

Πρακτικό 26^{ης} Συνεδρίασης
Περιφερειακού Συμβουλίου Δυτικής Μακεδονίας

Σήμερα τη **15^η.12.2025** ημέρα **Δευτέρα** και ώρα **17:00**, συνήλθαν σε συνεδρίαση τα μέλη του Περιφερειακού Συμβουλίου της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. Η συνεδρίαση πραγματοποιήθηκε **δια ζώσης** κατά τις προβλέψεις των διατάξεων της παρ. 1 του άρθρου 167 του Ν. 3852/2010. όπως τροποποιήθηκε ισχύει, κατόπιν της υπ' αριθμ. πρωτ. **207334/09.12.2025** πρόσκλησης του Προέδρου κ. Νικόλαου Σαμαρά που κοινοποιήθηκε νόμιμα, στις **09.12.2025**, στον Περιφερειάρχη Δυτικής Μακεδονίας, στους Αντιπεριφερειάρχες καθώς και σε καθένα από τους Περιφερειακούς Συμβούλους.

Στη συνεδρίαση συμμετείχαν οι :

A.

1. Γεώργιος Αμανατίδης, Περιφερειάρχης Δυτικής Μακεδονίας
2. Λάζαρος Γκερεχτές Αναπληρωτής Περιφερειάρχης Δυτικής Μακεδονίας

B.

1. Νικόλαος Σαμαράς, Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου
2. Χρήστος Μπαρδάκας, Αντιπρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου
3. Βασιλική (Βάσω) Μαλέα, Γραμματέας του Περιφερειακού Συμβουλίου

Γ.

1. Κωνσταντίνος Βύζας, Αντιπεριφερειάρχης Π.Ε. Κοζάνης
2. Αθανάσιος Τάσκας, Αντιπεριφερειάρχης Π.Ε. Φλώρινας
3. Δημήτριος Σαββόπουλος, Αντιπεριφερειάρχης Π.Ε. Καστοριάς
4. Ιωάννης Τσακνάκης, Αντιπεριφερειάρχης Π.Ε. Γρεβενών

Δ.

1. Λύσανδρος Μεταξάς, Αντιπεριφερειάρχης, Διοίκησης, Οικονομικών και Νομικών Προσώπων
2. Πολυτίμη Φαρμάκη, Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού, Πολιτισμού και Περιβάλλοντος
3. Νικόλαος Λυσσαρίδης, Αντιπεριφερειάρχης, Επιχειρηματικότητας και Μεταφορών
4. Πασχάλης Χαρούμενος, Αντιπεριφερειάρχης Αγροτικής Ανάπτυξης
5. Αναστάσιος Ραφαηλίδης, Αντιπεριφερειάρχης Διαφάνειας, Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης και Ψηφιακού Μετασχηματισμού
6. Όλγα Πουταχίδου, Αντιπεριφερειάρχης Παιδείας και Αθλητισμού
7. Ιωάννης Κιοσές Αντιπεριφερειάρχης Πολιτικής Προστασίας Κλιματικής Αλλαγής και ΠΑΜ-ΠΣΕΑ

E.

Περιφερειακοί Σύμβουλοι

«Συμμαχία για την Ανάπτυξη»

1. Ευθαλία Ράνδου

2. Ελένη Χονδροματίδου
3. Χαρίσιος Γκοβεδάρος
4. Θεοφύλακτος Ζυμπίδης
5. Όλγα Τράσια
6. Γεώργιος Γεωργίσης
7. Ιωάννης Παναγιωτίδης

«Πορεία Δημιουργίας – Με πίστη στις ανθρώπινες αξίες»

1. Γεώργιος Κασαπίδης
2. Στέργιος Κιάνας
3. Αικατερίνη Δαδαμόγια
4. Σωτήριος Βόσδου
5. Δέσποινα Κοζατσάνη
6. Κωνσταντίνος Παλάσκας

«ΕΛΠΙΔΑ»

1. Γεωργία Ζεμπιλιάδου
2. Γεώργιος Χριστοφορίδης
3. Παρθένα (Νούλα) Τουμπουλίδου
4. Αλέξανδρος Ακριτίδης

«Λαϊκή Συσπείρωση για τη Δυτική Μακεδονία»

1. Νόντας Στολτίδης

Δε συμμετείχαν οι:

1. Αναστάσιος Φούντογλου, Αντιπεριφερειάρχης Υγείας και Κοινωνικής Συνοχής.
2. Γρηγόριος Τσιούμαρης

Για τη Γραμματειακή υποστήριξη παραβρέθηκαν οι υπάλληλοι της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, κ.Ελευθερία Μπασδέκη, κ.Ευαγγελία Καλημέρη, κ.Δημήτριος Καραθανάσης και ο κ. Γεώργιος Κουρκούτας.

Μετά τη διαπίστωση της απαρτίας (σε σύνολο 35 περιφερειακών συμβούλων παρόντες 33) ο Πρόεδρος του Περιφερειακού Συμβουλίου κήρυξε την έναρξη της συνεδρίασης.

Ο Επικεφαλής της παράταξης «Λαϊκή Συσπείρωση για τη Δυτική Μακεδονία» κ. Νόντας Στολτίδης αποχώρησε μετά τη συζήτηση του 2^{ου} ημερήσιας διάταξης θέματος.

Θέμα 05: Ημερήσιας Διάταξης

Αποτίμηση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2025 και υποβολή προς έγκριση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2026 της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας.

Ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στην Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού Πολιτισμού και Περιβάλλοντος κ.Πολυτίμη Φαρμάκη, η οποία έθεσε υπόψη του Σώματος την εισήγηση με θέμα **«Αποτίμηση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2025 και υποβολή προς έγκριση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2026 της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας»** ως κάτωθι:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ 2025

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με το Στατιστικό Δελτίο του ΣΕΤΕ μηνός Οκτωβρίου, την περίοδο Ιανουαρίου–Αυγούστου 2025, η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση αυξήθηκε κατά +4,1% και διαμορφώθηκε σε 25.921 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 24.891 χιλ. ταξιδιωτών την αντίστοιχη περίοδο του 2024. Κατά την επισκοπούμενη περίοδο, η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες της ΕΕ-27 διαμορφώθηκε σε 15.286 χιλ. ταξιδιώτες, παρουσιάζοντας αύξηση +0,2% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2024, ενώ η ταξιδιωτική κίνηση από τις λοιπές χώρες αυξήθηκε κατά +10,4% και διαμορφώθηκε σε 10.635 χιλ. ταξιδιώτες. Η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες της ζώνης του ευρώ αυξήθηκε κατά +3,8%, ενώ η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες της ΕΕ-27 εκτός της ζώνης του ευρώ μειώθηκε κατά -6,9%.

Ειδικότερα, η ταξιδιωτική κίνηση από τη Γερμανία εμφάνισε άνοδο κατά +7,8% και διαμορφώθηκε σε 3.893 χιλ. ταξιδιώτες ενώ αυτή από τη Γαλλία μειώθηκε κατά -6,3% και διαμορφώθηκε σε 1.423 χιλ. ταξιδιώτες. Άνοδο κατά +2,1% σημείωσε η ταξιδιωτική κίνηση από την Ιταλία, η οποία διαμορφώθηκε σε 1.577 χιλ. ταξιδιώτες. Αναφορικά με τις λοιπές χώρες, η ταξιδιωτική κίνηση από το Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκε κατά +4,5% και διαμορφώθηκε σε 3.277 χιλ. ταξιδιώτες, ενώ αυτή από τις Ηνωμένες Πολιτείες αυξήθηκε κατά +6,1% και διαμορφώθηκε σε 1.078 χιλ. ταξιδιώτες.

Σύμφωνα με την ανάλυση των διαθέσιμων στοιχείων του ταξιδιωτικού ισοζυγίου πληρωμών και βασικών δεικτών ανά Περιφέρεια της Τράπεζας της Ελλάδας όπως αυτά επεξεργάστηκαν από τον INSETE προκύπτουν τα παρακάτω στοιχεία για το έτος 2024:

- Το 2024 στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν συνολικά 39.355 χιλ. επισκέψεις στις 13 Περιφέρειες, σημειώνοντας αύξηση +8,9 % σε σχέση με το 2023 (36.136 χιλ.). Οι διανυκτερεύσεις διαμορφώθηκαν σε 231.038 χιλ. παρουσιάζοντας αύξηση +1,4% έναντι του 2023 (227.938 χιλ.). Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αυξήθηκαν σε 20.592 εκατ. € ή +4,3 % σε σχέση με το 2023 (19.746 εκατ. €) .
- Η δαπάνη ανά επίσκεψη ανά Περιφέρεια στις 13 Περιφέρειες της χώρας το 2024 διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο στα 523 € έναντι 546 € το 2023, παρουσιάζοντας μείωση κατά -4,2%. Η μείωση αυτή, παρά την αύξηση της μέσης δαπάνης ανά διανυκτέρευση κατά +2,9% (από 87 € σε 89 €), οφείλεται στη μείωση της μέσης διάρκειας παραμονής κατά -6,9% (από 6,3 σε 5,9 διανυκτερεύσεις).

Επισκέψεις ανά Αγορά

Στην πρώτη θέση κατάταξης των χωρών, με βάση τον αριθμό των επισκέψεων το 2024, διατηρήθηκε η Γερμανία με 5.675 χιλ. επισκέψεις (+12,9%) σε σύγκριση με το 2023. Στη δεύτερη θέση παρέμεινε το Ηνωμένο Βασίλειο με 4.691 χιλ. επισκέψεις (-3,3%). Στην τρίτη θέση παρέμεινε η Βουλγαρία με 2.965 χιλ. επισκέψεις, (+1,9%). Την τέταρτη θέση κατέλαβαν οι ΗΠΑ με 2.342 χιλ. επισκέψεις (+11,1%). Ακολούθησε η Γαλλία στην πέμπτη θέση με 2.288 χιλ. επισκέψεις

(+7,7%). Στην έκτη θέση υποχώρησε η Ιταλία με 2.249 χιλ. επισκέψεις (+5,7%). Στην έβδομη θέση ανέβηκε η Βόρεια Μακεδονία με 1.591 χιλ. επισκέψεις (+40,5%). Στην όγδοη θέση υποχώρησε η Ρουμανία με 1.439 χιλ. επισκέψεις (+0,2%). Στην ένατη θέση βρέθηκε η Πολωνία με 1.388 χιλ. επισκέψεις (+13,5%). Τη δέκατη θέση διατήρησε η Τουρκία με 1–.351 χιλ. επισκέψεις (+42,4%).

Ξενοδοχειακό Δυναμικό

Με βάση τα στοιχεία του INSETE για την εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας την περίοδο 2019–2024, προκύπτει μια σαφής τάση σταδιακής συρρίκνωσης της ξενοδοχειακής βάσης, τόσο ως προς τον αριθμό των μονάδων όσο και ως προς τις διαθέσιμες κλίνες. Ειδικότερα, καταγράφεται μείωση από 125 μονάδες και 6.466 κλίνες το 2019 σε 118 μονάδες και 5.679 κλίνες το 2024, γεγονός που αντανακλά τη διαχρονική αποδυνάμωση της ξενοδοχειακής υποδομής της Περιφέρειας. Η μείωση αυτή εντοπίζεται κυρίως στις χαμηλότερες κατηγορίες καταλυμάτων, ενώ οι μονάδες υψηλότερης κατηγορίας (4* και 5*) εμφανίζουν μεγαλύτερη ανθεκτικότητα, χωρίς ωστόσο να αντιστρέφουν τη συνολική πτωτική εικόνα. Η εξέλιξη αυτή υπογραμμίζει τη δομική αδυναμία ανανέωσης και επέκτασης του ξενοδοχειακού δυναμικού και αναδεικνύει την ανάγκη στοχευμένων παρεμβάσεων για την ενίσχυση της επενδυτικής δραστηριότητας και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος της Δυτικής Μακεδονίας, ιδίως στο πλαίσιο της μεταλιγνιτικής μετάβασης της περιοχής.

Γενικά Στατιστικά Στοιχεία για την Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας

Το Top-3 κύριων αγορών βάσει Ταξιδιωτικών Εισπράξεων για τη Δυτική Μακεδονία, με 47 εκατ. €, αποτελούν η Αλβανία (13 εκατ. €), η Γερμανία (11 εκατ. €) συνέβαλαν τα περισσότερα και η Βουλγαρία (0,2 εκατ. €).

Η δαπάνη ανά επίσκεψη διαμορφώθηκε στη Δυτική Μακεδονία που βρίσκεται στην 11^η θέση, σε 234 € μειωμένη κατά -5%, ενώ η δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανήλθε σε 60 €, αυξημένη κατά +9%.

Γενικός Δείκτης Ικανοποίησης (Global Review Index - GRI) και η Θέση της Ελλάδας

Η Ελλάδα διατήρησε σταθερά την πρώτη θέση, όλη την περίοδο, στον Γενικό Δείκτη Ικανοποίησης (GRI) των ξενοδοχείων με ποσοστό 87%, υπερτερώντας έναντι των ανταγωνιστικών χωρών κατά τη χειμερινή περίοδο 2024-2025. Η Κύπρος και η Ιταλία ακολούθησαν με 86%, ενώ η Ισπανία κατέγραψε GRI 85%. Στις χαμηλότερες θέσεις κατατάχθηκαν η Τουρκία (84%) και η Γαλλία (81%), η οποία παρέμεινε σταθερά τελευταία.

Επιδόσεις και Net Promoter Score (NPS) για τη Δυτική Μακεδονία

Στην περιφερειακή κατανομή, οι υψηλότερες βαθμολογίες GRI καταγράφηκαν σε:

- Ήπειρο (92%)
- Δυτική Μακεδονία (90%)

- Πελοπόννησο (89%)

Αντίθετα, χαμηλότερες επιδόσεις παρουσίασε:

- Δυτική Ελλάδα (83%)

Το NPS για την Ελλάδα ανήλθε σε 54, με τα ξενοδοχεία 5 αστέρων να φτάνουν στο 62. Οι υψηλότερες περιφερειακές επιδόσεις παρατηρήθηκαν στην Ήπειρο (72) και τη Δυτική Μακεδονία (68).

Η εξέλιξη της διαδικτυακής φήμης της Δυτικής Μακεδονίας με βάση τον δείκτη NSI (Net Sentiment Index)

* Greece Reputation Tracker / Period of analysis: July 1st, 2025 - September 30th, 2025.)

Η ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν από το διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, αναδεικνύει τα κύρια σημεία σχετικά με την διαδικτυακή φήμη της Ελλάδας και της Δυτικής Μακεδονίας και την αξιολόγηση της προσφερόμενης τουριστικής εμπειρίας προκύπτει:

Η αξιολόγηση της εμπειρίας

- Το επίπεδο ικανοποίησης για την Ελλάδα παρέμεινε πολύ υψηλό (9,1) και υψηλότερο από τη βαθμολογία της Ευρώπης συνολικά (8,8).
- Ο αριθμός των κριτικών αυξήθηκε σταθερά με την έναρξη της καλοκαιρινής περιόδου, φτάνοντας σχεδόν τις 188.000 κριτικές συνολικά το δεύτερο τρίμηνο.
- Τα επίπεδα ικανοποίησης παρέμειναν υψηλά σε ολόκληρη τη χώρα καθώς είναι μεγαλύτερη από 9,0 σε όλες τις Περιφέρειες.
- Ειδικότερα η κατάταξη των Περιφερειών έχει ως εξής: Δυτική Μακεδονία (9,5), Θεσσαλία (9,5), Κυκλάδες (9,3), Ιόνια Νησιά (9,3), Στερεά Ελλάδα (9,2), Δυτική Ελλάδα (9,2), Κεντρική Μακεδονία (9,2), Δωδεκάνησα (9,1), Ήπειρος (9,1), Πελοπόννησος (9,1), Αττική (9,1), Βόρειο Αιγαίο (9,1), Κρήτη (9,1), Ανατολική Μακεδονία και Θράκη (9,1).

Στα επιμέρους συστατικά της εμπειρίας στο σύνολο της χώρας έχουμε:

- Σε εθνικό επίπεδο, η γαστρονομία (9,2) λαμβάνει την υψηλότερη βαθμολογία στις αριθμητικές αξιολογήσεις και ακολουθούν η εμπειρία στη θάλασσα (9,1) και ο πολιτισμός (9,1).
- Η φιλοξενία και η ποιοτική εξυπηρέτηση αποτελούν σταθερά το κύριο θέμα στα γραπτά σχόλια των επισκεπτών σε εθνικό επίπεδο, με βαθμολογία 9,5, επιβεβαιώνοντας τη σχετική φήμη της Ελλάδας. Ακολουθούν σε φθίνουσα σειρά η σχέση ποιότητας-τιμής (8,9), η βιωσιμότητα (8,5) και η υγιεινή (8,3).

- Η φιλοξενία και το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης που παρέχουν οι εργαζόμενοι στον τουρισμό αποτελούν το σημαντικότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Γι' αυτό, η ενίσχυση της ελκυστικότητας της απασχόλησης στον τομέα θα πρέπει να είναι προτεραιότητα για τις τουριστικές επιχειρήσεις, στο πλαίσιο μιας στρατηγικής που ενδυναμώνει παράλληλα την ανταγωνιστικότητα και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά τους.

Διαφορές, δυνατά σημεία και προκλήσεις ανά Περιφέρεια:

- Γαστρονομία: Τα Ιόνια Νησιά (9,4), η Κρήτη (9,3), τα Δωδεκάνησα (9,3) και οι Κυκλάδες (9,3) κατέλαβαν τις πρώτες θέσεις στην ικανοποίηση από την γαστρονομία. Η Δυτική Μακεδονία (9,5) επίσης διακρίθηκε για τη γαστρονομία που προσφέρει, αν και με σημαντικά χαμηλότερο αριθμό κριτικών.
- Εμπειρία στη θάλασσα: Η Ήπειρος (9,7), η Αττική (9,4), οι Κυκλάδες (9,4) και τα Ιόνια Νησιά (9,2) έλαβαν τις υψηλότερες βαθμολογίες για τις εμπειρίες στην θάλασσα.
- Πολιτισμός: Η Θεσσαλία (9,5) και η Ανατολική Μακεδονία & Θράκη (9,4) κατέλαβαν την πρώτη θέση στην ικανοποίηση από τον πολιτισμό. Η Στερεά Ελλάδα (9,4) επίσης υπερέβη τον εθνικό μέσο όρο.
- Φιλοξενία: Η Δυτική Μακεδονία (10,0), η Ήπειρος (9,9), η Στερεά Ελλάδα (9,6), η Θεσσαλία (9,6), η Δυτική Ελλάδα (9,7) ξεχώρισαν για το εξαιρετικό επίπεδο της φιλοξενίας που προσφέρουν.

Βιωσιμότητα και Υγιεινή

Αξίζει να σημειωθεί ότι η βιωσιμότητα και η υγιεινή καταγράφουν τη μεγαλύτερη διακύμανση μεταξύ των Περιφερειών.

- Υγιεινή: Η Κεντρική Μακεδονία (9,2) και το Βόρειο Αιγαίο (9,2) έλαβαν βαθμολογίες υγιεινής άνω του μέσου όρου, ενώ η Ανατολική Μακεδονία & Θράκη (6,9) και η Πελοπόννησος (6,0) είχαν χαμηλότερες επιδόσεις.
- Βιωσιμότητα: Η Θεσσαλία (9,7), η Ανατολική Μακεδονία & Θράκη (9,6) και το Βόρειο Αιγαίο (9,4) πέτυχαν την υψηλότερη βαθμολογία βιωσιμότητας. Οι Κυκλάδες (7,4) και η Στερεά Ελλάδα (6,7) κατέγραψαν συγκριτικά χαμηλότερες βαθμολογίες, αντανακλώντας τις περιφερειακές διαφορές.

Η ενίσχυση του αριθμού των επιχειρήσεων με περιβαλλοντική πιστοποίηση συνιστά κρίσιμο βήμα για τη διαμόρφωση μιας πιο υπεύθυνης και βιώσιμης τουριστικής εμπειρίας σε εθνικό επίπεδο, ικανής να προσελκύσει τις νεότερες και περισσότερο ευαισθητοποιημένες γενιές ταξιδιωτών. Ιδιαίτερη σημασία έχει το ζήτημα της περιβαλλοντικής πιστοποίησης των ξενοδοχείων, καθώς η Ελλάδα συγκαταλέγεται σήμερα στις χώρες με το χαμηλότερο ποσοστό πιστοποιημένων μονάδων σε σχέση με τους βασικούς ανταγωνιστές της.

Αξιολόγηση της εμπειρίας ανά αγορά

Οι επισκέπτες από τις Ηνωμένες Πολιτείες (9,3) και το Ηνωμένο Βασίλειο (9,2) συνέχισαν να καταγράφουν την υψηλότερη ικανοποίηση, αποδίδοντας ιδιαίτερα υψηλές βαθμολογίες σε Περιφέρειες όπως η Πελοπόννησος (ΗΠΑ 9,6) και οι Κυκλάδες (Ηνωμένο Βασίλειο 9,2). Οι επισκέπτες από τη Γερμανία (8,6), την Ιταλία (8,5) και τη Γαλλία (8,4) βαθμολόγησαν την Ελλάδα συνολικά χαμηλότερα.

Η τελική διαμόρφωση της ανάλυσης θα πραγματοποιηθεί μετά την ολοκλήρωση και την επίσημη διάθεση των στατιστικών στοιχείων του ΙΝΣΕΤΕ για το 2025, που αφορούν τις Περιφέρειες της χώρας.

Συμπεράσματα

Η Δυτική Μακεδονία ενισχύει την εικόνα της ως τουριστικός προορισμός, με υψηλό επίπεδο ικανοποίησης στις βασικές διαστάσεις της εμπειρίας διαμονής, ιδιαίτερα σε τομείς όπως η καθαριότητα, η εξυπηρέτηση και η γαστρονομία. Η υψηλή ικανοποίηση των επισκεπτών από την λιγότερο τουριστικά αναπτυγμένη Περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας αναδεικνύει τις δυνατότητες που υπάρχουν για επέκταση της τουριστικής δραστηριότητας σε αυτήν αρκεί να δοθούν τα απαραίτητα κίνητρα. Ωστόσο, υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης σε ανθεκτικότερες υποδομές και σε συντήρηση εγκαταστάσεων και κάλυψη αυξημένων ενεργειακών απαιτήσεων υπογραμμίζοντας την ανάγκη κυρίως για ιδιωτικές επενδύσεις.

Ο διαρκώς μειούμενος αριθμός των ξενοδοχειακών κλινών και η απουσία νέων επενδύσεων, όσον αφορά τις ξενοδοχειακές υποδομές, αποτελεί βασικό πρόβλημα για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος της Δυτικής Μακεδονίας και καταδεικνύει την αναγκαιότητα για ενίσχυση του επενδυτικού ενδιαφέροντος.

Υπάρχουν αρκετοί λόγοι για τους οποίους η ξενοδοχειακή δραστηριότητα στη Δυτική Μακεδονία μειώνεται αντί να αναπτύσσεται όπως σε άλλες περιοχές της Ελλάδας. Ο ξενοδοχειακός τομέας στη Δυτική Μακεδονία αποτελείται κυρίως από μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, όχι μεγάλους ομίλους. Τα επιτόκια δανείων, η αβεβαιότητα της αγοράς και η έλλειψη σταθερής τουριστικής ροής δυσκολεύουν την πρόσβαση σε κεφάλαιο.

Η Δυτική Μακεδονία στερούμενη του κυρίαρχου δίπολου, ήλιος και θάλασσα, δεν έχει τη μαζική τουριστική κίνηση που προσελκύουν περιοχές όπως η Χαλκιδική, η Κρήτη ή τα νησιά. Το τουριστικό προϊόν βασίζεται κυρίως στο χειμερινό τουρισμό (χιονοδρομικά, Βίγλα, Βασιλίτσα), στο φυσιολατρικό/ορεινό τουρισμό και στον πολιτισμό, γεγονός που κάνει τους επενδυτές πιο επιφυλακτικούς.

Η μεταβατική οικονομική περίοδος μετά την απολιγνιτοποίηση που μείωσε εισοδήματα, αύξησε την αβεβαιότητα, και μείωσε την επιχειρηματική δραστηριότητα λειτουργεί αποτρεπτικά για τουριστικές επενδύσεις από τους εγχώριους επενδυτές. Παρότι η περιοχή έχει σημαντικά φυσικά & πολιτιστικά στοιχεία (Πρέσπες, Καστοριά, Νυμφαίο, Ζωολογικός Αρκτούρος, λίμνες κ.ά.), δεν διαθέτει μεγάλες θεματικές υποδομές (π.χ. μεγάλα συνεδριακά κέντρα, θεματικά πάρκα) και υψηλή διεθνή αναγνωρισιμότητα, η πρόσβαση γίνεται κυρίως οδικώς ενώ η απουσία διεθνών αεροπορικών συνδέσεων δεν διευκολύνει την πρόσβαση σε ξένες αγορές. Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω αποτελεί η μειωμένη επενδυτική ελκυστικότητα.

Η εξωστρέφεια του τουριστικού τομέα της Δυτικής Μακεδονίας αποτελεί βασικό πυλώνα του στρατηγικού σχεδιασμού, καθώς είναι το κύριο εργαλείο για την ενίσχυση της παρουσίας της Περιφέρειας στον εθνικό και διεθνή τουριστικό χάρτη. Επιπλέον, αποτελεί σημαντικό εργαλείο για τη μετάβαση σε νέο αναπτυξιακό μοντέλο, όπου ο τουρισμός διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο στη διαφοροποίηση της οικονομίας, την υποστήριξη της απασχόλησης και την ενίσχυση της επενδυτικής εμπιστοσύνης. Η εξωστρέφεια του τουριστικού τομέα της Δυτικής Μακεδονίας αποτελεί συνειδητή και συστηματική στρατηγική επιλογή της Περιφέρειας, με στόχο την ενίσχυση της διεθνούς παρουσίας και την ανάδειξη της περιοχής ως εναλλακτικού και ποιοτικού προορισμού. Στο πλαίσιο αυτό, υλοποιήθηκαν στοχευμένες δράσεις προβολής σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις και επαγγελματικά φόρουμ, ενισχύοντας τη δικτύωση με αγορές του εξωτερικού και φορείς του τουρισμού. Παράλληλα, διοργανώθηκαν και υποστηρίχθηκαν θεματικά γεγονότα με διεθνή απήχηση, όπως το Πανόραμα Βαλκανικού Κινηματογράφου και το Ευρωπαϊκό Συνέδριο Οίνου, τα οποία λειτουργούν ως ισχυρά εργαλεία πολιτιστικής και οινοτουριστικής προβολής. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην υλοποίηση fam trips και press trips με τη συμμετοχή επαγγελματιών του τουρισμού, δημοσιογράφων και opinion leaders από το εξωτερικό, συμβάλλοντας στη δημιουργία αυθεντικού περιεχομένου και στη διάχυση της εμπειρίας της Δυτικής Μακεδονίας σε διεθνή δίκτυα επικοινωνίας. Παράλληλα με τον οινοτουρισμό και την προώθηση του χειμερινού τουρισμού, αναπτύχθηκαν δράσεις σε δύο νέους στρατηγικούς άξονες, τον γαμήλιο τουρισμό και τον σχολικό τουρισμό, ενώ τέθηκαν οι βάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη το 2026, του προσβάσιμου και του προσκυνηματικού τουρισμού. Οι παρεμβάσεις αυτές συγκροτούν ένα συνεκτικό πλαίσιο εξωστρέφειας, το οποίο ενισχύει τη διεθνή αναγνωρισιμότητα της Περιφέρειας και θέτει τις βάσεις για τη σταδιακή διεύρυνση της τουριστικής ζήτησης.

ΑΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΕΤΟΥΣ 2025

Α/Α	ΔΡΑΣΗ	ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ
Δ6.α	Διενέργεια συμπληρωματικής φωτογράφισης	-	-
Δ6.β	Ολοκλήρωση αρχικής κειμενογράφησης	«ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗ ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΗΣΗ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΕΤΟΥΣ 2025»	ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ & ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ
		«ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗ ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΗΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΕΤΟΥΣ 2025»	ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ & ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ
Δ6.γ	Διενέργεια τακτικής κειμενογράφησης και αναρτήσεις στα κοινωνικά δίκτυα	«Διενέργεια Τακτικής Κειμενογράφησης και Διαχείριση Αναρτήσεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για την Τουριστική Προβολή της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας έτους 2025»	ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ & ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ
Δ6.δ	Παραγωγή Βίντεο	«Παραγωγή προωθητικού βίντεο για την τουριστική προβολή της Δυτικής Μακεδονίας»	ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ & ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ
Δ6.ε	Επικαιροποίηση και ανατύπωση υφιστάμενου, δημιουργία και παραγωγή νέου έντυπου υλικού	-	ΥΛΙΚΟ ΥΠΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
Δ6.στ	Δημιουργία χαρτών σε έντυπη και ψηφιακή μορφή & δημιουργία ψηφιακών διαδρομών	-	ΠΡΟΣ ΑΝΑΘΕΣΗ
Δ6.ζ	Παραγωγή δώρων και αντικειμένων φιλοφρονήσεων	«Προμήθεια δώρων και αντικειμένων φιλοφρονήσεων για την εκτέλεση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής - ΠΔΜ 2025»	ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ
Δ6.η	Παροχή υπηρεσιών και προμήθεια υλικών υποστήριξης δράσεων τουριστικής προβολής	Ανάθεση υλοποίησης υπηρεσίας προμήθειας προϊόντων και υλικών	ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ
		Παροχή υπηρεσιών και προμήθεια υλικών υποστήριξης δράσεων τουριστικής προβολής στο πλαίσιο εκτέλεσης του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής - ΠΔΜ 2025	ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ & ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ
Δ1.α	Πολυήμερα ταξιδιωτικά προγράμματα	Ανταποκρίθηκαν στην πρόσκληση οι τοπικές επιχειρήσεις: GREEK ADVENTURE PLIAKOS TRAVEL	ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΣΥΝΕΧΩΣ ΑΝΟΙΧΤΗ
Δ1.β	Καλεντάρι εποχιακών δραστηριοτήτων / Calendar of events	V	ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΑΡΧΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ - ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ

Δ1.γ	Ευρετήριο activity providers	V	ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΑΡΧΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ – ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ
Δ2.α	Ποιοτική αναβάθμιση παρεχομένων υπηρεσιών τουριστικών επιχειρήσεων ΠΔΜ	Γευστικά ταιριάσματα: Πρόκειται για σεμινάρια και μαθήματα γευσιγνωσίας / Ευρωπαϊκό Συνέδριο Οίνου	ΕΚΤΕΛΕΣΤΗΚΕ ΠΙΛΟΤΙΚΗ ΔΡΑΣΗ ΠΟΥ ΚΑΛΥΨΕ ΟΛΟΚΛΗΡΗ ΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΜΕ ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΑ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ – ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΝΤΥΠΟΥ & ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ
Δ2.β	Στήριξη συνεργατικών δικτυώσεων	-	-
Δ4.α	Διοργάνωση ή συνδιοργάνωση προωθητικών εκδηλώσεων	Ευρωπαϊκό Συνέδριο Οίνου Οινοπέδια των Λιμνών: Οίνος – Τόπος – Άνθρωποι	ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ
Δ7.α	Διαδικτυακή προώθηση και προβολή	Σύμβαση xionodromika.gr (2025 - 2026). Δωρεάν Προβολή σε Εθνικά και Τοπικά Μέσα για τον Οινοτουρισμό (127 μέσα), Ενδεικτικά: Έθνος, Καθημερινή, Athensvoice, ERT news, CityMag κ.α. Δωρεάν παρουσίαση Πανοράματος Βαλκανικού Κινηματογράφου Έθνος, Lifo.gr, FLIX κ.α. Δωρεάν παρουσίαση της δράσης Σχολικός Τουρισμός σε τοπικά μέσα	ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ
Δ7.β	Διαφημιστική καμπάνια στο διεθνές και ελληνικό ταξιδιωτικό κοινό	Περιοδικό Incredible Greece – Fraport Greece Official Airports Magazine (12/2025 - 06/2026) Παραγωγή κειμένων και προώθηση Φωτογραφικού Υλικού - Political	ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ
Δ7.γ	Επαφές με το travel trade (B2B) σε εκθέσεις 74.000	Έκθεση TTR 2025 - Ρουμανία Έκθεση ITB Berlin 2025 Έκθεση HOLIDAY AND SPA 2025 - Βουλγαρία Έκθεση IFTM - TOP RESA 2025 - Γαλλία Έκθεση TTG TRAVEL EXPERIENCE 2025 - Ιταλία Έκθεση WTM - Μ. Βρετανία 2025 Έκθεση PHILOXENIA - Θεσσαλονίκη2025 Έκθεση ATHENS INTERNATIONAL TOURISM EXPO - Αθήνα 2025 Η συμμετοχή στην έκθεση ITTF WARSAW/B2B - Βαρσοβία, 20-22/11/2025 ματαιώθηκε με ευθύνη του ΕΟΤ	ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ
Δ7.δ	Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης	Υλοποίηση ταξιδιών εξοικείωσης δημοσιογράφων και επαγγελματιών τουρισμού για την ανάδειξη και τουριστική προβολή της ΠΔΜ - 03.13-17 PDM.FamTrip.UK	ΑΝΑΤΕΘΗΚΕ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ

		<p>Παροχή υπηρεσιών για την υλοποίηση ταξιδιού εξοικείωσης τουριστικών πρακτόρων από την Ρουμανία - 04.26 - 30 PDM.FamTrip.Romania</p> <p>Φιλοξενία δημοσιογράφων στο πλαίσιο υλοποίηση του Ευρωπαϊκού Συνεδρίου Οίνου, Αμύνταιο Φλώρινας, 27-29 Ιουνίου 2025 FAM Trip Γάλλων Επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στην εισαγωγή και διανομή οίνου στη Γαλλική Αγορά.</p> <p>*Η Δράση Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης συνεχίζει να υλοποιείται.</p>	
Δ7.ε	Διοργάνωση ή και συμμετοχή σε workshops, road shows και άλλες εκδηλώσεις	TOURISM OPEN DAYS στη Βιέννη, 16 Οκτωβρίου 2025	ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ
Δ7.στ	Σύνταξη δελτίων τύπου		ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ
Δ7.ζ	Λοιπές ενέργειες δημοσιότητας	<p>Δωρεάν Προβολή Συνέδριο Οίνου στο Μετρό της Αθήνας</p> <p>Δωρεάν Προβολή Συνεδρίου Οίνου από την ΕΡΤ3, διάρκεια ενός μήνα- Χορηγός Επικοινωνίας</p> <p>Δωρεάν Προβολή Πανοράματος Βαλκανικού Κινηματογράφου στο Μετρό της Αθήνας</p> <p>Δωρεάν Προβολή -Τεύχος HARMONY by Tuzel, Tourism Harmony</p> <p>Δωρεάν Δημιουργία Podcast τουριστικού περιεχομένου ανά Περιφερειακή Ενότητα (συνεργασία με ΕΡΤ-Φωνή της Ελλάδος, «Μίλα μου για Ταξίδια»)</p>	<p>ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ</p> <p>ΕΚΤΕΛΕΙΤΑΙ</p>
Δ7.η	Έρευνες	Έρευνα Επισκεπτών, διάρκεια από 1/10/24 μέχρι 1/10/25 Υπό Σχεδιασμό Νέα Έρευνα	<p>ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ</p> <p>ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΥΠΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ</p>

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
2026

ΑΝΤΙΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ & ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ & ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισήγηση

1. Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2026
2. Κατανομή - Χρηματοδότηση - Εκτέλεση Προϋπολογισμού

ΕΙΣΗΓΗΣΗ

Σε συνέχεια του εγκεκριμένου Σχεδίου Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό (ΑΔΑ: ΩΥ3Θ7ΛΨ-Ξ01) και σύμφωνα με τις κατευθύνσεις του ΕΟΤ και τη σχετική νομοθεσία, εξειδικεύουμε τις δράσεις του προγράμματος τουριστικής προβολής για το έτος 2026. Κάθε δράση περιλαμβάνει αναλυτική παρουσίαση των επιμέρους ενεργειών – είτε υλοποιούνται άμεσα από την Περιφέρεια είτε μέσω αναδόχων – με σαφώς καθορισμένο χρονοδιάγραμμα, προϋπολογισμό και προσδοκώμενα αποτελέσματα.

Η Δυτική Μακεδονία διακρίνεται για την ποικιλία και την αυθεντικότητα της τουριστικής της προσφοράς. Ο προορισμός προσφέρει πολυδιάστατες εμπειρίες σε επισκέπτες διαφορετικών προφίλ, με έμφαση στην ποιότητα των υπηρεσιών και στη μοναδικότητα της εμπειρίας.

Για το 2026, ο στρατηγικός στόχος της Περιφέρειας είναι η εδραίωση της Δυτικής Μακεδονίας ως ενιαίου, δωδεκάμηνου τουριστικού προορισμού, που προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες περιηγητικού, φυσιολατρικού, αθλητικού, θρησκευτικού, πολιτιστικού και οινογαστρονομικού τουρισμού, με κύριο άξονα την προσβασιμότητα του προορισμού. Το πρόγραμμα προβολής περιλαμβάνει ολοκληρωμένες δράσεις αυτεπιστασίας και συνεργασίες με αναδόχους, σύμφωνα με το εγκεκριμένο Σχέδιο Μάρκετινγκ και τις κατευθύνσεις του ΕΟΤ, λαμβάνοντας υπόψη την αποτελεσματικότητα και την εμπειρία των ενεργειών των προηγούμενων ετών, τις διεθνείς τάσεις στον τουρισμό και τις τρέχουσες πολιτικοοικονομικές συνθήκες που επηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία. Παράλληλα έχει ως προτεραιότητα την παρουσία της Περιφέρειας στις κυριότερες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις με βάση τα αποτελέσματα του 2025 και σε αγορές στόχους με δράσεις προβολής και προώθησης σε συνεργασία με τον ΕΟΤ. Ειδικότερα, η προβολή-διαφήμιση με κάθε ενδεδειγμένο τρόπο και μέσο, σε συνεργασία με επαγγελματίες, (δημοσιογράφους, bloggers κ.λ.π), φορείς και κοινό αποτελεί βασικό εργαλείο marketing, το οποίο ενισχύεται στο πρόγραμμα τουριστικής προβολής.

Οι οικονομικές και γεωπολιτικές αβεβαιότητες σε χώρες-στόχους επηρεάζουν τη ζήτηση, καθώς οι ταξιδιώτες επιδεικνύουν αυξημένη ευαισθησία στη σχέση ποιότητας – τιμής και στρέφονται συχνά σε εγγύτερους προορισμούς. Ο ανταγωνισμός από αναδυόμενους προορισμούς, το αυξημένο κόστος μεταφορών και διαμονής, καθώς και οι σύγχρονες απαιτήσεις για αειφόρο τουριστική ανάπτυξη αποτελούν κρίσιμους παράγοντες που διαμορφώνουν τις τουριστικές ροές προς τη Δυτική Μακεδονία. Υπό αυτές τις συνθήκες, η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της Περιφέρειας μέσα από στοχευμένες δράσεις ανάπτυξης, προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος παραμένει καθοριστικός άξονας της στρατηγικής μας, με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών από τόσο παραδοσιακές όσο και νέες αγορές.

Στρατηγικοί Στόχοι Μάρκετινγκ

1. Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της Δυτικής Μακεδονίας με προώθηση του Branding και της πρόθεσης για επίσκεψη.
2. Αύξηση της μέσης διάρκειας διαμονής των επισκεπτών.
3. Ποιοτική αναβάθμιση και εμπλουτισμός του χαρτοφυλακίου τουριστικών προϊόντων της Περιφέρειας.

Βασικοί Άξονες του Σχεδίου Μάρκετινγκ

- Διαδικτυακή προώθηση και προβολή
- Συνεργασίες με μέσα ενημέρωσης και influencers
- Επαφές με travel trade / B2B κοινό
- Διαδικτυακή και συμβατική διαφήμιση

Πιο αναλυτικά, προβλέπονται:

- Καταχωρήσεις σε έντυπα υψηλής κυκλοφορίας (εγχώρια και διεθνή)
- Προβολή σε περιοδικά αεροπορικών εταιρειών, αεροδρομίων και πλοίων
- Διαφημίσεις σε διαδικτυακούς χώρους υψηλής επισκεψιμότητας, με banners που θα οδηγούν στην νέα τουριστική ιστοσελίδα
- Προβολή διαφημιστικών spot σε μέσα μαζικής μεταφοράς (π.χ. αεροσκάφη)
- Τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές διαφημίσεις
- Καταχωρήσεις σε μηχανές αναζήτησης
- Προβολή σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης και λοιπές διαφημιστικές ενέργειες

Για την υλοποίηση απαιτούνται (ενδεικτικά):

1. Σχεδιασμός και παραγωγή δημιουργικού (τηλεοπτικές – ραδιοφωνικές διαφημίσεις, μεταγλώττιση σε ξένες γλώσσες).
2. Υλοποίηση κινηματογραφικών – τηλεοπτικών παραγωγών.
3. Αγορά τηλεοπτικού χρόνου σε εγχώρια και διεθνή δίκτυα.
4. Αγορά ραδιοφωνικού χρόνου.

5. Αμοιβή ιστοσελίδων και πλατφορμών για φιλοξενία διαφημιστικού υλικού.

Επικοινωνιακό Positioning

Στόχος είναι η ανάδειξη της Δυτικής Μακεδονίας ως ιδανικού, σύγχρονου και ασφαλούς slow tourism προορισμού, που προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες θεματικού τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Αγορές – Κοινά – Στόχοι

Η Δυτική Μακεδονία προβάλλεται ως χαρτοφυλάκιο διακριτών ταξιδιωτικών εμπειριών, οργανωμένο σε:

- Θεματικό χαρτοφυλάκιο (φύση, περιπέτεια, πολιτισμός, γαστρονομία κ.ά.)
- Γεωγραφικό χαρτοφυλάκιο (επιμέρους προορισμοί της Περιφέρειας)

Η προβολή εστιάζει σε συγκεκριμένες τοποθεσίες και δραστηριότητες που ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις των επισκεπτών.

Προτεινόμενες Ταξιδιωτικές Εμπειρίες

- Ήπια εξερεύνηση της φύσης
- Περιπέτεια και άθληση στη φύση
- Χειμερινός τουρισμός
- Πολιτιστικές περιηγήσεις
- City breaks
- Οινογαστρονομικές εμπειρίες
- Συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις

Προφίλ Ταξιδιωτών

- Φυσιολάτρες κάθε ηλικίας
- Επισκέπτες που αναζητούν ενεργητικές εμπειρίες

- Οικογένειες με παιδιά
- Ταξιδιώτες με ενδιαφέρον για πολιτισμό, ιστορία και γαστρονομία

Αγορές–Στόχοι κατά χώρα

- **Ελλάδα:** κάτοικοι μεγάλων πόλεων με εύκολη οδική πρόσβαση
- **Βαλκάνια:** Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία, Κροατία, Σλοβενία, Αλβανία, Β. Μακεδονία
- **Ευρώπη:** Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Ελβετία, Αυστρία, Γαλλία, Ιταλία, Κάτω Χώρες, Πολωνία
- **NA Μεσόγειος:** Ισραήλ, Κύπρος, Τουρκία
- **Long haul:** ΗΠΑ, Καναδάς

Προγραμματισμένες Δράσεις Προβολής

Το πρόγραμμα επικεντρώνεται στην εδραίωση της Δυτικής Μακεδονίας ως ενιαίου προορισμού, με δράσεις που συνδυάζουν βιωσιμότητα και καινοτόμο μάρκετινγκ:

- Συμμετοχή σε κορυφαίες διεθνείς και εγχώριες τουριστικές εκθέσεις
- Οργάνωση workshops και B2B συναντήσεων
- Ψηφιακές εκστρατείες, συνεργασίες με influencers και στοχευμένα διαφημιστικά δίκτυα
- Δημιουργία και διάθεση θεματικών ψηφιακών οδηγών, βίντεο και λοιπού οπτικού υλικού
- Ανάδειξη θεματικών διαδρομών, τοπικών προϊόντων και πολιτιστικών εκδηλώσεων
- Υλοποίηση στρατηγικής marketing με μετρήσιμους δείκτες απόδοσης και συνεχή παρακολούθηση.

Η στρατηγική προσαρμόζεται στις τάσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς, ενσωματώνει τα δεδομένα προηγούμενων ετών και συνάδει πλήρως με την εθνική στρατηγική προώθησης και προβολής. Με συνεχή αξιολόγηση των δράσεων, η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας στοχεύει στη δημιουργία μίας αναγνωρίσιμης, βιώσιμης και πολυδιάστατης τουριστικής ταυτότητας που ενισχύει το τουριστικό προϊόν της περιοχής και προσφέρει ποιοτικές εμπειρίες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2026

Έχοντας υπόψη:

1. το ν.3852/2010 «Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα ΚΑΛΛΙΚΡΑΤΗΣ»
2. το ν. 4555/2018 (ΦΕΚ Α' 133/19.07.2018) «Μεταρρύθμιση του θεσμικού πλαισίου της Τοπικής Αυτοδιοίκησης Εμβάθυνση της Δημοκρατίας Ενίσχυση της Συμμετοχής Βελτίωση της οικονομικής και αναπτυξιακής λειτουργίας των Ο.Τ.Α. [Πρόγραμμα «ΚΛΕΙΣΘΕΝΗΣ Ι»]»
3. τον Οργανισμό Εσωτερικής Υπηρεσίας της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (ΦΕΚ 563B/11.02.2022) όπως τροποποιήθηκε και ισχύει
4. το Ν.2362/1995 (ΦΕΚ 247Α) «Περί Δημοσίου Λογιστικού, ελέγχου των δαπανών του κράτους και άλλες διατάξεις», όπως αντικαταστάθηκε και ισχύει με το Ν.4270/2014 (ΦΕΚ 143Α) «Αρχές δημοσιονομικής διαχείρισης και εποπτείας (ενσωμάτωση της Οδηγίας 2011/85/ΕΕ) - δημόσιο λογιστικό και άλλες διατάξεις»
5. το Ν.3498/2006 (ΦΕΚ 230Α) «Περί προγραμμάτων Τουριστικής Προβολής των φορέων του Δημοσίου Τομέα», όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 46 του Ν.4276/2014 «Απλούστευση διαδικασιών λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών υποδομών, ειδικές μορφές τουρισμού και άλλες διατάξεις»
6. το Π.Δ.80/2016 (ΦΕΚ 145Α) «Ανάληψη υποχρεώσεων από τους Διατάκτες», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει
7. το Ν.4071/2012 (ΦΕΚ 85Α) «Ρυθμίσεις για την τοπική αυτοδιοίκηση και την Αποκεντρωμένη διοίκηση, ενσωμάτωση οδηγίας 2009/50/ΕΚ», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει
8. το Ν. 4412/2016 (ΦΕΚ 147Α) «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών» (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ) όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει
9. το Ν.4782/2021 (ΦΕΚ 36Α) «Εκσυγχρονισμός, απλοποίηση και αναμόρφωση του ρυθμιστικού πλαισίου των δημοσίων συμβάσεων, ειδικότερες ρυθμίσεις προμηθειών στους τομείς της άμυνας και της ασφάλειας και άλλες διατάξεις για την ανάπτυξη, τις υποδομές και την υγεία»
10. το Ν.5045/2023 (ΦΕΚ 136Α) «Ενίσχυση του εισοδήματος των μισθωτών, των νέων, της οικογένειας και της εργασίας – Συνταξιοδοτικές ρυθμίσεις και άλλες επείγουσες διατάξεις»
11. το υπ' αριθ. 16996/31.07.2014 (με αρ. πρωτ. Κ.Ε.Δ.Ε. 1793/12.08.2014) έγγραφο του Τμήματος Τουριστικής Πολιτικής του Υπουργείου Τουρισμού, σύμφωνα με το οποίο τα αιτήματα περί παροχής σύμφωνης γνώμης για διαφημιστικά προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των φορέων του δημοσίου, θα πρέπει να απευθύνονται στον Ε.Ο.Τ.
12. την εγκύκλιο με αριθμ. 16536/28.12.2018 του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού στην οποία καθορίζονται οι γενικές κατευθύνσεις που πρέπει να ακολουθήσουν οι φορείς του δημοσίου, προκειμένου να έχουν την σύμφωνη γνώμη αυτού, σε προγράμματα δράσεων τουριστικής προβολής τους, υποβάλλοντας ετησίως σχέδιο – πρόταση, εντός του τελευταίου τριμήνου κάθε έτους
13. την με αριθμ. πρωτ. 13355/23.12.2022 Εγκύκλιο του ΕΟΤ, όπου περιλαμβάνονται συμπληρωματικές και αναλυτικές κατευθύνσεις τόσο για τη διαδικασία έγκρισης των προγραμμάτων τουριστικής προβολής των ΟΤΑ Α' και Β' Βαθμού όσο και για το συντονισμό στη στρατηγική επικοινωνίας μεταξύ του Ε.Ο.Τ. και των ως άνω φορέων
14. τη με αριθμ. πρωτ. 4336/10.04.2023 Εγκύκλιο του ΕΟΤ, με την οποία καθορίζεται η Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, 2023-2024
15. το Σχέδιο Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (ΣΟΤΑ-ΠΑΜ, 2018)

16. το Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (12/2021)
17. την με αριθμό 482/22 (ΑΔΑ:ΩΥ3Θ7ΛΨ-ΞΟΙ) απόφαση της Οικονομικής Επιτροπής ΠΔΜ για αποδοχή της δωρεάς του Διαζώματος με αντικείμενο το «Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας» (12/2021)
18. το με Α. Π.: οικ. 175607/21.10.2025 έγγραφο του Τμήματος Τουρισμού & Πολιτισμού προς τους εμπλεκόμενους φορείς με θέμα «Κατάθεση προτάσεων για το Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας έτους 2026» και τις σχετικές απαντήσεις

Εύρος και θεματολογία των δράσεων του Σχεδίου Μάρκετινγκ

Ανάπτυξη προϊόντων	Προβολή και προώθηση
<p>Δ1. Προτεινόμενες εμπειρίες</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πολυήμερα ταξιδιωτικά προγράμματα • Καλεντάρι εποχιακών δραστηριοτήτων • Ευρετήριο activity providers <p>Δ2. Στήριξη επιχειρηματικότητας</p> <ul style="list-style-type: none"> • Προγράμματα κατάρτισης επιχειρηματιών και εργαζόμενων <p>Δ3. Προσβασιμότητα</p> <ul style="list-style-type: none"> • Προσβασιμότητα ως Κεντρικό Στοιχείο του Brand της Δυτικής Μακεδονίας <p>Δ4. Εκδηλώσεις</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διοργάνωση ή συνδιοργάνωση προωθητικών εκδηλώσεων 	<p>Δ6. Παραγωγή Περιεχομένου (content), ιστοσελίδας και εντύπων</p> <ul style="list-style-type: none"> • Συμπληρωματική φωτογράφιση • Συμπληρωματική κειμενογράφηση • Βίντεο • Παραγωγή εντύπων & χαρτών • Παραγωγή δώρων και αντικειμένων φιλοφρονήσεων • Προμήθεια υλικών για την υποστήριξη των δράσεων προβολής • Διαχείριση ιστοσελίδας και Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης <p>Δ7. Επαναλαμβανόμενες ενέργειες μάρκετινγκ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διαδικτυακή προώθηση και προβολή • Συνεργασία με μέσα ενημέρωσης και influencers • Επαφές με το travel trade (B2B) • Διαδικτυακή και συμβατική διαφήμιση • Workshops, road shows και άλλες εκδηλώσεις

Δ1. Προτεινόμενες εμπειρίες

Δ1.α	Πολυήμερα ταξιδιωτικά προγράμματα
Περιγραφή	<p>Δημιουργία μιας συλλογής προτάσεων για πολυήμερα ταξιδιωτικά προγράμματα 4 έως 7 ημερών που θα καλύπτουν:</p> <ul style="list-style-type: none"> • όλες τις περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας • όλες τις εποχές του έτους • διαφορετικούς τύπους ταξιδιωτών όπως λ.χ. οικογένειες με παιδιά, ζευγάρια, παρέες, σχολικά γκρουπ, ΑΜΕΑ κοκ • διαφορετικά θέματα και ενδιαφέροντα (βλ. σχετικά το Θεματικό Χαρτοφυλάκιο Τουριστικών Προϊόντων στο Κεφάλαιο 2.1.3) <p>Ανάρτηση των προτεινόμενων προγραμμάτων στην ιστοσελίδα (με σχετικό ευρετήριο βάσει κριτηρίων) και αξιοποίησή τους για αναρτήσεις στα κοινωνικά δίκτυα</p>
Υλοποίηση	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	02 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	0,00 €

Δ1.β	Καλεντάρι εποχιακών δραστηριοτήτων / Calendar of events
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Λειτουργία του ηλεκτρονικού ημερολογίου με καταχώρηση των αποτελεσμάτων της ενδεδειγμένης έρευνας, καταγραφής και τεκμηρίωσης των δράσεων τουρισμού, πολιτισμού και αθλητισμού που διαθέτει η Περιφέρεια • Καταχώρηση κάθε νέας πληροφορίας στο ηλεκτρονικό ώστε αυτό να τροφοδοτήσει με ταξιδιωτικά θέματα και προτάσεις την ιστοσελίδα, τα κοινωνικά δίκτυα, τα δελτία τύπου κ.λπ.
Υλοποίηση	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού / Συνεργασία με Δήμους και φορείς
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	12 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	0,00 €

Δ1.γ	Ευρετήριο activity providers
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία ενός ευρετηρίου activity providers στην τουριστική ιστοσελίδα της Περιφέρειας με τις κατάλληλες λέξεις-κλειδιά (tags) για εύκολη αναζήτηση • Ανοιχτή πρόσκληση για την καταχώρηση όλων των παρόχων τουριστικών δραστηριοτήτων που δραστηριοποιούνται στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας σε μια βάση δεδομένων

Υλοποίηση	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού / ΑΝΚΟ Α.Ε. Δυτικής Μακεδονίας
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	3 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	0,00 €

Δ2. Στήριξη επιχειρηματικότητας

Δ2.α Πρόγραμμα κατάρτισης «Ακαδημία Τουρισμού και Φιλοξενίας»	
Περιγραφή	<p>Ποιοτική αναβάθμιση παρεχομένων υπηρεσιών τουριστικών επιχειρήσεων ΠΔΜ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διενέργεια εντατικών σεμιναρίων επαγγελματικής κατάρτισης τουλάχιστον στους κλάδους των activity providers, των τουριστικών καταλυμάτων και της εστίασης σε συνεργασία με τους συλλογικούς τους φορείς • Σεμινάρια με αυστηρά πρακτικό και όχι θεωρητικό περιεχόμενο από έμπειρους επαγγελματίες • Σεμινάρια κατάλληλα για επιχειρηματίες, αυτοαπασχολούμενους επαγγελματίες και εργαζομένους
Υλοποίηση	<ul style="list-style-type: none"> • Συντονιστής το Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού - Εκπαιδευτές (εξωτερικοί συνεργάτες) • Ανάδοχος
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	12 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	Έως 30.000,00€

Δ3. Προσβασιμότητα

Δ3.α	Προσβασιμότητα ως Κεντρικό Στοιχείο του Brand της Δυτικής Μακεδονίας
Περιγραφή	<p>Η εξασφάλιση προσβασιμότητας σε όσο το δυνατόν περισσότερα σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος – από πολιτιστικά μνημεία και οινοποιεία έως φυσικές διαδρομές, λίμνες και αστικές περιοχές – αποτελεί κρίσιμο πυλώνα της τουριστικής στρατηγικής της Δυτικής Μακεδονίας. Η Περιφέρεια στοχεύει στη δημιουργία ενός πραγματικά συμπεριληπτικού προορισμού, με ειδική μέριμνα για άτομα με αναπηρία (ΑμεΑ), άτομα τρίτης ηλικίας και όλες τις ομάδες με αυξημένες ανάγκες κινητικότητας ή πρόσβασης.</p> <p>Για τον λόγο αυτό προωθούνται:</p> <ul style="list-style-type: none"> • παρεμβάσεις που εξασφαλίζουν προσβάσιμες διαδρομές, είσοδοι, σήμανση και βασικές υποδομές • ψηφιακά εργαλεία πληροφόρησης με κριτήρια προσβασιμότητας • προσαρμοσμένες εμπειρίες σε οινοτουριστικές, πολιτιστικές και φυσιολατρικές διαδρομές. <p>Η Δυτική Μακεδονία ενισχύει ουσιαστικά το accessible tourism ως δομικό στοιχείο του brand της, δημιουργώντας έναν προορισμό που δεν είναι μόνο ελκυστικός και βιώσιμος, αλλά και βαθιά ανθρωπίνος και</p>

ανοιχτός σε όλους. Με τη δημιουργία φιλόξενου περιβάλλοντος και εφαρμογές που παρέχουν εύκολη πρόσβαση σε ζωτικής σημασίας πληροφορίες σχετικά με τον προορισμό. Στόχος η ενίσχυση της προσβασιμότητας για όλους, συμπεριλαμβανομένων των τυφλών, κωφών και βαρήκων ατόμων, εξασφαλίζοντας ότι μπορούν να περιηγηθούν απρόσκοπτα στην περιοχή. Εξασφαλίζεται ισότιμη πρόσβαση σε πληροφορίες για κάθε χρήστη στα ελληνικά και στα αγγλικά, σχετικά με υπηρεσίες, ωράρια λειτουργίας, μέσα μεταφοράς, τουριστικά αξιοθέατα, χρήσιμα τηλέφωνα και διευθύνσεις, όλα άμεσα διαθέσιμα στα χέρια των χρηστών. Επίσης οι χρήστες μπορούν εύκολα να εντοπίζουν και να έχουν πρόσβαση σε λεπτομέρειες σχετικά με τις εγκαταστάσεις υγειονομικής περίθαλψης, συμπεριλαμβανομένων νοσοκομείων, κλινικών και φαρμακείων αλλά και να λαμβάνουν ολοκληρωμένες πληροφορίες σχετικά με τις επιλογές δημόσιων συγκοινωνιών, όπως δρομολόγια λεωφορείων, και τις υπηρεσίες ταξί ώστε να προγραμματίζουν αποτελεσματικά τις μετακινήσεις τους.

Υλοποίηση

- Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας - Τμήμα Τουρισμού
- Ανάδοχος

Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης

Έως 4 μήνες από την ανάθεση

Ενδεικτικό κόστος

Έως 37.000,00€

Δ6. Παραγωγή Περιεχομένου (content), ιστοσελίδας και εντύπων

Δ6.α

Διενέργεια συμπληρωματικής φωτογράφισης

Για τις μεγάλες ανάγκες της ΠΔΜ σε φωτογραφικό υλικό καθ' όλη την περίοδο υλοποίησης της τουριστικής προβολής, έχει προβλεφθεί κονδύλι για τη διενέργεια φωτογράφισης για πιο εστιασμένη πλέον θεματολογία με στόχο την προϊοντική ανάπτυξη περιεχομένου. Ενδεικτικά για:

Περιγραφή

- γαστρονομικό και οινικό τουρισμό
- αθλητικό τουρισμό
- τουρισμό τρίτης ηλικίας
- ιππικό τουρισμό
- βιομηχανικό τουρισμό
- συνεδριακό τουρισμό
- παρουσίαση τουριστικών επαγγελματιών, εκδηλώσεων, λοιπών δράσεων προβολής - προώθησης και άλλων θεμάτων της επικαιρότητας

Υλοποίηση

- Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού
- Ανάδοχος

Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης

12 μήνες

Ενδεικτικό κόστος Έως 10.000,00€ ως αμοιβή για την παραγωγή φωτογραφικού υλικού

Δ6.γ	Παραγωγή βίντεο
Περιγραφή	Παραγωγή προωθητικών βίντεο σε κανονική (σύντομη, έως 120 δευτερόλεπτα) και σε μακρά διάρκεια που θα αφηγούνται τις εμπειρίες που θα αποκομίσουν όσοι επισκεφτούν τη Δυτική Μακεδονία. Θα παρουσιάζονται οι προσφερόμενες τουριστικές εμπειρίες της Δυτικής Μακεδονίας (βλ. το χαρτοφυλάκιο στο Κεφάλαιο 2.1.3) και το νέο τουριστικό αφήγημα (βλ. Κεφάλαιο 2.1.4). Εντούτοις, τα βίντεο θα γυριστούν με τους όρους αυτού του μέσου με σκοπό να κεντρίσει το ενδιαφέρον των αγορών προτεραιότητας να επισκεφτούν την περιοχή.
Υλοποίηση	<ul style="list-style-type: none"> Σεναριογράφος (εξωτερικός συνεργάτης) / Εταιρεία παραγωγής
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	Έως 4 μήνες αναλόγως της περιόδου έναρξης των γυρισμάτων
Ενδεικτικό κόστος	Έως 37.000,00€

Δ6.ε	Επικαιροποίηση και ανατύπωση υφιστάμενου, δημιουργία και παραγωγή νέου έντυπου υλικού
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> Επικαιροποίηση και ανατύπωση συνοπτικού τουριστικού οδηγού για την κάλυψη άμεσων αναγκών προβολής Δημιουργία και παραγωγή θεματικών και γεωγραφικών προωθητικών εντύπων για την στοχευμένη προβολή και προώθηση των σημαντικότερων επιμέρους τουριστικών προϊόντων της Δυτικής Μακεδονίας
Υλοποίηση	<ul style="list-style-type: none"> Ανάδοχος δημιουργίας και εκτύπωσης
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	8 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	Έως 15.000,00€

Δ6.ζ	Παραγωγή δώρων και αντικειμένων φιλοφρονήσεων
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> Η δράση αυτή περιλαμβάνει τον σχεδιασμό, την παραγωγή και την προμήθεια ειδικών, θεματικών αναμνηστικών δώρων που θα προσφέρονται συμβολικά στις εκθέσεις τουρισμού που συμμετέχει η Περιφέρεια, σε αντιπροσωπείες του εξωτερικού που επισκέπτονται τη Δυτική Μακεδονία, ώστε να προωθηθεί η εικόνα του προορισμού Όλα τα αντικείμενα θα πρέπει να είναι φτιαγμένα με ανακυκλώσιμα και φιλικά προς το περιβάλλον υλικά <p>Ενδεικτική αναφορά:</p> <ul style="list-style-type: none"> ημερολόγια / σημειωματάρια μπλούζες (T-shirt) usb sticks

Υλοποίηση	<ul style="list-style-type: none"> • τσάντες υφασμάτινες • κούπες • ντοσιέ • στυλό • καρφίτσες
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	12 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	Έως 20.000,00 €
	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάδοχος παραγωγής και προμήθειας

Δ6.η	Αγορά προϊόντων, υλικών και λοιπών υποστηρικτικών υπηρεσιών προώθησης
Περιγραφή	<p>Για την κάλυψη των αναγκών υποστήριξης των δράσεων προβολής και προώθησης που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα τουριστικής προβολής για το έτος 2025 απαιτείται η προμήθεια τοπικών προϊόντων, υλικών και υποστηρικτικών υπηρεσιών ανάλογα με τις ιδιαίτερες απαιτήσεις κάθε δράσεις. Ενδεικτικά:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τρόφιμα και ποτά (αλκοολούχα και μη) • Αναλώσιμα και είδη υγιεινής και ασφάλειας • Υπηρεσίες κέτερινγκ ή και ενοικίαση εξοπλισμού • Υπηρεσίες υποστήριξης εκδηλώσεων με διάθεση αναγκαίου κάθε φορά προσωπικού • Ενοικίαση χώρων διενέργειας δράσεων προβολής
Υλοποίηση	<ul style="list-style-type: none"> • Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας - Τμήμα Τουρισμού • Ανάδοχος
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	12 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	Έως 15.000 €

Δ6.θ	Διαχείριση και εμπλουτισμός ιστοσελίδας, Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και Δημιουργία Εφαρμογών
Περιγραφή	<p>Η ιστοσελίδα www.visitwestmacedonia.gr της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας αποτελεί βασικό μέσο διάθεσης πληροφοριών για τον προορισμό. Η λειτουργία της ενισχύει το τουριστικό προϊόν μας και συντελεί στην ανάπτυξη και προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Απαραίτητη θεωρείται η προμήθεια ειδικού λογισμικού αναγκαίου για την λειτουργία του ηλεκτρονικού εξοπλισμού. Μέσω αυτού θα καθίσταται εφικτή η άρτια παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος της Δυτικής Μακεδονίας σε μορφή ebook και σε διάφορες γλώσσες, προσφέροντας στον δυνητικό επισκέπτη τη δυνατότητα να αντλήσει πλούσιο και εξειδικευμένο περιεχόμενο με σύγχρονο και εύληπτο τρόπο.

- Με το διαδίκτυο και τις σχετικές τεχνολογίες να αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητας, ο τουριστικός τομέας οφείλει να προσανατολίζεται προς τη διαχείριση, προώθηση και ανάπτυξη των social media, στη δημιουργία καινοτόμων εφαρμογών για smartphones, tablets, κλπ, καθώς και σε τομείς όπως σε συστήματα διαχείρισης προορισμού, προσβασιμότητα ΑμΕΑ και άλλες συναφείς λειτουργίες.
- Στη δράση αυτή εντάσσεται η συντήρηση, η ενημέρωση, η επικαιροποίηση, η κάλυψη εξόδων διαχείρισης, συνδρομής και φιλοξενίας (hosting) της τουριστικής ιστοσελίδας της Περιφέρειας www.visitwestmacedonia.gr.
- Περιλαμβάνεται επίσης η δημιουργία εφαρμογής chatbot με χρήση AI για online συνομιλία με τους χρήστες του τουριστικού site ώστε να λειτουργεί ως customer service.

Προβλέπονται ακόμη:

- Η προμήθεια software και εφαρμογών καινοτόμων τεχνολογιών όταν κριθεί αναγκαίο.
- Η διαχείριση, και περαιτέρω ανάπτυξη των τουριστικών καναλιών κοινωνικής δικτύωσης (social media) της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας καθώς και η δημιουργία νέων – καινοτόμων εφαρμογών με στόχο τον εμπλουτισμό του περιεχομένου προβολής της Δυτικής Μακεδονίας.

Υλοποίηση

- Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας - Τμήμα Τουρισμού
- Ανάδοχος

Ενδεικτικός
χρόνος υλοποίησης

12 μήνες

Ενδεικτικό κόστος

Έως 50.000,00€

Δ7. Επαναλαμβανόμενες ενέργειες μάρκετινγκ

Η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας υλοποιεί ένα ολοκληρωμένο και σταθερό σύστημα ενεργειών μάρκετινγκ, αξιοποιώντας συνδυαστικά ψηφιακά και παραδοσιακά μέσα με στόχο την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας και τη συστηματική προώθηση του τουριστικού προϊόντος σε εγχώριες και διεθνείς αγορές. Τα ψηφιακά μέσα και τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν τον βασικό άξονα της επικοινωνιακής στρατηγικής, διασφαλίζοντας στοχευμένη και μετρήσιμη προσέγγιση των αγορών-στόχων.

Παράλληλα, η χρήση τηλεόρασης, ραδιοφώνου και εντύπων ενισχύει τη συνολική επικοινωνιακή παρουσία και συμβάλλει στην προβολή του περιφερειακού brand.

Η συμμετοχή της Περιφέρειας σε θεσμικούς τουριστικούς διαγωνισμούς, καθώς και η παρουσία της σε κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές υψηλής απήχησης, λειτουργούν ως καίρια εργαλεία στρατηγικής προβολής. Μέσω αυτών αναδεικνύεται ο φυσικός και πολιτισμικός πλούτος της περιοχής, ενισχύεται η εξωστρέφεια και δημιουργούνται πρόσθετα κίνητρα τουριστικής ζήτησης.

Η παρουσία της Περιφέρειας σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις βασίζεται:

- στην αναλυτική αξιολόγηση του περιφερειακού χαρτοφυλακίου
- στην επιχειρησιακή ετοιμότητα των επιμέρους προορισμών ως προς την ποιότητα και ωριμότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών
- στις επιλογές του ΕΟΤ που επηρεάζουν σημαντικά τον οικονομικό προγραμματισμό των Περιφερειών

Βασικά Μέσα και Κανάλια Προβολής

- Καταχωρήσεις σε έντυπα και εξειδικευμένα τουριστικά μέσα υψηλής κυκλοφορίας
- Προβολή σε διαδικτυακές πλατφόρμες μεγάλης επισκεψιμότητας με σύνδεση προς το www.visitwestmacedonia.gr
- Διαφημιστικά spot σε τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά δίκτυα, καθώς και σε μέσα μαζικής μεταφοράς

- Στοχευμένες ψηφιακές καμπάνιες σε μηχανές αναζήτησης και μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Απαραίτητες Ενέργειες για την Υλοποίηση

Για την αποτελεσματική εφαρμογή του προγράμματος μάρκετινγκ απαιτούνται:

- Παραγωγή ολοκληρωμένου δημιουργικού υλικού
- Αγορά τηλεοπτικού και ραδιοφωνικού χρόνου σε εγχώρια και διεθνή μέσα
- Συνεργασία με ψηφιακές πλατφόρμες και σχετικούς φορείς διαφήμισης
- Καθορισμός λέξεων-κλειδιών, αγορών και κοινών-στόχων σε συνεργασία με τους αναδόχους, σύμφωνα με τα επικαιροποιημένα δεδομένα και τις βέλτιστες πρακτικές ψηφιακού μάρκετινγκ

Η σταθερή εφαρμογή των παραπάνω ενεργειών διασφαλίζει τη συνέπεια και την αποτελεσματικότητα της επικοινωνιακής παρουσίας της Περιφέρειας, ενισχύοντας το συνολικό τουριστικό brand της Δυτικής Μακεδονίας.

Στρατηγική Προστιθέμενη Αξία

- Σταθερή ψηφιακή παρουσία και συνεκτικό brand storytelling
- Στοχευμένη και αποδοτική διαφήμιση σε αγορές με υψηλό δυναμικό
- Ομοιόμορφο δημιουργικό αφήγημα για όλο το έτος
- Μετρήσιμα αποτελέσματα (KPIs: reach, engagement, traffic, conversions)
- Συνεργασία με αναδόχους υψηλής εξειδίκευσης και πλήρης ευθυγράμμιση με τις υπόλοιπες δράσεις προβολής της Περιφέρειας.

Δ7.α	Διαδικτυακή προώθηση και προβολή
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Καμπάνια με Facebook ads και προώθηση επιλεγμένων αναρτήσεων στα: Facebook, Instagram, TikTok & YouTube οι οποίες θα καλύψουν τη θεματολογία που προδιαγράφεται μέσα από το νέο τουριστικό αφήγημα της Δυτικής Μακεδονίας • Ενέργειες που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο άλλων δράσεων
Υλοποίηση	<ul style="list-style-type: none"> • Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού • Ανάδοχος
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	12 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	Έως 70.000,00 €

Δ7.β	Διαφημιστική καμπάνια στο διεθνές και ελληνικό ταξιδιωτικό κοινό
Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Διενέργεια διαδικτυακής και συμβατικής διαφήμισης για την ενεργοποίηση του ταξιδιωτικού κοινού καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Ενιαίος ετήσιος προγραμματισμός και για τις τέσσερις εποχές τουλάχιστον για το δημιουργικό • Το δημιουργικό θα καλύψει τόσο τα διαφημιστικά μηνύματα και τις καταχωρήσεις όσο και τις landing pages στην τουριστική ιστοσελίδα της Περιφέρειας
Υλοποίηση	<ul style="list-style-type: none"> • Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού • Ανάδοχος

Ενδεικτικός
χρόνος υλοποίησης
Ενδεικτικό κόστος

12 μήνες

Έως 70.000,00€

Δ7.γ

Επαφές με το travel trade (B2B) σε εκθέσεις

Συμμετοχή Περιφέρειας με περίπτερο ή άλλο πρόσφορο τρόπο σε επιλεγμένες τουριστικές εκθέσεις είτε ως συνεκθέτης του ΕΟΤ είτε αυτόνομα (ανάλογα με τη συμμετοχή ή μη του ΕΟΤ).

Η συμμετοχή της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις έχει ως στόχο :

- Διενέργεια συναντήσεων και παρουσιάσεων σε τουριστικούς επαγγελματίες (επαγγελματικές εκθέσεις) σύμφωνα πάντα με την στρατηγική μάρκετινγκ (βλ. Κεφάλαιο 2.1).
- Προβολή του τουριστικού προϊόντος της Δυτικής Μακεδονίας στη χώρα διεξαγωγής της έκθεσης, την προώθηση του προορισμού στο κοινό της έκθεσης (εκθέσεις κοινού)
- Ανάπτυξη και ενίσχυση επαφών και συνεργασιών μεταξύ της Δυτικής Μακεδονίας και των επαγγελματιών της χώρας υποδοχής
- Επαφή με τους εκπροσώπους των ανταγωνιστικών τουριστικών προορισμών
- Ενημέρωση για τις διεθνείς τάσεις που επικρατούν στον Τουρισμό.

Η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας συμμετέχει στις διεθνείς εκθέσεις λαμβάνοντας υπόψη:

- Την επισκεψιμότητα των διεθνών τουριστικών εκθέσεων
- Τα στατιστικά στοιχεία των διεθνών αφίξεων στην Ελλάδα
- Τις καθιερωμένες απευθείας πτήσεις
- Τις διεθνείς τάσεις που επικρατούν
- Τις υφιστάμενες συνθήκες σε επίπεδο γεωπολιτικό (πόλεμος Ρωσίας- Ουκρανίας, Ισραήλ κλπ.)
- Τη βαρύνουσα σημασία που έχει η συμμετοχή σε κάθε διεθνή έκθεση.
-

Το ποσό προορίζεται να καλύψει την ενοικίαση και διακόσμηση περιπτέρου, ταξιδιωτικές δαπάνες, υπηρεσίες μετάφρασης, έξοδα συγκέντρωσης, αποστολής και φύλαξης προωθητικού υλικού στις εκθέσεις και στις λοιπές δράσεις προβολής. Προορίζεται ακόμη για τη διενέργεια παράλληλων δράσεων παρουσίασης πτυχών του τουριστικού αποθέματος της Περιφέρειας.

Κατά τη διάρκεια του έτους ενδέχεται να πραγματοποιηθούν αλλαγές στον αριθμό αλλά και στις συμμετοχές στις εκθέσεις που αναφέρονται παραπάνω είτε σύμφωνα με το σχεδιασμό του Ε.Ο.Τ. είτε αν προκύψουν νέες προτάσεις ή έκτακτες συνθήκες ή ακυρώσεις.

Στη δράση συμπεριλαμβάνεται η συμμετοχή και σε διαδικτυακές εκθέσεις.

Περιγραφή

Υλοποίηση

- Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού / ΕΟΤ
- Ανάδοχος για τις πρακτικές διευθετήσεις (εισιτήρια, μεταφορές, διαμονή κοκ.)

Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	• Ανάδοχος κατά περίπτωση για συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις που δεν συμμετέχει ο ΕΟΤ
Ενδεικτικό κόστος	12 μήνες
	έως 120.000,00€

Με βάση τα παραπάνω, η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας προγραμματίζει τη συμμετοχή της στις παρακάτω τουριστικές εκθέσεις για το έτος 2026:

ΕΤΗΣΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ 2026			
A/A	ΧΩΡΑ	ΕΚΘΕΣΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ & ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-
ΜΑΡΤΙΟΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ITB /B2B	Βερολίνο, 03-05/03/2026
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΚΥΠΡΟΣ	ΤΑΞΙΔΙ - TRAVEL EXPO CYPRUS	17-19/04/2026 Εκτέλεση Δήμος Καστοριάς. Συμμετοχή ΠΔΜ ως συνεκθέτης
ΜΑΪΟΣ	-	-	-
ΙΟΥΝΙΟΣ	-	-	-
ΙΟΥΛΙΟΣ	-	-	-
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	-	-	-
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	IFTM – TOP RESA/B2B	Παρίσι, 15-17/09/2026
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΙΤΑΛΙΑ	TTG TRAVEL EXPERIENCE/B2B	Ρίμινι, 14-16/10/2026
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	WTM/B2B	Λονδίνο, 3-5/11/ 2026
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ	PHILOXENIA/ΜΕΙΚΤΗ	Θεσσαλονίκη, 00/00/2026
	ΕΛΛΑΔΑ	ΑΙΤΕ/ΜΕΙΚΤΗ	Αθήνα, 00/00/2026

Δ7.6

Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης (Fam & Press trips)

Περιγραφή

Η συστηματική ανάπτυξη και διατήρηση δημοσίων σχέσεων με τουριστικούς πράκτορες, επιλεγμένους διαμορφωτές κοινής γνώμης (bloggers, YouTubers, Instagrammers), οπτικοακουστικούς παραγωγούς, δημοσιογράφους καθώς και εκπροσώπους φορέων ή συλλόγων (π.χ. ομογενειακές οργανώσεις), αποτελεί κρίσιμη ενέργεια προβολής του προορισμού. Οι συγκεκριμένες ομάδες επηρεάζουν άμεσα το τουριστικό ρεύμα από τις χώρες προέλευσής τους και μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της Δυτικής Μακεδονίας καθώς και στην επίτευξη εμπορικών συνεργασιών με διεθνή τουριστικά δίκτυα.

Η οργάνωση και φιλοξενία ταξιδιών εξοικείωσης (FAM trips) και press trips υψηλής προστιθέμενης αξίας, με στόχο:

- την αύξηση της αναγνωρισιμότητας του προορισμού,
- τη δημιουργία στοχευμένων αφηγήσεων στα διεθνή και εγχώρια ΜΜΕ και Social Media,

- την ένταξη της Δυτικής Μακεδονίας σε θεματικά τουριστικά χαρτοφυλάκια εξειδικευμένων tour operators,
- την ενίσχυση εμπορικών συνεργασιών με το διεθνές travel trade.

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης δράσης περιλαμβάνονται οι δαπάνες που αφορούν σε:

- Ενοικιάσεις οχημάτων (αυτοκίνητα, mini vans με οδηγό, λεωφορεία, δίκυκλα)
- Ενοικίαση σκαφών και κόστος καυσίμων
- Αμοιβές οδηγών και ξεναγών
- Εξοπλισμός ξενάγησης
- Αεροπορικά, σιδηροδρομικά και οδικά εισιτήρια
- Υπηρεσίες ασφάλειας εκδηλώσεων
- Διαμονή και γεύματα
- Εισιτήρια σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και λοιπά αξιοθέατα
- Κόστος συμμετοχής σε θεματικές εμπειρίες που αναδεικνύουν το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας
- Οποιαδήποτε άλλη δαπάνη κριθεί απαραίτητη για την αποτελεσματική προβολή του προορισμού.

Διοργάνωση ομαδικών ταξιδιών εξοικείωσης καθώς και ατομικών φιλοξενιών για δύο κατηγορίες προσκεκλημένων:

- δημοσιογράφους, παραγωγούς εκπομπών και influencers, ιδίως όσους ειδικεύονται σε πολιτιστικά ταξίδια, σε διακοπές πεζοπορίας, σε υπαίθριες δραστηριότητες και σε ταξίδια γαστρονομικού ενδιαφέροντος
- στελέχη του travel trade με προτεραιότητα στους θεματικούς tour operators και τουριστικούς πράκτορες που ειδικεύονται σε πολιτιστικά ταξίδια, σε διακοπές πεζοπορίας, σε υπαίθριες δραστηριότητες και σε ταξίδια γαστρονομικού ενδιαφέροντος
- το ποσό προορίζεται να καλύψει τις επιλέξιμες δαπάνες.
- Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού σε συνεργασία με τα γραφεία ΕΟΤ εξωτερικού και κατά περίπτωση με ιδιώτες διοργανωτές
- Συνεργασία με ανάδοχο για τις πρακτικές διευθετήσεις (εισιτήρια, μεταφορές, διαμονή κ.λπ.)

Υλοποίηση

Ενδεικτικός
χρόνος υλοποίησης
Ενδεικτικό κόστος

12 μήνες

Έως 60.000,00€

Δ7.ε

Διοργάνωση ή και συμμετοχή σε workshops, road shows και άλλες εκδηλώσεις

Περιγραφή

- Διοργάνωση ή συνδιοργάνωση προωθητικών εκδηλώσεων όπως φεστιβάλ, συμμετοχή σε εθνικές και διεθνείς εκδηλώσεις, συνέδρια, ημερίδες, πολιτιστικές και γαστρονομικές εκδηλώσεις κ.λπ. με στόχο την ανάπτυξη νέων και την υποστήριξη υφιστάμενων πρωτοβουλιών υπερτοπικού χαρακτήρα που ενισχύουν το τουριστικό και πολιτιστικό αποτύπωμα της Δυτικής Μακεδονίας.
- Συμμετοχή σε διοργανώσεις τρίτων όπως λ.χ. σε workshops, road shows, διασυνοριακές εκδηλώσεις, συνέδρια, ημερίδες, πολιτιστικές και γαστρονομικές εκδηλώσεις κ.λπ.
- Διενέργεια παρουσιάσεων για τον τουρισμό της Δυτικής Μακεδονίας καθώς και επαφών B2B στο πλαίσιο των ανωτέρω εκδηλώσεων.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ενδεικτικά και όχι αποκλειστικά, επιλέγονται οι αγορές: Ολλανδίας, Βελγίου, Αυστρίας, Ιταλίας, Βουλγαρίας, Σερβίας, Ρουμανίας, Κύπρου, Τουρκίας. • Για την εγχώρια αγορά προτείνονται: Αθήνα, Κρήτη, Ρόδος. <p>Στη δράση συμπεριλαμβάνεται η διοργάνωση, η επιμέλεια, η συμμετοχή (με ή χωρίς περίπτερο) και η υποστήριξη εκδηλώσεων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, που προβάλλουν τον τουρισμό (γενικό και θεματικό). Εκδηλώσεις αυτού του είδους θεωρούνται: συνέδρια, ημερίδες, εκδηλώσεις για τον εορτασμό της παγκόσμιας ημέρας Τουρισμού, road show, workshops, εκδηλώσεις προβολής σε εμπορικούς χώρους, αεροδρόμια και σταθμούς μετρό ή άλλα σημεία υψηλής επισκεψιμότητας, αλλά και κάθε είδους εκδηλώσεις και διοργανώσεις που συμβάλλουν στην επίτευξη αυτού του στόχου. Στη δράση αυτή εντάσσονται και οι εκδηλώσεις που διοργανώνονται ή συνδιοργανώνονται από την Περιφέρεια στη Δυτική Μακεδονία, όπως σεμινάρια, ημερίδες, βραβεύσεις και άλλες συναφείς εκδηλώσεις, καθώς και τα έξοδα διοργάνωσης των παραπάνω εκδηλώσεων, τα έξοδα διαμονής, μετακίνησης και φιλοξενίας προσκεκλημένων και συμμετεχόντων σε αυτές κ.λπ. Επιπλέον, καλύπτεται η δαπάνη αποστολής του σχετικού υλικού προβολής, τα έξοδα μετακίνησης των εκπροσώπων της Περιφέρειας, αλλά και τα έξοδα τυχόν παρουσιάσεων όπως μίσθωση αίθουσας συνεδριακής ή εκδηλώσεων, αμοιβή για ηχητική υποστήριξη, φωτισμό ή άλλο αναγκαίο τεχνικό εξοπλισμό, υπηρεσίες βιντεοσκόπησης – live streaming και φωτογραφικής κάλυψης, έξοδα διερμηνείας ή μετάφρασης, υπηρεσίες catering, γεύματα κ.λ.π.</p>
Υλοποίηση	<ul style="list-style-type: none"> • Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού σε συνεργασία με τα γραφεία ΕΟΤ εξωτερικού και κατά περίπτωση με ιδιώτες διοργανωτές • Ανάδοχος για τις πρακτικές διευθετήσεις (εισιτήρια, μεταφορές, διαμονή κ.λπ.) όπου κριθεί απαραίτητο
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	12 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	Έως 100.000,00€

Με βάση τα παραπάνω, η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας προγραμματίζει τη συμμετοχή της στις παρακάτω ενδεικτικές δράσεις προβολής και προώθησης για το έτος 2026:

ΕΤΗΣΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΣΕ WORK SHOPS ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ				
A/A	ΧΩΡΑ	ΠΕΡΙΟΧΗ		
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	Βουλγαρία	Σόφια	Τουριστική	ΠΔΜ
ΜΑΡΤΙΟΣ	Ρουμανία	Βουκουρέστι	Τουριστική	ΠΔΜ
	Βέλγιο	Γάνδη	Τουριστική	ΠΔΜ
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	Τουρκία	Κωνσταντινούπολη	Τουριστική	ΠΔΜ
	Σλοβενία	Λιουμπλιάνα	Οινοτουριστική	ΠΔΜ - ΠΡΕΣΒΕΙΑ - ΕΟΤ
ΜΑΪΟΣ	Σερβία	Βελιγράδι	Τουριστική	ΠΔΜ
ΙΟΥΝΙΟΣ	-	-	-	-
ΙΟΥΛΙΟΣ	-	-	-	-

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	-	-	-	-
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ				
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	Ολλανδία	Ρότερνταμ	Τουριστική	ΠΔΜ
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	-	-	-	-
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	Ελβετία	Τουριστική	ΠΔΜ
ΠΡΟΣ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ	Ιταλία	Μιλάνο ή και Ρώμη ή και Νάπολη	Τουριστική	ΠΔΜ - ΕΟΤ

Δ7.στ Σύνταξη δελτίων τύπου

Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Σύνταξη και διανομή δελτίων τύπου γραμμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα κάθε δίμηνο. • Ενδεικτική θεματολογία των δελτίων τύπου: τουριστική καμπάνια της Περιφέρειας, δραστηριότητες στη φύση, πολιτισμός και οινογαστρονομία καθώς και τουριστικές επιχειρήσεις της Δυτικής Μακεδονίας.
Υλοποίηση	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας / Τμήμα Τουρισμού Οι κειμενογράφοι της Δράσης Δ6.β (χωρίς πρόσθετο κόστος)
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	12 μήνες
Ενδεικτικό κόστος	0,00 €

Δ7.ζ Λοιπές ενέργειες δημοσιότητας

Περιγραφή	<ul style="list-style-type: none"> • Διενέργεια συνεντεύξεων τύπου για τον τουρισμό της Δυτικής Μακεδονίας εντός και εκτός της χώρας • Επιπλέον συνεντεύξεις τύπου στο περιθώριο των τουριστικών εκθέσεων • Παρουσίαση είτε των προορισμών και των ταξιδιωτικών εμπειριών της Δυτικής Μακεδονίας είτε της τουριστικής καμπάνιας που υλοποιεί η Περιφέρεια.
Υλοποίηση	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας - Τμήμα Τουρισμού / Ανάδοχος για τις πρακτικές διευθετήσεις (μετακινήσεις, ενοικίαση και εξοπλισμός αίθουσας, catering)
Ενδεικτικός χρόνος υλοποίησης	Όλο το έτος
Ενδεικτικό κόστος	Έως 15.000,00€

Κατανομή - Χρηματοδότηση - Εκτέλεση Προϋπολογισμού

Το πρόγραμμα τουριστικής προβολής 2026 βασίζεται σε ετήσιο προϋπολογισμό ύψους **669.000,00€** συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ 24%.. Η προτεινόμενη κατανομή του προϋπολογισμού στοχεύει στην ουσιαστική αξιοποίηση των διατιθέμενων πόρων με την αποφυγή εξάντλησης των κονδυλίων σε ενέργειες χαμηλής αποδοτικότητας και στην απόκτηση ιδιοκτησίας όλων των παραδοτέων που θα παραχθούν. Περιλαμβάνει ενδεικτικές τιμές κόστους δράσεων, οι οποίες δεν είναι δεσμευτικές. Επιτρέπεται η μεταφορά πόρων από δράση σε δράση και από άξονα σε άξονα, όπως και η τροποποίηση των δράσεων όταν αυτό απαιτείται από τις αντικειμενικές συνθήκες, χωρίς περαιτέρω απόφαση τροποποίησης του εγκεκριμένου ετήσιου προγράμματος τουριστικής προβολής 2026.

Προϋπολογισμός Τουριστικής Προβολής έτους 2026

α/α	ΔΡΑΣΗ	ΚΟΣΤΟΣ
Δ1.α	Πολυήμερα ταξιδιωτικά προγράμματα	0,00€
Δ1.β	Καλεντάρι εποχιακών δραστηριοτήτων / Calendar of events	0,00€
Δ1.γ	Ευρετήριο activity providers	0,00€
Δ2.α	Πρόγραμμα κατάρτισης «Ακαδημία Τουρισμού και Φιλοξενίας»	30.000,00€
Δ3.α	Προσβασιμότητα ως Κεντρικό Στοιχείο του Brand της Δυτικής Μακεδονίας	37.000,00€
Δ6.α	Διενέργεια συμπληρωματικής φωτογράφισης	10.000,00€
Δ6.γ	Παραγωγή Βίντεο	37.000,00€
Δ6.ε	Επικαιροποίηση και ανατύπωση υφιστάμενου, δημιουργία και παραγωγή νέου έντυπου υλικού	15.000,00€
Δ6.ζ	Παραγωγή δώρων και αντικειμένων φιλοφρονήσεων	20.000,00€
Δ6.η	Αγορά προϊόντων, υλικών και λοιπών υποστηρικτικών υπηρεσιών προώθησης	15.000,00€
Δ6.θ	Διαχείριση και εμπλουτισμός ιστοσελίδας, Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και Δημιουργία Εφαρμογών	50.000,00€
Δ7.α	Διαδικτυακή προώθηση και προβολή	70.000,00€
Δ7.β	Διαφημιστική καμπάνια στο διεθνές και ελληνικό ταξιδιωτικό κοινό	70.000,00€
Δ7.γ	Επαφές με το travel trade (B2B) σε εκθέσεις	120.000,00€
Δ7.δ	Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης (FAM trips & Press trips)	60.000,00€
Δ7.ε	Διοργάνωση ή/και συμμετοχή σε workshops, road shows και άλλες εκδηλώσεις	100.000,00€
Δ7.στ	Σύνταξη δελτίων τύπου	0,00€
Δ7.ζ	Λοιπές ενέργειες δημοσιότητας	15.000,00€
	Σύνολο (Συμπ. ΦΠΑ 24%)	649.000,00€

Χρηματοδότηση - Εκτέλεση

Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2026

- Απαραίτητη προϋπόθεση για τη διαμόρφωση σαφούς μηνύματος για κάθε προορισμό και την επίτευξη των στόχων της προβολής, αποτελεί η κοινή – συντονισμένη δράση των Υπηρεσιών της ΠΔΜ, των Δήμων και των εμπλεκόμενων επαγγελματικών κλάδων με βάση το παρόν πρόγραμμα τουριστικής προβολής.
- Οι προτεινόμενες, στο παρόν Σχέδιο Τουριστικής Προβολής ΠΔΜ 2026, ενέργειες και δράσεις πρόκειται να χρηματοδοτηθούν από ίδιους πόρους της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας και από την αξιοποίηση άλλων εθνικών και ευρωπαϊκών πόρων.
- Η Εταιρεία Τουρισμού Δυτικής Μακεδονίας εκτελεί επικουρικά δράσεις που περιλαμβάνονται στο παρόν πρόγραμμα τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας έπειτα από αίτημα του Τμήματος Τουρισμού & Πολιτισμού της ΠΔΜ και υπό τον συντονισμό αυτού.
- Όλες οι δράσεις τουριστικής προβολής που χρηματοδοτούνται άμεσα ή έμμεσα από τον προϋπολογισμό της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας οφείλουν να ανταποκρίνονται πιστά και να εφαρμόζουν το πρόγραμμα τουριστικής προβολής ΠΔΜ 2026.
- Η συγκρότηση των αποστολών για συμμετοχή στις τουριστικές εκθέσεις και στις υπόλοιπες δράσεις προβολής, που χρηματοδοτούνται άμεσα ή έμμεσα από τον προϋπολογισμό της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, γίνεται με απόφαση του Περιφερειάρχη, ύστερα από πρόταση του αρμόδιου Τμήματος Τουρισμού & Πολιτισμού της έδρας, σύμφωνα με τις οδηγίες του ΕΟΤ περί κατάλληλης εκπροσώπησης. Ειδικά για τη συμμετοχής στις διεθνείς επαγγελματικές εκθέσεις (B2B) και στα road shows (B2B) του εξωτερικού, η αποστολή απαρτίζεται από έναν αιρετό με αρμοδιότητες στον Τουρισμό και μέχρι δύο κατ' ανώτερο υπαλλήλους του Τμήματος Τουρισμού & Πολιτισμού.
- Όλα τα παραδοτέα (τελικές μακέτες, κείμενα, έντυπα, οπτικοακουστικό υλικό όλων των επιμέρους δράσεων κλπ.) που χρηματοδοτούνται άμεσα ή έμμεσα από τον προϋπολογισμό της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, συνοδεύονται υποχρεωτικά από τα αντίστοιχα πνευματικά δικαιώματα, ανήκουν σε αυτήν και **κατατίθενται υποχρεωτικά στο Τμήμα Τουρισμού & Πολιτισμού της έδρας**, σε μορφή κατάλληλη για επεξεργασία και αναπαραγωγή, ώστε να είναι διαθέσιμα για επιπλέον χρήση.
- Για την εκτέλεση των επιμέρους δράσεων θα πρέπει να συντάσσονται ακριβείς τεχνικές περιγραφές, οι οποίες θα είναι κοστολογημένες και διασταυρωμένες με τις πραγματικές τιμές της αγοράς.
- Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δίνεται στην κατάρτιση των συμβατικών υποχρεώσεων για κάθε επιμέρους δράση, με στόχο το βέλτιστο δυνατό αποτέλεσμα, την προώθηση του ανταγωνισμού και την κατοχύρωση των πνευματικών δικαιωμάτων.

Τέλος το Περιφερειακό Συμβούλιο

Α π ο φ ά σ ι σ ε ο μ ό φ ω ν α

Την έγκριση του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής 2026 της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας όπως αυτό παρουσιάζεται παραπάνω.

Λευκό ψήφισαν οι Περιφερειακοί Σύμβουλοι του συνδυασμού «Ελπίδα» κ.κ. Γεωργία Ζεμπιλιάδου, Γεώργιος Χριστοφορίδης, Παρθένα (Νούλα) Τουμπουλίδου, Αλέξανδρος Ακριτίδης και Βασιλική Μαλέα.

Η απόφαση αυτή πήρε α/α 197/2025

Η Γραμματέας

Ο Πρόεδρος του Π.Σ.

Βασιλική (Βάσω) Μαλέα

Νικόλαος Σαμαράς