

INSETE

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2030

ΣΧΕΔΙΑ ΔΡΑΣΗΣ

Προορισμός «Θεσσαλονίκη» Επιτελική Σύνοψη

Αποτελεί μέρος της μελέτης:
«Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας
και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα»

Deloitte.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Προορισμός «Θεσσαλονίκη»

• <u>Προορισμός «Θεσσαλονίκη»</u>	3
• <u>Αξιολόγηση Κύριων Τουριστικών Προϊόντων</u>	4
• <u>Αξιολόγηση Συμπληρωματικών Τουριστικών Προϊόντων</u>	5
• <u>Αξιολόγηση Προορισμού</u>	6
• <u>Κύρια Τουριστικά Προϊόντα και Αγορές – στόχοι</u>	8
• <u>Συμπληρωματικά Τουριστικά Προϊόντα και Αγορές – στόχοι</u>	9
• <u>Στρατηγικές Δράσεις Δημοσίου Τομέα</u>	10
• <u>Επισκόπηση Αξιολόγησης Στρατηγικών Δράσεων Δημόσιου Τομέα</u>	13
• <u>Στρατηγικές Δράσεις ΣΔΙΤ ή ιδιωτικής πρωτοβουλίας</u>	14

Παρουσίαση προορισμού

Ο προορισμός «Θεσσαλονίκη» ανήκει στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και περιλαμβάνει το σύνολο των Δήμων που ανήκουν στην ΠΕ Θεσσαλονίκης.



Προορισμός «Θεσσαλονίκη»





- Ο προορισμός «Θεσσαλονίκη» ανήκει στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και περιλαμβάνει το σύνολο των Δήμων που ανήκουν στην ΠΕ Θεσσαλονίκης.
- Η ΠΕ Θεσσαλονίκης έχει έκταση 3.681 τ.χλμ. και βρέχεται από τον Θερμαϊκό κόλπο στα δυτικά και τον Στρυμωνικό κόλπο στα ανατολικά.
- Η ΠΕ Θεσσαλονίκης περιλαμβάνει τους εξής Δήμους: Αμπελοκήπων-Μενεμένης, Βόλβης, Δέλτα, Θερμαϊκού, Θέρμης, Θεσσαλονίκης, Καλαμαριάς, Κορδελιού-Εύοσμου, Λαγκαδά, Νεάπολης-Συκεων, Παύλου Μελά, Πυλαίας-Χορτιάτη, Χαλκηδόνας και Ωραιοκαστρου.
- Ο προορισμός αποτελεί έναν από τους δύο βασικούς πόλους για την ανάπτυξη του City Break και του MICE στην Ελλάδα με δυναμική ανάδειξης σε ευρύτερο κέντρο για την Βαλκανική χερσόνησο και διαθέτει σημαντικούς πόρους Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού.



Αξιολόγηση κύριων τουριστικών προϊόντων (1)











Παρακάτω παρουσιάζεται η αξιολόγηση των κύριων τουριστικών προϊόντων που υφίστανται ή / και δύναται να αναπτυχθούν στον προορισμό «Θεσσαλονίκη».

	Αξιολόγηση	Αιτιολόγηση
 Sun & Beach		<ul style="list-style-type: none"> Υπαρξη ορισμένων πόρων (13 παραλίες με Γαλάζια Σημαία) που όμως εκτιμάται ότι δεν μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη ιδιαίτερα ανταγωνιστικού προϊόντος Sun & Beach, δεδομένης τόσο της έλλειψης απαιτούμενων υποδομών (π.χ. παραθαλάσσια ξενοδοχεία και resorts) όσο και της γειτνίασης με την Περιφερειακή Ενότητα Χαλκιδικής
 Ναυτικός Τουρισμός (yachting)		<ul style="list-style-type: none"> Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν στον προορισμό Υπαρξη ορισμένων πόρων και υποδομών (π.χ. Μαρίνα Θεσσαλονίκης) που ωστόσο δεν μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη ενός ανταγωνιστικού προϊόντος στο yachting (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)		<ul style="list-style-type: none"> Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν στον προορισμό Υπαρξη σημαντικών πόρων και υποδομών (π.χ. Λιμένας Θεσσαλονίκης), σημείων ενδιαφέροντος, υποδομή διεθνούς αεροπορικής συνδεσιμότητας, οδική προσβασιμότητα από τις γειτονικές χώρες και επενδυτικό πλάνο του Οργανισμού Λιμένος Θεσσαλονίκης για την ανάπτυξη του προϊόντος στη βάση του homeporting (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός		<ul style="list-style-type: none"> Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο τουριστικό προϊόν στον προορισμό Παλαιοχριστιανικά και Βυζαντινά Μνημεία, Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς UNESCO, πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα εντός του αστικού ιστού (αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, μνημεία), πολυπολιτισμική ιστορική και πολιτιστική παράδοση λόγω του ελληνιστικού, ρωμαϊκού, εβραϊκού, αρμενικού, οθωμανικού, βαλκανικού και προσφυγικού στοιχείου κατάλληλη για τη δημιουργία αφήγησης και κοντινοί προορισμοί με πολιτιστικό / ιστορικό ενδιαφέρον (βλέπετε επόμενες σελίδες)
 City Break		<ul style="list-style-type: none"> Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο τουριστικό προϊόν, καθώς ο προορισμός αποτελεί έναν από τους πιο ανταγωνιστικούς και δημοφιλείς προορισμούς για City Break σε εθνικό επίπεδο λόγω των σημαντικών πόρων, υποδομών και σημείων ενδιαφέροντος (δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της χώρας, κλίμα, αεροπορική και οδική συνδεσιμότητα, εγγύτητα με τις Βαλκανικές χώρες, αστική κουλτούρα, τοπίο που συνδυάζει βουνό και θάλασσα, εμπορική αγορά κ.α.) – προβλήματα και αδυναμίες βασικών υποδομών (διαχείριση αστικών απορριμμάτων, ελλείψεις σε αστική κινητικότητα και δημόσιες συγκοινωνίες, ανεπαρκείς υποδομές για ΑμεΑ κ.α.), ζητήματα χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού κ.α. (βλέπετε επόμενες σελίδες)
 MICE		<ul style="list-style-type: none"> Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο τουριστικό προϊόν, καθώς η «Θεσσαλονίκη» αποτελεί ασφαλή προορισμό σε εγγύτητα με τις γειτονικές βαλκανικές χώρες με σημαντικούς πόρους και υποδομές MICE για μικρά / μεσαία συνέδρια (Διεθνές Εκθεσιακό & Συνεδριακό Κέντρο Θεσσαλονίκης, Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονίκης), τουριστικούς πόρους εντός της Θεσσαλονίκης και της ΠΕ (σημεία ενδιαφέροντος, ιστορικός και πολιτιστικός πλούτος, γαστρονομία, ζωντανή ατμόσφαιρα, επιλογές διασκέδασης και δραστηριοτήτων αναψυχής, ευνοϊκό κλίμα κ.α.), οδική και αεροπορική προσβασιμότητα, λειτουργία συνεδριακού γραφείου (βλέπετε επόμενες σελίδες)

■ Κύριο τουριστικό προϊόν
 ■ Συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν
  Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν
  Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξής του σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν
  Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν
  Προϊόν με χαμηλή σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης

Αξιολόγηση συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων (1)

Παρακάτω παρουσιάζεται η αξιολόγηση των συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων που υφίστανται ή / και δύναται να αναπτυχθούν στον προορισμό «Θεσσαλονίκη».

	Αξιολόγηση	Αιτιολόγηση
 Αγροτουρισμός		<ul style="list-style-type: none"> • Προϊόν με χαμηλή σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης • Ύπαρξη ορισμένων πόρων και υποδομών (π.χ. επισκέψιμα οινοποιεία), τα οποία μπορούν να συνεισφέρουν κυρίως στην ανάπτυξη του Οικοτουρισμού και του Γαστρονομικού Τουρισμού (βλέπετε επόμενες σελίδες)
 Οικοτουρισμός		<ul style="list-style-type: none"> • Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν στον προορισμό • Ύπαρξη σημαντικών φυσικών πόρων, τοπίων ιδιαίτερου φυσικού κάλους και προστατευόμενων περιοχών σε κοντινή σχετικά απόσταση (π.χ. οι λίμνες Βόλβης και Αγίου Βασιλείου, το Εθνικό πάρκο Δέλτα Αξιού-Αλιάκμονα-Λουδία) που επιτρέπουν την ανάπτυξη ορισμένων δράσεων και δραστηριοτήτων Οικοτουρισμού και εγγύτητα με οικοτουριστικούς πόρους και σημαντικά οικοσυστήματα της Μακεδονίας – ζητήματα περιβαλλοντικής υποβάθμισης και μόλυνσης φυσικών πόρων του προορισμού (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Αθλητικός Τουρισμός		<ul style="list-style-type: none"> • Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν λόγω των αθλητικών εγκαταστάσεων της πόλης, που επιτρέπουν την ανάπτυξη σημαντικών δράσεων και δραστηριοτήτων στον Αθλητικό Τουρισμό και τη φιλοξενία διεθνών αθλητικών διοργανώσεων, της διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων και διοργανώσεων που ενισχύονται συνεχώς και μπορούν να αποκτήσουν υψηλότερο ενδιαφέρον σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (π.χ. ο Διεθνής Μαραθώνιος Μέγας Αλέξανδρος και ο Νυχτερινός Ημιμαραθώνιος) και της εγγύτητας με φυσικούς πόρους και υποδομές της Μακεδονίας για την ανάπτυξη υπαίθριων δραστηριοτήτων ενεργούς αναψυχής και Τουρισμού Περιπέτειας (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Γαστρονομικός Τουρισμός		<ul style="list-style-type: none"> • Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο τουριστικό προϊόν στον προορισμό • Ύπαρξη σημαντικών πόρων και υποδομών για τον Γαστρονομικό Τουρισμό (εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας, πολυπολιτισμική γαστρονομική παράδοση, πολύ καλό επίπεδο γαστρονομίας σε εστιατόρια μεσαίας κατηγορίας, προϊόντα ΠΟΠ / ΠΓΕ, γαστρονομικές εκδηλώσεις, επισκέψιμα οινοποιεία), ενώ παράλληλα η Θεσσαλονίκη αποτελεί έναν από τους πιο ανταγωνιστικούς και δημοφιλείς προορισμούς για το εν λόγω προϊόν σε εθνικό επίπεδο (βλέπετε επόμενες σελίδες)
 Τουρισμός Ευεξίας		<ul style="list-style-type: none"> • Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν στον προορισμό • Ύπαρξη δύο Ιαματικών Φυσικών Πόρων που με κατάλληλη αξιοποίηση / επενδύσεις θα μπορούσαν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη ορισμένων δράσεων και δραστηριοτήτων στον Τουρισμό Ευεξίας (βλέπετε επόμενες σελίδες)



Κύριο τουριστικό προϊόν



Συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν



Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν



Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξής του σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν



Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν



Προϊόν με χαμηλή σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης

Αξιολόγηση προορισμού (1)

Παρακάτω παρουσιάζεται η αξιολόγηση του προορισμού «Θεσσαλονίκη» με βάση την μεθοδολογία που έχει προδιαγραφεί.

A/A	Κριτήρια	Βάρος κριτηρίου	Βαθμολογία	Σχόλια
1	Προσβασιμότητα & συνδεσιμότητα	35%	4,7	<ul style="list-style-type: none"> Αεροπορική: 5,0 / 5,0 Ακτοπλοϊκή: 3,0 / 5,0 Οδική: 5,0 / 5,0 Σιδηροδρομική: 4,0 / 5,0 – Διεθνώς ανταγωνιστικές υποδομές πρόσβασης, ενδοπεριφερειακή και διαπεριφερειακή συνδεσιμότητα και δίκτυο μέσων μαζικής μεταφοράς (αστικά λεωφορεία και ΚΤΕΛ) – Νέο αεροδρόμιο με πρόσφατα αναβαθμισμένες υποδομές, το Αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης «Μακεδονία», υπό τη διαχείριση της Fraport Greece με δυνατότητα διαχείρισης 10 εκατ. επιβατών ετησίως (2,3 εκατ. διεθνείς αφίξεις το 2019) – Οδική πρόσβαση μέσω Α.Θ.Ε. (Α1 Αθήνα-Θεσσαλονίκη-Εύζωνοι), Εγνατίας Οδού (Α2), Εθνικής Οδού 2 (ΕΟ2 Κρυσταλλοπηγή, Φλώρινα, Έδεσσα, Θεσσαλονίκη, Καβάλα), Εθνικής Οδού 12 (ΕΟ12 Θεσσαλονίκη, Σέρρες, Δράμα, Καβάλα), Εθνικής Οδού 65 (ΕΟ65 Λαγκαδάς, Κιλκίς, Δοϊράνη), Εθνικής Οδού 57 (ΕΟ 57 Εξοχή-Δράμα), Αυτοκινητοδρόμου Α25 (Α25 Λαγκαδάς, Σιδηρόκαστρο, Προμαχώνας), καθώς και σιδηροδρομική συνδεσιμότητα (Γραμμή Θεσσαλονίκη-Λάρισα-Αθήνα, Γραμμή Θεσσαλονίκη-Αλεξανδρούπολη, Γραμμή Θεσσαλονίκη-Φλώρινα) – Εύκολη οδική προσβασιμότητα από τις γειτονικές βαλκανικές χώρες και διεθνής αεροπορική συνδεσιμότητα – Ορισμένες αδυναμίες σε σιδηροδρομική προσβασιμότητα και περιορισμένες ακτοπλοϊκές συνδέσεις (εκκίνηση δρομολογίων με τα νησιά του Β. Αιγαίου, τις Κυκλάδες και τον Πειραιά στις 6 Μαρτίου 2021 έως και τις 15 Ιουνίου 2021, οπότε η σύνδεση θα καταλήγει στην Καβάλα και όχι στη Θεσσαλονίκη και έναρξη ακτοπλοϊκής σύνδεσης με τις Σποράδες από 1 Ιουνίου 2021 έως 15 Σεπτεμβρίου)
2	Κύρια τουριστικά προϊόντα	25%	3,4	<ul style="list-style-type: none"> • Ναυτικός Τουρισμός (0,425 / 1,0 yachting 0,125 / 1,0, κρουαζιέρα: 0,3 / 0,5): Μαρίνα Θεσσαλονίκης με υφιστάμενο σχεδιασμό για ανάπτυξη και κομβική θέση του Λιμανιού Θεσσαλονίκης στην καρδιά της πόλης σε κοντινή απόσταση από σημαντικά μνημεία και αξιοθέατα, υποδομή διεθνούς αεροπορικής συνδεσιμότητας, οδική προσβασιμότητα από τις γειτονικές χώρες των Βαλκανίων και σχεδιασμός του ΟΛΘ για την ανάδειξη της πόλης σε προορισμό κρουαζιέρας με την ανάπτυξη περιφερειακού homeporting • Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός (1,0 / 1,0): μακραίωνη ιστορία και πολυπολιτισμική παράδοση της πόλης (Εβραϊκή, Αρμενική, Βαλκανική, Ελληνική), πλήθος μουσείων, αρχαιολογικών χώρων / πολιτιστικών και θρησκευτικών μνημείων της βυζαντινής, ρωμαϊκής, οθωμανικής εποχής και Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς UNESCO εντός του αστικού ιστού, καθώς και εγγύτητα με προορισμούς ημερήσιων εκδρομών με πλούσιο πολιτιστικό / ιστορικό ενδιαφέρον • City Break (1,0 / 1,0): από τους σημαντικότερους πόλους για την ανάπτυξη του City Break στην Ελλάδα, δεύτερο μεγαλύτερο αστικό κέντρο της χώρας, σημαντικός οικονομικός, διαμετακομιστικός και εμπορικός κόμβος της Νοτιοανατολικής Μεσογείου και των Βαλκανίων με υποδομές διεθνούς αεροπορικής προσβασιμότητας, οδική προσβασιμότητα και πλούσια αστική κουλτούρα, εμπορική αγορά και σημεία ενδιαφέροντος κ.α. - προβλήματα και αδυναμίες βασικών υποδομών (διαχείριση αστικών απορριμμάτων, ελλείψεις σε αστική κινητικότητα και δημόσιες συγκοινωνίες, ανεπαρκείς υποδομές για ΑμεΑ), ζητήματα χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού κ.α. • MICE (1,0 / 1,0): ασφαλής προορισμός σε στρατηγική θέση με υψηλού επιπέδου υποδομές MICE για φιλοξενία μικρών και μεσαίων συνεδρίων και εκδηλώσεων, συνεχή ανοδική πορεία στα ranking της ICCA για τη φιλοξενία συνεδρίων διεθνών ενώσεων και λειτουργία του Thessaloniki Convention Bureau (TCB), τουριστικοί πόροι εντός του αστικού κέντρου και εντός της ΠΕ, οδική και αεροπορική προσβασιμότητα

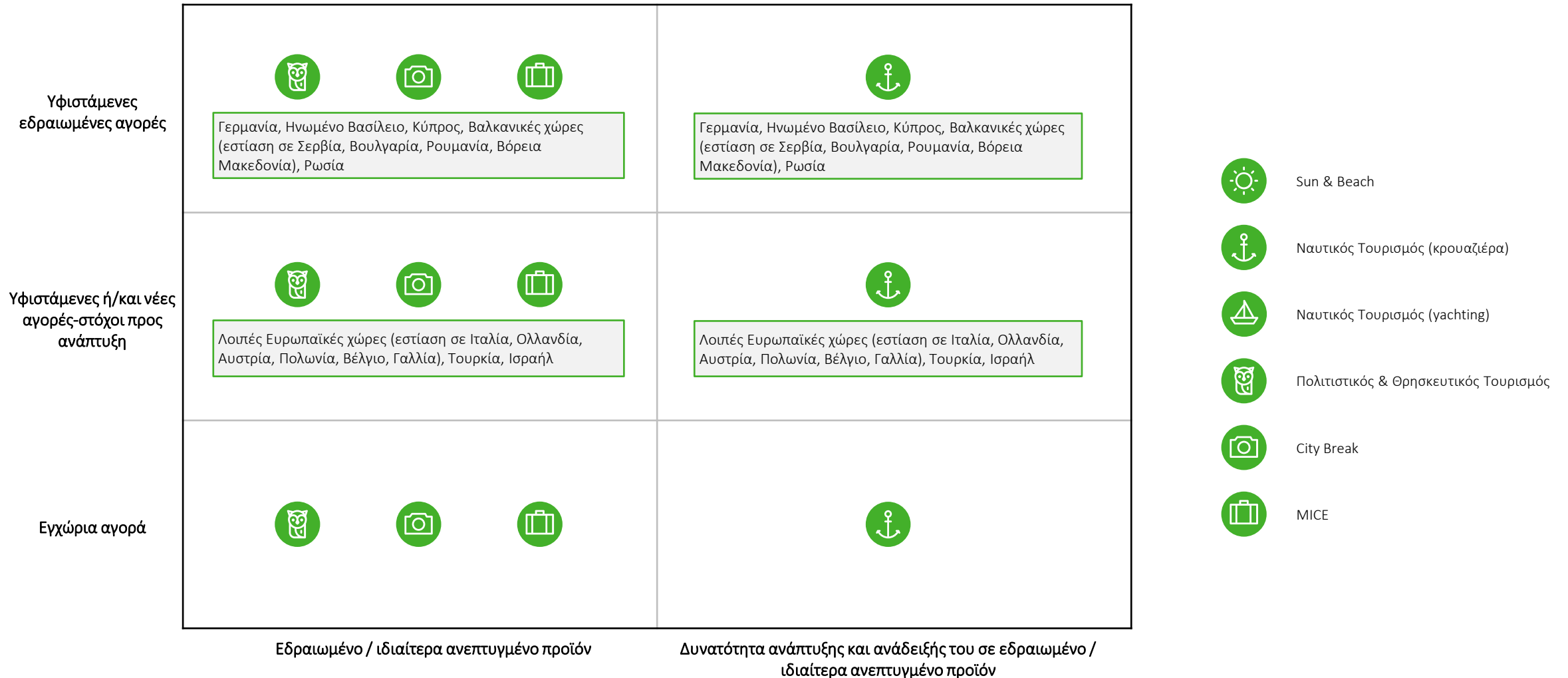
Αξιολόγηση προορισμού (2)

Παρακάτω παρουσιάζεται η αξιολόγηση του προορισμού «Θεσσαλονίκη» με βάση την μεθοδολογία που έχει προδιαγραφεί.

A/A	Κριτήρια	Βάρος κριτηρίου	Βαθμολογία	Σχόλια
3	Συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα	10%	2,1	<ul style="list-style-type: none"> • Οικοτουρισμός (0,25 / 1,0): σημαντικοί φυσικοί πόροι, τοπία φυσικού κάλους και προστατευόμενες περιοχές σε κοντινή απόσταση από το αστικό κέντρο (π.χ. σύμπλεγμα λιμνών Κορώνειας – Βόλβης, όρος Χορτιάτης), πεζοπορικές διαδρομές στο όρος Χορτιάτης που επιτρέπουν την ανάπτυξη ορισμένων δράσεων και δραστηριοτήτων Οικοτουρισμού και εγγύτητα με οικοτουριστικούς πόρους και σημαντικά οικοσυστήματα της Μακεδονίας – ζητήματα περιβαλλοντικής υποβάθμισης και μόλυνσης φυσικών πόρων του προορισμού • Αθλητικός Τουρισμός (0,6 / 1,0): αθλητικές υποδομές που μπορούν να φιλοξενήσουν διεθνή αθλητικά γεγονότα, ορισμένες αθλητικές εκδηλώσεις με δυνατότητα προσέλκυσης διεθνούς τουριστικού ενδιαφέροντος (π.χ. ο Διεθνής Μαραθώνιος Μέγας Αλέξανδρος, Νυχτερινός Ημιμαραθώνιος) και εγγύτητα με φυσικούς πόρους και υποδομές της Μακεδονίας για την ανάπτυξη υπαίθριων δραστηριοτήτων ενεργούς αναψυχής και Τουρισμού Περιπέτειας • Γαστρονομικός Τουρισμός (1,0 / 1,0): εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας, πολυπολιτισμική γαστρονομική παράδοση, πολύ καλό επίπεδο γαστρονομίας σε εστιατόρια μεσαίας κατηγορίας, προϊόντα ΠΟΠ / ΠΓΕ, γαστρονομικές εκδηλώσεις, επισκέψιμα οινοποιεία, ενώ παράλληλα η Θεσσαλονίκη αποτελεί έναν από τους πιο ανταγωνιστικούς και δημοφιλείς προορισμούς για το εν λόγω προϊόν σε εθνικό επίπεδο • Τουρισμός Ευεξίας (0,25 / 1,0): 2 αναγνωρισμένοι Ιαματικοί Φυσικοί Πόροι από το Ελληνικό Υπουργείο Τουρισμού, τα λουτρά του Λαγκαδά και της Νέας Απολλωνίας, με υποδομές που χρήζουν αναβάθμισης / ανακατασκευής και θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν
4	Διεθνής φήμη & αναγνωρισιμότητα, σημεία ενδιαφέροντος και Μνημεία UNESCO	20%	3,4	<ul style="list-style-type: none"> • Διεθνής φήμη & αναγνωρισιμότητα: 3,0 / 5,0 Σημεία ενδιαφέροντος: 3,0 / 5,0 Μνημεία UNESCO: 5,0 / 5,0 • Συγκαταλέγεται μέσα στους εδραιωμένους ή / και αναδυόμενους προορισμούς με σημαντική διεθνή φήμη και αναγνωρισιμότητα – Ανήκει στις top 10 πόλεις που αξίζει κανείς να επισκεφτεί μέσα στο 2020, σύμφωνα με τη γαλλική εφημερίδα «Le Figaro» και το ταξιδιωτικό γραφείο «Petit Futé», ενώ συγκαταλέγεται στις πιο ελκυστικές πόλεις του κόσμου (16^η θέση) για remote εργαζόμενους για το 2021, σύμφωνα με κατάταξη του Big 7 Travel. – Σύμφωνα με τη Βρετανική Ένωση Ταξιδιωτικών Πρακτόρων (ABTA), βρίσκεται 2^η στη λίστα με τους top προορισμούς (2019), εξαιτίας των value for money επιλογών που προσφέρει. • ~515 σημεία ενδιαφέροντος (μνημεία, αξιοθέατα, μουσεία, φύση και πάρκα κ.α.) με βάση την αξιολόγηση της ταξιδιωτικής πλατφόρμας του TripAdvisor για τον προορισμό «Θεσσαλονίκη» • Παλαιοχριστιανικά και Βυζαντινά μνημεία της ενταγμένα στον κατάλογο της UNESCO ως Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς από το 1988
5	Υφιστάμενη ζήτηση	5%	3,0	<ul style="list-style-type: none"> • ~1,4 εκατ. αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ) βάσει στοιχείων 2019
6	Υφιστάμενη προσφορά (διαμονή)	5%	2,0	<ul style="list-style-type: none"> • Σύνολο ξενοδοχειακών δωματίων και ενοικιαζόμενων δωματίων: 2,0 / 5,0 – ~12,2 χιλ. ξενοδοχειακά δωμάτια και ενοικιαζόμενα δωμάτια βάσει στοιχείων 2019 • Ποσοστό ξενοδοχειακών δωματίων 4*,5* και ενοικιαζόμενων δωματίων 4K ως προς τον συνολικό αριθμό δωματίων: 2,0 / 5,0 – ~35,4% του συνόλου των ξενοδοχειακών και ενοικιαζόμενων δωματίων ανήκουν στις κατηγορίες 4*, 5* και 4K βάσει στοιχείων 2019
Συνολική βαθμολογία προορισμού			3,6 / 5,0	

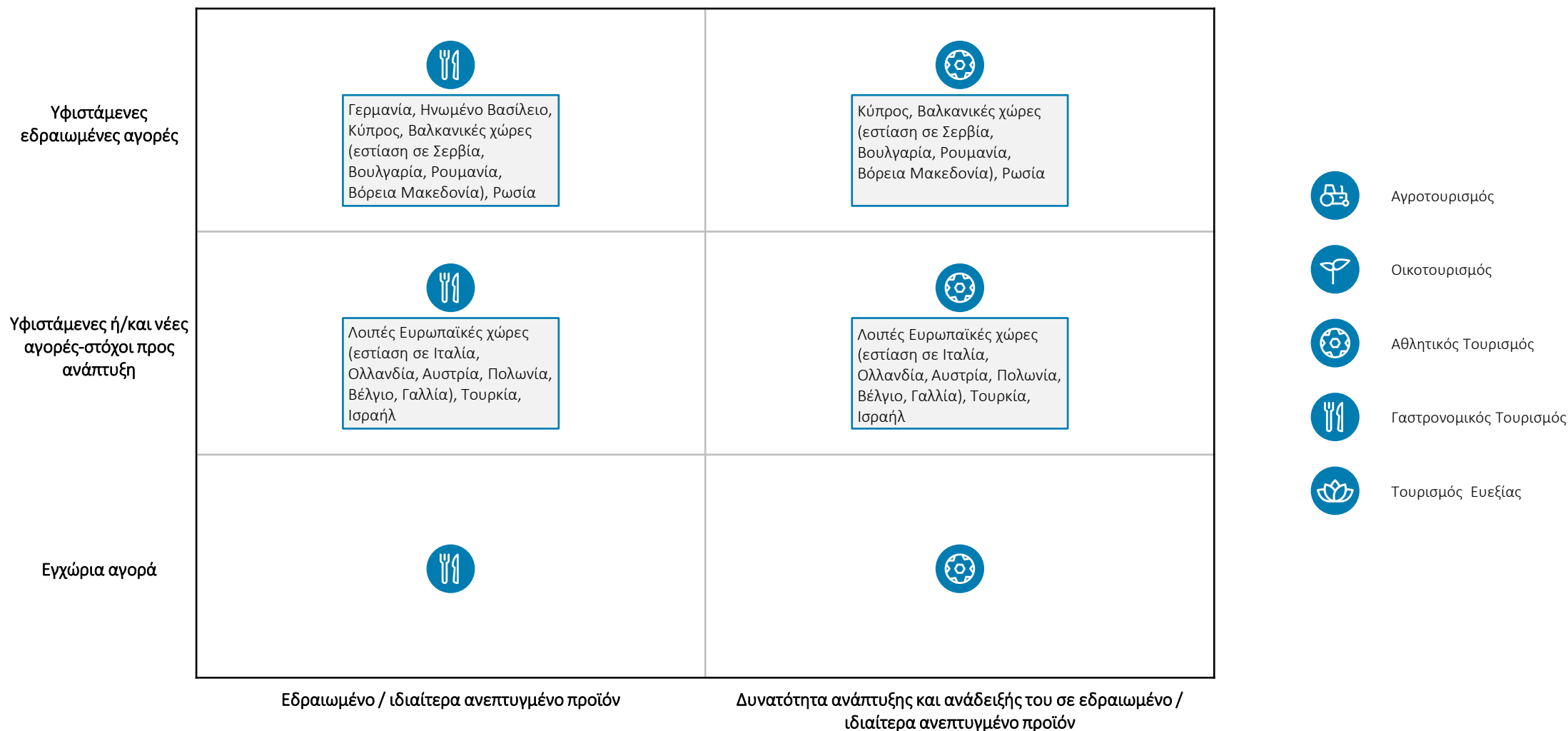
Ansoff Matrix | Κύρια τουριστικά προϊόντα

Βάσει των ισχυρών σημείων και ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του προορισμού, καθώς και των συμπερασμάτων που προέκυψαν από τη Διαβούλευση και τις αναλύσεις των προηγούμενων βημάτων της μελέτης, εκτιμάται ότι ο προορισμός «Θεσσαλονίκη» θα πρέπει να εστιάσει στην ανάπτυξη των παρακάτω συνδυασμών κύριων τουριστικών προϊόντων – αγορών.



Ansoff Matrix | Συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα

Βάσει των ισχυρών σημείων και ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του προορισμού, καθώς και των συμπερασμάτων που προέκυψαν από τη Διαβούλευση και τις αναλύσεις των προηγούμενων βημάτων της μελέτης, εκτιμάται ότι ο προορισμός «Θεσσαλονίκη» θα πρέπει να εστιάσει στην ανάπτυξη των παρακάτω συνδυασμών συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων – αγορών.



Στρατηγικές Δράσεις Δημόσιου (1)

Παρακάτω παρουσιάζεται επισκόπηση των Στρατηγικών Δράσεων Δημόσιου Τομέα για τον προορισμό «Θεσσαλονίκη».

A/A	Στρατηγικές Δράσεις
1	Εφαρμογή ολοκληρωμένης και δυναμικής στρατηγικής επικοινωνίας, προβολής και προώθησης εστιασμένη στον διακριτό προορισμό «Θεσσαλονίκη» στο πλαίσιο ανάπτυξης Περιφερειακού Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (DMO)
2	Δράσεις αναβάθμισης και ενίσχυσης του Λιμένα Θεσσαλονίκης
3	Αναπλάσεις δημόσιου χώρου και αναβάθμιση του κέντρου μέσω αστικών αναπλάσεων, ανακαίνισης εγκαταλειμμένων ιστορικών κτιρίων και προσόψεων κτιρίων, μετατροπής υποβαθμισμένων περιοχών μεταβιομηχανικού χαρακτήρα σε ζώνες αναψυχής, αθλητισμού και πολιτισμού, ενίσχυσης της δημόσιας ασφάλειας και βελτίωσης της καθαριότητας δρόμων και πεζοδρομίων, ενίσχυσης / αποκατάστασης του αστικού φωτισμού σε περιοχές του κέντρου με έλλειψη φωτισμού και ανάπτυξης δικτύου έξυπνου αστικού φωτισμού, ενίσχυσης της οδικής ασφάλειας, της ασφάλειας των πεζών και των ευάλωτων χρηστών
4	Λειτουργία του συνεδριακού γραφείου Θεσσαλονίκης ως εκτελεστικού βραχίονα του Περιφερειακού DMO για την αναβάθμιση, προβολής και ανάπτυξη του MICE
5	Δράσεις βελτίωσης υποστηρικτικών υποδομών (φωτισμός, τουριστική σήμανση, χώροι υποδοχής και πρόσβασης, εξοπλισμός) μουσείων, αρχαιολογικών χώρων και λουτών πόρων πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος
6	Ολοκλήρωση σημαντικών έργων που βρίσκονται στη φάση της κατασκευής ή του σχεδιασμού στην πόλη της Θεσσαλονίκης που αναμένεται να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά της ως προορισμού City Break
7	Δράσεις αστικής αναβάθμισης του αστικού περιβάλλοντος και δημιουργίας χώρων πρασίνου εντός της πόλης
8	Ανάπλαση του Διεθνούς Εκθεσιακού & Συνεδριακού Κέντρου Θεσσαλονίκης με τη δημιουργία ανανεωμένου εκθεσιακού κέντρου, parking 1.500 θέσεων, κατασκευή ξενοδοχείου και δημιουργία μητροπολιτικού πάρκου
9	Δράσεις βελτίωσης της ταξιδιωτικής εμπειρίας των επισκεπτών μέσω αναβάθμισης και εκσυγχρονισμού των μεθοριακών σταθμών της Περιφέρειας, κατασκευής ειδικών χώρων διημέρευσης, αναβάθμισης υποδομών αναμονής και υγιεινής σε χώρους υποδοχής κοινού καθώς και σε συγκοινωνιακούς κόμβους του προορισμού και ανάπτυξης εφαρμογών διαχείρισης κοινού σε τουριστικούς χώρους, ειδοποιήσεις σε πραγματικό χρόνο και προβλέψεις
10	Δράσεις προώθησης κοινών κανονιστικών προτύπων
11	Δράσεις αποκατάστασης και επανένταξης στην πόλη του κτιριακού αποθέματος του προορισμού
12	Αξιοποίηση της διαδικτυακής πύλης του City Break και της τουριστικής κάρτας (φυσικής και ψηφιακής) για την ενίσχυση της προβολής & προώθησης επιχειρήσεων και καταστημάτων που πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια
13	Προώθηση αειφορίας του αγροδιατροφικού τομέα μέσω ευθυγράμμισης με τα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία «πράσινης» οικονομίας και αξιοποίηση εργαλείων του Ταμείου Ανάκαμψης
14	Συντήρηση υφιστάμενων και χάραξη νέων πεζοπορικών και ποδηλατικών μονοπατιών στο Δάσος του Σέιχ Σου και εφαρμογή κοινού συστήματος σήμανσης
15	Βελτίωση προσβασιμότητας σε υποδομές γαστρονομικού ενδιαφέροντος
16	Δράσεις ενίσχυσης της αστικής κινητικότητας
17	Δράσεις προστασίας, ανάδειξης και προώθησης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς του προορισμού
18	Δημιουργία ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό Θεσσαλονίκη και πλήρης διασύνδεσή της με τις τουριστικές πύλες που θα δημιουργηθούν για κάθε κύριο και συμπληρωματικό προϊόν με σκοπό την γρήγορη και εύκολη ολοκληρωμένη παροχή και αναζήτηση πληροφόρησης στον επισκέπτη για όλες τις προσφερόμενες εμπειρίες, δραστηριότητες, παροχές και τις υπάρχουσες επιχειρήσεις με βάση συγκεκριμένα κριτήρια
19	Δράσεις αξιοποίησης ψηφιακών εργαλείων για την προώθηση του Ναυτικού Τουρισμού κρουαζιέρας και δημιουργία σύγχρονης και εύχρηστης ολοκληρωμένης ψηφιακής πύλης Ναυτικού Τουρισμού, αναπτυγμένη σε πολλαπλές γλώσσες και βελτιστοποιημένης για πολλαπλούς τύπους συσκευών, η οποία θα αποτελεί μέρος της ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό
20	Δημιουργία σύγχρονης και εύχρηστης ολοκληρωμένης ψηφιακής πύλης και διαδραστικού χάρτη City Break σε πολλαπλές γλώσσες βελτιστοποιημένης για πολλαπλούς τύπους συσκευών, η οποία θα αποτελεί μέρος της ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό
21	Δράσεις ενίσχυσης εξωστρέφειας μουσείων και συναφών πολιτιστικών οργανισμών

Στρατηγικές Δράσεις Δημόσιου (2)

Παρακάτω παρουσιάζεται επισκόπηση των Στρατηγικών Δράσεων Δημόσιου Τομέα για τον προορισμό «Θεσσαλονίκη».

A/A	Στρατηγικές Δράσεις
22	Δράσεις βελτίωσης οδικής συνδεσιμότητας του προορισμού
23	Σύνδεση προγραμμάτων σπουδών εκπαίδευσης και κατάρτισης (αναφορικά με την κρουαζιέρα) με τις ανάγκες της αγοράς
24	Δυνατότητα ενοικίασης εμβληματικών χώρων και αιθουσών για διοργάνωση εκδηλώσεων MICE (δυνατότητα ενοικίασης αμφιθεάτρων, παλατιών, αρχαιολογικών χώρων υπό αυστηρά πρωτόκολλα χρήσης)
25	Δημιουργία σύγχρονης και εύχρηστης ολοκληρωμένης ψηφιακής πύλης Γαστρονομικού Τουρισμού σε πολλαπλές γλώσσες βελτιστοποιημένης για πολλαπλούς τύπους συσκευών, η οποία θα αποτελεί μέρος της ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό
26	Πρώθηση δράσεων ενίσχυσης της βιώσιμης αστικής κινητικότητας
27	Βελτίωση διατροπικών συνδέσεων του Λιμένα Θεσσαλονίκης (σύνδεση με εθνικό οδικό δίκτυο και σιδηροδρομικό δίκτυο) ενισχύοντας την προσβασιμότητα και συνδεσιμότητά τους με τον αστικό ιστό και με προορισμούς στην ενδοχώρα
28	Υποστήριξη, ανάπτυξη και εφαρμογή λύσεων ITS (έξυπνων συστημάτων μεταφοράς) σε όλους τους τομείς μεταφορών όπως προδιαγράφονται και από το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Μεταφορών, καθώς και καινοτόμων και «έξυπνων» τεχνολογικών λύσεων για τη διαχείριση βασικών δικτύων, υποδομών και την ευρυζωνικότητα
29	Δράσεις περιβαλλοντικής προστασίας και αειφορίας σχετικά με την ανάπτυξη της κρουαζιέρας
30	Δράσεις βελτίωσης, ανάδειξης και προστασίας πολιτιστικών πόρων και υποδομών του προορισμού
31	Ανάπτυξη και πρώθηση ενός ετήσιου περιεκτικού χρονολογίου εκδηλώσεων
32	Δράσεις ενοποίησης και διασύνδεσης των πόρων Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού
33	Δράσεις ενίσχυσης βασικών δικτύων και υποδομών του προορισμού
34	Δράσεις αισθητικής και ενεργειακής αναβάθμισης του προορισμού
35	Δημιουργία σύγχρονης και εύχρηστης ολοκληρωμένης ψηφιακής πύλης Αθλητικού Τουρισμού σε πολλαπλές γλώσσες βελτιστοποιημένης για πολλαπλούς τύπους συσκευών, η οποία θα αποτελεί μέρος της ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό
36	Δράσεις βελτιστοποίησης της πρόσβασης και της διαχείρισης του κοινού σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων (εφαρμογή κοινού ψηφιακού εισιτηρίου για το σύνολο των μουσείων και αρχαιολογικών χώρων της Περιφέρειας, προμήθεια και εγκατάσταση κατάλληλων μηχανημάτων για τον έλεγχο / επικύρωση των ηλεκτρονικών εισιτηρίων, δυνατότητα προμήθειας ψηφιακού εισιτηρίου μέσω σύγχρονης και χρηστικής πλατφόρμας και φορητών συσκευών, τεχνολογίες διαχείρισης κοινού σε πραγματικό χρόνο και προβλέψεις σχετικά με την ροή επισκεπτών)
37	Δράσεις βελτίωσης διαχείρισης στερεών αποβλήτων
38	Δράσεις ψηφιακής (και έντυπης) πρώθησης και προβολής του προορισμού
39	Υιοθέτηση πολιτικής κινήτρων από το Υπουργείο Τουρισμό προς τους PCOs
40	Δράσεις για την πρώθηση των βιώσιμων και περιβαλλοντικά φιλικών μεταφορών
41	Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση των τουριστικών σπουδών και των προγραμμάτων τουριστικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα
42	Δράσεις αξιοποίησης ψηφιακών εργαλείων για την ενίσχυση του Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού

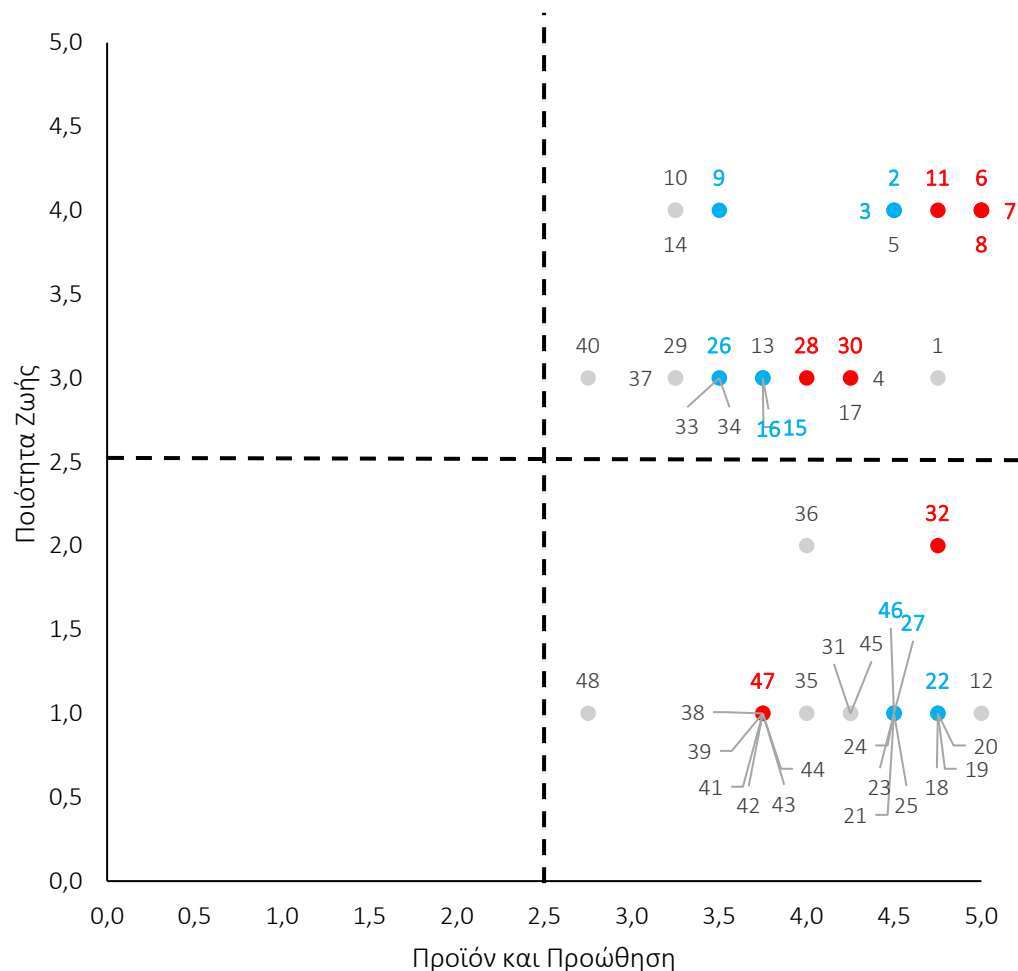
Στρατηγικές Δράσεις Δημόσιου (3)

Παρακάτω παρουσιάζεται επισκόπηση των Στρατηγικών Δράσεων Δημόσιου Τομέα για τον προορισμό «Θεσσαλονίκη».

A/A	Στρατηγικές Δράσεις
43	Σύνδεση προγραμμάτων σπουδών εκπαίδευσης και κατάρτισης με τις ανάγκες της αγοράς Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού
44	Σύνδεση προγραμμάτων σπουδών εκπαίδευσης και κατάρτισης με τις ανάγκες της αγοράς City Break
45	Στήριξη ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων στον τομέα του τουρισμού
46	Δράσεις βελτίωσης σιδηροδρομικής συνδεσιμότητας του προορισμού
47	Ολοκλήρωση των απαραίτητων δράσεων για την έναρξη και την αποπεράτωση των εργασιών ανέγερσης Μουσείου Ολοκαυτώματος στην Δυτική Θεσσαλονίκη στην περιοχή του παλιού σιδηροδρομικού σταθμού που παραχωρήθηκε από την ΓΑΙΟΣΕ
48	Συγκρότηση μόνιμης και διαρκούς επιτροπής διεκδίκησης και διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων και αγώνων

Επισκόπηση αξιολόγησης Στρατηγικών Δράσεων Δημόσιου Τομέα για τον Προορισμό

Στο Διάγραμμα αποτυπώνονται οι παραπάνω δράσεις εστιάζοντας στα κριτήρια «Ποιότητα Ζωής» και «Προϊόν και Προώθηση». Με μπλε χρώμα προσδιορίζονται οι δράσεις που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με υποδομές προσβασιμότητας. Από τις υπόλοιπες, με κόκκινο χρώμα σημειώνονται οι δράσεις που χαρακτηρίζονται από χαμηλό επίπεδο ωριμότητας / υψηλό κόστος.



- Σύμφωνα με το διάγραμμα ως σημαντικότερες δράσεις αναδεικνύονται δράσεις αστικής αναβάθμισης μέσω της αξιοποίησης και ανάδειξης των κοιτίδων περιβαλλοντικών πόρων (Δράση 6) καθώς και άλλα σημαντικά έργα που βρίσκονται σε φάσεις κατασκευής ή σχεδιασμού στην πόλη της Θεσσαλονίκης και αναμένεται να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα του προορισμού ως προς το προϊόν City Break (Δράση 7). Κομβικό ρόλο για τις αναπτυξιακές προοπτικές του προορισμού διαδραματίζει η ανάπλαση της ΔΕΘ (Δράση 8) καθώς αναμένεται να αναβαθμίσει σημαντικά την εικόνα του προορισμού (Οριζόντια επίπτωση) και συνδέεται με αρκετά τουριστικά προϊόντα (City Break, MICE). Σχεδόν ανάλογη υψηλή σημασία έχουν οι δράσεις αποκατάστασης και επανένταξης στην πόλη του κτιριακού αποθέματος του προορισμού (Δράση 11). Ωστόσο, όλες αυτές οι δράσεις απαιτούν χρόνο ωρίμανσης και σημαντικούς πόρους για την υλοποίησή τους.
- Δύο εκ των δράσεων που έχουν διάσταση προσβασιμότητας αξιολογούνται ως δράσεις υψηλής σημασίας και αφορούν την αναβάθμιση και ενίσχυση του Λιμένα Θεσσαλονίκης (Δράση 2) καθώς και τις αστικές αναπλάσεις δημόσιων χώρων που αναμένεται να αναβαθμίσουν τον προορισμό και ιδίως το κέντρο της Θεσσαλονίκης (Δράση 3). Ανάλογα υψηλής σημασίας δράση καταγράφεται εκείνη που περιλαμβάνει παρεμβάσεις βελτίωσης υποστηρικτικών υποδομών μουσείων, αρχαιολογικών χώρων και λοιπών πόρων πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος (Δράση 5).
- Η δράση που συγκέντρωσε την υψηλότερη βαθμολογία στην αξιολόγηση περιλαμβάνει ενέργειες προώθησης, προβολής και ενίσχυσης της εξωστρέφειας του προορισμού όπως την εφαρμογή ολοκληρωμένης και δυναμικής στρατηγικής επικοινωνίας, προβολής και προώθησης εστιασμένη στον διακριτό προορισμό «Θεσσαλονίκη» στο πλαίσιο ανάπτυξης Περιφερειακού Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (DMO), στα προϊόντα προς ανάπτυξη και στις βασικές αγορές στόχους του προορισμού ανά προϊόν, και ως τέτοια καταγράφει υψηλή βαθμολογία στο κριτήριο «Προϊόν και Προώθηση». Ανάλογα υψηλή σημασία έχει η δράση ανάπτυξης ξεχωριστής διεύθυνσης στον DMO που θα αναλάβει ως ξεχωριστό προϊόν το MICE με εκτελεστικό βραχίονα το γραφείο συνεδρίων της Θεσσαλονίκης (Δράση 4).
- Ως σημαντικές για τον προορισμό, σύμφωνα με τα δύο κριτήρια του διαγράμματος, αξιολογούνται δράσεις προστασίας, βελτίωσης, προώθησης και ανάδειξης φυσικών και πολιτιστικών πόρων και υποδομών του προορισμού (Δράση 17 και Δράση 30), με χαμηλό όμως βαθμό ωριμότητας, όπως και η ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων και εξυπνων λύσεων και εφαρμογών σε συστήματα μεταφοράς, πληροφόρησης τελικού χρήστη, διαχείρισης, τεχνολογίας και καινοτομίας, βελτίωση λειτουργίας οδικού δικτύου και άλλων βασικών δικτύων και υποδομών, ευρυζωνικότητας και εφαρμογής σε κινητές/φορητές συσκευές κτλ. (Δράση 28), με ανάλογα χαμηλό βαθμό ωριμότητας/κόστους.
- Δράσεις που ενισχύουν την αστική κινητικότητα (Δράση 16) και τη βιωσιμότητά της (Δράση 26) έχουν αυξημένη σημασία για τον προορισμό.
- Δράσεις που σχετίζονται με τη ενοποίηση και διασύνδεση των πόρων πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού (Δράση 32) και τη βελτίωση της εμπειρίας και της διαχείρισης των επισκεπτών σε αυτούς αξιολογούνται ως σημαντικές για τον προορισμό (Δράση 36).
- Μία ολόκληρη ομάδα δράσεων που αφορά την ψηφιακή προώθηση (Δράσεις 12, 18, 19, 20, 25) όπως και όσες που αφορούν την εξωστρέφεια του προορισμού (Δράσεις 21 και 24) έχουν αυξημένη σημασία για το προϊόν αλλά περιορισμένη σημασία για το κριτήριο «Ποιότητα Ζωής».

Στρατηγικές Δράσεις ΣΔΙΤ ή ιδιωτικής πρωτοβουλίας για τη Θεσσαλονίκη

Προϊόν	Περιοχή-άξονας	A/A Στρατηγικής Κατεύθυνσης	Στρατηγικές Δράσεις
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	1.1.1.	Υλοποίηση του αναπτυξιακού Master Plan του ΟΛΘ Α.Ε. που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων έργα επέκτασης του προβλήτα 6, νέα κτίρια, εγκαταστάσεις και έργα υποδομής, ανάπλαση, διαμόρφωση και αξιοποίηση υπαίθριων χώρων και κατασκευή έργων πρασίνου, ανάπλαση και αξιοποίηση υφιστάμενων κτιρίων, κατασκευή μαρίνας ιδιωτικών σκαφών ή τουριστικού καταφυγίου, αξιοποίηση υφιστάμενων και νέων αποθηκών και υπαίθριων χώρων φορτοεκφόρτωσης, ανάπτυξη υδατοδρομίου, προμήθεια εξοπλισμού και γερανών, με στόχο την ενίσχυση της επιβατικής και εμπορικής δραστηριότητας του λιμένα, τη βελτίωση παροχής υπηρεσιών σε πλοία, επιβάτες, οχήματα και εμπορεύματα καθώς και την ενίσχυση εμπορικών, ψυχαγωγικών, τουριστικών, πολιτιστικών και διοικητικών δραστηριοτήτων
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	1.1.1.	Εκσυγχρονισμός της Μαρίνας Θεσσαλονίκης με έργα αναβάθμισης των υφιστάμενων λιμενικών υποδομών, εκσυγχρονισμού ή ανάπτυξης νέων κτιρίων που σχετίζονται με τη λειτουργία της μαρίνας (κτίρια διοίκησης και γραφεία, πύργος ελέγχου) και τις παρεχόμενες υπηρεσίες στα σκάφη (καταστήματα, super market, αποθηκευτικοί χώροι, χώροι υγιεινής, χώροι Η/Μ εγκαταστάσεων), αναβάθμισης της δραστηριότητας απόθεσης / συντήρησης σκαφών, καθώς και αναμόρφωσης της χερσαίας ζώνης της μαρίνας μέσω της δόμησης (μέγιστη επιτρεπόμενη 14.900 τ.μ.) νέων κτιριακών εγκαταστάσεων τουρισμού και αναψυχής (όπως εστιατόρια, αναψυκτήρια, εμπορικά καταστήματα, ξενοδοχείο κ.α.). Επιπλέον, οι παρεμβάσεις περιλαμβάνουν τη διαμόρφωση ενός περιβάλλοντος χώρου υψηλής αισθητικής που θα περιλαμβάνει ζώνες πρασίνου και περιπάτου, χώρους υπαίθριων εκδηλώσεων κ.α. ενώ θα δίνεται η δυνατότητα ανάπτυξης κατοικιών προς μίσθωση.
	Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος	1.2.3.	Αξιοποίηση παραλιακού μετώπου Καλαμαριάς και μετατροπή σε έναν υπο-προορισμό που προσφέρει συνδυασμένα τουριστικά προϊόντα, καθώς διαθέτει ιδιαίτερη φυσική ομορφιά, πλούσια πολιτισμική παράδοση και εμβληματικά τοπία (π.χ. το Κυβερνείο, το στρατόπεδο Κόδρα, η μαρίνα και η παραλία της Αρετσούς), ποικίλες επιλογές για διασκέδαση και φαγητό, που δύνανται να διαμορφώσουν ένα νέο τουριστικό προφίλ στον προορισμό
	Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος	1.2.4.	Δημιουργία ενιαίας τουριστικής κάρτας (city pass), με εστίαση σε Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό, City Break και Γαστρονομικό Τουρισμό - Πρόσβαση σε πολλαπλά αξιοθέατα ή / και πολιτιστικές περιηγήσεις / ξεναγήσεις και ελεύθερη πρόσβαση στο δίκτυο MMM για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα - Ενσωμάτωση παροχών όπως δωρεάν είσοδος ή εκπτώσεις σε αξιοθέατα τύπου City Break (π.χ. θεματικά πάρκα), σε καταστήματα με τουριστικά είδη, λιανικής, εστίασης, καφέ, γαστρονομίας κ.α. και σε τουριστικές επιχειρήσεις, όπως τουριστικά λεωφορεία ή τουριστικά πρακτορεία για την αύξηση της επισκεψιμότητας και της δαπάνης στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις - Πώληση σε φυσική μορφή από επιλεγμένα σημεία πώλησης υψηλής επισκεψιμότητας ή ψηφιακά μέσω ειδικής εφαρμογής για smartphones, με δυνατότητα αναβάθμισης με αγορά εισιτηρίων για πρόσθετα αξιοθέατα και μουσεία/εμπειρίες (π.χ. ιδιωτικές ξεναγήσεις)
	Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος	1.2.4.	Παροχή υπηρεσιών απρόσκοπτης μετάβασης των επισκεπτών από τις πύλες εισόδου του προορισμού στο κατάλυμα, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις ανάγκης χρήσης πρόσθετου τρόπου μεταφοράς (π.χ. άφιξη με αεροπλάνο στον προορισμό και χρήση τρένου/λεωφορείου) για μετάβαση σε κοντινούς στην Θεσσαλονίκη τελικούς προορισμούς (-> μεταφορά αποσκευών από το αεροδρόμιο στο κατάλυμα)
	Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος	2.2.1.	Εστιασμένη προβολή και προώθηση του Λιμένα Θεσσαλονίκης ως homeport κρουαζιέρας σε επιλεγμένες εταιρείες κρουαζιέρας και tour operators που εστιάζουν στις εδραιωμένες / υφιστάμενες αγορές εισερχόμενου τουρισμού στη Θεσσαλονίκη
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	2.1.1.	Βελτίωση στην προσφορά υπηρεσιών από τρίτους εντός λιμένα κρουαζιέρας, μεταφορικές υπηρεσίες, τουριστικές υπηρεσίες, συνδεσιμότητα με σημεία ενδιαφέροντος και με πύλες εισόδου
	Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος	6.2.1.	Αξιοποίηση του παραλιακού μετώπου για προσέλκυση διεθνών events και αθλητικών δραστηριοτήτων διεθνούς απήχησης, όπως αεροπορικά ακροβατικά σμήνη (π.χ. Red Arrows), αγώνες δρόμου, ναυαθλητικοί αγώνες, αγώνες ταχυπλάνων, αεροπορικοί αγώνες (Air Race), αγώνες Beach Volley και Beach Soccer, ποδηλατικοί αγώνες κ.α.
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	7.1.1.	Δημιουργία ολοκληρωμένων και άρτια οργανωμένων food halls
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	7.1.1.	Δημιουργία γαστρονομικών μουσείων μέσω της εκμετάλλευσης παλαιών υποδομών (π.χ. παλαιά οινοποιεία, ελαιολιβεία και κέντρα μελισσοκομικής)

INSETE

Ινστιτούτο ΣΕΤΕ
Βουκουρεστίου 32
10671 Αθήνα

www.insete.gr
info@insete.gr



Ευρωπαϊκή Ένωση
European Union



ΕΜΠΡΟΧΗ ΜΙΚΡΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΣΤΕΑ & ΙΤ



ΕΠΑΝΕΚ 2014-2020
ΕΠΙΧΕΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



ΕΣΠΑ
2014-2020
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης