



ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΠΛΑΝΟΥ ΔΡΑΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

SETE

INSETE

MARKETING GREECE

Deloitte.

- Η παρούσα συνοπτική παρουσίαση του στρατηγικού σχεδίου και του προτεινόμενου πλάνου για την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού «Θεσσαλονίκη» (εφεξής αναφερόμενος και ως «Προορισμός») έχει προετοιμαστεί από την Deloitte Business Solutions A.E. (στο εφεξής αναφερόμενη και ως «Deloitte» ή ο «Σύμβουλος»), σε συνεργασία με το Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) και του Ινστιτούτου του (ΙΝΣΕΤΕ) και τη Marketing Greece για λογαριασμό του Οργανισμού Τουρισμού Θεσσαλονίκης (ΟΤΘ).
- Τα πνευματικά δικαιώματα των μεθοδολογιών και εργαλείων που χρησιμοποιήθηκαν στην παρούσα μελέτη ανήκουν στο Σύμβουλο.
- Η αποτύπωση χαρακτηριστικών της αγοράς πραγματοποιήθηκε στη βάση ανάλυσης δευτερογενών δημοσιευμένων στοιχείων. Διευκρινίζεται ότι δεν πραγματοποιήθηκε ανεξάρτητη πρωτογενής έρευνα αγοράς από το Σύμβουλο.
- Κανένα σημείο της παρούσας παρουσίασης δεν αποτελεί ή δεν πρέπει να θεωρηθεί ότι αποτελεί υπόσχεση ή δεσμευτική πρόβλεψη για το μέλλον. Επισημαίνουμε ότι ορισμένες υποθέσεις που έχουν υιοθετηθεί στη μελέτη αυτή, όπως και οι εκτιμήσεις για τη μελλοντική εξέλιξη διαφόρων μεγεθών, ενδεχομένως να μεταβληθούν, με συνέπεια τη μεταβολή των σχετικών αποτελεσμάτων της μελέτης, μεταβολή η οποία μπορεί να είναι και σημαντική. Τα όποια μελλοντικά οικονομικά στοιχεία που παρουσιάζονται στην παρούσα παρουσίαση είναι ενδεικτικά και εξαρτώνται από την υλοποίηση διαφόρων παραδοχών αλλά και άλλων προϋποθέσεων οι οποίες υιοθετήθηκαν. Συνεπώς, ο Σύμβουλος, το ΣΕΤΕ, το ΙΝΣΕΤΕ, η Marketing Greece και τα στελέχη τους δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τυχόν αποκλίσεις των μεγεθών που αναφέρονται στη μελέτη ή για τυχόν παραλήψεις.
- Η παρούσα παρουσίαση δεν αποτελεί πρόταση προς εξαγορά μετοχών ή/και παγίων και ούτε και θα πρέπει να αποτελέσει μέρος οποιασδήποτε απόφασης για εξαγορά ή για την συμμετοχή σε οποιαδήποτε αγοραπωλησία. Κατά συνέπεια, τα αποτελέσματα της μελέτης αυτής δεν μπορούν να συμπεριληφθούν ή να αναφερθούν σε κανένα έγγραφο, συμπεριλαμβανομένων ενημερωτικών υπομνημάτων για ιδιωτική τοποθέτηση, ο σκοπός και ο στόχος του οποίου μπορεί να είναι η συγκέντρωση επενδυτικών κεφαλαίων, χωρίς την προηγούμενη γραπτή συγκατάθεση του Συμβούλου.
- Η χρήση ή στήριξη στην παρούσα παρουσίαση από οποιοδήποτε μέρος και τυχόν αποφάσεις που βασίζονται σε αυτήν αποτελούν αποκλειστική υπευθυνότητα αυτών που χρησιμοποιούν την παρουσίαση. Ο Σύμβουλος δε φέρει καμιά ευθύνη ή υποχρέωση για ζημίες που μπορεί να προκύψουν σε οποιοδήποτε μέρος, σαν αποτέλεσμα αποφάσεων που θα ληφθούν βασισμένες στην παρούσα παρουσίαση.



Οργανισμός Τουρισμού Θεσσαλονίκης

Σχέδιο Δράσης για την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού «Θεσσαλονίκη»

Συνοπτική Παρουσίαση

Οκτώβριος 2024

Περιεχόμενα

Ανάλυση υφιστάμενης κατάστασης	3
- Επισκόπηση Προορισμού	4
- Εξέλιξη τουριστικής ζήτησης	5
- Εξέλιξη τουριστικής προσφοράς	10
- Ισχυρά σημεία και αδυναμίες	11
Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος	12
- Παγκόσμιες τουριστικές τάσεις	13
- Καλές πρακτικές και επιτυχημένα παραδείγματα προορισμών	14
Στρατηγική & βασικοί άξονες ανάπτυξης	16





Ανάλυση υφιστάμενης κατάστασης

Επισκόπηση Προορισμού | Βασικά σημεία ενδιαφέροντος & προσβασιμότητα

Ο Προορισμός αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς και εδραιωμένους τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα και προσφέρει ένα μεγάλο εύρος ταξιδιωτικών εμπειριών και δραστηριοτήτων (αναψυχή, περιπέτεια, πολιτισμός, γαστρονομία, κ.α.).

Βασικοί τουριστικοί πόροι | ΠΕ Θεσσαλονίκης



>20 μουσεία



~55 πύργοι



>35 μνημεία και
αρχαιολογικοί χώροι



10 αναγνωρισμένα
φεστιβάλ



15 μνημεία
UNESCO



>200 διατηρητέα
κτίρια



14 πεζοπορικές
διαδρομές



>10
οινοποιεία



>250 δημοτικές
αθλητικές εγκαταστάσεις

Ενδεικτικές ανταποκρίσεις αεροπορικών πτήσεων

1h Αθήνα, Ηράκλειο,
Βουκουρέστι, Βελιγράδι

2h Ρώμη, Βιέννη, Βουδαπέστη

3-5h Λονδίνο, Φρανκφούρτη,,
Άμστερνταμ, Αϊντχόβεν,
Βρυξέλλες, Ζυρίχη, Παρίσι,
Μόναχο, Αμβούργο,
Μπρίστολ., Κοπεγχάγη,
Όσλο



Οδική απόσταση από μεγάλες τουριστικές αγορές

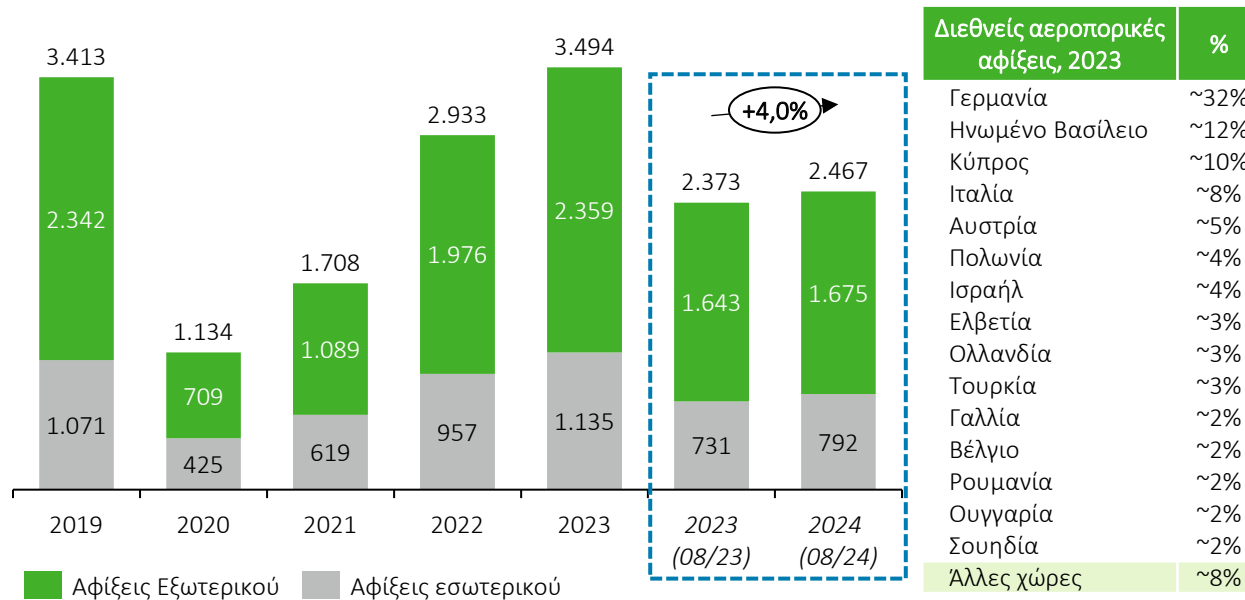
- | | |
|---|---------------------------------------|
| 1. Σκόπια: ~3 ώρες / 230 χλμ. | 6. Βελιγράδι: ~7 ώρες / 630 χλμ. |
| 2. Τίρανα: ~6 ώρες / 400 χλμ. | 7. Βουκουρέστι: ~9 ώρες / 680 χλμ. |
| 3. Σόφια: ~4 ώρες / 290 χλμ. | 8. Σεράγεβο: ~11 ώρες / 820 χλμ. |
| 4. Ποντοκόριτσα: ~8 ώρες / 550 χλμ. | 9. Ζάγκρεμπ: ~10 ώρες / 1,020 χλμ. |
| 5. Κωνσταντινούπολη: ~7 ώρες / 600 χλμ. | 10. Βουδαπέστη: ~10 ώρες / 1,010 χλμ. |

Εξέλιξη τουριστικής ζήτησης | Αεροπορικές και οδικές αφίξεις

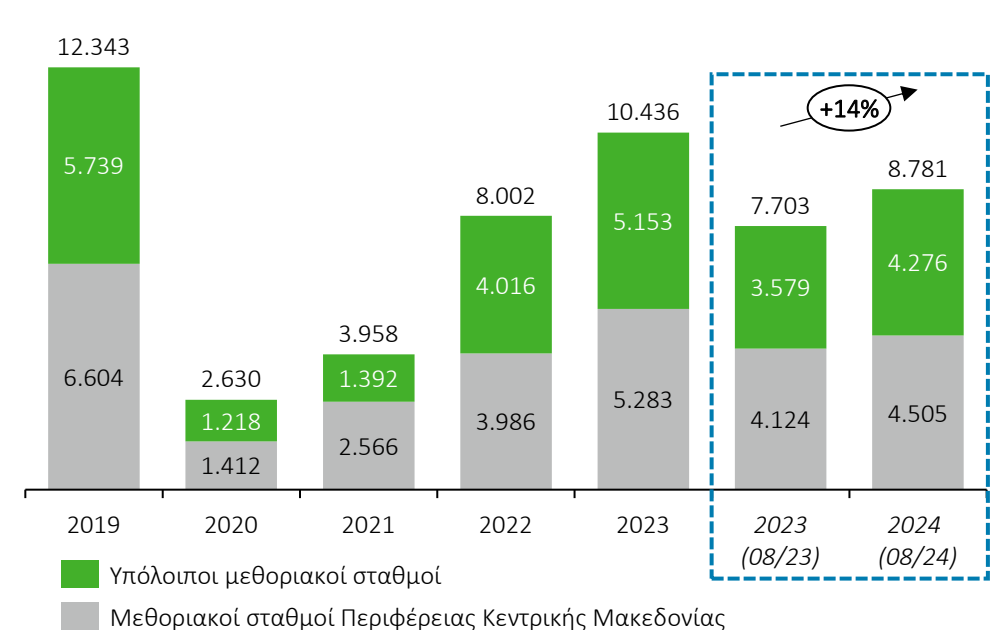
Το 2023, οι συνολικές αφίξεις στο αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης αυξήθηκαν κατά 2,4%, σε σχέση με τα προ-πανδημίας επίπεδα του 2019, με το μεγαλύτερο μέρος της διεθνούς επιβατικής κίνησης (53,3%) να προέρχεται από τις 3 κορυφαίες αγορές, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο και Κύπρος. Αντίθετα, η εισερχόμενη διεθνής οδική κίνηση στους μεθοριακούς σταθμούς που καταμετράται στον Προορισμό δεν κατάφερε να επανακάμψει στα προ-πανδημίας επίπεδα.



Αεροπορικές αφίξεις στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης, σε χιλ., 2019-2024



Οδικές αφίξεις στους μεθοριακούς σταθμούς, σε χιλ., 2019-2024

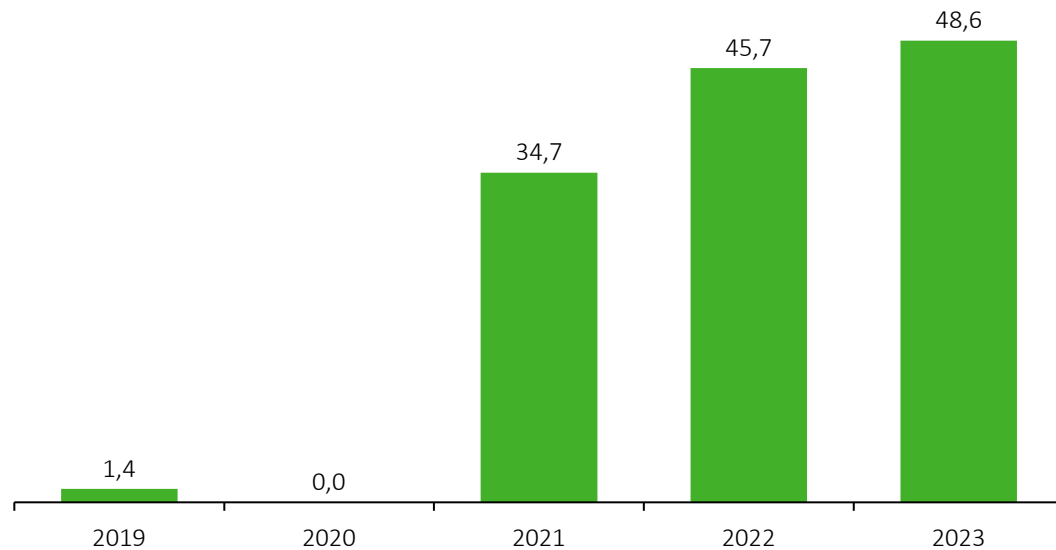


Εξέλιξη τουριστικής ζήτησης | Ακτοπλοϊκές αφίξεις και αφίξεις κρουαζιέρας

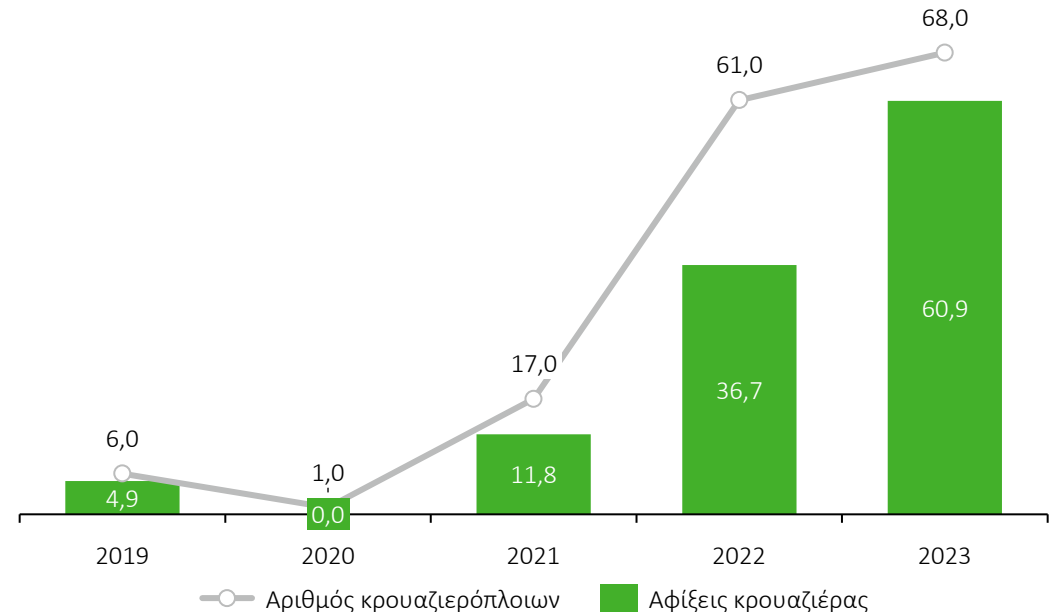
Το 2023, καταγράφηκε σημαντική αύξηση στον αριθμό των επιβατών ακτοπλοΐας σε σχέση τόσο με τα επίπεδα προ πανδημίας όσο και με το 2022. Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια, ο αριθμός των επιβατών κρουαζιέρας στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης έχει αυξηθεί σημαντικά κατά 65,9% την περίοδο 2022-2023.



Αφίξεις στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης, σε χιλ. επιβάτες, 2019-2023



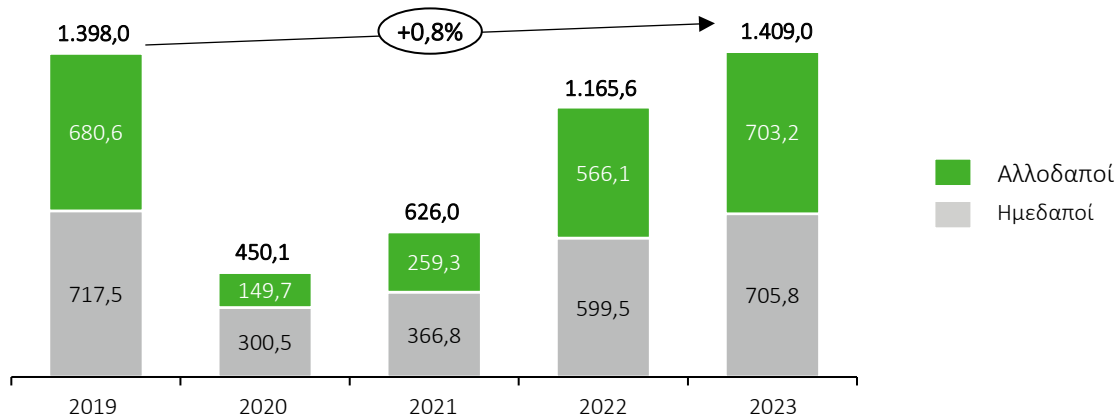
Αφίξεις κρουαζιέρας στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης, σε χιλ. επιβάτες, 2019-2023



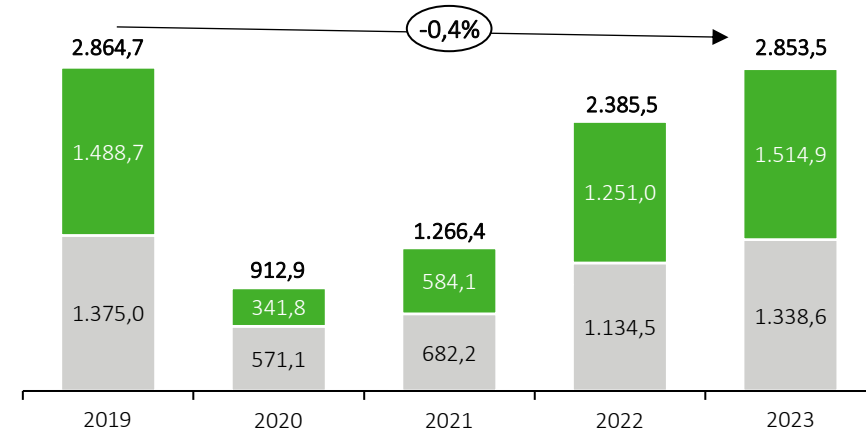
Εξέλιξη τουριστικής ζήτησης | Ξενοδοχειακές αφίξεις και διανυκτερεύσεις

Οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Θεσσαλονίκης παρουσιάζουν αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια, με τις πρώτες να έχουν ανακάμψει πλήρως στα επίπεδα προ της πανδημίας και τις δεύτερες να παρουσιάζουν μικρή απόκλιση. Παράλληλα, τα έσοδα ανά δωμάτιο παρουσιάζουν αύξηση το 2023 σε σχέση με το 2022.

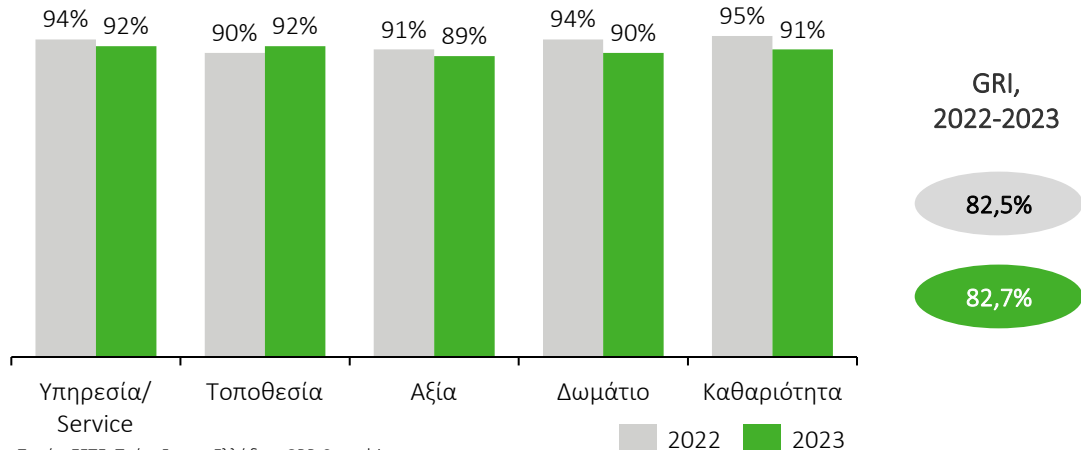
Αφίξεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα, αλλοδαπών και ημεδαπών, σε χιλ., 2019-2023



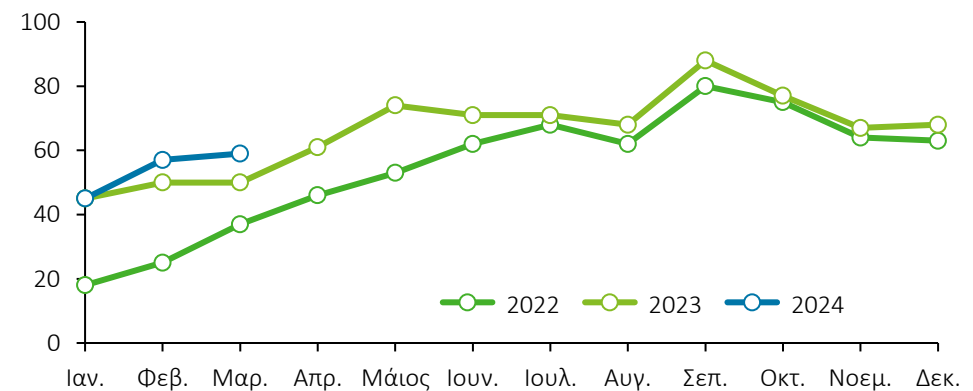
Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα, αλλοδαπών και ημεδαπών, σε χιλ., 2019-2023



Ποιοτική αξιολόγηση ξενοδοχείων, Θεσσαλονίκη, σε %, 2022-2023



Έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο (RevPAR) ανά μήνα, σε €, 2022-2024



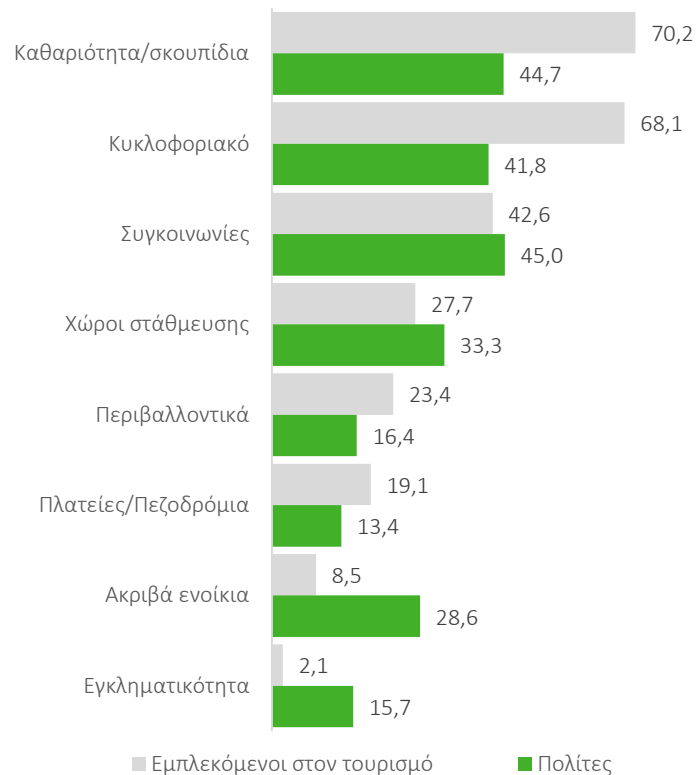
Πηγές: ΣΕΤΕ, Τράπεζα της Ελλάδος, GBR Consulting
© 2024 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Δείκτες ικανοποίησης αναφορικά με τη Θεσσαλονίκη ως Προορισμό

Βάσει της έρευνας της Marketing Greece το 2023, η πλειοψηφία των πολιτών και εμπλεκομένων στον τουρισμό της Θεσσαλονίκης θεωρεί ότι ο τουρισμός έχει θετική επίδραση στην πόλη. Ωστόσο, αναδεικνύουν και σημαντικά ζητήματα της καθημερινότητας όπως η καθαριότητα και οι μετακινήσεις, τα οποία αποτελούν κοινό τόπο ως προς την πτώση της αξιολόγησης από τους ταξιδιώτες.

Δείκτες ικανοποίησης εργαζομένων και λοιπών εμπλεκομένων στον τουρισμό

Σημαντικότερα προβλήματα στην πόλη, 2023, σε % του συνόλου (3 επιλογές απαντήσεων)



88% των πολιτών θεωρούν θετικό τον αντίκτυπο του τουρισμού

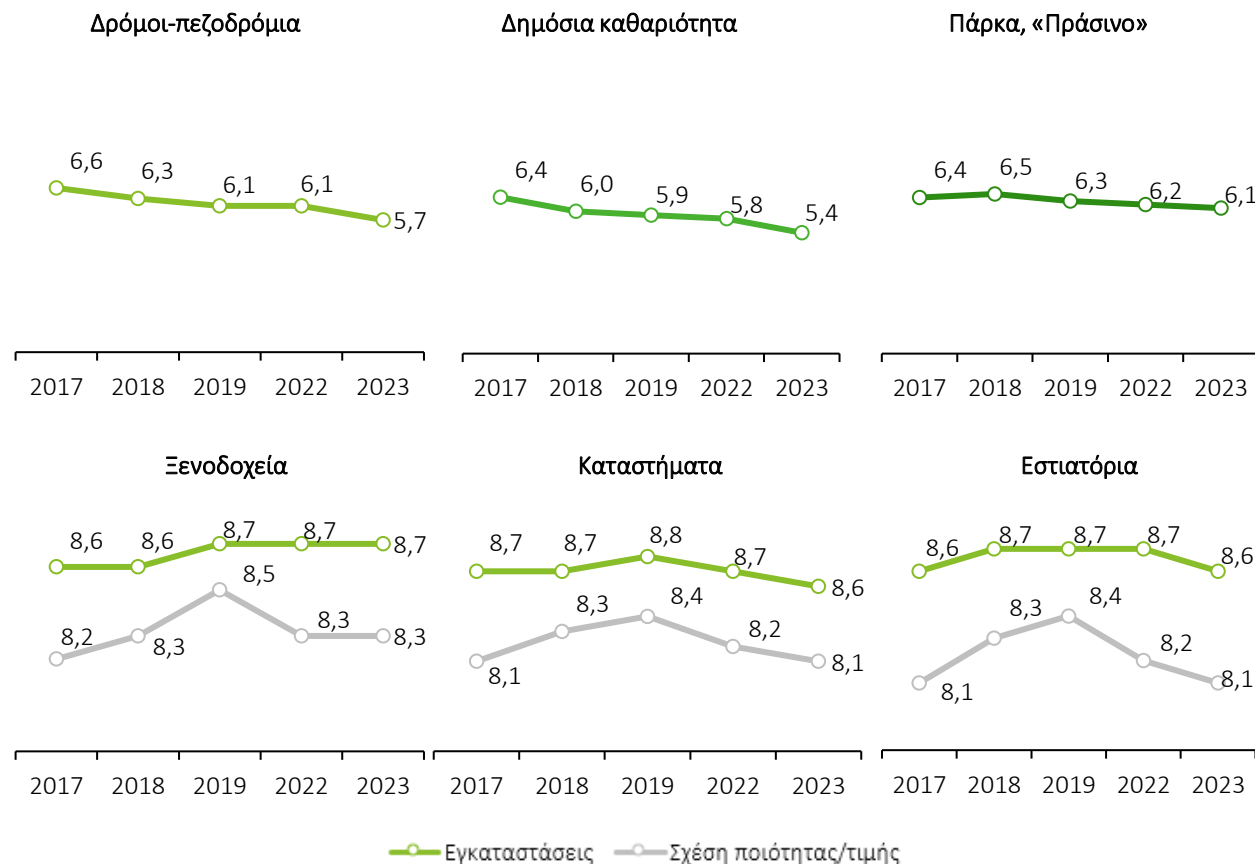
60% των πολιτών θεωρούν πως ο τουρισμός επιδρά αρνητικά στην γενικότερη ακρίβεια

40% των πολιτών νιώθουν ικανοποιημένοι από την ποιότητα ζωής στη Θεσσαλονίκη

77% των εμπλεκόμενων προτεραιοποιούν την ανάπτυξη των ΜΜΜ

57% των εμπλεκόμενων προτεραιοποιούν εκτέλεση νέων έργων υποδομής

Δείκτες ικανοποίησης από την πλευρά των ταξιδιωτών



Στους εμπλεκόμενους στον τουρισμό περιλαμβάνονται μέλη του ΣΕΤΕ, φορείς και στελέχη του τουρισμού και εκπρόσωποι τουριστικών ιδρυμάτων.

Πηγές: Marketing Greece, GBR Consulting

© 2024 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Συγκριτική αξιολόγηση Προορισμού με αντίστοιχους προορισμούς City Break

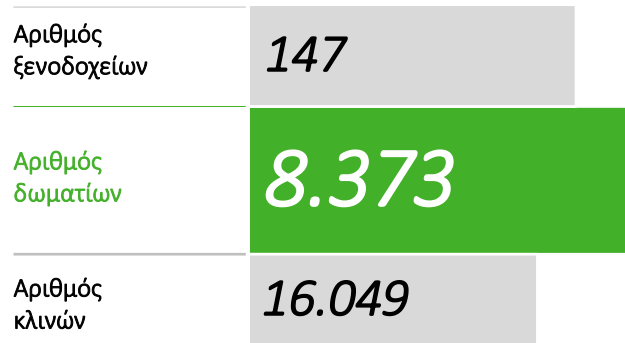
Σύμφωνα με έρευνες και αναλύσεις, η Θεσσαλονίκη, συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές πόλεις, κατέγραψε τη χαμηλότερη μέση τιμή δωματίου στα ξενοδοχεία της για το 2023, ενώ ξεπέρασε σε πληρότητα βασικούς city break προορισμούς, όπως το Ντίσελντορφ, η Βουδαπέστη και η Αμβέρσα.



Εξέλιξη τουριστικής προσφοράς | Ξενοδοχειακά καταλύματα & καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης

Κατά την περίοδο 2019-2023, ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων παρουσίασε σχετική σταθερότητα. Ωστόσο, σε επίπεδο επιμέρους κατηγοριών, τα ξενοδοχεία 5 και 4 αστεριών αυξήθηκαν, δηλώνοντας ενίσχυση της ποιότητας. Η αγορά βραχυχρόνιας μίσθωσης, η οποία παραμένει σε μεγάλο βαθμό χωρίς κανονισμούς, σημείωσε σημαντική αύξηση ξεπερνώντας τις 6.000 μονάδες.

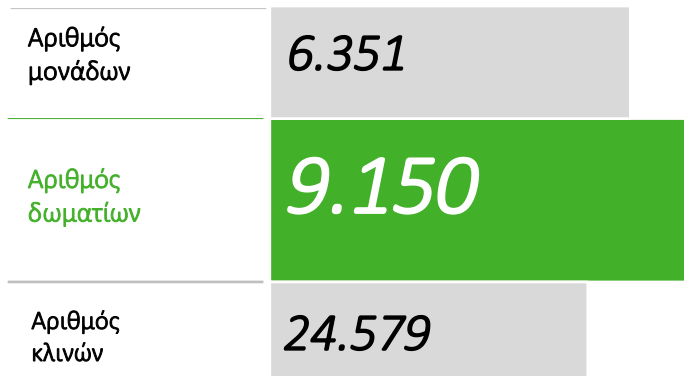
Επισκόπηση ξενοδοχειακού κλάδου ΠΕ Θεσσαλονίκης, 2023



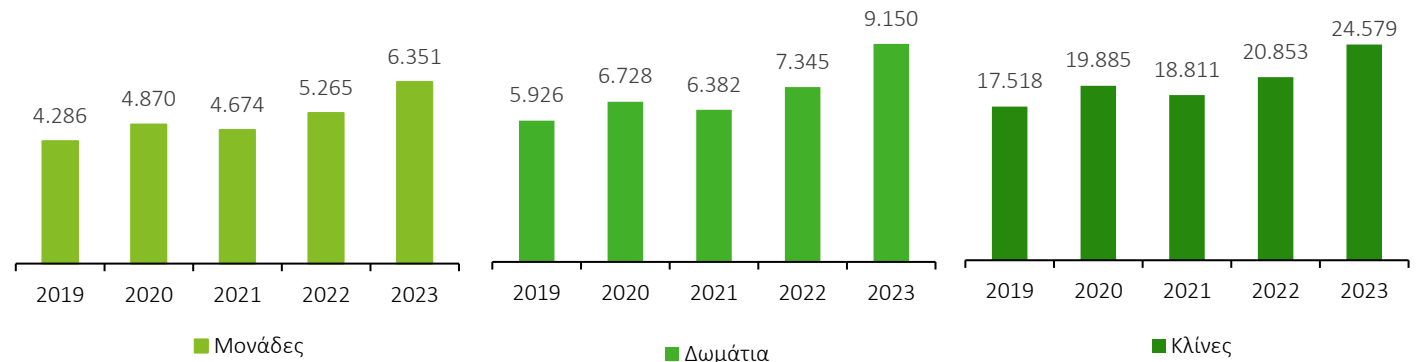
Διαχρονική εξέλιξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε ΠΕ Θεσσαλονίκης, 2019-2023



Καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης (κατά μ.ό.) και συνολικά ανά μήνα, σε ΠΕ Θεσσαλονίκης, σε μονάδες, δωμάτια και κλίνες, 2023



Διαχρονική εξέλιξη καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης σε ΠΕ Θεσσαλονίκης, 2019-2023



Ισχυρά σημεία και αδυναμίες

Η Θεσσαλονίκη ως Προορισμός διαθέτει κάποια πολύ ισχυρά σημεία, όπως η κομβική της θέση και η ύπαρξη σημαντικών τουριστικών πόρων. Παράλληλα όμως χαρακτηρίζεται και από αδυναμίες όπως, η περιορισμένη αξιοποίηση των πόρων για τη δημιουργία ολοκληρωμένων προϊόντων και προβλήματα σε ζητήματα της καθημερινότητας που επηρεάζουν τόσο επισκέπτες, όσο και ντόπιους.

Ισχυρά σημεία



Στρατηγική θέση και σημασία στα Βαλκάνια και ΝΑ Ευρώπη με διεθνή συνδεσιμότητα και επάρκεια σε υποστηρικτικές υποδομές



Πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, καθώς και δυναμικές πρωτοβουλίες σύγχρονης πολιτιστικής παραγωγής



Πολυπολιτισμική γαστρονομική παράδοση, με αναγνωρίσιμα πιάτα και δυναμική γαστρονομική σκηνή υψηλής ποιότητας



Φυσικοί πόροι υψηλής αξίας και υποδομές αθλητισμού και δραστηριοτήτων ήπιας άθλησης



Αναπτυσσόμενο οικοσύστημα καινοτομίας, στρατηγική έδρα της ΔΕΘ και ανοδική πορεία στην κατάταξη των συνεδριακών προορισμών (ICCA)



Μεγάλη ποικιλία σε επιλογές διασκέδασης/ψυχαγωγίας και εγγύτητα σε δημοφιλείς προορισμούς ή/και πόλους έλξης



Θετική αντίληψη των ντόπιων για τον τουρισμό (9 στους 10 πολίτες θεωρούν θετικό τον αντίκτυπο του τουρισμού στην πόλη)

Αδυναμίες



Χαμηλή ποιότητα ορισμένων υποδομών προσβασιμότητας (οδικό δίκτυο, μεθωριακοί σταθμοί, δημόσιες συγκοινωνίες, ακτοπλοϊκή και σιδηροδρομική συνδεσιμότητα)



Χαμηλή ικανοποίηση από την καθημερινότητα με προβλήματα σε ζητήματα όπως καθαριότητα και κυκλοφοριακό



Ιστορικό καθυστερήσεων/ακυρώσεων σε σημαντικά έργα υποδομών



Υπερσυγκέντρωση τουριστικής κίνησης σε λίγες περιοχές



Περιορισμένη εκμετάλλευση των διαθέσιμων τουριστικών πόρων για τη δημιουργία οργανωμένων τουριστικών προϊόντων



Έλλειψη εδραιωμένου brand και υστέρηση σε ορισμένους δείκτες συγκριτικά με άλλους City/Urban προορισμούς



Χαμηλή χρήση τεχνολογικών και ψηφιακών εφαρμογών στη διαχείριση του τουριστικού προϊόντος και στη βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη



Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος

Σύγχρονες τάσεις και προκλήσεις

Το τουριστικό τοπίο γίνεται όλο και πιο σύνθετο με νέες τάσεις και δυνάμεις να δημιουργούν ευκαιρίες και προκλήσεις. Ο Προορισμός πρέπει να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες και δεδομένα και να εστιάσει στην ανάπτυξη ενός σύγχρονου και βιώσιμου τουριστικού μοντέλου.

Βιώσιμη ανάπτυξη και αειφορία

Νέοι, «αναδυόμενοι» / off-the-beaten path προορισμοί

Τεχνολογίες αιχμής και ψηφιακός μετασχηματισμός

Κοινωνικές και δημογραφικές εξελίξεις

Αντιμέτωπιση κρίσεων & ανθεκτικότητα

Ενίσχυση της οικονομίας της εμπειρίας

Συνεργασίες σε μια διευρυμένη αλυσίδα αξίας

Μετασχηματισμός μοντέλου εργασίας



Καλές πρακτικές & επιτυχημένα παραδείγματα

Στα πλαίσια της μελέτης εξετάστηκαν μεταξύ άλλων 8 Ευρωπαϊκοί προορισμοί, ανεπτυγμένοι ή αναδυόμενοι, προκειμένου να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα ως προς τομείς προτεραιότητας για την τουριστική ανάπτυξη της Θεσσαλονίκης (π.χ., γαστρονομικός τουρισμός, βιώσιμη κινητικότητα, οικονομία της νύχτας).



	Περιοχή	Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα
	Μπορντό, Γαλλία	<ul style="list-style-type: none">Εξέλιξη σε παγκόσμιο κέντρο οινoturισμού“European Capital of Smart Tourism” (2022)
	Λιουμπλιάνα, Σλοβενία	<ul style="list-style-type: none">Ολιστική προσέγγιση ως προς τον γαστρονομικό τουρισμόΕπιτυχείς πρωτοβουλίες βιώσιμης κινητικότητας
	Ντουμπρόβνικ, Κροατία	<ul style="list-style-type: none">Προορισμός για κρουαζιέρες και κινηματογραφικές παραγωγέςΤεχνολογία και συνεργασίες για υπερτουρισμό
	Βαρκελώνη, Ισπανία	<ul style="list-style-type: none">Διαφοροποιημένο προϊόν (π.χ., MICE, shopping)City branding με τη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα
	Μάντσεστερ, Ηνωμένο Βασίλειο	<ul style="list-style-type: none">Εξειδικευμένη στρατηγική πολιτιστικού τουρισμούΚαθιέρωση σε πόλο έλξης πολιτιστικού τουρισμού
	Δουβλίνο, Ιρλανδία	<ul style="list-style-type: none">«Grow Dublin Taskforce»Ανάπτυξη βιώσιμων μεταφορών και υποδομώνΑξιοποίηση αρχιτεκτονικής κληρονομιάς
	Άμστερνταμ, Ολλανδία	<ul style="list-style-type: none">Διαχείριση του προορισμού μέσα από συνεργασίεςΑνάπτυξη της οικονομίας της νύχτας
	Βερολίνο, Γερμανία	<ul style="list-style-type: none">Συμπερίληψη της τοπικής κοινωνίας ως προς την τουριστική ανάπτυξηΔημιουργία και πώληση City Break προϊόντων

Καλές πρακτικές & επιτυχημένα παραδείγματα

Η ανάλυση των καλών πρακτικών και πετυχημένων παραδειγμάτων οδήγησε στην αναγνώριση βασικών παραγόντων επιτυχίας, όπως ενδεικτικά η ύπαρξη ενός ισχυρού και φιλόδοξου οράματος, η ανάπτυξη δομών διαχείρισης και προώθησης μέσα από συνεργασίες και η διασφάλιση υψηλού επιπέδου εμπειρίας με τη χρήση ψηφιακών και λοιπών εργαλείων.



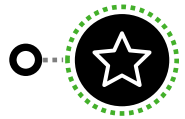
Ισχυρό αναπτυξιακό όραμα και στρατηγική



DMMOs και διαχείριση προορισμών



Branding και τοποθέτηση προορισμού



Κοινά προστιθέμενης αξίας



Ψηφιακοί νομάδες και remote workers



Διαφοροποιημένο και σύγχρονο ημερολόγιο εκδηλώσεων



Υποδομές προσβασιμότητας



Αστική κινητικότητα



Δημόσιες και λοιπές υποδομές στην πόλη



Βιωσιμότητα και αειφορία



Ανθεκτικότητα και αντιμετώπιση κρίσεων



Ψηφιακή μετάβαση και ενίσχυση της εμπειρίας επισκεπτών



Στρατηγική & βασικοί άξονες ανάπτυξης

Όραμα & βασικοί στρατηγικοί στόχοι

Για την επίτευξη του οράματος για τον Προορισμό, αναγνωρίστηκαν οι βασικοί στρατηγικοί στόχοι με σκοπό να αναδειχθεί ως ένας από τους πιο δημοφιλείς και υψηλού επιπέδου προορισμούς τουρισμού πόλης (urban/city tourism) στη Νοτιοανατολική Ευρώπη.



Όραμα

Η ανάδειξη της Θεσσαλονίκης σε έναν από τους πιο δημοφιλείς και υψηλού επιπέδου προορισμούς τουρισμού πόλης (urban/city tourism) στη Νοτιοανατολική Ευρώπη για όλες τις εποχές του χρόνου, ο οποίος θα προσελκύει εγχώριους και διεθνείς επισκέπτες που ταξιδεύουν για αναψυχή ή/και για επαγγελματικούς λόγους, συμβάλλοντας παράλληλα στη βιώσιμη (οικονομική και κοινωνική) και ολιστική ανάπτυξη του Προορισμού.

Βασικοί στρατηγικοί στόχοι



Δημιουργία ισχυρού και αναγνωρίσιμου τουριστικού brand για τη Θεσσαλονίκη



Εδραίωση ενός προσβάσιμου, συμπεριληπτικού και ασφαλούς προορισμού για όλους



Διασφάλιση ενός βιώσιμου και ανθεκτικού μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης



Ενδυνάμωση και υποστήριξη ανθρώπινου δυναμικού



Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητας του προορισμού



Ανάπτυξη ενός συνεργατικού και αντιπροσωπευτικού μοντέλου διακυβέρνησης



Προσέλκυση διαφοροποιημένου μίγματος επισκεπτών και αγορών



Γεωγραφική και χρονική διάχυση των τουριστικών ροών στον προορισμό

Προϊοντικό χαρτοφυλάκιο

Η στρατηγική του προορισμού πρέπει να εστιάσει στο παρακάτω χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων, το οποίο αναγνωρίζει ως ιδιαίτερα ανεπτυγμένα τον Πολιτιστικό και Θρησκευτικό τουρισμό, το City Break, το MICE και το Γαστρονομικό Τουρισμό, καθώς και προϊόντα προς ανάπτυξη τα οποία συνολικά θα οδηγήσουν στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, μέσα από ένα διαφοροποιημένο χαρτοφυλάκιο.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάπτυξης σε
εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



City Break



Αθλητικός Τουρισμός



Οικοτουρισμός



MICE



Τουρισμός Ευεξίας



Γαστρονομικός Τουρισμός

■ Κύριο τουριστικό προϊόν ■ Συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν

Προφίλ βασικών επισκεπτών και γεωγραφικές αγορές-στόχοι

Για την επίτευξη του σχεδίου δράσης, ο Προορισμός θα πρέπει να εστιάσει σε βασικές κατηγορίες / τμήματα επισκεπτών βάσει των χαρακτηριστικών του Προορισμού όπως π.χ. πολιτιστικοί ταξιδιώτες, digital nomads, όπως και σε βασικές γεωγραφικές αγορές.

Βασικές κατηγορίες / τμήματα επισκεπτών



Ταξιδιώτες city break

...που επιλέγουν πολλά και σύντομα ταξίδια σε αστικά κέντρα για σκοπούς αναψυχής και χαλάρωσης.

Πολιτιστικοί ταξιδιώτες

... που επιδιώκουν να έρθουν σε επαφή και να κατανοήσουν την ιστορία, τις παραδόσεις και την πολιτιστική κληρονομιά των προορισμών που επισκέπτονται.

Ταξιδιώτες γαστρονομίας

...που επιλέγουν προορισμούς ώστε να εξερευνήσουν τις τοπικές γεύσεις, τα τοπικά προϊόντα και τις γαστρονομικές τους παραδόσεις.

Business ταξιδιώτες

...που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς, ερευνητικούς ή/και επιχειρηματικούς σκοπούς, για μικρότερα ή μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα.

Ταξιδιώτες MICE

...που ταξιδεύουν με κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε επαγγελματικά συνέδρια ή εκθέσεις.

Ψηφιακοί νομάδες (digital nomads)

... που αξιοποιούν τη δυνατότητα να δουλέψουν εξ'αποστάσεως, σε συνδυασμό με ένα ταξίδι.

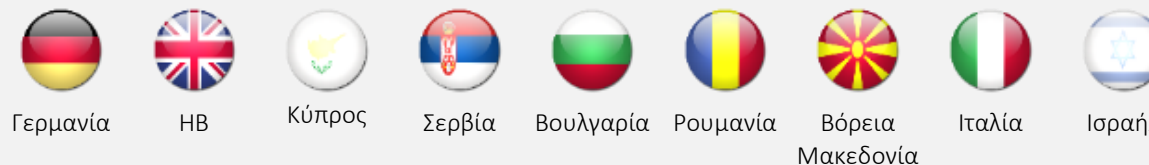
Διερχόμενοι (transit) ταξιδιώτες

... που διέρχονται από διάφορους προορισμούς, διαμένοντας μικρό χρονικό διάστημα με σκοπό τη μετάβαση τους στον τελικό προορισμό.

Αγορές - στόχοι



Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Εγχώριος τουρισμός








Ελλάδα

*Η Ρωσία, ή και άλλες χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, μέσω των οποίων εισέρχονται οι Ρώσοι επισκέπτες στη Θεσσαλονίκη (Γεωργία, Αρμενία, Αζερμπαϊτζάν κ.α.) συνεχίζουν να αποτελούν σημαντικές γεωγραφικές αγορές για τον Προορισμό, παρά τις γεωπολιτικές αναταραχές και τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς.

Βασικοί στρατηγικοί άξονες, κατευθύνσεις & δράσεις

Για την επίτευξη του οράματος και των στόχων για τον Προορισμό, αναγνωρίστηκαν βασικοί στρατηγικοί άξονες, κατευθύνσεις και δράσεις (76 συνολικά).

Στρατηγικοί Άξονες	Στρατηγικές Κατευθύνσεις	Στρατηγικές Δράσεις
 Βελτίωση και ανάπτυξη υποδομών	<ul style="list-style-type: none">• Ενίσχυση της προσβασιμότητας και της συνδεσιμότητας του Προορισμού• Αναβάθμιση της συνολικής προσφερόμενης τουριστικής εμπειρίας στον Προορισμό• Ενίσχυση του προφίλ / επιπέδου φιλικότητας του Προορισμού για άτομα που αντιμετωπίζουν κινητικές ή άλλες δυσκολίες• Δημιουργία/αναβάθμιση/ ανάδειξη τουριστικών υποδομών και πόρων του Προορισμού	13
 Αναβάθμιση και προώθηση τουριστικού προϊόντος	<ul style="list-style-type: none">• Αποτελεσματική ανάπτυξη και διαχείριση του Προορισμού• Στόχευση κοινών / τμημάτων αγοράς προστιθέμενης αξίας μέσω επιλεγμένων καναλιών πώλησης• Εμπλουτισμός και αναβάθμιση των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και εμπειριών του Προορισμού	26
 Ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμός	<ul style="list-style-type: none">• Ενίσχυση της ψηφιακής παρουσίας και προβολής και προώθησης του Προορισμού• Αξιοποίηση της τεχνολογίας και των ψηφιακών λύσεων και μέσων για την ενίσχυση της εμπειρίας επισκεπτών• Υποστήριξη και διάχυση της τεχνολογικής καινοτομίας σε όλο το εύρος της τουριστικής αλυσίδας αξίας	12
 Προστασία περιβάλλοντος και αειφορία	<ul style="list-style-type: none">• Δημιουργία ενός βιώσιμου αστικού περιβάλλοντος στον Προορισμό• Υιοθέτηση και ανάδειξη δράσεων βιώσιμου και αναγεννητικού τουρισμού• Διάχυση του τουριστικού οικονομικού οφέλους και διασφάλιση θετικού κοινωνικοοικονομικού αντικτύπου στον Προορισμό• Διασφάλιση ανθεκτικότητας και αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων	14
 Ενίσχυση δεξιοτήτων και ανάπτυξη επιχειρηματικότητας	<ul style="list-style-type: none">• Αναβάθμιση δεξιοτήτων και κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού• Ενίσχυση και υποστήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας• Ανάπτυξη και προώθηση συνεργατικών σχημάτων και δικτύωσης	11



This document has been prepared by Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants.

Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 000665201000 and its registered office at Marousi Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25, is one of the Deloitte Central Mediterranean S.r.l. (“DCM”) countries. DCM, a company limited by guarantee registered in Italy with registered number 09599600963 and its registered office at Via Tortona no. 25, 20144, Milan, Italy is one of the Deloitte NSE LLP geographies. Deloitte NSE LLP is a UK limited liability partnership and member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of any of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

DTTL, Deloitte NSE LLP and Deloitte Central Mediterranean S.r.l. do not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more about our global network of member firms.

Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our global network of member firms and related entities in more than 150 countries and territories serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte’s approximately 411,000 people make an impact that matters at www.deloitte.com.

This document and its contents are confidential and prepared solely for your use, and may not be reproduced, redistributed or passed on to any other person in whole or in part, unless otherwise expressly agreed with you. No other party is entitled to rely on this document for any purpose whatsoever and we accept no liability to any other party, who is provided with or obtains access or relies to this document.

© 2024 For more information contact Deloitte Central Mediterranean