**ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**ΔΗΜΟΥ ΡΟΔΟΥ**

ΕΤΗΣΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΗΜΟΥ ΡΟΔΟΥ 2018



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΗΜΟΥ ΡΟΔΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2018**

Η Ρόδος είναι ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς διαθέτει ένα μοναδικό φυσικό περιβάλλον, αρχαιολογικούς χώρους παγκοσμίου φήμης, αξιοθέατα και μουσεία, μοναδική γαστρονομία, πολιτιστική παράδοση, παραλίες. Η διατήρηση του τουριστικού προϊόντος της Ρόδου στις πρώτες θέσεις των προτιμήσεων των τουριστών επιβάλλει την ανάληψη κατάλληλων ενεργειών δράσεων προβολής και προώθησης.

**Α. ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Ο βασικός στόχος του Προγράμματος είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της αποδοτικότερης προβολής της Ρόδου και των τουριστικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο νησί για το έτος 2017 και η αύξηση της εισροής τουριστών στο νησί.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει δράσεις οι οποίες ακολουθούν τις τάσεις του σύγχρονου Τουριστικού Μarketing συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού και της εκπόνησης στρατηγικής. Περιλαμβάνονται επίσης δράσεις τουριστικής προβολής στην Ελλάδα και στο Εξωτερικό αξιοποιώντας όλα τα σύγχρονα μέσα προβολής και ενημέρωσης, υλοποιώντας συγκεκριμένες ενέργειες συμπεριλαμβανομένης και της στελέχωσης των εκθεσιακών συμμετοχών στις κύριες αγορές του εξωτερικού, της οργάνωσης προωθητικών ενεργειών και γενικά της χρήσης όλων των απαραίτητων «εργαλείων» προσέγγισης των αγορών – στόχων.

Στόχος της στρατηγικής προσέγγισης είναι να αναδειχθεί με ολοκληρωμένο τρόπο όλος ο τουριστικός πλούτος της Ρόδου από μία γκάμα ελκυστικών, ανταγωνιστικών και ώριμων τουριστικών προϊόντων, καθένα από τα οποία θα αντιστοιχούν σε μία ώριμη τουριστική αγορά.

Στοχεύει στην επίτευξη επιπρόσθετων στόχων όπωςη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η προσέλκυση τουριστών υψηλής ποιότητας, η ομαλότερη γεωγραφική διασπορά της τουριστικής κίνησης στο νησί, η αύξηση της μέσης παραμονής των επισκεπτών.

Μία διεθνής τάση είναι η αυξανόμενη κυριαρχία ενός πιο νεανικού κοινού (millennials) στη διαμόρφωση των ταξιδιωτικών προτιμήσεων και τάσεων άρα καθίσταται αναγκαία η υιοθέτηση ενός πιο νεανικού και λιγότερου ακαδημαϊκού ύφους στις δράσεις προβολής και προώθησης της Ρόδου ως τουριστικού προορισμού με έμφαση στη βιωματική διάσταση μιας επίσκεψης στη Ρόδο.

Αποδέκτες του παρόντος Προγράμματος Τουριστικής Προβολής του Δήμου Ρόδου είναι το ταξιδιωτικό και καταναλωτικό κοινό (οι δυνητικοί επισκέπτες της Ρόδου από την Ελλάδα και το εξωτερικό).

**Β. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ – ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ- ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

Βάσει του Άρθρου 75 παράγραφος 8 του Νόμου 3463/2006 περί αρμοδιοτήτων των Ο.Τ.Α., «στις αρμοδιότητες των Ο.Τ.Α. ανήκει η εκπόνηση, η υλοποίηση και η συμμετοχή σε προγράμματα για την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών τους και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού καθώς και η δημιουργία θερέτρων και άλλων εγκαταστάσεων αναψυχής και διακοπών».

Ο σχεδιασμός του Προγράμματος πρέπει να είναι σύμφωνος με την υπ’ αριθμό 15566/2011 Εγκύκλιο του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, της Γενικής Γραμματείας Τουρισμού, με θέμα «Κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο άρθρο 30 του Νόμου 3498/2006 (Φ.Ε.Κ. 230/Α’) περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημόσιου τομέα» σύμφωνα με το οποίο «διαφημιστικά προγράμματα και γενικά ενέργειες (εκθέσεις, διαφημιστικές καταχωρήσεις και άλλα) που αφορούν την τουριστική προβολή της χώρας ή περιοχών της στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό, τα οποία καταρτίζονται από οποιονδήποτε φορέα του στενού ή του ευρύτερου δημοσίου τομέα πρέπει να τελούν σε πλήρη εναρμόνιση προς το σχεδιασμό και τους στόχους του προγράμματος τουριστικής προβολής που καταρτίζει το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης σε συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού,γι’ αυτό και θα πρέπει να ζητείται η σύμφωνη γνώμη της Γενικής Γραμματείας Τουρισμού του ΥΠΠΟΤ πριν την υλοποίησή τους».

Με την υπ’ αριθμό 514666/24.12.2014 απόφαση του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ. με θέμα «Διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και σε ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων», με την υπ΄ αριθμό 14840/25.10.2012 Εγκύκλιο του Υπουργείου Τουρισμού, σύμφωνα με την οποία «οποιαδήποτε ενέργεια Τουριστικής Προβολής από πλευράς των Δήμων, ανεξάρτητα αν εκτελείται με χρηματοδότηση από πόρους εθνικούς ή ευρωπαϊκούς ή ίδιους πόρους του φορέα υλοποίησήςτους, πρέπει να τελεί σε πλήρη εναρμόνιση προς το γενικό σχεδιασμό και την εξυπηρέτηση των στόχων του Υπουργείου Τουρισμού»,οι φορείς τουριστικής Αυτοδιοίκησης οφείλουν να καταρτίζουν ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής και να υποβάλλεται στη Διεύθυνση Τουριστικής Πολιτικής και Συντονισμού για την παροχή σύμφωνης γνώμης.

Το πρόγραμμα θα πρέπει να περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών προβολής του φορέα, είτε αυτές θα υλοποιηθούν με αυτεπιστασία είτε με ανάδοχο. Οι ενέργειες θα πρέπει να έχουν οριστικοποιηθεί και να προσδιορίζονται.

Συγκεκριμένα,

* Άρθρο 9 τουΝόμου 2328/95.
* Προεδρικό Διάταγμα 261/19973.
* Άρθρο 75 παράγραφος 8 του Νόμου 3463/2006 περί αρμοδιοτήτων των ΟΤΑ.

**Γ. ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Οι βασικοί άξονες του προγράμματος καλύπτουν ένα μεγάλο μέρος των διαθέσιμων εργαλείων και τεχνικών για την προβολή του τουριστικού προϊόντος της Ρόδου, ενώ αξιοποιείται σαν κυρίαρχο στοιχείο η προβολή της πολιτισμικής και ιστορικής ταυτότητας του νησιού, σε συνδυασμό με μορφές εναλλακτικού τουρισμού που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών προβολής του Δήμου Ρόδου, αναλύοντας τους βασικούς άξονες σε επιμέρους ενότητες, με συγκεκριμένες δράσεις.

Με κύριο όχημα επικοινωνίας τη δυνατή ταυτότητα του ονόματος (brandname) «Ρόδος», την αδιαμφισβήτητη παγκόσμια φήμη του νησιού αλλά και τις δυνατότητες πολλαπλών επιλογών που έχει ο κάθε επισκέπτης, η Διεύθυνση Τουρισμού του Δήμου Ρόδου προτείνει τους ακόλουθους τρόπους προβολής του νησιού για το 2018 που ως στόχο έχουν την ανάδειξη του συγκριτικού πλεονεκτήματος του τουριστικού προϊόντος της Ρόδου:

1. **Πρωτοβουλία: Επιμήκυνσητης τουριστικής περιόδου**

Η Ρόδος αποτελεί έναν δημοφιλή τουριστικό προορισμό με δυνατότητες πολλαπλών επιλογών για κάθε επισκέπτη. Ο Δήμος Ρόδου προτείνει σε συνεργασία με όλους τους αρμόδιους τοπικούς φορείς το σχεδιασμό και την υλοποίηση ενός προγράμματος με στόχο τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, την ανάδειξη επιμέρους χαρακτηριστικών του νησιού (για παράδειγμα αρχαιολογία, οινοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, γαστρονομία και άλλα), την προσέλκυση νέων αγορών (στόχευση σε κοινά διαφορετικής γεωγραφίας ή κοινωνικοοικονομικής τάξης και σε κοινά με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα) και την αποφόρτιση της υψηλής τουριστικής περιόδου.

Η επικοινωνιακή πολιτική του προγράμματος περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός εντύπου που να αναφέρεται στις δυνατότητες που προσφέρει το νησί στους επισκέπτες του κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου, την onlineεπικοινωνία του προγράμματος στα εγχώρια και στα διεθνή Μ.Μ.Ε. καθώς και την επικοινωνία του προγράμματος μέσα από την ιστοσελίδα του Δήμου Ρόδου και τα SocialMedia.

Σε συνεργασία με τους τοπικούς πολιτιστικούς συλλόγους, πραγματοποίηση εκδηλώσεων πολιτιστικού περιεχομένου εκτός της «υψηλής περιόδου» (offseason) με στόχο την παροχή επιπλέον επιλογών στους χειμερινούς επισκέπτες του νησιού για διασκέδαση, ψυχαγωγία, άθληση, εκπαίδευση και άλλα.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**15.000 ευρώ

**2. Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

* Καταγραφή μονοπατιών.
* Καθαρισμός και ευπρεπισμός των μονοπατιών σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρία Περιβάλλοντος.
* Σηματοδότηση μονοπατιών.
* Προβολή και προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού με έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό.

Ενδεικτικά θεματικά πεδία για τα οποία υπάρχει μεγάλη ζήτηση από διάφορες αγορές του εξωτερικού και στα οποία η Ρόδος προσφέρει ή θα μπορούσε να προσφέρει ελκυστικές ταξιδιωτικές εμπειρίες είναι τα εξής:

* Luxury Travel
* Spa Holidays
* Food & Wine Related Travel
* Hiking
* Sailing
* Yachting
* Cruises
* Weddings
* MICE
* Cultural Heritage Tours
* Family Holidays

Και άλλα

Στόχος της δράσης αυτής είναι ην συμμετοχή με θεματικές παρουσιάσεις σε εξειδικευμένες εκθέσεις, ημερίδες , workshop προκειμένου να αναδειχθούν οι δυνατότητες του νησιού μεσα από οπτικοακουστικά εργαλεία σε κάθε μία από αυτές τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**10.000 ευρώ

**3. Τουριστικό Μάρκετινγκ και Ανάπτυξη: Δράσεις**

Μελέτη με εισηγήσεις για ενέργειες ή δράσεις που αφορούν τους τομείς του τουριστικού marketing και της προβολής. Ειδικότερα:

* Εντοπισμός των αγορών και των ομάδων του πληθυσμού που ενδιαφέρονται για τα στοιχεία που προσφέρει ο προορισμός. Διάκριση και κατανομή σε ώριμες-κλασικές αγορές της Ρόδου και σε νέες τουριστικές αγορές τεκμηριωμένα μέσα από τα στοιχεια των social media και ενδεχόμενα άλλων πληροφοριακών πηγών
* Έρευνα και κατηγοριοποίηση της υπάρχουσας κατάστασης (προσφερόμενο προϊόν, δομές και υφιστάμενοι πελάτες).
* Mελέτη, καταγραφή και εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος: Μελέτη πρόσθετων δυνατοτήτων ανάλογα και με τη διεθνή ζήτηση.
* Δημιουργία ή και συντήρηση «ταυτότητας» με ενιαιοποίηση του συνόλου των προσφερόμενων υπηρεσιών και αξιολόγηση των υφιστάμενων και των νέων αγορών.

Επιπλέον:

* Έρευνα ικανοποίησης επισκεπτών με βάση τα ευρήματα από TripAdvisor(κωδικοποίηση – συμπεράσματα).
* Θέματα άσκησης τουριστικής πολιτικής (υποδομές, προσβασιμότητα, παρεχόμενες προς τους τουρίστες υπηρεσίες).
* Εκπαίδευση μέσω σεμιναρίων των τουριστικών επαγγελματιών σε συνεργασία με ειδικούς, κατά περίπτωση επιστήμονες και άλλους ειδικούς.

Προτείνεται επίσης η υποστήριξη και επέκταση της υφιστάμενης έρευνας ικανοποίησης επισκεπτών. Η έρευνα αυτή θα διενεργείται σε αναχωρούντες επισκέπτες της Ρόδου και στόχο θα έχει την καταγραφή της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των επισκεπτών του νησιού, το βαθμό ικανοποίησής τους από την επίσκεψή τους στη Ρόδο, την καταγραφή των αδυναμιών ώστε να είναι δυνατή η αντιμετώπισή τους και την αξιολόγηση της εικόνας που οι τουρίστες έχουν για το νησί της Ρόδου.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**10.000 ευρώ

**4. Δράσεις προβολής και διαφήμισης**

* Μεθοδολογία προσέγγισης αγορών: Προτάσεις σχετικά με τον τρόπο «επικοινωνίας» με το κοινό (ταξιδιωτικοί πράκτορες, δημοσιογράφοι, υποψήφιοι τουρίστες), με τρόπους εκτός της κλασικής διαφήμισης. Συγκεκριμένες ενέργειες προσέγγισης των εν δυνάμει πωλητών υπηρεσιών και εκδρομών του νησιού με την οργάνωση στο ξεκίνημα και στο τέλος της τουριστικής περιοδου ειδικού gala αφιερωμένου στους ανθρώπους που κινούν την τουριστική μηχανή του νησιού μας.
* Προτάσεις και εισηγήσεις για την αναγκαιότητα ή μη της χρήσης μεθόδων προβολής.
* Προτάσεις και εισηγήσεις σχετικά με το παραγόμενο διαφημιστικό υλικό (concept - branding - θέματα strategicmarketing).
* Προτάσεις και εισηγήσεις σχετικά με το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των διαφημιστικών ενεργειών (mediaplanning)

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται πτώση στην αποτελεσματικότητα της παραδοσιακής διαφήμισης και μικρό βαθμό επίδρασης στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Δεδομένης αυτής της τάσης και του μεγάλου κόστους μιας διαφημιστικής καμπάνιας, η Διεύθυνση Τουρισμού του Δήμου Ρόδου σχεδιάζει να αξιοποιήσει ευκαιρίες για στοχευμένες διαφημιστικές καταχωρήσεις σε θεματικά Μ.Μ.Ε. προκειμένου να αναδειχθούν πτυχές του τουριστικού προϊόντος της Ρόδου και να εξασφαλιστεί αρθρογραφία σε σημαντικά Μ.Μ.Ε. του εξωτερικού.

**Διαφημιστικές καταχωρήσεις**

* Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε inflight έντυπα αεροπορικών εταιριών.
* Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε εθνικά και διεθνή Μ.Μ.Ε.
* Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε εθνικά και διεθνή blogs και sites.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**10.000 ευρώ

**5. Δημόσιες Σχέσεις: Δράσεις**

* Συμβουλευτική υποστήριξη σε ενέργειες δημοσίων σχέσεων.
* Προτάσεις ή εισηγήσεις για την οργάνωση εκδηλώσεων, φιλοξενιών δημοσιογράφων και ταξιδιωτικών πρακτόρων.
* Πρόσκληση και φιλοξενία τηλεοπτικών εκπομπών ή και Ελλήνων δημοσιογράφων.
* Οργάνωση δημοσιογραφικών ταξιδιών από τις αγορές ενδιαφέροντος.
* Οργάνωση ταξιδιών τουριστικών πρακτόρων από τις αντίστοιχες αγορές ενδιαφέροντος.
* Παρουσίαση προορισμού σε επιλεγμένο κοινό πρακτόρων και δημοσιογράφων, οργάνωση συνεδρίου, συμμετοχή σε διαγωνισμούς στο εξωτερικό για την προσέγγιση πωλητών ταξιδιών, επαφή με πράκτορες μέσω ηλεκτρονικών σεμιναρίων (webseminars), συμμετοχή σε traderoadshows, γεύμα εργασίας με δημοσιογράφους και ταξιδιωτικούς πράκτορες όπου είναι εφικτό σε ορισμένες από τις αγορές ενδιαφέροντος του εξωτερικού.
* Συμμετοχή σε πρωτότυπες προωθητικές δράσεις για την προσέγγιση του ταξιδιωτικού κοινού στην Ελλάδα (για παράδειγμα μεγάλα εμπορικά κέντρα) και στο εξωτερικό.
* Αναμνηστικά και προωθητικά δώρα.

Πιο συγκεκριμένα:

**Διοργάνωση Press και FamTrips**

Η Διεύθυνση Τουρισμού του Δήμου Ρόδου καλείται να συνεχίσει τη φιλοξενία μεμονωμένων δημοσιογράφων καθώς και τη διοργάνωση ομαδικών presstripsστο πλαίσιο των επαφών με τα ελληνικά και τα διεθνή Μ.Μ.Ε. Πρόκειται για ένα από τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία μάρκετινγκ καθώς η φιλοξενία του κατάλληλου δημοσιογράφου ή bloggerμπορεί να εξασφαλίσει προβολή του νησιού σε ένα κοινό εκατοντάδων χιλιάδων ή εκατομμυρίων ανθρώπων.

Προτείνεται να διευρυνθεί η θεματολογία των δημοσιογραφικών επισκέψεων και να γίνεται ένα followupμε τους δημοσιογράφους ως προς το βαθμό ικανοποίησής τους καθώς και ως προς τη δημοσίευση των άρθρων τους.

Με δεδομένο ότι οι λειτουργοί των Μ.Μ.Ε. (δημοσιογράφοι, bloggers, τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί παραγωγοί και άλλοι) θεωρούνται σημαντικό εργαλείο για την προώθηση και προβολή ενός τουριστικού προορισμού σε διάφορες παραδοσιακές αγορές ή σε εν δυνάμει αγορές στόχους, καθίσταται αναγκαία η διοργάνωση press και famtrips στη Ρόδο, ώστε να δοθεί στους εκπροσώπους του Τύπου η δυνατότητα να την γνωρίσουν από κοντά και να την προβάλλουν στη χώρα τους.

Τα ταξίδια αυτά ενδείκνυνται και για Traveltraders, δηλαδή τουριστικούς επαγγελματίες στην Ελλάδα και το εξωτερικό που οργανώνουν και πωλούν ταξίδια όπως είναι οι touroperators, οι τουριστικοί πράκτορες, οι εταιρίες κρουαζιέρων, τα γραφεία οργάνωσης συνεδρίων, τα γραφεία οργάνωσης γάμων και άλλα.

Η Διεύθυνση Τουρισμού του Δήμου Ρόδου διαθέτει στο δυναμικό της μία δημοσιογράφο η οποία έχει αναλάβει τις προσωπικές επαφές σε θέματα τουρισμού με τους εκπροσώπους του Τύπου και τη διοργάνωση συνεντεύξεων Τύπου και άλλων παρουσιάσεων και ομιλιών σε δημοσιογράφους για την ανάδειξη του χαρτοφυλακίου τουριστικών προϊόντων του νησιού της Ρόδου.

Αναγκαία κρίνεται και η διοργάνωση pressdinnersετησίως στη Ρόδο αλλά και σε πόλεις του εξωτερικού.

Επίσης, για την καλύτερη προώθηση του νησιού στην παγκόσμια τουριστική αγορά σχεδιάζεται η διοργάνωση ομαδικών famtripsστο πλαίσιο των επαφών με τις ελληνικές και τις ξένες επιχειρήσεις όπως είναι οι touroperators, τα τουριστικά γραφεία, οι αεροπορικές εταιρίες, οι εταιρίες κρουαζιέρων και άλλα. Για το λόγο αυτό επιβάλλεται η διεύρυνση της θεματολογίας των famtripsμε βάση την ανάδειξη των τουριστικών προϊόντων στο νησί της Ρόδου, η καλή οργάνωση με ένα ελκυστικό πρόγραμμα και η πραγματοποίηση followupsμε τους φιλοξενούμενους ως προς το βαθμό ικανοποίησής τους καθώς και ως προς την προώθηση της Ρόδου μέσω των επιχειρήσεών τους.

Μεγάλη βαρύτητα προτείνεται να δοθεί στους θεματικούς touroperators, δηλαδή σε εκείνους που ειδικεύονται στη διοργάνωση ταξιδιών ειδικού ενδιαφέροντος.

Προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, η Διεύθυνση Τουρισμού σχεδιάζει επίσης τη συμμετοχή του Δήμου Ρόδου σε product clubs, δηλαδή σε δίκτυα συνεργασίας επιχειρήσεων, Δήμων και φορέων που στοχεύουν στην ίδια αγορά. Στο πλαίσιο αυτής της δράσης, ο Δήμος Ρόδου μπορεί να προβεί σε επαφές και σε φιλοξενίες ειδικευμένων tour operatorsκαι τουριστικών πρακτόρων, σε ενέργειες δημοσιότητας προς ειδικευμένα μέσα ενημέρωσης, σε συμμετοχή σε θεματικές εκθέσεις και συνέδρια, στη διαδικτυακή προβολή και άλλα.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**20.000 ευρώ

**6. Επικοινωνία, Δημοσιότητα και Προβολή**

* Σύνταξη ή έλεγχος κειμένων δημοσιότητας (ομιλίες, άρθρα, δελτία τύπου, κείμενα εντύπων).
* Σύνταξη, αποστολή και προώθηση (followups) Δελτίων Τύπου σε όλα ανεξαιρέτως τα ελληνικά Μ.Μ.Ε. (τηλεόραση, ραδιόφωνο, περιοδικά, εφημερίδες, internet και άλλα), με θεματολογία που θα προέρχεται από προτάσεις και εισηγήσεις και πάντοτε σύμφωνα με την επικαιρότητα (τι αποτελεί είδηση για τον τουριστικό κλάδο).
* Ενδεδειγμένος και αποδοτικότερος τρόπος προσέγγισης θεωρούνται οι ενέργειες δημοσιότητας (press relations).

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**5.000 ευρώ

**7. Εξειδικευμένες προσφερόμενες υπηρεσίες και ειδικές δράσεις προβολής**

* Διαμόρφωση «προϊόντος»: τι πουλάμε (για παράδειγμα διαμονή, διαμονή με πρωινό, διαμονή και γεύματα, εκδηλώσεις ανεξαρτήτου διαμονής) , ενημέρωση των δυνατοτήτων δημιουργίας πακέτου.
* Στόχευση αγορών: πού το πουλάμε, δημογραφικές και γεωγραφικές αγορές.
* Διερεύνηση συμβατικών και μη συμβατικών τρόπων προβολής: πώς το πουλάμε, διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, προωθητικές ενέργειες, συμμετοχή σε εκθέσεις.
* Δημιουργία προγράμματος προβολής (media planning, above – below the line promotion).
* Επιμέλεια προωθητικού υλικού.
* Αξιολόγηση προτάσεων και ευκαιριών προβολής.
* Διερεύνηση επαφών με δημοσιογράφους και οργάνωση φιλοξενιών με στόχο την δημοσιότητα.
* Διερεύνηση επαφών με αεροπορικές εταιρείες.
* Διερεύνηση επαφών με τουριστικούς πράκτορες και οργάνωση φιλοξενιών με στόχο τη διερεύνηση των συνεργασιών.

Οι προωθητικές ενέργειες προτείνουμε να είναι θεματικές σε αγορές ενδιαφέροντος.

Αναλυτικά:

 «Ειδικέςδράσειςπροβολής», «specialprojects» και «eventmarketing»:Λέξεις -κλειδιά που ακούμε συχνά όταν γίνεται λόγος για πρωτότυπη και μη συμβατική προβολή του «τουριστικού προϊόντος».

Κοινό γνώρισμα των ειδικών δράσεων προβολής είναι το εύρος των δυνατοτήτων για διαφήμιση που προσφέρεται στους συμμετέχοντες. Ο ρόλος του Δημόσιου φορέα είναι καθοριστικός για τον επιμερισμό του κόστους και τη διευκόλυνση της συμμετοχής του ιδιωτικού τομέα. Η τάση προβολής μέσω special projects ενισχύεται συνεχώς, βρίσκοντας αρωγούς ακόμα και τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης, μεμονωμένα.

Ουκ ολίγες ειδικές δράσεις υλοποιούνται κάθε χρόνο προσφέροντας στις τουριστικές επιχειρήσεις τη δυνατότητα μη συμβατικής προβολής. Η αξιολόγηση της εκάστοτε δημιουργικής πρότασης κρίνεται επιτακτική.

Η διοργάνωση από έναν έμπειρο φορέα και η υποστήριξη από τους δημοσίους οργανισμούς προσδίδουν αξιοπιστία στη διοργάνωση. Απαραίτητο συστατικό της επιτυχίας θεωρείται η επιλογή του χώρου και η δημιουργία προϋποθέσεων που θα διασφαλίζουν την προσέλκυση του επιθυμητού κοινού – στόχου χωρίς να αναγκάζονται οι διοργανωτές ή και οι συμμετέχοντες να «σηκώσουν» το βάρος της πολυδάπανης διαφήμισης. Άλλες παράμετροι που «ντύνουν» το project είναι η πρωτοτυπία, η επαναληψιμότητα και το κατάλληλο timing.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**10.000 ευρώ

**8. Internet Marketing**

Χάρη στις ραγδαίες εξελίξεις στο διαδικτυακό τουριστικό μάρκετινγκ έχουν ανακύψει σημαντικές ευκαιρίες προβολής και προώθησης ενός τουριστικού προορισμού με περιορισμένα κονδύλια.

Το πακέτο των υπηρεσιών το οποίο περιλαμβάνει είναι: Social media marketing (Facebook, [ВКонтакте](http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0CDAQFjAC&url=http%3A%2F%2Fvk.com%2Fid75148216&ei=rFUhVfGKA47VarOpgOAI&usg=AFQjCNF1gclsD9ZTXAYRy8y1bPy5DStrVw&sig2=61mKwnX43NrQ0Me4wU5g_w&bvm=bv.89947451,d.d2s) (Russian facebook ), Linked in, You tube channel).

* **Facebook**

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

* **Linked In**

Για την ολοκληρωμένη παρουσία του τουριστικού προϊόντος στο Linked In, θα πρέπει να σχεδιαστεί μια επίσημη σελίδα (page) στο site του κοινωνικού δικτύου. Το [Linked In](http://www.socialmedialife.gr/tag/linkedin%22%20%5Cl%20%22_blank)αποτελεί το σημείο συνάντησης όλων των επαγγελματιών. Πρόκειται συγκεκριμένα για ένα Κοινωνικό Δίκτυο, στόχος του οποίου είναι να συνδέσει όλους τους επαγγελματίες του κόσμου. Το επαγγελματικό Κοινωνικό Δίκτυο μετρά αυτή τη στιγμή πάνω από 313 εκατομμύρια χρήστες, σύμφωνα με τα τελευταία οικονομικά αποτελέσματα τα οποία δημοσίευσε. Θα προγραμματίζονται συγκεκριμένες δημοσιεύσεις (posts) ανά τακτικά χρονικά διαστήματα, ενώ θα προστίθενται και ενημερώσεις για εκδηλώσεις και δραστηριότητες του ημερολογίου.

* **You Tube Channel**

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

* **Google**
* **Search Engine Optimization**

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

* **AdWordsCampaigns**

Για τη δημιουργία μίας σημαντικής αρχικής βάσης επισκεπτών, θα αξιοποιηθεί η πλατφόρμα AdWords της Google η οποία αυτή τη στιγμή είναι και το σημαντικότερο μέσο προώθησης παγκοσμίως για χρήστες που αναζητούν συγκεκριμένες πληροφορίες.

Η διαφημιστική εκστρατεία στο Google, μπορεί να διαρκέσει ένα έτος και θα εκτελεστεί με διαφορετικά campaigns ανά εποχή.

Αντίστοιχες καμπάνιες μπορούν να υλοποιηθούν από την Marketing Greece του Σ.Ε.Τ.Ε. μέσω του ιστότοπου Discover Greece (Β2C) αλλά και μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας που ετοιμάζει ο ΗΑΤΤΑ (Β2Β).

* Mobile applications
* On line advertising
* Search advertising (trivago, trip advisor καιάλλα)
* Mobile applications
* Email marketing
* Κατασκευή PORTAL

Η αναβάθμιση του Portal θα αποτελέσει το βασικό πυλώνα εξωστρέφειας και επικοινωνίας με τη διεθνή κοινότητα. Ο ιστότοπος θα έχει ένα σύγχρονο και ελκυστικό εικαστικό περιβάλλον που θα ακολουθεί τις τρέχουσες τάσεις, τόσο στο σχεδιαστικό, όσο και στο τεχνικό του μέρος. Θα είναι γρήγορος και αποτελεσματικός στην πρόσβαση αξιοποιώντας ανάλογες τεχνικές μεθοδολογίες (responsive layout, data caching, compression,minifying) και θα έχει ύφος ανάλαφρο και ευχάριστο για να κερδίζει τους επικείμενους επισκέπτες, μέσα από ένα σύνολο πολλών διαφορετικών γλωσσών.

Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στον τρόπο πρόσβασης των χρηστών, η οποία θα χαρακτηρίζεται από πολυλειτουργικότητα, δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες, να χρησιμοποιήσουν την πληροφορία με διαφορετικά σενάρια (use cases) ώστε να επιτύχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Ενδεδειγμένοι και αποδοτικότεροι τρόποι προσέγγισης θεωρούνται εκείνοι μέσω διαδικτυακής προβολής και ιδιαίτερα μέσω αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα και μέσω αποστολής enewsletters.

* **Storytelling**

Θα πρέπει να δοθεί έμφαση σε μία αναβαθμισμένη αφηγηματική προσέγγιση (storytelling). Διεθνώς έχει εξελιχθεί με ραγδαίο τρόπο το storytellingγύρω από τους τουριστικούς προορισμούς. Η υιοθέτηση της τάσης αυτής και από τη Ρόδο θα κεφαλαιοποιήσει πιο αποτελεσματικά τη μοναδική πολιτιστική κληρονομιά του νησιού και θα βοηθήσει τη Ρόδο ως τουριστικό προορισμό να ξεφύγει από τη μονοδιάστατη εικόνα που έχει αποκτήσει και να εξελιχθεί σε έναν πολυδιάστατο και συναρπαστικό τουριστικό προορισμό.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**20.000 ευρώ

**9. Διοργάνωση συνεδρίων, ημερίδων και εκδηλώσεων**

* Διοργάνωση συνεδρίων, ημερίδων και εκδηλώσεων με θέματα που άπτονται του τομέα του Τουρισμού.
* Διοργάνωση ημερίδας με θεμα «Οι Αερομεταφορές «καταλύτης» στην τουριστική ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών» σε συνεργασία με τη Fraport
* Διοργάνωση του ετήσιου διεθνούς συνεδρίου Απόδημων Ροδίων στη Ρόδο.
* Σε συνεργασία με το Δ.Ο.Π.Α.Ρ. και τη Διεύθυνση Πολιτισμού του Δήμου Ρόδου, διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων που θα αφορούν στοχευμένες ομάδες τουριστών.
* Διοργάνωση welcomes με θέματα που αφορούν τον τουρισμό.
* Διοργάνωση events για τις παραλίες που παίρνουν Γαλάζιες Σημαίες.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**15.000 ευρώ

**10. Προωθητικές ενέργειες για προσέλκυση ειδικών ομάδων τουριστών**

* Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση του μαθητικού τουρισμού.
* Προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση του κοινωνικού τουρισμού.
* Συνεργασία με τη Μητρόπολη Ρόδου για την προώθηση του Θρησκευτικού Τουρισμού.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:** 10.000 ευρώ

**11. Διαχείριση Τουριστικού Οδηγού στο siteτου Δήμου Ρόδου** [**www.rhodes.gr**](http://www.rhodes.gr)

Ανανέωση, εμπλουτισμός, επικαιροποίηση και διαχείριση του Τουριστικού Οδηγού στο site του Δήμου Ρόδου [www.rhodes.gr](http://www.rhodes.gr). Η ιστοσελίδα του Δήμου Ρόδου θα πρέπει να έχει εικαστικό λιτό και διαχρονικό, να έχει τα χαρακτηριστικά του responsivedesign ώστε να διαβάζεται σωστά από όλες τις συσκευές (ηλεκτρονικοί υπολογιστές, tablets, smartphones), να πληροί τις προδιαγραφές του SEO (searchengineoptimization– βέλτιστη παρουσία στις μηχανές αναζήτησης). Ενδεικτικά προτείνεται ένας εικαστικός ανασχεδιασμός, ένα λογισμικό για διαμόρφωση και αποστολή ηλεκτρονικού newsletter.

Με δεδομένο ότι σημαντικό ρόλο στις δράσεις προώθησης και προβολής ενός τουριστικού προορισμού αποτελούν τα κείμενα που περιγράφουν κάθε τουριστική πτυχή ενός προορισμού, η Διεύθυνση Τουρισμού του Δήμου Ρόδου θα πρέπει να αποκτήσει ένα όσο το δυνατό πληρέστερο αρχείο κειμένων. Σκοπός της κειμενογράφησης είναι να συμπληρωθούν τα κενά σε στατικό περιεχόμενο δηλαδή σε περιγραφές όλων των σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος και όλων των προσφερόμενων τουριστικών δραστηριοτήτων και να εξασφαλιστεί δυναμικό περιεχόμενο για την κάλυψη της τρέχουσας τουριστικής επικαιρότητας στη Ρόδο. Η κειμενογράφηση θα πρέπει να καλύπτει τις ανάγκες σε κείμενα για την επίσημη τουριστική σελίδα (Τουριστικός Οδηγός) του Δήμου Ρόδου, κείμενα για αναρτήσεις στα κοινωνικά δίκτυα, κείμενα για το τουριστικό enewsletterτου Δήμου Ρόδου και κείμενα για διανομή σε άλλους φορείς και επιχειρήσεις και για την ανάρτηση σε άλλες ιστοσελίδες και Μ.Μ.Ε. με τη λογική του contentseeding.Εκτός των κειμένων που ήδη διαθέτει η Διεύθυνση Τουρισμού του Δήμου Ρόδου θα πρέπει να υπάρχει η δυνατότητα να καλύπτονται αιτήματα για αναδημοσιεύσεις κειμένων που αναδεικνύουν ενδιαφέρουσες πτυχές του νησιού.

Στη Διεύθυνση Τουρισμού του Δήμου Ρόδου υπάγεται οργανικά μία δημοσιογράφος η οποία έχει αναλάβει το κομμάτι αυτό καθώς και τις σχετικές επαφές.

**Search Engine Marketing**

Επίσης προτείνεται η εξασφάλιση αυξημένης ορατότητας και επισκεψιμότητας στην τουριστική ιστοσελίδα του Δήμου Ρόδου (Τουριστικός Οδηγός) καθώς και στοχευμένη ανάδειξη συγκεκριμένων πτυχών του Τουρισμού από το σωστό σχεδιασμό της ιστοσελίδας βάσει των κανόνων του SEO. Κάτι τέτοιο προϋποθέτει την αναβάθμιση της ιστοσελίδας και τη διαθεσιμότητα κατάλληλου περιεχομένου σε αυτήν.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:** 20.000 ευρώ

**12. E-Newsletter**

Ένας ενδεδειγμένος τρόπος αξιοποίησης του παραχθέντος content είναι η παραγωγή ενός ηλεκτρονικού newsletter το οποίο θα αποτελέσει ένα διαδικτυακό περιοδικό ποικίλης ύλης προβάλλοντας όλες τις πτυχές της τουριστικής αγοράς του νησιού καθώς και θέματα της τρέχουσας επικαιρότητας. Τα άρθρα αυτά μπορούν να αξιοποιηθούν στην ιστοσελίδα του Δήμου Ρόδου και σε αναρτήσεις των κοινωνικών δικτύων. Θα αποστέλλεται στον Ε.Ο.Τ., σε άλλους Δήμους της χώρας, σε τουριστικούς φορείς, σε αεροπορικές εταιρίες, σε ακτοπλοϊκές εταιρίες, στα Μ.Μ.Ε. και άλλα.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**5.000 ευρώ

**13. Παραγωγή φωτογραφικού υλικού και προωθητικών spots**

* Δημιουργία προωθητικών spots και video για τη Ρόδο. Ένα τουριστικό spot ή ένα προωθητικό video που θα προβάλλεται σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μπορεί να αποτελέσει ένα πολύ αποτελεσματικό εργαλείο για την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος του νησιού. Το προωθητικό videoθα πρέπει να έχει μέγιστη διάρκεια τριών με τεσσάρων λεπτών και προτείνεται να δημιουργηθεί σε παραλλαγές. Σε κάθε περίπτωση πρέπει να αποτελούν παραγωγές υψηλών προδιαγραφών και να βασίζεται σε μία κατάλληλη σεναριακή ιδέα.
* Φωτογραφική κάλυψη όλων των δράσεων του Δήμου Ρόδου και αξιοποίηση των φωτογραφιών σε καμπάνιες προσέκλυσης τουριστών, ενέργειες δημοσιότητας και άλλες προωθητικές ενέργειες. Θα πρέπει να δοθεί έμφαση στο υψηλής ποιότητας περιεχόμενο (content), καθώς η αποτελεσματικότητα κάθε καμπάνιας εξαρτάται από την ποιότητα του κάθε περιεχομένου που χρησιμοποιείται σε αυτήν (φωτογραφικό υλικό, κείμενα, video, χάρτες). Θα πρέπει να δοθεί έμφαση στην αναβάθμιση της ποιότητας του υλικού που θα χρησιμοποιείται στο εξής.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:** 20.000 ευρώ

**14. Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις**

Είναι γεγονός ότι ο παγκόσμιος και εγχώριος ανταγωνισμός στον κλάδο του τουρισμού είναι μεγάλος και χρόνο με το χρόνο εκτείνεται σε πολλά θεματικά πεδία μια και το ζητούμενο που είναι πλέον όχι μόνο ο ελεύθερος χρόνος αλλά και ο χρόνος που επενδύουμε στην επαγγελματική εξειδίκευση στην μάθηση και στην εμπειρία μέσω ταξιδιών διευρύνεται. Νέες ανερχόμενες τουριστικά αγορές όπως η νοτιοανατολική Ασία η Νότια Αμερική και Αυστραλία αυξάνουν το μερίδιο αγοράς τουριστικών υπηρεσιών σ όλο το πλανήτη. Στόχος του Δήμου Ρόδου είναι να συμμετέχει μέσω του ΕΟΤ της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου αλλά και μεμονωμένα σε όσο το δυνατό περισσότερες Τουριστικές εκθέσεις σε μια προσπάθεια δυναμικής εξωστρέφειας και αναγνωρισιμότητας προς τις αγορές που μας επιλέγουν ή που θα μας επιλέξουν μέσα από τις ενέργειες μας

Πιο συγκεκριμένα η συμμετοχή μας στις εκθέσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό μέσα από τις ήδη καταγεγραμμένες εκθέσεις του ΕΟΤ της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου και μεμονομένων είναι οι ακόλουθες:

**Εγχώριες εκθέσεις**

* Philoxenia, Θεσσαλονίκη
* Greek Tourism Expo, Αθήνα
* Greek Travel Show, Αθήνα

**Διεθνείς εκθέσεις**

* FerienmesseWien, Βιέννη, Αυστρία
* Grecka Panorama, Βαρσοβία, Πολωνία
* International Travel Show TT, Βαρσοβία, Πολωνία
* Salon des Vacances, Βρυξέλλες, Βέλγιο
* Salon De Mondial, Παρίσι, Γαλλία
* IFTMTopResa, Παρίσι, Γαλλία
* ILTM, Κάννες, Γαλλία
* Boot, Dusseldorf, Γερμανία
* ITB Berlin, Βερολίνο, Γερμανία
* Tour Natur, Dusseldorf, Γερμανία
* IMEX, Φρανκφούρτη, Γερμανία
* Travel Connexion Thomas Cook, Γερμανία
* Ferie fur alle, Χέρνιγκ, Δανία
* Arabian Travel market, Dubai, Dubai
* FESPO, Ζυρίχη, Ελβετία
* Arabian Travel, MRKT, Ντουμπάι, Η.Α.Ε.
* Ellines in Emirates Greek Travel Forum (Filoxenia), Ντουμπάι, ΗνωμέναΑραβικάΕμιράτα
* Greek Panorama (Panorama, Greece), ΝέαΥόρκη, Η.Π.Α.
* Cruise Shipping Seatrade, ΦορτΛοντερντέιλ, Η.Π.Α.
* New York Times Travel Show, ΝέαΥόρκη, Η.Π.Α.
* Miami Cruise, Μαϊάμι, Η.Π.Α.
* Dema Diving Show, Ορλάντο, Φλόριντα,Η.Π.Α.
* Imex America, ΛαςΒέγκας, Η.Π.Α.
* Outbound Travel Mart, Mumbai, Ινδία
* The Dublin Holiday World Show, Δουβλίνο, Ιρλανδία
* IMTM, Τελ Αβίβ, Ισραήλ
* FITUR, Μαδρίτη, Ισπανία
* ΙΤΒΜ World, Βαρκελώνη, Ισπανία
* BIT - Borsa Internazionale del Turismo, Μιλάνο, Ιταλία
* TTG Incontri, Ρίμινι, Ιταλία
* KITF, Αλμάτι, Καζακστάν
* Salon International Tourism & Travel Show, Μόντρεαλ, Καναδάς
* BITE, Πεκίνο, Κίνα
* ΙΤΕ, Χονγκ Κονγκ, Κίνα
* ΙΤΒ China, Σανγκάη, Κίνα
* GITF, Γκουανγκζού, Κίνα
* KOTFA WORLD TRAVEL FAIR, Σεούλ, Κορέα
* WTM, Λονδίνο, Μεγάλη Βρετανία
* Destinations The Holiday and Travel Show, Manchester, ΜεγάληΒρετανία
* The Telegraph & Travel Show, Λονδίνο, ΜεγάληΒρετανία
* UITT, Κίεβο, Ουκρανία
* Vakantiebeurs, Ουτρέχτη, Ολλανδία
* FietsEnWandelbeurs, Ουτρέχτη, Ολλανδία
* (TTR) Romanian International Tourism Fair Romexpo I, Βουκουρέστι, Ρουμανία
* MITT, Μόσχα, Ρωσία
* Ι.Τ.Μ. Intourmarket, Μόσχα, Ρωσία
* INWETEX CIS Travel Market, ΑγίαΠετρούπολη, Ρωσία
* Riyadh Travel Fair, Riyadh, ΣαουδικήΑραβία
* International Fair Of Tourism (IFT), Βελιγράδι, Σερβία
* ITB Asia, Σιγκαπούρη, Σιγκαπούρη
* Mediterranean Panorama, Στοκχόλμη, Σουηδία
* Holiday World, Πράγα, Τσεχία
* MATKA, Ελσίνκι, Φινλανδία

**Workshops**

* Greek Tourism Workshop in Jeddah
* Greek Tourism Workshop in Abu Dhabi
* Greek Tourism Workshop in Amman
* Greek Tourism Workshop in Lebanon
* Greek Tourism Workshop in Jordan
* Travel Connexion Thomas Cook

Το όφελος από τη συμμετοχή στις εκθέσεις εσωτερικού και εξωτερικού εντοπίζεται κυρίως στη δυνατότητα διενέργειας συναντήσεων με πολλαπλασιαστές. Η παρουσία στις εκθέσεις θα πρέπει να είναι εστιασμένη και κατάλληλα προετοιμασμένη προκειμένου να είναι πραγματικά επωφελής η παρουσία του Δήμου Ρόδου σε αυτές.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**80.000 ευρώ

**15. Δημιουργία νέων Φορέων Τουρισμού**

* Σύσταση Convention Bureau στη Ρόδο.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**10.000 ευρώ

**16. Συνεργασία με φορείς του τουρισμού και τοπικούς φορείς. Διοργάνωση εκδηλώσεων για την ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων**

* Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και tour operators.
* Σε συνεργασία με το Επιμελητήριο Δωδεκανήσου, υποκίνηση εκπτώσεων στις περισσότερες τουριστικές υπηρεσίες όπως τα ξενοδοχεία, τα cafe, οι μετακινήσεις και άλλα.
* Σε συνεργασία με την ΕΞΡ και το Σωματείο Εστιατόρων, διοργάνωση cooking lessons στο πλαίσιο δράσεων γνωριμίας με την τοπική κουζίνα. Η δράση αυτή μπορεί να πραγματοποιείται σε καθορισμένες ημερομηνίες ως δράσεις ξενοδοχειακής κουζίνας αρχικά στους επισκέπτες τους αλλά και ως γενικό happening.
* Σε συνεργασία με τους Αγροτικούς Συνεταιρισμούς και τους τοπικούς Πολιτιστικούς Συλλόγους, διοργάνωση Φεστιβάλ προώθησης και προβολής των αγροδιατροφικών και παραδοσιακών προϊόντων της Ρόδου όπου θα παρουσιαστεί το «καλάθι» των Ροδίτικων προϊόντων συνδέοντας έτσι τα προϊόντα του πρωτογενούς και του δευτερογενούς τομέα με τον τουρισμό και την οινογαστρονομία.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**15.000 ευρώ

**17. Γραφεία Πληροφοριών (InformationOffices)**

* Δημιουργία νέων Γραφείων Πληροφοριών.(αεροδρόμιο, Ιαλυσός)

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**10.000 ευρώ

**18. Επιμορφωτικές δράσεις**

Για τον εμπλουτισμό και την περαιτέρω αναβάθμιση του επιπέδου των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, η Διεύθυνση Τουρισμού του Δήμου Ρόδου σε συνεργασία με τη Διεύθυνση Παιδείας, Πολιτισμού και Αθλητισμού του Δήμου Ρόδου και άλλους φορείς, στοχεύει να προβεί σε δράσεις επιμόρφωσης τουριστικών επαγγελματιών σε διάφορες κλάδους του τουρισμού.

Πιο συγκεκριμένα προτείνονται:

* Δράσεις κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού του Δήμου Ρόδου.
* Δράσεις κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού των στελεχών τουριστικών επιχειρήσεων.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**15.000 ευρώ

**19.Δημιουργία Προωθητικού υλικού**

Η συμμετοχή της Διεύθυνσης Τουρισμού του Δήμου Ρόδου σε τουριστικές εκθέσεις καθιστά απαραίτητη την παραγωγή και μεταφορά έντυπου προωθητικού υλικού. Για το λόγο αυτό σχεδιάζεται η δημιουργία και παραγωγή επιπλέον θεματικών φυλλαδίων που να αναδεικνύουν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στο νησί.

Πιο συγκεκριμένα:

* Δημιουργία και εκτύπωση επιπλέον έντυπου προωθητικού υλικού και φυλλαδίων του Δήμου Ρόδου.
* Δημιουργία αναμνηστικών δώρων για τους προσκεκλημένους και επισκέπτες του νησιού.
* Παραγωγή και προμήθεια διαφημιστικού υλικού.
* Παραγωγή προωθητικών τσαντών.
* Δημιουργία γενικού εντύπου προβολής της Ρόδου το οποίο θα χρησιμοποιείται στις εκθέσεις που θα συμμετέχει το νησί.
* Εξειδικευμένα έντυπα με θεματολογία: Γαστρονομία, Οίνος και Τοπικά Προϊόντα, Περιπέτεια, Μονοπάτια, Αρχαιολογία και Πολιτισμός.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**25.000 ευρώ

**20. Θέσπιση βραβείων Καλών Πρακτικών στον Τουρισμό και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε σχέση με τον τουρισμό της Ρόδου .**

Προκειμένου να επιβραβεύσει τους καλούς πρεσβευτές του τουρισμού στη Ρόδο, ο Δήμος Ρόδου μπορεί να προβεί στη θέσπιση του θεσμού των Βραβείων Καλών Πρακτικών στον Τουρισμό Ρόδουκαι Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε σχέση με τον τουρισμό της Ρόδου. Αυτά θα καλύψουν επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων. Η απονομή των βραβείων αυτών προτείνεται να γίνεται σε ειδική τελετή. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται δημοσιότητα. Στην εκδήλωση αυτή θα προσκαλούνται Μ.Μ.Ε. από την Ελλάδα και το εξωτερικό ώστε να καλύπτουν την εκδήλωση και θα αποστέλλονται Δελτία Τύπου και φωτογραφίες στον ελληνικό και το διεθνή Τύπο.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:** 10.000 ευρώ

**21. Διοργάνωση ετήσιου διεθνούς συνεδρίου Απόδημων Ροδίων**

Διοργάνωση ετήσιου διεθνούς συνεδρίου για τους Απόδημους Ρόδιους σε συνεργασία με πολιτιστικούς συλλόγους και άλλους φορείς του νησιού. Προβλέπεται το δημιουργικό και η εκτύπωση του αναγκαίου έντυπου υλικού καθώς και η ενοικίαση αίθουσας για τις εργασίες του συνεδρίου. Προβλέπονται γεύματα και δείπνα προς τους φιλοξενούμενους. Προβλέπεται ακόμη η δημιουργία videoκαι φωτογραφιών που θα χρησιμοποιηθούν κατά τη διάρκεια του συνεδρίου και στη συνέχεια θα αποσταλούν σε όλα τα Γραφεία Απόδημων Ελλήνων ανά την Υφήλιο.

Προβλέπεται η προμήθεια κερασμάτων και η αγορά κεραμικών που θα χρησιμοποιηθούν ως αναμνηστικά δώρα. Προβλέπεται τέλος η ενοικίαση τουριστικών λεωφορείων (πούλμαν) που θα χρησιμοποιηθούν για τις μετακινήσεις των συνέδρων καθώς και αναμνηστικές πλακέτες που θα δοθούν στους σύνεδρους.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:**20.000 ευρώ

**22. Διοργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο του εορτασμού της Παγκόσμιας Ημέρας Τουρισμού**

Διοργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο του εορτασμού της Παγκόσμιας Ημέρας Τουρισμού.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:** 15.000 ευρώ

**23. Διοργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ημέρας Θάλασσας**

Διοργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο του εορτασμού της Ευρωπαϊκής Ημέρας Θάλασσας.

**Εκτιμώμενη δαπάνη:** 10.000 ευρώ