

ΑΝΑΡΤΗΤΕΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
 ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ
 ΔΗΜΟΣ ΠΥΡΓΟΥ
 ΑΥΤΟΤΕΛΕΣ ΓΡΑΦΕΙΟ
 ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΝ
 ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

Α Π Ο Σ Π Α Σ Μ Α

Από το πρακτικό της υπ' αριθμ. 18^{ης} (τακτική δια τηλεδιάσκεψης) συνεδρίασης του Δημοτικού Συμβουλίου του Δήμου Πύργου.

Αριθμ. Αποφ. **78/2020**

ΘΕΜΑ: Λήψη απόφασης έγκρισης του Σχεδίου Τουριστικής Προβολής του Δήμου Πύργου για το έτος 2020, κατόπιν της υπ' αριθμ. 2/2020 απόφασης της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου

Στον Πύργο, σήμερα στις **15** του μηνός **Απριλίου** του έτους **2020**, ημέρα **Μ. Τετάρτη** και ώρα **10.30** το Δημοτικό Συμβούλιο Πύργου, συνήλθε **σε τακτική δια τηλεδιάσκεψης** συνεδρίαση, σύμφωνα με την από 11-3-2020 Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου και την υπ' αριθμ. 40/20930/31-3-2020 διευκρινιστική εγκύκλιο του Υπουργείου Εσωτερικών), ύστερα από την με αριθμ. πρωτ. **9313/10-4-2020** έγγραφη πρόσκληση του **Προέδρου του κ. Επαμεινώνδα Κυριαζή** που δημοσιεύθηκε νόμιμα και επιδόθηκε σε κάθε Δημοτικό Σύμβουλο χωριστά και στο Δήμαρχο, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 67 του Ν. 3852/10 (ΦΕΚ Α'87/7-6-2010), όπως ισχύουν σήμερα.

Παρόντος και του Δημάρχου **κ. Παναγιώτη Αντωνακόπουλου**, ο Πρόεδρος, κήρυξε την έναρξη της συνεδρίασης, αφού προηγουμένως διαπιστώθηκε νόμιμη απαρτία, δεδομένου ότι σε σύνολο **33** μελών συμμετείχαν στη συνεδρίαση **άπαντες** οι δημοτικοί σύμβουλοι και συγκεκριμένα:

1. Κυριαζής Επαμεινώνδας – Πρόεδρος Δημοτικού Συμβουλίου
2. Κοτσώνης Νικόλαος
3. Βγενόπουλος Ανδρέας
4. Παπαδημητρίου Ιωάννης
5. Αλικάκη – Τζανέτου Σπυριδούλα
6. Αχτύπης Μαρίνης
7. Σωτηρόπουλος Βασίλειος
8. Μεσσαλάς Δημήτριος

9. Σπηλιωτόπουλος Ιωάννης
10. Νικολούτσος Κων/νος – <i>Επικεφαλής της παράταξης «Μαζί Μπροστά»</i>
11. Ανδριόλας Γεώργιος
12. Σκαρτσιάρης Ανδρέας
13. Χριστόπουλος Χρήστος
14. Γεράνιος Κων/νος
15. Λιασής Δημήτριος – <i>Αντιπρόεδρος Δημοτικού Συμβουλίου</i>
16. Καννής Ευστάθιος – <i>Επικεφαλής της παράταξης «Μπορούμε»</i>
17. Θεοδώρου Νικόλαος
18. Παναγόπουλος Βασίλειος
19. Φραγκαντώνης Παναγιώτης
20. Κωνσταντόπουλος Σπυρίδων
21. Καράμπελας Αντώνιος – <i>Επικεφαλής της παράταξης «Πύργος – Έργο Πολιτών»</i>
22. Παναγόπουλος Ιωάννης
23. Μπέλτσος Διονύσιος
24. Ντοάς Θεόδωρος
25. Κατελούζος Νικόλαος
26. Αργυρόπουλος Ιωάννης του Γεωργίου – <i>Επικεφαλής της παράταξης «Όραμα Δημιουργίας»</i>
27. Αργυρόπουλος Ιωάννης του Παναγιώτη – <i>Γραμματέας Δημοτικού Συμβουλίου</i>
28. Κόρδας Θεόδωρος
29. Αριστειδόπουλος Χαράλαμπος – <i>Επικεφαλής της παράταξης «Δήμος Πύργου – Πρωτεύουσα Ευθύνης»</i>
30. Χριστοπούλου – Πισιμάνη Ασπασία
31. Γιάνναρος Χρήστος – <i>Επικεφαλής της παράταξης «Λαϊκή Συσπείρωση Πύργου»</i>
32. Δημητρόπουλος Ανδρέας – <i>Επικεφαλής της παράταξης «Ελληνική Αυγή για το Πύργο»</i>
33. Μιχαλακόπουλος Χαράλαμπος – <i>Επικεφαλής της παράταξης «Αναγένεσις στον Δήμο Πύργου»</i>

Στη συνεδρίαση για την τήρηση των πρακτικών παρίστατο η υπάλληλος του Δήμου Π. Λιβέρη.

Ακολούθως ο Πρόεδρος έθεσε υπόψη του Δημοτικού Συμβουλίου το 4^ο θέμα της ημερήσιας διάταξης με τίτλο: **Λήψη απόφασης έγκρισης του Σχεδίου Τουριστικής Προβολής του Δήμου Πύργου για το έτος 2020, κατόπιν της υπ' αριθμ. 2/2020 απόφασης της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου..**

Επακολούθησε εκτεταμένη διαλογική συζήτηση (επακριβώς καταγράφεται στα αναλυτικά πρακτικά της συνεδρίασης) κατά την οποία τοποθετήθηκαν οι Επικεφαλής των παρατάξεων, Δημοτικοί Σύμβουλοι και ο Αντιδήμαρχος και Πρόεδρος της Επιτροπής κ. Ι. Παπαδημητρίου ο οποίος παρείχε διευκρινίσεις επί του Σχεδίου Τουριστικής Προβολής του Δήμου Πύργου που εισηγήθηκε η επιτροπή με την 2/2020 απόφασή της..

Ανακεφαλαιώνοντας ο Πρόεδρος ζήτησε από τους Δημοτικούς Συμβούλους ν' αποφασίσουν για: **α.** Έγκριση του σχεδίου τουριστικής προβολής του Δήμου Πύργου, για το έτος 2020, όπως προτάθηκε με την 2/2020 απόφαση της αρμόδιας επιτροπής και **β.** Να συμπληρωθεί στο άμεσο μέλλον το σχέδιο τουριστικής προβολής με προσπάθεια συνεργασίας και σύγκλισης με το Δήμο Αρχαίας Ολυμπίας, τους λοιπούς δήμους της Ηλείας, τους συναρμόδιους φορείς και την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, όπως προέκυψε κατά τη συζήτηση του θέματος.

Το Δημοτικό Συμβούλιο Πύργου

λαμβάνοντας υπόψη του:

- Τις διατάξεις του άρθρου 65 του Ν.3852/2010 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει.
- Τις διατάξεις του άρθρου 30 του Ν.3498/2006 όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 46 του Ν.4276/2014.
- Τις διατάξεις του Ν.4582/2018
- Την υπ' αριθμ.16536/28-12-2018 εγκύκλιο του ΕΟΤ
- Την υπ' αριθμ. 1215/25-01-2019 «Τροποποίηση απόφασης έγκρισης της στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού ετών 2019-2020»
- Την στρατηγική του Υπουργείου Τουρισμού για τη διετία 2019-2020 με Α.Π.667/14-01-2019
- Το υπ' αριθμ. 9217/9-4-2020 έγγραφο του Προέδρου της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου Πύργου κ. Ι. Παπαδημητρίου, με το οποίο διαβιβάζεται η υπ' αριθμ. 2/2020 απόφαση της Επιτροπής
- Το σχέδιο Τουριστικής Προβολής του Δήμου Πύργου, για το έτος 2020, και μετά από διαλογική συζήτηση και τη διεξαγωγή ψηφοφορίας, όπου οι Δημοτικοί Σύμβουλοι κ.κ. Κ. Νικολούτσος, Γ. Ανδριόλας, Α. Σκαρτσιάρης, Χ. Χριστόπουλος, Κ. Γεράνιος και Δ. Λιατσής, δήλωσαν ότι ψηφίζουν θετικά το θέμα με ανοχή καθώς την ίδια μέρα που συστήθηκε, συνέπεσε με την ψήφιση του Σχεδίου τουριστικής προβολής του Δήμου.

αποφασίζει ομόφωνα,

Εγκρίνει: **A.** Το σχέδιο δράσης Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου Πύργου, για το έτος 2020, όπως υποβλήθηκε με την 2/2020 απόφαση της Επιτροπής τουριστικής ανάπτυξης και προβολής του Δήμου, που επισυνάπτεται στην παρούσα απόφαση και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσας απόφασης και

B. Να συμπληρωθεί στο άμεσο μέλλον το σχέδιο τουριστικής προβολής με προσπάθεια συνεργασίας και σύγκλισης με το Δήμο Αρχαίας Ολυμπίας, τους λοιπούς δήμους της Ηλείας, τους συναρμόδιους φορείς και την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας,

- Ο Δημοτικός Σύμβουλος κ. Χ. Γιάνναρος είχε αποχωρήσει από τη συνεδρίαση πριν τη συζήτηση του θέματος.

Η παρούσα απόφαση έλαβε αύξοντα αριθμό 78/2020.

Για το σκοπό αυτό συντάχθηκε το παρόν πρακτικό που υπογράφεται ως ακολούθως:

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

ΤΑ ΜΕΛΗ

Ο ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

Ακριβές Απόσπασμα
Εκ των πρακτικών του Δ.Σ.
Πύργος 27 – 4 – 2020
Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Δ.Σ.

ΕΠΑΜΕΙΝΩΝΔΑΣ ΚΥΡΙΑΖΗΣ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΔΗΜΟΥ ΠΥΡΓΟΥ ΕΤΟΥΣ 2020

1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΠΥΡΓΟΥ



Ο Δήμος Πύργου, ο οποίος σύμφωνα με την απογραφή 2011 έχει μόνιμο πληθυσμό 47.995 κατοίκους, βρίσκεται στη Δυτική Πελοπόννησο, στα Δυτικά του Νομού Ηλείας, κατέχοντας σημαντικό τμήμα της ακτογραμμής των νοτίων και δυτικών περιοχών του Νομού.

Έχει έκταση 459,40 τ.χμ., συνορεύει Βόρεια με τον Δήμο Ήλιδας, νότια με το Δήμο Ανδρίτσαινας – Κρεστένων, ανατολικά με το Δήμο Αρχαίας Ολυμπίας, ενώ δυτικά βρέχεται από το Ιόνιο Πέλαγος.

Ο Δήμος Πύργου χωρίζεται διοικητικά σε τέσσερις (4) Δημοτικές Ενότητες, οι οποίες υποδιαιρούνται σε σαράντα οκτώ (48) Κοινότητες, όπως αναλύονται στη συνέχεια.

1. Δημοτική Ενότητα Βώλακα, που αποτελείται από τις Κοινότητες Επιταλίου, Αγριδίου, Αλφειούσης και Ανεμοχωρίου.
2. Δημοτική Ενότητα Ιάρδανου, που αποτελείται από τις Κοινότητες Αγίων Αποστόλων, Αλποχωρίου, Βουνάργου, Βροχίτσης, Κατσαρού, Κορυφής, Ξυλοκέρας, Πρασίνου και Φωναϊτικών.

3. Δημοτική Ενότητα Πύργου, που αποτελείται από τις Κοινότητες Πύργου, Αγίου Γεωργίου, Αγίου Ηλία, Αγίου Ιωάννη, Αμπελώνος, Βαρβασαίνης, Βυτιναϊκών, Γρανιτσαϊκών, Ελαιώνος, Κατακόλου, Κολιρίου, Κορακοχωρίου, Λασταιϊκών, Λεβεντοχωρίου, Μυρτέας, Παλαιοβαρβασαίνης, Σαλμώνης, Σκαφιδιάς και Σκουροχωρίου και
4. Δημοτική Ενότητα Ωλένης, που αποτελείται από τις Κοινότητες Αγίας Άννης, Αρβανίτη, Γουμέρου, Καράτουλα, Καρυάς, Κλινδιάς, Κουτσοχέρας, Λανθίου, Λατζίου, Μαγούλας, Μουζακίου, Πεύκης, Σοπίου, Χαριάς, Χειμαδιού και Ωλένης.

Έδρα του Δήμου Πύργου ορίζεται το αστικό κέντρο του Πύργου (Κοινότητα Πύργου), καθώς αποτελεί την Πρωτεύουσα του Νομού Ηλείας και συγκεντρώνει τις κεντρικές διοικητικές λειτουργίες που εξυπηρετούν όλους τους κατοίκους της Περιφερειακής Ενότητας Ηλείας.

Η παρουσία του λιμανιού Κατακόλου, του αεροδρομίου Επιταλίου, η σιδηροδρομική γραμμή Κατάκολο – Αρχαία Ολυμπία, το υφιστάμενο οδικό δίκτυο, καθιστούν τον Δήμο Πύργου ικανό τουριστικό κόμβο στην Δυτική Ελλάδα καθώς και ικανό να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στον τομέα των συνδυασμένων μεταφορών για την Πελοπόννησο και την Ελλάδα, γενικότερα.

Ο Δήμος Πύργου κατά βάση αγροτικός Δήμος, διαθέτει πολυποίκιλο γεωφυσικό έδαφος καθώς έχει ορεινό όγκο, μεγάλο ποσοστό επίπεδης με μικρές κλίσεις καλλιεργήσιμης γης, μεγάλο παραλιακό μέτωπο και τους ποταμούς Ερύμανθο, Ενιπέα και Αλφειό. Επίσης διαθέτει πληθώρα αρχαιολογικών στοιχείων, που εκτείνονται από τα βάθη των αιώνων (Αρχαίο Επιτάλιο, Αρχαία Φειά) περνούν στο Βυζάντιο (Ποντικόκαστρο, Ιερές Μονές, Ιεροί ναοί κ.λ.π.) και φθάνουν στη νεότερη ιστορία του τόπου (Θέατρο Απόλλων, Υπνωτήρια ΟΣΕ, Μανωλοπούλειο Νοσοκομείο).

2. Ο ΔΗΜΟΣ ΠΥΡΓΟΥ ΚΑΙ Ο ΕΘΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Οι κατηγορίες των τουριστικών προϊόντων, στην ανάπτυξη των οποίων θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση για τον Δήμο Πύργου, σύμφωνα με την Στρατηγική προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα που εγκρίθηκε από τον ΕΟΤ, είναι οι εξής:

1. Ήλιος και θάλασσα
2. Τουρισμός Πόλεων-City Break
3. Πολιτιστικός τουρισμός,
4. Γαστρονομικός τουρισμός,
5. Συνεδριακός τουρισμός
6. Θαλάσσιος τουρισμός (κρουαζιέρα, yachting)
7. Θρησκευτικός τουρισμός
8. Τουρισμός πολυτελείας
9. Αθλητικός-προπονητικός τουρισμός
10. Περιηγητικός Τουρισμός
11. Τουρισμός Υπαίθρου

Ο Δήμος Πύργου σύμφωνα με το Εθνικό Ειδικό Πλαίσιο χωροταξικού Σχεδιασμού για τον Τουρισμό (ΦΕΚ3155/Β/12-12-2013) ανήκει στην κατηγορία Α2 δηλαδή στις περιοχές, οι οποίες έχουν αποκτήσει ή εμφανίζουν σταδιακά σημαντική δυναμική τουριστικής ανάπτυξης και προορίζονται κατά προτεραιότητα έναντι των άλλων τουριστικών δραστηριοτήτων για ολοκληρωμένες και οργανωμένες τουριστικές παρεμβάσεις με αναπτυξιακό χαρακτήρα.

Ειδικότερα χαρακτηριστικά:

- Απουσία της ισχυρής τουριστικής ταυτότητας των περιοχών της κατηγορίας Α1 παρά την αξιολογη, κατά περίπτωση, ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων.
- Συγκέντρωση ιδιαίτερων φυσικών και πολιτισμικών χαρακτηριστικών με παράλληλη περιορισμένη αξιοποίηση δυνητικά αξιόλογων τουριστικών πόρων.
- Δυνατότητα ενίσχυσης, διαφοροποίησης και εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος σε σύγκριση με τις ήδη αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές.
- Ύπαρξη ή προγραμματιζόμενη ανάπτυξη αποδεκτού επιπέδου υποδομών και εγκαταστάσεων.

3. ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΗΜΟΥ ΠΥΡΓΟΥ

3.1 ΣΚΟΠΟΣ

Σκοπός του παρόντος είναι: α) η εξειδίκευση και συμπλήρωση των βασικών κατευθύνσεων προτεραιοτήτων και επιλογών στον κλάδο του Τουρισμού, β) η παροχή των αναγκαίων κατευθύνσεων για την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης, στο πλαίσιο της αειφόρου, ισόρροπης, συνεκτικής και ολοκληρωμένης διαχείρισης γ) η προσαρμογή στις νέες προκλήσεις και πολιτικές για την βελτίωση του κλάδου του τουρισμού και της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος και δ) η προσέλκυση σημαντικών τουριστικών επενδύσεων που να σχετίζονται με τον τουρισμό.

3.2. ΣΤΟΧΟΙ

α) Η προώθηση της αειφόρου και ισόρροπης ανάπτυξης του τουρισμού στα όρια του Δήμου Πύργου, σύμφωνα με τις φυσικές, πολιτιστικές, οικονομικές και κοινωνικές ιδιαιτερότητες, με ιδιαίτερη έμφαση στην προστασία, ανάδειξη και αποκατάσταση του περιβάλλοντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τοπίου.

β) Η μετάβαση από ένα μαζικό, αδιαφοροποίητο και μονοθεματικό τουρισμό σε έναν ποιοτικό, διαφοροποιημένο και πολυθεματικό τουρισμό, οικονομικά αποδοτικότερο, που απευθύνεται σε κοινό με υψηλότερες απαιτήσεις, που δεν αρκείται στο καθιερωμένο τουριστικό πρότυπο «ήλιος-θάλασσα».

γ) Η άμβλυνση της εποχικότητας του τουρισμού και η αύξηση της μέσης κατά κεφαλή δαπάνης μέσω της προώθησης τουριστικών καταλυμάτων, υπηρεσιών και υποδομών, της διείσδυσης διεθνών αλυσίδων και της προώθησης σύγχρονων τουριστικών προϊόντων, όπως τα σύνθετα τουριστικά καταλύματα και οι οργανωμένοι υποδοχείς τουριστικών δραστηριοτήτων.

δ) Η ανάδειξη των ευκαιριών ανάπτυξης τουρισμού με την αξιοποίηση ειδικών – εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

ε) Η αξιοποίηση των ιδιαίτερων στοιχείων των τοπικών φυσικών και πολιτισμικών πόρων στην κατεύθυνση διαφοροποίησης του τοπικού τουριστικού προϊόντος και επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

ζ) Η δημιουργία δικτύων φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, που θα αναδεικνύουν και αξιοποιούν το σύνολο των ιστορικών και πολιτιστικών πόρων (αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικοί τόποι, παραδοσιακοί οικισμοί, παραδοσιακά ήθη και έθιμα) και θα συνδέονται με τη σύγχρονη κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική

δραστηριότητα με έμφαση στην προώθηση τοπικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών.

ε) Η διεύρυνση του φάσματος των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών λαμβάνοντας υπόψη τις φυσικές, πολιτιστικές, οικονομικές και κοινωνικές ιδιαιτερότητες της περιοχής.

3.3 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΠΥΡΓΟΥ

Η στρατηγικές κατευθύνσεις στην ανάπτυξη του Τουρισμού για τον Δήμο Πύργου θα πρέπει να περιλαμβάνουν:

- α) Την ανάδειξη των στοιχείων ταυτότητας και αναγνωριστικότητας του Δήμου
- β) Την αξιοποίηση των τοπικών πόρων που παρουσιάζουν ενδιαφέρον όπως αγροτουρισμός, περιηγητικός, πεζοπορικός, πολιτιστικός τουρισμός
- γ) Την προστασία, αποκατάσταση και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος με την αναγνώριση και συνδυασμένη προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του Δήμου.
- δ) Την ανάληψη δράσεων αναβάθμισης του δομημένου χώρου με πολεοδομικές παρεμβάσεις όπως αναπλάσεις κοινοχρήστων χώρων με αύξηση των ελευθέρων χώρων και των χώρων πρασίνου και παροχή κινήτρων για αναπλάσεις ιδιωτικών χώρων
- ε) Την αναβάθμιση υφιστάμενων τεχνικών, κοινωνικών, περιβαλλοντικών, και πολιτιστικών υποδομών και ίσως και η κατασκευή νέων
- στ) Την επανάχρηση αξιόλογων κτιρίων
- ζ) Την βελτίωση της προσβασιμότητας των δυσπρόσιτων τουριστικών πόρων

Ο Δήμος Πύργου εκτός από την ενίσχυση του βασικού τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας «ήλιος και θάλασσα» το οποίο και θα πρέπει να ενισχύσει και θα πρέπει να διαφυλάξει αξιοποιώντας και αναδεικνύοντας τις παραλίες του, θα πρέπει να στραφεί και σε άλλα είδη τουρισμού προσελκύνοντας διαφορετικά είδη τουριστών και επισκεπτών, αποσκοπώντας στην προσέλκυσή αυτών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο τους θερινούς μήνες, όπως:

- Αξιοποιώντας τους Αρχαιολογικούς χώρους, τα μνημεία και τους ιστορικούς τόπους και τα ιστορικά κτήρια της περιοχής, αναδεικνύοντας τα και

εξασφαλίζοντας την προσβασιμότητα, την επισκεψιμότητα τους, μεριμνώντας για την συνολική διαχείριση του τοπίου, ώστε να αναδεικνύεται η άρρηκτη σχέση των αρχαιολογικών χώρων και μνημείων με το ευρύτερο περιβάλλον τους.

- Αξιοποιώντας τις περιοχές με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος όπως το φαράγγι του Γουμέρου ή την περιοχή του Αγίου Ανδρέα , που αποτελούν φυσικό πλούτο της περιοχής με την διασύνδεση τους με την τοπική οικονομική δραστηριότητα και με έμφαση στην παραγωγή ποιοτικών τοπικών προϊόντων (οινοποιεία της περιοχής). Δημιουργώντας ή αναδεικνύοντας μονοπάτια μπορεί να δοθεί έμφαση στη φυσιολατρευτική διάσταση
- Αξιοποιώντας είτε το θεματικό πάρκο «ΕΥΣΤΡΗ», είτε τις κλειστές αθλητικές εγκαταστάσεις του, είτε με επανάχρηση του κτηριακού του αποθέματος, να στραφεί στον συνεδριακό – εκθεσιακό τουρισμό. Σε αυτό το σημείο θα μπορούσε να εξετασθεί και η συνεργασία με το Πανεπιστημιακό ίδρυμα της περιοχής ή η συνεργασία με ιδιωτική πρωτοβουλία.
- Είναι δυνατόν, συνδυαστικά με την ιστορικότητα του τόπου και την ανάδειξη αυτής, την αξιοποίηση του «φεστιβάλ» «portfestival» που οργανώνεται κάθε χρόνο στην Κοινότητα Κατακόλου, του «camerazizanió» και την δημιουργία ή αναβίωση άλλων θεματικών ή πολιτιστικών εκδηλώσεων (ανθεστήρια, καρναβάλι) η πόλη του Πύργου να γίνει αυτόνομος προορισμός σύντομης διάρκειας (citybreak).
- Η βελτίωση και ο εκσυγχρονισμός των υφιστάμενων εγκαταστάσεων και η δημιουργία πύλης εισόδου επιβατών κρουαζιέρας (home port), θα συμβάλλει στην ανάδειξη της περιοχής ως σταθμός κρουαζιέρας και σε πολυθεματικό προορισμό μέσω διασύνδεσής του με τα θεματικά δίκτυα της ευρύτερης περιοχής (πολιτιστικά, θρησκευτικά, φυσιολατρικά κ.ά.). Επίσης η δημιουργία εγκαταστάσεων εξυπηρέτησης επιβατών κρουαζιέρας (ports of call) και η εξασφάλιση πρόσβασης (βελτίωση συγκοινωνιών, διεύρυνση ωραρίου λειτουργίας μουσείων, αρχαιολογικών χώρων κ.λπ.) των επιβατών κρουαζιέρας στους τουριστικούς πόρους της ευρύτερης περιοχής θα μπορούσαν να αυξήσουν τις αφίξεις της κρουαζιέρας στο Κατάκολο.
- Η έλλειψη στην Δυτική Ελλάδα τουριστικών λιμένων (μαρίνες, αγκυροβόλια, καταφύγια) και η ανάγκη πύκνωσης αυτών, σύμφωνα με το Εθνικό

Χωροταξικό, καθιστά δελεαστική την δημιουργία και την λειτουργία, μετά τον εκσυγχρονισμό και την βελτίωση των εγκαταστάσεων και την παροχή επαρκών υπηρεσιών, της μαρίνας Κατακόλου και του αλιευτικού καταφυγίου Σκαφιδιάς.

- Η ύπαρξη ενάλιων αρχαιοτήτων λόγω της Αρχαίας Φειάς στην περιοχή του Αγίου Ανδρέα και στην ευρύτερη περιοχή του Κατακόλου θα μπορούσε να τεθεί ως πρόταση και να εξεταστεί η δημιουργία και η ανάπτυξη ενός υποθαλάσσιου μουσείου – καταδυτικού πάρκου, σε συνεργασία με τις αρμόδιες Υπηρεσίες, με στόχο την ανάπτυξη τουρισμού καταδύσεων, δεδομένου ότι στην περιοχή δεν υφίσταται τέτοιου είδους δράση.
- Αξιοποιώντας τις αθλητικές εγκαταστάσεις του Δήμου και σε συνεργασία με τους αθλητικούς φορείς της περιοχής θα μπορούσαν να γίνονται δράσεις (όπως διοργάνωση αγώνων, διοργάνωση αθλητικών συναντήσεων κ.λ.π.) με σκοπό και την τουριστική δραστηριότητα.
- Αξιοποιώντας και αναδεικνύοντας τις Ιερές Μονές και τους Ιερούς Ναούς της περιοχής ο Δήμος έχει την δυνατότητα να αποκτήσει και αναγνωρισιμότητα και στον θρησκευτικό τουρισμό

Συμπερασματικά ο Δήμος Πύργου, σε συνεργασία και με την ιδιωτική πρωτοβουλία, έχει την ικανότητα να προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες θεματικού τουρισμού 365 ημέρες το χρόνο, ενισχύοντας ταυτόχρονα το παραδοσιακό μοντέλο «ήλιος – θάλασσα» και μπορεί να προσελκύσει όλων των ηλικιών άτομα με διαφορετικά ενδιαφέροντα.

4. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΠΥΡΓΟΥ.

Ανωτέρω αναφέρθηκαν κάποια από τα στοιχεία που αποτελούν το τουριστικό προφίλ του Δήμου Πύργου, τόσο τα θετικά όσο και τα αρνητικά στοιχεία αυτού, τα οποία επηρεάζουν και διαμορφώνουν την εικόνα του Δήμου Πύργου, σήμερα.

Περαιτέρω θα αναλυθούν τα οικονομικά στοιχεία του Τουρισμού στον Δήμο Πύργου, στοιχεία τα οποία μας δίνει η ΕΛΣΤΑΤ, η INSETE και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας.

Για την κρουαζιέρα έχουμε τα εξής στοιχεία:

Κίνηση Κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι του Κατάκολου

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Κρουαζιερόπλοια	307	251	242	274	271	221
% μεταβολή		-18,2%	-3,6%	13,2%	-1,1%	-18,5%
Επιβάτες	763.966	584.879	459.882	505.111	567.047	468.046
% μεταβολή		-23,4%	-21,4%	9,8%	12,3%	-17,5%

Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος - Επεξεργασία INSETE Intelligence

δηλαδή το έτος 2018 διαπιστώνεται μια μείωση της τάξης **18,5%** των αφίξεων στο λιμάνι Κατακόλου, σε σχέση με το έτος 2017.

Για τα καταλύματα που υπάρχουν στα όρια του Δήμου, σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (<https://www.grhotels.gr/>) και αφορούν τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον Τουρισμό, διαπιστώνουμε ότι υπάρχουν 17 επιχειρήσεις σε τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία κάθε κατηγορίας), τα οποία συγκεντρώνουν περίπου **1156** δωμάτια και μπορούν να φιλοξενήσουν μέχρι **2293** άτομα (2293κλίνες). Στοιχεία για την πληρότητα των ανωτέρω καταλυμάτων, την διανυκτέρευση, την εθνικότητα των επισκεπτών, δεν βρέθηκαν για τον Δήμο Πύργου, παρά μόνον για την Περιφερειακή Ενότητα Ηλείας. Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας και κυρίως της Περιφερειακής Ενότητας Ηλείας παρουσιάζεται ως εξής:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ							
Ξενοδοχειακό δυναμικό 2018							
Περιφερειακή Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Αιτωλοακαρνανία	Μονάδες	0	7	36	24	11	78
	Δωμάτια	0	196	1.057	521	127	1.901
	Κλίνες	0	388	2.010	974	247	3.619
Αχαΐα	Μονάδες	0	23	40	40	5	108
	Δωμάτια	0	1.392	1.248	1.014	59	3.713
	Κλίνες	0	2.691	2.385	1.936	106	7.118
Ηλεία	Μονάδες	4	14	25	37	7	87
	Δωμάτια	1.461	842	695	1.021	87	4.106
	Κλίνες	3.127	1.672	1.298	1.960	179	8.236
Σύνολο	Μονάδες	4	44	101	101	23	273
	Δωμάτια	1.461	2.430	3.000	2.556	273	9.720
	Κλίνες	3.127	4.751	5.693	4.870	532	18.973

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Σύμφωνα με τον ανωτέρω πίνακα στον Δήμο Πύργου υπάρχει το 28,15% των δωματίων της Περιφερειακής Ενότητας και το 27,84% των κλινών της.

Τα στοιχεία των αφίξεων στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ: στοιχεία αφίξεων, διανυκτερεύσεων και πληρότητας σε ξενοδοχειακά καταλύματα, 2010-2018										
Περιφερειακές Ενότητες		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Αιτωλοακαρνανία	Αφίξεις αλλοδαπών	10.765	10.660	9.200	12.048	13.904	19.759	21.121	23.220	18.230
	Αφίξεις ημεδαπών	124.829	114.180	93.884	102.742	101.835	106.595	101.070	100.535	90.283
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	43.242	39.162	35.136	43.466	58.596	101.579	125.858	131.181	83.581
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	256.142	251.649	213.602	220.046	219.739	228.698	215.056	207.622	192.247
	Πληρότητα	30,9%	29,9%	25,6%	27,1%	28,3%	30,8%	32,8%	32,4%	28,5%
Αχαΐα	Αφίξεις αλλοδαπών	51.937	45.230	34.248	40.312	45.937	42.521	47.125	56.698	70.119
	Αφίξεις ημεδαπών	218.431	200.270	171.511	177.092	179.744	182.785	199.057	210.834	202.934
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	199.341	185.363	105.601	168.567	187.210	141.074	180.743	213.552	268.494
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	483.236	442.971	389.306	377.573	401.572	427.432	462.203	472.774	421.003
	Πληρότητα	36,8%	32,9%	25,8%	28,1%	30,5%	29,4%	33,0%	35,0%	35,3%
Ηλεία	Αφίξεις αλλοδαπών	190.588	199.044	148.023	162.869	128.360	198.376	128.474	151.639	190.385
	Αφίξεις ημεδαπών	126.918	106.441	111.016	95.511	85.386	95.732	91.785	90.557	79.337
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	401.031	459.991	367.384	419.926	504.800	624.423	587.458	647.603	684.004
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	280.988	237.412	265.378	227.803	209.003	217.030	236.460	230.180	208.593
	Πληρότητα	36,6%	34,8%	30,3%	30,8%	34,3%	38,5%	38,2%	39,4%	39,9%
Σύνολο	Αφίξεις αλλοδαπών	253.290	254.934	191.471	215.229	188.201	260.656	196.720	231.557	278.734
	Αφίξεις ημεδαπών	470.178	420.891	376.411	375.345	366.965	385.112	391.912	401.926	372.554
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	643.614	684.516	508.121	631.959	750.606	867.076	894.059	992.336	1.036.079
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	1.020.366	932.032	868.286	825.422	830.314	873.160	913.719	910.576	821.843
	Πληρότητα	35,5%	33,1%	27,7%	29,1%	31,7%	33,5%	35,1%	36,4%	36,0%

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence, Τα στοιχεία προκύπτουν από μέρος των συνολικά διαθέσιμων κλινών - δεν γίνεται εκτίμηση και προβολή των αποτελεσμάτων στο 100% των μονάδων αναφοράς λόγω έλλειψης της πληροφορίας των μηνών λειτουργίας του κάθε καταλύματος μέσα στο έτος.

Η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφερειακή Ενότητα Ηλείας, αγγίζει το 39,9%, παρουσιάζει μια μικρή αύξηση σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια ύψους 0,5% πλην όμως όπως προκύπτει από τα στοιχεία υπάρχει μεγάλο

περιθώριο για περαιτέρω αύξηση τόσο των ημεδαπών όσο και των αλλοδαπών επισκεπτών.

Τα βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας τα τελευταία δύο έτη είναι:

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας 2018							
Περιφέρειες	Χώρες Προέλευσης	Επισκέψεις (σε χιλ.)	Εισπράξεις (σε εκ. €)	Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.)	Δαπάνη/Επίσκεψη (σε €)	Δαπάνη/Διανυκτέρευση (σε €)	Μέση Διάρκεια Παραμονής
Δυτική Ελλάδα	Αλβανία Ην.	138,7	29,0	222,9	209,2	130,1	1,6
	Βασίλειο	42,6	13,5	180,6	317,6	74,9	4,2
	Γερμανία	71,3	26,0	466,5	365,1	55,8	6,5
	Γαλλία	44,2	13,5	262,9	304,7	51,2	6,0
	Λουιές	402,5	129,8	2.050,7	322,4	63,3	5,1
	Σύνολο	699,2	211,8	3.183,5	302,9	66,5	4,6
	% επί του συνόλου	2,0%	1,4%	1,4%			

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ, Επεξεργασία INSETE Intelligence

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας 2017							
Περιφέρειες	Χώρες Προέλευσης	Επισκέψεις (σε χιλ.)	Εισπράξεις (σε εκ. €)	Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.)	Δαπάνη/Επίσκεψη (σε €)	Δαπάνη/Διανυκτέρευση (σε €)	Μέση Διάρκεια Παραμονής
Δυτική Ελλάδα	Αλβανία Ην.	131,3	18,8	183,3	142,9	102,3	1,4
	Βασίλειο	49,7	20,0	290,5	402,5	68,8	5,8
	Γερμανία	46,5	15,0	320,3	323,6	47,0	6,9
	Γαλλία	34,7	14,7	213,7	424,8	69,0	6,2
	Λουιές	301,3	90,3	1.810,8	299,7	49,9	6,0
	Σύνολο	563,5	158,8	2.818,6	281,9	56,4	5,0
	% επί του συνόλου	1,8%	1,1%	1,3%			

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ, Επεξεργασία INSETE Intelligence

Η επισκεψιμότητα στους αρχαιολογικούς χώρους της Περιφερειακής Ενότητας Ηλείας παρουσιάζεται στον κάτωθι πίνακα:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ: Επισκέπτες σε Μουσεία / Αρχαιολογικούς χώρους 2010-2018

Περιφερειακές Ενότητες		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Αιτωλοακαρνανία	Μουσεία	0	0	1.354	4.705	4.033	2.731	6.446	7.550	6.084
	Αρχαιολογικοί χώροι	0	0	742	3.763	4.492	3.812	14.150	20.210	21.898
Αχαΐα	Μουσεία	14.152	3.054	11.379	19.524	17.141	19.569	21.461	26.478	27.280
	Αρχαιολογικοί χώροι	0	0	1.220	2.177	4.907	5.320	4.322	6.218	7.425
Ηλεία	Μουσεία	46.666	63.719	83.943	123.046	152.626	152.353	141.445	165.687	181.350
	Αρχαιολογικοί χώροι	419.989	465.964	451.496	498.657	504.954	477.236	463.778	523.118	528.144
Σύνολο	Μουσεία	60.818	66.773	96.676	147.275	173.800	174.653	169.352	199.715	214.714
	Αρχαιολογικοί χώροι	419.989	465.964	453.458	504.597	514.353	486.368	482.250	549.546	557.467
Πηγή:ΕΛ.ΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence										

Δεδομένου ότι την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παρουσιάζει ο αρχαιολογικός χώρος και το μουσείο Αρχαίας Ολυμπίας, το οποίο ανήκει στον όμορο σε εμάς Δήμο, στο Δήμο Αρχαίας Ολυμπίας, και δεδομένου ότι οι επισκέπτες περνούν από τον Δήμο Πύργου θα πρέπει να δοθεί το ερέθισμα και τα κίνητρα για αύξηση των διανυκτερεύσεων εντός του Δήμου Πύργου με αύξηση των επισκέψεων στα αξιοθέατα του Δήμου.

Τέλος από τα κάτωθι στοιχεία ως προς την απασχόληση σε σχέση με τον τουρισμό στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, διαπιστώνεται μία πολύ μικρή αύξηση της ενασχόλησης του πληθυσμού της Περιφέρειας με τον τουρισμό.

Η απασχόληση στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας 2010 -2018 (σε χιλ.)										
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Τουρισμός	16,2	15,3	14,0	14,9	15,9	19,8	16,8	18,3	20,4	
Λοιποί κλάδοι	246,1	223,6	197,7	187,8	185,0	186,4	188,6	198,5	197,7	
Σύνολο απασχόλησης	262,3	238,9	211,7	202,7	200,9	206,2	205,4	216,8	218,2	
Σύνολο Χώρας	4.389,8	4.054,3	3.695,0	3.513,2	3.536,2	3.610,7	3.673,6	3.752,7	3.828,0	
% Τουρισμού επί του συνόλου Περιφέρειας	6,2%	6,4%	6,6%	7,3%	7,9%	9,6%	8,2%	8,5%	9,4%	
% Λοιπών κλάδων επί του συνόλου Περιφέρειας	93,8%	93,6%	93,4%	92,7%	92,1%	90,4%	91,8%	91,5%	90,6%	

Πηγή: Έρευνα Εργατικού Δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

- 1) Η Έρευνα Εργατικού Δυναμικού είναι δειγματοληπτική και διεξάγεται από την ΕΛΣΤΑΤ
- 2) Ως απασχολούμενοι ορίζονται τα άτομα ηλικίας 15 ετών και άνω, τα οποία την εβδομάδα αναφοράς είτε εργάστηκαν έστω και μια ώρα με σκοπό την αμοιβή ή το κέρδος, είτε εργάστηκαν στην οικογενειακή επιχείρηση, είτε δεν εργάστηκαν αλλά είχαν μια εργασία ή επιχείρηση από την οποία απουσίαζαν προσωρινά.
- 3) Ως απασχολούμενοι στον τουρισμό νοούνται οι εργαζόμενοι στην κατηγορία «Δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης». Αν και μέρος της δραστηριότητας της εστίασης δεν αφορά στον τουρισμό, η εποχικότητα που παρουσιάζουν τα στοιχεία απασχόλησης σε αυτήν ταυτίζεται με την εποχικότητα του Ελληνικού τουρισμού και ως εκ τούτου θεωρούμε τη δραστηριότητα αυτή ως κλάδο του τουρισμού. Επίσης, σημειώνουμε ότι υπάρχουν άλλες τουριστικές δραστηριότητες (πχ μεταφορές, ταξιδιωτικά γραφεία) που περιλαμβάνονται σε άλλες κατηγορίες και δεν καταγράφονται στα στοιχεία της παρούσας έρευνας.

Το συμπέρασμα που προκύπτει, από τα ανωτέρω είναι ότι τα περιθώρια αύξησης του τουρισμού στην περιοχή μας είναι μεγάλα. Με συντονισμένες δράσεις από πλευράς του Δήμου και της Περιφερειακής Ενότητας Ηλείας, θα μπορούσαν να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του τουρισμού, δίνοντας έτσι κίνητρα στην ιδιωτική πρωτοβουλία να επενδύσει σε αυτό τον Τομέα, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας στην περιοχή.

5. ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2020

Α. ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Στόχος του Προγράμματος για το 2020 είναι η οργάνωση και ο σχεδιασμός της προβολής και καθιέρωσης του Δήμου Πύργου ως τουριστικός προορισμός.

Στρατηγικός στόχος του προγράμματος είναι η καθιέρωση του Δήμου Πύργου στον τουριστικό χάρτη και η ανάδειξη του ως βασικό προορισμό επίσκεψης και όχι ως συμπληρωματικό, δευτερεύοντα ή τριτεύοντα προορισμό.

Μέσω των δράσεων αυτών στοχεύουμε στην αύξηση της επισκεψιμότητας ημερήσιων εκδρομών με την παράλληλη επέκταση της χρονικής παραμονής των επισκεπτών αλλά και η σταδιακή αύξηση των διανυκτερεύσεων.

Επιπλέον, η δημιουργία και καλλιέργεια τουριστικής συνείδησης στην τοπική κοινωνία αποτελεί μεγάλης σημασίας στρατηγικό στόχο του παρόντος προγράμματος.

Για την σύνταξη του παρόντος σχεδίου ελήφθησαν υπόψη:

- Ο Ν. 3498/06, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει
- Η Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού ετών 2019-2020.
- Η υπ. αριθμ. 16536/28-12-2018 εγκύκλιος του ΕΟΤ «Διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων»

- Η Αριθμ. 67659/9-12-2013(ΦΕΚ 3155 Β/12-12-2013) Απόφαση της ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ «Έγκριση τροποποίησης Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και της Στρατηγικής Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων αυτού».
- Η Αριθμ. 65657/12-12-2013 (ΦΕΚ 3156 Β/12-12-2013) Απόφαση της ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ «Έγκριση πορισμάτων της έκθεσης αξιολόγησης της εφαρμογής του Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό»
- Η μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας που συντάχθηκε από τον ΕΟΤ τον Αύγουστο του 2003
- Η υπ. αριθμ. 150/11-09-2018 απόφαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Δυτικής Ελλάδας με θέμα «Έγκριση Στρατηγικού Σχεδίου Δράσεων Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας 2019-2021»

Ο σχεδιασμός του Προγράμματος είναι σύμφωνος με τις προβλέψεις του άρθρου 30 του Ν. 3498/06, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει και τις κατευθύνσεις της υπ' αριθμ. 14840/25.10.2012 εγκυκλίου του Υπουργείου Τουρισμού, καθώς και του υπ' αριθμ.16536/28-12- 2018 εγγράφου του ΕΟΤ.

Β. ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Οι βασικοί άξονες του προγράμματος έχουν να κάνουν με την οργάνωση, ανάδειξη και προβολή των τουριστικών πόρων που υπάρχουν στον Δήμο Πύργου και η διαμόρφωση τους, έτσι ώστε να αποτελούν είτε ένα ενιαίο τουριστικό προϊόν ή επιμέρους προϊόντα που θα απευθύνονται σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς αλλά και η ευαισθητοποίηση, η ενεργοποίηση και η οργάνωση της τοπικής κοινωνίας για την επίτευξη των παραπάνω στόχων.

Όλα τα παραπάνω, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, συντελούν στη δημιουργία και καθιέρωση της εικόνας του προορισμού ως βασικό τουριστικό προορισμό.

B.1. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Τα Τμήματα της αγοράς που στοχεύουμε είναι τα εξής:

- **Τουρίστες από όμορους Νομούς καθώς και από την υπόλοιπη Ελλάδα που επισκέπτονται την Αρχαία Ολυμπία**

Ιδιώτες ατομικά: Σκοπός μας είναι να προτρέψουμε αυτούς που επισκέπτονται την περιοχή μας ατομικά να ξοδέψουν χρόνο στην πόλη του Πύργου πριν επιστρέψουν στις βάσεις τους.

Τουριστικά Πρακτορεία: Δημιουργία εκδρομών Αρχαία Ολυμπία – Πύργος – Κατάκολο και η προώθηση της από τα κατά τόπους τουριστικά πρακτορεία.

- **Μαθητικές εκδρομές.**

Αποστολή προτεινόμενων μονοήμερων (διήμερων κ.τ.λ.) εκδρομών στον Πύργο (με συνεχή εμπλουτισμό και επικαιροποίηση) συνοδευόμενες από το 24 φυλλάδιο (σε ηλεκτρονική μορφή) τόσο σε εξειδικευμένα τουριστικά πρακτορεία σε όλη την Ελλάδα όσο και σε όλες τις Πρωτοβάθμιες και Δευτεροβάθμιες Διευθύνσεις Εκπαίδευσης σε όλη την Ελλάδα.

Χρήση του διαδικτύου στοχευόμενα στις ηλικίες αυτές με σκοπό τη γνωριμία με τον τόπο με απώτερο σκοπό τη δημιουργία ανάγκης για επίσκεψη σε αυτόν.

- **Επισκέπτες πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος**

Στόχος μας είναι η καλύτερη οργάνωση και ανάδειξη των ιστορικών και πολιτιστικών μνημείων μας και η απρόσκοπτη επισκεψιμότητα τους

Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους και πλέον αναπτυσσόμενους πυλώνες στην Ελλάδα, και για τον λόγο αυτόν θα πρέπει να γίνει προσπάθεια αξιοποίησης και ανάδειξης των παραπάνω θρησκευτικών πόρων στο μέγιστο δυνατό βαθμό.

- **Συνέδρια και επαγγελματικές εκδηλώσεις**

Διοργάνωση συνεδρίων, κλαδικών ή επιστημονικών.

- **Επισκέπτες εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

- Η Δημιουργία και ανάδειξη δικτύων μονοπατιών πεζοπορίας και ποδηλασίας, η σηματοδότηση, η ενημέρωση, ο καθαρισμός τους και η χαρτογράφηση τους (GIS), αποτελεί μία από τις βασικές προτεραιότητές μας. Προς αυτήν την κατεύθυνση απαιτείται επίσης η δημιουργία πλήρους ενημερωμένου έντυπου

και ηλεκτρονικού οδηγού και η ανάρτηση του στον ισότοπο μας αλλά και σε άλλα εξειδικευμένα ηλεκτρονικά portals, φιλικού προς κινητά και tablets. Η προώθηση των διαδρομών και δραστηριοτήτων αυτών σε εξειδικευμένα τουριστικά πρακτορεία και εκθέσεις.

- **Επισκέπτες Κρουαζιέρας**

Οι επισκέπτες κατά κύριο λόγο επισκέπτονται την Αρχαία Ολυμπία. Στην Πόλη του Πύργου και στο Κατάκολο η επίσκεψη διαρκεί ελάχιστες ώρες ή καθόλου.

Ο Πύργος, το Κατάκολο και οι γύρω περιοχές, θα πρέπει να μπορούν να ωφεληθούν από τον τουρισμό της κρουαζιέρας δεδομένου ότι μια τουριστική πόλη μπορεί να ωφεληθεί περισσότερο από τον τουρισμό της κρουαζιέρας απ' ό τι με την υπόλοιπη τουριστική κίνηση. Οι επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων βγαίνουν έξω από το πλοίο κάνοντας την βόλτα τους στην πόλη που έχουν επισκεφτεί και απολαμβάνουν τον καφέ και το φαγητό τους σε εστιατόρια και καφετέριες της περιοχής. Πολλοί απ' αυτούς πραγματοποιούν και διάφορες αγορές κυρίως αναμνηστικών ειδών με αποτέλεσμα να δημιουργούνται έσοδα στις τοπικές επιχειρήσεις. Αυτό δε συμβαίνει στα allinclusive πακέτα διακοπών, στα οποία οι τουρίστες βρίσκονται συνήθως συνεχώς μέσα στα ξενοδοχεία χωρίς να ωφελούν οικονομικά τις επιχειρήσεις της περιοχής.

Οι τουρίστες των κρουαζιερόπλοιων είναι «ημερήσιοι» επισκέπτες και δεν διανυκτερεύουν στη περιοχή αλλά αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς. Ο λόγος είναι ότι ξοδεύουν χρήματα στις επισκέψεις τους και δημιουργούν έσοδα στις τοπικές επιχειρήσεις. Ένα ακόμα όφελος που προκύπτει από την κρουαζιέρα είναι η διαφήμιση που γίνεται από τους τουρίστες για τον συγκεκριμένο προορισμό. Οι επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων συζητάνε τις εντυπώσεις τους με άλλους ενδιαφερόμενους, μοιράζονται τις εμπειρίες τους και δημιουργούνται έτσι νέες συστάσεις. Κάθε ικανοποιημένος επισκέπτης προτείνει τον συγκεκριμένο προορισμό για μια κρουαζιέρα και στους υπόλοιπους γύρω από το κοινωνικό του περιβάλλον.

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα που έχει η αγορά της κρουαζιέρας σε σχέση με την υπόλοιπη τουριστική αγορά που βασίζεται στις παραλίες, είναι η δυνατότητα επέκτασης της σε 12μηνη διάρκεια. Βασικό της χαρακτηριστικό είναι ότι δεν συνδέεται απαραίτητα με επισκέψεις σε παραλίες και με καλοκαιρινές δραστηριότητες. Αφορά κυρίως επισκέψεις σε τουριστικές πόλεις μετά από στάσεις που πραγματοποιούν στα λιμάνια τους τα κρουαζιερόπλοια. Οι διαδρομές των πλοίων αυτών μπορούν να πραγματοποιηθούν σε οποιαδήποτε εποχή του χρόνου. Με σωστή εκμετάλλευση και αποτελεσματική αξιοποίηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης που υπάρχουν, η κρουαζιέρα μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην άρση της εποχικότητας του τουριστικού προϊόντος.

Ο τουρισμός κρουαζιέρας δίνει μια σημαντική ευκαιρία επέκτασης του τουριστικού προϊόντος και μπορεί να συμβάλει θετικά στην ανάπτυξη της οικονομίας μέσω του τουρισμού.

Για να το επιτύχουμε αυτό θα πρέπει να γίνουν οργανωμένες προσπάθειες προβολής του Λιμανιού του Κατακόλου. Η προβολή μπορεί να γίνει σε όλους τους τουριστικούς οδηγούς αλλά και στα ηλεκτρονικά μέσα τα οποία χρησιμοποιεί ο κόσμος για να επιλέξει προορισμούς για τις διακοπές του. Με τη βοήθεια των σύγχρονων ηλεκτρονικών εφαρμογών μπορεί ο κάθε εν δυνάμει επισκέπτης να έρθει σε μια πρώτη επαφή με τους προορισμούς και να επιλέξει έτσι μια διαδρομή κρουαζιέρας σύμφωνα με τις προτιμήσεις του. Οικονομικές προσφορές εκδρομών από τουριστικά πρακτορεία και από εταιρείες που διοργανώνουν κρουαζιέρες σε συνδυασμό με όλα τα παραπάνω μπορούν να βοηθήσουν στην επιτάχυνση της ανάπτυξης της δραστηριότητας της κρουαζιέρας στην περιοχή μας. Αυτό αναμένεται να δώσει μια σημαντική αναπτυξιακή ώθηση στην οικονομία μέσω της βιομηχανίας του τουρισμού η οποία αποτελεί βασικό πυλώνα ανάπτυξης για τη χώρα.

- **Επισκέπτες από τους γύρω Νομούς.**

Η καθιέρωση του Δήμου στις συνειδήσεις των γειτόνων μας ως μιας πρώτης τάξεως ευκαιρία-προορισμό για ημερήσιες εξορμήσεις δεν πρέπει να μας αφήνει αδιάφορους. Η ανάδειξη της πόλης ως προορισμό γαστρονομίας, πολιτιστικών και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων θα προσελκύσει πλήθος επισκεπτών από τις γειτονικές πόλεις.

Β.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ-ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΔΗΜΟΥ ΠΥΡΓΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΝΕΡΓΕΙΩΝ

- Δημοσιεύσεις στον τοπικό τύπο μιας σειράς από αφιερώματα με αξιοθέατα του Δήμου για την καλύτερη πληροφόρηση της τοπικής κοινωνίας.
- Συνεργασία με τοπικές επιχειρήσεις, φορείς και ενεργούς πολίτες για την διοργάνωση ξεναγήσεων και περιηγήσεων απευθυνόμενες στην τοπική κοινωνία.
- Προσέλκυση όλο και περισσότερων κατοίκων του Πύργου στα socialmedia με την προβολή βίντεο και φωτογραφιών με τα σημαντικότερα αξιοθέατα του Δήμου
- Διοργάνωση τοπικών εκδηλώσεων, φεστιβάλ κλπ.
- Συνέδρια – Ημερίδες και υπόλοιπες εκπαιδευτικές δράσεις

Γ. ΕΤΗΣΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**1. Εκπόνηση Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ και Branding για το Δήμο Πύργου**

Προκειμένου να προσδιοριστούν οι στόχοι, οι κατευθύνσεις και οι δράσεις για την μελλοντική Στρατηγική Μάρκετινγκ του Δήμου Πύργου, θα πρέπει να εκπονηθεί ένα ολοκληρωμένο Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ, με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες τάσεις και απαιτήσεις.

Η υπηρεσία θα περιλαμβάνει τη φάση ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης, τη διαμόρφωση του Σχεδίου, με συμμετοχικές διαδικασίες και χρήση ψηφιακών εργαλείων και τον προσδιορισμό του Πλαισίου Εφαρμογής, που θα καταλήγει σε συγκεκριμένες προτάσεις – Επιχειρησιακό Σχέδιο προβολής της πόλης.

Ενδεικτικά Το Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ και Branding θα περιλαμβάνει τα παρακάτω:

- **Προσδιορισμός και αξιολόγηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του Δήμου** λαμβάνοντας υπόψη την τεχνογνωσία που έχει αναπτυχθεί τόσο διεθνώς όσο και στη χώρα μας αναφορικά με το «Μάρκετινγκ και Branding Πόλεων», ανά τομέα (Αστικό περιβάλλον, Φυσικόπεριβάλλον, Επιχειρηματικό κλίμα, Πολιτισμός – Εκπαίδευση, Τουρισμός, Αθλητισμός, Ψυχαγωγία,Γαστρονομία) και **ανάλυση SWOT**.
- **Σχεδιασμός, διοργάνωση και συντονισμός συμμετοχικών διαδικασιών για τη διαμόρφωση στόχων και κοινού οράματος** που θα περιλαμβάνουν διοργάνωση συμμετοχικών εργαστηρίων ανοικτών στους πολίτες, έρευνα με χρήση ερωτηματολογίων (Κάτοικοι, Επισκέπτες, Επιχειρηματίες), τόσο από-πόρτα-σε-πόρτα (door-to-door) όσο και με χρήση διαδικτυακών εφαρμογών, διοργάνωση εργαστηρίων διαμόρφωσης κοινού οράματος με τοπικούς φορείς
- **Εκπόνηση Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ και Branding για το Δήμο που θα περιλαμβάνει τα εξής:**
 - Επιθυμητή εικόνα της πόλης και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (π.χ. «Πράσινη Πόλη» «Πολυπολιτισμική Πόλη», Γαστρονομία κ.ά.)
 - Αγορές – Ομάδες στόχοι (έρευνα αγορών- διαμόρφωση ειδικών πακέτων προώθησης)

- Στρατηγική Διαχείριση της Εικόνας του τελικού «παρεχόμενου αγαθού»
- Ψηφιακή στρατηγική τουριστικής προώθησης της πόλης
- **Προτάσεις για ανάπτυξη εργαλείων και μέσων προβολής:** θα γίνουν προτάσεις για τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν στη διαδικασία προβολής και προώθησης (π.χ. έντυπο υλικό, επιχειρηματικοί, τουριστικοί και πολιτιστικοί οδηγοί, χάρτες, πακέτα προσφορών), και προτάσεις για ανάπτυξη εργαλείων Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνίας (μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιστοσελίδα, κ.ά.).
- **Οδηγός Εφαρμογής City Branding:** Γραφιστικά πρότυπα και οδηγίες εφαρμογής για χρήση κειμένων, σχεδιασμό φυλλαδίων, διαμόρφωση ιστοσελίδων, εμπειρία UI/UX, social media από επιχειρήσεις, άλλους φορείς της πόλης.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός 24.800,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης: 6 ΜΗΝΕΣ

2. Δημιουργία οπτικοακουστικού υλικού τουριστικής προβολής Δήμου

Το οπτικοακουστικό υλικό είναι ουσιώδες για την προβολή κάθε προορισμού, και προκειμένου ο Δήμος να μπορέσει να εισέλθει στα νέα μέσα (διαδίκτυο, ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.λ.π.) θα πρέπει να σχεδιάσει και να προωθήσει τέτοιου είδους υλικό. Στα παραδοτέα θα περιλαμβάνονται υποχρεωτικά τα κάτωθι:

α) Ένα αρχικό βίντεο, καθώς και διαφορετικές εκδοχές του (special/thematic versions), οι οποίες μπορούν να εστιάζουν σε ξεχωριστούς άξονες που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν του Δήμου και

β) σύντομες διάρκειας (short versions) του αρχικού βίντεο, προκειμένου αυτές να έχουν διάχυση στο διαδίκτυο και να είναι ελκυστικές στους δυνητικούς τουρίστες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι βίντεο χρονικής διάρκειας έως δύο (2) λεπτά θεωρείται η μέγιστη διάρκεια προβολής στο διαδίκτυο. Ειδικότερα σύντομες διάρκειες των 15,20 και 30 δευτερολέπτων είναι οι μόνες κατάλληλες για προβολή στα κοινωνικά δίκτυα, με ικανότητα να χρησιμοποιηθούν στην ιστοσελίδα προορισμού αλλά και στο YouTube.

Το βίντεο προβολής οφείλει να είναι σύγχρονης τεχνοτροπίας και υψηλής ανάλυσης (μόνο highdefinition), να διέπτετε από μία ενιαία αισθητική και να περιλαμβάνει σύγχρονα πλάνα του Δήμου και όχι πλάνα αρχείου, που να αποτυπώνουν την σημερινή εικόνα της περιοχής.

Τέλος το προϊόν που θα διατεθεί στον Δήμο (βίντεο και αμοντάριστα πλάνα) θα πρέπει να παραδοθεί ελεύθερο πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρήση και διάρκεια, για να μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε περίπτωση που ζητηθεί από διεθνή διαδικτυακά ή και παραδοσιακά μέσα.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός 4.000,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης: 2 ΜΗΝΕΣ

3. Προμήθεια φωτογραφικού υλικού Τουριστικής προβολής

Φωτογράφιση με στόχο την παραγωγή τουλάχιστον φωτογραφιών, με θέματα αντίστοιχα των θεμάτων της βιντεοσκόπησης, που θα αναδεικνύουν το σύνολο του τουριστικού προϊόντος του προορισμού και θα καταγράφουν τη μοναδικότητα και αυθεντικότητα του τόπου μέσα από την προβολή χαρακτηριστικών σημείων.

Το φωτογραφικό αυτό υλικό με σύγχρονες, καλαίσθητες, υψηλής ανάλυσης και άριστης ευκρίνειας φωτογραφίες που θα έχουν υποστεί την ανάλογη επεξεργασία όπου αυτή απαιτείται, με πλάνα από όλες τις εποχές και ώρες της ημέρας, θα αποτελέσει την πρώτη ύλη προωθητικών ενεργειών, στα τουριστικά έντυπα, τα socialmedia, το τουριστικό portal και ψηφιακή εφαρμογή περιήγησης του Δήμου. Ενδεικτικές προδιαγραφές για την προμήθεια φωτογραφικού υλικού είναι οι ακόλουθες:

- Η ανάλυση των φωτογραφιών για έντυπο θα πρέπει, αναλόγως το μέγεθος του εντύπου, και το χώρο που αυτή θα καταλαμβάνει (σαλόνι, ολοσέλιδο ή μέρος σελίδας), να είναι στα 300dpi με διαστάσεις τουλάχιστον 20 έως 30εκ. στη μεγάλη της πλευρά. Παραδείγματος χάριν μία φωτογραφία για σαλόνι για έντυπο διαστάσεων A4 θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 40εκ. στη μεγάλη πλευρά (έτσι η ανάλυσή της θα πρέπει να είναι περίπου στα 5000*3000pixels).
- Για χρήση internet θα πρέπει να είναι στα 72dpi και σε διαστάσεις τουλάχιστον 2000px η μεγάλη πλευρά. Ιδανικά, θα πρέπει το παραδοτέο

αρχείο να είναι σε μορφή raw. Θα πρέπει να δοθεί προσοχή ώστε οι φωτογραφίες να μην έχουν υπερβολικά κορεσμένα και αλλοιωμένα ψεύτικα χρώματα και μην υπάρχει εμφανές μοντάζ.

Κάθε φωτογραφία πρέπει να συνοδεύεται από αναλυτικά credits, που θα αναφέρουν το θέμα/ την περιοχή/ τη δραστηριότητα, και το όνομα του φωτογράφου.

Τέλος το προϊόν που θα διατεθεί στον Δήμο θα πρέπει να παραδοθεί ελεύθερο πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων για απεριόριστη χρήση και διάρκεια, για να μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε περίπτωση που ζητηθεί από διεθνή διαδικτυακά ή και παραδοσιακά μέσα.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός: 4.000,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης: 2 ΜΗΝΕΣ

4. Δημιουργία εντύπων – οδηγών χαρτών – θεματικών διαδρομών στα πλαίσια της τουριστικής προβολής του Δήμου

Αφορά την δημιουργία έντυπου υλικού (τουριστικά φυλλάδια, χάρτες κ.λ.π.) στην οποία θα γίνει η καταγραφή, παρουσίαση του Δήμου, με στόχο την προβολή του και προώθηση του τουριστικού του προϊόντος. Επίσης σε αυτό το στάδιο θα γίνει η συγγραφή κειμένων που θα χρησιμοποιηθούν στα έντυπα, σε διαφημιστική γλώσσα ευχάριστη στην ανάγνωση και θα γίνει επίσης η απόδοση των τελικών κειμένων, που θα αποφασισθούν σε συνεργασία με τον Δήμο, σε διαφορετικές γλώσσες όπως αγγλικά κ.λ.π.

Προτείνεται με αυτή την δράση:

A) η δημιουργία ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΟΔΗΓΟΥ με την έκδοση ενός καλαίσθητου και εύχρηστου τουριστικού οδηγού, ο οποίος δεν θα παρουσιάζει μόνο μνημεία ή τοπία αλλά θα παρουσιάζει το Δήμο ως μια ταξιδιωτική, ενδιαφέρουσα και μοναδική εμπειρία αναδεικνύοντας τον, σύμφωνα με τις υποδείξεις του ΕΟΤ.

B) η δημιουργία ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΧΑΡΤΗ, με την έκδοση του οποίου θα ακολουθεί τις υποδείξεις του ΕΟΤ και θα είναι εύχρηστος και

Γ) την δημιουργία ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΔΗΓΩΝ, δηλαδή η έκδοση καλαίσθητων συνοπτικών φυλλαδίων, τα οποία θα δίνουν βάρος σε διαφορετικές θεματικές μορφές τουρισμού. Τα φυλλάδια αυτά είναι πιο εξειδικευμένα, στοχεύουν να αναδείξουν διαφορετικούς τουριστικούς πόλους, και να έλξουν επισκέπτες με βάση τα ενδιαφέροντά τους όπως η δημιουργία ενός φυλλαδίου που να αναδεικνύει

περιπατητικά μονοπάτια όπως το μονοπάτι του Γουμέρου. Θεματικοί τουριστικοί οδηγοί μπορούν να εκδοθούν με την συνεργασία διαφόρων Υπηρεσιών, όπως με την Εφορεία Αρχαιοτήτων Ολυμπίας για την δημιουργία οδηγού Βυζαντινών – αρχαιολογικών μνημείων ή με το Εμπορικό Επιμελητήριο Ηλείας και τα τοπικά Ξενοδοχεία για την δημιουργία οδηγού τουριστικών καταλυμάτων κ.λ.π.

Όλα τα παραπάνω φυλλάδια, χάρτες κ.λ.π. θα μπορούν να διατεθούν στο κοινό μέσω γραφείων πληροφοριών, τουριστικών εκθέσεων, στο πλαίσιο εκδηλώσεων κ.α.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός: 10.000,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης: 4 ΜΗΝΕΣ

5. Ανάπτυξη ηλεκτρονικών εφαρμογών τουριστικής προβολής και πληροφόρησης (Δημιουργία και υποστήριξη ιστοσελίδας και αξιοποίηση διαδικτυακών εφαρμογών)

Είναι σημαντικό την σημερινή εποχή να μπορεί ο Δήμος να εκμεταλλευτεί σύγχρονες τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών για την προσέλκυση τουριστών. Η συγκέντρωση όλου του διαθέσιμου υλικού (φωτογραφίες, κείμενα, βίντεο κ.λ.π.), επιπλέον πληροφορίες για τις θεματικές διαδρομές, μονοπάτια, μνημεία, αξιοθέατα, παραλίες, διαμονή, διατροφή, διασκέδαση κ.λ.π. σε ένα διαδικτυακό τόπο (ή πύλης), μέσω του οποίου να γίνεται ανακατεύθυνση σε άλλα χρήσιμα site (cityofpyrgos, visitgreece). Ο ιστοχώρος αυτός θα μπορεί να περιλαμβάνει ψηφιακές τουριστικές διαδρομές και θα εμπλουτίζεται συνεχώς με νέα στοιχεία και διαδρομές. Οι διαδρομές θα περιλαμβάνουν αναλυτικά στοιχεία για τον ταξιδιώτη, όπως γεωγραφικά, αξιοθέατων, μετακινήσεων, διαμονής, γαστρονομίας καθώς και πολιτιστικών εκδηλώσεων. Επίσης θα εμφανίζονται χάρτες (googlemaps), οι οποίοι θα σκιαγραφούν τις διαδρομές και έχοντας κατάλληλη σήμανση θα αναδεικνύουν όλα τα βασικά σημεία της κάθε διαδρομής, παρέχοντας πληροφορίες και άλλα χρήσιμα στοιχεία για τον επισκέπτη.

Επίσης σημαντικό ρόλο παίζουν και τα κοινωνικά δίκτυα (socialmedia). Η διαμόρφωση και η προβολή του κατάλληλου περιεχομένου και η καθημερινή ανανέωση αυτού στα κοινωνικά δίκτυα και η διασύνδεση αυτών και η αλληλεπίδραση με μια σύγχρονη και ελκυστική ιστοσελίδα είναι ένα βασικό εργαλείο προώθησης τουριστικών προϊόντων.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός: 10.000,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης:3 ΜΗΝΕΣ**6. Συμμετοχή του Δήμου σε τουριστικές εκθέσεις**

Μετά την αξιολόγηση των αναγκών του Δήμου και των αγορών από τις οποίες προέρχονται οι επισκέπτες του, ο Δήμος μπορεί να συμμετέχει σε τουριστικές εκθέσεις γενικού χαρακτήρα αλλά και θεματικού χαρακτήρα, τόσο στο εσωτερικό (Philoxeniaκ.α) όσο και στο εξωτερικό, μέσω των περιπτέρων του ΕΟΤ ή της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας. Στόχος της συμμετοχής αυτής είναι η παρουσίαση και η προβολή του Δήμου, η ανάδειξη των αξιοθέατων που διαθέτει και η προσέλκυση επισκεπτών.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός: 10.000,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης: 12 ΜΗΝΕΣ

7. Εξοπλισμός και διακόσμηση εκθεσιακών περιπτέρων

Για να μπορέσει ο Δήμος μέσω των τουριστικών εκθέσεων να αναδειχθεί και να προσελκύσει νέους επισκέπτες θα πρέπει να εξοπλίσει και να διακοσμήσει το δικό του τουριστικό περίπτερο σε συνεργασία με τον ΕΟΤ, το οποίο θα πρέπει να είναι δελεαστικό και συνάδει με την στρατηγική marketing για τον τουρισμό του Υπουργείου.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός: 5.000,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης:12 ΜΗΝΕΣ

8. Φιλοξενία τουριστικών φορέων και δημοσιογράφων στα πλαίσια της τουριστικής προβολής

Η φιλοξενία Τουριστικών Φορέων και Ειδικών Δημοσιογράφων από την Ελλάδα και το Εξωτερικό (σίτιση, ξεναγήσεις, μετακινήσεις, διανυκτερεύσεις), είναι μια από τις δράσεις που προτείνονται να υλοποιηθούν κατά το έτος 2020. Η ανάπτυξη σημαντικών δημοσίων σχέσεων με τουριστικούς πράκτορες και οργανισμούς, ξεναγούς, επιλεγμένους travelbloggers και τουριστικούς δημοσιογράφους είναι μία ιδιαίτερως χρήσιμη και αποδοτική ενέργεια προβολής, καθώς οι παραπάνω ομάδες επηρεάζουν και καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το τουριστικό ρεύμα από τη χώρα τους. Ιδιαίτερη δε έμφαση θα δοθεί σε φιλοξενία τέτοιων ατόμων που προέρχονται από χώρες και πόλεις που αποτελούν αγορές στόχους, στους οποίους η προβολή των

αξιοθέατων του τόπου μας είναι απολύτως αναγκαία. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται επιτόπια δοκιμή και γνωριμία με το προϊόν, για το οποίο είτε θα αρθρογραφήσουν είτε θα το πουλήσουν.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός: 8.000,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης δράσης: 12 ΜΗΝΕΣ

9. Αναμνηστικά – Διαφημιστικά Δώρα στα πλαίσια τουριστικής προβολής

Η προμήθεια αναμνηστικών δώρων που θα μοιράζονται στις τουριστικές εκθέσεις ή θα προσφέρονται σε κατάλληλα επιλεγμένα πρόσωπα, μπορούν να ενισχύσουν την διαδικασία προβολής του Δήμου, κατά τις επαφές μας με πράκτορες και δημοσιογράφους, με φορείς και οργανισμούς που επισκέπτονται τον Δήμο στα πλαίσια ταξιδιών γνωριμίας (famtrips).

Ενδεικτικός προϋπολογισμός: 3.000,00€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης δράσης: 12 ΜΗΝΕΣ

10. Διαφημιστικές ενέργειες τουριστικής προβολής

Για την αποτελεσματικότερη επίτευξη του στόχου απαιτείται διαφήμιση και δημοσιότητα, αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω διαφήμισης online, δηλαδή με προβολή του Δήμου σε εταιρείες παροχής διεθνών διαδικτυακών υπηρεσιών, ταξιδιωτικές σελίδες, σε onlineπεριοδικά, σε ιστοσελίδων εφημερίδων και τηλεοπτικών σταθμών κ.α., είτε offline, δηλαδή με διαφημιστικές καταχωρήσεις και δημοσιεύσεις στοχευμένων άρθρων σε ταξιδιωτικά έντυπα, προβολή τηλεοπτικών σποτ ή ραδιοφωνικών σποτ σε τηλεοπτικούς ή ραδιοφωνικούς σταθμούς μεγάλης εμβέλειας. Ο Δήμος χρησιμοποιώντας όλα τα παραπάνω εργαλεία με επιλεγμένες κινήσεις θα μπορέσει να εισέλθει δυναμικά στο χώρο του Τουρισμού.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός: 6.000€

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης: 12 ΜΗΝΕΣ