



ΛΑΡΙΣΑ  
ΑΝΟΙΚΤΗ  
ΠΟΛΗ

Εξειδικευμένο  
πακέτο προώθησης

OPEN TOURISM  
OPEN CULTURE  
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ  
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



Εξειδικευμένο  
πακέτο προώθησης

OPEN TOURISM  
OPEN CULTURE  
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ  
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

# Περιεχόμενα

<b>Εισαγωγή</b>	<b>1</b>
<b>Ανάλυση</b>	<b>3</b>
Προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών - δυναμικών του αγαθού	3
Διαστάσεις του αγαθού	5
Σύνδεση του αγαθού με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης	5
<b>Σύνθεση</b>	<b>6</b>
Προτεινόμενο μίγμα προώθησης και υποστήριξης	6
Δυνητικές ομάδες - στόχοι και βασικές στρατηγικές	10
Προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης	14
Κοινές Δράσεις των 7 πακέτων	30
Στρατηγική διαχείριση πακέτου	34
<b>Συμπεράσματα</b>	<b>36</b>
<b>Χρονοδιαγράμματα &amp; Προϋπολογισμοί</b>	<b>37</b>

## Εικόνες

σελ.	περιγραφή	πηγή
2	Μπεζεστένι, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Μαντά Ν.
9	Κοιλάδα των Τεμπών	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
15	Α' Αρχαίο Θέατρο Λάρισας	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
16	Πάρκο Αλκαζάρ	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
19	Θερινό Σινεμά 'Μύλος', Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
21	Διαχρονικό Μουσείο Λάρισας	www.e-typos.com
23	'Μύλος του Παπά', Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
25	Νεοκλασικό κτίριο επί Μανωλάκη, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
27	Κεντρική πλατεία Λάρισας	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
29	Γενί Τζαμί Λάρισας	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
34	Στιγμιότυπο από συνεδρίαση	www.skai.gr

## Διαγράμματα

13	Infographic: ομάδες - στόχοι του πακέτου	Ιδία επεξεργασία
33	Infographic: κοινές δράσεις 7 πακέτων	Ιδία επεξεργασία

## Εισαγωγή

Η Λάρισα είναι πόλη με έντονη και διαρκή παρουσία του πολιτιστικού στοιχείου. Ωστόσο διακρίνεται η ανάγκη συγκέντρωσης και ανάδειξης όλων των παραμέτρων που συγκροτούν την 'πολιτιστική εικόνα' της. Η πολιτιστική κληρονομιά (υλική και άυλη) αλλά και ο σύγχρονος πολιτισμός της Λάρισας αποτελούν σημαντικά στοιχεία ταυτότητας της πόλης και μπορούν να αναδειχθούν περαιτέρω. Τομείς όπως το θέατρο, ο κινηματογράφος, η μουσική και οι εικαστικές τέχνες έχουν προοπτική. Το αποτέλεσμα μπορεί να συμβάλει και στη δημιουργία τουριστικής κίνησης ή αύξηση των επισκέψεων στην πόλη, χωρίς ωστόσο η Λάρισα να αποτελεί 'τουριστική πόλη'.

Στην προσπάθεια να αναδειχτεί το πολιτιστικό στοιχείο στη Λάρισα και να δημιουργηθεί μια ικανοποιητική τουριστική ροή, τίθενται οι παρακάτω επιμέρους στόχοι:

- ανάδειξη της ταυτότητας της Λάρισας ως **πολιτιστικής πόλης με ιστορικά στοιχεία και σύγχρονες πολιτιστικές δραστηριότητες**,
- προσέλκυση **πολιτιστικού τουρισμού**,
- σταδιακή καθιέρωση της πόλης ως **'πόλης του θεάτρου'**,
- καθιέρωση της πόλης ως 'ανοιχτής' στη **συνεργασία και τη διεξαγωγή πολιτιστικών γεγονότων** λόγω των δικτύσεων με πόλεις / γεγονότα σε θέματα που αφορούν τον πολιτισμό,
- καθιέρωση και προβολή της Λάρισας ως τουριστικού προορισμού κυρίως για Σαββατοκύριακα (**city break**),

- **ενίσχυση της τουριστικής επισκεψιμότητας** της Λάρισας όλο το χρόνο,
- προβολή της Λάρισας ως σημείο αφετηρίας για **μονοήμερες εκδρομές** (περιπατητικός / φυσιολατρικός τουρισμός, οινοτουρισμός, κ.λπ.),
- αύξηση των **διανυκτερεύσεων Σαββατοκύριακου**,
- προβολή και **ανάπτυξη τουριστικών υπηρεσιών** (ξεναγήσεων, εξυπηρέτησεων για γκρουπ) και συνεργασία φορέων,
- περαιτέρω ενίσχυση της τουριστικής εικόνας της Λάρισας ως **κέντρο δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου** (με έμφαση στις αγορές, τον καφέ, τον πολιτισμό και τις δραστηριότητες για οικογένειες),
- καθιέρωση της πόλης ως **γαστρονομικού προορισμού** και στήριξη των τοπικών προϊόντων και εστιατορίων,
- ενίσχυση της εικόνας της πόλης ως **πόλης για συνέδρια / κλαδικές εκδηλώσεις**, και
- **αξιοποίηση των παρεμβάσεων στους δημόσιους χώρους** ως στοιχείο τουρισμού (ιδανικό παράδειγμα η Κοπεγχάγη).

Στον πολιτιστικό τομέα, πυρήνας του πακέτου είναι η οργάνωση και η προβολή του πολιτιστικού αποθέματος της Λάρισας με σκοπό την προσέλκυση 'πολιτιστικού τουρισμού', την ανάδειξη και την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου και την τόνωση της πολιτιστικής ταυτότητας του τόπου.

## Ανάλυση

Στον τουριστικό τομέα πυρήνας του πακέτου είναι η γνωστοποίηση και καλύτερη οργάνωση της τουριστικής προσφοράς της πόλης της Λάρισας με σκοπό να διευρυνθεί η επισκεψιμότητα.

### Προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών - δυναμικών του αγαθού

Η Λάρισα έχει να επιδείξει ένα ισχυρό απόθεμα πολιτισμού, το οποίο περιλαμβάνει ιστορικά πολιτιστικά στοιχεία ιδιαίτερης πολιτιστικής κληρονομιάς, σύγχρονες πολιτιστικές υποδομές ιδιαίτερου ενδιαφέροντος και πολιτιστικές εκδηλώσεις ιδιαίτερης δυναμικής. Παρατηρείται ένα γενικότερο έλλειμμα στην αξιοποίηση και προβολή των πολιτιστικών αυτών στοιχείων. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που μπορούν να μετατραπούν σε δυναμικές ανάπτυξης για την πόλη είναι:

- η ύπαρξη του Α' Αρχαίου θεάτρου στο κέντρο της πόλης και ενός μικρότερου αξιόλογου Αρχαίου θεάτρου,
- τα αρχαιολογικά ευρήματα κατά τόπους και ανά διάφορες χρονικές περιόδους στο κέντρο της Λάρισας,
- η πολυπληθής και νεανική κινητικότητα στην πόλη σε όλη τη διάρκεια του έτους,



- οι ενεργοί πολιτιστικοί σύλλογοι,
- το πλήθος και η ποικιλία των πολιτιστικών εκδηλώσεων και ειδικών γεγονότων,
- η ποικιλία των μουσείων, και
- το επίπεδο φυσικό ανάγλυφο της πόλης και το δίκτυο πεζοδρόμων στο κέντρο της.

Αν και η Λάρισα δεν είναι τουριστική πόλη, ούτε υπάρχουν προοπτικές θεαματικής αύξησης του τουρισμού, τα σημερινά δεδομένα όπως καταγράφονται στην Α' και Β' φάση του παρόντος έργου καθιστούν επιτακτική την ανάγκη εστιασμένης προβολής σε συγκεκριμένες ομάδες στόχους. Οι δυναμικές του τουρισμού της Λάρισας συνδέονται με τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- η Λάρισα αποτελεί δυνητική αφετηρία για κοντινούς προορισμούς (οικογένειες με παιδιά, περιπατητές, φυσιολάτρες, κ.λπ.),
- φιλοξενεί σημαντικό αριθμό συνεδρίων, εμπορικών συναντήσεων, κλαδικών γεγονότων, κ.λπ. χωρίς να αποτελεί όμως καθιερωμένο συνεδριακό προορισμό,
- είναι προορισμός για αγορά - διασκέδαση για τους κατοίκους των κοντινών περιοχών κυρίως τα Σαββατοκύριακα,
- έχει τη δυνατότητα να προσελκύσει πολιτιστικό και γαστρονομικό τουρισμό λόγω της εγγύτητας με την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη,
- διαθέτει ικανούς τουριστικούς πόρους σε επίπεδο αξιοθέατων (πολιτιστική

Αν και η Λάρισα δεν είναι τουριστική πόλη, ούτε υπάρχουν προοπτικές θεαματικής αύξησης του τουρισμού, τα σημερινά δεδομένα καθιστούν επιτακτική την ανάγκη εστιασμένης προβολής

κληρονομιά, χώροι πρασίνου, κ.λπ.), ικανό ξενοδοχειακό δυναμικό και εύκολη πρόσβαση,

- έχει σημαντική προοπτική για την περαιτέρω ενίσχυση της προβολή του ιατρικού τουρισμού, και
- έως σήμερα δεν έχει αποκτήσει αναγνωρισιμότητα ως τουριστικός προορισμός.

## Διαστάσεις του αγαθού

Οι προτάσεις που σχετίζονται με τον πολιτισμό και τον τουρισμό συνδέονται άμεσα με τα υπόλοιπα πακέτα: τόσο με τις επιχειρήσεις (*Open Business - Open Networks*), όσο και με το ποτάμι (*Open Space - Open River*), τη περίθαλψη και τις ιατρικές υπηρεσίες οι οποίες συνδέονται με τον ιατρικό τουρισμό (*Open Care - Open Health*), τον αθλητισμό (*Open Sports*) και τους ανθρώπους / διασκέδαση (*Open People - Open Life*). Χαρακτηριστικό είναι ότι η εικόνα του Αρχαίου Θεάτρου αποτελεί σημείο αναφοράς για την ταυτότητα της πόλης.

## Σύνδεση του αγαθού με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης

Ο πολιτισμός και ο τουρισμός αναδεικνύονται ως σημαντικοί παράγοντες τοπικής ανάπτυξης στη σχετική βιβλιογραφία με υψηλά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα. Η αύξηση της κατανάλωσης κατά τη διάρκεια ειδικών γεγονότων, η μείωση της ανεργίας και η συνολική βελτίωση της εικόνας της Λάρισας λόγω της ανάδειξης συγκεκριμένων πολιτιστικών χαρακτηριστικών έχει σημαντική οικονομική αξία επομένως στο συνολικό επικοινωνιακό μίγμα έχει ιδιαίτερη βαρύτητα και σημασία η ανάδειξη του συγκεκριμένου πακέτου.

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται αναλυτικά τα μέσα προβολής, οι ομάδες στις οποίες απευθύνεται το συγκεκριμένο πακέτο και οι προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης που καθορίζουν το αποτέλεσμα του πακέτου.

## Σύνθεση

Το μίγμα προώθησης και υποστήριξης του Open Tourism - Open Culture προσδιορίζεται πάντα στο πλαίσιο της προτεινόμενης Συνεργατικής Στρατηγικής που αφορά συνολικά το Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Λάρισας.

### Προτεινόμενο μίγμα προώθησης και υποστήριξης

Παρακάτω αναπτύσσονται τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για την προβολή του συγκεκριμένου πακέτου. Έχουν διακριθεί ανάλογα με τις δράσεις που προτείνονται και τους στόχους που τίθενται.

#### 1 Δράσεις προβολής πολιτισμού

##### Στόχος:

Η ενημέρωση για τα ιστορικά πολιτιστικά στοιχεία της πόλης και τη σύγχρονη πολιτιστική υποδομή και η τοποθέτηση της πόλης ως πολιτιστικού τουριστικού προορισμού.

##### Δράσεις:

- Δημιουργία χάρτη των προτεινόμενων πολιτιστικών διαδρομών, ψηφιακού και έντυπου, σε ελληνική και αγγλική γλώσσα.
- Δημιουργία ιστοσελίδας πολιτισμού στο κεντρικό portal του Δήμου με όλες τις πολιτιστικές εκδηλώσεις. Διαρκής ενημέρωση.

- Παρουσία των δράσεων του πολιτισμού στα κοινωνικά δίκτυα.
- Ενημέρωση των τουριστικών επιχειρήσεων της πόλης.
- Δημιουργία ειδικού γεγονότος στην αρχή κάθε έτους για την ενημέρωση όλων των προγραμματισμένων πολιτιστικών εκδηλώσεων με κάλεσμα σε δημοσιογράφους, ιστοσελίδες πολιτισμού κ.λπ. (κινηματογράφου, θεάτρου) για τη διάχυση της πληροφορίας.
- Προβολή στον τοπικό τύπο και σε επιλεγμένα έντυπα ειδικού και γενικού περιεχομένου πανελληνίας κυκλοφορίας.

#### 2 Δράσεις προβολής τουρισμού

##### Στόχος:

Η ενημέρωση για τα τουριστικά αξιοθέατα, τις διαδρομές, τις υπηρεσίες και τις υποδομές και η τοποθέτηση της πόλης ως ειδικού τουριστικού προορισμού.

##### Δράσεις:

- Έκδοση φυλλαδίου για τον τουρισμό.
- Έκδοση οδηγού διαδρομών - χάρτη της Λάρισας στην ελληνική και αγγλική γλώσσα.
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο (π.χ. Αθηνόραμα, Travelbook) και familirisation trips για δημοσιογράφους - ταξιδιωτικούς bloggers.
- Στοχευμένες διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ελληνικά και επιλεγμένα ευρωπαϊκά τουριστικά sites.
- Παρουσία και διανομή υλικού σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις και ειδικά events.
- Ειδική προβολή στη ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλίας

και Στερεάς Ελλάδας με προσφορές ξενοδοχείων για τα Σαββατοκύριακα (πακέτα έκπτωσης δείπνου και διαμονής).

- Φιλοξενία συνεδρίων και εκθέσεων μικρής και μεσαίας κλίμακας - έμφαση στα ιατρικά συνέδρια (βλ. σχετικό πακέτο).
- Κοινό logo και κοινό σλόγκαν για τις επιχειρήσεις και τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Χρήση του σε κάθε εμφάνισή τους προς τα έξω (διαφημιστικές καταχωρήσεις, έντυπα, παρουσιάσεις σε συνέδρια, κ.λπ.).
- Δημιουργία ιστοσελίδας τουρισμού (στην ελληνική και αγγλική γλώσσα) του δικτύου των υπηρεσιών υγείας και σύνδεσή της με το κεντρικό portal του Δήμου.
- Προβολή ειδικών γεγονότων (φεστιβάλ, Λευκές Νύχτες).

συνεργασία με τον Εμπορικό Σύλλογο).

- Συνεργασία με τους μεταφορικούς φορείς (ΟΣΕ, ΚΤΕΛ, ταξί, κ.λπ.) για τη σωστή πληροφόρηση των επισκεπτών και τη συμμετοχή σε εκπαιδευτικά πακέτα.
- Συνεργασία με τους τοπικούς εμπόρους για την παροχή ειδικών εκπτώσεων για αγορές από τα τοπικά καταστήματα.
- Μέριμνα για χώρους στάθμευσης τουριστικών λεωφορείων.
- Προβολή περιπατητικών / φυσιολατρικών διαδρομών στην ευρύτερη περιοχή και στον Όλυμπο.

### 3 Δράσεις βελτίωσης των υποδομών και των υπηρεσιών

#### Στόχος:

Η παροχή ποιοτικών τουριστικών υπηρεσιών.

#### Δράσεις:

- Λειτουργία χώρου τουριστικής πληροφόρησης στο κέντρο της πόλης (Μύλος του Παπά, Σιδηροδρομικός Σταθμός).
- Ενημέρωση / εκπαίδευση απασχολούμενων στον τουριστικό τομέα.
- Δημιουργία διαδρομών με ξενάγηση.
- Συνεργασία με τα ξενοδοχεία της πόλης για τη δημιουργία ειδικών πακέτων φιλοξενίας (π.χ. εκπαιδευτικά πακέτα σε





## Δυνητικές ομάδες - στόχοι και βασικές στρατηγικές

Οι ομάδες στόχοι και οι βασικές στρατηγικές ανά ομάδα είναι οι εξής:

### ▪ **Θεατρικό κοινό / επαγγελματίες**

Δημιουργία ειδικής ιστοσελίδας που να αναφέρεται στο θέατρο στη Λάρισα και παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα. Δημιουργία προωθητικού βίντεο. Η ιστοσελίδα θα ενημερώνεται διαρκώς για τις παραστάσεις όλου του έτους. Προβολή των φεστιβάλ σε έντυπα σχετικού ενδιαφέροντος για το θεατρόφιλο κοινό. Διάχυση της πληροφορίας μέσω σημαντικών θεατρικών ομάδων, συλλόγων κ.λπ. Παρουσίαση των εργαστηρίων σε διεθνείς θεατρικούς συλλόγους για κάλεσμα συμμετεχόντων. Δημιουργία προγραμμάτων ψηφιακής και έντυπης μορφής.

### ▪ **Μουσικό κοινό / επαγγελματίες**

Αναφορά όλων των μουσικών πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην ιστοσελίδα της πόλης. Δικτύωση και προβολή στον Πανελλήνιο Μουσικό Σύλλογο και σε σημαντικούς μουσικούς συλλόγους. Προβολή σε έντυπα σχετικού ενδιαφέροντος και συνεργασία με ωδεία, μουσικούς συλλόγους εκτός Ελλάδας όπου υπάρχει ήδη δικτύωση.

### ▪ **Ξένοι τουρίστες και εκδρομείς**

Δημιουργία βασικού πληροφοριακού υλικού και προβολή των βασικών χαρακτηριστικών της πόλης, των αξιοθέατων, της γαστρονομίας, με σκοπό τη γνωριμία με τη Λάρισα η οποία δεν είναι γνωστή στους ξένους τουρίστες. Προτείνεται η λειτουργία info point και η δημιουργία τουριστικού χάρτη της πόλης. Το ελληνικό κοινό ταυτίζει τη Λάρισα με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και δεν αναγνωρίζει σημεία όπως το πεζοδρομημένο κέντρο, η ιστορία, η ποιότητα ζωής, οι χώροι πρασίνου, κ.λπ. επομένως χρήζουν προβολής. Εκτός από την ελληνική γλώσσα να υπάρχει πρόβλεψη για την αγγλική γλώσσα (μέριμνα για μετάφραση σε γλώσσες όπως η βουλγαρική, η τούρκικη, η σέρβικη, κ.λπ.). Δημιουργία

app στον κεντρικό ιστότοπο της Λάρισας με τουριστικές πληροφορίες / χάρτη, διαθέσιμο δωρεάν για εγκατάσταση από κάθε ενδιαφερόμενο. Παράλληλα πρέπει να αναπτυχθεί έντονη παρουσία στα social media.

### ▪ **Οικογένειες με παιδιά**

Ειδικό πληροφοριακό υλικό θα αφορά τις οικογένειες και τις δραστηριότητες που ενδιαφέρουν τα παιδιά. Ειδική ιστοσελίδα που να έχει θέμα τις παιδικές δραστηριότητες στη Λάρισα.

### ▪ **Πολιτιστικοί τουρίστες / περιπατητές**

Οι τουρίστες που ενδιαφέρονται για την πολιτιστική κληρονομιά αλλά και το σύγχρονο πολιτισμό θα πρέπει να αποτελέσουν προτεραιότητα στην προώθηση της Λάρισας ως τουριστικού προορισμού είτε αυτόνομα, είτε σε σύνδεση με προορισμούς ιδιαίτερου τουριστικού ενδιαφέροντος (Ολυμπος, Μετέωρα, Πήλιο, Λίμνη Πλαστήρα, κ.λπ.). Αναφορά θα πρέπει να γίνεται στην γαστρονομία της ευρύτερης περιοχής της Λάρισας (Ελασσόνα, Τύρναβος, κ.λπ.).

Με δεδομένο ότι καταγράφεται έντονη δραστηριότητα από οργανισμούς, συλλογικότητες και δημιουργούς στον πολιτιστικό τομέα (θέατρο, εικαστικές τέχνες, ποίηση, κ.λπ.) απαιτείται ειδική προβολή σε εξειδικευμένα έντυπα, websites, κ.λπ.

Προτείνεται η δημιουργία Φεστιβάλ Περιπατητικού Τουρισμού στη Λάρισα. Προτείνεται η δημιουργία ενός νέου φεστιβάλ από τους Δήμους, την Ένωση Ξενοδόχων και την Περιφέρεια στους γειτονικούς ορεινούς όγκους μέσω διαδρομών σε μονοπάτια, με στόχο το περιπατητικό κοινό. Το φεστιβάλ θα περιλαμβάνει αρχικές δραστηριότητες στην πόλη και στη συνέχεια σε συγκεκριμένο χώρο camping, πιθανές μουσικές εκδηλώσεις, κ.λπ. Πρέπει να προληφθεί η ενίσχυση της παρουσίας σε ειδικές εκθέσεις και γεγονότα.

Τέλος προτείνεται να σχεδιαστεί με τους εστιάτορες ένα ειδικό γεγονός 'Τεύσεις Λάρισας' για ένα Σαββατοκύριακο που θα

περιλαμβάνει εκπνώσεις, μενού - degustation και οινικές δοκιμές.

- **Σύνεδροι (κυρίως σε σχέση με τον ιατρικό τουρισμό)**

Με δεδομένο το ενδιαφέρον φορέων, επαγγελματιών ενώσεων, συνδικαλιστικών οργάνων, κ.λπ. αλλά και στελεχών πωλήσεων να διοργανώνουν τις συναντήσεις τους στη Λάρισα λόγω κεντρικότητας προτείνεται η συντονισμένη προβολή των υπηρεσιών συνεδρίων σε συνεργασία με την Ένωση Ξενοδόχων και την Ένωση Διαφημιστών Κεντρικής Ελλάδας.

- **Επισκέπτες Σαββατοκύριακου από τη Θεσσαλία**

Θα πρέπει να προβλεφθεί ειδική καμπάνια για επίσκεψη στην Λάρισα για ψώνια / διασκέδαση / πολιτιστικά γεγονότα το Σαββατοκύριακο ειδικά από κοντινές περιοχές.

- **Δημοσιογράφοι, tour - operators (B2B: business to business), μέσα μεταφοράς**

Δημιουργία media kit με φωτογραφίες, κείμενα, logo's, video και ειδικό group στο facebook για το τύπο. Ενημέρωση με δελτία τύπου - ειδικές ενημερώσεις των τοπικών ή ειδικών δημοσιογράφων. Σκοπός είναι η διάχυση της πληροφορίας μέσω αυτών των συνδέσμων στο τοπικό κοινό της Λάρισας και της ευρύτερης Περιφέρειας Θεσσαλίας. Ενημέρωση των Tour operators. Σεμινάριο ενημέρωσης για τους εργαζόμενους στον τουρισμό και στην εστίαση και υπογραφή συμφωνητικών καλής συνεργασίας για την τουριστική προβολή με την τοπική αγορά (Εμπορικό Σύλλογο, εμπορικά κέντρα), την Ένωση Ξενοδόχων και το ΚΤΕΛ / Σύλλογο ταξί.

- **Κάτοικοι**

Οι κάτοικοι της πόλης θα ενημερώνονται από τον τοπικό τύπο, τις διαφημιστικές αφίσες, τα έντυπα τα οποία θα βρίσκονται σε επιλεγμένα σημεία (Δήμος, υπηρεσίες, επιλεγμένοι χώροι καφέ / εστίασης, κ.λπ.) και την ιστοσελίδα.



## Προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης

Οι προτεινόμενες δράσεις του πακέτου Open Tourism - Open Culture αφορούν στις διαστάσεις της δομής του πακέτου αναφορικά με την προώθηση του πολιτισμού και του τουρισμού. Συγκεκριμένα:

### 1. Καθιέρωση της Λάρισας ως 'πόλης του θεάτρου':

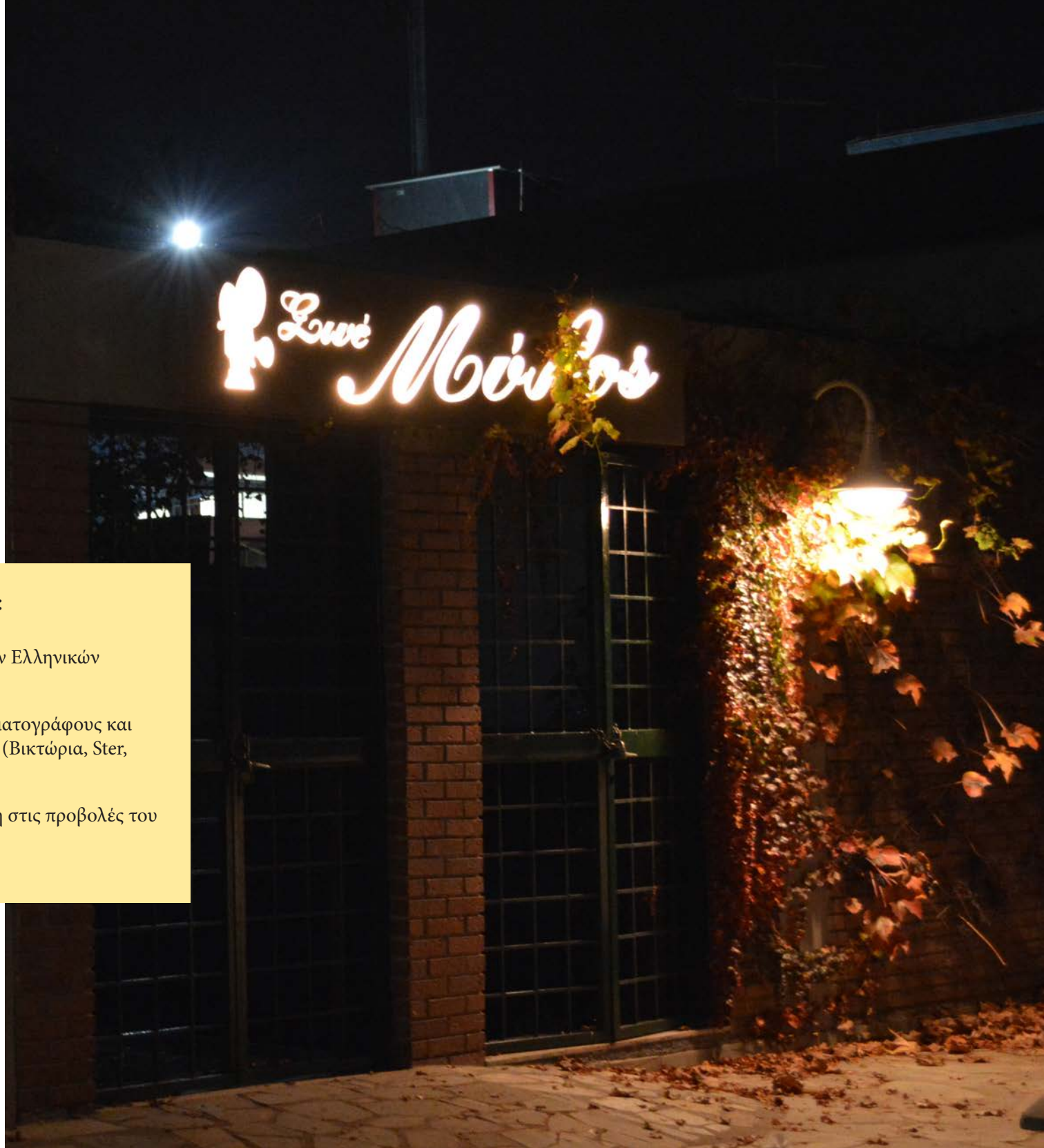
- Διοργάνωση θερινού Φεστιβάλ Θεάτρου υπό την αιγίδα του Δήμου Λαρισαίων σε συνεργασία με το ΔΗΠΕΘΕ. Κάλεσμα θερινών παραστάσεων στους χώρους του Κηποθέατρου και του Β' Αρχαίου Θεάτρου, το οποίο προτείνεται να λειτουργήσει άμεσα.
- Διοργάνωση Εβδομάδας Θεάτρου τη χειμερινή περίοδο με κάλεσμα παραστάσεων από Αθήνα, Θεσσαλονίκη, ΔΗΠΕΘΕ και ιδιωτικούς θιάσους. Διοργάνωση της εκδήλωσης στους χώρους του Θεσσαλικού Θεάτρου και του θεάτρου ΟΥΗΛ.
- Διοργάνωση θεατρικών εργαστηρίων σε όλη τη διάρκεια του έτους.
- Διοργάνωση διεθνούς θεατρικού εργαστηρίου στο πλαίσιο του Θερινού Φεστιβάλ.





## 2. Δημιουργία νέου ειδικού γεγονότος 'Μουσική Άνοιξη':

- Καθιέρωση τριήμερου μουσικών εκδηλώσεων ανοιχτού τύπου στο χώρο του Αλκαζάρ.
- Συμμετοχή όλων των μουσικών συνόλων του Δημοτικού Ωδείου Λάρισας και τοπικών σημαντικών μουσικών συνόλων (π.χ. Φιλαρμονική Ελασσόνας). Συνεργασία με ξένα μουσικά σύνολα και κάλεσμα αναγνωρισμένων Λαρισαίων καλλιτεχνών κλασικής μουσικής.
- Διοργάνωση μουσικών εργαστηρίων για νέους μουσικούς, τραγουδιστές στο πλαίσιο του γεγονότος.
- Καθιέρωση υπαίθριων μουσικών εκδηλώσεων από τα Μουσικά Σύνολα Δημοτικού Ωδείου Λάρισας (ΔΩΛ) ως ειδικό γεγονός όλο το χρόνο που θα ενημερώνεται από την ιστοσελίδα της πόλης.



### 3. Κινηματογραφικό Φεστιβάλ Λάρισας:

- Δικτύωση με τα διεθνή Φεστιβάλ άλλων Ελληνικών πόλεων.
- Δικτύωση και συνεργασία με τους κινηματογράφους και τους αντίστοιχους συλλόγους της Λάρισας (Βικτώρια, Ster, Κινηματογραφική Λέσχη, 'cineπαρμένος').
- Αποτίμηση του φεστιβάλ και συμμετοχή στις προβολές του θερινού κινηματογράφου 'Cine Μύλος'.



#### 4. Δίκτυο Μουσείων - Εκθεσιακών Χώρων:

- Δημιουργία διαδρομής σε χάρτη (ψηφιακό και έντυπο) / διανομή χάρτη και με ξενάγηση στα μουσεία της πόλης.
- Ξεχωριστή προβολή στην ιστοσελίδα της πόλης και διανομή του χάρτη σε κατάλληλα σημεία.

### 5. Δίκτυο Πολιτιστικών Διαδρομών στην πόλη:

- Καταγραφή αρχαιολογικών μνημείων διαφορετικών ιστορικών περιόδων και αποτύπωση σε χάρτη.
- Επαρκής σήμανση χώρων και διαδρομής.
- Έκδοση οδηγού διαδρομών της Λάρισας στην ελληνική και αγγλική γλώσσα / Application / Χάρτης.
- Ξεχωριστή προβολή στην ιστοσελίδα της πόλης.
- Προβολή της διαδρομής περιήγησης στο κέντρο της πόλης με αφετηρία το Μύλο του Παπά (2,5 χμ σε 40').





#### 6. Διοργάνωση *Open House Λάρισα*:

- Διοργάνωση τριήμερης εκδήλωσης 'Open House' όπου θα είναι διαθέσιμα στο κοινό (ιδιωτικά ή δημόσια) κτίρια αρχιτεκτονικού ενδιαφέροντος με ξεναγήσεις.
- Δικτύωση με τις ομάδες Open House Athens & Thessaloniki.
- Δημιουργία χάρτη με τα κτίρια, την περιγραφή τους και τις ώρες επίσκεψης, διανομή σε κατάλληλα σημεία ενδιαφέροντος και ψηφιακή ανάρτηση.
- Ξεχωριστή προβολή στην ιστοσελίδα της πόλης και προβολή μέσω ανάλογων ιστοσελίδων για προσέλκυση τουρισμού.



## 7. Δράσεις για τον τουρισμό:

- Στοχευμένες διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ελληνικά (και επιλεγμένα θεματικά ευρωπαϊκά) τουριστικά sites

Η περιοχή της Λάρισας έχει χαμηλή αναγνωρισιμότητα στο διεθνές κοινό, ενώ το ελληνικό κοινό πρέπει να πληροφορηθεί σχετικά με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στοιχεία της πόλης (γεγονότα, θέατρο, κ.λπ). Προκειμένου να προωθηθούν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της Λάρισας ως πόλης πολιτισμού, οι τουριστικές διαδρομές, οι αφορμές για κοντινές εκδρομές, η γαστρονομία, κ.λπ. απαιτείται η συνεργασία με περιοδικά, δημοσιογράφους του ταξιδιωτικού ρεπορτάζ,

Η φιλοξενία δημοσιογράφων οι bloggers με επιρροή σε συγκεκριμένες ομάδες στόχους προτείνεται ως λύση χαμηλού κόστους και υψηλής αποτελεσματικότητας. Έμφαση σε ειδικευμένα περιοδικά (π.χ. Αθηνόραμα, Travelbook) και familirisation trips για δημοσιογράφους - ταξιδιωτικούς bloggers. Η προβολή συγκεκριμένων τομέων (π.χ. περιπατητικός, συνένδρια) ή γεγονότων μπορεί να γίνει σε εξειδικευμένα θεματικά sites.

Σε περίπτωση ανάληψης της ΠΠΕ 2021 θα προκύψουν σημαντικές συνέργειες με το συγκεκριμένο πακέτο.

- Πιλοτική Διοργάνωση 'Λευκές Νύχτες'

Οι Λευκές Νύχτες διοργανώνονται την περίοδο πριν τα Χριστούγεννα και περιλαμβάνουν την επέκταση του ωραρίου των καταστημάτων σε συνδυασμό με συναυλίες, παιχνίδια για παιδιά, προσφορές (π.χ. κληρώσεις δωροεπιταγών, ειδικά δείπνα, κ.λπ.)

Απαιτείται η σύμφωνη γνώμη του Εμπορικού Συλλόγου.

Πρέπει να συνοδευτεί με προβολή στις κοντινές πόλεις μέσα από τον τοπικό τύπο και το διαδίκτυο.

- Παρουσία και διανομή υλικού σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις και ειδικά γεγονότα (όλο το χρόνο)



Η παρουσία της Περιφέρειας ή άλλων τουριστικών φορέων σε εκθέσεις (Λονδίνο, ITB Βερολίνο, θεματικές εκθέσεις κ.λπ.) όπου η πόλη της Λάρισας μπορεί να στέλνει τα φυλλάδια ή άλλο υλικό (σποτ) με τις βασικές πληροφορίες για την πόλη και την περιοχή.

- Ειδική προβολή στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλίας και Στερεάς Ελλάδας με προσφορές ξενοδοχείων για τα Σαββατοκύριακα
- Προβολή του συνόλου των ξενοδοχείων και των εστιατορίων στον κεντρικό ιστότοπο της Λάρισας
- Ολοκλήρωση των συζητήσεων και υπογραφή των συμφωνητικών με την τοπική αγορά, την Ένωση Ξενοδόχων και το ΚΤΕΛ

Για την υλοποίηση των δράσεων του πακέτου απαιτείται η υπογραφή συμφωνητικού (MOU: Memorandum of Understanding) ώστε να υπάρξει η σχετική δέσμευση.

- Πιλοτική Οργάνωση Φεστιβάλ Περιπατητών  
Η συγκεκριμένη δράση θα γίνει σε συνεργασία με την Ένωση Ξενοδόχων και στο πλαίσιο της προσπάθειας σηματοδότησης και τυποποίησης των μονοπατιών της περιοχής.

- Κέντρο Πολιτιστικής Διασύνδεσης - Info Point  
Το Κέντρο Πολιτιστικής Διασύνδεσης θα λειτουργήσει στο 'Γενί Τζαμί' με σύγχρονο εξοπλισμό παρουσίασης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων της πόλης. Εκτός από την ενημέρωση σχετικά με τα πολιτιστικά, το κέντρο θα λειτουργήσει και ως κεντρικό σημείο πληροφόρησης (info point). Στο πλαίσιο της λειτουργίας του Κέντρου Πολιτιστικής Διασύνδεσης προβλέπεται ειδικό τμήμα για τουριστικές πληροφορίες, ειδικά γεγονότα, ξενοδοχεία, κοντινές εκδρομές κ.λπ.

- Πιλοτικές 'ειδικές ξεναγήσεις'  
Οι πιλοτικές ξεναγήσεις θα έχουν ως θέμα την αγορά και την τοπική ιστορία, τα αξιοθέατα, τη γευσιγνωσία και την ιστορία του σιδηροδρομικού σταθμού. **Ως ξεναγοί μπορούν να οριστούν άτομα με ειδικές γνώσεις, πρώην εργαζόμενοι που μπορούν να προσθέσουν μία πιο προσωπική αφήγηση, κ.λπ.** Την άνοιξη του 2016 θα πρέπει να οργανωθούν εθελοντικά



ειδικές τουριστικές διαδρομές με σκοπό την αποτίμηση του ενδιαφέροντος του κοινού για τις θεματικές αυτές.

## 8. 'Πολιτιστικό Χωριό':

- Συντονισμένη προβολή της δράσης του πολιτιστικού χωριού για την προσέλκυση καλλιτεχνικού κοινού από το εξωτερικό.
- Προβολή της δράσης στο εσωτερικό κοινό και δράσεις για την ενεργό συμμετοχή των κατοίκων της πόλης.

## Κοινές Δράσεις των 7 πακέτων

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται οι κοινές δράσεις όλων των πακέτων που αφορούν τόσο στη συνολική προβολή της πόλης στο πλαίσιο της κεντρικής ιδέας του παρόντος Σχεδίου Μάρκετινγκ και σύμφωνα με το γενικό σλόγκαν όσο και στην επιμέρους προβολή όλων των πακέτων και καθενός από αυτά.

Συγκεκριμένα, οι δράσεις αυτές περιλαμβάνουν:

- **Διαγωνισμό για το νέο λογότυπο και σλόγκαν της Λάρισας.** Το νέο λογότυπο θα συνοδεύει όλες τις επιμέρους δράσεις προβολής της πόλης σε όποιο πακέτο και αν εντάσσονται αυτές χαρακτηρίζοντας την παρουσία του δήμου στο διαδίκτυο, τα λοιπά μέσα επικοινωνίας αλλά και το φυσικό δημόσιο χώρο της πόλης. Λόγω της ισχύος του μηνύματος που συμπυκνώνεται στο λογότυπο, αλλά και για λόγους προβολής, προτείνεται η ανάδειξή του μέσω πανελληνίου διαγωνισμού.
- **Πανελλήνιο διαγωνισμό για τη δημιουργία τηλεοπτικού σποτ για τη Λάρισα.** Το σποτ θα βασίζεται στο νέο λογότυπο και την κεντρική ιδέα Open City και θα προβάλλεται σε τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας. Μπορεί να προβάλλεται, επίσης, σε οθόνες τοποθετημένες σε στρατηγικά σημεία συγκέντρωσης κοινού, εντός και εκτός πόλης, με στόχο τη μεγαλύτερη διάχυση της πληροφορίας (αεροδρόμια, σταθμοί ΚΤΕΛ, εκθέσεις, κ.ά.).
- **Δημιουργία info points σε δύο κατάλληλα επιλεγμένα σημεία της πόλης** με στόχο την εξυπηρέτηση και ενημέρωση των επισκεπτών. Εκτός από τους δημοτικούς υπαλλήλους που θα εκπαιδευτούν και θα αναλάβουν το ρόλο της ενημέρωσης του κοινού, το info point θα στελεχωθεί και με εθελοντές φοιτητές ώστε να καλυφθούν οι αυξημένες ανάγκες και το παρατεταμένο

ωράριο λειτουργίας κατά τις ημέρες των προτεινόμενων διοργανώσεων και φεστιβάλ.

- **Διοργάνωση 'familirisation trips' για επαγγελματίες από το χώρο που καλύπτει το κάθε πακέτο και γενικότερα για εκπροσώπους των αντίστοιχων πολλαπλασιαστών κάθε πακέτου,** με στόχο την απόκτηση βιωματικής εμπειρίας και τη διάχυση της πληροφορίας. Τα έξοδα των επισκεπτών θα είναι καλυπτόμενα (από χορηγίες συνεργαζόμενων επιχειρήσεων) καθώς ο σκοπός τους θα είναι η παρουσίαση της πόλης και της ταυτότητάς της σε συνδυασμό με την προβολή των εκάστοτε ειδικών γεγονότων.
- **Δημιουργία media kit σε ηλεκτρονική μορφή** το οποίο θα περιλαμβάνει φωτογραφίες, κείμενα, ηλεκτρονικές διευθύνσεις, video, χάρτες, κ.λπ.
- **Δημιουργία (τρίπτυχων) πληροφοριακών φυλλαδίων και ειδικά σχεδιασμένων χαρτών της πόλης για τις ανάγκες των δράσεων.** Τα φυλλάδια και οι χάρτες κρίνονται απαραίτητα, εφόσον το έντυπο πληροφοριακό υλικό παραμένει σημαντικό μέσο πληροφόρησης του κοινού εξαιτίας της καλύτερης εποπτείας της πληροφορίας, της ποιότητας της παραγωγής και κυρίως της λειτουργίας του ως ενθυμίου από τον τόπο της επίσκεψης. Για τους λόγους αυτούς συνιστάται η παραγωγή έντυπου υλικού (φυλλάδια και χάρτες) για όλες τις επιμέρους δράσεις.
- **Δημιουργία ετήσιου ημερολογίου για το σύνολο των δράσεων.** Το ημερολόγιο θα είναι λεπτομερές για κάθε πακέτο και θα προσφέρει καλύτερο συντονισμό των επιμέρους δράσεων, προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν επικαλύψεις δράσεων με παρόμοιο σκοπό ή κοινό, και πλήρη ενημέρωση των εταίρων και του ενδιαφερόμενου κοινού.
- **Δημιουργία κεντρικού ιστότοπου με ειδικές σελίδες για κάθε πακέτο.** Για την αποφυγή υπερ-πληροφόρησης

του κοινού και συνύπαρξης πολλών διαφορετικών διευθύνσεων με διαφορετικά χαρακτηριστικά που ενδέχεται να προκαλέσουν σύγχυση και να αποδυναμώσουν το κεντρικό μήνυμα, προτείνεται η ενσωμάτωση των πληροφοριών για όλα τα πακέτα σε ένα νέο κεντρικό ιστότοπο (portal) της πόλης, στον οποίο θα δημιουργηθούν διακριτές σελίδες με τους τίτλους των πακέτων.

▪ **Παραγωγή οπτικού υλικού (video) για το διαδίκτυο.**

Σκοπός του υλικού είναι η προβολή του από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (YouTube, facebook, κ.λπ.). Για την παραγωγή του προτείνεται η συνεργασία με τοπικούς καλλιτέχνες και δημιουργούς.

▪ **Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, την τηλεόραση και σε επιλεγμένα sites (ελληνικά και ευρωπαϊκά).** Οι διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο και στα sites θα γίνονται ενιαία και ανά πακέτο. Η διαφήμιση στην τηλεόραση αφορά στο σποτ που θα δημιουργηθεί μέσω πανελληνίου διαγωνισμού.



## Στρατηγική διαχείριση πακέτου

Το πακέτο περιλαμβάνει ενέργειες για την οργάνωση και ανάδειξη της πολιτιστικής εικόνας της Λάρισας. Κύριο σημείο είναι η συνεργασία των κατάλληλων φορέων, η δικτύωση με παρόμοιες προσπάθειες για την ανταλλαγή καλών πρακτικών και η ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας. Οι φορείς που θα κληθούν να συνεργαστούν στη στρατηγική του πολιτισμού είναι:

- Δήμος Λαρισαίων,
- Αντιδημαρχία Πολιτισμού και Αθλητισμού,
  - Περιφέρεια Θεσσαλίας,
  - Ένωση Ξενοδόχων Λάρισας,
- Ένωση Διαφημιστών Κεντρικής Ελλάδας (ΕΕΔΕΚΕ),
  - Εφορεία Αρχαιοτήτων Λάρισας,
    - ΚΤΕΛ Λάρισας,
    - τοπικά Μέσα Ενημέρωσης,
  - Πανελλήνια Ένωση Ξεναγών,
- Πολιτιστικοί Σύλλογοι (κινηματογραφικοί, θεατρικοί, μουσικοί, κ.ά.),
  - Σύλλογος Αρχιτεκτόνων Λάρισας,
- Υπουργείο Πολιτισμού, Παιδείας και Θρησκευμάτων (ΥΠ.ΠΟ.),
  - Δημοτικό Ωδείο Λάρισας (Δ.Ω.Λ.), και
- Γραφείο Υποψηφιότητας Πολιτιστικής Πρωτεύουσας Ευρώπης (Π.Π.Ε.) 2021, εφόσον προκριθεί η Λάρισα.

Παράλληλα το πακέτο περιλαμβάνει τις βασικές ενέργειες για την προσέλκυση τουρισμού στην πόλη της Λάρισας. Κύριο σημείο προσοχής πρέπει να είναι η συστηματική παροχή ειδήσεων μέσω των κοινωνικών δικτύων, η παρακολούθηση των σχετικών τάσεων στην αγορά, η συμμετοχή σε ειδικές εκθέσεις, κ.λπ. Οι φορείς που θα κληθούν να συνεργαστούν ώστε να υποστηρίξουν την στρατηγική του τουρισμού είναι οι εξής:

- Δήμος Λαρισαίων (Αντιδημαρχία Πολιτισμού - Τουρισμού, Τουριστική Επιτροπή),
  - Περιφερειακή Ένωση Δήμων Θεσσαλίας,
    - Περιφέρεια Θεσσαλίας,
    - Ένωση Ξενοδόχων Λάρισας,
  - Ένωση Διαφημιστών Κεντρικής Ελλάδας (ΕΕΔΕΚΕ),
  - Σύνδεσμος Ελλήνων Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ),
    - Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.),
      - Εφορεία Αρχαιοτήτων Λάρισας,
        - ΚΤΕΛ Λάρισας,
      - Συνεταιρισμός ΤΑΞΙ Λάρισας,
      - τοπικά Μέσα Ενημέρωσης,
    - Πανελλήνια Ένωση Ξεναγών, και
- Γραφείο Υποψηφιότητας Πολιτιστικής Πρωτεύουσας Ευρώπης (Π.Π.Ε.) 2021, εφόσον προκριθεί η Λάρισα.

Κλείνοντας τη συνοπτική ανάπτυξη του πακέτου Open Business - Open Networks κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί ότι πρόκειται για ένα πακέτο δράσεων υψίστης σημαντικότητας για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα της πόλης.

## Συμπεράσματα

Η αφετηρία του είναι η υπάρχουσα δυναμική και η αποτελεσματική εκμετάλλευση της δυναμικής μέσα από το σχεδιασμό και την ανάπτυξη δομών, λειτουργιών και δράσεων που στοχεύουν στη συστηματική και στρατηγικά σχεδιασμένα υποστήριξη της εξωστρέφειας της Λάρισας ως επιχειρησιακού και επενδυτικού προορισμού. Το ενδιαφέρον αυτής της προσπάθειας επικεντρώνεται στην αναγνωρισιμότητα της Λάρισας σε επίπεδο Νότιας Ευρώπης και στη μετάφραση αυτής της αναγνώρισης σε αύξηση του επενδυτικού ενδιαφέροντος, αύξηση της τουριστικής ζήτησης και ενίσχυση του πρωτογενούς τομέα.

Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζονται σε μορφή πινάκων τα χρονοδιαγράμματα εφαρμογής και οι προϋπολογισμοί των προτεινόμενων δράσεων.

## Χρονοδιαγράμματα & Προϋπολογισμοί

Τα χρονοδιαγράμματα εφαρμογής αναφέρονται αναλυτικά σε όλους τους μήνες του πιλοτικού έτους εφαρμογής 2016, ενώ για τα επόμενα έτη έως το 2020 διακρίνονται σε τρίμηνα (Q1, Q2, Q3, Q4). Οι δράσεις αφορούν τις προτεινόμενες δράσεις του συγκεκριμένου πακέτου καθώς και τις κοινές δράσεις που αναλύθηκαν και εφαρμόζονται και στα επτά εξειδικευμένα πακέτα προώθησης του Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ Λάρισας.



Κοινές Δράσεις	Πιλοτικό Έτος Εφαρμογής												Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής												
	2016												2017				2018				2019				2020												
	ΚΟΙΤΟΣ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕΜ	ΔΕΚ	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4				
<b>ΟΛΑ ΤΑ ΠΑΚΕΤΑ</b>																																					
1. Διαγωνισμός για το νέο λογότυπο της Λάρισας με βάση το σλόγκαν της πόλης	4.000 €		✓	✓																																	
2. Διενέργεια Πανελληνίου διαγωνισμού για δημιουργία τηλεοπτικού σποτ	4.000 €		✓	✓																																	
3. Δημιουργία του info point (Κέντρου Πολιτιστικής Διάσυνδεσης) & λειτουργία με εθελοντική συμμετοχή φοιτητών (για εξυπηρέτηση επισκεπτών σε περίπτωση ειδικών γιγαντιαίων)	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	✓				
4. Εμφάνιση Πρεζ (αόρατα επογυμιωμένων που έχουν τη δυνατότητα να δίνουν πληροφορίες στα εμπορικά κενά)	Από χορηγίες					✓	✓						Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓			✓				
5. Δημιουργία media kit με εξειδίκευση για το κάθε πακέτο	2.500 €																	2.500 €	✓				2.500 €	✓				2.500 €	✓								
6. Δημιουργία και διάθεση τριπτυχών πληροφοριακών φυλλοδίων και ειδικά σχεδιασμένων χαρτιών της ευρωπαϊκής προώσης (Προσφορές Ενέχυρα)	3.000 €				✓	✓												1.500 €	✓				1.500 €	✓				1.500 €	✓								
7. Δημιουργία ημερολόγιου για το πρόγραμμα δράσεων 2016	500 €	✓											500 €	✓				500 €	✓				500 €	✓				500 €	✓								
8. Δημιουργία κεντρικού ιστότοπου με ειδικές σελίδες για κάθε πακέτο	1.500 €		✓	✓	✓													1.500 €	✓	✓			1.500 €	✓	✓			1.500 €	✓	✓							
9. Παραγωγή ειδικού οπτικού υλικού σε μορφή βίντεο για το διαδίκτυο (ιστότοπος, you tube)	1.500 €				✓	✓	✓											1.000 €	✓				1.000 €	✓				1.000 €	✓								
10. Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, την τηλεόραση και σε επλέγμένα sites	5.000 €					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2.500 €	✓	✓	✓	✓	4.000 €	✓	✓	✓	✓	2.500 €	✓	✓	✓	✓	4.000 €	✓	✓	✓	✓	✓				
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΟΙΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ</b>	<b>22.000 €</b>												<b>3.000 €</b>					<b>11.000 €</b>					<b>3.000 €</b>					<b>11.000 €</b>									



# Σχετικά με ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ

Επιστημονικός υπεύθυνος

**Αλέξιος Δέφνερ,**

Καθηγητής Πολεοδομίας & Ελεύθερου Χρόνου,  
Διευθυντής Ε.ΤΟΥ.Σ.Ε.Π., Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας  
Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Βασική ερευνητική ομάδα

**Θεόδωρος Μεταξάς,**

Επίκουρος Καθηγητής  
Οικονομικής Ανάπτυξης, ΤΟΕ  
Π.Θ.

**Νικόλαος-Γεώργιος**

**Καραχάλης,**

Οικονομολόγος με ειδίκευση  
στον αστικό χώρο, Εξωτερικός  
διδάσκων ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.,  
ΣΕΠ ΕΑΠ

**Κλεάνθης Συρακούλης,**

Επίκουρος Καθηγητής  
Ποσοτικών Μεθόδων στη  
Διαχείριση Αναπτυξιακών  
Εργων ΤΕΙ Θεσσαλίας

**Ευαγγελία Ψαθά,**

Πολιτικός Μηχανικός ΕΜΠ,  
Διδάκτωρ Πολεοδομίας,  
Μέλος ΕΔΙΠ Π.Θ.

**Νικόλαος Βογιαζίδης,**

Διδάκτωρ Πολιτικής Επιστήμης,  
University of Sussex, Εξωτερικός  
διδάσκων ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.

**Σωτηρία Κατσαφάδου,**

Αρχιτέκτων Μηχανικός Π.Θ.,  
MSc Πολεοδομία-Χωροταξία,  
Υποψήφια Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ  
Π.Θ.

**Γεωργία Λάλου,**

Αρχιτέκτων Μηχανικός Α.Π.Θ.,  
MSc Πολεοδομία-Χωροταξία,  
Υποψήφια Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ  
Π.Θ.

**Νεοκλής Μαντάς,**

Μηχανικός Χωροταξίας,  
Πολεοδομίας & Περιφερειακής  
Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ, MA  
Cities and Culture, Queen Mary,  
University of London, Υποψήφιος  
Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.

Το παρόν τεύχος αποτελεί τμήμα από ένα σύνολο 7 εξειδικευμένων πακέτων προώθησης που εντάσσονται στο ερευνητικό έργο 'Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Λάρισας' και πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Τουριστικού Σχεδιασμού, Έρευνας & Πολιτικής (Ε.ΤΟΥ.Σ.Ε.Π.) του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Νοέμβριος 2015

Σχεδιασμός τεύχους:

Γεωργία Λάλου

Υπεύθυνος σύνταξης τεύχους:

Νικόλαος Καραχάλης

Γεωργία Λάλου

OPEN TOURISM/  
OPEN CULTURE

OPEN BUSINESS/  
OPEN NETWORKS

OPEN SPACE/  
OPEN RIVER

OPEN PEOPLE/  
OPEN LIFE

OPEN EDUCATION/  
OPEN RESEARCH

OPEN SPORTS

OPEN CARE/  
OPEN HEALTH