρος Μασώνειας	Υπό ανασκαφή	Τοποθέτηση πινακίδων και διαμόρφωση για επισκέψεις από Αρχαιολογική Υπηρεσία
Μεσαιωνικό Γεφύρι	Κοντά στον Ίασμο	Έντυπο με όλα τα μεσαιωνικά γεφύρια του Νομού
Αρχαία Στρώμη: ιδρύθηκε από το θάσο τον 7ο αι. π.Χ., με υπόγειο υδραγωγείο	Υπό ανασκαφή	Σηματοδότηση στο οδικό δίκτυο για εντοπισμό του από το κοινό
Ερείπια της Δικαίας		
Πτωχοκομείο «Ίμαρέτ»: ιστορικής και αρχιτεκτονικής αξίας, αναπαλαίωση το 2000	Λειτουργεί σαν Εκκλησιαστικό Μουσείο	Σηματοδότηση στο κέντρο της πόλης. Μπορεί να αναδειχθεί σαν σημαντικό τουριστικό αξιοθέατο.
Ελληνική αστική σχολή Νέστωρος Τσανακλή: μοναδικό για την πόλη οικοδόμημα	Πρώην Πρυτανεία	Σχεδιάζεται αναπαλαίωση του από ΔΠΘ για να χρησιμοποιηθεί σαν χώρος παλλακών εκδηλώσεων
Λαογραφική Συλλογή ΔΠΘ	Λίαν αξιόλογη συλλογή με τσεβρέδες, ενδύματα και	Μέχρι την αναπαλαίωση της Τσανάκλειου να ζητηθεί για έκθεση

	παραδοσιακές στολές, Πληροφορίες στο διαδίκτυο http://alex.sled.duth.gr	
Πύργος του ωρολογίου		Ανάδειξη σε συνδυασμό με Γιενή Τζαμί
Νέο Τέμενος- Γιενή Τζαμί: παραδοσιακά και θεακτικά σημεία της πόλης	Παρουσιάζει τουριστικό ενδιαφέρον	1. Φυλλάδιο ή πινακίδα με περιγραφή και ιστορία του. 2. Καθορισμός χρόνου επισκέψεων
Παραδοσιακές Βρύσες Κομοτηνής, Μαρώνειας, Ιάσμου	Μπορούν να αποτελέσουν τουριστικό αξιοθέατο	Με εργασίες συντήρησης - ανάδειξης μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν τουριστικό αξιοθέατο - έντυπο
Κτίριο Παλαιών Σφαγείων, 1929	Υπάρχει προεκλογική υπόσχεση Δημάρχου Κομοτηνής για δημιουργία Μουσείου Επαγγελματιών	Μελέτη Αξιοποίησης
Μουσείο Παλιτιστικού Ομίλου Ξυλαγανής	Αξιόλογα εκθέματα από πρόσφυγες ιδιαίτερα φωτογραφικό υλικό. Μη επισκέψιμο προς το παρόν.	Με σχετικά μικρή παρέμβαση μπορεί να λειτουργήσει στο άμεσο μέλλον
Οικία Παπαγιάννη, Ίεσμος	Στολισμένο από ιδιοκτήτρια σαν μικρό λαογραφικό Μουσείο. Μη επισκέψιμο	Μελέτη για δυνατότητα διάθεσης της προς ανάδειξη και χρήση σαν Μουσείο με συνεργασία του Πολιτιστικού Συλλόγου Ιάσμου (Σπορικής)
Παπίκιο Όρος	Εκτεταμένος αρχαιολογικός χώρος. Υπο ανασκαφή. Υπάρχει σχετικό βιβλίο της ΠΑΜΘ	Σηματοδότηση οδικού δικτύου. Μελέτη πιθανής ανάδειξης
Μονή Μάξιμου Κουσοκαλύβη	Πιθανή τουριστική αξιοποίησης	Σηματοδότηση οδικού δικτύου, μικρή βελτίωση στην οδό προσπέλασης. Αναμόρφωση περιβάλλοντος χώρου. Μπορεί να λειτουργήσει και ως Ξενώνας με δυναμικότητα 1 ½ λεωφορεία. <u>Υπόκειται σχετικό ενδιαφέρον από Ι. Μητροπολίτη</u>
Παραδοσιακός Οικισμός Μαρώνειας	Λίαν ενδιαφέρον παραδοσιακός οικισμός για τουριστική αξιοποίηση	Μελέτη αξιοποίησης σε πρώτη προτεραιότητα.
Εκθετήριο Οίνου Μαρώνεια	Κτίστηκε από πρόγραμμα "Οι Δρόμοι του Κρασιού" Δεν λειτουργεί	Ανήκει στη "Μαρώνεια" Α.Ε.
Οικία Ταβανιώτη, Μαρώνεια	Υπό κατασκευή σε τελική φάση.	Η αρχαιολογική Υπηρεσία δεν αποφάσισε οριστικά γιατί θα χρησιμοποιηθεί.
Δημοτικό Σχολείο Μαρώνειας, Δωρεά Αφων Χατζέα, 1905.	Ιστορικό κτίριο που συστεγάζει αρχαιολογικά ερευστήρια.	Μελέτη αξιοποίησης
Εκπαιδευτικό Μουσείο, στεγάζεται στο ιστορικό 5 ^ο Δημοτικό Σχολείο Κομοτηνής	Μοναδικό στο είδος του. Εκθέματα σχετικά με εκπαίδευση	Με μικρές επεμβάσεις μπορεί να αξιοποιηθεί για τον Σχολικό Τουρισμό (βλ. Παράρτημα Ε)
Δημοτική Βιβλιοθήκη	Κτίριο νεοκλασικό θαυμάσιας αρχιτεκτονικής με ιστορία. Πρόσφατα ανακαινισμένο	Οι χώροι του δεν είναι κατάλληλοι για βιβλιοθήκη. Προτείνεται η μελέτη αξιοποίησης με τουριστικό ενδιαφέρον. Πρόβλημα η προηγούμενη εγκατάσταση σε

		κατάλληλο κτίριο της Δημοτικής Βιβλιοθήκης.
Ναός Παναγίας Ναός, Αϊ Γιάννη στον οικισμό Μαρώνειας	Δύο ναοί με κοινό κωδωνοστάσιο και εξαιρετικές εικόνες ιδιαίτερης αξίας	Πρώτη προτεραιότητα: Προστασία των εικόνων κατά κλοπής, Συναγερμός, Σηματοδότηση - Ανάδειξη
Ναϊσκος Αγ. Χαράλαμπος, Άγιος Χαράλαμπος	Σημαντικές εικόνες του 1800μχ	Πρώτη προτεραιότητα: Προστασία των εικόνων κατά κλοπής, Σηματοδότηση - Ανάδειξη
Στρατιωτικό Μουσείο Νυμφείας	Είναι επισκέψιμο μετά από άδεια	Ανάδειξη
Αρχαία πατιπήρια Μαρώνειας		Μπορεί να δημιουργηθεί διαδρομή με δημιουργία μονοπατιού και διαμόρφωση χώρου.
Αγροτουριστικό Περίπτερο στις Καγκέλες		Προτείνεται η δημιουργία Κέντρου Ενημέρωσης περιοχής Μαρώνειας με παράλληλη λειτουργία κέντρου ανασυρής και εστίασης (για την οικονομική του αυτοτέλεια).
Πετρωτά	Παραδοσιακός οικισμός, δυνατότητες άθλησης,	<u>Μελέτη ανάδειξης και προαπέρω αγορά των γαλασμάτων, Δυνατότητα δημιουργίας παραδοσιακού οικισμού και ξενοδοχειακής μονάδας υψηλών προδιαγραφών Σύνδεση για δημιουργία ενιαίου πάρκου Μεσημβρίας-Μαρμαοίτσας-Μαρώνειας.</u>
Μουσουλμανικοί μαχαλάδες Κομοτηνής		Μελέτη και διατήρηση
Οικοσύστημα Βιστωνίδας	Αξιόλογο οικοσύστημα με μελλοντική δυνατότητα προσέλκυσης τουριστών	Μπορεί να αξιοποιηθεί από τον Ίασμο με τη δημιουργία μονοπατιού και παρατηρητηρίου

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ

A/A	Όνομασία	Διεύθυνση	Τηλέφωνο	Κατηγ	Δωμ.	Κλίνες
1	ΦΙΛΙΑ ΟΕ	Αμπελόκηποι Κομοτηνής Τ.Θ. 125, 69100 Κομοτηνή	0531 27500	A'	20	40
2	ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΧΡΗΣΤΟΥ & ΕΥΗΣ	2ο χλμ Κομοτηνής- Αλεξ/πολης 69100 Κομοτηνή	0531 33560- 3, 29777	B'	81	153
3	ΟΡΦΕΥΣ	Παρώνεια 1, 69100 Κομοτηνή	0531 37180-5 ,28271, 26701,33003- 5	B'	79	150
4	ΞΕΝΙΑ	Σισμάνογλου 43, 69100 Κομοτηνή	0531 22139	B'	26	46
5	ΑΚΤΗ ΒΑΣΙΛΕΥΣ ΜΑΡΩΝ	Μαρώνεια Κομοτηνής, 69400 Ξυλαγανή	0533 61345-8	B	54	99
6	ΒΟΣΠΟΡΟΣ	Αρωγή - Λάγος ΤΚ 67063	0535 31216	B'	20	39
7	ΡΟΔΟΠΗ	Μακαρίου 3, 69100 Κομοτηνή	0531 27887,31326, 35988-9, 35990-1	B'	18	34
8	ΑΝΑΤΟΛΙΑ	Αγγιάλου 53, 69100 Κομοτηνή	0531 36242-4 , 36246, 20132	Γ	56	100
9	ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ	Πλ. Βιζυηνού Β, 69100 Κομοτηνή	0531 22579, 22044	Γ	52	86
10	ΑΣΤΟΡΙΑ	Πλατ. Ειρήνης 28, 69100 Κομοτηνή	0531 22707,35054- 5	B'	14	24
11	ΦΑΝΑΡΙ	Φανάρι Κομοτηνής	0535 31300	Γ	32	60
12	ΟΛΥΜΠΟΣ	Ορφέως 37, 69100 Κομοτηνή	0531 37690-3	Γ	30	60
13	ΕΛΛΑΣ	Κομοτηνή 69100 Κομοτηνή	0531 22055	Ε'	14	24
14	ΑΝΔΡΙΑΝΟΥΠΟΛΗ	Κομοτηνή 69100 Κομοτηνή	0531 24653	Ε'	11	25
15	ΠΛΑΤΑΝΙΤΗΣ	Μαρώνεια 69400	0533 61055-6	A'	14	30

16	ΔΙΟΝΙ	Παρολία Πλατανίτη Μαρώνεια Email: dioni@hoteldioni.gr	0533 61101 - 3 fax: 0533 61103	A'	18	34
17	ΡΟΞΑΝΗ	Μαρώνεια Email: ecofairns@ofanet.gr	0533 41391, 41591, fax: 41258	A'	15	40
18	ΔΙΜΝΗ	Φανάρι	0535 31446	Γ'	9	27
19	ΚΥΡΙΑΔΗΣ	Δ. Μπλέτσα Λ.Σαφού, Κομσηγή	0531 73250 -3	B'	23	47
20	ARCADIA	Πλησίον Πανεπιστημίου Σόλης		A'	85	200

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΝΟΜΟΥ ΡΟΔΟΠΗΣ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ

ΠΕΡΙΟΧΗ ΦΑΝΑΡΙ

A/A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ	ΕΣΠ	ΚΑΤ	ΔΩΜ	ΚΛΙΝΕΣ
1	ΓΚΑΝΙΟΣ ΚΩΝΣΤ.	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535/31324	024831	A	6	13
2	ΔΡΑΚΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤ.	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535/31350	024852	A	3	9
3	ΔΡΑΚΙΔΟΥ ΑΝΘ.	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535/31323	024848	A	3	7
4	ΚΑΤΕΧΑΛΙΔΗΣ ΖΗΣ.	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535/31314	026067	A	6	12
5	ΜΠΑΛΙΑΚΑΣ ΙΩΑΝ.	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535/31147	024830	A	4	8
6	ΜΟΥΤΑΦΗ ΠΕΡΣ.	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535/31360	024849	Γ	4	8
7	ΤΣΑΤΣΑΡΙΔΟΥ Θ.	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535/31322	024842	A	3	6
8	ΤΣΟΥΚΑΣ Σ.	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535/31242	011662	A	18	35
9	CAMPING Φαναρίου	67063 ΦΑΝΑΡΙ ΡΟΔ.	0535 31217			θέσεις 180	

ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΑΡΩΝΕΙΑ ΡΟΔΟΠΗΣ

A/A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ	ΕΣΠ	ΚΑΤ	ΔΩΜ	ΚΛΙΝΕΣ
1	ΔΑΜΙΑΝΟΥ ΦΙΛΙΤΣΑ	69400 ΡΟΔ.	ΜΑΡΩΝΕΙΑ	0531 24274	024845	A	4 10
2	ΣΑΚΑΛΗΣ ΕΜΜΑΝ.	69400 ΡΟΔ.	ΜΑΡΩΝΕΙΑ	0531 25747	024841	A	2 5
3	ΣΚΟΝΔΡΑΣ ΑΘΑΝ.	69400 ΡΟΔ.	ΜΑΡΩΝΕΙΑ	0533 41423	024838	A	4 8
4	ΣΜΑΡΑΓΔΑΣ ΕΥΑΓ.	69400 ΡΟΔ.	ΜΑΡΩΝΕΙΑ	0533 61315	024836	B	4 8
5	ΣΜΑΡΑΓΔΑΣ ΕΥΑΓ.	69400 ΡΟΔ.	ΜΑΡΩΝΕΙΑ	0533 61315	024837	B	4 8
6	ΧΑΤΖΗΒΑΣΙΛΙΟΥ ΠΕ	69400 ΡΟΔ.	ΜΑΡΩΝΕΙΑ	0533 41564	023685	B	3 6
7	ΔΑΛΑΤΣΟΥΛΗ ΦΡ.	69400 ΡΟΔ.	ΜΑΡΩΝΕΙΑ	0533 41158			3 7

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αναπτυξιακός Νόμος 1892/ 90. Η Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων του (Πηγή: Καμπέλης Σταύρος, «Οι Ιδιωτικές Επενδύσεις στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης - Ο Αναπτυξιακός Νόμος 1892/ 90. Η Αξιολόγηση των Αποτελεσμάτων του», Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Κομοτηνή)
- Έκθεση με τίτλο: Τα μνημεία της Θράκης σε σχέση με τα προγράμματα της Περιφέρειας Α.Μ.Θ (Πηγή: Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, διεύθυνση Σχεδιασμού και Ανάπτυξης)
- Η μελέτη για λογαριασμό της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης με τίτλο: διεθνής Έρευνα Τάσεων Εναλλακτικού Τουρισμού και Οικοτουρισμού (Πηγή: ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - ΘΡΑΚΗΣ/ Σύμβουλοι Ανάπτυξης και Επενδύσεων, ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΤΑΣΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ/ ΕΡΓΟ: ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - ΘΡΑΚΗΣ)
- Η μελέτη τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης (Πηγή: Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης/ Ευρωπαϊκή Αναπτυξιακή, ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - ΘΡΑΚΗΣ)
- Η πρόταση Σχεδίου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΣΠΑ) 2000-2006 του Υπουργείου Ανάπτυξης. (Πηγή: Υπουργείο Ανάπτυξης - Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ 2000-2006, ΤΟΜΕΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ)
- Η πρόταση Σχεδίου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΣΠΑ) 2000-2006 του Υπουργείου Πολιτισμού. (Πηγή: Υπουργείο Πολιτισμού, ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ 2000-2006 , ΤΟΜΕΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ)
- Μελέτη της ERGOPLAN Α.Ε για λογαριασμό της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, με τίτλο: ΣΧΕΔΙΟ Ολοκληρωμένης Ανάπτυξης των Ορεινών Περιοχών της Ανατολικής Ροδόπης (Πηγή: Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, διεύθυνση Σχεδιασμού και Ανάπτυξης, /

ERGOPLAN Α. Ε Σύμβουλοι Οργάνωσης Προγραμματισμού και Ανάπτυξης,
Κομοτηνή)

- Τα Προγράμματα Δημ. Επενδύσεων (Πηγή: ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ, Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων 2000, Συλλογική απόφαση
- Το περίγραμμα τουριστικής πολιτικής για την Ανατολική Μακεδονία - Θράκη (Πηγή: Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης, ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - ΘΡΑΚΗ)
- Το πρόγραμμα Οικοανάπτυξης «Ροδόπης - (Β' φάση). (Πηγή: ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΕΥΝΩΝ ΧΩΡΟΥ/ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΑΜΕΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΦΥΣΗ - ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΜΗΜΑ, ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΟΙΚΟΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΡΟΔΟΠΗΣ - ΝΕΣΤΟΥ (Β' ΦΑΣΗ)
- Το Σχέδιο Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος (ΠΕΠ) 1994 – 1999 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ (Πηγή: Επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης - Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Κομοτηνή)