

# ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Σύστημα Marketing της Πόλης της Καβάλας

**Δράση 1: Σχέδιο Μάρκετινγκ**

**Παραδοτέο Π.4: Επιμέρους Σχέδια Μάρκετινγκ ανά Τομέα**

Απρίλιος 2026

ΑΝΑΔΟΧΟΣ ΕΡΓΟΥ

**ΕΤΑμ** α.ε.  
εταιρεία συμβούλων

## Περιεχόμενα

---

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Εισαγωγή                                                             | 3   |
| 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό                        | 9   |
| 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό                       | 65  |
| 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής | 98  |
| 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία                      | 119 |
| 5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια                         | 169 |
| 6. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Επιχειρηματικότητα              | 197 |
| 7. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τις Επενδύσεις                      | 217 |
| 8. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Ψυχαγωγία                       | 239 |
| 9. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Αθλητισμό                       | 256 |
| 10. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Εκπαίδευση                     | 273 |

---

# Εισαγωγή

# Προσεγγίζοντας τα δέκα τομεακά σχέδια μάρκετινγκ

Η εδώ περιγραφόμενη δέσμη δέκα επιμέρους σχεδίων μάρκετινγκ αποτελεί μια καινοτόμο και πρωτοποριακή για τα ελληνικά δεδομένα επιλογή από την πλευρά του Δήμου Καβάλας. Πρόκειται για μια αντίληψη που αντιμετωπίζει έναν τόπο – εν προκειμένω την πόλη της Καβάλας – όχι ως κάτι μονοδιάστατο αλλά ως ένα **χαρτοφυλάκιο οικονομικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων και προϊόντων**, το οποίο αξίζει να αναδειχθεί επικοινωνιακά στην ολότητά του. Η πόλη δεν θα πρέπει δηλ. να προβληθεί μόνο ως τουριστικός προορισμός ή μόνο ως χώρος υποδοχής επενδύσεων αλλά ως ένα πολυδιάστατο χαρτοφυλάκιο με δέκα διακριτά στοιχεία.

Σε συνέχεια του γενικού σχεδιασμού μάρκετινγκ που περιέχεται στο παραδοτέο Π.2, εδώ γίνεται η εξειδίκευσή του μέσα από δέκα τομεακά σχέδια μάρκετινγκ. Αυτά έχουν **χαρακτήρα αμιγώς συμπληρωματικό** αφενός προς τις ενέργειες μάρκετινγκ που περιλαμβάνονται στο συνολικό σχέδιο μάρκετινγκ του Παραδοτέου Π.2 και αφετέρου προς τις ενέργειες μάρκετινγκ που ήδη υλοποιεί – ή υλοποίησε στο πρόσφατο παρελθόν – ο Δήμος και άλλοι φορείς της πόλης ιδίως στο πεδίο του τουρισμού και της ανάπτυξης.

# Το πλαίσιο του σχεδιασμού μάρκετινγκ για την Καβάλα

Οι εδώ προτεινόμενες δράσεις έχουν συμπεριληφθεί στο παρόν παραδοτέο βάσει των εξής κριτηρίων:

- Προάγουν την επίτευξη των στρατηγικών στόχων όπως διατυπώθηκαν στο Παραδοτέο Π.2 με το γενικό σχέδιο μάρκετινγκ της πόλης της Καβάλας.
- Είναι ρεαλιστική και εφικτή η υλοποίησή τους με βάση τις δυνατότητες του Δήμου.

Έχει δοθεί μεγάλη προσοχή ώστε οι προτεινόμενες δράσεις να μπορούν πράγματι να υλοποιηθούν. Όπου η υλοποίηση μιας δράσης υπερβαίνει τις δυνατότητες του Δήμου, αυτό επισημαίνεται και προτείνεται ο κατάλληλος φορέας υλοποίησης. Εξάλλου, το παρόν παραδοτέο περιορίζεται σε **ενέργειες μάρκετινγκ** όπως λ.χ. την ανάπτυξη προϊόντων, τις επικοινωνιακές ενέργειες κοκ. Άλλα θέματα που σχετίζονται με έργα υποδομών, με δημόσιες επενδύσεις ή με προβλήματα της καθημερινότητας όπως το κυκλοφοριακό και η στάθμευση, δεν αποτελούν αντικείμενο του παρόντος σχεδίου.

## Τι έχει προηγηθεί

Ο Δήμος Καβάλας αποτελεί έναν ιδιαίτερα δραστήριο οργανισμό τοπικής αυτοδιοίκησης. Έχει υλοποιήσει πολυάριθμά έργα στο πρόσφατο παρελθόν, τα οποία εν μέρει επικαλύπτονται με το αντικείμενο της παρούσας μελέτης. Οι πρωτοβουλίες του Δήμου – και μέχρι πρόσφατα της δημοτικής επιχείρησης Δημωφέλεια – κάλυψαν από τη Στρατηγική Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης και το πρόγραμμα επιχειρηματικότητας «Kick It» μέχρι την ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας στο πλαίσιο του «Tales of Taste».

Αυτές οι πρωτοβουλίες είχαν μεγάλες διαφορές ως προς το βαθμό ωρίμανσης και τα αποτελέσματα που επέφεραν. Κάποιες έμειναν σε δοκιμαστικό ή πιλοτικό επίπεδο, ενώ την πλέον ώριμη δράση του Δήμου αποτελεί η τουριστική καμπάνια γύρω από το destination brand «Καβάλα – Η γαλάζια πόλη».

Στο πλαίσιο του παρόντος έργου έχουν ληφθεί υπόψιν τα διδάγματα από τις προηγηθείσες πρωτοβουλίες. Οι εδώ προτεινόμενες δράσεις έχουν συμπεριληφθεί συνεκτιμώντας όχι μόνο τη χρησιμότητά τους στην επίτευξη των στόχων, αλλά επίσης το βαθμό στον οποίο αυτές μπορούν να υλοποιηθούν από το Δήμο.

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο παραδοτέο Π.2 είχαν διατυπωθεί τρεις **γενικοί στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ**, οι οποίοι παρατίθενται στον πίνακα της επόμενης σελίδας. Όσες ενέργειες μάρκετινγκ περιέχονται εδώ, έχουν επιλεγεί με κύριο κριτήριο το ότι συμβάλλουν στην επίτευξη των τριών αυτών στόχων. Σε κάθε προτεινόμενη δράση αναφέρεται σε ποιους από τους τρεις στρατηγικούς στόχους αυτή αντιστοιχεί.

Κατά περίπτωση θα διατυπωθούν στη συνέχεια και **επιπλέον στρατηγικοί στόχοι** με βάση τα δεδομένα εκάστου τομεακού σχεδίου μάρκετινγκ.

### Γενικοί στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ (από το Παραδοτέο Π.2)

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθαραυ στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

---

# 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό

### Προλεγόμενα

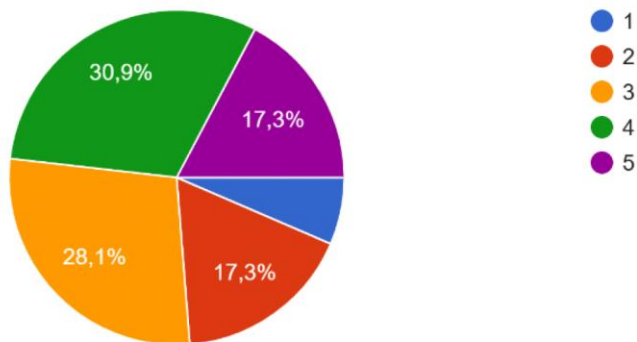
Το παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ για τον τουρισμό της Καβάλας είναι **συμπληρωματικό**, δηλ. δεν προορίζεται να υποκαταστήσει το συνολικότερο τουριστικό σχεδιασμό του Δήμου αλλά να τον συμπληρώσει. Από πλευράς του Δήμου και μέχρι πρόσφατα της Δημωφέλειας έχουν ήδη υλοποιηθεί δράσεις τουριστικής προβολής και ανάπτυξης τα προηγούμενα χρόνια και είναι σημαντικό να εξασφαλιστεί μια ομαλή συνέχεια ως προς την παρουσία της Καβάλας στην τουριστική αγορά.

Οι ενέργειες μάρκετινγκ που προτείνονται εδώ είναι **συμπληρωματικές** και **εστιασμένες στην επίλυση κάποιων ειδικότερων προκλήσεων**, όπως αυτές αναδείχθηκαν κατά την έρευνα και τη διαβούλευση. Συγκεκριμένα, η παρούσα προσέγγιση λαμβάνει υπόψιν τα συμπεράσματα των πρόσφατων ερευνών μεταξύ τουριστών και τουριστικών επιχειρήσεων καθώς επίσης τις σκέψεις και προτάσεις που διατυπώθηκαν σε όσες συζητήσεις με φορείς και επαγγελματίες διενήργησε η ομάδα έργου. Η μόνιμη επωδός αυτών των συζητήσεων ήταν η επιθυμία η Καβάλα να προσελκύσει **πιο ποιοτικούς επισκέπτες**, ώστε να αυξηθούν τα έσοδα που σήμερα είναι χαμηλά.

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ για τον τουρισμό της Καβάλας

Η σημαντικότερη παρέμβαση για τον τουρισμό της Καβάλας που έχει ήδη περιγραφεί στο Παραδοτέο Π.2 είναι η πρωτοβουλία «**Καβάλα – Πόλη Ποιοτική**» για τη βελτίωση των τουριστικών υπηρεσιών στην Καβάλα. Η έρευνα μεταξύ τουριστών που παρουσιάστηκε στο Παραδοτέο Π.1 (βλ. τα διαγράμματα σε αυτήν και την επόμενη σελίδα) έδειξε ότι παρά τη συνολική ικανοποίηση από την επίσκεψη στην Καβάλα, **η προσφερόμενη σχέση ποιότητας-τιμής δεν κρίνεται ως ικανοποιητική.**

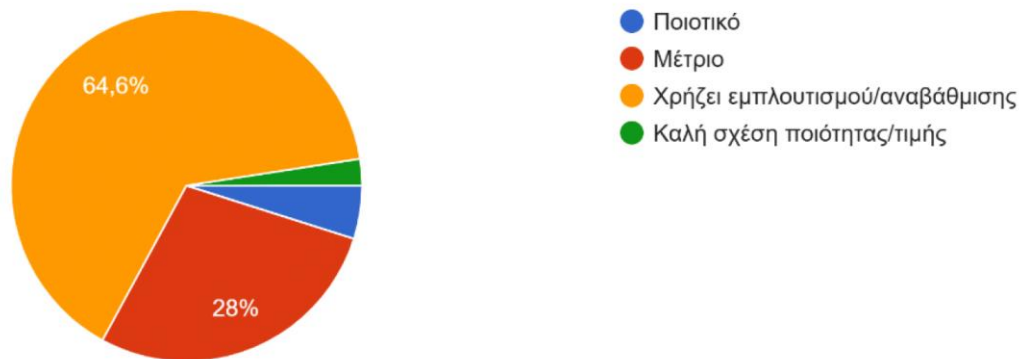
Από το 1-5 (1= ελάχιστη βαθμολογία, 5 =μέγιστη βαθμολογία) πώς θα αξιολογούσατε τη σχέση ποιότητας – τιμής των υπηρεσιών της πόλης;  
139 απαντήσεις



### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ για τον τουρισμό της Καβάλας

Για να μειωθεί η συνεπακόλουθη πίεση στις τιμές, θα επιδιωχθεί, αντιθέτως, η **ποιοτική αναβάθμιση** των τουριστικών υπηρεσιών της Καβάλας, ώστε οι τοπικές επιχειρήσεις να έχουν το περιθώριο **αύξησης των τιμών** τους. Για αυτόν το σκοπό αφενός προτάθηκαν οι δράσεις Δ.2.1 έως Δ.2.4 στο Παραδοτέο Π.2 για τη βελτίωση της σχέσης ποιότητας-τιμής (value for money), και αφετέρου παρατίθενται στο παρόν παραδοτέο πρόσθετες δράσεις για την **προσέλκυση πελατείας με αυξημένη αγοραστική δύναμη**.

Πώς αξιολογείτε το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν της Καβάλας;  
82 απαντήσεις



### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ για τον τουρισμό της Καβάλας

Ένα πρόσθετο ζητούμενο είναι η **άμβλυνση της εποχικότητας**, ώστε η τουριστική ζήτηση για την Καβάλα να κινείται σε ικανοποιητικά επίπεδα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Σε αυτό θα συμβάλει η προσφορά των κατάλληλων τουριστικών προϊόντων για τους μήνες με μειωμένη κίνηση καθώς και η αποτελεσματική προβολή τους στις αντίστοιχες αγορές-στόχους.

Εξίσου σημαντική είναι η επιδίωξη να αναδειχθεί η Καβάλα όχι απλά ως ένας ελκυστικός προορισμός ηλίου και θάλασσας αλλά ως ένας **πολυδιάστατος προορισμός με ένα πλούσιο χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων**. Αυτό θα επιτρέψει να αναπτυχθεί ένα διαφορετικό μοντέλο προσέγγισης επισκεπτών μέσα από ένα πιο πολυεπίπεδο αφήγημα.

Στον πολυδιάστατο χαρακτήρα της Καβάλας συμβάλλουν και οι εξαιρετικοί εκδρομικοί προορισμοί σε ακτίνα το πολύ 1½ ώρας. Έτσι, οι τουρίστες που επιλέγουν να διαμείνουν σε ξενοδοχεία της πόλης, μπορούν εύκολα να βιώσουν πολλές επιπλέον εμπειρίες όπως αυτές που παρατίθενται στην επόμενη σελίδα και καλύπτουν και τις τέσσερις εποχές του έτους.

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ για τον τουρισμό της Καβάλας

- Εκδρομικοί προορισμοί εύκολα προσβάσιμοι από την Καβάλα (ενδεικτική και όχι πλήρης παράθεση)
  - Εκδρομικοί προορισμοί **καθ' όλη τη διάρκεια του έτους**
    - ✓ Αρχαιολογικός χώρος Φιλίππων
    - ✓ Παγγαίο
    - ✓ Οινοποιεία Δράμας
    - ✓ Παλιά Πόλη Ξάνθης
    - ✓ Αρχαιολογικός χώρος Αμφίπολης κοκ.
  - Εκδρομικοί προορισμοί **με εποχιακό χαρακτήρα**
    - ✓ Κοντινές παραλίες και Θάσος για μπάνιο και θαλάσσια σπορ
    - ✓ Ξάνθη για Καρναβάλι και Γιορτές Παλιάς Πόλης
    - ✓ Δράμα για Ονειρούπολη
    - ✓ Χιονοδρομικό Κέντρο Φαλακρού για σκι κοκ.

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ για τον τουρισμό της Καβάλας

Βάσει αυτού του σκεπτικού παρατίθενται στην επόμενη σελίδα τρεις **επιπρόσθετοι στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ ειδικά για τον τουρισμό της Καβάλας**. Αυτοί οι στόχοι είναι **συμπληρωματικοί προς τους τρεις γενικούς στρατηγικούς στόχους** που είχαν παρατεθεί στο Παραδοτέο Π.2.

## 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                 | Τρόπος επίτευξης                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χαμηλή αγοραστική δύναμη και κατ' επέκταση χαμηλή μέση τουριστική δαπάνη από πλευράς της σημερινής τουριστικής πελατείας της Καβάλας | <b>Στρατηγικός Στόχος 1 για τον Τουρισμό της Καβάλας (ΣΣ-Τουρ.1)</b><br><i>Προσέλκυση τουριστών με υψηλότερη αγοραστική δύναμη</i> | Στοχευμένη προσέλκυση των κατάλληλων αγορών-στόχων σε συνδυασμό με την προσφορά πιο ποιοτικών τουριστικών προϊόντων |
| Ταύτιση της Καβάλας ως «Γαλάζιας Πόλης» με τον ήλιο και τη θάλασσα σε βάρος άλλων εξίσου συναρπαστικών πτυχών                        | <b>Στρατηγικός Στόχος 2 για τον Τουρισμό της Καβάλας (ΣΣ-Τουρ.2)</b><br><i>Ανάδειξη των λιγότερο γνωστών πτυχών της Καβάλας</i>    | Αλλαγή του αφηγήματος που έχει επικρατήσει για την πόλη της Καβάλας                                                 |
| Μειωμένα έσοδα κατά τη χαμηλή τουριστική περίοδο                                                                                     | <b>Στρατηγικός Στόχος 3 για τον Τουρισμό της Καβάλας (ΣΣ-Τουρ.3)</b><br><i>Αμβλυνση της εποχικότητας</i>                           | Ανάδειξη τουριστικών προϊόντων με δωδεκάμηνη απήχηση και συστηματική προβολή τους στις κατάλληλες αγορές-στόχους    |

### Αγορές-στόχοι

Όπως ήδη αναφέρθηκε, κατά τη διαβούλευση με εκπροσώπους φορέων και τουριστικούς επαγγελματίες διατυπώθηκε κατ' επανάληψη η άποψη ότι με την τουριστική πελατεία που έχει επικρατήσει τα τελευταία χρόνια στην Καβάλα, είναι δύσκολη η βελτίωση των τουριστικών επιδόσεων της πόλης ιδίως ως προς τα έσοδα και την εποχικότητα. Τονίστηκε ότι απαιτείται αλλαγή στο μείγμα επισκεπτών, ώστε να περιοριστεί η αναλογία όσων έρχονται οδικώς από τις γειτονικές βαλκανικές χώρες και να αυξηθεί το ποσοστό όσων έρχονται από χώρες με υψηλότερη αγοραστική δύναμη και με ταξιδιωτικό κίνητρο πέραν του ηλίου και θάλασσας.

Ο στόχος προσέλκυσης πιο εύπορων τουριστών με ευρύτερα ενδιαφέροντα και μικρότερη εποχικότητα θα επιτευχθεί εφόσον:

- αναδειχθεί μια ευρύτερη γκάμα τουριστικών προϊόντων και εμπειριών στην Καβάλα
- προσφερθούν πιο ποιοτικές υπηρεσίες στους επισκέπτες
- γίνει η κατάλληλη προβολή της Καβάλας στις ενδεδειγμένες αγορές-στόχους.

### Αγορές-στόχοι

Με όρους ψυχογραφικούς και συμπεριφορικούς, οι εν λόγω αγορές-στόχοι σχετίζονται με άτομα που είναι πιο «ψαγμένοι» και φιλομαθείς ταξιδιώτες, αναζητούν το αυθεντικό, ενδιαφέρονται να εμβαθύνουν στην ιστορία, τον πολιτισμό και τον τρόπο ζωής του ταξιδιωτικού τους προορισμού, εκτιμούν την καλή εξυπηρέτηση και είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω για αυτήν, ενώ αντιλαμβάνονται την αξία των activity providers και χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες τους, είτε πρόκειται για μια ξενάγηση σε ιστορικά μνημεία, είτε για μια δραστηριότητα στη φύση ή για μια οργανωμένη οινογευσία.

Αυτά τα χαρακτηριστικά απαντώνται κυρίως μεταξύ ατόμων με **υψηλό μορφωτικό επίπεδο** καθώς και με **ανώτερο έως υψηλό εισόδημα**, τα οποία άτομα θα αναζητηθούν στις ακόλουθες γεωγραφικές αγορές ανεξάρτητα από την οικογενειακή τους κατάσταση (προ γάμου, με ανήλικα παιδιά, empty nesters, συνταξιούχοι κοκ.). Επίσης θα σχολιαστούν κάποιες **προϊοντικές αγορές** που παρουσιάζουν ενδιαφέρον στην περίπτωση της Καβάλας.

### Αγορές-στόχοι

- **Γεωγραφικές αγορές:**

Προτεραιότητα σε χώρες με αυξημένη αγοραστική δύναμη όπως είναι η Ελλάδα, η Τουρκία, η Γερμανία και άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αναλυτικότερα:

- **Drive market** (οδική πρόσβαση)

- ✓ Βόρεια και Κεντρική Ελλάδα
- ✓ Τουρκία
- ✓ Βουλγαρία και άλλες χώρες της Βαλκανικής (για τουρίστες με αυξημένη αγοραστική δύναμη)

- **Fly market** (αεροπορική πρόσβαση)

- ✓ Νότια Ελλάδα (κυρίως Αθήνα, Πελοπόννησος και Κρήτη)
- ✓ Γερμανία
- ✓ Άλλες ευρωπαϊκές χώρες με απευθείας αεροπορική σύνδεση

### Αγορές-στόχοι

- ***Ειδικά ακροατήρια με βάση την εθνικότητα και την καταγωγή:***

Όπως προκύπτει από την πολυτάραχη ιστορία της πόλης, στην Καβάλα ζούσαν κατά το πρόσφατο παρελθόν κάποιες πληθυσμιακές ομάδες, οι απόγονοι των οποίων διατηρούν κάποιες αναφορές στον τόπο καταγωγής τους ή έχουν άλλου είδους ιστορικούς δεσμούς με την πόλη. Πρόκειται, συγκεκριμένα, για τις εξής κοινότητες:

- ✓ Τούρκοι
- ✓ Εβραίοι
- ✓ Αρμένιοι
- ✓ Αιγύπτιοι

Προτείνεται αφενός να ενταχθούν στο νέο τουριστικό αφήγημα της Καβάλας τα σημεία ενδιαφέροντος για αυτές τις κοινότητες και αφετέρου να δημιουργηθούν σχετικές διαδρομές. Αξίζει να επισημανθεί ότι μια αντίστοιχη προσέγγιση Τούρκων και Εβραίων με ρίζες στη Θεσσαλονίκη έδωσε μεγάλη ώθηση στον τουρισμό της πόλης από το 2011 και μετά.

### Αγορές-στόχοι

- **Ειδικές προϊόντικές αγορές με προοπτικές ανάπτυξης**
  - **Γαστροφιλοι και οινόφιλοι:** Χάρη στην πλούσια γαστρονομική της παράδοση και τα υψηλής ποιότητας προϊόντα που βγάζει η ευρύτερη περιοχή (βλ. επίσης κεφάλαιο 4 του παρόντος), η Καβάλα πληροί τις προϋποθέσεις για να εδραιωθεί ως γαστρονομικός προορισμός. Υπάρχει ένα ολοένα διευρυνόμενο κομμάτι της τουριστικής αγοράς που διαρκώς αναζητεί νέους γαστρονομικούς προορισμούς και νέες γευστικές συγκινήσεις. Με την υλοποίηση των δράσεων δημιουργικής και ποιοτικής αναβάθμισης που περιεγράφηκαν στο Παραδοτέο Π.2, οι επιχειρήσεις εστίασης της πόλης θα υποστηριχθούν για να αποκτήσουν την απαιτούμενη υπερτοπική απήχηση, προκειμένου να αποτελέσουν πόλο έλξης αυτής της τουριστικής πελατείας. Στο παρόν σχέδιο μάρκετινγκ έχει επίσης προβλεφθεί η ανάδειξη όσων activity providers προσφέρουν δραστηριότητες γαστρονομικού ενδιαφέροντος όπως λ.χ. οινογευσία ή μαθήματα μαγειρικής.

### Αγορές-στόχοι

- **Ειδικές προϊόντικές αγορές με προοπτικές ανάπτυξης**

- **Συμμετέχοντες σε συνέδρια και MICE:** Μια ιδιαίτερα ελκυστική αγορά για έναν αστικό προορισμό είναι ο συνεδριακός τουρισμός. Στο πλαίσιο ενός εθνικού ή διεθνούς συνεδρίου, μιας εταιρικής συνάντησης, ενός ταξιδιού κινήτρων (incentives) ή μιας εμπορικής έκθεσης δαπανώνται μεγάλα ποσά για να φιλοξενηθούν οι συμμετέχοντες σε αυτήν την εκδήλωση. Συνήθως τις δαπάνες καλύπτει ο εργοδότης ή ο φορέας που εκπροσωπεί κάποιος σύνεδρος και έτσι υπάρχει η ευχέρεια για υψηλότερη κατά κεφαλήν δαπάνη συγκριτικά με ένα ταξίδι αναψυχής που θα πλήρωνε το ίδιο άτομο. Για τη μεγιστοποίηση των εσόδων σε αυτήν την αγορά απαιτούνται δύο βήματα:

- ✓ Επαφές με διοργανωτές για να φέρουν το επόμενο συνέδριό τους στην Καβάλα
- ✓ Παρότρυνση των δυνητικών συνέδρων να κάνουν εγγραφή στη διοργάνωση.

Στο κεφάλαιο 5 του παρόντος παραδοτέου θα παρατεθούν πιο αναλυτικά οι προτάσεις για την προσέλκυση περισσότερων συνεδρίων στην Καβάλα.

### Αγορές-στόχοι

- **Ειδικές προϊόντικές αγορές με προοπτικές ανάπτυξης**
  - **Φιλομαθείς και φιλότεχνοι τουρίστες:** Η Καβάλα διαθέτει ένα μεγάλο πολιτιστικό απόθεμα χάρη στα πολύ σημαντικά μνημεία που υπάρχουν τόσο στην πόλη όσο και σε μικρή απόσταση από αυτήν, γεγονός που την καθιστά ελκυστικό προορισμό για όσους θέλουν στα ταξίδια τους να ανακαλύπτουν **την ιστορία και την πολιτιστική κληρονομιά** ενός τόπου. Πέραν του παρελθόντος, επιχειρείται μέσω του παρόντος έργου να ενισχυθεί και να αναδειχθεί η **σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία** στην πόλη. Έτσι θα υιοθετηθεί εδώ η προτροπή που ακούστηκε επανειλημμένα κατά τη διάρκεια της διαβούλευσης **να εδραιωθεί η Καβάλα ως πολιτιστικό κέντρο της Βόρειας Ελλάδας**. Αυτό προϋποθέτει:
    - ✓ την καλύτερη ανάδειξη των στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς
    - ✓ τη στήριξη και την προβολή της σύγχρονης πολιτιστικής δημιουργίας
    - ✓ την αξιοποίηση των δημιουργικών εργαστηρίων (art residencies) που πραγματοποιούνται στην πόλη για συμμετοχικό πολιτιστικό τουρισμό.

### Αγορές-στόχοι

- **Ειδικές προϊόντικές αγορές με προοπτικές ανάπτυξης**
  - **Φιλομαθείς και φιλότεχνοι τουρίστες (συνέχεια):** Με τον προγραμματισμό πολιτιστικών εκδηλώσεων και δημιουργικών εργαστηρίων (art residencies) εκτός της περιόδου αιχμής, η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού θα συμβάλλει με άμεσο τρόπο στην άμβλυνση της εποχικότητας, ενώ συνδέεται και με υψηλότερη τουριστική δαπάνη. Περισσότερες πληροφορίες για την επιδίωξη να εδραιωθεί η Καβάλα ως **πολιτιστική πρωτεύουσα της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης** παρατίθενται στο κεφάλαιο 2 του παρόντος.
  - **Ηλικιωμένοι τουρίστες (Silver Tourism):** Η Καβάλα διαθέτει το κατάλληλο μείγμα θελγήτρων και δραστηριοτήτων για να προσελκύσει ηλικιωμένους τουρίστες τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό ιδίως κατά τους μήνες εκτός υψηλής περιόδου. Ο συνδυασμός φύσης, πολιτισμού, ιστορίας και καλού φαγητού επιτρέπει σε αυτήν την τουριστική πελατεία να εξερευνήσει την Καβάλα και τις γύρω περιοχές με πιο αργούς ρυθμούς, διαθέτοντας επιπλέον ημέρες για την επίσκεψή τους είτε μετέχοντας σε οργανωμένο ομαδικό ταξίδι είτε ανεξάρτητα.

### Αγορές-στόχοι

- **Ειδικές προϊόντικές αγορές με προοπτικές ανάπτυξης**
  - **Επιβάτες κρουαζιέρας:** Με 28 προσεγγίσεις κρουαζιερόπλοιων και 44 χιλιάδες επιβάτες το 2024 (έναντι 21 χιλιάδων το 2023), η Καβάλα αποτελεί έναν αναπτυσσόμενο προορισμό κρουαζιέρας. Παρότι είναι περιορισμένη η κατανάλωση που κάνουν, οι επιβάτες δεν παύουν να είναι μια ευπρόσδεκτη πελατεία για τις τοπικές επιχειρήσεις είτε πρόκειται για παρόχους οργανωμένων εκδρομών και δραστηριοτήτων εντός και εκτός Καβάλας είτε για τα εμπορικά καταστήματα και τις επιχειρήσεις εστίασης της πόλης. Σύμφωνα με παλιότερη έρευνα του Επιμελητηρίου Καβάλας, η παραμονή των επιβατών στην πόλη είναι σύντομης διάρκειας, δαπανούν κατά μέσο όρο 35 Ευρώ, ενώ είναι μικρό το ποσοστό όσων επιβατών επισκέπτονται καταστήματα, εστιατόρια και μουσεία αφού με την αποβίβασή τους οι περισσότεροι παίρνουν μέρος σε οργανωμένη εκδρομή (κυρίως στους Φιλίππους).

### Αγορές-στόχοι

- **Ειδικές προϊόντικές αγορές με προοπτικές ανάπτυξης**
  - **Επιβάτες κρουαζιέρας** (συνέχεια): Για την αύξηση των εσόδων από την αγορά της κρουαζιέρας, ο Δήμος μπορεί:
    - ✓ να συνδράμει τον Οργανισμό Λιμένος Καβάλας στις δικές του προσπάθειες προσέλκυσης περισσότερων κρουαζιερόπλοιων (επαφές B2B με εταιρίες διοργάνωσης κρουαζιέρας), π.χ. με τη στήριξη ενός ετήσιου fam trip για στελέχη αυτών των εταιριών
    - ✓ να ενσωματώσει στο τουριστικό του αφήγημα προτάσεις εξερεύνησης της πόλης ειδικά για επιβάτες κρουαζιέρας και να τις προβάλλει εκτενώς μέσω της διαδικτυακής του παρουσίας. Χρήσιμη θα φανεί ιδίως η ανάδειξη των activity providers, των αξιοθεάτων της πόλης καθώς και των γαστρονομικών εμπειριών που προσφέρει η Καβάλα σε όσους την επισκέπτονται για λίγες ώρες.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

Μερικές από τις δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Πόλη της Καβάλας (βλ. Παραδοτέο Π.2) είναι ιδιαίτερα ωφέλιμες για τον τουρισμό της πόλης. Στον πίνακα της επόμενης σελίδας έχουν επισημανθεί με **κόκκινο χρώμα** αυτές οι δράσεις. Με την υλοποίησή τους θα υπάρξουν χειροπιαστά οφέλη για τις τουριστικές επιχειρήσεις της πόλης όπως λ.χ. με την ποιοτική αναβάθμιση και τη συνεπακόλουθη αύξηση των εσόδων. Ειδικά οι δράσεις Δ.0.1 για το νέο αφήγημα και Δ.0.4 για το ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών θα φανούν ιδιαίτερα χρήσιμες ως προς την άμβλυνση της εποχικότητας.

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής*                             | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)               | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)           | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)             |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση</b>             | <b>Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»</b>                 | <b>Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»</b>                 | Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»               |
| <b>Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού</b> | <b>Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»</b>                  | <b>Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»</b>                  | Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»         |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή</b>                   | Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»                             | Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»                              | <b>Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»</b>   |
| <b>Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών</b>                | <b>Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας</b> | <b>Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας</b> | Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάσεις την Καβάλα»    |
|                                                                 |                                                                     |                                                              | Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση |                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Τουρ.1<br>ΣΣ-Τουρ.2<br>ΣΣ-Τουρ.3                                                                                                                                                                         | Κόστος   | • έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                |
| Περιγραφή                                    | • Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος<br>• Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα<br>• Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους<br>• Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου |          |                                                                                                                |

## 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό

### Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικοακουστικού υλικού

| Χρόνος έναρξης                      | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Τουρ.1<br>ΣΣ-Τουρ.2<br>ΣΣ-Τουρ.3                                                                                                                                                                                                                         | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €15.000 για τη διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης κατά το 1<sup>ο</sup> έτος</li><li>• €8.000 ετησίως για τη διενέργεια πρόσθετης επαγγελματικής φωτογράφισης από το 2<sup>ο</sup> έτος και μετά</li><li>• έως €30.000 για την παραγωγή του επίσημου βίντεο της καμπάνιας και 10 satellite videos κατά το 1<sup>ο</sup> έτος</li><li>• €10.000 ετησίως για πρόσθετα βίντεο από το 2<sup>ο</sup> έτος και μετά</li><li>• έως €1.000 ετησίως για χρήση λογισμικού επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο και αρχειοθέτησης</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                      | • Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Συλλογή και αρχειοθέτηση φωτογραφικού υλικού του Δήμου και τρίτων</li><li>• Διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης από ανάδοχο</li><li>• Διενέργεια συμπληρωματικής ερασιτεχνικής φωτογράφισης</li><li>• Παραγωγή βίντεο από ανάδοχο</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Τουρ.1<br>ΣΣ-Τουρ.2<br>ΣΣ-Τουρ.3                                                                                                                                                                                   | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                 |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                            | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                 |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους       | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Τουρ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Κόστος   | • χωρίς πρόσθετο κόστος<br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                            | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                 |
| Περιγραφή                                 | • Καταγραφή όλων των εκδηλώσεων ευρύτερου ενδιαφέροντος<br>• Καταγραφή όλων των εμπειριών στην πόλη, στη φύση και σε κοντινούς προορισμούς καθόλη τη διάρκεια του έτους<br>• Αποτύπωση εποχικών προϊόντων και γεύσεων με βάση τις τέσσερις εποχές του έτους<br>• Δημιουργία ευρετηρίου εκδηλώσεων και εμπειριών με τη μορφή ημερολογίου και λειτουργία αναζήτησης, ταξινόμησης και αυτόματης ειδοποίησης βάσει διαφορετικών κριτηρίων |          |                                                                                 |

## 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό

| Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας» |                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €15.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li> <li>€3.000 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li> <li>έως €3.000 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li> </ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών</p> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li> <li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Περιγραφή                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Διενέργεια σεμιναρίων</li> <li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li> <li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li> </ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό

### Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                 |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Διάρκεια</b> | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Κόστος</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li><li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li><li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li><li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li><li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων από κριτική επιτροπή</li><li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li></ul>                            |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                       |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | • έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                               | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                            |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης</li><li>• Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li><li>• Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li></ul> |          |                                                                                            |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                   | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.2<br>ΣΣ-Τουρ.1                                                                                                                                                                                                                          | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li><li>€1.500 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li><li>έως €1.500 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li></ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών<br/>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li><li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Διενέργεια σεμιναρίων</li><li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li><li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li></ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας» |                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                       | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους  | ΓΣΣ.2<br>ΣΣ-Τουρ.1                                                                                                                                                                                                                              | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li><li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li><li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                       | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li><li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Περιγραφή                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li><li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων</li><li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li></ul>                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                            |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                        | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                       |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                   | ΓΣΣ.2<br>ΣΣ-Τουρ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Κόστος   | • έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                        | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                            |
| Περιγραφή                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης</li><li>• Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li><li>• Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li></ul> |          |                                                                                            |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»

|                                            |                                                                                                                                                                      |                 |                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                            | <b>Διάρκεια</b> | εις το διηνεκές                                                                                                                                                           |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Τουρ.1<br>ΣΣ-Τουρ.2<br>ΣΣ-Τουρ.3                                                                                                                         | <b>Κόστος</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li></ul> |                 |                                                                                                                                                                           |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                              |                 |                                                                                                                                                                           |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### *Πρόσθετες δράσεις μάρκετινγκ για τον τουρισμό*

Στη συνέχεια παρατίθενται μερικές ακόμη **συμπληρωματικές δράσεις** σε αντιστοιχία με τους προαναφερθέντες πρόσθετους στόχους του μάρκετινγκ ειδικά για τον τουρισμό, ήτοι την προσέλκυση τουριστών με υψηλότερη αγοραστική δύναμη, την ανάδειξη των λιγότερο γνωστών πτυχών της Καβάλας καθώς και την άμβλυνση της εποχικότητας (βλ. στόχους ΣΣ-Τουρ.1, ΣΣ-Τουρ.2 και ΣΣ-Τουρ.3). Πρόκειται, συγκεκριμένα, για τις εξής δράσεις που περιγράφονται στη συνέχεια πιο αναλυτικά:

- Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών
- Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»
- Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών***

Για την προσέλκυση νέων κατηγοριών τουριστών αλλά και τον εμπλουτισμό της προσφερόμενης εμπειρίας επίσκεψης στην Καβάλα προτείνεται η ανάδειξη νέων τουριστικών διαδρομών ειδικού ενδιαφέροντος με έντονο το αφηγηματικό στοιχείο. Αυτές οι νέες διαδρομές έχουν, εξάλλου, δωδεκάμηνο χαρακτήρα και θα συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας.

Όπως φαίνεται στις δύο επόμενες σελίδες, στην τουριστική ιστοσελίδα του Δήμου (<https://www.visitkavala.gr/>) ήδη περιγράφονται τρεις διαδρομές στην πόλη και τέσσερις διαδρομές στη φύση. Πρόκειται για ελκυστικές εμπειρίες που συνδέουν τα σημαντικότερα σημεία ενδιαφέροντος εντός και εκτός πόλης. Προτείνεται να εμπλουτιστεί η περιγραφή κάθε διαδρομής με τα τεχνικά της χαρακτηριστικά καθώς και τη δυνατότητα download με όλα τα στοιχεία της και με το σχετικό χάρτη, ώστε να είναι εφάμιλλη αντίστοιχων τουριστικών ιστοσελίδων του εξωτερικού (βλ. το παράδειγμα του ελβετικού χωριού **Zermatt** που παρατίθεται στη συνέχεια).

# ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ

Αρχική / Απόλαυσε / Διαδρομές στην πόλη

Μια μεγαλούπολη του Βορρά, από τις αρχαιότερες πόλεις με λιμάνι, με πολλά στρώματα ιστορίας.  
Μια πόλη με αμέτρητες ιστορίες. Ελάτε να τις απολαύσουμε.... περπατώντας!



## ΠΑΛΙΑ ΠΟΛΗ «ΠΑΝΑΓΙΑ»

Η βόλτα στην Παλιά Πόλη της Καβάλας είναι μια εμπειρία που θέλεις να τη ζεις και να την ξαναζείς...

[Μάθετε περισσότερα](#)



## ΛΙΜΑΝΙ & ΠΑΡΑΛΙΑ

Ο παραλιακός πεζόδρομος που οδηγεί στο Λιμάνι της Καβάλας είναι μια από τις πιο όμορφες βόλτες της πόλης! Διανύστε...

[Μάθετε περισσότερα](#)



## ΠΛΑΤΕΙΑ ΚΑΠΝΕΡΓΑΤΗ & ΟΔΟΣ ΚΥΠΡΟΥ

Μια πολύ ωραία διαδρομή στην πόλη είναι αυτή που μπορεί να ακολουθήσει κανείς από την πλατεία Καπνεργάτη προς την...

[Μάθετε περισσότερα](#)

# ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗ ΦΥΣΗ

Αρχική / Απόλαυσε / Διαδρομές στη φύση

Με την πρώτη ματιά... είναι η θάλασσα που σου μαγνητίζει το βλέμμα. Κι όμως, η ομορφιά της Καβάλας δεν εξαντλείται εκεί. Περιοχή ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς, με μονοπάτια στη φύση σχεδιασμένα για να καλύψουν τις ανάγκες της καθημερινότητας μιας άλλης εποχής αλλά και του σήμερα.

Με την Αρχαία Εγνατία να τη διαπερνά και τον «δρόμο του νερού», στολισμένο με περίτεχνα γεφύρια να καταλήγουν στις Καμάρες για να υδροδοτήσουν την Παλιά Πόλη, και άλλα πάλι μονοπάτια να σε οδηγούν σε βάθρες και καταρράκτες. Όλα σε προκαλούν και σε προσκαλούν να μάθεις την ιστορία της πόλης μέσα από τη φύση της.



**ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΜΟΝΟΠΑΤΙ  
ΠΑΛΙΑΣ ΚΑΒΑΛΑΣ**



**ΜΟΝΟΠΑΤΙ ΚΑΒΑΛΑ – ΠΑΛΙΑ  
ΚΑΒΑΛΑ «Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ  
ΝΕΡΟΥ»**



**ΤΟ ΠΕΡΙΑΣΤΙΚΟ ΔΑΣΟΣ ΤΗΣ  
ΚΑΒΑΛΑΣ**



**ΑΡΧΑΙΑ ΕΓΝΑΤΙΑ ΟΔΟΣ**



Show all 5 photos

Sightseeing tour • Easy

## Zermatt Village Tour

The village of Zermatt has been shaped by ancient traditions and modern tourism. The thrilling contrasts can be explored on a walk through the village. Time required: from 1 hour to half a day.

### Details

|               |              |
|---------------|--------------|
| Type          | Village tour |
| Difficulty    | Easy         |
| Duration      | 🕒 1 h 30 min |
| Distance      | 📏 1.8 km     |
| Ascent        | ↗️ 47 m      |
| Descent       | ↘️ 47 m      |
| Lowest point  | ⬇️ 1608 m    |
| Highest point | ⬆️ 1632 m    |

### Description

In the old village, beside the Grand Hotel Zermatterhof, about 30 ancient buildings show the traditional building style of the original Walser residents. The barns and grain stores, up to 500 years old, are a piece of living history and reveal how the mountain farmers of Zermatt once lived. The old village is located on square E8 of the plan of the resort. Anyone interested in the lifestyle of local people in days gone by should visit Zermatlantis, the Matterhorn Museum.

#### Charming hotel tradition

Zermatt is also home to more than 100 hotels and numerous chalets, some ancient, others very modern. The resort

[Read more](#)

### Best season

|     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| JAN | FEB | MAR | APR | MAY | JUN | JUL | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

### Route

|             |                     |
|-------------|---------------------|
| Start point | 📍 Zermatt (1,620 m) |
| End point   | 📍 Zermatt (1,620 m) |

### Rating

|            |           |
|------------|-----------|
| Condition  | ★ ★ ★ ★ ★ |
| Technique  | ★ ★ ★ ★ ★ |
| Experience | ★ ★ ★ ★ ★ |
| Landscape  | ★ ★ ★ ★ ★ |

Πηγή:  
<https://zermatt.swiss/en/p/zermatt-village-tour-01tVj000005EwwilAC>

## Directions



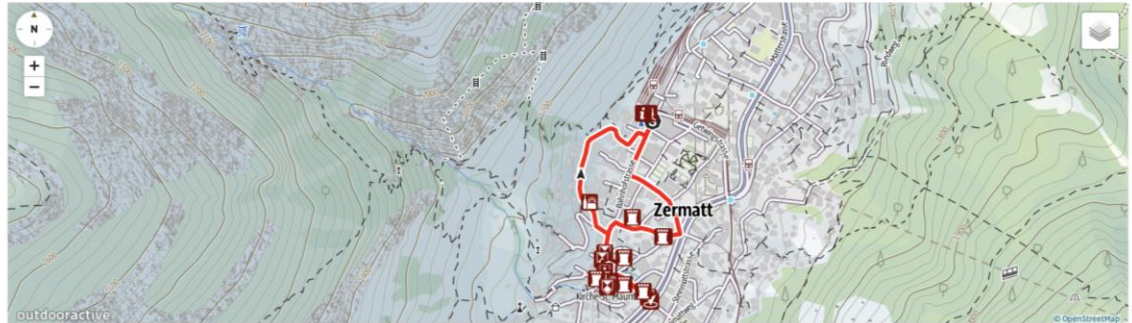
## Equipment



## Tip of the author

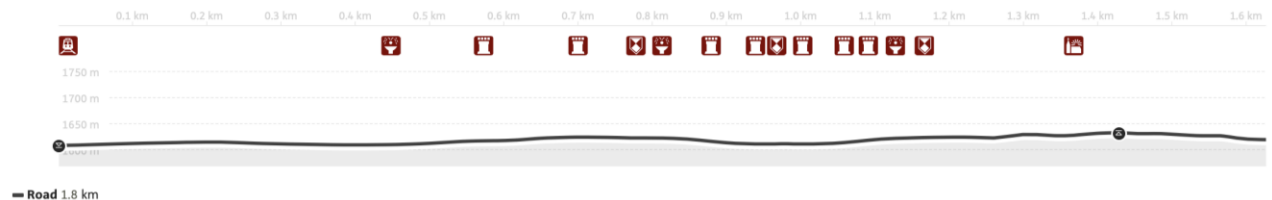


## Map



 Route 

Nothing selected - click and drag in the elevation profile to zoom



— Road 1.8 km

[View detailed map](#) 

## Properties

- Restaurants on the way
- Circular route
- Easy for walking with children
- Nice views
- Cultural highlights
- Insider tip

## Download

-  [GPS-track \(GPX\)](#)
-  [Tour information \(PDF\)](#)
-  [Google-Earth](#)

Πηγή:  
<https://zermatt.swiss/en/p/zermatt-village-tour-01tVj000005EwwilAC>

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών***

Βάσει αυτού του σκεπτικού και έχοντας ως σκοπό την προσέλκυση νέων κατηγοριών τουριστών αλλά και τον εμπλουτισμό της προσφερόμενης εμπειρίας επίσκεψης στην Καβάλα, προτείνεται η ανάδειξη των εξής νέων τουριστικών διαδρομών ειδικού ενδιαφέροντος με έντονο το αφηγηματικό στοιχείο:

- **Νέα διαδρομή «Οθωμανικές μνήμες της Καβάλας»**

Στο πλαίσιο του στόχου για την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών από την Τουρκία είναι χρήσιμη η ανάδειξη μιας νέας διαδρομής που θα συνδέει τα σημαντικότερα οθωμανικά μνημεία της Καβάλας με ένα πλούσιο ιστορικό αφήγημα.

- **Νέα διαδρομή «Αιγυπτιακές μνήμες της Καβάλας»**

Η νέα αυτή διαδρομή θα περιλαμβάνει τα μνημεία που συνδέονται με τον Μεχμέτ Αλί και την αιγυπτιακή παρουσία στην Καβάλα.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών***

- **Νέα διαδρομή «Εβραϊκές μνήμες της Καβάλας»**

Η νέα αυτή διαδρομή θα συνδέει τα σημαντικότερα εβραϊκά μνημεία της Καβάλας. Μέσω της διαδρομής θα ανακαλύπτει κανείς ενδιαφέροντα στοιχεία για την άλλοτε κραταιά εβραϊκή κοινότητα της Καβάλας, τον τρόπο ζωής της, τα τραγικά γεγονότα του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και τη σημερινή κατάσταση των μνημείων.

- **Νέα διαδρομή «Αρμενικές μνήμες της Καβάλας»**

Η νέα αυτή διαδρομή θα συνδέει τα σημαντικότερα μνημεία και σημεία ενδιαφέροντος που συνδέονται με την παρουσία της αρμενικής κοινότητας στην Καβάλα. Μέσω της διαδρομής θα ανακαλύπτει κανείς τον τρόπο ζωής των Αρμενίων, σημαντικά ορόσημα της ιστορίας τους καθώς και το αποτύπωμα της αρμενικής κοινότητας στην πόλη.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών***

Με διάρκεια δύο-τρεις ώρες, η κάθε διαδρομή θα γίνεται πεζή, καθώς θα αναπτύσσεται εντός του κέντρου της πόλης.

Αντί για την τοποθέτηση φυσικής σήμανσης, η οποία θα αύξανε το κόστος αυτού του εγχειρήματος, προτείνεται η ψηφιακή σήμανση με την αποτύπωση όλων των σημείων ενδιαφέροντος της εν λόγω διαδρομής σε διαδικτυακό χάρτη μαζί με την περιγραφή κάθε σημείου ενδιαφέροντος μέσω κειμένου. Αυτή η ηλεκτρονική ξενάγηση – μπορεί να πάρει και τη μορφή ακουστικής ξενάγησης – θα είναι διαθέσιμη στην τουριστική ιστοσελίδα του Δήμου και θα μπορεί να αποθηκευτεί σε κινητό ως δωρεάν υπηρεσία. Παράλληλα είναι χρήσιμο να ενημερωθούν ξεναγοί και τουριστικά γραφεία για αυτήν τη διαδρομή, ώστε να προσφέρουν οργανωμένη ξενάγηση επί πληρωμή στους επισκέπτες της πόλης.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών***

Τόσο οι νέες διαδρομές όσο και εκείνες που περιγράφονται στο visitkavala.gr προτείνεται να προωθηθούν με δύο τρόπους:

- διαδικτυακά με δωρεάν εφαρμογή για ακουστική ξενάγηση μέσω κινητού
- προβάλλοντας συστηματικά όσους ξεναγούς ή τουριστικά γραφεία προσφέρουν οργανωμένες ξεναγήσεις σε αυτές τις διαδρομές έναντι αμοιβής.

## 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                          |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Διάρκεια | 3 μήνες                                                  |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΣΣ-Τουρ.1<br>ΣΣ-Τουρ.2<br>ΣΣ-Τουρ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία των στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                          |
| Περιγραφή                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>Ετοιμασία νέων θεματικών τουριστικών διαδρομών στην Καβάλα κατόπιν διενέργειας σχετικής έρευνας στην πόλη</li><li>Αποτύπωση των διαδρομών σε χάρτη και αναλυτική περιγραφή τους</li><li>Προβολή των νέων διαδρομών μέσα από τα διαδικτυακά εργαλεία του Δήμου (ιστοσελίδα, κοινωνικά δίκτυα, blogposts κοκ.)</li><li>Αρχική επαφή με πάροχο που προσφέρει τεχνολογία ακουστικής ξενάγησης για το κόστος προσφοράς επιλεγμένων ακουστικών ξεναγήσεων, οι οποίες μπορούν να προσφερθούν στους επισκέπτες της πόλης δωρεάν μέσω smartphone</li></ul> |          |                                                          |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»***

Σε κάθε τουριστικό προορισμό, πέραν των γνωστών επιχειρηματικών κατηγοριών όπως είναι τα ξενοδοχεία και τα άλλα τουριστικά καταλύματα, οι επιχειρήσεις εστίασης, οι πάσης μορφής μεταφορικές επιχειρήσεις (αεροπορικές και ακτοπλοϊκές εταιρίες κοκ.) και τα εμπορικά καταστήματα, υπάρχει μια κατηγορία επιχειρήσεων με ειδικό βάρος. Είναι οι πάροχοι δραστηριοτήτων – οι «activity providers» – οι οποίοι καλύπτουν ένα μεγάλο εύρος ειδικών ενδιαφερόντων και προσδίδουν χάρη στη δουλειά τους έναν πολύ πιο ελκυστικό και πολυδιάστατο χαρακτήρα στον προορισμό. Ουσιαστικά αποτελούν τους **καλύτερους πρεσβευτές για τον τουρισμό της Καβάλας**, καθώς προσφέρουν έναν **πλούτο εμπειριών** και προσθέτουν βάθος και αφήγημα σε όσα προσφέρει η πόλη.

Ως «activity providers» νοούνται όσοι επαγγελματίες και επιχειρηματίες προσφέρουν δραστηριότητα συγκεκριμένης διάρκειας σε τουρίστες κατά τη διαμονή τους στον προορισμό. Κυμαίνονται από τους ξεναγούς, τα spa και τους παρόχους οινογνωσίας μέχρι τους δασκάλους θαλάσσιων σπορ και τους οδηγούς βουνού.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»***

Στην επόμενη σελίδα αντιπαραβάλλονται οι activity providers – ήτοι οι πάροχοι δραστηριοτήτων – που δραστηριοποιούνται στην Καβάλα με τους συναδέλφους τους στο Ηράκλειο της Κρήτης όπως απεικονίζονται στην πλατφόρμα της TripAdvisor. Λόγω του περιορισμένου βαθμού τουριστικής ανάπτυξης της Καβάλας, ο αριθμός των activity providers είναι απείρως μικρότερος συγκριτικά με αυτούς του Ηρακλείου. Για να ξεπεραστεί αυτός ο περιορισμός, προτείνεται να επιδιωχθεί από πλευράς του Δήμου:

- η πιο επιθετική προβολή όλων των activity providers που ήδη δραστηριοποιούνται στην Καβάλα
- η ενθάρρυνση νέων activity providers να δραστηριοποιηθούν με διαφορετικές από τις ήδη προσφερόμενες δραστηριότητες
- η υποστήριξη των activity providers στην προσπάθεια για συνεχή ποιοτική αναβάθμιση.

# Things to Do in Kavala

Check out must-see sights and activities: [The Castle of Kavala](#), [The Aquaduct](#), [Ports of Call Tours](#), [Beaches](#). For personalized recommendations, try our AI trip-planning product.

 Build your trip

Powered by AI **BETA**



## Explore popular experiences

See what other travelers like to do, based on ratings and number of bookings.

See all

 Ports of Call Tours (12)

 Day Trips (15)

 Beaches (4)

 Half-day Tours (8)

 Wine Tastings (3)

 Specialty Museums (4)

 Private Sightseeing Tours (13)

 Historical Tours (13)

 Audio Guides (3)

 Bus Tours (17)

 Dining Experiences (3)

 Cultural Tours (12)

 Water Tours (4)

 Full-day Tours (9)

 4WD Tours (1)

 Top Picks

 Sporting Events (3)



# Things to Do in Heraklion

Check out must-see sights and activities: [Heraklion Archaeological Museum](#), [Lyrarakis Winery](#), [Historic Sites](#), [Walking Tours](#). For personalized recommendations, try our AI trip-planning product.

 Build your trip

Powered by AI **BETA**

## Explore popular experiences

See what other travelers like to do, based on ratings and number of bookings.

See all

 Half-day Tours (146)

 Day Trips (276)

 Historic Sites (10)

 Walking Tours (90)

 Cultural Tours (245)

 Shopping Malls (9)

 Private Sightseeing Tours (236)

 Sailing (41)

 Points of Interest & Landmarks (17)

 Archaeology Tours (166)

 Water Tours (68)

 Wineries & Vineyards (9)

 Wine Tastings (92)

 Safaris (18)

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»***

Όπως φαίνεται στα παραδείγματα των επόμενων δύο σελίδων, στην επίσημη τουριστική ιστοσελίδα του Δήμου ήδη μνημονεύονται οι επιμέρους πάροχοι δραστηριοτήτων. Εντούτοις, απαιτείται μια πιο αναλυτική περιγραφή κάθε παρόχου μαζί με την παράθεση περισσότερου φωτογραφικού υλικού, το οποίο οι πάροχοι μπορούν εύκολα να διαθέσουν στο Δήμο για να τους προβάλλει μέσα από τα κανάλια του (ιστοσελίδα, κοινωνικά δίκτυα, blogposts κοκ.).

# ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ



## ΚΑΤΑΔΥΣΕΙΣ

Τα καθαρά και ήρεμα νερά της περιοχής της Καβάλας είναι ιδανικά για καταδύσεις. Εκτός από την ομορφιά της στεριάς,...



## ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΑ

Όταν συνδυάζεται η γοητεία του τοπίου με αυτή της θάλασσας, τότε η Καβάλα αναδεικνύεται το ιδανικότερο μέρος για να...



## ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ

Η Καβάλα διαθέτει εσωτερικές πίστες προπόνησης που προσφέρονται για αναρρίκηση τύπου boulder αλλά και με σκοινί. Οι αθλητικοί σύλλογοι...



## ΙΠΠΑΣΙΑ

Στο Δάτο, το Ιπποτουριστικό Κέντρο προσφέρει φυσιολατρικούς περιπάτους σε άτομα με ή χωρίς γνώσεις ιππασίας, μαθήματα ιππασίας για παιδιά...



## WATER SPORTS

Είστε λάτρεις της περιπέτειας στη θάλασσα; Αν ψάχνετε το κατάλληλο σημείο στην Καβάλα για να κάνετε windsurfing, μπορείτε...



## ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ENDURO

Η πόλη της Καβάλας με την προνομιακή γεωγραφική της θέση, χτισμένη ανάμεσα στο βουνό και τη θάλασσα, προσφέρει τη...



## ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ 4x4

Η ανάγκη για απόδραση από την καθημερινότητα και διασκέδαση δίνει στη φύση σε συνδυασμό με την αυτοκίνηση, είναι...



## ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΟ ΠΛΑΓΙΑΣ – ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΠΤΩΣΗ – RAFTING

Είστε λάτρεις της αδρεναλίνης; Αν ψάχνετε τον τρόπο για να απολαύσετε την Καβάλα από ψηλά ή αν προτιμάτε να...

# ΚΑΤΑΔΥΣΕΙΣ

## Χρήσιμες πληροφορίες



### Aquaholics Diving Center

28ης Οκτωβρίου 1, Νέα Πέραμος Καβάλας  
+30 697 005 5532  
aquaholics-diving@hotmail.com  
Facebook: Aquaholics Diving Center



### Βασιλειάδης Diving Club

Ποτός, 64002 Θάσος  
+30 6944 542974  
www.scuba-vas.gr  
info@scube-vas.gr



### Σχολή Καταδύσεων Β. Θεολόγου

Μητροπόλεως 14, 65403 Καβάλα  
+30 6934 726000  
sxolitaxyploon.blogspot.gr  
kavala.marine.school@gmail.com



### Diver to Diver

Πευκάρη, 64002 Θάσος  
+30 25930 51286  
jfdivers@gmail.com  
Facebook: divertodiver



### Popeye Diving Center

Παραλία «Ψιλή Άμμος», 64002 Θάσος  
Δυτικός Μώλος Λιμένα Καβάλας, 65302 Καβάλα  
+30 6946 325311  
www.popeye.gr  
info@popeye.gr

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»***

Συγκεκριμένα, προτείνονται οι εξής ενέργειες στο πλαίσιο της δράσης Δ.Τουρ.2:

- Διοργάνωση ετήσιας εκδήλωσης σε αίθουσα του Δήμου, όπου κάθε ενδιαφερόμενος πάροχος θα μπορεί να κάνει μια σύντομη παρουσίαση των παρεχόμενων δραστηριοτήτων. Την εκδήλωση θα προσκληθούν να καλύψουν τα μέσα ενημέρωσης της Βόρειας Ελλάδας για εξασφάλιση ευρείας δημοσιότητας, όπως επίσης θα προσκληθούν να συμμετάσχουν ξενοδόχοι και τουριστικοί πράκτορες, ώστε να γνωρίσουν όλο το εύρος των δραστηριοτήτων που μπορούν να συστήσουν στους πελάτες τους. Η εκδήλωση ιδανικά θα συμπέσει με press trip ή/και fam trip.
- Ένταξη όλων των νομίμως λειτουργούντων activity providers στην τουριστική ιστοσελίδα και στο επίσημο αφήγημα της Καβάλας και διενέργεια αναρτήσεων στα social media του Δήμου με παρουσίαση καθεμιάς από αυτές τις επιχειρήσεις.
- Διοργάνωση ετήσιου σεμιναρίου και προγράμματος συμβουλευτικής υποστήριξης (mentoring) για νέους και παλιότερους αλλά και για εκκολαπτόμενους activity providers τόσο ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών όσο και ως προς το μάρκετινγκ.

## 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

#### Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |          |                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                      | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                            |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΣΣ-Τουρ.1<br>ΣΣ-Τουρ.2<br>ΣΣ-Τουρ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €4.000 για την ετήσια εκδήλωση</li><li>• €3.000 για το ετήσιο σεμινάριο</li></ul> (η μισθοδοσία των στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού</li><li>• Εξωτερικός συνεργάτης για τη διοργάνωση της εκδήλωσης</li><li>• Εξωτερικοί συνεργάτες για τη διοργάνωση του σεμιναρίου</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                            |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Διοργάνωση ετήσιας εκδήλωσης για παρουσίαση των παρεχόμενων δραστηριοτήτων</li><li>• Ένταξη των νομίμως λειτουργούντων activity providers στην τουριστική ιστοσελίδα και στο επίσημο αφήγημα της Καβάλας και διενέργεια αναρτήσεων στα social media του Δήμου με παρουσίαση καθεμιάς από αυτές τις επιχειρήσεις</li><li>• Διοργάνωση ετήσιου σεμιναρίου και προγράμματος συμβουλευτικής υποστήριξης (mentoring) για activity providers με αντικείμενο την ποιότητα των υπηρεσιών και το μάρκετινγκ</li></ul> |          |                                                                                                                                                                            |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες***

Το Αεροδρόμιο Καβάλας «Μέγας Αλέξανδρος», πέραν των τακτικών πτήσεων εσωτερικού με συνολικά 63.702 επιβάτες το 2024, δέχεται την καλοκαιρινή περίοδο σημαντικό αριθμό έκτακτων πτήσεων (τσάρτερ) από διάφορες ευρωπαϊκές χώρες. Με αυτόν τον τρόπο αφίχθηκαν πάνω από 230.000 επιβάτες το 2024. Αυτές οι πτήσεις ***πρωτίστως εξυπηρετούν την τουριστική κίνηση προς τη Θάσο*** και σε μικρότερο βαθμό διακινούν επιβάτες που θα επισκεφτούν την πόλη της Καβάλας. Όπως προκύπτει από τα στατιστικά στοιχεία της επόμενης σελίδας για το έτος 2024, πάνω από το 50% αυτής της επιβατικής κίνησης (ήτοι 121.778 επιβάτες) έχει προέλευση τη Γερμανία. Ακολουθούν με μεγάλη διαφορά η Τσεχία με περίπου 30.000 επιβάτες, η Πολωνία και η Βρετανία.

Αξιοπρόσεκτη είναι η έντονη εποχικότητα αυτής της επιβατικής κίνησης. Ενώ οι πτήσεις εσωτερικού παρουσιάζουν ομαλή κατανομή κατά τη διάρκεια του έτους, οι αφίξεις εξωτερικού περιορίζονται στο εξάμηνο από Μάιο μέχρι Οκτώβριο. Τον υπόλοιπο χρόνο είναι αμελητέος ο αριθμός των διεθνών πτήσεων.

Kavala Airport "Megas Alexandros"

Reporting Period: January - December 2024

| Passengers           |         |          |       |       |        |        |        |        |           |         |          |          |         |
|----------------------|---------|----------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|-----------|---------|----------|----------|---------|
| Country              | January | February | March | April | May    | June   | July   | August | September | October | November | December | Total   |
| Germany              | -       | 3        | 594   | 2.562 | 15.150 | 18.889 | 22.862 | 26.020 | 21.970    | 13.485  | 240      | 3        | 121.778 |
| Greece               | 4.646   | 4.462    | 5.116 | 5.155 | 5.182  | 5.642  | 4.898  | 4.738  | 5.511     | 5.971   | 6.421    | 5.960    | 63.702  |
| Czech Republic       | -       | 4        | -     | -     | 645    | 6.306  | 9.221  | 8.740  | 6.179     | -       | -        | -        | 31.095  |
| Poland               | -       | -        | -     | -     | 1.476  | 6.941  | 6.266  | 5.898  | 6.185     | 1       | -        | -        | 26.767  |
| United Kingdom       | -       | -        | -     | -     | 2.312  | 6.447  | 5.379  | 5.670  | 5.871     | 2       | -        | -        | 25.681  |
| Sweden               | -       | -        | -     | -     | 711    | 1.601  | 1.326  | 1.604  | 1.070     | -       | -        | -        | 6.312   |
| Lithuania            | -       | -        | -     | -     | 345    | 953    | 1.574  | 1.263  | 1.087     | -       | -        | -        | 5.222   |
| Slovakia             | -       | -        | -     | -     | -      | 1.201  | 1.467  | 1.781  | 541       | -       | -        | -        | 4.990   |
| Denmark              | -       | -        | -     | -     | -      | 971    | 1.115  | 1.379  | 972       | -       | -        | -        | 4.437   |
| Austria              | -       | -        | -     | -     | -      | 473    | 1.374  | 1.120  | 593       | -       | -        | -        | 3.560   |
| Remaining Countries* | 2       | 5        | 8     | -     | 31     | 220    | 251    | 18     | 180       | 7       | 10       | 2        | 734     |
| Total                | 4.648   | 4.474    | 5.718 | 7.717 | 25.852 | 49.644 | 55.733 | 58.231 | 50.159    | 19.466  | 6.671    | 5.965    | 294.278 |

Traffic Development Overview

Πηγή: Fraport Greece

KAVALA AIRPORT "MEGAS ALEXANDROS" - 2024 vs 2023

| Passengers | Domestic |        |       | International |         |         | Total   |         |        |
|------------|----------|--------|-------|---------------|---------|---------|---------|---------|--------|
| Month      | 2024     | 2023   | %Δ    | 2024          | 2023    | %Δ      | 2024    | 2023    | %Δ     |
| JANUARY    | 4.646    | 4.065  | 14,3% | 2             | 0       |         | 4.648   | 4.065   | 14,3%  |
| FEBRUARY   | 4.462    | 4.341  | 2,8%  | 12            | 10      | 20,0%   | 4.474   | 4.351   | 2,8%   |
| MARCH      | 5.116    | 4.819  | 6,2%  | 602           | 16      | 3662,5% | 5.718   | 4.835   | 18,3%  |
| APRIL      | 5.155    | 4.202  | 22,7% | 2.562         | 2.196   | 16,7%   | 7.717   | 6.398   | 20,6%  |
| MAY        | 5.182    | 5.010  | 3,4%  | 20.670        | 19.301  | 7,1%    | 25.852  | 24.311  | 6,3%   |
| JUNE       | 5.642    | 5.171  | 9,1%  | 44.002        | 48.427  | -9,1%   | 49.644  | 53.598  | -7,4%  |
| JULY       | 4.898    | 4.672  | 4,8%  | 50.835        | 59.547  | -14,6%  | 55.733  | 64.219  | -13,2% |
| AUGUST     | 4.738    | 4.774  | -0,8% | 53.493        | 58.525  | -8,6%   | 58.231  | 63.299  | -8,0%  |
| SEPTEMBER  | 5.511    | 5.579  | -1,2% | 44.648        | 46.665  | -4,3%   | 50.159  | 52.244  | -4,0%  |
| OCTOBER    | 5.971    | 5.009  | 19,2% | 13.495        | 12.458  | 8,3%    | 19.466  | 17.467  | 11,4%  |
| NOVEMBER   | 6.421    | 4.861  | 32,1% | 250           | 0       |         | 6.671   | 4.861   | 37,2%  |
| DECEMBER   | 5.960    | 4.764  | 25,1% | 5             | 2       | 150,0%  | 5.965   | 4.766   | 25,2%  |
| TOTAL KVA  | 63.702   | 57.267 | 11,2% | 230.576       | 247.147 | -6,7%   | 294.278 | 304.414 | -3,3%  |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες***

Για να επωφεληθεί και η πόλη της Καβάλας από αυτές τις αεροπορικές συνδέσεις, προτείνεται το ακόλουθο προωθητικό πρόγραμμα υπό τον τίτλο «Γραμμή-Γραμμή», προκειμένου ο Δήμος να προβάλει την Καβάλα στην εκάστοτε πόλη σε συνεργασία με την αεροπορική εταιρία που εξυπηρετεί την εν λόγω γραμμή. Το ζητούμενο αυτού του προγράμματος είναι να αξιοποιηθούν στο μέγιστο βαθμό οι **ήδη διαθέσιμες πτήσεις** και όχι η προσέλκυση νέων πτήσεων. Έτσι, στο παρόν σχέδιο μάρκετινγκ δεν θα γίνει συζήτηση για επιδότηση πτήσεων ή για παροχή άλλων κινήτρων προς αεροπορικές εταιρίες, καθώς μια τέτοια προσέγγιση ξεφεύγει από το πλαίσιο του μάρκετινγκ και θα απαιτούσε μεγάλα χρηματικά ποσά.

Το εδώ προτεινόμενο πρόγραμμα «Γραμμή-Γραμμή» απαιτεί μια μικρή δαπάνη και αξιοποιεί τεχνικές δημοσίων σχέσεων και δημοσιότητας προς όφελος του τουρισμού της Καβάλας. Συμβάλλει στην αυξημένη ζήτηση αυτών των πτήσεων και αναμένεται να βοηθήσει στην ολόχρονη επέκταση κάποιων από αυτές τις εποχιακές συνδέσεις.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες***

Συγκεκριμένα, το αρμόδιο στέλεχος τουρισμού του Δήμου θα επικοινωνήσει με κάθε μία από τις αεροπορικές εταιρίες που πετάνε στην Καβάλα και θα προτείνει συνεργασία ως προς τα εξής:

- Διοργάνωση **press trips** και **fam trips** από κάθε συνδεδεμένη με την Καβάλα πόλη, με τη μεν αεροπορική εταιρία να μεταφέρει τους προσκεκλημένους δημοσιογράφους, influencers και tour operators, το δε Δήμο να καλύπτει την επιτόπια φιλοξενία τους.
- Διοργάνωση ενός **workshop** ή **roadshow** σε όσο το δυνατόν περισσότερες πόλεις με απευθείας αεροπορική σύνδεση, όπου θα παρουσιαστεί σε τοπικούς πολλαπλασιαστές (όπως λ.χ. tour operators και τουριστικούς πράκτορες) τι προσφέρει η Καβάλα στους επισκέπτες της.
- Φιλοξενία ταξιδιωτικών άρθρων για την Καβάλα στα **περιοδικά** των συνεργαζόμενων αεροπορικών εταιριών (in-flight magazines).

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες***

Ο αριθμός των αεροπορικών εταιριών που θα προσκληθούν να μετάσχουν κάθε χρόνο στο πρόγραμμα «Γραμμή-Γραμμή» θα εξαρτηθεί από το διαθέσιμο χρόνο του στελέχους και το κόστος των ως άνω προωθητικών ενεργειών. Εδώ έχει προβλεφθεί ένα ενδεικτικό κονδύλι , το οποίο προτείνεται να χρησιμοποιηθεί μέχρι εξαντλήσεως σε όσο το δυνατόν περισσότερες από τις αεροπορικές εταιρίες που πετάνε στην Καβάλα.

## 1. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                         | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                                    | ΣΣ-Τουρ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €2.000 ετήσιο κονδύλι φιλοξενίας</li><li>• €5.000 ετήσιο κονδύλιο για workshops</li><li>• €5.000 ετήσιο κονδύλι για δημοσίευση άρθρων στα inflight magazines</li></ul> (η μισθοδοσία των στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                         | • Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Περιγραφή                                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Προσωπικές επαφές με στελέχη αεροπορικών εταιριών</li><li>• Διοργάνωση press trips και fam trips</li><li>• Διοργάνωση ενός workshop ή roadshow</li><li>• Φιλοξενία ταξιδιωτικών άρθρων για την Καβάλα στα περιοδικά των συνεργαζόμενων αεροπορικών εταιριών (in-flight magazines)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                 |

---

## **2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό**

### Προλεγόμενα

Το παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ για τον πολιτισμό της Καβάλας είναι **συμπληρωματικό**, αφενός προς τις πολιτιστικές δράσεις που ήδη υλοποιεί εδώ και χρόνια ο Δήμος και μέχρι πρόσφατα η Δημωφέλεια, και αφετέρου προς τις δράσεις που προτείνονται στο γενικό σχέδιο μάρκετινγκ του παρόντος έργου (Παραδοτέο Π.2).

Στις έρευνες που παρατέθηκαν στο Παραδοτέο Π.1 είχαν εντοπιστεί στοιχεία που επηρεάζουν αρνητικά την ποιότητα ζωής των κατοίκων της Καβάλας. Ένα από αυτά τα στοιχεία είναι η περιορισμένη προσφορά κοινωνικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων, ειδικά το χειμώνα. Επίσης, κατά τη διαβούλευση που έγινε στο πλαίσιο του παρόντος έργου, αναφέρθηκε κατ' επανάληψη ότι η Καβάλα θα μπορούσε να διεκδικήσει ρόλο πολιτιστικής πρωτεύουσας σε περιφερειακό επίπεδο, αξιοποιώντας κατ' αυτόν τον τρόπο το συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει ως προς την πολιτιστική της ταυτότητα. Η πολιτιστική ταυτότητα της Καβάλας έγκειται, αφενός, στην πλούσια ιστορία και πολιτιστική κληρονομιά της πόλης και, αφετέρου, στη σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία όπως αυτή αναδεικνύεται από τις παραστάσεις, τα φεστιβάλ και τις εκθέσεις εικαστικών.

### Προλεγόμενα

Σύμφωνα με τα παραπάνω, ο πολιτισμός παίζει στην περίπτωση της Καβάλας διττό ρόλο:

- ως ενισχυτικό στοιχείο της **ποιότητας ζωής** για τους κατοίκους της πόλης
- ως **αναπτυξιακό εργαλείο** για την τοπική οικονομία, μεταφράζοντας την πολιτιστική δραστηριότητα σε θέσεις εργασίας και πηγή εισοδήματος.

Ως πόλη με μακρά ιστορία η Καβάλα διαθέτει μια ιδιαίτερα **πλούσια πολιτιστική κληρονομιά** όπως τεκμηριώνεται από τα μνημεία, τα ιστορικά κτίρια και τις παλιές συνοικίες, τα μουσεία (ιδιωτικά, κρατικά και δημοτικά), αλλά και αναρίθμητα στοιχεία της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς. Παράλληλα, στην πόλη διοργανώνονται πολυάριθμες πολιτιστικές εκδηλώσεις καθόλη τη διάρκεια του έτους που αναδεικνύουν τη **σύγχρονη πολιτιστική δημιουργία**. Η πιο εμβληματική από αυτές της εκδηλώσεις είναι το Φεστιβάλ Φιλίππων που αποτελεί το δεύτερο μεγαλύτερο θερινό φεστιβάλ της Ελλάδας μετά την Επίδαυρο. Το 2026 αναμένεται να επανέλθει το Cosmopolis Festival, ενώ συνεχίζεται για 25<sup>η</sup> χρονιά το Φεστιβάλ Παπαϊωάννου.

### Προλεγόμενα

Εδώ θα υιοθετηθεί η πρόταση που ακούστηκε επανειλημμένα κατά τη διαβούλευση, δηλ. η Καβάλα να εδραιωθεί ως **Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Βόρειας Ελλάδας**, στοχεύοντας ίσως και πέρα από τα όρια της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΑΜΘ). Πρόκειται για μια **επιλογή άκρως αναπτυξιακή** που ταιριάζει ιδανικά στο πλαίσιο του παρόντος έργου.

Ποια είναι όμως τα βασικά προαπαιτούμενα για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος;

- Σταθερότητα και συνεχής βελτίωση στην οργάνωση και προβολή των φεστιβάλ και λοιπών εκδηλώσεων της πόλης, είτε τα διοργανώνει ο Δήμος είτε άλλος φορέας.
- Βέλτιστη αξιοποίηση των υφιστάμενων χώρων πολιτισμού.
- Εξασφάλιση νέων χώρων (π.χ. μετατροπή παλιών καπναποθηκών) που θα διατεθούν για να φιλοξενηθούν νέες πολιτιστικές δράσεις.
- Καλύτερη προβολή στο φιλότεχνο κοινό τόσο στην πόλη όσο και εκτός Καβάλας.

### Προλεγόμενα

Η ανάδειξη της Καβάλας σε Πολιτιστική Πρωτεύουσα βασίζεται σε **τρεις πυλώνες**. Οι δύο πρώτοι αναφέρθηκαν πιο πάνω και είναι (1) η **πλούσια πολιτιστική κληρονομιά** της πόλης και (2) τα πολύ σημαντικά **φεστιβάλ** που φιλοξενεί. Ο τρίτος πυλώνας αποτελεί μια ιδιαιτερότητα της Καβάλας, καθώς δεν απαντάται με αυτήν τη συχνότητα σε άλλες περιοχές της χώρας πλην Αθήνας: (3) τα **art residencies** που διαρκώς αυξάνονται σε αριθμό. Έτσι, μπορεί να αναφερθεί το Lucy Art Residency ως το πρώτο στην πόλη, ακολουθούμενο από το Nekubi Art Residency και το Eutopia Art Residency, ενώ πρόκειται να διοργανωθούν και άλλα παρόμοια προγράμματα.

Αυτά τα προγράμματα καλλιτεχνικής δημιουργίας αφενός βοηθούν να αναπτυχθεί η διεθνής φήμη της Καβάλας ως τόπου πολιτισμού και αφετέρου αναπτύσσουν τον πολιτιστικό τουρισμό στην πόλη φέρνοντας δημιουργούς από όλον τον κόσμο. Ο Δήμος θα μπορούσε να ενισχύσει αυτήν την εξέλιξη διαθέτοντας λ.χ. μια παλιά καπναποθήκη για χρήση σε τέτοιου είδους δράσεις. Καθώς η διάθεση κτιρίων ξεφεύγει από το πλαίσιο ενός σχεδίου μάρκετινγκ, δεν θα γίνει εδώ περαιτέρω αναφορά σε αυτό το θέμα.

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ για τον πολιτισμό της Καβάλας

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθਾਰου στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ για τον πολιτισμό της Καβάλας

Αυτοί οι στρατηγικοί στόχοι και συγκεκριμένα ο πρώτος (ΓΣΣ.1) και ο τρίτος (ΓΣΣ.3) θα υιοθετηθούν ως κεντρικά ζητούμενα του παρόντος τομεακού σχεδίου μάρκετινγκ για τον πολιτισμό της Καβάλας.

### Αγορές-στόχοι

Το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ για τον πολιτισμό της Καβάλας στοχεύει στα ακόλουθα επιμέρους ακροατήρια, τα οποία αναπτύσσουν μια σχέση με την πολιτιστική δημιουργία, η οποία είναι είτε ενεργητική (ως δημιουργοί) είτε παθητική (ως θεατές).

Συγκεκριμένα, οι αγορές-στόχοι για το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ ορίζονται ως εξής:

- Κάτοικοι της Καβάλας
- Φοιτητές που σπουδάζουν στην Καβάλα
- Φιλότεχνοι τουρίστες (**βλ. τη σχετική αναφορά στο κεφάλαιο 1 του παρόντος**)
- Καλλιτέχνες και δημιουργοί που θέλουν να επισκεφτούν την Καβάλα στο πλαίσιο της καλλιτεχνικής τους δράσης (π.χ. μετέχοντας σε φεστιβάλ ή σε art residency)

Τα δύο τελευταία ακροατήρια εμπίπτουν στον πολιτιστικό τουρισμό (παθητικό και ενεργητικό).

### Αγορές-στόχοι

Τα άτομα που εμπίπτουν στις τέσσερις αυτές αγορές-στόχους μπορούν να εντοπιστούν **σε διαφορετικές ηλικιακές και εισοδηματικές ομάδες**. Αυτό που τα χαρακτηρίζει γενικότερα είναι η **φιλομάθεια** και η **περιέργεια** για νέες εμπειρίες και ερεθίσματα, ενώ τείνουν να έχουν **υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο** από το μέσο όρο.

Ειδικά για τους φιλότεχνους τουρίστες μπορεί να επισημανθεί ότι οι κύριες χώρες προέλευσής τους είναι αφενός η Ελλάδα και αφετέρου οι χώρες της Κεντρικής και Δυτικής Ευρώπης με προεξάρχουσα τη Γερμανία, όπου δραστηριοποιούνται πολυάριθμοι **tour operators εξειδικευμένοι σε πολιτιστικά ταξίδια**. Αυτοί οι tour operators, είτε εδρεύουν στη Γερμανία είτε σε άλλο ευρωπαϊκή χώρα, θα αποτελέσουν την **πέμπτη αγορά-στόχο** για το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ:

- Tour operators που εδρεύουν στην Ευρώπη και ειδικεύονται στα πολιτιστικά ταξίδια

Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζονται μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων εταιριών.

🏠 > Griechenland > mit Chalkidiki-Halbinsel

Studienreisen

Studiosus-Reise

## Nordgriechenland mit Chalkidiki-Halbinsel

★★★★★ 92,3 % Weiterempfehlung  
(41 Bewertungen der Reise)

Reise-Nr. St 0104G



MAINKA REISEN  
anspruchsvolle Kulturreisen seit 1988

Reisen ▾

Länder ▾

Über Mainka Reisen ▾

Reisevideos

Katalog

Kontakt

# Kulturreise Griechenland



## Griechenland, Peloponnes - Gruppen-Kulturreise nach Maß



Kundenmeinungen  
der letzten 12 Monate

**TOP  
EMPFEHLUNG  
2025**

Mehr Infos

Proven Expert

### Auf den Spuren des Apostels Paulus

#### 1. Tag:

**Linienflug** von Deutschland nach **Thessaloniki**.

Begrüßung durch die griechische Reiseführung und Transfer zum Hotel.  
Abendessen und Übernachtung **Thessaloniki**.

#### 2. Tag:

Fahrt durch die Region Makedonien nach **Philippi** an der Via Egnatia. Hier gründete Apostel Paulus die erste Gemeinde auf europäischem Boden. Besichtigung der römischen Agora, des Theaters und der Basiliken. Gang zur **Taufstelle der Lydia**, die durch ihre Taufe zur ersten Christin Europas wurde. Rundgang in der Hafenstadt **Kavala** mit Hafen und Nikolauskirche. Rückfahrt nach Thessaloniki. Unterwegs Halt an der Löwenstatue von **Amphipolis**.  
Abendessen und Übernachtung **Thessaloniki**.

**KREATIVREISEN**  
es geht um mehr als nur urlaub



[home](#) • [Lieblingskurse](#) • [kursarten](#) • [ziele](#) • [MAGAZIN](#) • [alle Veranstalter](#) • [kontakt](#)



Du willst nicht nur  
am Strand liegen,  
sondern kreativ sein?

**Buche deine  
Kreativreise!**

### Προτεινόμενες δράσεις

#### *Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας*

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) σε πολύ μεγάλο βαθμό καλύπτουν τις ανάγκες προβολής για τον πολιτισμό της Καβάλας. **Ειδικά μέσω της δράσης Δ.0.1 θα αναπτυχθεί ένα πλούσιο και δυναμικό αφήγημα για τον πολιτισμό της Καβάλας, το οποίο θα διαδοθεί ευρύτατα μέσω των κοινωνικών δικτύων και των άλλων διαδικτυακών εργαλείων του Δήμου.** Με την υλοποίηση αυτών των δράσεων (όπως οι δύο πρωτοβουλίες «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική» και «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη») εξασφαλίζεται ότι η πολιτιστική ταυτότητα της Καβάλας θα προβληθεί ευρύτατα, με μεγάλη ένταση και με συνεχή τρόπο στις ως άνω αγορές-στόχους. Συγκεκριμένα, οι δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ που αφορούν ειδικά τον πολιτισμό της Καβάλας έχουν σημειωθεί με **κόκκινο χρώμα** στον πίνακα της επόμενης σελίδας. Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις αυτές δράσεις που προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής*                             | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)               | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)    | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)                    |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση</b>             | <b>Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»</b>                 | Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»                 | <b>Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»</b>               |
| <b>Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού</b> | <b>Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»</b>                  | Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»                  | <b>Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»</b>         |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή</b>                   | Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»                             | Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»                       | <b>Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»</b>          |
| <b>Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών</b>                | <b>Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας</b> | Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας | <b>Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάζεις την Καβάλα»</b>    |
|                                                                 |                                                                     |                                                       | <b>Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο</b> |

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση |                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                | Κόστος   | • έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                |
| Περιγραφή                                    | • Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος<br>• Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα<br>• Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους<br>• Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου |          |                                                                                                                |

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικοακουστικού υλικού

| Χρόνος έναρξης                      | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €15.000 για τη διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης κατά το 1<sup>ο</sup> έτος</li><li>• €8.000 ετησίως για τη διενέργεια πρόσθετης επαγγελματικής φωτογράφισης από το 2<sup>ο</sup> έτος και μετά</li><li>• έως €30.000 για την παραγωγή του επίσημου βίντεο της καμπάνιας και 10 satellite videos κατά το 1<sup>ο</sup> έτος</li><li>• €10.000 ετησίως για πρόσθετα βίντεο από το 2<sup>ο</sup> έτος και μετά</li><li>• έως €1.000 ετησίως για χρήση λογισμικού επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο και αρχειοθέτησης</li></ul> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | • Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Συλλογή και αρχειοθέτηση φωτογραφικού υλικού του Δήμου και τρίτων</li><li>• Διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης από ανάδοχο</li><li>• Διενέργεια συμπληρωματικής ερασιτεχνικής φωτογράφισης</li><li>• Παραγωγή βίντεο από ανάδοχο</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                          | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                 |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                            | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                 |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους       | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Κόστος   | • χωρίς πρόσθετο κόστος<br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                            | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                 |
| Περιγραφή                                 | • Καταγραφή όλων των εκδηλώσεων ευρύτερου ενδιαφέροντος<br>• Καταγραφή όλων των εμπειριών στην πόλη, στη φύση και σε κοντινούς προορισμούς καθόλη τη διάρκεια του έτους<br>• Αποτύπωση εποχικών προϊόντων και γεύσεων με βάση τις τέσσερις εποχές του έτους<br>• Δημιουργία ευρετηρίου εκδηλώσεων και εμπειριών με τη μορφή ημερολογίου και λειτουργία αναζήτησης, ταξινόμησης και αυτόματης ειδοποίησης βάσει διαφορετικών κριτηρίων |          |                                                                                 |

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €15.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li> <li>€3.000 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li> <li>έως €3.000 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li> </ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών</p> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li> <li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Διενέργεια σεμιναρίων</li> <li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li> <li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li> </ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                           | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                               | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li> <li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li> <li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li> </ul> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li> <li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li> <li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων από κριτική επιτροπή</li> <li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li> </ul>                            |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                       |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | • έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                               | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                            |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης</li><li>• Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li><li>• Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li></ul> |          |                                                                                            |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου» |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                    | 5ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                          |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους               | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ετησίως για διάφορα έξοδα (αμοιβές ξεναγών, ενοικίαση πούλμαν κοκ.)</li><li>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                    | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                                                                                                                                                                                          |
| Περιγραφή                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Ετοιμασία ετήσιου προγράμματος επισκέψεων εντός και εκτός πόλης</li><li>Εξεύρεση ειδικών για την ξενάγηση</li><li>Διευθέτηση πρακτικών οργανωτικών θεμάτων</li><li>Επικοινωνία και προβολή των επισκέψεων με τη σύνταξη δελτίων τύπου και αναρτήσεων για τα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                          |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα» |                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                          | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                     | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li><li>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>• Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                                                                                      |          |                                                                                                                                                                                   |

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα» |                                                                                                                                                                      |          |                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                            | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                    | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li><li>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                              |          |                                                                                                                                                                                   |

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάσεις την Καβάλα» |                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li><li>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>• Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                                                                                      |          |                                                                                                                                                                                   |

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |                                                                                                                                                       |          |                                                           |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                  | 1ος μήνας                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                           |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                             | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                 | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                  | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                             |          |                                                           |
| Περιγραφή                                                       | • Κύκλος επαφών τόσο με τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες του Δήμου όσο και με άλλους φορείς του δημοσίου, του ιδιωτικού τομέα και της κοινωνίας των πολιτών |          |                                                           |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### *Πρόσθετες δράσεις μάρκετινγκ για τον πολιτισμό*

Στη συνέχεια παρατίθενται μερικές ακόμη **συμπληρωματικές δράσεις** σε αντιστοιχία με τους προαναφερθέντες πρόσθετους στόχους του μάρκετινγκ ειδικά για τον πολιτισμό. Πρόκειται, συγκεκριμένα, για τις εξής δράσεις:

- Δ.Πολ.1 Προσέγγιση ευρωπαϊκών tour operators που προσφέρουν πολιτιστικά ταξίδια
- Δ.Πολ.2 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Πολ.1 Προσέγγιση ευρωπαϊκών tour operators που προσφέρουν πολιτιστικά ταξίδια**

Το Στέλεχος Τουρισμού του Δήμου θα κάνει ένα κύκλο επαφών με tour operators που εδρεύουν στην Ευρώπη και εξειδικεύονται σε πολιτιστικά ταξίδια με κύριο ζητούμενο να συμπεριλάβουν την Καβάλα στα ταξιδιωτικά τους προγράμματα και να συνεργαστούν με activity providers της πόλης. Συγκεκριμένα, καλείται να κάνει τα εξής

- Αρχική εξ αποστάσεως επαφή (μέσω email ή τηλεδιάσκεψης) για παρουσίαση της Καβάλας και αρχική διερεύνηση ενδιαφέροντος
- Επιδίωξη συναντήσεων στις μεγάλες **τουριστικές εκθέσεις** (ITB Berlin, WTM London, Top Resa Paris) για σχετικές επαφές
- Διοργάνωση **fam trips** για επιλεγμένους tour operators από κοινού με ΕΟΤ και ΠΑΜΘ
- Τακτική αποστολή **newsletter** για πολιτιστικά ταξίδια στην Καβάλα σε tour operators και ταξιδιωτικούς πράκτορες πράκτορες

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Πολ.1 Προσέγγιση ευρωπαϊκών tour operators που προσφέρουν πολιτιστικά ταξίδια |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                                  | 10ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                                             | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €8.000 ετήσιο κονδύλι εκθέσεων</li><li>• €6.000 ετήσιο κονδύλι φιλοξενίας</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                                  | • Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ετοιμασία αναλυτικής παρουσίασης για τον πολιτιστικό τουρισμό στην Καβάλα</li><li>• Αρχική εξ αποστάσεως επαφή (μέσω email ή τηλεδιάσκεψης)</li><li>• Συναντήσεις σε τουριστικές εκθέσεις</li><li>• Διοργάνωση fam trips για επιλεγμένους tour operators</li><li>• Τακτική αποστολή newsletter</li></ul> |          |                                                                                                                                                                               |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Πολ.2 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»**

Με σκοπό την ενθάρρυνση τόσο των κατοίκων όσο και των φοιτητών της Καβάλας να έχουν πιο ενεργή συμμετοχή στη δημόσια σφαίρα της πόλης και να αντιμετωπιστούν έτσι φαινόμενα μοναξιάς και απομόνωσης που διαρκώς διευρύνονται, προτείνεται ο Δήμος να πάρει την πρωτοβουλία να υλοποιήσει το πρόγραμμα με την προσωρινή ονομασία **«Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»**. Συγκεκριμένα, το Στέλεχος 3 (Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ) θα κάνει τα εξής:

- Επαφές με τους πολιτιστικούς οργανισμούς και τους τοπικούς συλλόγους της Καβάλας να οργανώσουν τουλάχιστον από μία συμμετοχική πολιτιστική δράση ετησίως που θα απευθύνεται σε προκαθορισμένα προφίλ (π.χ. παιδιά σχολικής ηλικίας, φοιτητές, ηλικιωμένους, μαμάδες και μπαμπάδες με παιδιά προσχολικής ηλικίας κ.κ.)
- Πλήρης επικοινωνιακή στήριξη και ευρεία διαδικτυακή προβολή αυτών των δράσεων μέσω των τοπικών μέσων ενημέρωσης, των κοινωνικών δικτύων, newsletter κ.κ.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Πολ.2 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»***

Οι συμμετοχικές αυτές δράσεις μπορούν να καλύψουν διαφορετικές πτυχές καλλιτεχνικής δημιουργίας όπως λ.χ. τη χειροτεχνία, το χορό, το τραγούδι, το street art ή ένα θεατρικό εργαστήριο, ο δε ρόλος του Δήμου δεν είναι να υλοποιήσει τις πολιτιστικές δράσεις αλλά να τις συντονίσει και να τις προβάλλει ευρύτατα.

Η στόχευση αυτής της δράσης είναι αποκλειστικά στους κατοίκους της πόλης συμπεριλαμβανομένων των φοιτητών που σπουδάζουν στην Καβάλα. Το ζητούμενο είναι να προκύψει ένα καλεντάρι γεμάτο με ελκυστικές δραστηριότητες για διαφορετικές πληθυσμιακές ομάδες της πόλης, βελτιώνοντας έτσι με τρόπο χειροπιαστό την ποιότητα ζωής τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους φοιτητές.

## 2. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Πολ.2 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!» |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |          |                                                           |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                    | 13ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                           |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                               | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                    | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                           |
| Περιγραφή                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Επαφές με τους πολιτιστικούς οργανισμούς και τους τοπικούς συλλόγους της Καβάλας να οργανώσουν τουλάχιστον από μία συμμετοχική πολιτιστική δράση ετησίως</li><li>Πλήρης επικοινωνιακή στήριξη και ευρεία διαδικτυακή προβολή αυτών των δράσεων</li></ul> |          |                                                           |

### Άλλες δράσεις

Πέραν όσων προβλέπει το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ, ο Δήμος μπορεί να εξετάσει και κάποιες πρόσθετες δράσεις για την περαιτέρω ενίσχυση του πολιτισμού και την αναπτυξιακή του αξιοποίηση:

- Παραχώρηση της χρήσης καπναποθηκών ή άλλων αναξιοποίητων κτιρίων του Δήμου για τη στέγαση art residencies και άλλων δράσεων πολιτισμού (κατόπιν ετοιμασίας τεχνικών δελτίων)
- Δέσμευση κονδυλίου για την οικονομική στήριξη πολιτιστικών δράσεων που βασίζονται στον ιδιαίτερο χαρακτήρα και τις παραδόσεις της Καβάλας (π.χ. καλλιτεχνική δημιουργία εμπνευσμένη από τη θάλασσα ή αξιοποίηση της πέτρας που αποτελεί χαρακτηριστικό προϊόν της Καβάλας όπως στο παράδειγμα της επόμενης σελίδας για το φεστιβάλ μαρμάρου στη Δράμα)

Αυτές οι δράσεις είναι **έξω από το πλαίσιο ενός σχεδίου μάρκετινγκ** και έτσι δεν θα αναλυθούν εδώ περαιτέρω.

# Δράμα: Φεστιβάλ «Μάρμαρο και Τέχνη» και καλλιτεχνική δημιουργία

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ

ΚΑΒΑΛΑ

06/06/25 06:06

Ενημέρωση

06/06 09:08



Σύνταξη Σάκης Ασβεστάς

Από τις 14 έως τις 24 Ιουνίου, το Πάρκο Γλυπτών της Περιφερειακής Ενότητας Δράμας μετατρέπεται σε έναν ανοιχτό χώρο καλλιτεχνικής δημιουργίας και διαλόγου, φιλοξενώντας το Φεστιβάλ «Μάρμαρο & Τέχνη».

Για δέκα ημέρες, τέσσερις διακεκριμένοι γλύπτες μαρμάρου και δύο φοιτήτριες από Σχολή Καλών Τεχνών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας θα δημιουργούν έργα μπροστά στο κοινό, μεταμορφώνοντας το φυσικό τοπίο σε ένα ζωντανό εργαστήριο τέχνης.

Οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν τη διαδικασία της μαρμαρογλυπτικής από κοντά, να συνομιλήσουν με τους δημιουργούς και να βιώσουν την καλλιτεχνική πράξη στον δημόσιο χώρο.



---

### **3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής**

## Προλεγόμενα

Το παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ για το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής στην Καβάλα είναι **συμπληρωματικό**, αφενός προς τις ενέργειες αειφορίας που ήδη υλοποιεί ο Δήμος και άλλοι φορείς της πόλης, και αφετέρου προς τις δράσεις που προτείνονται στο γενικό σχέδιο μάρκετινγκ του παρόντος έργου (Παραδοτέο Π.2).

Στις έρευνες που παρατέθηκαν στο Παραδοτέο Π.1 είχαν εντοπιστεί χαρακτηριστικά της Καβάλας που προάγουν την ποιότητα ζωής των κατοίκων αλλά και εκείνα τα χαρακτηριστικά που την επηρεάζουν αρνητικά. Ως **θετικά στοιχεία** αναφέρθηκαν τα εξής:

- Όμορφο τοπίο και καλό κλίμα
- Ασφαλής τόπος
- Τόπος κατάλληλος για δημιουργία οικογένεια

## Προλεγόμενα

Τα στοιχεία που **επηρεάζουν αρνητικά την ποιότητα ζωής** των κατοίκων – σύμφωνα πάντα με τις έρευνες στο Παραδοτέο Π.1 – περιλαμβάνουν:

- Έντονο κυκλοφοριακό και έλλειψη χώρων στάθμευσης
- Ελλιπής αστική συγκοινωνία
- Κακή κατάσταση πεζοδρομίων και έλλειψη ποδηλατοδρόμων
- Έλλειψη κοινωνικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων, ειδικά το χειμώνα
- Ελλιπής καθαριότητα
- Περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες
- Δυσκολία στην εύρεση κατοικίας
- Ελλιπείς υποδομές υγείας, πρόνοιας, άθλησης κοκ.
- Έλλειψη χώρων πρασίνου στον αστικό ιστό

## Προλεγόμενα

Αντικείμενο του παρόντος σχεδίου μάρκετινγκ είναι να αμβλυνθούν τα ως άνω αρνητικά χαρακτηριστικά της πόλης, να αναδειχθούν επικοινωνιακά τα θετικά στοιχεία και να καλλιεργηθεί μια σαφώς πιο ελκυστική εικόνα γύρω από την ποιότητα ζωής και το περιβάλλον διαβίωσης στην Καβάλα. Όπως φάνηκε από τις έρευνες αλλά και τη διαβούλευση που έγινε στο πλαίσιο του παρόντος έργου, υπάρχει μεταξύ αρκετών κατοίκων μια αρνητική προδιάθεση και μια τάση να αμφισβητηθούν τα εμφανή πλεονεκτήματα της πόλης.

Με τις εδώ περιγραφόμενες δράσεις – αμιγώς στο πεδίο του μάρκετινγκ – επιχειρείται να εδραιωθεί μια θετικότερη αντίληψη των κατοίκων για την πόλη τους και να υπάρξει καλύτερη ενημέρωση για τις εξελίξεις στην Καβάλα. Επίσης επιχειρείται μια ευαισθητοποίηση των κατοίκων, ώστε να συνεισφέρουν και οι ίδιοι στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όπως λ.χ. με τον περιορισμό της χρήσης αυτοκινήτου.

### 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής

## Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθਾਰου στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

## Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Από αυτούς τους γενικούς στόχους, ο δεύτερος (ΓΣΣ.2) και ιδίως ο τρίτος (ΓΣΣ.3) είναι εκείνος που έχει εφαρμογή και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, στη δημόσια συζήτηση για τη ζωή στην Καβάλα παρατηρείται το εξής: Υπάρχουν θετικές κατά γενική ομολογία πτυχές της ζωής στην πόλη, τις οποίες – όπως έδειξαν οι έρευνες στο Παραδοτέο Π.1 – οι μεν κάτοικοι αναγνωρίζουν και οι δε επισκέπτες της εκθειάζουν ιδιαίτερα. Εντούτοις, από ένα σημαντικό ποσοστό των κατοίκων δεν τονίζονται αρκετά αυτές οι θετικές πτυχές, με αποτέλεσμα να εκτοπίζονται από τη συνείδηση του κόσμου και να κυριαρχούν οι αρνητικές πτυχές.

Με όρους μάρκετινγκ προκύπτει μία πολύ ενδιαφέρουσα επικοινωνιακή πρόκληση: Αφενός να αποκατασταθεί το ισοζύγιο με καλύτερη ανάδειξη των πλεονεκτημάτων που έχει η ζωή στην Καβάλα και αφετέρου να ευαισθητοποιηθούν οι κάτοικοι να συνεισφέρουν από την πλευρά τους στη βελτίωση της ποιότητας ζωής.

## Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Βάσει αυτού του σκεπτικού παρατίθενται στην επόμενη σελίδα δύο **επιπρόσθετοι στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ ειδικά για το περιβάλλον και την ποιότητας ζωής στην Καβάλα**. Αυτοί οι στόχοι είναι **συμπληρωματικοί προς τους τρεις γενικούς στρατηγικούς στόχους** που είχαν παρατεθεί στο Παραδοτέο Π.2 και εστιάζουν:

- στους πλούσιους φυσικούς πόρους που υπάρχουν μέσα ή κοντά στην πόλη και οι οποίοι χρήζουν προστασίας (ΣΣ-Περ.1)
- στην καλλιέργεια μιας πιο συμμετοχικής διάθεσης από πλευράς των πολιτών ως προς την επίλυση θεμάτων που σχετίζονται με την ποιότητα ζωής στην πόλη (ΣΣ-Περ.2).

### 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                     | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                                   | Τρόπος επίτευξης                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ελλιπής γνώση για τους φυσικούς πόρους που υπάρχουν κοντά στην πόλη καθώς και για το πώς αυτοί προστατεύονται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο                | <b>Στρατηγικός Στόχος 1 για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής (ΣΣ-Περ.1)</b><br><i>Ανάδειξη των φυσικών πόρων της Καβάλας</i>                      | Αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων για ενημέρωση των κατοίκων σχετικά με τις ευκαιρίες αναψυχής στη φύση κάθε εποχή του έτους προστατεύοντας παράλληλα το φυσικό περιβάλλον                           |
| Παθητική στάση ενός μέρους των κατοίκων έναντι των προβλημάτων της καθημερινότητας χωρίς να νιώθουν ότι μπορούν να συμβάλλουν στη βελτίωση της κατάστασης | <b>Στρατηγικός Στόχος 2 για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής (ΣΣ-Περ.2)</b><br><i>Καλλιέργεια συμμετοχικής διάθεσης στα θέματα ποιότητας ζωής</i> | Ένταξη στο αφήγημα των θετικών πτυχών της ζωής στην Καβάλα καθώς επίσης πρακτικών συμβουλών και οδηγιών για το πώς μπορούν οι πολίτες να συμβάλλουν στην επίλυση των προβλημάτων της καθημερινότητας |

## Ακροατήρια-στόχοι

Το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ για το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής στην Καβάλα στοχεύει στα ακόλουθα επιμέρους ακροατήρια:

- Κάτοικοι της Καβάλας
- Φοιτητές που σπουδάζουν στην Καβάλα

Οι εδώ προβλεπόμενες δράσεις θα έχουν επίσης αντίκτυπο σε ένα επιπλέον ακροατήριο:

- Δυνητικοί κάτοικοι της Καβάλας που εξετάζουν το ενδεχόμενο να εγκατασταθούν στην πόλη

## Προτεινόμενες δράσεις

### *Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας*

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) καλύπτουν πλήρως τις επικοινωνιακές ανάγκες του παρόντος τομεακού σχεδίου μάρκετινγκ για το περιβάλλον και την ποιότητα ζωής στην Καβάλα. Έτσι **δεν θα προταθούν εδώ επιπρόσθετες δράσεις**, αλλά θα διευκρινιστεί ποιες από τις δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ – οι οποίες επισημαίνονται με **κόκκινο χρώμα** στον πίνακα της επόμενης σελίδας – θα εκπληρώσουν τους δύο πρόσθετους στόχους που αναφέρθηκαν πιο πάνω (ΣΣ-Περ.1 και ΣΣ-Περ.2).

Ως προς το **Στρατηγικό Στόχο 1 για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής (ΣΣ-Περ.1)** που σχετίζεται με την καλύτερη ανάδειξη των φυσικών πόρων της Καβάλας, θα αξιοποιηθεί πρωτίστως η δράση Δ.0.1 με την ανάπτυξη ενός **δυναμικού αφηγήματος** κυρίως μέσω των κοινωνικών δικτύων (δράση Δ.0.3). Αυτό το αφήγημα θα έχει ένταση και θα έχει την απαιτούμενη συχνότητα, ώστε να διασφαλιστεί η ενημέρωση του κοινού στον κατάλληλο χρόνο.

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής                       | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)        | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)    | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)                 |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση</b>      | Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»                 | Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»                 | <b>Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»</b>            |
| Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού | Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»                  | Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»                  | <b>Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»</b>      |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή</b>            | Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»                      | Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»                       | Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»              |
| <b>Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών</b>         | Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας | Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας | <b>Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάζεις την Καβάλα»</b> |
|                                                          |                                                              |                                                       | Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο     |

## Προτεινόμενες δράσεις

### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Κύριο ζητούμενο είναι να υπάρχει τακτική ενημέρωση των κατοίκων μέσα από συχνές αναρτήσεις σχετικά με τις ευκαιρίες αναψυχής στη φύση για κάθε εποχή του έτους. Επίσης δέον είναι να περιγράφονται τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνουν όσοι εκδράμουν στη φύση για την προστασία αυτών των φυσικών πόρων, από τα δάση και τα βουνά μέχρι τις παραλίες και τη βιοποικιλότητα.

Στην τουριστική ιστοσελίδα του Δήμου (<https://www.visitkavala.gr/apolause/diadromes-sti-fisi/>) ήδη υπάρχουν χρήσιμες πληροφορίες για προτεινόμενες διαδρομές στη φύση. Όπως φαίνεται στην επόμενη σελίδα, πρόκειται για τέσσερις διαδρομές πεζοπορίας, οι οποίες περιλαμβάνουν εμβληματικά σημεία όπως η Αρχαία Εγνατία Οδός ή κάποια από τα σημεία του «Δρόμου του Νερού». Στο σχετικό αφήγημα μπορεί χωρίς περιορισμό να ενταχθεί οποιαδήποτε άλλη περιοχή του Δήμου και να προβληθεί στα ως άνω ακροατήρια-στόχους.

# ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗ ΦΥΣΗ

Αρχική / Απόλαυσε / Διαδρομές στη φύση

Με την πρώτη ματιά... είναι η θάλασσα που σου μαγνητίζει το βλέμμα. Κι όμως, η ομορφιά της Καβάλας δεν εξαντλείται εκεί. Περιοχή ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς, με μονοπάτια στη φύση σχεδιασμένα για να καλύψουν τις ανάγκες της καθημερινότητας μιας άλλης εποχής αλλά και του σήμερα.

Με την Αρχαία Εγνατία να τη διαπερνά και τον «δρόμο του νερού», στολισμένο με περίτεχνα γεφύρια να καταλήγουν στις Καμάρες για να υδροδοτήσουν την Παλιά Πόλη, και άλλα πάλι μονοπάτια να σε οδηγούν σε βάθρες και καταρράκτες. Όλα σε προκαλούν και σε προσκαλούν να μάθεις την ιστορία της πόλης μέσα από τη φύση της.



**ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΜΟΝΟΠΑΤΙ  
ΠΑΛΙΑΣ ΚΑΒΑΛΑΣ**



**ΜΟΝΟΠΑΤΙ ΚΑΒΑΛΑ – ΠΑΛΙΑ  
ΚΑΒΑΛΑ «Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ  
ΝΕΡΟΥ»**



**ΤΟ ΠΕΡΙΑΣΤΙΚΟ ΔΑΣΟΣ ΤΗΣ  
ΚΑΒΑΛΑΣ**



**ΑΡΧΑΙΑ ΕΓΝΑΤΙΑ ΟΔΟΣ**

## Προτεινόμενες δράσεις

### *Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας*

Ως προς την εκπλήρωση του **Στρατηγικού Στόχου 2 για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής** (ΣΣ-Περ.2), το ζητούμενο είναι να υπάρξει ευαισθητοποίηση του κοινού και να καλλιεργηθεί η διάθεση μεταξύ των πολιτών να έχουν μεγαλύτερη συμμετοχή στα θέματα ποιότητας ζωής. Και εδώ θα αξιοποιηθεί πρωτίστως η δράση Δ.0.1 για την ανάπτυξη του κατάλληλου **αφήγηματος** κυρίως μέσω των κοινωνικών δικτύων (δράση Δ.0.3). Μέσα από το αφήγημα θα τονιστούν οι θετικές πτυχές της ζωής στην Καβάλα, ενώ θα υπάρχουν και πρακτικές συμβουλές και οδηγίες για το πώς οι ίδιοι οι πολίτες μπορούν να συνεισφέρουν στη διασφάλιση μιας καλής ποιότητας ζωής και στη γρήγορη επίλυση των προβλημάτων της καθημερινότητας, τα οποία ποικίλλουν από το κυκλοφοριακό και τη στάθμευση μέχρι τα αδέσποτα και την καθαριότητα.

Εξυπακούεται ότι με την ολοκλήρωση έργων υποδομής και παρεμβάσεων που βελτιώνουν την ποιότητα ζωής στην πόλη, θα υπάρχει άμεση ενημέρωση μέσα από τα εδώ περιγραφόμενα επικοινωνιακά κανάλια του Δήμου.

## Προτεινόμενες δράσεις

### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

### 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής

## Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση |                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Περ.1<br>ΣΣ-Περ.2                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | • έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                |
| Περιγραφή                                    | • Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος<br>• Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα<br>• Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους<br>• Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου |          |                                                                                                                |

### 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής

## Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Περ.1<br>ΣΣ-Περ.2                                                                                                                                                                                                  | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής

## Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |          |                                                                                 |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                            | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                 |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους       | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Περ.1<br>ΣΣ-Περ.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Κόστος   | • χωρίς πρόσθετο κόστος<br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                            | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                 |
| Περιγραφή                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Καταγραφή όλων των εκδηλώσεων ευρύτερου ενδιαφέροντος</li><li>• Καταγραφή όλων των εμπειριών στην πόλη, στη φύση και σε κοντινούς προορισμούς καθόλη τη διάρκεια του έτους</li><li>• Αποτύπωση εποχικών προϊόντων και γεύσεων με βάση τις τέσσερις εποχές του έτους</li><li>• Δημιουργία ευρετηρίου εκδηλώσεων και εμπειριών με τη μορφή ημερολογίου και λειτουργία αναζήτησης, ταξινόμησης και αυτόματης ειδοποίησης βάσει διαφορετικών κριτηρίων</li></ul> |          |                                                                                 |

### 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής

## Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου» |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                    | 5ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                  |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους               | ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Περ.1<br>ΣΣ-Περ.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ετησίως για διάφορα έξοδα (αμοιβές ξεναγών, ενοικίαση πούλμαν κοκ.)</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                    | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                                                                                                                                                                                  |
| Περιγραφή                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Ετοιμασία ετήσιου προγράμματος επισκέψεων εντός και εκτός πόλης</li><li>Εξεύρεση ειδικών για την ξενάγηση</li><li>Διευθέτηση πρακτικών οργανωτικών θεμάτων</li><li>Επικοινωνία και προβολή των επισκέψεων με τη σύνταξη δελτίων τύπου και αναρτήσεων για τα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                  |

### 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής

## Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα» |                                                                                                                                                                      |          |                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                            | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                    | ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Περ.1                                                                                                                                                    | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li><li>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                              |          |                                                                                                                                                                                   |

### 3. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το Περιβάλλον και την Ποιότητα Ζωής

## Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάσεις την Καβάλα» |                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                           |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Περ.1                                                                                                                                                                                                            | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>• Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                           |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                                                                                      |          |                                                                                                                                                                           |

---

## **4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία**

### Προλεγόμενα

Όπως προέκυψε από τις έρευνες και τη διαβούλευση που έγινε στο πλαίσιο του παρόντος έργου, η γαστρονομία αποτελεί στοιχείο υπερηφάνειας για τους κατοίκους της Καβάλας και αναπόσπαστο στοιχείο της ταυτότητάς τους. Η κουζίνα της περιοχής αντλεί τόσο από τα τοπικά παραγόμενα προϊόντα όσο και από τις γαστρονομικές παραδόσεις των λαών που ταυτίστηκαν με την Καβάλα, γεγονός που εξηγεί την ποικιλομορφία της. Με γευστικές αναφορές που πάνε πίσω στο Βυζάντιο και την Οθωμανική Αυτοκρατορία, με επιρροές από την αυτοκρατορική κουζίνα της Κωνσταντινούπολης, με θρακιώτικα, ποντιακά και εβραϊκά στοιχεία να έχουν ενσωματωθεί στα τοπικά πιάτα, η Καβάλα αποτελεί σημείο συνάντησης διαφορετικών πολιτισμών. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρθηκε κατά τη διαβούλευση, η πόλη έχει «νόστιμη γαστρονομική μνήμη».

Πιο πρόσφατα άρχισαν να εμφανίζονται νεωτερισμοί στην καβαλιώτικη εστίαση, καθώς οι παλιννοστούντες μάγειροι και εστιάτορες έφεραν μαζί τους ξένες συνταγές και νέες τεχνικές. Έτσι, στην πόλη πλέον συνυπάρχει η καθαρά παραδοσιακή μαγειρική με μια πιο κοσμοπολίτικη κουζίνα καθώς και με μια τοπική εκδοχή του street food.

### Προλεγόμενα

Η πόλη προσφέρει μια κουζίνα που είναι ταυτόχρονα θαλασσινή και στεριανή. Χάρη στο μεγάλο αλιευτικό της στόλο η Καβάλα διαθέτει πληθώρα αλιευμάτων, τα οποία χρησιμοποιούνται σε διάφορες μορφές στα τοπικά πιάτα. Ενδεικτικά μπορεί να αναφερθεί ο γαύρος μαρινάτος, το λιαστό χταπόδι, η σαρδέλα παντρεμένη, η γαρίδα Καρβάλης κοκ. Πρόκειται για πιάτα, στα οποία εν μέρει κυριαρχεί η πρώτη ύλη και εν μέρει ορίζονται από τον τρόπο μαγειρέματος. Λίγα αλιεύματα πωλούνται ως επώνυμα και συσκευασμένα προϊόντα και, αντίστοιχα, είναι λίγα τα καβαλιώτικα brands στα θαλασσινά, γεγονός που αφαιρεί εισόδημα από τις τοπικές επιχειρήσεις.

Το πλέον αναγνωρίσιμο έδесμα της Καβάλας είναι ο κουραμπιές που μπορεί να θεωρηθεί ένα εμβληματικό προϊόν για την πόλη της Καβάλας και τη Νέα Καρβάλη. Πωλείται κυρίως τυποποιημένος και συσκευασμένος, ενώ έχουν εδραιωθεί κάποια ισχυρά brands με εξαγωγική δραστηριότητα γύρω από τον κουραμπιέ.

### Προλεγόμενα

Στη διαβούλευση υπήρξε από πολλούς συνομιλητές η διάθεση να συμπεριλάβουν στα τοπικά προϊόντα όχι μόνο όσα παράγονται στα όρια του Δήμου αλλά στην ευρύτερη περιοχή όπως είναι λ.χ. τα τυριά Παγγαίου, το μέλι Φιλίππων και Θάσου, τα σπαράγγια και τα ακτινίδια Χρυσούπολης, οι ελιές Θάσου και τα αλιεύματα από την Κεραμωτή. Αυτή η ευρεία αντίληψη για το «καλάθι της Καβάλας» ενισχύει τη γαστρονομική ταυτότητα της πόλης, καθώς αυτή εμπλουτίζεται με πρώτη ύλη υψηλής ποιότητας.

Πολύ σημαντικό κεφάλαιο αποτελεί επίσης το κρασί, αφού τόσο στο Νομό Καβάλας όσο και στο γειτονικό Νομό Δράμας λειτουργούν εξαιρετα οινοποιεία που παράγουν κρασί παγκόσμιας κλάσης.

Όλα αυτά τα προϊόντα συνθέτουν μια ιδανική βάση για να εδραιωθεί μια ισχυρή ταυτότητα για την κουζίνα της Καβάλας. Ωστόσο, στη διαβούλευση που έγινε στο πλαίσιο του παρόντος έργου τονίστηκε ότι υπάρχει απόσταση μεταξύ των τοπικών παραγωγών και των εστιατόρων της πόλης λόγω του κόστους που έχουν τα προϊόντα των πρώτων.

### Προλεγόμενα

Τα προηγούμενα χρόνια υπήρξε έντονη κινητικότητα γύρω από τη γαστρονομία της Καβάλας με πολύ σημαντικές πρωτοβουλίες. Μεταξύ άλλων, έγινε μια πειραματική προσέγγιση στη μαγειρική με καπνό από τον σεφ κ. Νίκο Φωτιάδη, διοργανώθηκαν γιορτές γαστρονομίας, ενώ η σημαντικότερη πρωτοβουλία ήταν το πρόγραμμα «**Tales of Taste**» που υλοποιήθηκε από τη Δημωφέλεια. Παρότι δεν ολοκληρώθηκε αυτή η πρωτοβουλία, προέκυψαν πολύ χρήσιμα συμπεράσματα για το βαθμό ετοιμότητας των εστιατόρων της πόλης να ενσωματωθούν σε ένα τοπικό γαστρονομικό brand και να ακολουθήσουν τις προβλεπόμενες προδιαγραφές. Επίσης ετοιμάστηκε μια συστηματική καταγραφή των τοπικών συνταγών αλλά και μια συλλογή με πιο δημιουργικές συνταγές βασισμένες στα τοπικά στοιχεία, η δε ιστοσελίδα του προγράμματος «Tales of Taste», αν και απενεργοποιημένη αυτήν την περίοδο, αποτέλεσε σημείο αναφοράς για τη γαστρονομική ταυτότητα της πόλης.

Κύριο ζητούμενο είναι να αξιοποιηθεί περαιτέρω η πλούσια γνώση και εμπειρία που προέκυψε τα προηγούμενα χρόνια και να ενισχυθεί η αναγνωρισιμότητα της καβαλιώτικης γαστρονομίας προς όφελος των τοπικών επιχειρήσεων.

#### 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθਾਰου στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Και οι τρεις αυτοί γενικοί στόχοι έχουν άμεση συνάφεια με τη γαστρονομία της Καβάλας. Υπάρχει, εντούτοις, μία επιπρόσθετη επιδίωξη προς όφελος τόσο των τοπικών επιχειρήσεων παραγωγής τροφίμων όσο και της εστίασης, η οποία επιδίωξη αντιστοιχεί στον ακόλουθο **συμπληρωματικό στρατηγικό στόχο μάρκετινγκ**:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                  | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     | Τρόπος επίτευξης                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ελλιπής αξιοποίηση των τοπικών χαρακτηριστικών για την εδραίωση μιας διακριτής γαστρονομικής ταυτότητας για την Καβάλα | <b>Στρατηγικός Στόχος 1 για τη Γαστρονομία της Καβάλας (ΣΣ-Γαστρ.1)</b><br><i><b>Εδραίωση γαστρονομικής ταυτότητας της Καβάλας</b></i> | Ανάπτυξη του γαστρονομικού brand της Καβάλας και συνεχής προβολή του από τα κανάλια επικοινωνίας του Δήμου |

Η εκπλήρωση αυτών των στόχων θα επιδιωχθεί μέσα από την υλοποίηση των δράσεων που περιγράφονται στη συνέχεια.

### Ακροατήρια-στόχοι

Το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ για τη γαστρονομία της Καβάλας έχει την ιδιαιτερότητα ότι στοχεύει ταυτόχρονα τόσο στο ευρύ καταναλωτικό κοινό (B2C) όσο και σε επιχειρηματίες (B2B). Συγκεκριμένα, τα ακροατήρια-στόχοι των ακόλουθων δράσεων είναι τα εξής:

(B2C)

- Κάτοικοι της Καβάλας
- Τουρίστες
- Καταναλωτές τροφίμων κυρίως στην Ελλάδα

(B2B)

- Επιχειρηματίες του κλάδου των τροφίμων και της εστίασης (B2B)

### Ακροατήρια-στόχοι

Μέσα από τις δράσεις που παρατίθενται στη συνέχεια, θα επιχειρηθεί να εκπληρωθούν τα κάτωθι ζητούμενα για κάθε ένα από τα προαναφερθέντα ακροατήρια:

| Ακροατήριο-στόχος                                 | Κύρια ζητούμενα από κάθε ακροατήριο                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Κάτοικοι Καβάλας (B2C)                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• Να αναζητούν και να προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα τοπικά προϊόντα</li><li>• Να γίνουν πρεσβευτές της τοπικής γαστρονομίας με τη δική τους μαγειρική αλλά και την παρουσία τους στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |
| Τουρίστες (B2C)                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Να αναζητούν προϊόντα «made in Kavala»</li><li>• Να προτιμούν τα εστιατόρια με τοπική καβαλιώτικη κουζίνα που έχουν υιοθετήσει το νέο brand</li></ul>                                                            |
| Καταναλωτές τροφίμων κυρίως στην Ελλάδα (B2C)     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Να αναζητούν προϊόντα «made in Kavala» στα φυσικά και ηλεκτρονικά καταστήματα</li></ul>                                                                                                                          |
| Επιχειρηματίες κλάδου τροφίμων και εστίασης (B2B) | <ul style="list-style-type: none"><li>• Υιοθέτηση του νέου γαστρονομικού brand της Καβάλας</li></ul>                                                                                                                                                     |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### *Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας*

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) καλύπτουν σε πολύ μεγάλο βαθμό τους προαναφερθέντες στόχους μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα, στον πίνακα της επόμενης σελίδας επισημαίνονται με **κόκκινο χρώμα** ποιες από τις δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ έχουν άμεση συνάφεια με την ανάδειξη της καβαλιώτικης γαστρονομίας.

Κατ' αρχήν θα πρέπει να αναπτυχθεί ένα πολύ πιο έντονο και πυκνό **αφήγημα** γύρω από την πλούσια γαστρονομία της Καβάλας και αυτό να ενταχθεί στο συνολικό αφήγημα της πόλης (βλ. δράση Δ.0.1). Αυτό το αφήγημα θα πρέπει να έχει μια εικονογράφηση πλούσια και υψηλής ποιότητας (Δ.0.2) και να αναπαράγεται με μεγάλη συχνότητα κυρίως από τα κοινωνικά δίκτυα του Δήμου (Δ.0.3). Λόγω της εποχικότητας που χαρακτηρίζει τη γαστρονομία, θα είναι πολύ χρήσιμη η ένταξη εποχικών προϊόντων και γεύσεων στο ημερολόγιο εμπειριών του Δήμου (Δ.0.4).

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής                              | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)               | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)           | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)             |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση</b>             | <b>Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»</b>                 | <b>Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»</b>                 | Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»               |
| <b>Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού</b> | <b>Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»</b>                  | <b>Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»</b>                  | Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»         |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή</b>                   | Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»                             | <b>Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»</b>                       | Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»          |
| <b>Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών</b>                | <b>Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας</b> | <b>Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας</b> | Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάσεις την Καβάλα»    |
|                                                                 |                                                                     |                                                              | Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Οι δράσεις Δ.1.1 (Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας») και Δ.1.2 (Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας») θα δώσουν έναυσμα στις επιχειρήσεις παραγωγής τροφίμων και εστίασης να δοκιμάσουν νέες προσεγγίσεις και να διευρύνουν τα φάσμα των προϊόντων τους, οι δε δράσεις Δ.2.1 (Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας») και Δ.2.2 (Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας») θα προσφέρουν χειροπιαστή καθοδήγηση για το πώς οι τοπικές επιχειρήσεις θα μπορούν διαρκώς να βελτιώνονται και να αυξήσουν τα έσοδά τους.

Αντίστοιχα, οι προβλεπόμενες στις δράσεις Δ.1.4 και Δ.2.4 επισκέψεις δημοσιογράφων και influencers θα εξασφαλίσουν εκτεταμένη δωρεάν δημοσιότητα και προβολή στις επιχειρήσεις γαστρονομίας της Καβάλας. Τέλος, η δράση Δ.2.3 (Καμπάνια με την προσωρινή ονομασία «Made in Kavala») στοχεύει να υποστηρίξει ειδικά τις επιχειρήσεις παραγωγής τροφίμων και ποτών ενισχύοντας τον εξαγωγικό τους προσανατολισμό.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων γαστρονομίας θα βοηθήσει ιδιαίτερα η εδραίωση ενός **γαστρονομικού brand για την Καβάλα**, πράγμα που επιχειρήθηκε αλλά δεν ολοκληρώθηκε με την πρωτοβουλία «Tales of Taste». Στο πλαίσιο του παρόντος έργου έχει προβλεφθεί και θα ετοιμαστεί ως ξεχωριστό παραδοτέο ένα ολοκληρωμένο σύστημα place branding για την Καβάλα, το οποίο θα περιλαμβάνει μεταξύ άλλων την προτεινόμενη **νέα γαστρονομική ταυτότητα της Καβάλας** προς ενίσχυση όλου του γαστρονομικού πλούτου της πόλης και της ευρύτερης περιοχής.

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

## 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση |                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                  | Κόστος   | • έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                |
| Περιγραφή                                    | • Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος<br>• Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα<br>• Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους<br>• Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου |          |                                                                                                                |

#### 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

##### Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικοακουστικού υλικού

| Χρόνος έναρξης                      | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                                                                  | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €15.000 για τη διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης κατά το 1<sup>ο</sup> έτος</li><li>• €8.000 ετησίως για τη διενέργεια πρόσθετης επαγγελματικής φωτογράφισης από το 2<sup>ο</sup> έτος και μετά</li><li>• έως €30.000 για την παραγωγή του επίσημου βίντεο της καμπάνιας και 10 satellite videos κατά το 1<sup>ο</sup> έτος</li><li>• €10.000 ετησίως για πρόσθετα βίντεο από το 2<sup>ο</sup> έτος και μετά</li><li>• έως €1.000 ετησίως για χρήση λογισμικού επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο και αρχειοθέτησης</li></ul> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | • Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Συλλογή και αρχειοθέτηση φωτογραφικού υλικού του Δήμου και τρίτων</li><li>• Διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης από ανάδοχο</li><li>• Διενέργεια συμπληρωματικής ερασιτεχνικής φωτογράφισης</li><li>• Παραγωγή βίντεο από ανάδοχο</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                            | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                 |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                            | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                 |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους       | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Κόστος   | • χωρίς πρόσθετο κόστος<br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                            | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                 |
| Περιγραφή                                 | • Καταγραφή όλων των εκδηλώσεων ευρύτερου ενδιαφέροντος<br>• Καταγραφή όλων των εμπειριών στην πόλη, στη φύση και σε κοντινούς προορισμούς καθόλη τη διάρκεια του έτους<br>• Αποτύπωση εποχικών προϊόντων και γεύσεων με βάση τις τέσσερις εποχές του έτους<br>• Δημιουργία ευρετηρίου εκδηλώσεων και εμπειριών με τη μορφή ημερολογίου και λειτουργία αναζήτησης, ταξινόμησης και αυτόματης ειδοποίησης βάσει διαφορετικών κριτηρίων |          |                                                                                 |

## 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

| Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας» |                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                                             | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €15.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li> <li>€3.000 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li> <li>έως €3.000 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li> </ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών</p> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li> <li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Περιγραφή                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Διενέργεια σεμιναρίων</li> <li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li> <li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li> </ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

### Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                           | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                                                 | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li> <li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li> <li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li> </ul> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li> <li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li> <li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων από κριτική επιτροπή</li> <li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li> </ul>                            |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                       |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.1<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Κόστος   | • έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                               | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                            |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης</li><li>• Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li><li>• Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li></ul> |          |                                                                                            |

## 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

### Προτεινόμενες δράσεις

#### Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                   | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                       | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li><li>€1.500 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li><li>έως €1.500 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li></ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών<br/>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li><li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Διενέργεια σεμιναρίων</li><li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li><li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li></ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας» |                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                       | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους  | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li><li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li><li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                       | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li><li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Περιγραφή                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li><li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων</li><li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li></ul>                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |                                                                                          |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                      | 4ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                          |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.2<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Κόστος   | • έως €5.000 για διαδικτυακή διαφήμιση (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                      | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                                                                                          |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Καθορισμός ποιοτικών προδιαγραφών και δωρεάν παροχών μάρκετινγκ για όσα προϊόντα φέρουν το σήμα «Made in Kavala» (<b>προσωρινή ονομασία</b>)</li><li>• Διαβούλευση με τοπικούς παραγωγούς και το Επιμελητήριο για να διαπιστωθεί το ενδιαφέρον υιοθέτησης του σήματος «Made in Kavala»</li><li>• Δημοσιοποίηση του νέου σήματος «Made in Kavala» και προβολή των προϊόντων που το φέρουν μέσα από δελτία τύπου, εμπορικές εκθέσεις, παρουσιάσεις και μια μικρή διαδικτυακή διαφημιστική καμπάνια</li></ul> |          |                                                                                          |

## 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                            |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                        | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                       |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                   | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | • έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                        | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                            |
| Περιγραφή                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης</li><li>• Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li><li>• Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li></ul> |          |                                                                                            |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Πρόσθετες δράσεις μάρκετινγκ για τη γαστρονομία***

Εκτός από όλες τις προαναφερθείσες δράσεις που έχουν ήδη προσδιοριστεί, στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ για τη γαστρονομία της Καβάλας προτείνεται να υλοποιηθούν οι ακόλουθες συμπληρωματικές δράσεις:

- Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας
- Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας***

Η πόλη της Καβάλας διαθέτει ένα πλούσιο γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο, το οποίο ολοένα και ωριμάζει με την προσθήκη νέων εμπειριών που απευθύνονται στην αγορά του γαστρονομικού τουρισμού. Για το μάρκετινγκ της γαστρονομίας θα φανεί ιδιαίτερα χρήσιμη η συστηματική καταγραφή όλων αυτών των στοιχείων στη λογική ενός ***γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου*** όπως απεικονίζεται στο μοντέλο της επόμενης σελίδας.

Με βάση τα σημερινά δεδομένα, η Καβάλα ως προορισμός γαστρονομικού τουρισμού καλύπτει κάποιες αλλά όχι όλες τις πτυχές που περιέχονται σε αυτό το μοντέλο. Έτσι, ως προεργασία για την προβολή της προτείνονται οι εξής ενέργειες στο πλαίσιο της παρούσας δράσης:

- Απογραφή υφιστάμενων στοιχείων του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου Καβάλας
- Εντοπισμός κενών σε αυτό το χαρτοφυλάκιο ως νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες

**Το γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο ενός τουριστικού προορισμού**  
του Δρα. Δημήτρη Κούτουλα



### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας***

Πιο αναλυτικά, η απογραφή των γαστροτουριστικών πόρων της Καβάλας είναι μια συνεχής διαδικασία, καθώς διαρκώς ανοίγουν και κλείνουν επιχειρήσεις γαστρονομίας και διαρκώς μεταβάλλονται οι προσφερόμενες εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Από μία αρχική επισκόπηση των προσφερόμενων εμπειριών μέσα από το πρίσμα του μοντέλου της προηγούμενης σελίδας διαπιστώνονται τα εξής:

- **Φαγητό και ποτό:** Εδώ καταγράφονται οι γεύσεις που χαρακτηρίζουν την Καβάλα.
  - **Προϊόντα της Καβάλας** που αποτελούν την πρώτη ύλη για την τοπική κουζίνα
    - ✓ Νωπά ψάρια και θαλασσινά
    - ✓ Επεξεργασμένα αλιεύματα (παστά, λιαστά, κονσέρβα κοκ.)
    - ✓ Προϊόντα από την ευρύτερη περιοχή: τυριά Παγγαίου, μέλι Φιλίππων και Θάσου, αμύγδαλα, σπαράγγια και ακτινίδια Χρυσούπολης, ελιές Θάσου κοκ.
    - ✓ Κρασί και αποστάγματα από τους Νομούς Καβάλας και Δράμας κοκ.

## ΤΟΠΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Περιοχή πλούσια και ευλογημένη, με αγαθά που ξεχωρίζουν για την ασύγκριτη γεύση και την ποιότητά τους. Κουραμπιέδες Νέας Καρβάλης; Κρασί τοπικών οινοπαραγωγών; Ουζάκι ή τσίπουρο; Γλυκά του κουταλιού; Τι από όλα; Εδώ, πάντως, θα βρείτε μία λίστα με... ορισμένα μόνο από τα πιο γνωστά τοπικά προϊόντα που εγγυημένα θα σας μείνουν αξέχαστα!



### ΚΟΥΡΑΜΠΙΕΔΕΣ ΝΕΑΣ ΚΑΡΒΑΛΗΣ

Γνωστόι ως οι καλύτεροι κουραμπιέδες της Ελλάδας, οι κουραμπιέδες της Νέας Καρβάλης έχουν δύο σημαντικά χαρακτηριστικά: το σκόνη μισοφέγγαρου και το ολόκληρο αμύγδαλο από δέντρα της περιοχής που έχουν μικρά καρπά, ιδιαίτερα εύγευστο. Μέγμα από αγελαδινό και κατσικίσιο βούτυρο σε μυσική αναλογία, σωστό ζύμωμα για να παραμείνουν αφράτοι, προσεκτικό ψήσιμο για να μη σπάνε και, φυσικά, ολόκληρα, καθαυρισμένα αμύγδαλα, που τους απογειώνουν γευστικά! Οι κουραμπιέδες άρρισαν να παρασκευάζονται στην περιοχή μετά την εγκατάσταση των Ελλήνων της Μικρασιατικής καταστροφής.

### ΚΡΑΣΙ

Η περιφερειακή ενότητα Καβάλας κατέχει σημαντική θέση στην παραγωγή κρασιού. Συνολικά λειτουργούν 23 οινοποιεία και παράγουν 99 εκτέτες κρασιού. Η έδρα τους τοποθετείται κατά κύριο λόγο στην περιοχή του Δήμου Παγγαίου αλλά και του Δήμου Καβάλας. Το κρασί τους, αρίστης ποιότητας με πάρα πολλές επιλογές για όλα τα γούστα, γνωρίζει συνεχείς διακρίσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό!

### ΟΥΖΟ & ΤΣΙΠΟΥΡΟ

Με μυστικές παραδοσιακές συνταγές των Βαλκανιτών ποτοποιιών παράγεται στην περιοχή τοπικό ούζο και τσίπουρο – με γλυκάνισο ή χωρίς – τα οποία δικαίως θεωρούνται από τα καλύτερα σε πανελλήνιο επίπεδο. Δεν αποδόθηκε τυχαία ο χαρακτηρισμός «αποστάγμα χαράς» στο ούζο και στο τσίπουρο. Είναι γνωστό, τόσο ότι το ούζο αποτελεί αναγνωρισμένο εθνικό προϊόν από την Ευρωπαϊκή Ένωση, όσο και η κοντινή... «συγγένεια» του τσίπουρου με το σταφύλι και τις ευεργετικές του ιδιότητες!

## ΓΛΥΚΑ ΤΟΥ ΚΟΥΤΑΛΙΟΥ

Τα γλυκά του κουταλιού είναι από τα χαρακτηριστικά προϊόντα του τόπου: καρυδάκι, σέκο, κάστανο και ελιά φτιάχνονται την εποχή του χρόνου ωρίμανσής τους, με συνταγές που τα μυστικά τους φτάνουν πολλά χρόνια πίσω. Παράγονται από διάφορες οικογενειακές επιχειρήσεις που βρίσκονται στη Θάσο, στις Κρηνίδες, στο Μυρτόφυτο, στον Πλατωναίον και στη Νέα Καρβάλη.

## ΜΕΛΙ

Το μέλι της Θάσου είναι φημισμένο για την εξαιρετική γεύση του. Η Θάσος αποτελεί από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα δυναμικό κέντρο μελισσοκομίας, παράγοντας μέλι με πλούσια ικνοστοικεία, εξαιρετικό άρωμα, γεύση και υψηλή διατροφική αξία. Εξαιρετικής ποιότητας είναι παράλληλα και το μέλι που παράγεται στην περιοχή της Καβάλας.

## ΙΧΘΥΝΡΑ

Ο κόλπος της Καβάλας – λένε οι ντόπιοι ψαράδες – έχει τα πιο θρεπτικά νερά και τα πιο νόστιμα ψάρια της Μεσογείου. Τα κοίκια καταφθάνουν το ένα μετά το άλλο με μια «καλή ψαριά»: γαρίδες, αστακοί, καβούρια, κταπόδια, γλώσσες, παλαμιδες, τσιπούρες, χελιδονόψαρα, σαρδέλες και όλα τα καλά του βυθού αλιεύονται από τον κόλπο της Καβάλας.

## ΑΚΤΙΝΙΔΙΑ

Το ακτινίδιο είναι ένα από τα πιο πλούσια σε βιταμίνες φρούτα, με πολλές ευεργετικές ιδιότητες για τον οργανισμό. Τα ακτινίδια Καβάλας, με έντονο πράσινο χρώμα και πολύ χυμό, εξάγονται σε διάφορες χώρες, όπως η Γαλλία, η Ισπανία, η Πολωνία, η Ρωσία και η Νότια Αφρική.

## ΣΠΑΡΑΓΓΙΑ

Εξαιρετικής ποιότητας και γνωστά σε όλο τον κόσμο είναι τα σπαράγγια Καβάλας. Περισσότερα σε Γαλλία, Γερμανία και Ιταλία, καλλιεργούνται με στόχο, εφόσον βοηθήσουν και οι καιρικές συνθήκες, να μπορούν να διατεθούν στην αγορά τέλος Φεβρουαρίου με αρχές Μαρτίου. Περιέχουν ασβέστιο, φωσφόρο, σίδηρο και έχουν υψηλή περιεκτικότητα βιταμίνης Β και C. Είναι εύκολο υλικό, νόστιμο, με ελαφριά γεύση, το οποίο αναδεικνύει τα υλικά που το συνοδεύουν. Μπορεί σε σαλάτες, ομελέτες, τάρτες ή συνοδεύει κρέατα.

## ΟΣΠΡΙΑ

Στο Δέλτα του Νέστου καλλιεργούνται εδώ και 100 χρόνια τα φασόλια Χρυσούπολης που λόγω των εδαφοκλιματολογικών συνθηκών ξεχωρίζουν για τη γλυκιά γεύση τους και το λαμπερό, λευκό χρώμα τους. Θα τα βρείτε σε δύο βασικές ποικιλίες: το Φασόλι Χρυσούπολης Τσαλί (Χονδρό) και το Φασόλι Χρυσούπολης Μέτριο (τύπου Northern).

## ΑΜΥΓΔΑΛΑ

Εξαιρετικής ποιότητας αμύγδαλα ευδοκούν στην περιοχή της παραλίας Οφρυνίου του Δήμου Παγγαίου, φημισμένα σε όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό.

## ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

Ανθότυρο, φέτα, γαλοτύρι, γραβιέρα, κεφαλοτύρι αλλά και καπνιστή μοτσαρέλα είναι μερικά από τα είδη τυριού που παράγονται στην περιοχή της Καβάλας, με την επεξεργασία να γίνεται από τους ίδιους τους παραγωγούς. Θα τα γευτείτε σε ποικίλες συνταγές στις ταβέρνες της περιοχής και μπορείτε να τα προμηθευτείτε από διάφορα σημεία πώλησης στο κέντρο της πόλης.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας**

- **Φαγητό και ποτό** (συνέχεια)

- ο **Συνταγές της Καβάλας**

- ✓ Παραδοσιακές συνταγές της στεριάς με θρακιώτικα, ποντιακά και εν γένει μικρασιατικά, οθωμανικά και εβραϊκά στοιχεία
- ✓ Θαλασσινές συνταγές που περιλαμβάνουν, ενδεικτικά, τη σαρδέλα παντρεμένη, το γαύρο μαρινάτος, το σκυλάκι αχνιστό ή τηγανιτό, το βάτο (σαλάχι) αχνιστό ή τηγανιτό, τα μύδια αχνιστά, τηγανιτά ή σε πιλάφι κοκ.
- ✓ Δημιουργικές συνταγές που παντρεύουν την παράδοση με νεωτερικά στοιχεία
  - Επαναφορά των συνταγών που καταγράφηκαν στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας «Tales of Taste», οι οποίες δεν είναι πλέον διαθέσιμες στο κοινό
  - Πειραματική κουζίνα όπως λ.χ. οι συνταγές με καπνό του σεφ Ν. Φωτιάδη
- ✓ Από τη Δημωφέλεια ετοιμάστηκε βιβλίο συνταγών που όμως δεν διανεμήθηκε.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας**

- **Εστίαση**

Καταγραφή των επιχειρήσεων εστίασης που προσφέρουν τοπική κουζίνα σε όλο της το εύρος και σε όλη την ποικιλομορφία της

- **Εστιατόρια τοπικής ή παραδοσιακής κουζίνας:** Περιλαμβάνει ταβέρνες, ουζερί, μαγέρικα κι άλλες αντίστοιχες επιχειρήσεις που προσφέρουν τοπική κουζίνα
- **Εστιατόρια υψηλής ή δημιουργικής κουζίνας:** Περιλαμβάνει τα εστιατόρια που προσφέρουν μια πιο δημιουργική και κοσμοπολίτικη εκδοχή της τοπικής κουζίνας
- **Ξενοδοχειακή κουζίνα:** Περιλαμβάνει ξενοδοχεία που προσφέρουν στοιχεία καβαλιώτικης γαστρονομίας είτε στο πρωινό είτε στην à la carte κουζίνα τους
- **Τοπικές εκδοχές εστίασης:** Σε έναν τουριστικό προορισμό ενδέχεται να υπάρχουν κάποιες ιδιαιτερότητες ως προς την εστίαση που δεν μπορούν να καταταγούν στις παραπάνω κατηγορίες. Στην περίπτωση της Καβάλας λ.χ. θα μπορούσε κανείς να καταχωρήσει ως ξεχωριστή κατηγορία τις τοπικές παραλλαγές του street food.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας**

- **Εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος**

Στους επισκέπτες της Καβάλας προσφέρονται – πέραν της κατανάλωσης φαγητού και ποτού – ολοένα και περισσότερες **δραστηριότητες** που έχουν ως αντικείμενο κάποιες εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Εκτός από τους διαμένοντες στα ξενοδοχεία της πόλης, αυτές οι δραστηριότητες στοχεύουν επίσης σε επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων.

- ο **Σημεία πώλησης τροφίμων και ποτών**: Μια βασική πτυχή του γαστρονομικού τουρισμού είναι η διάθεση πολλών τουριστών να αγοράζουν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους τοπικά τρόφιμα και ποτά είτε για προσωπική τους χρήση είτε για δώρο. Στην περίπτωση της Καβάλας υπάρχουν περιορισμένες επιλογές για την αγορά **τυποποιημένων και συσκευασμένων προϊόντων**, τα οποία μπορούν να αναζητηθούν σε παραδοσιακά μπακάλικα ή σε μοντέρνα ντελικάτέσεν, σε σούπερ μάρκετ και ενδεχομένως στη Δημοτική Αγορά.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας**

- **Εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος**

- ο **Σημεία πώλησης τροφίμων και ποτών (συνέχεια)**: Η σημασία της τυποποίησης και της συσκευασίας είναι πολύ μεγάλη για την τουριστική αγορά, καθώς ένας τουρίστας δύσκολα θα μπορέσει να πάρει μαζί του ένα νωπό προϊόν ή να αγοράσει χύμα ένα τοπικό έδεσμα. Εκτός από ποτά (κρασί, τσίπουρο, ούζο) και κουραμπιέδες που είναι διαθέσιμα σε μεγάλη ποικιλία και σε διαφορετικές συσκευασίες, υπάρχει περιορισμένη προσφορά άλλων τυποποιημένων τοπικών προϊόντων. Σε παντοπωλεία της πόλης θα βρει κανείς περιορισμένα τυποποιημένα αλιεύματα προελεύσεως Καβάλας όπως είναι το σκουμπρί και η λακέρδα σε άλμη, οι αλίπαστες αντσούγιες, ο γαύρος μαρινάτος και άλλα ψάρια (σε κονσέρβα ή σε πλαστικό περιέκτη). Επιπλέον, υπάρχει συσκευασμένο μέλι και γλυκά του κουταλιού όπως επίσης κάποια τυριά που αντέχουν εκτός ψυγείου και μπορούν να αγοραστούν από τους επισκέπτες της πόλης.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας**

- **Εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος**

- ο **Σημεία πώλησης τροφίμων και ποτών (συνέχεια)**: Με την καταγραφή των τοπικών τυποποιημένων τροφίμων και ποτών, εξασφαλίζεται εξαιρετικό υλικό για το νέο αφήγημα της Καβάλας (βλ. δράση Δ.0.1), το οποίο συνδυαζόμενο με τη δράση Δ.2.3 «Made in Kavala» θα βοηθήσει το Δήμο να επιτύχει τα εξής:

- i. Να παροτρύνει τους τουρίστες αλλά και το ευρύ καταναλωτικό κοινό να αναζητήσουν και να αγοράσουν τα τυποποιημένα επώνυμα τρόφιμα και ποτά της Καβάλας που είναι ήδη διαθέσιμα.
  - ii. Να ενθαρρύνει τους τοπικούς παραγωγούς να βγάλουν νέα τυποποιημένα επώνυμα προϊόντα στην αγορά και να αναδείξουν το δικό τους brand

Στην ακόλουθη σελίδα παρουσιάζονται χαρακτηριστικά παραδείγματα «επώνυμων» τυποποιημένων προϊόντων από την ευρύτερη περιοχή της Καβάλας που ευρέθησαν σε παντοπωλείο της πόλης.



### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας**

- **Εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος**

- **Εκδηλώσεις και φεστιβάλ γαστρονομικού ενδιαφέροντος:** Στην περιοχή της Καβάλας ήδη οργανώνονται πολλές εκδηλώσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος όπως είναι η Γιορτή Μελιού, η Γιορτή του Αγρότη, η Γιορτή Μυδιού και Σαρδέλας, η Γιορτή της Πατάτας, η Γιορτή Κτηνοτροφίας, η Γιορτή Καστάνου, η Γιορτή Τσίπουρου και η Γιορτή του Σαρμά. Είναι σημαντικό να καταγραφεί και να προβληθεί οποιαδήποτε άλλη εκδήλωση διοργανωθεί μελλοντικά.
- **Επισκέψιμοι χώροι παραγωγής:** Στην ευρύτερη περιοχή της Καβάλας λειτουργούν επισκέψιμα οινοποιεία, ενώ έχει επίσης ξεκινήσει ο αλιευτικός τουρισμός, καθώς αλιευτικά σκάφη πλέον δέχονται επισκέπτες που μπορούν να συμμετάσχουν στο ψάρεμα.
- **Μουσεία και εκθέσεις:** Ο μόνος χώρος με θέμα τη γαστρονομία που ευρέθη στην περιοχή της Καβάλας είναι το Μουσείο Ελιάς στο Ελαιοχώρι.

## ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ



### ΓΙΟΡΤΗ ΜΕΛΙΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΜΕΛΙΣΣΑΣ

Στη διάρκεια της πιο γλυκιάς γιορτής του Δήμου Καβάλας, θα έχετε στη διάθεσή σας δωρεάν, άφθονες ποσότητες γιουρτιού με...

[Μάθετε Περισσότερα](#)

### ΓΙΟΡΤΗ ΑΓΡΟΤΗ

Ο θεσμός δημιουργήθηκε από τον Πολιτιστικό & Μορφωτικό Σύλλογο Ν. Καρυάς ως ένδειξη ευγνωμοσύνης προς τη γη, η οποία...

[Μάθετε Περισσότερα](#)

### ΓΙΟΡΤΗ ΜΥΔΙΟΥ ΚΑΙ ΣΑΡΔΕΛΑΣ

Η γιορτή μυδιού και σαρδέλας αποτελεί μια γαστρονομική γιορτή της περιοχής, που αναδεικνύει τα εξαιρετικής ποιότητας μύδια Κεραμωτής και...

[Μάθετε Περισσότερα](#)

### ΓΙΟΡΤΗ ΤΗΣ ΠΑΤΑΤΑΣ

Η γιορτή αυτή πραγματοποιείται για την ανάδειξη του τοπικού προϊόντος της περιοχής, της πατάτας Λεκάνης, η οποία φημίζεται για...

[Μάθετε Περισσότερα](#)

### ΓΙΟΡΤΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑΣ

Κάθε Οκτώβρη πάνω από 600 κιλά κρέας γίδας μαγειρεύονται στο κωριό – από το κωριό – σε μια υπέροχη...

[Μάθετε Περισσότερα](#)

### ΓΙΟΡΤΗ ΚΑΣΤΑΝΟΥ

Κάθε Οκτώβρη στο Παλαιακώρι, ο Δήμος Παγγαίου διοργανώνει μια γιορτή βγαλμένη από τη... φουφού του καστανά! Ο λόγος; Αφθονο...

[Μάθετε Περισσότερα](#)

### ΓΙΟΡΤΗ ΤΟΥ ΣΑΡΜΑ

Κάθε Ιούνιο ο Πολιτιστικός Σύλλογος Νικήσιανης «Αράρης» διοργανώνει στον προαύλιο χώρο του Ιερού Ναού Αγίου Γεωργίου τη γιορτή του...

[Μάθετε Περισσότερα](#)

### ΓΙΟΡΤΗ ΤΣΙΠΟΥΡΟΥ

Η εκδήλωση αυτή διεξάγεται από το 20... πεζόδρομο της Νέας Περάμου τέλος Οκτωβρίου. Σκοπός...

[Μάθετε Περισσότερα](#)





## Μουσείο Ελιάς



Δείτε το slideshow

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας**

- **Εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος**
  - **Μαθήματα μαγειρικής:** Στο παράδειγμα της επόμενης σελίδας εικονίζεται ένας πάροχος δραστηριοτήτων (activity provider) που προσφέρει ένα ολιγόωρο μάθημα μαγειρικής με τοπικές συνταγές σε τουρίστες της Καβάλας.
  - **Διαδρομές και περιηγήσεις:** Όπως προκύπτει από τα παραδείγματα των επόμενων σελίδων, υπάρχουν κάποια γραφεία της Γλυφάδας που προσφέρουν οργανωμένες ξεναγήσεις με θέμα τη γαστρονομία καθώς και οργανωμένες επισκέψεις σε οινοποιεία.

## Kavala Food Tour and Cooking Workshop

[Share](#)[Review](#)[Save](#)

0 reviews



### Overview

Experience the vibrant flavors of Kavala through your unique local food tour and cooking workshop. Immerse yourself in the local culture as you explore the...[Read more](#)

Ages: 8+

Group limit: 8

Duration: 4h

Live guide: English

**From \$95.35**

per adult

Select date and travelers

Saturday, September 13, 2025

2



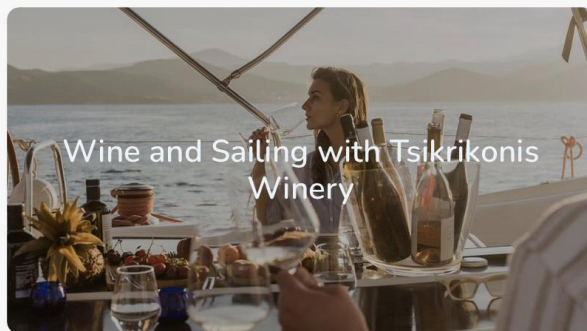
**Non-refundable** • The free cancellation window has closed for the date selected.

# Best Food Tours in Kavala | Gastronomy Tours

Coastal Heritage on a Plate – Discover Kavala Through Its Flavors



Ktima Apostolidi



Wine and Sailing with Tsikrikonis Winery



Crafting and Baking a Delectable Spinach Pie at Mousthenis Farm



Craft Your Own Rizogalo at Mousthenis Farm

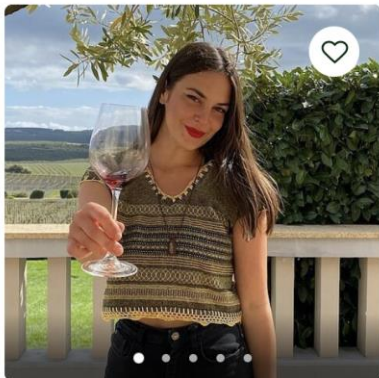


Mousthenis Farm



Ktima Biblia Chora

# Wine Tasting Tours in Kavala



## 1. Northern Greece Wine Tasting Tour in Kavala

5.0 ●●●●● (11)

Private Sightseeing Tours

4-5 hours

Explore the rich flavors of Northern Greece on this curated wine tasting tour through the Kavala and Drama regions. Visit...

Free cancellation ⓘ

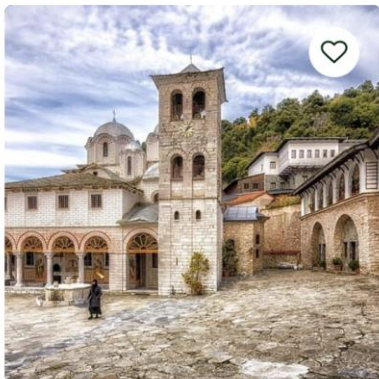
Recommended by 100% of travelers ⓘ

from

**\$155**

per adult

Reserve



## 2. Small Group Kavala Tour: Pangaion Mountain & Wine Tasting

Day Trips

6 hours

Join a small group from Kavala port to explore Pangaion Mountain's monastery, Amphipolis ruins, olive oil tasting, and premium...

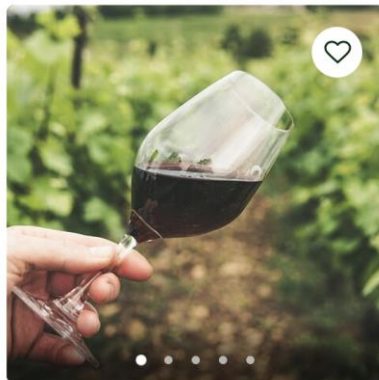
Free cancellation ⓘ

from

**\$275**

per adult

Reserve



## 3. Kavala Wineries Tour and Wine Tastings

5.0 ●●●●● (1)

Day Trips

5 hours

VinoTour is a winery private tour in Kavala offers you the opportunity to explore the picturesque vineyards and learn about...

Free cancellation ⓘ

from

**\$334**

per group

Reserve

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας***

- ***Εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος***

Από τις δυνητικές εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος, μόλις δύο είναι αυτές που δεν απαντώνται στην περίπτωση της Καβάλας:

- Προγράμματα των tour operators για γαστρονομικά ταξίδια
- Περιποιήσεις σε spa που βασίζονται σε τρόφιμα ή ποτά

Αυτή η σχετική πληρότητα του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου δείχνει ότι η Καβάλα αρχίζει να ωριμάζει ως γαστρονομικός προορισμός. Με τις δράσεις που έχουν προβλεφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (παραδοτέο Π.2 του παρόντος έργου), θα ενθαρρυνθεί η ποιοτική αναβάθμιση των επιχειρήσεων γαστρονομίας και θα ενισχυθεί η δημιουργικότητά τους, γεγονός που θα συμβάλλει στον περαιτέρω εμπλουτισμό του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου. Από την παραπάνω καταγραφή προκύπτει εξαιρετικό υλικό με τη μορφή κειμένων και εικόνων που θα δώσει μεγάλη ώθηση στο νέο αφήγημα για την Καβάλα (βλ. δράση Δ.0.1).

## 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |                                                              |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                     | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Διάρκεια | εις το διηνεκές (συνεχής επικαιροποίηση)                     |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                                | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Κόστος   | • €0<br><br>(η μισθοδοσία των στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li><li>• Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού</li></ul>                                                                                                                                              |          |                                                              |
| Περιγραφή                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Καταγραφή όλων των γαστρονομικών πόρων και εμπειριών της Καβάλας σύμφωνα με το μοντέλο του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου</li><li>• Ένταξη όλων αυτών των προϊόντων – και των επιχειρήσεων που τα δημιουργούν – στο νέο αφήγημα για την πόλη της Καβάλας και αξιοποίησή τους ιδίως για την προβολή στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                              |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας***

Για την επιτυχή και γρήγορη εδραίωση της Καβάλας ως γαστρονομικού προορισμού είναι σημαντικό, όλη η προεργασία που περιγράφηκε νωρίτερα να αξιοποιηθεί στο πλαίσιο ενός ολοκληρωμένου προγράμματος προβολής. Αξιοποιώντας τα διδάγματα από την πρόσφατη πρωτοβουλία «Tales of Taste» αλλά και από αντίστοιχες πρωτοβουλίες άλλων περιοχών της Ελλάδας, προτείνεται το εν λόγω πρόγραμμα να δομηθεί με βάση τα εξής χαρακτηριστικά:

- ***Κεντρικό ζητούμενο:*** Εντοπισμός των καλύτερων ***πρεσβευτών της καβαλιώτικης γαστρονομίας*** και επικοινωνιακή τους αξιοποίηση, ώστε το αφήγημα γύρω από τη γαστρονομία της πόλης να είναι εξόχως ανθρωποκεντρικό και συγκεκριμένο. Πρεσβευτές μπορούν να είναι:
  - ***Φυσικά πρόσωπα:*** επαγγελματίες, επιχειρηματίες, επιστήμονες και ερευνητές που σχετίζονται με τον κλάδο των τροφίμων και ποτών, με την εστίαση ή με την παροχή των εμπειριών που αναφέρθηκαν νωρίτερα

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας**

- **Επιχειρήσεις:** Θα πιστοποιηθούν ως πρεσβευτές της καβαλιώτικης γαστρονομίας εφόσον πληρούν τις εξής προδιαγραφές:
  - ✓ Οι **επιχειρήσεις παραγωγής τροφίμων** και ποτών θα λάβουν το σήμα «Made in Kavala» (βλ. δράση Δ.2.3 στο Παραδοτέο Π.2).
  - ✓ Οι **επιχειρήσεις εστίασης** (1) αναφέρουν στον κατάλογο των εδεσμάτων ονομαστικά τουλάχιστον τρία υλικά προέλευσης Καβάλας ή κοντινών περιοχών και (2) προσφέρουν στο μενού τους τουλάχιστον τρεις συνταγές της Καβάλας και της ευρύτερης περιοχής είτε στην παραδοσιακή τους μορφή είτε σε μια πιο δημιουργική και κοσμοπολίτικη εκδοχή.
  - ✓ Οι **activity providers** προσφέρουν τουλάχιστον μία οργανωμένη δραστηριότητα γαστρονομικού ενδιαφέροντος στους τουρίστες που διαμένουν ή επισκέπτονται αυθημερόν την Καβάλα.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας**

- ✓ Όλες οι ανωτέρω επιχειρήσεις προσφέρουν υψηλής ποιότητας προϊόντα σύμφωνα με τη βαθμολογία τους σε πλατφόρμες όπως είναι η TripAdvisor και η Google λαμβάνοντας βαθμολογία τουλάχιστον 4 στα 5.

Βασικό κίνητρο για να συμμετάσχουν οι επιχειρήσεις της Καβάλας σε αυτό το πρόγραμμα είναι η **εκτεταμένη προβολή** από όλα τα κανάλια μάρκετινγκ του Δήμου (ιστοσελίδα, κοινωνικά δίκτυα, newsletter, δελτία τύπου, δημοσιογραφικές επισκέψεις, εκθέσεις κοκ.) αλλά δυνητικά και από άλλους φορείς της Καβάλας όπως είναι το Επιμελητήριο.

Επιπροσθέτως σε αυτήν την προβολή έχει προβλεφθεί ένα συμπληρωματικό κονδύλι για τη διαδικτυακή διαφήμιση του προγράμματός γαστρονομικού τουρισμού.

Το **branding** αυτής της πρωτοβουλίας που θα προσδώσει μια ξεκάθαρη επικοινωνιακή ταυτότητα στην καβαλιώτικη γαστρονομία θα προκύψει από ξεχωριστό παραδοτέο στο πλαίσιο του παρόντος έργου.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας***

Ο συντάκτης του παρόντος παραμένει στη διάθεση του Δήμου για περαιτέρω εξειδίκευση της παρούσας δράσης με βάση τη μακρά του εμπειρία σε αντίστοιχα έργα.

Λόγω του χαρακτήρα και των αποδεκτών του παρόντος προγράμματος γαστρονομικού τουρισμού προτείνεται να προταθεί στο ***Επιμελητήριο Καβάλας*** να συμμετάσχει στην υλοποίησή του.

## 4. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Γαστρονομία

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |          |                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                          | 10ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Διάρκεια | εις το διηνεκές (συνεχής επικαιροποίηση)                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                     | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Γαστρ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Κόστος   | • έως €4.000 ετησίως για διαδικτυακή διαφήμιση<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li><li>• Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού</li><li>• Ενδεχόμενη συμμετοχή στελεχών του Επιμελητηρίου</li></ul>                                                                                                                                   |          |                                                                                                         |
| Περιγραφή                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόσκληση προς τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις να δηλώσουν συμμετοχή</li><li>• Αξιολόγηση των υποψηφίων ως προς την εκπλήρωση των κριτηρίων</li><li>• Χορήγηση του γαστρονομικού brand προς χρήση από τις επιλεγείσες επιχειρήσεις</li><li>• Συστηματική προβολή όλων των επιλεγεισών επιχειρήσεων από το Δήμο και ένταξή τους στο νέο αφήγημα για την πόλη της Καβάλας</li></ul> |          |                                                                                                         |

---

## **5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια**

### Προλεγόμενα

Η προσέλκυση συνεδρίων σε έναν τόπο είναι μια ιδιαίτερα προσοδοφόρα δραστηριότητα χάρη στα μεγάλα έσοδα που προκύπτουν από αυτά. Οι σύνεδροι δαπανούν περισσότερα χρήματα από τους απλούς τουρίστες, η δε δαπάνη τους αποφέρει έσοδα για μια σειρά επιχειρήσεων όπως είναι ο χώρος φιλοξενίας της εκδήλωσης (μπορεί να είναι αυτοδύναμο συνεδριακό κέντρο, αίθουσα δεξιώσεων σε ξενοδοχείο, δημοτική αίθουσα πολλαπλών χρήσεων κοκ.), το κατάλυμα των συνέδρων, το catering, εταιρίες ενοικίασης οπτικοακουστικού εξοπλισμού, μεταφορές συνέδρων (πούλμαν, βανάκια με οδηγό, ταξί κοκ.), εταιρίες που παρέχουν αναλώσιμα και δώρα (μπλοκάκια σημειώσεων, στιλό) ή γραμματειακή υποστήριξη και διερμηνεία κ.ά.π. Υπό την έννοια του **συνεδριακού τουρισμού** περιλαμβάνονται πέραν των στενά συνεδριακών εκδηλώσεων επίσης οι εταιρικές συναντήσεις και οι εμπορικές εκθέσεις.

Για τη μεγιστοποίηση των εσόδων σε αυτήν την αγορά απαιτούνται δύο βήματα:

- Επαφές με διοργανωτές για να φέρουν το επόμενο συνέδριό τους στην Καβάλα
- Παρότρυνση των δυνητικών συνέδρων να κάνουν εγγραφή στη διοργάνωση.

### Προλεγόμενα

Η Καβάλα διαθέτει αρκετούς χώρους κατάλληλους να φιλοξενήσουν συνέδρια και εκθέσεις μικρού μεγέθους και αξίζει να ενταθούν οι προσπάθειες από πλευράς του Δήμου για να αυξήσει αυτήν τη δραστηριότητα. Συγκεκριμένα, υπάρχουν τρεις συνεδριακοί χώροι με δυναμικότητα άνω των 300 ατόμων:

- Εκθεσιακό Κέντρο «Απόστολος Μαρδύρης» στη Νέα Καρβάλη
- Συνεδριακό Κέντρο «Απόστολος Παύλος» της Ι.Μ. Φιλίππων στη Λυδία
- Αμφιθέατρο Περιφερειακής Ενότητας Καβάλας

Ο πρώτος από αυτούς τους χώρους ανήκει στο Επιμελητήριο Καβάλας και αποτελεί το μοναδικό εκθεσιακό κέντρο στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Με έκταση 4.000 τ.μ. εσωτερικών χώρων και πολλούς επιπλέον υπαίθριους χώρους, φιλοξενεί κάθε χρόνο την εμπορική έκθεση «Kavala Expo». Καθώς πρόκειται για ένα ενεργειακά κοστοβόρο κτίριο, επίκειται το 2026 η ενεργειακή και λειτουργική του αναβάθμιση, ώστε να μπορεί να διατίθεται για πολλές άλλες εκδηλώσεις.

### Προλεγόμενα

Το 2026 ολοκληρώνεται και η ανακαίνιση του Αμφιθεάτρου της Περιφερειακής Ενότητας Καβάλας .

Άλλοι χώροι με δυναμικότητα άνω των 100 ατόμων περιλαμβάνουν τη Μεγάλη Λέσχη του Δήμου Καβάλας, τη Δημοτική Βιβλιοθήκη, το Δημοτικό Ωδείο, το Κέντρο Πολιτισμού Καβάλας, το Αρχαιολογικό Μουσείο, το Θέατρο «Αντιγόνη Βαλάκου», το Εργατοϋπαλληλικό Κέντρο Καβάλας, τον Κινηματογράφο «Απόλλων», το Πολιτιστικό Κέντρο Αμυγδαλεώνα, το Πολυκέντρο Νέας Καρβάλης καθώς επίσης τα ξενοδοχεία Ιμαρέτ, Γαλαξίας, Lucy, Ωκεανίς και Εσπέρια.

Με βάση τα όρια δυναμικότητας των παραπάνω χώρων θα προταθούν στη συνέχεια κάποιες δράσεις που μπορεί να υλοποιήσει για να αξιοποιηθούν καλύτερα οι ευκαιρίες της Καβάλας στην αγορά του συνεδριακού τουρισμού.

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθਾਰου στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Εδώ θα υιοθετηθεί ένας επιπλέον στόχος ειδικά για την αγορά των συνεδρίων.

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                            | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                  | Τρόπος επίτευξης                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Αδυναμία να εδραιωθεί η Καβάλα ως σημαντικός συνεδριακός προορισμός για συνέδρια μικρού μεγέθους | <b>Στρατηγικός Στόχος 1 για τα συνέδρια (ΣΣ-Συν.1)</b><br><i>Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της Καβάλας ως συνεδριακού προορισμού</i> | Προσέγγιση δυνητικών συνεδριακών πελατών και γραφείων οργάνωσης συνεδρίων |

### Ακροατήρια-στόχοι

Το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ στοχεύει πρωτίστως στους συνεδριακούς πελάτες (B2B), δηλ. τους λήπτες της απόφασης για το που θα πραγματοποιηθεί ένα συνέδριο. Ωστόσο, στο πλαίσιο του συνεδριακού μάρκετινγκ της Καβάλας είναι σημαντική και η στόχευση στους δυνητικούς συνέδρους (B2C), ώστε να πειστούν ότι αξίζει να εγγραφούν στο συνέδριο στο οποίο έχουν προσκληθεί ώστε να απολαύσουν μια επίσκεψη στην Καβάλα με αφορμή αυτήν τη διοργάνωση. Συγκεκριμένα, τα ακροατήρια-στόχοι των ακόλουθων δράσεων είναι τα εξής:

(B2B)

- Φορείς διοργάνωσης συνεδρίων (επιστημονικοί, επαγγελματικοί ή δημόσιοι φορείς, εταιρίες κοκ.)
- Γραφεία οργάνωσης συνεδρίων (professional congress organizers / PCOs)

(B2C)

- Προσκεκλημένοι σύνεδροι που αποφασίζουν εάν θα πάνε εν τέλει στο συνέδριο

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) καλύπτουν σε μεγάλο βαθμό την προώθηση της Καβάλας ως συνεδριακού προορισμού. Συγκεκριμένα, στον πίνακα της επόμενης σελίδας επισημαίνονται με **κόκκινο χρώμα** ποιες από τις δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ έχουν άμεση συνάφεια με την προσέλκυση συνεδρίων.

Οι δράσεις της πρωτοβουλίας «**Καβάλα – Πόλη Δημιουργική**» (Δ.1.1, Δ.1.2 και Δ.1.4) είναι ιδιαίτερα χρήσιμες στην προσέλκυση συνεδρίων, πράγμα που ισχύει επίσης για την κειμενογράφηση με θέμα την ελκυστικότητα της Καβάλας ως συνεδριακού προορισμού (Δ.0.1) καθώς και για τη συστηματική διαδικτυακή προβολή αυτής της πτυχής.

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής                       | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)               | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)    | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)             |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση</b>      | <b>Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»</b>                 | Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»                 | Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»               |
| Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού | <b>Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»</b>                  | Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»                  | Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»         |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή</b>            | Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»                             | Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»                       | Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»          |
| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών                | <b>Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας</b> | Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας | Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάζεις την Καβάλα»    |
|                                                          |                                                                     |                                                       | Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση |                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Συν.1                                                                                                                                                                                                    | Κόστος   | • έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                |
| Περιγραφή                                    | • Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος<br>• Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα<br>• Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους<br>• Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου |          |                                                                                                                |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Συν.1                                                                                                                                                                                                              | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## 5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια

### Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                 |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Διάρκεια</b> | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.1<br>ΣΣ-Συν.1                                                                                                                                                                                                                               | <b>Κόστος</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €15.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li> <li>€3.000 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li> <li>έως €3.000 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li> </ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών</p> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li> <li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Διενέργεια σεμιναρίων</li> <li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li> <li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li> </ul>                                                                |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## 5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια

### Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                           | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                               | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li> <li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li> <li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li> </ul> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li> <li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li> <li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων από κριτική επιτροπή</li> <li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li> </ul>                            |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                       |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | • έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                               | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                            |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης</li><li>• Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li><li>• Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li></ul> |          |                                                                                            |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### *Πρόσθετες δράσεις μάρκετινγκ για τα συνέδρια*

Στη συνέχεια παρατίθενται μερικές ακόμη **συμπληρωματικές δράσεις** σε αντιστοιχία με τους προαναφερθέντες πρόσθετους στόχους του μάρκετινγκ ειδικά για τα συνέδρια. Πρόκειται, συγκεκριμένα, για τις εξής πρόσθετες δράσεις:

- Δ.Συν.1 Ολοκληρωμένη καταγραφή όλων των συνεδριακών και λοιπών χώρων
- Δ.Συν.2 Κύκλος επαφών με γραφεία οργάνωσης συνεδρίων και διενέργεια fam trip
- Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα
- Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Συν.1 Ολοκληρωμένη καταγραφή όλων των συνεδριακών και λοιπών χώρων***

Βασική προϋπόθεση για την αποτελεσματική προσέλκυση συνεδρίων είναι η πλήρης και ελκυστική παρουσίαση όλων των συνεδριακών και εκθεσιακών χώρων της πόλης, ούτως ώστε οι διοργανωτές συνεδρίων να μπορούν εύκολα να ενημερωθούν για τις διαθέσιμες εγκαταστάσεις. Πολύ χρήσιμη είναι η καταγραφή των εν λόγω χώρων της Καβάλας όπως γίνεται στην τουριστική ιστοσελίδα του Δήμου ([visitkavala.gr](http://visitkavala.gr)) και παρατίθεται στην επόμενη σελίδα. Το πρόβλημα είναι ότι οι διαθέσιμοι χώροι της Καβάλας απλά μνημονεύονται χωρίς να υπάρχει η κατάλληλη περιγραφή που θα έλυνε τις απορίες πιθανού χρήστη των εν λόγω χώρων.

Θα απαιτηθεί η ολοκληρωμένη περιγραφή κάθε συνεδριακού και εκθεσιακού χώρου της Καβάλας – με όλα τα τεχνικά χαρακτηριστικά και φωτογραφικό υλικό – ως πρώτο βήμα για την προσέλκυση συνεδριακών και άλλων εκδηλώσεων. Για τη σωστή αποτύπωση αυτής της περιγραφής παρατίθεται στις επόμενες σελίδες ενδεικτικό παράδειγμα από το συνεδριακό οδηγό της Θεσσαλονίκης που εκδίδει το Thessaloniki Convention Bureau.

## 5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ                                                 |                       |                              |                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Συνεδριακός Χώρος                                                 | Χωρητικότητα          | Φορέας Διαχείρισης           | Στοιχεία Επικοινωνίας                                                                                              |
| Αίθουσα Συνεδρίων Εκθεσιακού Κέντρου Καβάλας «Απόστολος Μαρδύρης» | 380 άτομα             | Επιμελητήριο Καβάλας         | T: 2510-222212<br>F: 2510-835946<br>E: info@chamberofkavala.gr<br>W: www.kcci.gr                                   |
| Αμφιθέατρο Περιφερειακής Ενότητας Καβάλας                         | 370 άτομα             | Περιφερειακή Ενότητα Καβάλας | T: 2510 291217<br>F: 2510 291270<br>E: ddy.kavalas@pamth.gov.gr<br>W: www.pekavalas.eu                             |
| Αίθουσα Εκδηλώσεων Δημοτικής Βιβλιοθήκης Καβάλας                  | 115 άτομα             | Δημοτική Βιβλιοθήκη Καβάλας  | T: 251 350 0400<br>F: 2510 620760<br>E: dimotikibibl@dkavalas.gr<br>W: www.kavala.gov.gr                           |
| Αίθουσα «Γ.Α. Παπαϊωάννου» Δημοτικού Ωδείου Καβάλας               | 120 άτομα             | Δημοτικό Ωδείο Καβάλας       | T: 2510 222119<br>F: 2510 221963<br>E: odeio@dkavalas.gr<br>W: www.dok.gr                                          |
| Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων Πολιτιστικού Κέντρου «Πυθαγόρας»        | 70 άτομα              | Δημοφύλεια                   | T: 2510 240983, 2510 240973<br>F: 2510 240983, 2510 240973<br>E: culture@kavalagreece.gr<br>W: www.kavalagreece.gr |
| Αίθουσες Δημοτικής Καπναποθήκης – Κέντρο Πολιτισμού Καβάλας       | 70 άτομα<br>100 άτομα | Δημοφύλεια                   | T: 2510 831388<br>F: 2510 831378<br>E: ethnomuseum@kavalagreece.gr<br>W: www.kavalagreece.gr                       |
| Αίθουσα Επιμελητηρίου Καβάλας                                     | 90 άτομα              | Επιμελητήριο Καβάλας         | T: 2510 222212<br>F: 2510 835946<br>E: info@chamberofkavala.gr<br>W: www.chamberofkavala.gr                        |

# Απόσπασμα από το Συνεδριακό Οδηγό Θεσσαλονίκης (έκδοση 2023)



Hotels



## Electra Palace Thessaloniki

Electra Palace Thessaloniki is a hotel as legendary as its celebrated location. It stands on the impressive Aristotelous Square overlooking the sea and has been one of the city's most well recognized landmarks ever since its opening five decades ago.

Electra Palace offers not just the opportunity to stay at the heart of the city, but also to enjoy a wide array of top-class amenities and sophisticated aesthetics, while experiencing the grandeur of an architectural masterpiece.

The hotel's Conference halls are situated in the impressive former ballroom. Huge arched windows flood the halls with natural light, while all walls continue the tribute to Thessaloniki's glorious history with black and white pictures by local celebrity photographer Yiannis Kyriakidis.

On the very top of the building there is an external swimming pool overlooking the sea, with its own private sun deck.

| FUNCTION ROOMS<br>AND MAX No. OF<br>PERSONS | DIMENSIONS |        |                | CAPACITY |           |         |         |          | EXTRAS           |                  | SERVICES     |          |
|---------------------------------------------|------------|--------|----------------|----------|-----------|---------|---------|----------|------------------|------------------|--------------|----------|
|                                             | m²         | Height | Length x Width | Theater  | Classroom | U-Shape | Banquet | Cocktail | Natural Daylight | Exhibition Space | AV Equipment | Internet |
| MAKEDONIA I                                 | 84         | 2.80   | 10,60 x 7,2    | 70       | 50        | 30      | 60      | 60       | ✓                |                  | ✓            | ✓        |
| MAKEDONIA II                                | 113        | 2.80   | 11,5 x 6,5     | 95       | 50        | 30      | 70      | 70       | ✓                |                  | ✓            | ✓        |

# Απόσπασμα από το Συνεδριακό Οδηγό Θεσσαλονίκης (έκδοση 2023)

## Electra Palace Thessaloniki

Electra Palace Thessaloniki is a hotel as legendary as its celebrated location. It stands on the impressive Aristotelous Square overlooking the sea and has been one of the city's most well recognized landmarks ever since its opening five decades ago.

Electra Palace offers not just the opportunity to stay at the heart of the city, but also to enjoy a wide array of top-class amenities and sophisticated aesthetics, while experiencing the grandeur of an architectural masterpiece.

The hotel's Conference halls are situated in the impressive former ballroom. Huge arched windows flood the halls with natural light, while all walls continue the tribute to Thessaloniki's glorious history with black and white pictures by local celebrity photographer Yiannis Kyriakidis.

On the very top of the building there is an external swimming pool overlooking the sea, with its own private sun deck.

| FUNCTION ROOMS<br>AND MAX No. OF<br>PERSONS | DIMENSIONS     |        |                | CAPACITY |           |         |         |          | EXTRAS           |                  | SERVICES     |          |
|---------------------------------------------|----------------|--------|----------------|----------|-----------|---------|---------|----------|------------------|------------------|--------------|----------|
|                                             | m <sup>2</sup> | Height | Length x Width | Theater  | Classroom | U-Shape | Banquet | Cocktail | Natural Daylight | Exhibition Space | AV Equipment | Internet |
| MAKEDONIA I                                 | 84             | 2.80   | 10,60 x 7,2    | 70       | 50        | 30      | 60      | 60       | ✓                |                  | ✓            | ✓        |
| MAKEDONIA II                                | 113            | 2.80   | 11,5 x 6,5     | 95       | 50        | 30      | 70      | 70       | ✓                |                  | ✓            | ✓        |
| MAKEDONIA                                   | 197            | 2.80   | 14 x 12        | 216      | 100       | 52      | 150     | 150      | ✓                |                  | ✓            | ✓        |
| BYZANTIO I                                  | 68             | 2.70   | 9,6 x 6,7      | 40       | 30        | 24      | 40      | 40       | ✓                |                  | ✓            | ✓        |
| BYZANTIO II                                 | 80             | 2.70   | 9,4 x 8,5      | 50       | 36        | 30      | 50      | 50       | ✓                |                  | ✓            | ✓        |
| BYZANTIO                                    | 148            | 2.70   | 9,6 x 15       | 150      | 72        | 40      | 120     | 120      | ✓                |                  | ✓            | ✓        |
| OLYMPIADA                                   | 46             | 2.80   | 7,5 x 5,9      | 35       | 20        | 20      | 30      | 40       | ✓                |                  | ✓            | ✓        |
| FOYER                                       | 195            | 2.80   | 19,5 x 9,15    |          |           |         | 120     | 120      | ✓                | ✓                | ✓            | ✓        |



### CONTACT INFO

9, Aristotelous Square, 54624  
Thessaloniki  
T. +30 2310 294040  
F. +30 2310 294001  
infoskg@electrahotels.gr  
[www.electrahotels.gr](http://www.electrahotels.gr)



### DISTANCES

✈ Airport: 16 km  
📍 City centre: 0 km



### TOTAL NUMBER OF

- Beds: 258
- Rooms: 129
- Suites: 9
- Meeting Rooms: 5
- Exhibition space: 193 m<sup>2</sup> (foyer)



### FACILITIES

- Free Wi-Fi high speed internet on demand up to 100 Mbps
- Internet Corner
- Room Service
- Laundry Service
- Spa facilities (Jacuzzi, Steam bath Sauna, Indoor/Outdoor Pool, Fitness Area)
- Non-Smoking Rooms and area
- Disabled Facilities
- Babysitting Service
- Satellite Television
- Complimentary tea & coffee making facilities



## 5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Συν.1 Ολοκληρωμένη καταγραφή όλων των συνεδριακών και λοιπών χώρων |                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                           |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                       | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                               | Διάρκεια | 1 μήνας                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                                  | ΣΣ-Συν.1                                                                                                                                                                                                                                                                | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                       | • Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                           |
| Περιγραφή                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Καταγραφή όλων των διαθέσιμων συνεδριακών χώρων καθώς και των χωρών που μπορούν να φιλοξενήσουν εκδηλώσεις άλλης μορφής</li><li>Καταχώρηση της αναλυτικής περιγραφής κάθε χώρου μαζί με το αντίστοιχο φωτογραφικό υλικό</li></ul> |          |                                                           |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Συν.2 Κύκλος επαφών με γραφεία οργάνωσης συνεδρίων και διενέργεια fam trip***

Στην προσέλκυση περισσότερων συνεδρίων θα βοηθήσει η συστηματική ενημέρωση των γραφείων που ειδικεύονται στη διοργάνωση συνεδρίων και άλλων εκδηλώσεων (***professional congress organizers*** / PCOs). Προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους δικούς τους πελάτες που μπορεί να είναι εταιρίες ή φορείς (επιστημονικοί, επαγγελματικοί, συλλογικοί, κοινωνικοί ή δημόσιοι φορείς), οι οποίοι επιζητούν τη σιγουριά έμπειρων επαγγελματιών όταν ξεκινήσουν την προετοιμασία του επόμενου συνεδρίου τους. Μια καταγραφή τέτοιων γραφείων υπάρχει στον αντίστοιχο σύνδεσμο ([www.hapco.gr](http://www.hapco.gr)).

Η επαφή με αυτά τα γραφεία μπορεί να γίνει στην αρχή εξ αποστάσεως με την αποστολή του συνεδριακού οδηγού με την καταγραφή των εγκαταστάσεων της Καβάλας που θα προκύψει από την προηγηθείσα δράση Δ.Συν.1. Στη συνέχεια θα ήταν σκόπιμη η πρόσκληση των στελεχών τους να επισκεφτούν την Καβάλα στο πλαίσιο ενός fam trip και να σχηματίσουν ιδία άποψη για την καταλληλότητα του προορισμού.

## 5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Συν.2 Κύκλος επαφών με γραφεία οργάνωσης συνεδρίων και διενέργεια fam trip |                                                                                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                               | 4ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                                          | ΣΣ-Συν.1                                                                                                                                                                                                                                 | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 για φιλοξενία οργανωτών συνεδρίων</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού</li></ul>                                                                                                                                                           |          |                                                                                                                                                |
| Περιγραφή                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>Αποστολή συνεδριακού οδηγού της Καβάλας (βλ. δράση Δ.Συν.1) σε γραφεία οργάνωσης συνεδρίων</li><li>Οργάνωση ταξιδιού εξοικείωσης (fam trip) για στελέχη των γραφείων οργάνωσης συνεδρίων</li></ul> |          |                                                                                                                                                |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα***

Ένας συνηθισμένος τρόπος ανάπτυξης της συνεδριακής αγοράς σε έναν προορισμό είναι η ενεργή διεκδίκηση συνεδρίων (bidding). Αυτό σημαίνει ότι κάποιος συνεδριακός πελάτης προκηρύσσει το επόμενο συνέδριό του, το οποίο πραγματοποιείται κάθε χρόνο σε διαφορετικό μέρος, ώστε οι ενδιαφερόμενοι προορισμοί να μπουν στη διαδικασία διεκδίκησης. Καθώς αυτή η διαδικασία είναι πολύ ανταγωνιστική, μπορεί να απαιτούνται πάνω από οκτώ ή δέκα διεκδικήσεις για να κερδηθεί ένα συνέδριο.

Αυτό που θα απλοποιήσει κατά πολύ την προσπάθεια της Καβάλας να εδραιωθεί ως συνεδριακός προορισμός είναι ο Δήμος να ενθαρρύνει τους φορείς και τις επιχειρήσεις της πόλης ***να διοργανώσουν συνέδρια που θα πραγματοποιούνται σε μόνιμη βάση στην Καβάλα***. Τέτοια συνέδρια θα προκύψουν με βάση την οικονομική δραστηριότητα και τις κοινωνικές διεργασίες στην πόλη. Η Καβάλα θα μπορούσε λ.χ. να φιλοξενεί κάθε χρόνο το σημαντικότερο συνέδριο για θέματα αλιείας στην Ελλάδα, αξιοποιώντας έτσι και τη συσσωρευμένη τεχνογνωσία του Ινστιτούτου Αλιευτικής Έρευνας.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα***

Αντίστοιχη διερεύνηση θα μπορούσε να γίνει με άλλους σημαντικούς για την Καβάλα κλάδους της οικονομίας όπως είναι η λατόμευση πέτρας και μαρμάρου ή με βάση την έρευνα και την εξειδίκευση των Τμημάτων του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης που εδρεύουν στην Καβάλα.

Προτείνεται να διατεθεί ένα ετήσιο κονδύλι επιδότησης σε διοργανωτές που δεσμεύονται ότι θα πραγματοποιούν το ετήσιο ή ανά διετία συνέδριό τους σε μόνιμη βάση στην Καβάλα. Ο Δήμος μπορεί να παράσχει και πρόσθετη στήριξη σε είδος, παραχωρώντας λ.χ. δωρεάν ή με μεγάλη έκπτωση μία από τις αίθουσές του ή να ζητήσει από άλλους φορείς της πόλης να στηρίξουν και εκείνοι το εν λόγω συνέδριο. Εάν με αυτήν την προσέγγιση προκύψουν 6-7 μικρομεσαία επαναλαμβανόμενα συνέδρια στην Καβάλα, τα οικονομικά οφέλη θα είναι πολύ σημαντικά για την πόλη.

## 5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                | 4ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους           | ΣΣ-Συν.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €10.000 για επιδότηση και στήριξη συνεδρίων</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού</li><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>Πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος προς φορείς ή επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να διοργανώσουν σε μόνιμη βάση το ετήσιο συνέδριό τους στην Καβάλα</li><li>Αξιολόγηση προτάσεων και στήριξη των επιλεγμένων προτάσεων χρηματικά και με άλλους τρόπους</li><li>Διαχρονική παρακολούθηση της εξέλιξης για όλα τα συνέδρια που έχει στηρίξει ο Δήμος</li></ul> |          |                                                                                                                                                   |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων***

Μία παράμετρος που επηρεάζει την επιτυχία ενός συνεδρίου είναι πόσα άτομα εν τέλει θα το παρακολουθήσουν. Η χαμηλή συμμετοχή συνεπάγεται για μεν τον οργανωτή του συνεδρίου μειωμένες εισπράξεις και δυσαρέσκεια της διοίκησης, για δε τον προορισμό που φιλοξενεί το συνέδριο συνεπάγεται απώλεια εσόδων για τις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις. Στα ετησίως επαναλαμβανόμενα συνέδρια είναι συνηθισμένο να μεταβάλλεται ο αριθμός συμμετεχόντων ανάλογα με την ελκυστικότητα και την αναγνωρισιμότητα

Είναι σημαντικό να στηρίζονται οι συνεδριακοί πελάτες που επέλεξαν την Καβάλα με κάθε δυνατό τρόπο από το Δήμο, ώστε να είναι επιτυχής η διοργάνωση από πλευράς προσέλευσης και εσόδων. Ο απλούστερος τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι ***να διαθέσει η ομάδα μάρκετινγκ του Δήμου τα κατάλληλο περιεχόμενο (content)*** με ελκυστικές περιγραφές για την πόλη και προτάσεις για ενδιαφέρουσες και συναρπαστικές εμπειρίες που μπορούν οι σύνεδροι να απολαύσουν στην Καβάλα.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων***

Αυτό το περιεχόμενο – δηλ. κείμενα, φωτογραφίες και βίντεο – θα πρέπει να είναι κατάλληλο για χρήση στα κοινωνικά δίκτυα και στα newsletters των συνεδριακών πελατών.

## 5. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τα Συνέδρια

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                           |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                      | 10ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                           |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΣΣ-Συν.1                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού</li></ul>                                                                                                                                              |          |                                                           |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Ενθάρρυνση των οργανωτών συνεδρίων να επικοινωνούν και να ενημερώνουν την ομάδα μάρκετινγκ του Δήμου για επερχόμενα συνέδρια</li><li>Διάθεση ελκυστικού περιεχομένου για την προβολή της Καβάλας ως του επόμενου τόπου φιλοξενίας του συνεδρίου</li></ul> |          |                                                           |

---

## **6. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Επιχειρηματικότητα**

### Προλεγόμενα

Στην Καβάλα υπάρχει μια έντονη κινητικότητα γύρω από την επιχειρηματικότητα τόσο από το Επιμελητήριο όσο και από άλλους φορείς. Ο Δήμος υλοποίησε μαζί με το Επιμελητήριο μια μεγάλη πρωτοβουλία σε αυτόν τον τομέα τρέχοντας δύο κύκλους του επιταχυντή «**Kick It**» για τη στήριξη νέων επιχειρηματιών παρέχοντας συμβουλευτική υποστήριξη, ηλεκτρονικές υποδομές και στέγαση διοικητικών λειτουργιών για νέες επιχειρήσεις και καλύπτοντας ένα κενό στην εκπαίδευση γύρω από θέματα επιχειρηματικότητας μέσα από αυτόν τον επιταχυντή. Σχεδιάζεται το Παλιό Πρωτοδικείο να γίνει θερμοκοιτίδα επιχειρηματικότητας σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο, ενώ το ΕΚΕΤΑ έχει υποβάλει πρόταση για κέντρο αριστείας σε κτίριο του Δήμου.

Η όποια ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μπορεί να στοχεύσει σε διαφορετικές παραμέτρους: Π.χ. στην προσέλκυση επενδύσεων από Καβαλιώτες επιχειρηματίες ή από επενδυτές εκτός Καβάλας, στο άνοιγμα νέων επιχειρήσεων ή στην ανασυγκρότηση υφιστάμενων, στην ανάπτυξη νέων προϊόντων ή την αναβάθμιση υφιστάμενων προϊόντων, στη βελτίωση του μάρκετινγκ και της πρόσβασης στην αγορά ή στη μείωση του κόστους λειτουργίας κ.ά.π.

### Προλεγόμενα

Η Καβάλα μπορεί να επιδιώξει να αναπτύξει την επιχειρηματικότητα γύρω από **υφιστάμενες οικονομικές δραστηριότητες** όπως είναι λ.χ. η αλιεία (στοχεύοντας στην ευρύτερη δυναμική της Γαλάζιας Οικονομίας συμπεριλαμβανομένου του αλιευτικού τουρισμού) ή να εστιάσει σε **νέες δραστηριότητες** όπως είναι η τεχνολογία και η δημιουργική οικονομία. Στο Παραδοτέο Π.2 παρατέθηκε μια προσέγγιση στην επιχειρηματικότητα μέσα από τη συζήτηση για την πρωτοβουλία «**Καβάλα – Πόλη Δημιουργική**». Εκεί εξετάστηκε επίσης η πρόταση να εδραιωθεί σταδιακά η Καβάλα ως η πολιτιστική πρωτεύουσα της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, προσεγγίζοντας τον πολιτισμό και στην επιχειρηματική του διάσταση.

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας, οι οποίοι καλύπτουν και τις ανάγκες του παρόντος σχεδίου:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθਾਰου στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

### Ακροατήρια-στόχοι

Στο παρόν σχέδιο μάρκετινγκ η στόχευση είναι **αποκλειστικά στην επιχειρηματική κοινότητα τόσο εντός όσο και εκτός Καβάλας**. Μέσα από τις ενέργειες μάρκετινγκ θα προβληθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες που αφορούν επιχειρηματίες και επενδυτές κάθε μεγέθους και οικονομικής επιφάνειας. Σε αυτούς περιλαμβάνονται επιχειρηματίες που ήδη εδρεύουν στην Καβάλα, επενδυτές που εδρεύουν σε άλλες περιοχές της χώρας ή στο εξωτερικό όπως επίσης οργανωτές εκθέσεων που θέλουν να δραστηριοποιηθούν στην περιοχή της Καβάλας.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) καλύπτουν πλήρως την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Καβάλα. Συγκεκριμένα, στον πίνακα της επόμενης σελίδας επισημαίνονται με **κόκκινο χρώμα** ποιες από τις δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ έχουν άμεση συνάφεια με την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Καβάλα.

Πολύ σημαντικό είναι το νέο αφήγημα που προτείνεται να υιοθετηθεί για την Καβάλα στο πλαίσιο της δράσης Δ.0.1, ώστε η πόλη να επανατοποθετηθεί στη συνείδηση της επιχειρηματικής κοινότητας με πολύ πιο θετικό τρόπο. Ομοίως, όλες οι δράσεις των πρωτοβουλιών «**Καβάλα – Πόλη Δημιουργική**» (Δ.1.1, Δ.1.2, Δ.1.3 και Δ.1.4) και «**Καβάλα – Πόλη Ποιοτική**» (Δ.2.1, Δ.2.2, Δ.2.3 και Δ.2.4) στηρίζουν άμεσα την επιχειρηματικότητα.

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής                       | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)               | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)           | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)             |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση</b>      | <b>Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»</b>                 | <b>Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»</b>                 | Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»               |
| Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού | <b>Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»</b>                  | <b>Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»</b>                  | Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»         |
| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή                   | <b>Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»</b>                      | <b>Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»</b>                       | Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»          |
| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών                | <b>Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας</b> | <b>Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας</b> | Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάσεις την Καβάλα»    |
|                                                          |                                                                     |                                                              | Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Στη συνέχεια παρατίθενται κάποιες προτεινόμενες **αφηγηματικές ψηφίδες που αναδεικνύουν την επιχειρηματική διάσταση της Καβάλας** προς αξιοποίηση στο νέο αφήγημα της δράσης Δ.0.1. Αυτές αντλήθηκαν από τις έρευνες που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο του παρόντος έργου μεταξύ επιχειρηματιών, κατοίκων και επισκεπτών της Καβάλας (βλ. Παραδοτέο Π.1). Πρόσθετα συμπεράσματα προέκυψαν κατά τη διαβούλευση με φορείς και παράγοντες της πόλης:

- ***Γεωγραφική θέση και υποδομές***

Η στρατηγική γεωγραφική θέση της Καβάλας, την καθιστά σημαντικό κόμβο σύνδεσης μεταξύ Ελλάδας, Βαλκανίων, Τουρκίας και νησιών του Βόρειου Αιγαίου. Διαθέτει τέσσερα λιμάνια για εμπορεύματα και επιβάτες, αεροδρόμιο και εύκολη πρόσβαση μέσω των οδικών δικτύων. Όλα αυτά καθιστούν την πόλη ελκυστική για επενδύσεις και εμπορικές δραστηριότητες.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Υπάρχει επίσης μεγάλη διαθεσιμότητα χώρων προς ενοικίαση για επιχειρήσεις, καθώς και διαθεσιμότητα σε οικόπεδα και εγκαταλειμμένες μονάδες παραγωγής που μπορούν να αναδειχθούν ως ευκαιρίες για νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

- ***Επιχειρηματικό περιβάλλον και υποστήριξη***

Η υποστήριξη από τον Δήμο, το Επιμελητήριο και άλλους φορείς είναι κρίσιμη για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην περιοχή. Προγράμματα για νέες επιχειρήσεις, φορολογικά κίνητρα, επιδοτήσεις και διαφημιστική προβολή αποτελούν ενέργειες που μπορούν να προσελκύσουν νέους επιχειρηματίες και επενδυτές. Η προβολή επιτυχημένων τοπικών επιχειρήσεων, που δημιουργούν θέσεις εργασίας και στηρίζουν την τοπική απασχόληση και οικονομία, αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο προώθησης του επιχειρηματικού κλίματος και της αλληλοϋποστήριξης στην περιοχή.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

- ***Ποιότητα ζωής και φυσικό περιβάλλον***

Η καλή ποιότητα ζωής που παρέχει η Καβάλα, σύμφωνα με την άποψη των επιχειρηματιών, αποτελεί πλεονέκτημα για την προσέλκυση εργαζομένων και επιχειρηματιών. Επίσης, οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες σε συνδυασμό με την ευχάριστη καθημερινότητα και τις μικρές αποστάσεις, καθιστούν την Καβάλα ιδανικό προορισμό για εργασία και διαμονή. Η ανάδειξη του φυσικού τοπίου και των πολιτιστικών μνημείων της περιοχής, σε συνδυασμό με την ενίσχυση των δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας και τουρισμού, μπορεί να ενισχύσουν τη φήμη της πόλης, ως έναν τόπο ελκυστικό για εργασία και επιχειρηματική ανάπτυξη.

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση |                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                | Κόστος   | • έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                |
| Περιγραφή                                    | • Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος<br>• Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα<br>• Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους<br>• Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου |          |                                                                                                                |

## 6. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Επιχειρηματικότητα

### Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €15.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li> <li>€3.000 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li> <li>έως €3.000 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li> </ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li> <li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Διενέργεια σεμιναρίων</li> <li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li> <li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li> </ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

## 6. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Επιχειρηματικότητα

### Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                     |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Διάρκεια</b> | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Κόστος</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li> <li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li> <li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li> </ul> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li> <li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li> <li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων από κριτική επιτροπή</li> <li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li> </ul>                            |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                 |                                                                                      |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 5ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Διάρκεια</b> | εις το διηνεκές                                                                      |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Κόστος</b>   | • έως €3.000 για Google adwords<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                 |                                                                                      |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Εντοπισμός επενδυτικών ευκαιριών στην Καβάλα και αξιολόγηση αυτών ως προς το βαθμό ωρίμανσης</li><li>• Ετοιμασία κατάλληλης περιγραφής και ανάρτηση στην ιστοσελίδα</li><li>• Διανομή σχετικού τεύχους με απευθείας αποστολή και μέσω αναρτήσεων στο LinkedIn</li><li>• Αποστολή σχετικών δελτίων τύπου στα οικονομικά ΜΜΕ</li><li>• Στοχευμένα Google adwords</li></ul> |                 |                                                                                      |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                 |                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Διάρκεια</b> | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                     |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Κόστος</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                 |                                                                                                                                          |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης</li><li>Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li><li>Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li></ul> |                 |                                                                                                                                          |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                   | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                       | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li><li>€1.500 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li><li>έως €1.500 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li></ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών<br/>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li><li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Διενέργεια σεμιναρίων</li><li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li><li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li></ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

## 6. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Επιχειρηματικότητα

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας» |                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                       | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους  | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li><li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li><li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                       | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li><li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Περιγραφή                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li><li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων</li><li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li></ul>                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                 |                                                                                          |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 4ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Διάρκεια</b> | εις το διηνεκές                                                                          |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Κόστος</b>   | • έως €5.000 για διαδικτυακή διαφήμιση (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                 |                                                                                          |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Καθορισμός ποιοτικών προδιαγραφών και δωρεάν παροχών μάρκετινγκ για όσα προϊόντα φέρουν το σήμα «Made in Kavala» (<b>προσωρινή ονομασία</b>)</li><li>• Διαβούλευση με τοπικούς παραγωγούς και το Επιμελητήριο για να διαπιστωθεί το ενδιαφέρον υιοθέτησης του σήματος «Made in Kavala»</li><li>• Δημοσιοποίηση του νέου σήματος «Made in Kavala» και προβολή των προϊόντων που το φέρουν μέσα από δελτία τύπου, εμπορικές εκθέσεις, παρουσιάσεις και μια μικρή διαδικτυακή διαφημιστική καμπάνια</li></ul> |                 |                                                                                          |

## 6. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Επιχειρηματικότητα

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                            |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                        | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                       |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                   | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | • έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                        | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                            |
| Περιγραφή                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης</li><li>• Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li><li>• Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος</li></ul> |          |                                                                                            |

### Επίλογος

Πέρα από τις προαναφερθείσες δράσεις για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, είναι περιορισμένες οι δυνατότητες να γίνουν μεγαλύτερης εμβέλειας παρεμβάσεις με τις δυνατότητες που προσφέρει η εργαλειοθήκη του μάρκετινγκ και η διαθέσιμη χρηματοδότηση για προβολή. Οι πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας συνήθως βασίζονται σε χρηματοδότηση σαφώς πιο μεγάλης κλίμακας από αυτήν ενός σχεδίου μάρκετινγκ.

Ο ρόλος του μάρκετινγκ σε αυτό το αντικείμενο είναι πρωτίστως **να προβάλει τα τρέχοντα προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας**. Έτσι, όταν αυτά θα ωριμάσουν και θα είναι έτοιμες να υλοποιηθούν οι αντίστοιχες πρωτοβουλίες του Δήμου, του Επιμελητηρίου και άλλων φορέων, είναι σημαντικό οι εν λόγω πρωτοβουλίες να ενταχθούν στον παρόντα σχεδιασμό μάρκετινγκ και να επικοινωνηθούν ευρύτατα στην επιχειρηματική κοινότητα τόσο εντός όσο και εκτός Καβάλας.

---

## **7. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τις Επενδύσεις**

### Προλεγόμενα

Ο ρόλος του μάρκετινγκ σε σχέση με τις επενδύσεις έγκειται στην προβολή κάθε ώριμης επενδυτικής ευκαιρίας στην Καβάλα. Έχοντας ο Δήμος στα χέρια του το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ, θα μπορεί όποτε προκύψει τέτοια ευκαιρία να την επικοινωνήσει με αποτελεσματικό τρόπο στην επιχειρηματική κοινότητα εντός και εκτός Καβάλας.

Σύμφωνα με όσα συζητήθηκαν στο πλαίσιο της διαβούλευσης για το παρόν έργο, υπάρχει έντονη η προσδοκία ότι οι πιο άμεσες επενδυτικές ευκαιρίες για την Καβάλα θα προέλθουν κυρίως από το κτιριακό απόθεμα της πόλης. Σε αυτό συγκαταλέγονται περί τις 50 καπναποθήκες ιδιωτών καθώς και οι καπναποθήκες που ανήκουν στο Δήμο και το Δημόσιο. Επιπλέον αναφέρθηκαν το παλιό νοσοκομείο που ανήκει στο Δήμο καθώς και το παλιό εστιατόριο «Διόνυσος» που βρίσκεται στο βουνό και διαθέτει ωραία θέα. Αυτά τα κτίρια λόγω της ιστορικότητάς τους υφίστανται σημαντικούς διοικητικούς περιορισμούς. Έτσι, παρότι έχει κατ' επανάληψη συζητηθεί από τους φορείς της πόλης η επανάχρηση αυτών των κτιρίων, υπάρχει δυστοκία εις το να προχωρήσει εν τέλει η αξιοποίησή τους.

### Προλεγόμενα

Ωστόσο, υπάρχει κινητικότητα γύρω από το πηλοθεραπευτήριο στις Κρηνίδες. Αυτήν την περίοδο εκπονείται μελέτη για τη μελλοντική αξιοποίηση και την αναγκαία αναβάθμισή του με στόχο να ξεπεραστούν οι σημερινοί περιορισμοί στη λειτουργία του χώρου. Ανάλογα με τα θεραπευτικά χαρακτηριστικά και τους ποσοτικούς περιορισμούς του ιαματικού πόρου θα μπορούσε δυνητικά να εξεταστεί η δημιουργία περισσότερων χώρων για ατομικές περιποιήσεις, η δημιουργία κλειστών εγκαταστάσεων για δωδεκάμηνη λειτουργία ή η δημιουργία σειράς καλλυντικών, ώστε να αυξηθούν τα έσοδα και οι θέσεις εργασίας.

Κατά τη διάρκεια της διαβούλευσης αναφέρθηκαν επίσης ως επενδυτικές ευκαιρίες οι πωλήσεις ακινήτων σε αλλοδαπούς αγοραστές για τις ανάγκες της «χρυσής βίζας» και οι ενοικιάσεις σε ψηφιακούς νομάδες. Όπως επισημάνθηκε στο Παραδοτέο Π.2, αυτές οι συναλλαγές σε συνδυασμό με την αύξηση της βραχυχρόνιας μίσθωσης έχουν αυξήσει το κόστος ζωής για τους κατοίκους της Καβάλας, κάνοντας δυσεύρετες και ακριβές τις κατοικίες. Κατά συνέπεια δεν προτείνεται να αποτελέσουν προτεραιότητα κατά την προώθηση επενδύσεων.

### Προλεγόμενα

Όπως στο Παραδοτέο Π.2 έτσι και εδώ διατυπώνεται η εξής θέση:

***Η εδώ περιγραφόμενη προσπάθεια να αυξηθούν τα έσοδα των τοπικών επιχειρήσεων θα πρέπει να γίνει με τέτοιο τρόπο, ώστε να διαφυλαχθεί ο χαρακτήρας της Καβάλας ως πόλης φιλικής και προσιτής για τους κατοίκους της με εύλογο κόστος διαβίωσης και καλή ποιότητα ζωής.***

Στο βαθμό, λοιπόν, που μπορεί να βρεθεί ο τρόπος αξιοποίησης των καπναποθηκών, είναι καλό να δοθεί εκεί προτεραιότητα, καθώς μια επένδυση σε αυτές δεν λειτουργεί επιβαρυντικά ως προς την διαθεσιμότητα προσιτής στέγης. Υπάρχουν καλά παραδείγματα όπως λ.χ. αυτό του ξενοδοχείου Hydrama στη Δράμα που θεωρείται βέλτιστη πρακτική επανάχρησης μιας παλιάς καπναποθήκης.

Ένα άλλο εξαιρετικό παράδειγμα επανάχρησης μιας βιομηχανικής εγκατάστασης είναι το πρώην καπνεργοστάσιο στο Λιντς της Αυστρίας. Διατηρώντας το παλιό του όνομα – Tabakfabrik Linz – λειτουργεί πλέον ως ένας εμβληματικός πολυχώρος πολιτισμού, καινοτομίας και δημιουργικότητας.

### Προλεγόμενα

Το Tabakfabrik Linz στεγάζεται σε ένα πρώην βιομηχανικό συγκρότημα, σχεδιασμένο το 1930 από τους αρχιτέκτονες Peter Behrens και Alexander Popp, αποτελώντας εξαιρετικό δείγμα βιομηχανικής αρχιτεκτονικής του Μοντερνισμού. Σήμερα λειτουργεί ως κέντρο για start-ups, καλλιτέχνες, ερευνητές και δημιουργικές επιχειρήσεις, προσφέροντας χώρους εργασίας, εκθέσεων, συναυλιών και εκδηλώσεων. Το Tabakfabrik έχει εξελιχθεί σε σύμβολο της αστικής αναγέννησης του Λιντς, συνδυάζοντας την ιστορική κληρονομιά με τη σύγχρονη καινοτομία και τον πολιτισμό. Στην επόμενη σελίδα παρατίθεται ένα χαρακτηριστικό screenshot από την ιστοσελίδα του χώρου (<https://tabakfabrik-linz.at/en/>).

Κοντολογίς, όποτε ωριμάσουν και θα είναι έτοιμες για δημοσιοποίηση οι επενδυτικές ευκαιρίες που θα προκύψουν στην Καβάλα, αυτές θα μπορούν να προβληθούν άμεσα με τη χρήση των εδώ προβλεπόμενων δράσεων του μάρκετινγκ.



- ▶ HOME
- BLOG
- JOIN US
- EVENTS
- GASTRONOMY
- THE CONCEPT
- INFORMATION
- GUIDED TOURS
- CONTACT
- DIRECTIONS



DE EN

Q

f

o

You Tube

in

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας, οι οποίοι καλύπτουν και τις ανάγκες του παρόντος σχεδίου:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθਾਰου στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

### Ακροατήρια-στόχοι

Στο παρόν σχέδιο μάρκετινγκ η στόχευση είναι **αποκλειστικά στην επιχειρηματική και επενδυτική κοινότητα τόσο εντός όσο και εκτός Καβάλας**. Μέσα από τις ενέργειες μάρκετινγκ θα προβληθούν επενδυτικές ευκαιρίες που αφορούν επιχειρηματίες και επενδυτές κάθε μεγέθους και οικονομικής επιφάνειας, όποτε αυτές οι ευκαιρίες ωριμάσουν και θα είναι έτοιμες να δημοσιοποιηθούν.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) καλύπτουν πλήρως την προώθηση των επενδύσεων στην Καβάλα. Συγκεκριμένα, στον πίνακα της επόμενης σελίδας επισημαίνονται με **κόκκινο χρώμα** ποιες από τις δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ έχουν άμεση συνάφεια με την προσέλκυση επενδύσεων στην Καβάλα.

Πρόκειται για τη δράση Δ.0.1 ως προς αφήγημα γύρω από την Καβάλα ως τόπος προσέλκυσης επενδύσεων, τη δράση Δ.0.3 για την άμεση προώθηση των όποιων επενδυτικών ευκαιριών μέσω της διαδικτυακής παρουσίας του Δήμου (ιδίως ιστοσελίδα, κοινωνικά δίκτυα και newsletter). Χρήσιμες στην ανάδειξη νέων επενδυτικών ευκαιριών ιδίως για τους ίδιους τους επιχειρηματίες της Καβάλας είναι, εξάλλου, οι δράσεις των πρωτοβουλιών «**Καβάλα – Πόλη Δημιουργική**» (Δ.1.1 Δ.1.2) και «**Καβάλα – Πόλη Ποιοτική**» (Δ.2.1, Δ.2.2).

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής                       | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)        | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)    | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)             |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση</b>      | <b>Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»</b>          | <b>Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»</b>          | Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»               |
| Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού | <b>Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»</b>           | <b>Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»</b>           | Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»         |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή</b>            | <b>Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»</b>               | <b>Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»</b>                | Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»          |
| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών                | Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας | Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας | Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάζεις την Καβάλα»    |
|                                                          |                                                              |                                                       | Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### *Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας*

Η δράση Δ.1.3 (Καμπάνια «**Επενδύουμε στην Καβάλα**») από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ είναι, ωστόσο, η πιο σχετική με το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ. Όπως ήδη αναφέρθηκε στο Παραδοτέο Π.2, προτείνεται η υλοποίηση μιας **καμπάνιας μικρής κλίμακας** για την προβολή των επιχειρηματικών ευκαιριών, καθώς με βάση την τωρινή εικόνα **οι επενδυτικές ευκαιρίες που θα μπορούσε να προβάλει ο Δήμος αναμένεται να είναι σποραδικές** και να εμφανίζονται με τρόπο ακανόνιστο. Η καμπάνια θα μπορούσε να στοχεύσει σε δυνητικούς επενδυτές:

- από την ίδια την πόλη της Καβάλας και από κοντινές περιοχές
- από άλλη περιοχή της Ελλάδας
- από γειτονικές χώρες (Τουρκία, βαλκανικές χώρες και Κύπρος)
- από άλλες χώρες του εξωτερικού.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Θα πρέπει, συνεπώς, να υπάρχει η κατάλληλη προετοιμασία, ώστε να μπορεί να γίνει μια προβολή μικρής κλίμακας όταν προκύψουν οι εν λόγω ευκαιρίες. Σαν πρώτο βήμα – εν είδει προεργασίας – μπορεί να γίνει κατ' αρχήν μια καταγραφή των υφιστάμενων και ώριμων επενδυτικών ευκαιριών στην Καβάλα. Τέτοιες ευκαιρίες θα μπορούσαν να προκύψουν εάν προχωρήσει λ.χ. η αξιοποίηση κάποιων εκ των καπναποθηκών ή άλλων δημόσιων εκτάσεων. Ενδιαφέρουσα περίπτωση αποτελεί το πηλοθεραπευτήριο των Κρηνίδων. Μόλις ολοκληρωθεί η μελέτη αξιοποίησης μπορεί να προκριθεί η επιλογή να εμπλακεί ιδιώτης για την καλύτερη αξιοποίηση των ιαματικών πόρων και εγκαταστάσεων και την παροχή περισσότερων υπηρεσιών και καλύτερης εξυπηρέτησης. Σε αυτήν την περίπτωση θα πρέπει να ετοιμαστεί ένα τεύχος με τα τεχνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά και αυτό να διατεθεί σε ενδιαφερόμενους επενδυτές.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Στο πλαίσιο της δράσης Δ.1.3 ο Δήμος θα μπορούσε:

- να εντοπίσει επενδυτικές ευκαιρίες δικής του δικαιοδοσίας ή από τρίτους και να τις αξιολογήσει ως προς το βαθμό ωρίμανσης
- να ετοιμάσει κατάλληλη περιγραφή (με τη μορφή τεύχους) ως προς την εκτιμώμενη οικονομική απόδοση για όσες εκ των επενδυτικών ευκαιριών θεωρηθούν ως ώριμες και να την ανεβάσει στην ιστοσελίδα του (σε ειδική ενότητα ***«Invest in Kavala»***)
- να διανείμει τα εν λόγω τεύχη με κάθε πρόσφορο τρόπο, π.χ. μέσω newsletter σε όσους ενδιαφερόμενους έχουν κάνει εγγραφή, με απευθείας αποστολή σε θεσμικούς φορείς όπως είναι η Enterprise Greece και άλλες δημόσιες υπηρεσίες, μέσω αναρτήσεων στο LinkedIn κ.ο.κ.
- να επιδιώξει προβολή αυτών των ευκαιριών π.χ. με την αποστολή σχετικών δελτίων τύπου στα οικονομικά ΜΜΕ, μέσω στοχευμένων Google adwords κ.ο.κ.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Για τις ανάγκες αυτής της προβολής μικρής κλίμακας έχει προβλεφθεί στη δράση Δ.1.3 ένα μικρό κονδύλι για Google adwords. Αυτό θα επιτρέψει την πολύ στοχευμένη προβολή των επενδυτικών ευκαιριών της Καβάλας στην ελληνική και διεθνή επιχειρηματική κοινότητα. Κατά τα λοιπά θα αξιοποιηθούν οι προαναφερθέντες δωρεάν τρόποι προβολής και ιδίως η κατάλληλη για τεχνητή νοημοσύνη κειμενογράφηση από πλευράς των στελεχών του Δήμου.

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση |                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                | Κόστος   | • έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                |
| Περιγραφή                                    | • Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος<br>• Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα<br>• Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους<br>• Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου |          |                                                                                                                |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                          | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## 7. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τις Επενδύσεις

### Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €15.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li> <li>€3.000 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li> <li>έως €3.000 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li> </ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών</p> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li> <li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Διενέργεια σεμιναρίων</li> <li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li> <li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li> </ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## 7. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τις Επενδύσεις

### Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                           | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                               | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"> <li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li> <li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li> <li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li> </ul> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li> <li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li> <li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li> </ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li> <li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων από κριτική επιτροπή</li> <li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li> </ul>                            |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                 |                                                                                      |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 5ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Διάρκεια</b> | εις το διηνεκές                                                                      |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Κόστος</b>   | • έως €3.000 για Google adwords<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                 |                                                                                      |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Εντοπισμός επενδυτικών ευκαιριών στην Καβάλα και αξιολόγηση αυτών ως προς το βαθμό ωρίμανσης</li><li>• Ετοιμασία κατάλληλης περιγραφής και ανάρτηση στην ιστοσελίδα</li><li>• Διανομή σχετικού τεύχους με απευθείας αποστολή και μέσω αναρτήσεων στο LinkedIn</li><li>• Αποστολή σχετικών δελτίων τύπου στα οικονομικά ΜΜΕ</li><li>• Στοχευμένα Google adwords</li></ul> |                 |                                                                                      |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»

| Χρόνος έναρξης                      | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                   | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                       | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων</li><li>€1.500 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή</li><li>έως €1.500 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας</li></ul> <p>Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών</p> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li><li>Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Διενέργεια σεμιναρίων</li><li>Διενέργεια εργαστηρίων (workshops)</li><li>Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)</li></ul>                                                                |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας» |                                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                       | 8ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                       | Διάρκεια | Επανάληψη κάθε χρόνο                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους  | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                           | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο)</li><li>έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.)</li><li>€5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή)</li></ul> (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                       | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων</li><li>Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης)</li><li>Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Περιγραφή                            | <ul style="list-style-type: none"><li>Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες</li><li>Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων</li><li>Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης</li></ul>                                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                 |                                                                                          |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 4ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Διάρκεια</b> | εις το διηνεκές                                                                          |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Κόστος</b>   | • έως €5.000 για διαδικτυακή διαφήμιση (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                 |                                                                                          |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Καθορισμός ποιοτικών προδιαγραφών και δωρεάν παροχών μάρκετινγκ για όσα προϊόντα φέρουν το σήμα «Made in Kavala» (<b>προσωρινή ονομασία</b>)</li><li>• Διαβούλευση με τοπικούς παραγωγούς και το Επιμελητήριο για να διαπιστωθεί το ενδιαφέρον υιοθέτησης του σήματος «Made in Kavala»</li><li>• Δημοσιοποίηση του νέου σήματος «Made in Kavala» και προβολή των προϊόντων που το φέρουν μέσα από δελτία τύπου, εμπορικές εκθέσεις, παρουσιάσεις και μια μικρή διαδικτυακή διαφημιστική καμπάνια</li></ul> |                 |                                                                                          |

---

## 8. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Ψυχαγωγία

### Προλεγόμενα

Στο πλαίσιο του παρόντος έργου διενεργήθηκαν έρευνες μεταξύ κατοίκων, επισκεπτών και επιχειρηματιών της Καβάλας. Ειδικά η έρευνα μεταξύ κατοίκων – τα σχετικά ευρήματα παρατέθηκαν στο Παραδοτέο Π.1 – είχε εντοπίσει μαζί με τα θετικά χαρακτηριστικά της πόλης και αρκετά παράπονα για την περιορισμένη προσφορά ψυχαγωγικών, κοινωνικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων, ειδικά το χειμώνα, οι οποίες επηρεάζουν αρνητικά την ποιότητα ζωής.

Έτσι, από τη μία η Καβάλα θεωρείται μια πόλη φιλόξενη και ασφαλής (ιδιαίτερη μνεία γίνεται σε μητέρες και ΑΜΕΑ), με προσιτή στέγη, όπου οι πολίτες εξυπηρετούνται άμεσα και χωρίς τλαιπωρία και απολαμβάνουν πολλές ευκαιρίες για ψυχαγωγία τους καλοκαιρινούς μήνες. Η ψυχαγωγία προσφέρεται λ.χ. μέσα από μουσικά δρώμενα και φεστιβάλ, μπαρακία, λαϊκά πανηγύρια στις γειτονιές της Καβάλας και σε κοντινά χωριά.

Στα αρνητικά είναι οι λιγοστές επιλογές ψυχαγωγία το χειμώνα, ενώ και τα ενοίκια έχουν ακριβύνει.

### Προλεγόμενα

Επίσης υπάρχουν κάτοικοι μοναχικοί ή αποκομμένοι από τους οικείους τους όπως συμβαίνει με ηλικιωμένους, φοιτητές, φαντάρους και νέους κατοίκους που εγκαταστάθηκαν πρόσφατα στην πόλη.

Για να γίνει πιο ελκυστική η ζωή για όλους, ιδίως τους πιο δύσκολους μήνες του χειμώνα, είναι σημαντικό να υπάρξουν πρωτοβουλίες από το Δήμο που θα ενισχύσουν το αίσθημα της κοινότητας και θα ενθαρρύνουν την ενεργό συμμετοχή των κατοίκων. Η συμμετοχή θα μπορούσε λ.χ. να αφορά τα κοινά και τη βελτίωση της πόλης αλλά και αμιγώς ψυχαγωγικές δράσεις.

Ο Δήμος Καβάλας, όντας ένας από τους πιο δραστήριους Δήμους της Ελλάδας, έχει ήδη υλοποιήσει πληθώρα διοργανώσεων προς αυτήν την κατεύθυνση, με τα καλοκαιρινά φεστιβάλ και δρώμενα να υπερτερούν. Έχουν υπάρξει όμως και πιο στοχευμένες δράσεις, όπως το Πανεπιστήμιο Παιδιών που οργάνωσε η Δημωφέλεια, προσφέροντας σε παιδιά του Δημοτικού την επαφή με εκλαϊκευμένη επιστήμη μία φορά το μήνα. Σε αυτήν τη δράση υπήρξε εξαιρετική συμμετοχή των παιδιών, σταμάτησε όμως το 2020 εν μέσω κορονοϊού.

### Προλεγόμενα

Το να υπάρξει εδώ μια εισήγηση για τη διοργάνωση ψυχαγωγικών δράσεων για το ευρύ κοινό ή για ειδικές πληθυσμιακές ομάδες ξεφεύγει από το αντικείμενο ενός σχεδίου μάρκετινγκ. Το ζητούμενο είναι να προδιαγραφεί η αποτελεσματική επικοινωνία και προβολή όλων αυτών των δράσεων – είτε προσφέρονται από το Δήμο είτε από άλλον φορέα – προκειμένου οι κάτοικοι της Καβάλας να επωφεληθούν από αυτές τις πρωτοβουλίες και να αναβαθμιστεί η εικόνα της πόλης.

## 8. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Ψυχαγωγία

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας. Ο στόχος ΓΣΣ.3 καλύπτει πλήρως τις ανάγκες του παρόντος σχεδίου.

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθαραu στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

### Ακροατήρια-στόχοι

Το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ εστιάζει στα εξής ακροατήρια-στόχους:

- Κάτοικοι της Καβάλας εν γένει
- Ειδικές κατηγορίες κατοίκων που αντιμετωπίζουν αυξημένα προβλήματα κοινωνικής απομόνωσης
- Φοιτητές

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) καλύπτουν πλήρως τα ζητούμενα του παρόντος σχεδίου μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα, στον πίνακα της επόμενης σελίδας επισημαίνονται με **κόκκινο χρώμα** ποιες από τις δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ έχουν άμεση συνάφεια με την εξασφάλιση και προβολή ευκαιριών ψυχαγωγίας για τους κατοίκους της Καβάλας.

Οι δράσεις που έχουν να κάνουν με τις εν λόγω ευκαιρίες ψυχαγωγίας περιέχονται στην πρωτοβουλία **«Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»** (Δ.3.1 Δ.3.2, Δ.3.4 και Δ.3.5). Επίσης αξιοποιείται με πολύ συστηματικό τρόπο η διαδικτυακή παρουσία του Δήμου – ιδίως στα κοινωνικά δίκτυα – για να φτάνει εύκολα η ενημέρωση σε κάθε κάτοικο της πόλης (Δ.0.3). Ειδική μέριμνα θα πρέπει να δοθεί στο χρονικό προγραμματισμό των δράσεων, ώστε να εξασφαλίζεται ολόχρονα ένα ελκυστικό πρόγραμμα δραστηριοτήτων για όλες τις κατηγορίες και ηλικίες των κατοίκων της πόλης, πράγμα που θα αποτυπώνεται στο ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών (Δ.0.4).

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής                       | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)        | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)    | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)                    |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση             | Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»                 | Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»                 | <b>Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»</b>               |
| Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού | Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»                  | Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»                  | <b>Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»</b>         |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή</b>            | Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»                      | Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»                       | Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»                 |
| <b>Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών</b>         | Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας | Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας | <b>Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάζεις την Καβάλα»</b>    |
|                                                          |                                                              |                                                       | <b>Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο</b> |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                          | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                 |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                            | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                 |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους       | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Κόστος   | • χωρίς πρόσθετο κόστος<br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                            | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                 |
| Περιγραφή                                 | • Καταγραφή όλων των εκδηλώσεων ευρύτερου ενδιαφέροντος<br>• Καταγραφή όλων των εμπειριών στην πόλη, στη φύση και σε κοντινούς προορισμούς καθόλη τη διάρκεια του έτους<br>• Αποτύπωση εποχικών προϊόντων και γεύσεων με βάση τις τέσσερις εποχές του έτους<br>• Δημιουργία ευρετηρίου εκδηλώσεων και εμπειριών με τη μορφή ημερολογίου και λειτουργία αναζήτησης, ταξινόμησης και αυτόματης ειδοποίησης βάσει διαφορετικών κριτηρίων |          |                                                                                 |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                 |                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 5ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Διάρκεια</b> | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                          |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Κόστος</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ετησίως για διάφορα έξοδα (αμοιβές ξεναγών, ενοικίαση πούλμαν κοκ.)</li><li>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li></ul>                                                                                                                                                                                                                 |                 |                                                                                                                                                                                          |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Ετοιμασία ετήσιου προγράμματος επισκέψεων εντός και εκτός πόλης</li><li>Εξεύρεση ειδικών για την ξενάγηση</li><li>Διευθέτηση πρακτικών οργανωτικών θεμάτων</li><li>Επικοινωνία και προβολή των επισκέψεων με τη σύνταξη δελτίων τύπου και αναρτήσεων για τα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |                 |                                                                                                                                                                                          |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα» |                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                          | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                     | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li><li>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>• Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                                                                                      |          |                                                                                                                                                                                   |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάξεις την Καβάλα» |                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li><li>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>• Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                                                                                      |          |                                                                                                                                                                                   |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |                                                                                                                                                       |          |                                                           |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                  | 1ος μήνας                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                           |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                             | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                 | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                  | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                             |          |                                                           |
| Περιγραφή                                                       | • Κύκλος επαφών τόσο με τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες του Δήμου όσο και με άλλους φορείς του δημοσίου, του ιδιωτικού τομέα και της κοινωνίας των πολιτών |          |                                                           |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί σε άλλο τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ***

Ειδική μνεία θα γίνει σε μια δράση που προβλέπεται στο παρόν παραδοτέο και συγκεκριμένα στο Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Πολιτισμό (βλ. κεφάλαιο 2). Συγκεκριμένα, η δράση Δ.Πολ.2 (***Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια μέρα... ή για μια ζωή!»***) έχει ακριβώς την ίδια στόχευση με αυτήν του παρόντος σχεδίου μάρκετινγκ, Συνεπώς η εν λόγω δράση Δ.Πολ.2 καλύπτει τις ανάγκες και του παρόντος τομεακού σχεδίου μάρκετινγκ για την ψυχαγωγία και θα καταχωρηθεί εδώ ως δράση Δ.Ψυχ.1.

## 8. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Ψυχαγωγία

### Προτεινόμενες δράσεις

| Δ.Ψυχ.1 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!» |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |          |                                                           |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                    | 13ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                           |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                               | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                    | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                 |          |                                                           |
| Περιγραφή                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Επαφές με τους πολιτιστικούς οργανισμούς και τους τοπικούς συλλόγους της Καβάλας να οργανώσουν τουλάχιστον από μία συμμετοχική πολιτιστική δράση ετησίως</li><li>Πλήρης επικοινωνιακή στήριξη και ευρεία διαδικτυακή προβολή αυτών των δράσεων</li></ul> |          |                                                           |

---

## 9. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Αθλητισμό

### Προλεγόμενα

Με ένα σκεπτικό παραπλήσιο με αυτό του κεφαλαίου 8 θα γίνει η προσέγγιση στο παρόν Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Αθλητισμό. Η άθληση εκτός από τα οφέλη υγείας προσφέρει ένα ισχυρό στοιχείο κοινωνικοποίησης, το οποίο και αποτελεί το επίκεντρο του παρόντος σχεδίου. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η έρευνα μεταξύ των κατοίκων της Καβάλας (βλ. Παραδοτέο Π.1) είχε εντοπίσει μαζί με τα θετικά χαρακτηριστικά της πόλης και αρκετά παράπονα για την περιορισμένη προσφορά ψυχαγωγικών, κοινωνικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων, ειδικά το χειμώνα, οι οποίες επηρεάζουν αρνητικά την ποιότητα ζωής. Ο αθλητισμός μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο για να εμπλουτιστεί η κοινωνική ζωή μιας πόλης – τόσο για τους αθλούμενους όσο και για τους θεατές – και έτσι θα εξεταστεί εδώ πώς οι προσφερόμενες αθλητικές δραστηριότητες μπορούν να υποστηριχθούν από πλευράς μάρκετινγκ.

Η Καβάλα ήδη φιλοξενεί αρκετές αθλητικές διοργανώσεις, οι οποίες ολοένα και πληθαίνουν. Γίνονται, ενδεικτικά, ποδηλατικοί αγώνες (όπως το Brevet Φιλίππων), ιστιοπλοϊκοί αγώνες από τους ναυτικούς ομίλους της πόλης, δρόμοι διαφόρων αποστάσεων κ.ο.κ.

### Προλεγόμενα

Υπάρχουν τρεις περιπτώσεις να καταπιαστούν οι κάτοικοι μιας πόλης με τον αθλητισμό:

- Άθληση για λόγους αναψυχής
- Συμμετοχή σε αγώνες
- Παρακολούθηση αγώνων ως θεατές

Η Καβάλα καλύπτει και τις τρεις αυτές περιπτώσεις, καθώς διαθέτει ευρύ φάσμα αθλητικών εγκαταστάσεων, προσφέρει άριστες συνθήκες άθλησης στη στεριά και στη θάλασσα, έχει πολλές επιλογές για κολύμβηση στις παραλίες εντός και εκτός πόλης, φιλοξενεί σημαντικούς αγώνες, ενώ καλύπτει και την ενασχόληση με πιο εξεζητημένες δραστηριότητες στη φύση όπως είναι η ιππασία και το αλεξίπτωτο πλαγιάς.

Οι ανωτέρω ευκαιρίες άθλησης παρουσιάζουν σε ένα βαθμό ενδιαφέρον και για την τουριστική αγορά. Αυτός είναι ο λόγος που προβάλλονται και μέσω της τουριστικής ιστοσελίδας του Δήμου όπως προκύπτει από τα ακόλουθα ενδεικτικά screenshots.

## ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ



### ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ SILAS TRAIL ADVENTURE

Κάθε Σεπτέμβριο διοργανώνεται το Apostolos Silas Trail Adventure στα πλαίσια του εορτασμού της Υψώσεως Τιμίου Σταυρού

[Μάθετε Περισσότερα](#)



### ΚΑΒΑΛΑ NIGHT CITY RUN

Πρόκειται για έναν αγώνα που διεξάγεται κάθε Σεπτέμβριο μέσα στο αστικό τοπίο της Καβάλας, σε κεντρικούς δρόμους, σε πλατείες,...

[Μάθετε Περισσότερα](#)



### ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΔΙΗΜΕΡΟ

Το Αθλητικό Διήμερο στην Καβάλα διοργανώνεται τον μήνα Σεπτέμβριο από την Επιτροπή Νεολαίας, Αθλητισμού & Παιδείας του Δήμου Καβάλας...

[Μάθετε Περισσότερα](#)



### ΖΙΓΟΣ RUN – «ΔΑΣΙΚΕΣ

Αγώνες ορεινού τρεξίματος συνδυασμός των δύο δοκιμάσουν τα όρια τ

[Μάθετε Περισσότερα](#)

## ΣΕ ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΝΑΠΝΟΗΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΒΟΥΤΙΑ ΣΤΟ ΓΑΛΑΖΙΟ

Απολαύστε στιγμές χαλάρωσης, ακούστε το κύμα να σκάει στην ακτή και νιώστε την αίσθηση της άμμου στα πόδια σας... Καταγάλανα νερά, αμμώδεις παραλίες, τεράστια ακτογραμμή, οργανωμένες ή ανεξερεύνητες ακτές, ταβερνάκια δίπλα στο κύμα, αθλητικές δραστηριότητες – οι παραλίες της Καβάλας τα έχουν όλα!



### ΜΠΑΤΗΣ

Οργανωμένη παραλία σε πανέμορφο γραφικό κόλπο και απόσταση μόλις 4 χλμ. από την Καβάλα, βραβευμένη με τη Γαλάζια Σημαία...

[Μάθετε περισσότερα](#)



### ΤΟΣΚΑ

Μία παραλία που σε κάνει να νιώθεις τόσο κοντά και όμως, τόσο μακριά από τη βουή του κέντρου. Η...

[Μάθετε περισσότερα](#)

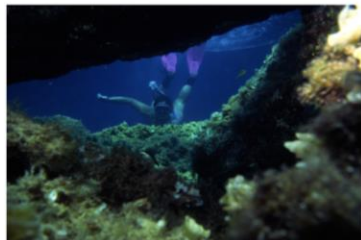


### ΠΕΡΙΓΙΑΛΙ

Στην ανατολική είσοδο της πόλης βρίσκεται το Περιγιάλι, μία μερικώς οργανωμένη παραλία και εύκολα προσβάσιμη με την αστική συγκοινωνία...

[Μάθετε περισσότερα](#)

## ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ



### ΚΑΤΑΔΥΣΕΙΣ

Τα καθαρά και ήρεμα νερά της περιοχής της Καβάλας είναι ιδανικά για καταδύσεις. Εκτός από την ομορφιά της στεριάς...

[Μάθετε περισσότερα](#)



### ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΑ

Όταν συνδυάζεται η γοητεία του τοπίου με αυτή της θάλασσας, τότε η Καβάλα αναδεικνύεται το ιδανικότερο μέρος για να...

[Μάθετε περισσότερα](#)



### ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ

Η Καβάλα διαθέτει εσωτερικές πισίτες προπόνησης που προσφέρονται για αναρρίχηση τύπου boulder αλλά και με σκοινί. Οι αθλητικοί σύλλογοι...

[Μάθετε περισσότερα](#)



### WATER SPORTS

Είστε λάτρεις της περιπέτειας στη θάλασσα; Αν ψάχνετε το κατάλληλο σημείο στην Καβάλα για να κάνετε windsurfing, μπορείτε...

[Μάθετε περισσότερα](#)



### ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ENDURO

Η πόλη της Καβάλας με την προνομιακή γεωγραφική της θέση, χτισμένη ανάμεσα στο βουνό και τη θάλασσα, προσφέρει τη...

[Μάθετε περισσότερα](#)



### ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ 4x4

Η ανάγκη για απόδραση από την καθημερινότητα και διασκέδαση δίπλα φύση σε συνδυασμό με την αυτοκίνηση...

[Μάθετε περισσότερα](#)



### ΙΠΠΑΣΙΑ

Στο Δάτο, το Ιπποτουριστικό Κέντρο προσφέρει φυσιολατρικούς περιπάτους σε άτομα με ή χωρίς γνώσεις ιππασίας, μαθήματα ιππασίας για παιδιά...

[Μάθετε περισσότερα](#)



### ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΟ ΠΛΑΓΙΑΣ – ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΠΤΩΣΗ – RAFTING

Είστε λάτρεις της αδρεναλίνης; Αν ψάχνετε τον τρόπο για να απολαύσετε την Καβάλα από ψηλά ή αν προτιμάτε να...

[Μάθετε περισσότερα](#)

## 9. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Αθλητισμό

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας. Ο στόχος ΓΣΣ.3 καλύπτει πλήρως τις ανάγκες του παρόντος σχεδίου μάρκετινγκ για τον αθλητισμό στην Καβάλα.

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθαραυ στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

### Ακροατήρια-στόχοι

Το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ εστιάζει πρωτίστως στα εξής ακροατήρια-στόχους:

- Κάτοικοι της Καβάλας
- Φοιτητές

Ένα πρόσθετο ακροατήριο-στόχος είναι αυτοί καθαυτοί οι αθλητικοί φορείς:

- Αθλητικοί σύλλογοι
- Ομοσπονδίες
- Διοργανωτές αθλητικών αγώνων

Επιπλέον, το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ για τον αθλητισμό στοχεύει και στην τουριστική αγορά, καθώς περιλαμβάνει δευτερευόντως και τους τουρίστες με αθλητικό κίνητρο:

- Επισκέπτες που ενδιαφέρονται για αθλητικό τουρισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) καλύπτουν πλήρως τα ζητούμενα του παρόντος σχεδίου μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα, στον πίνακα της επόμενης σελίδας επισημαίνονται με **κόκκινο χρώμα** ποιες από τις δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ έχουν άμεση συνάφεια με την εξασφάλιση και προβολή ευκαιριών ψυχαγωγίας για τους κατοίκους της Καβάλας.

Οι δράσεις που έχουν να κάνουν με τις εν λόγω ευκαιρίες ψυχαγωγίας περιέχονται στην πρωτοβουλία **«Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»** (Δ.3.1 Δ.3.2, Δ.3.4 και Δ.3.5). Επίσης αξιοποιείται με πολύ συστηματικό τρόπο η διαδικτυακή παρουσία του Δήμου – ιδίως στα κοινωνικά δίκτυα – για να φτάνει εύκολα η ενημέρωση σε κάθε κάτοικο της πόλης (Δ.0.3). Ειδική μέριμνα θα πρέπει να δοθεί στο χρονικό προγραμματισμό των δράσεων, ώστε να εξασφαλίζεται ολόχρονα ένα ελκυστικό πρόγραμμα δραστηριοτήτων για όλες τις κατηγορίες και ηλικίες των κατοίκων της πόλης, πράγμα που θα αποτυπώνεται στο ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών (Δ.0.4).

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία<br>επικοινωνιακής<br>υποδομής                        | «Καβάλα – Πόλη<br>Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)                | «Καβάλα – Πόλη<br>Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)       | «Καβάλα – Πόλη<br>Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)                          |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Δ.0.1 Ανάπτυξη<br>αφηγήματος και<br>κειμενογράφηση              | Δ.1.1 Διοργάνωση<br>«Ακαδημία<br>Δημιουργικότητας»                      | Δ.2.1 Διοργάνωση<br>«Ακαδημία Ποιότητας»                    | <b>Δ.3.1 Πρόγραμμα<br/>επισκέψεων «Γνωρίζω<br/>την πόλη μου»</b>                |
| Δ.0.2 Δημιουργία και<br>διαχείριση οπτικο-<br>ακουστικού υλικού | Δ.1.2 Διοργάνωση<br>«Βραβεία<br>Δημιουργικότητας»                       | Δ.2.2 Διοργάνωση<br>«Βραβεία Ποιότητας»                     | <b>Δ.3.2 Πρόγραμμα<br/>αναρτήσεων «Αξίζει να<br/>ζεις στην Καβάλα»</b>          |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή<br/>παρουσία και<br/>προβολή</b>           | Δ.1.3 Καμπάνια<br>«Επενδύουμε στην<br>Καβάλα»                           | Δ.2.3 Καμπάνια «Made<br>in Kavala»                          | Δ.3.3 Πρόγραμμα<br>αναρτήσεων «Αξίζει να<br>δεις την Καβάλα»                    |
| <b>Δ.0.4 Ημερολόγιο<br/>εκδηλώσεων και<br/>εμπειριών</b>        | Δ.1.4<br>Δημοσιογραφικές<br>επισκέψεις για θέμα-<br>τα δημιουργικότητας | Δ.2.4 Δημοσιογραφικές<br>επισκέψεις για θέματα<br>ποιότητας | <b>Δ.3.4 Πρόγραμμα<br/>αναρτήσεων «Αξίζει να<br/>σπουδάζεις την<br/>Καβάλα»</b> |
|                                                                 |                                                                         |                                                             | <b>Δ.3.5 Πρόσκληση προς<br/>φορείς για κοινωνικές<br/>δράσεις όλο το χρόνο</b>  |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Εξάλλου, με τη δράση **Δ.Τουρ.2 (Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»)** που παρατέθηκε στο κεφάλαιο 2 του παρόντος παραδοτέου, καλύπτεται και η ανάγκη ενημέρωσης όσων τουριστών θέλουν να διαθέσουν χρόνο και χρήμα για κάποια οργανωμένη αθλητική δραστηριότητα.

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                          | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## 9. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Αθλητισμό

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                 |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                            | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                 |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους       | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Κόστος   | • χωρίς πρόσθετο κόστος<br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                            | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                 |
| Περιγραφή                                 | • Καταγραφή όλων των εκδηλώσεων ευρύτερου ενδιαφέροντος<br>• Καταγραφή όλων των εμπειριών στην πόλη, στη φύση και σε κοντινούς προορισμούς καθόλη τη διάρκεια του έτους<br>• Αποτύπωση εποχικών προϊόντων και γεύσεων με βάση τις τέσσερις εποχές του έτους<br>• Δημιουργία ευρετηρίου εκδηλώσεων και εμπειριών με τη μορφή ημερολογίου και λειτουργία αναζήτησης, ταξινόμησης και αυτόματης ειδοποίησης βάσει διαφορετικών κριτηρίων |          |                                                                                 |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                 |                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 5ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Διάρκεια</b> | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                          |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Κόστος</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ετησίως για διάφορα έξοδα (αμοιβές ξεναγών, ενοικίαση πούλμαν κοκ.)</li><li>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li></ul>                                                                                                                                                                                                                 |                 |                                                                                                                                                                                          |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Ετοιμασία ετήσιου προγράμματος επισκέψεων εντός και εκτός πόλης</li><li>Εξεύρεση ειδικών για την ξενάγηση</li><li>Διευθέτηση πρακτικών οργανωτικών θεμάτων</li><li>Επικοινωνία και προβολή των επισκέψεων με τη σύνταξη δελτίων τύπου και αναρτήσεων για τα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |                 |                                                                                                                                                                                          |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα» |                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                          | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                     | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li><li>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>• Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                                                                                      |          |                                                                                                                                                                                   |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάξεις την Καβάλα» |                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                   |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)</li><li>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| Ποιος υλοποιεί                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>• Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                   |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                                                                                      |          |                                                                                                                                                                                   |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |                                                                                                                                                       |          |                                                           |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                  | 1ος μήνας                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                           |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                             | ΓΣΣ.3                                                                                                                                                 | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                  | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                             |          |                                                           |
| Περιγραφή                                                       | • Κύκλος επαφών τόσο με τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες του Δήμου όσο και με άλλους φορείς του δημοσίου, του ιδιωτικού τομέα και της κοινωνίας των πολιτών |          |                                                           |

---

# 10. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Εκπαίδευση

### Προλεγόμενα

Το Πανεπιστήμιο διαθέτει μια μακροχρόνια παρουσία στην Καβάλα και έχει παίξει κρίσιμο ρόλο στην ανάπτυξη της πόλης. Λειτουργώντας για δεκαετίες ως ΤΕΙ, εντάχθηκε μετά την ανωτατοποίησή του για λίγα χρόνια στο Διεθνές Πανεπιστήμιο και πλέον ανήκει στο Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης (ΔΠΘ). Διαθέτει μια ολοκληρωμένη πανεπιστημιούπολη ευρισκόμενη 4 χλμ. από το κέντρο της Καβάλας στην περιοχή Αγίου Λουκά, η οποία καταλαμβάνει έκταση 132.000 τ.μ. με κτίρια που καλύπτουν έκταση 36.680 τ.μ. Περιλαμβάνει κτίριο βιβλιοθήκης, γραφεία διοικητικών υπηρεσιών, φοιτητικές εστίες, φοιτητικό εστιατόριο και συνολικά **πέντε πανεπιστημιακά τμήματα**: δύο τμήματα της Σχολής Διοικητικής Επιστήμης και Λογιστικής (Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής) και τρία τμήματα της Σχολής Θετικών Επιστημών (Τμήμα Πληροφορικής, Τμήμα Φυσικής, Τμήμα Χημείας).

Η παρουσία του πανεπιστημίου συμβάλλει στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Καβάλας, η δε προτίμησή του ή μη από τους φοιτητές επηρεάζει ευθέως και την πληθυσμιακή εξέλιξη της πόλης.

### Προλεγόμενα

Αφετηρία για το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ αποτέλεσε η διαπίστωση ότι η Καβάλα έχει περιορισμένη ελκυστικότητα ως τόπος σπουδών, μεταξύ άλλων εξαιτίας της ελλιπούς προσφοράς κοινωνικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων ειδικά το χειμώνα. Αυτό προέκυψε τόσο από την έρευνα κατοίκων (βλ. το ακόλουθο διάγραμμα από το Παραδοτέο Π.1) όσο και από τη διαβούλευση που έγινε στο πλαίσιο του παρόντος έργου.



### Προλεγόμενα

Άλλο πρόβλημα που αναφέρθηκε στη διαβούλευση είναι ότι αρκετοί από τους φοιτητές που πέρασαν σε ένα από τα ευρισκόμενα στην Καβάλα Τμήματα του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης (ΔΠΘ) τελικά δεν έρχονται για σπουδές λόγω και της κακής κατάστασης στην οποία βρίσκεται η φοιτητική εστία. Γενικά, εάν δεν λυθεί το θέμα της στέγασης των φοιτητών – είτε στην εστία είτε μέσω άλλων επιλογών στην πόλη – αυτό θα λειτουργεί ως ανασχετικός παράγοντας στην προσπάθεια προσέλκυσης περισσότερων φοιτητών.

Η χαρακτηριστική φράση «*Σαν να μη θέλει η πόλη τους φοιτητές!*» που αναφέρθηκε στη διαβούλευση συνοδεύτηκε από τα εξής παραδείγματα πέραν της όποιας δυσκολίας στη στέγαση:

- Δεν είναι αρκούντως ελκυστική η φοιτητική ζωή ειδικά το χειμώνα.
- Δεν υπάρχει αστική συγκοινωνία το βράδυ από τις φοιτητικές εστίες.

### Προλεγόμενα

Στη διαβούλευση αναφέρθηκαν, ωστόσο, και τα **πλεονεκτήματα** της Καβάλας ως τόπου σπουδών, ότι δηλ. πρόκειται για μια πόλη ασφαλή με προσιτά ενοίκια, εύλογο κόστος διαβίωσης και πολλές ευκαιρίες αναψυχής το καλοκαίρι.

Η ανάπτυξη του Πανεπιστημίου είναι κρίσιμη για τη συνολικότερη εξέλιξη της πόλης, συνεπώς είναι σημαντικό να παρατεθούν εδώ κάποιες προτάσεις για το πώς ο Δήμος μπορεί στο πλαίσιο του σχεδιασμού μάρκετινγκ να συνεισφέρει στην καλή πορεία της πανεπιστημιακής κοινότητας, λειτουργώντας συμπληρωματικά προς τον αναπτυξιακό σχεδιασμό του ίδιου του Πανεπιστημίου.

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Στο Παραδοτέο Π.2 είχαν παρατεθεί οι τρεις κάτωθι **γενικοί στρατηγικοί στόχοι** για το μάρκετινγκ της Καβάλας:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                                                                                      | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Έλλειψη ενός ξεκάθਾਰου στίγματος στα επιμέρους ακροατήριά της πόλης (κάτοικοι, επιχειρηματίες, φοιτητές, τουρίστες) για το τι ακριβώς πρεσβεύει η Καβάλα                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 1 (ΓΣΣ.1)</b><br><i>Ανάδειξη της δημιουργικότητας ως νέου κεντρικού μοτίβου για την προβολή της πόλη</i> |
| Χαμηλές τιμές για τα τοπικά προϊόντα ιδίως στις τουριστικές επιχειρήσεις                                                                                                   | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 2 (ΓΣΣ.2)</b><br><i>Αύξηση της αξίας των τοπικών προϊόντων</i>                                           |
| Παγιωμένη αντίληψη για την πόλη ότι διαθέτει λίγες επιλογές ψυχαγωγίας, ότι προσφέρει περιορισμένες επαγγελματικές ευκαιρίες και ότι δεν προσφέρει ελκυστική φοιτητική ζωή | <b>Γενικός Στρατηγικός Στόχος 3 (ΓΣΣ.3)</b><br><i>Ανάδειξη των πλέον ελκυστικών χαρακτηριστικών της Καβάλας</i>                        |

## 10. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Εκπαίδευση

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Για το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ έχουν ισχύ τόσο ο πρώτος όσο και ο τρίτος από τους γενικούς στόχους (ΓΣΣ.1 και ΓΣΣ.3). Υπάρχει, ωστόσο, και η πρόσθετη επιδίωξη για την **αύξηση του φοιτητικού πληθυσμού στην Καβάλα**, η οποία εξειδικεύεται μέσα από τους εξής δύο **συμπληρωματικούς στρατηγικούς στόχους μάρκετινγκ**:

| Διαπιστωμένο πρόβλημα                                                                                    | Στρατηγικός Στόχος                                                                                                     | Τρόπος επίτευξης                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Μεγάλη διαρροή μεταξύ των εισακτέων στα Τμήματα της Καβάλας, οι οποίοι δεν ξεκινούν καν τις σπουδές τους | <b>Στρατηγικός Στόχος 1 για την Εκπαίδευση (ΣΣ-Εκπ.1)</b><br><i>Έναρξη των σπουδών στην Καβάλα</i>                     | Ανάδειξη της ποιότητας των σπουδών και της φοιτητικής ζωής στην Καβάλα                                                               |
| Περιορισμένο ενδιαφέρον των νέων της Καβάλας να σπουδάσουν στην πόλη τους                                | <b>Στρατηγικός Στόχος 2 για την Εκπαίδευση (ΣΣ-Εκπ.2)</b><br><i>Προτίμηση των πανεπιστημιακών τμημάτων της Καβάλας</i> | Καλύτερη επικοινωνία του αντικειμένου σπουδών και των επαγγελματικών προοπτικών που προσφέρουν τα πανεπιστημιακά τμήματα της Καβάλας |

### Στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ

Η εκπλήρωση αυτών των στόχων, η οποία θα επιδιωχθεί μέσα από την υλοποίηση των δράσεων που περιγράφονται στη συνέχεια, θα έχει άμεσο αντίκτυπο στο φοιτητικό πληθυσμό της Καβάλας, ο οποίος έχει παρουσιάσει μείωση τα προηγούμενα χρόνια. Έχει υπάρξει μια γενικότερη συρρίκνωση του πληθυσμού της πόλης, συνεπώς εάν διατηρηθεί ή και αυξηθεί ο αριθμός των φοιτητών, αυτό θα συμβάλλει θετικά στην ανάσχεση αυτής της εξέλιξης.

### Ακροατήρια-στόχοι

Για το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ τρία είναι τα ακροατήρια-στόχοι:

- Φοιτητές που ήδη σπουδάζουν στην Καβάλα
- Εισακτέοι στα πανεπιστημιακά τμήματα της Καβάλας
- Μαθητές λυκείου της Καβάλας και οι οικογένειές τους

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Οι δράσεις που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ (βλ. Παραδοτέο Π.2) καλύπτουν σε μεγάλο βαθμό τα ζητούμενα του παρόντος σχεδίου μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα, στον πίνακα της επόμενης σελίδας επισημαίνονται με **κόκκινο χρώμα** ποιες από τις δράσεις του Γενικού Σχεδίου Μάρκετινγκ έχουν άμεση συνάφεια με την ανάδειξη των σπουδών και της φοιτητικής ζωής στην Καβάλα.

Οι δράσεις που με τη μεγαλύτερη συνάφεια είναι αυτές που περιέχονται στην πρωτοβουλία **«Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»** (Δ.3.1 Δ.3.4 και Δ.3.5). Είναι επίσης σημαντική η παραγωγή κατάλληλων κειμένων (Δ.0.1) και οπτικοακουστικού υλικού (Δ.0.2) όπως και η διαδικτυακή παρουσία του Δήμου – ιδίως στα κοινωνικά δίκτυα – για να φτάνει εύκολα η ενημέρωση στα ακροατήρια-στόχους (Δ.0.3). Ειδική μέριμνα θα πρέπει να δοθεί στο χρονικό προγραμματισμό των δράσεων, ώστε να εξασφαλίζεται ολόχρονα ένα ελκυστικό πρόγραμμα δραστηριοτήτων για την πανεπιστημιακή κοινότητα μέσα από ένα γεμάτο ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών (Δ.0.4).

## Προτεινόμενες δράσεις από το Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας (Π.2)

| Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής                              | «Καβάλα – Πόλη Δημιουργική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 1)        | «Καβάλα – Πόλη Ποιοτική»<br>(Στρατηγικός Στόχος 2)    | «Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη»<br>(Στρατηγικός Στόχος 3)                    |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση</b>             | Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»                 | Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»                 | <b>Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»</b>               |
| <b>Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού</b> | Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»                  | Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»                  | Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»                |
| <b>Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή</b>                   | Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»                      | Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»                       | Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»                 |
| <b>Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών</b>                | Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας | Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας | <b>Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάζεις την Καβάλα»</b>    |
|                                                                 |                                                              |                                                       | <b>Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο</b> |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Πρέπει να τονιστεί η ανάγκη να υπάρξει από την ομάδα μάρκετινγκ του Δήμου πιο συστηματική ενασχόληση με το θέμα της **ανάπτυξης ενός πιο ελκυστικού αφηγήματος για τις σπουδές στην Καβάλα** κατ' αρχήν μέσω της κατάλληλης κειμενογράφησης (Δ.0.1) και εν συνεχεία της παραγωγής μιας σειράς μικρών βίντεο (Δ.0.2). Μια δοκιμαστική αναζήτηση μέσω τεχνητής νοημοσύνης δείχνει ότι δεν υπάρχει στη δημόσια σφαίρα μια ισχυρή επιχειρηματολογία υπέρ των σπουδών στην Καβάλα, ενώ **δεν έχει καν επικοινωνηθεί η μεταφορά των τμημάτων της Καβάλας από το Διεθνές Πανεπιστήμιο στο ΔΠΘ!**

Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζεται η απάντηση του ChatGPT σε ερώτημα για τη φοιτητική ζωή στην Καβάλα σε σύγκριση με τα Ιωάννινα και την Πάτρα. Από αυτήν την απάντηση διαφαίνεται η θεματολογία της κειμενογράφησης και των αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα που θα ενισχύσει την εικόνα της Καβάλας ως τόπου σπουδών.

### **Ερώτηση στο ChatGPT (Σεπτέμβριος 2025):**

Πώς είναι η φοιτητική ζωή στην Καβάλα συγκριτικά με αυτήν στα Ιωάννινα ή την Πάτρα; Ποια είναι τα υπέρ και κατά των σπουδών στην Καβάλα; Ευχαριστώ!

### **Απάντηση του ChatGPT:**

Πολύ ωραία ερώτηση — η φοιτητική ζωή στην **Καβάλα** έχει αρκετά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, και πράγματι διαφέρει αρκετά από αυτήν στα **Ιωάννινα** ή την **Πάτρα**. Παρακάτω σου έχω μια συνοπτική αλλά και ουσιαστική σύγκριση, μαζί με τα βασικά **υπέρ και κατά** των σπουδών στην Καβάλα.

#### **Γενική εικόνα**

(λάθος πληροφορία)

Η Καβάλα φιλοξενεί το **Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος (ΔΙ.ΠΑ.Ε.)** – πρώην ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, με έδρα την Καβάλα. Πρόκειται για μια μεσαίου μεγέθους φοιτητούπολη με έντονη τοπική ταυτότητα, όμορφο φυσικό περιβάλλον και καλή ποιότητα ζωής.

## Απάντηση του ChatGPT (συνέχεια):



### Καβάλα vs Ιωάννινα vs Πάτρα

| Πτυχή                  | Καβάλα                                                            | Ιωάννινα                                                    | Πάτρα                                                       |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Μέγεθος πόλης          | Μεσαία (≈60.000 κάτοικοι)                                         | Μεγάλη φοιτητούπολη, έντονη ζωή                             | Μεγάλη πόλη, πιο «αστική»                                   |
| Φοιτητική ζωή          | Πιο ήρεμη, φιλική, “παρεϊστική”                                   | Ζωντανή, έντονη νυχτερινή και πολιτιστική ζωή               | Πολύ έντονη κοινωνική και νυχτερινή ζωή                     |
| Κόστος διαβίωσης       | Συνήθως χαμηλότερο (ειδικά ενοίκια)                               | Μέτριο                                                      | Ελαφρώς υψηλότερο                                           |
| Περιβάλλον             | Παραθαλάσσιο, πολύ όμορφο, ήπιο κλίμα                             | Ορεινό, πράσινο, πιο κρύο τον χειμώνα                       | Παράκτιο αλλά πιο “βιομηχανικό”                             |
| Μετακίνηση             | Εύκολη, μικρές αποστάσεις                                         | Καλό δίκτυο ΜΜΜ, ποδήλατο                                   | Μεγάλη πόλη – περισσότερη κίνηση                            |
| Πολιτισμός/Εκδηλώσεις  | Περιορισμένες αλλά αναβαθμίζονται (φεστιβάλ, συναυλίες, εκθέσεις) | Πολλές φοιτητικές εκδηλώσεις, παραστάσεις, μουσικές βραδιές | Πλούσια φεστιβάλ (καρναβάλι, συναυλίες, θέατρα)             |
| Σχέση φοιτητών - πόλης | Πολύ καλή, οι ντόπιοι στηρίζουν τους φοιτητές                     | Εξαιρετική, η πόλη “ζει” για τους φοιτητές                  | Καλή αλλά η πόλη είναι πιο «ανεξάρτητη» από το πανεπιστήμιο |

## ✅ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΚΑΒΑΛΑ

### 1. 🌊 Τοποθεσία & φυσική ομορφιά

Πολύ όμορφη παραθαλάσσια πόλη, με θάλασσα, βουνό και θέα που θυμίζει νησί. Το καλοκαίρι είναι υπέροχη.

### 2. 🏫 Σύγχρονες εγκαταστάσεις

Το campus του ΔΙΠΑΕ είναι σύγχρονο, με καλή υποδομή και οργανωμένους χώρους σίτισης/βιβλιοθήκης.

### 3. 👥 Κλίμα φιλικό και ανθρώπινο

Η φοιτητική κοινότητα είναι πιο μικρή και δεμένη — εύκολα γνωρίζεις κόσμο, δημιουργούνται στενές παρέες.

### 4. 💰 Χαμηλό κόστος ζωής

Τα ενοίκια και η καθημερινή ζωή είναι πιο προσιτά σε σχέση με Ιωάννινα ή Πάτρα.

### 5. 🍴 Καλή ποιότητα ζωής

Ήρεμος ρυθμός, ασφάλεια, καθαρή πόλη, κοντά σε θάλασσα και φύση.

## Απάντηση του ChatGPT (συνέχεια):

### ⚠ ΚΑΤΑ

#### 1. 🧑🏽🧑🏼 Πιο ήρεμη φοιτητική ζωή

Αν ψάχνεις έντονη νυχτερινή ζωή και συνεχή events, τα Ιωάννινα ή η Πάτρα είναι σαφώς πιο "ζωντανά".

#### 2. 🧑🏽🧑🏼 Περιορισμένες επιλογές σε μεταπτυχιακά/έρευνα

Αν θέλεις πολύ εξειδικευμένες σπουδές ή ισχυρή ερευνητική δραστηριότητα, θα βρεις περισσότερες ευκαιρίες σε Ιωάννινα/Πάτρα/Θεσσαλονίκη.

#### 3. ✈ Απόσταση από μεγάλα αστικά κέντρα

Θέλει 1,5–2 ώρες για Θεσσαλονίκη, οπότε δεν είναι εύκολη η πρόσβαση σε μεγάλες διοργανώσεις ή events.

#### 4. 🧑🏽🧑🏼 Περιορισμένες ευκαιρίες πρακτικής/δικτύωσης

Λόγω μεγέθους της πόλης, έχει λιγότερες μεγάλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς για πρακτική σε σχέση με άλλες φοιτητουπόλεις.

### 🧭 Συνολικά

Αν σου αρέσει μια πιο ήρεμη, όμορφη και φιλική πόλη για σπουδές, με ποιότητα ζωής και φυσικό περιβάλλον, τότε η **Καβάλα** είναι εξαιρετική επιλογή.

Αν όμως δίνεις βάρος στην **έντονη φοιτητική ζωή, ποικιλία εκδηλώσεων και περισσότερες ακαδημαϊκές/επαγγελματικές ευκαιρίες**, τα Ιωάννινα ή η Πάτρα υπερέχουν.

## Απάντηση του ChatGPT (συνέχεια):

### 🎓 Σύγκριση Φοιτητικής Ζωής – Καβάλα vs Ιωάννινα vs Πάτρα

| Κατηγορία                  | Καβάλα | Ιωάννινα | Πάτρα | Σχόλιο                                                                                    |
|----------------------------|--------|----------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ποιότητα ζωής              | ★ 9    | ★ 8      | ★ 7   | Η Καβάλα υπερέχει σε καθαριότητα, θάλασσα, ηρεμία και ασφάλεια.                           |
| Κόστος διαβίωσης           | ★ 9    | ★ 8      | ★ 7   | Χαμηλότερα ενοίκια και γενικά έξοδα στην Καβάλα.                                          |
| Φοιτητική ζωή / διασκέδαση | ★ 6    | ★ 9      | ★ 9   | Ιωάννινα και Πάτρα έχουν πολύ πιο ζωντανή φοιτητική σκηνή.                                |
| Κλίμα – περιβάλλον         | ★ 9    | ★ 7      | ★ 8   | Η Καβάλα έχει υπέροχο φυσικό περιβάλλον και ήπιο καιρό.                                   |
| Πολιτισμός / εκδηλώσεις    | ★ 6    | ★ 8      | ★ 9   | Η Πάτρα ξεχωρίζει (καρναβάλι, συναυλίες), ενώ τα Ιωάννινα έχουν δυναμική πολιτιστική ζωή. |

## Απάντηση του ChatGPT (συνέχεια):

### 🎓 Σύγκριση Φοιτητικής Ζωής – Καβάλα vs Ιωάννινα vs Πάτρα

| Κατηγορία                               | Καβάλα | Ιωάννινα | Πάτρα | Σχόλιο                                                                          |
|-----------------------------------------|--------|----------|-------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Ακαδημαϊκό επίπεδο / υποδομές           | ★ 7    | ★ 9      | ★ 8   | Τα Ιωάννινα διαθέτουν ισχυρό Πανεπιστήμιο με ερευνητική δραστηριότητα.          |
| Ευκαιρίες πρακτικής & δικτύωσης         | ★ 6    | ★ 8      | ★ 9   | Η Πάτρα έχει περισσότερες επιχειρήσεις και οργανισμούς για πρακτική.            |
| Μετακινήσεις / προσβασιμότητα           | ★ 8    | ★ 7      | ★ 8   | Η Καβάλα είναι μικρή και εύκολη στην κίνηση, αν και πιο απομονωμένη γεωγραφικά. |
| Αίσθημα κοινότητας / ανθρώπινες σχέσεις | ★ 9    | ★ 8      | ★ 7   | Η μικρότερη κλίμακα της Καβάλας δημιουργεί πιο δεμένες παρέες.                  |
| Καιρικές συνθήκες                       | ★ 9    | ★ 6      | ★ 8   | Η Καβάλα έχει ήπιο χειμώνα και όμορφο καλοκαίρι.                                |

## Απάντηση του ChatGPT (συνέχεια):

### Σύνοψη (Μέσος Όρος)

| Πόλη | Μέσος Όρος |
|------|------------|
|------|------------|

|        |          |
|--------|----------|
| Καβάλα | 7.8 / 10 |
|--------|----------|

|          |          |
|----------|----------|
| Ιωάννινα | 8.0 / 10 |
|----------|----------|

|       |          |
|-------|----------|
| Πάτρα | 8.1 / 10 |
|-------|----------|

### Τελική εκτίμηση

- Η Καβάλα είναι ιδανική για φοιτητές που προτιμούν ποιότητα ζωής, φυσικό περιβάλλον και πιο ήρεμη καθημερινότητα.
- Τα Ιωάννινα συνδυάζουν δυνατή φοιτητική ζωή με πολύ καλό ακαδημαϊκό επίπεδο.
- Η Πάτρα υπερέχει σε διασκέδαση, κοινωνικότητα και επαγγελματικές ευκαιρίες.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### *Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας*

Στο πλαίσιο της δράσης Δ.0.1 είναι σημαντικό να αναπτυχθεί ένα αμφίδρομο αφήγημα:

- **Πανεπιστήμιο → Πόλη**

Ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας της Καβάλας – ιδίως των μαθητών λυκείου και των οικογενειών τους – για σημαντικές εξελίξεις, διακρίσεις και ορόσημα τόσο για το Πανεπιστήμιο εν γένει όσο και στα επιστημονικά πεδία που καλύπτουν τα πέντε πανεπιστημιακά τμήματα. Οι σχετικές αναρτήσεις στα κοινωνικά δίκτυα και στο newsletter θα πρέπει να είναι ενδιαφέρουσες για ένα ευρύτερο κοινό και να συσχετίζει τη δουλειά που γίνεται στο Πανεπιστήμιο αφενός με την καθημερινότητα των Καβαλιωτών και αφετέρου με τις επαγγελματικές προοπτικές των φοιτητών.

- **Πόλη → Πανεπιστήμιο**

Ελκυστικές δραστηριότητες και εμπειρίες που προσφέρει η πόλη καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Επαγγελματικές ευκαιρίες που προσφέρει η Καβάλα.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Το Στέλεχος 1 (Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης) της εδώ προβλεπόμενης ομάδας μάρκετινγκ θα χρειαστεί να αναπτύξει συνεργασία με φοιτητές και καθηγητές, προκειμένου να τροφοδοτείται με ειδήσεις, κείμενα, φωτογραφίες και βίντεο σχετικά με τα τεκταινόμενα στο Πανεπιστήμιο.

Επιπλέον, στο πλαίσιο της δράσης Δ.0.3 έχει προβλεφθεί η δημιουργία μιας νέας ιστοσελίδας, στην οποία θα υπάρχει ξεχωριστή ενότητα με τίτλο «**Σπουδάζω στην Καβάλα**» για τις σπουδές και τη φοιτητική ζωή στην Καβάλα. Είναι σημαντικό να υπάρξουν οι απαραίτητες ενέργειες SEO (search engine optimization) και AIO (artificial intelligence optimization), ώστε σε οποιαδήποτε μελλοντική αναζήτηση είτε μέσω μηχανής αναζήτησης (Google ή Bing) είτε μέσω τεχνητής νοημοσύνης η συγκεκριμένη σελίδα να είναι η πρώτη που θα βρίσκουν οι ενδιαφερόμενοι φοιτητές. Θα πρέπει επίσης να ενθαρρύνεται η εγγραφή στο προβλεφθέν newsletter ειδικά για φοιτητές.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας***

Στη συνέχεια παρατίθεται η συνοπτική περιγραφή καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται στο Παραδοτέο Π.2 και προτείνεται να εφαρμοστούν και στο παρόν τομεακό σχέδιο μάρκετινγκ.

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση |                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                               | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους          | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Εκπ.1<br>ΣΣ-Εκπ.2                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | • έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar<br><br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                               | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                          |          |                                                                                                                |
| Περιγραφή                                    | • Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος<br>• Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα<br>• Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους<br>• Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου |          |                                                                                                                |

## 9. Τομεακό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τον Αθλητισμό

### Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικοακουστικού υλικού

| Χρόνος έναρξης                      | 1ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                              | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Εκπ.2                                                                                                                                                                                                                                                    | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>• €15.000 για τη διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης κατά το 1<sup>ο</sup> έτος</li><li>• €8.000 ετησίως για τη διενέργεια πρόσθετης επαγγελματικής φωτογράφισης από το 2<sup>ο</sup> έτος και μετά</li><li>• έως €30.000 για την παραγωγή του επίσημου βίντεο της καμπάνιας και 10 satellite videos κατά το 1<sup>ο</sup> έτος</li><li>• €10.000 ετησίως για πρόσθετα βίντεο από το 2<sup>ο</sup> έτος και μετά</li><li>• έως €1.000 ετησίως για χρήση λογισμικού επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο και αρχειοθέτησης</li></ul> <p>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</p> |
| Ποιος υλοποιεί                      | • Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Περιγραφή                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Συλλογή και αρχειοθέτηση φωτογραφικού υλικού του Δήμου και τρίτων</li><li>• Διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης από ανάδοχο</li><li>• Διενέργεια συμπληρωματικής ερασιτεχνικής φωτογράφισης</li><li>• Παραγωγή βίντεο από ανάδοχο</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή |                                                                                                                                                                                                                                                  |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                         | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                        | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους    | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Εκπ.1<br>ΣΣ-Εκπ.2                                                                                                                                                                                                  | Κόστος   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος</li><li>έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά</li></ul> (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                         | <ul style="list-style-type: none"><li>Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας</li></ul>          |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Περιγραφή                              | <ul style="list-style-type: none"><li>Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας</li><li>Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων</li><li>Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |          |                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |                                                                                 |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                            | 7ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                 |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους       | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.2<br>ΓΣΣ.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Κόστος   | • χωρίς πρόσθετο κόστος<br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                            | • Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                                                                                 |
| Περιγραφή                                 | • Καταγραφή όλων των εκδηλώσεων ευρύτερου ενδιαφέροντος<br>• Καταγραφή όλων των εμπειριών στην πόλη, στη φύση και σε κοντινούς προορισμούς καθόλη τη διάρκεια του έτους<br>• Αποτύπωση εποχικών προϊόντων και γεύσεων με βάση τις τέσσερις εποχές του έτους<br>• Δημιουργία ευρετηρίου εκδηλώσεων και εμπειριών με τη μορφή ημερολογίου και λειτουργία αναζήτησης, ταξινόμησης και αυτόματης ειδοποίησης βάσει διαφορετικών κριτηρίων |          |                                                                                 |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

#### Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                 |                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Χρόνος έναρξης</b>                      | 5ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Διάρκεια</b> | εις το διηνεκές                                                                                                                                                                          |
| <b>Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους</b> | ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Εκπ.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Κόστος</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>έως €5.000 ετησίως για διάφορα έξοδα (αμοιβές ξεναγών, ενοικίαση πούλμαν κοκ.)</li><li>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)</li></ul> |
| <b>Ποιος υλοποιεί</b>                      | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ                                                                                                                                                                                                                                                               |                 |                                                                                                                                                                                          |
| <b>Περιγραφή</b>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>Ετοιμασία ετήσιου προγράμματος επισκέψεων εντός και εκτός πόλης</li><li>Εξεύρεση ειδικών για την ξενάγηση</li><li>Διευθέτηση πρακτικών οργανωτικών θεμάτων</li><li>Επικοινωνία και προβολή των επισκέψεων με τη σύνταξη δελτίων τύπου και αναρτήσεων για τα κοινωνικά δίκτυα</li></ul> |                 |                                                                                                                                                                                          |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάξεις την Καβάλα» |                                                                                                                                                                                                                              |          |                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                               | 3ος μήνας                                                                                                                                                                                                                    | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                                                                                                  |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                          | ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Εκπ.1<br>ΣΣ-Εκπ.2                                                                                                                                                                                                | Κόστος   | • €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις)<br><br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων</li><li>• Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)</li></ul> |          |                                                                                                                                  |
| Περιγραφή                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας</li></ul>                                                                                      |          |                                                                                                                                  |

### Προτεινόμενες δράσεις

**Δράσεις που έχουν ήδη συμπεριληφθεί στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ της Καβάλας**

| Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο |                                                                                                                                                       |          |                                                           |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                  | 1ος μήνας                                                                                                                                             | Διάρκεια | εις το διηνεκές                                           |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                             | ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Εκπ.1                                                                                                                                     | Κόστος   | • €0<br>(η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                  | • Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων                                                                                             |          |                                                           |
| Περιγραφή                                                       | • Κύκλος επαφών τόσο με τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες του Δήμου όσο και με άλλους φορείς του δημοσίου, του ιδιωτικού τομέα και της κοινωνίας των πολιτών |          |                                                           |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### *Πρόσθετες δράσεις μάρκετινγκ για την εκπαίδευση*

Πέραν των παραπάνω δράσεων που περιέχονται στο Γενικό Σχέδιο Μάρκετινγκ, προτείνεται επίσης η υλοποίηση των ακόλουθων **συμπληρωματικών δράσεων** στο πλαίσιο του παρόντος τομεακού σχεδίου μάρκετινγκ για την εκπαίδευση:

- Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου για θέματα επικοινωνίας και προβολής
- Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου για θέματα επικοινωνίας και προβολής**

Για να διευκολυνθεί η προαναφερθείσα αμφίδρομη επικοινωνία και η αμοιβαία τροφοδότηση των κατοίκων και της πανεπιστημιακής κοινότητας με νέα και προτάσεις, προτείνεται η σύσταση της Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου. Στην ομάδα θα συμμετέχουν από πλευράς του Δήμου το Στέλεχος 1 (Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης) και το Στέλεχος 3 (Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ) και αντίστοιχα από πλευράς του Πανεπιστημίου δύο έως τρία άτομα (μέλη ΔΕΠ και φοιτητές). Η λειτουργία της ομάδας εργασίας θα είναι άτυπη και θα βασίζεται κυρίως στην ανταλλαγή των ως άνω πληροφοριών και τη διενέργεια λίγων τηλεδιασκέψεων.

Προτείνεται να γίνεται μία φορά το χρόνο μια **συνάντηση εργασίας με διευρυμένη σύνθεση**, δηλ. με τη συμμετοχή αφενός του Δημάρχου και στελεχών του Δήμου και αφετέρου των Προέδρων των πέντε πανεπιστημιακών τμημάτων. Σε αυτήν τη συνάντηση μπορούν να συμφωνούνται κοινές δράσεις για τον επόμενο χρόνο.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου για θέματα επικοινωνίας και προβολής**

| Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου για θέματα επικοινωνίας και προβολής |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                                                  | 4ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Διάρκεια | με ετήσια ανανέωση                                               |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                                                             | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Εκπ.1<br>ΣΣ-Εκπ.2                                                                                                                                                                                                                                                        | Κόστος   | • €0<br><br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)</li><li>• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li><li>• Μέλη της πανεπιστημιακής κοινότητας</li></ul>                                                            |          |                                                                  |
| Περιγραφή                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Συνεχής ανταλλαγή θεματολογίας και έτοιμου περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, βίντεο) προς αξιοποίηση στα κοινωνικά δίκτυα και σε newsletter</li><li>• Ετήσια συνάντηση εργασίας με διευρυμένη σύνθεση για προσδιορισμό πεδίων συνεργασίας</li></ul> |          |                                                                  |

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας***

Προκειμένου να αυξηθεί η προτίμηση των νέων της Καβάλας να σπουδάσουν στην πόλη τους, θα επιδιωχθεί μια πιο συστηματική ενημέρωση των μαθητών λυκείου και των οικογενειών τους για τα προσφερόμενα αντικείμενα σπουδών και τις αντίστοιχες επαγγελματικές προοπτικές. Για αυτόν το σκοπό προτείνεται η πραγματοποίηση μιας **σειράς αναρτήσεων** στα κοινωνικά δίκτυα του Δήμου καθώς και μέσω newsletter, όπου με κατανοητό και εκλαϊκευμένο τρόπο θα παρουσιάζονται ενδιαφέρουσες πτυχές των εκάστοτε επιστημονικών πεδίων. Οι αναρτήσεις μπορούν να πάρουν ποικίλες μορφές όπως κουίζ, mini συνεντεύξεις με καθηγητές ή φοιτητές, testimonials αποφοίτων κοκ.

Προτείνεται επίσης μια **ετήσια ανοικτή εκδήλωση** σε κεντρική αίθουσα της πόλης, στην οποία ο Δήμος θα προσκαλέσει τους μαθητές Λυκείου να ενημερωθούν και να συζητήσουν με καθηγητές και φοιτητές για τις προσφερόμενες σπουδές.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### ***Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας***

Κατόπιν σχετικής άδειας από την αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Παιδείας μπορούν επίσης να ενθαρρυνθούν **επισκέψεις** εκπροσώπων του Πανεπιστημίου στα λύκεια της πόλης για παρουσιάσεις και ομιλίες σχετικά με τις προσφερόμενες σπουδές.

### Προτεινόμενες δράσεις

#### **Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας**

| Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------|
| Χρόνος έναρξης                                                  | 10ος μήνας                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Διάρκεια | με ετήσια επανάληψη                                              |
| Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους                             | ΓΣΣ.1<br>ΓΣΣ.3<br>ΣΣ-Εκπ.2                                                                                                                                                                                                                                                                             | Κόστος   | • €0<br><br>(η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι) |
| Ποιος υλοποιεί                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ</li><li>• Μέλη της πανεπιστημιακής κοινότητας</li><li>• Διευθυντές λυκείων της Καβάλας</li></ul>                                                                                                  |          |                                                                  |
| Περιγραφή                                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• Σειρά αναρτήσεων για τις προσφερόμενες σπουδές, τα επιμέρους επιστημονικά πεδία και τις επαγγελματικές προοπτικές</li><li>• Τακτική αποστολή newsletters</li><li>• Ετήσια ανοικτή εκδήλωση με μαθητές και εκπροσώπους της πανεπιστημιακής κοινότητας</li></ul> |          |                                                                  |

### Άλλες δράσεις

Πέραν όσων προβλέπει το παρόν σχέδιο μάρκετινγκ, υπάρχουν κι άλλες δράσεις που θα βοηθούσαν εις το να ενταχθούν καλύτερα οι φοιτητές στη ζωή της πόλης όπως λ.χ. η διοργάνωση ενός φεστιβάλ υποδοχής φοιτητών στην Καβάλα. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της μεγάλης γιορτής με τίτλο «**UP-Fest**» που οργανώνει το Πανεπιστήμιο Πατρών κάθε Οκτώβριο για την υποδοχή των πρωτοετών στην Πάτρα. Πρόκειται για ένα φεστιβάλ που έχει αποκτήσει μεγάλη κλίμακα τα τελευταία χρόνια και προσελκύει χιλιάδες θεατές μεταξύ τόσο των φοιτητών όσο και των κατοίκων της Πάτρας. Αποτελεί ένα εξαιρετικό παράδειγμα άμεσης ένταξης των νέων φοιτητών στην πανεπιστημιακή κοινότητα και αξιολογείται πολύ υψηλά.

Αυτή η προσέγγιση θα μπορούσε να εξεταστεί από τη διοίκηση του Πανεπιστημίου να υλοποιηθεί ακόμη και σε πιο μικρή κλίμακα. **Δεν προτείνεται ο Δήμος να έχει την πρωτοβουλία διοργάνωσης μια τέτοιας εκδήλωσης**, μπορεί όμως να συνδράμει το Πανεπιστήμιο εάν ζητηθεί η στήριξή του.

come to



# UP\_Fest



ΦΕΣΤΙΒΑΛ  
ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΠΡΩΤΟΕΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ

weareUp2025

ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΕΙΣΟΔΟΣ



**ΤΕΤ. 8/10**

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ  
**ΣΤΑΥΡΟΣ ΓΑΣΠΑΡΑΤΟΣ**  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ / ΠΑΡΚΟ ΤΗΣ ΕΙΡΗΝΗΣ  
**ΑΛΚΙΝΟΟΣ ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ**

**ΠΕΜ. 9/10**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ / ΠΑΡΚΟ ΤΗΣ ΕΙΡΗΝΗΣ  
ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ (ΠΑΙΔΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΤΡΑ)  
ΒΑΓΓΕΛΗΣ ΔΕΛΗΚΟΥΡΑΣ (ΠΑΙΔΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΤΡΑ)  
ΓΙΩΡΓΟΣ ΣΑΡΡΗΣ (ΖΙΓΚ ΖΑΓΚ)  
ΘΟΔΩΡΗΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ (ΟΠΙΣΘΟΔΡΟΜΙΚΟΙ)

**ΠΑΡ. 10/10**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ / ΠΑΡΚΟ ΤΗΣ ΕΙΡΗΝΗΣ  
**ΣΚΙΑΔΑΡΕΣΕΣ**  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ / ΠΑΡΚΟ ΤΗΣ ΕΙΡΗΝΗΣ  
TECHDREAMERS' PARTY  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΜΟΥΣΙΚΗΣ

**ΠΕΜ. 9/10**

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ  
ΚΕΝΤΡΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ  
**ΗΛΕΚΤΡΑ ΤΟΥ ΣΟΦΟΚΛΗ**  
ΣΚΗΝ. ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΑΡΛΟΣ



**ΣΑΒ. 11/10**

ΠΛΑΤΕΙΑ ΓΕΩΡΓΙΟΥ  
**ΝΙΚΟΣ ΠΟΡΤΟΚΑΛΟΓΛΟΥ**  
**ΓΙΑΝΝΗΣ ΚΟΤΣΙΡΑΣ**  
ΒΥΡΩΝ ΤΣΟΥΡΑΠΗΣ &  
ΑΝΔΡΙΑΝΑ ΑΧΙΤΖΑΝΟΒΑ



ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ **8/10** ΣΥΝΑΥΛΙΑ



ΑΓΡΙΝΙΟ **10/10** ΣΥΝΑΥΛΙΑ ΝΕ



Welcome to **UP Fest** powered by ΔΕΗ

Welcome to Up 2025  
Ένα Φεστιβάλ, 3 πόλεις

Διαβάστε το πρόγραμμα  
και ξεναγηθείτε στο  
Welcome to UP 2025  
στο επίσημο website  
του Φεστιβάλ Υποδοχής  
Πρωτοετών Φοιτητών  
Πανεπιστημίου Πατρών στο  
**welcometoup.upatras.gr**



welcometoup.upatras.gr ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΕΙΣΟΔΟΣ #weareUp2025



Welcome to **UP Fest** powered by ΔΕΗ

**Taste the city**

Προσφορές για φοιτητές,  
με όλη τη «γεύση» της πόλης  
σε **ΕΙΔΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ**  
με την επίδειξη  
του φοιτητικού πάσο!

ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ  
FAST FOODS  
ΚΑΦΕ BARS

Δείτε  
την λίστα  
εδώ



#weareUp2025 ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΕΙΣΟΔΟΣ welcometoup.upatras.gr



Welcome to **UP Fest** powered by ΔΕΗ

**Ο Εμπορικός  
Σύλλογος πάει...**  
**Πανεπιστήμιο**  
με προσφορές  
και προνόμια  
για πρωτοετείς!

Δείτε  
την λίστα  
εδώ



ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΕΙΣΟΔΟΣ  
welcometoup.upatras.gr #weareUp2025

