



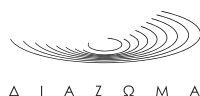
ΕΥΒΟΙΑ ΜΕΤΑ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ
ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ



ΓΙΝΕ ΚΑΙ ΕΣΥ ΚΟΜΜΑΤΙ ΤΗΣ ΕΠΟΜΕΝΗΣ
ΗΜΕΡΑΣ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ
MARKETING
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ
ΤΗΣ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ
ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ



Δ Ι Α Ζ Ω Μ Α

MARKETING GREECE



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΞΟΧΩΝ
HELLENIC CHAMBER OF HOTELS



Για να δείτε
όλες τις
Θεματικές Μελέτες
που ανατέθηκαν
στο πλαίσιο του
Προγράμματος
Ανασυγκρότησης
της Βόρειας Εύβοιας
μπορείτε να
σκανάρετε το
παραπάνω
QR Code

Επιμέλεια έκδοσης
Σωματείο «ΔΙΑΖΩΜΑ»

Συντονισμός έκδοσης
Βερενίκη Βασιλειάδη, επικοινωνιολόγος - μουσειολόγος,
Συντονίστρια του Προγράμματος Ανασυγκρότησης της
Βόρειας Εύβοιας για το Σωματείο «ΔΙΑΖΩΜΑ»

Σχεδιασμός έκδοσης, ηλεκτρονική σελιδοποίηση
Κωνσταντίνος Τσιρίκος, γραφίστας

Εκτύπωση-βιβλιοδεσία
Digiland

**Για την παραγωγή περιεχομένου κυρίως στο επίπε-
δο του κεφαλαίου της εξειδίκευσης των μελετών
εργάστηκαν οι**

Μαρία Σοφικίτου, αρχαιολόγος, Διευθύντρια Σωματείου
«ΔΙΑΖΩΜΑ»,
Μαρία Κουρασάνη, αρχαιολόγος, Υπεύθυνη Αναπτυξιακών
Προγραμμάτων Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ»,
Κατερίνα Αβραμοπούλου, οικονομολόγος,
Υπεύθυνη Οικονομικής Ανάπτυξης Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ».

**Για την παραγωγή ιδεών και τη διαμόρφωση των
τελικών προτάσεων για τη διπλή μετάβαση (πρά-
σινη και ψηφιακή) και την καινοτομία εργάστηκε η
Θερμοκοιτίδα D-HUB του Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ»,
η οποία αποτελείται από τους**

Ευδόκιμος Φρέγκογλου, επικοινωνιολόγος-τεχνολόγος
πολιτισμού, Συντονιστής Αναπτυξιακών Προγραμμάτων
Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ» και Συντονιστής της Θερμοκοιτίδας
D-HUB,
Χρήστος Χιώτης, Σχεδιαστής Οπτικής Επικοινωνίας, Υπεύθυ-
νος Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Ψηφιακών Εφαρμογών του
Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ»,
Ελίνα Αγγέλη, Αρχιτέκτων-μηχανικός, MSc Προστασία
Μνημείων
Νίκος Στακιάς, Σύμβουλος Ανάπτυξης και Διαχείρισης Προ-
ορισμών
Ηλίας Χάντζος, Σύμβουλος Βιώσιμης Ανάπτυξης των Φορέων
Διαχείρισης των Πολιτιστικών Διαδρομών.

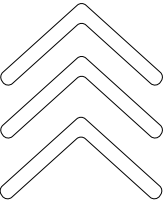
Ανάδοχος
Marketing Greece

Χορηγός της μελέτης
Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ
ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ**

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ MARKETING ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ



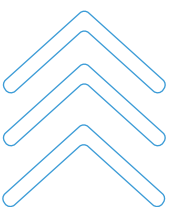


ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ (EXECUTIVE SUMMARY)	7
2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	11
2.1 Προσβασιμότητα Βόρειας Εύβοιας	12
2.2 Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις, Πληρότητα & Ξενοδοχειακό Δυναμικό Βόρειας Εύβοιας	12
2.3 Δυναμικότητα & Αφίξεις σε μονάδες camping Π.Ε. Εύβοιας	13
2.4 Αποτύπωση Τουριστικού Προϊόντος / Πόρων	15
3. S.W.O.T. ANALYSIS	23
3.1 Εσωτερικό περιβάλλον: Δυνατά & Αδύναμα Σημεία	24
3.2 Εξωτερικό περιβάλλον: Ευκαιρίες & Απειλές	25
4. ΟΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ	
4.1 Διεθνείς τάσεις προς αξιοποίηση στη στρατηγική	28
4.2 Στόχοι & Στρατηγικές Προτεραιότητες	30
4.3 Όραμα & Στρατηγική	31
4.4 Μοναδικά χαρακτηριστικά & επιθυμητή τοποθέτηση Βόρειας Εύβοιας	31
4.5 Προϊοντική Εστίαση Εύβοιας	32
4.6 Στρατηγική Στόχευσης	33
4.7 Οριζόντιες Στρατηγικές Κατευθύνσεις Ανάπτυξης Βόρειας Εύβοιας ως τουριστικό προορισμό	34
4.8 Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Τουριστικών Προϊόντων	35
4.8 Ειδικές Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Τουριστικών Πόλων	40
4.9 Χαρτοφυλάκιο Εμπειριών Βόρειας Εύβοιας	41
5. ΤΕΛΙΚΟΣ ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΡΓΩΝ, ΔΡΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ	49
5.1 Αναβάθμιση Τουριστικών Πόλων	50
5.2 Τουριστική Προβολή	50
5.3 Βελτίωση Τουριστικών Υποδομών	51
5.4 Εκπαίδευση-Κατάρτιση-Υποστήριξη	51
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	53
Πίνακας/Χρονοδιάγραμμα Τουριστικής Προβολής (B2C)	55
Πίνακας/Χρονοδιάγραμμα Τουριστικής Προβολής (B2B)	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ & ΠΗΓΕΣ	55
ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΜΕΛΕΤΗΣ:	59
«Στρατηγικός Σχεδιασμός Marketing για την ανάδειξη της ευρύτερης περιοχής της Βόρειας Εύβοιας»	60



ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ (EXECUTIVE SUMMARY)





Η Marketing Greece συμμετείχε ως ένας εκ των μελετητών της Επιτροπής Ανασυγκρότησης της Β. Εύβοιας, για την εκπόνηση του Στρατηγικού Σχεδίου Marketing για τον Τουρισμό στην περιοχή της Βόρειας Εύβοιας. Το Στρατηγικό Σχέδιο Marketing εστιάζει στα σημεία που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τον δυνητικό ταξιδιώτη, μέσω της έρευνας των υφιστάμενων αξιοθεάτων, προσφερόμενων εμπειριών και δραστηριοτήτων. Σκοπός είναι η αναγνώριση των ευκαιριών επέκτασης/ εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος με την ανανέωση υφιστάμενων και τη διαμόρφωση νέων θεματικών εμπειριών, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες της τρέχουσας τουριστικής συγκυρίας (μετά Covid-19 εποχή) αλλήλ και τις σταδιακά διαμορφούμενες τάσεις στο διεθνές και τον ελληνικό τουρισμό.

Στην Α' Φάση η μελέτη περιλαμβάνει το όραμα, τους στόχους και τις στρατηγικές κατευθύνσεις για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος του προορισμού και ένα σχέδιο δράσης με προτάσεις έργων και δράσεων τουριστικής προβολής και επικοινωνίας, εκπαίδευσης και διακυβέρνησης για τον προορισμό.

- Εστίαση στα σημεία που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τον δυνητικό ταξιδιώτη, μέσω της έρευνας των υφιστάμενων αξιοθεάτων, προσφερόμενων εμπειριών και δραστηριοτήτων (με βάση desk research, επί τόπου επίσκεψη και συνεντεύξεις).
- Σύντομη επισκόπηση της Εύβοιας ως ταξιδιωτικού προορισμού με έμφαση στη Βόρεια Εύβοια, με σκοπό την αναγνώριση των ευκαιριών επέκτασης/ εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος με την ανανέωση υφιστάμενων και τη διαμόρφωση νέων θεματικών εμπειριών.

Επιπρόσθετα, βασικό ζητούμενο στην Α' Φάση ήταν και η κατάρτιση ενός πλέγματος προτάσεων έργων και δράσεων για την ενίσχυση της τουριστικής ζήτησης το 2022.

Στην Β' Φάση και με στόχο την ανάδειξη μιας νέας προοπτικής για την τουριστική ανάπτυξη της Βόρειας Εύβοιας η μελέτη εστιάζει:

- Στον εντοπισμό δυνατών και αδύνατων σημείων της υφιστάμενης ταξιδιωτικής εμπειρίας αλλήλ και δυνατότητων από μελλοντικά έργα στην υπό μελέτη περιοχή, όπως θα προκύψουν/προταθούν από το Master Plan της Ο.Χ.Ε. της Βόρειας Εύβοιας.
- Στην καταγραφή προτάσεων σε επίπεδο υφιστάμενων και νέων προϊόντων/εμπειριών, σε σύνδεση με τα νέα trends που επικρατούν

στον τουρισμό.

- Στην καταγραφή στρατηγικών κατευθύνσεων σχετικά με την τουριστική προβολή της Βόρειας Εύβοιας στο δυνητικό ταξιδιωτικό κοινό και ενδεικτικό Πρόγραμμα Δράσης- πλάνο τουριστικής προβολής (προτεραιότητες και κατάλληλα εργαλεία και μέσα) σε ένα 3ετές πλάνο προγραμματισμού.

Η μελέτη λαμβάνει υπόψη της:

1. Τις ανάγκες και τα ζητούμενα (για το τουριστικό προϊόν και τους επιμέρους προορισμούς) της Βόρειας Εύβοιας, όπως είχαν διαμορφωθεί την περίοδο πριν την καταστροφική πυρκαγιά.
2. Τις σταδιακά διαμορφούμενες τάσεις στο διεθνές και ελληνικό τουρισμό.
3. Τις αρχές της αειφορίας και της βιωσιμότητας.
4. Τις αρχές της συμπεριληπτικότητας.
5. Τις αρχές του ψηφιακού μετασχηματισμού.
6. Τη διασύνδεση με τις εξελίξεις και τα έργα όπως προδιαγράφονται στις μελέτες της Αγροδιατροφής, του Δάσους και του Πολιτισμού.

Εξάγοντας τα παρακάτω βασικά συμπεράσματα, ως προϋποθέσεις για την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού:

1. Βελτίωση προσβασιμότητας, νέο οδικό δίκτυο, ενίσχυση διασύνδεσης με την τουριστική αγορά της Αθήνας και της υπόλοιπης Εύβοιας.
2. Τουριστική εκπαίδευση, κατάρτιση και υποστήριξη όλων των εμπλεκόμενων με τον τουρισμό
3. Βελτίωση τουριστικών υποδομών και ανάπτυξη τουριστικών πόλων.
4. Διαμόρφωση ενιαίου τουριστικού προϊόντος και επιμέρους τουριστικών εμπειριών Βόρειας Εύβοιας.
5. Οργανωμένη & συνεκτική προβολή και προώθηση του προορισμού βάσει της στρατηγικής στόχευσης που προδιαγράφεται στη μελέτη.
6. Συνεργασία και αμφίδρομη επικοινωνία της τοπικής αυτοδιοίκησης με τους επαγγελματίες του τουρισμού.

Μεθοδολογία:

Α' Φάση Μελέτης

1. Κύκλος επαφών (τηλεδιασκέψεις) με τους εμπλεκόμενους του τουρισμού της Βόρειας Εύβοιας (Φορείς, επιχειρήσεις, τοπική κοινωνία).
2. Καταγραφή δεδομένων για την υπάρχουσα κατάσταση στη Β. Εύβοια όπως διαμορφώθηκε μετά την πυρκαγιά.
3. Καταγραφή δεδομένων του τουριστικού περιβάλλοντος και αναγκών που προϋπήρχαν της πυρκαγιάς, λειτουργώντας ανασταλτικά στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.
4. Καταγραφή προτάσεων από τους Φορείς και την τοπική κοινωνία για βελτιώσεις του τουριστι-



κού περιβάλλοντος (βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα).

5. Καταγραφή εμπειριών και δυνατοτήτων που έχει σήμερα η περιοχή και μπορεί να προσφέρει σε δυνητικούς επισκέπτες.
6. Προτάσεις δράσεων & soft παρεμβάσεων που μπορούν να βοηθήσουν την τουριστική εικόνα και ζήτηση για τη σεζόν του 2022.

Β' Φάση Μελέτης

1. Ανάλυση διεθνών τάσεων που συνάδουν με την επιθυμητή τοποθέτηση της Βόρειας Εύβοιας ως τουριστικό προορισμό.
2. Καθορισμός οράματος, στόχων & στρατηγικών προτεραιοτήτων βραχυπρόθεσμου & μακροπρό-

θεσμου ορίζοντα.

3. Καθορισμός στρατηγικής στόχευσης, στοιχείων που διαφοροποιούν τη Βόρεια Εύβοια και επιθυμητής τοποθέτησης του προορισμού.
4. Καθορισμός προϋποθέσεων ανάπτυξης των υπό διαμόρφωση τουριστικών προϊόντων & τουριστικών πόλων Βόρειας Εύβοιας.
5. Διαμόρφωση προτεινόμενου χαρτοφυλακίου τουριστικών εμπειριών Βόρειας Εύβοιας.
6. Προτάσεις έργων αναβάθμισης τουριστικών πόλων, τουριστικής προβολής, βελτίωσης τουριστικών υποδομών & τουριστικής εκπαίδευσης.





2

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ





2.1 Προσβασιμότητα Βόρειας Εύβοιας

- Οδικώς μέσω Εθνικής Οδού Ε75 Αθηνών – Χαλκίδας & μέσω της Εθνικής Οδού Ε77 Χαλκίδας – Ιστιαίας-Αιδηψού. Ο οδικός επισκέπτης της Αττικής χρειάζεται περίπου 3 ώρες για να φτάσει στην Αιδηψό, με το κομμάτι Ψαχνά-Προκόπι να αποτελεί την πιο απαιτητική οδηγικά διαδρομή, με πολλές στροφές και ανάποδες κλίσεις.
- Ακτοπλοϊκώς μέσω Αρκίτσας (Φθιώτιδα), σύνδεση με Αιδηψό. Ημερησίως πραγματοποιούνται 12 δρομολόγια (Ιούνιο-Σεπτέμβριο) και 5 τον υπόλοιπο χρόνο, ενώ η διάρκεια είναι συνήθως 45'. Η διαδρομή αυτή προτιμάται από τους οδικούς επισκέπτες της Αττικής.
- Ακτοπλοϊκώς μέσω Γλήφας (Φθιώτιδα), σύνδεση με Αγιοκάμπο Ωρεών. Ημερησίως πραγματοποιούνται 12 δρομολόγια (Ιούνιο-Σεπτέμβριο) και 5 τον υπόλοιπο χρόνο, ενώ η διάρκεια είναι συνήθως 30'. Η διαδρομή αυτή προτιμάται από τους οδικούς επισκέπτες της Βόρειας Ελλάδας.
- Ακτοπλοϊκώς μέσω Βόλου-Σκιάθου-Σκόπελου (Θεσσαλία), σύνδεση με Μαντούδι. Λειτουργεί ως εναλλακτική επιλογή πρόσβασης στις Σποράδες αντί του λιμένα Αγίου Κωνσταντίνου. Παρατηρούνται οι συνδέσεις:

1. Μαντούδι-Σκόπελος: 44 δρομολόγια εβδομαδιαίως Ιούνιο-Σεπτέμβριο και 7 δρομολόγια εβδομαδιαίως τον υπόλοιπο χρόνο, διάρκειας περίπου 1.5 ώρας.
2. Μαντούδι-Σκιάθος: 58 δρομολόγια εβδομαδιαίως Ιούνιο-Σεπτέμβριο και 7 δρομολόγια εβδομαδιαίως τον υπόλοιπο χρόνο, διάρκειας περίπου 2-2.5 ωρών.
3. Μαντούδι-Βόλος: 1 δρομολόγιο καθημερινά, διάρκειας περίπου 5.5 ωρών.

- Ακτοπλοϊκώς μέσω Θεσσαλονίκης, σύνδεση με Μαντούδι. Από το καλοκαίρι του 2021 υφίσταται ακτοπλοϊκή σύνδεση με 3 δρομολόγια την εβδομάδα, με ταχύπλοα, ενώ η διάρκεια είναι περίπου 5.30 ώρες.

Διαχρονική ανάγκη βελτίωσης της προσβασιμότητας του οδικού δικτύου καθώς και επαναξιολόγηση της σύνδεσης της Βόρειας Εύβοιας με τη Στερεά Ελλάδα και τις Σποράδες, ώστε να δημιουργηθεί ένα βιώσιμο σύστημα δρομολογίων με προσιτή τιμολογιακή πολιτική και σταθερό πρόγραμμα.

2.2 Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις, Πληρότητα & Ξενοδοχειακό Δυναμικό Βόρειας Εύβοιας

- Ευρύτερα ως προορισμός, η Εύβοια είναι προσανατολισμένη κυρίως στην προσέλκυση εγχώριου τουρισμού, καθώς ~66% των αφίξεων σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ) το 2019 αφορά σε ημεδαπούς τουρίστες. Αξίζει να σημειωθεί ότι το ποσοστό εσωτερικού τουρισμού και στους δύο Δήμους είναι διαχρονικά υψηλότερο από τον αντίστοιχο εθνικό μέσο όρο, υποδηλώνοντας υψηλή εξάρτηση από την ελληνική αγορά.
- Λίγα πολυτελή παραθαλάσσια resort με υψηλού επιπέδου υποδομές και υπηρεσίες, υψηλή, ωστόσο, συγκέντρωση ξενοδοχειακών και ενοικιαζόμενων δωματίων στις χαμηλές κατηγορίες (μόλις 13,6% του συνολικού δυναμικού ξενοδοχειακών και ενοικιαζόμενων δωματίων ανήκει στις κατηγορίες 5*, 4* ή 4K) και μέση δυναμικότητα ξενοδοχειακών μονάδων χαμηλότερη από το μέσο όρο της χώρας.
- Το παραλιακό μέτωπο της Εύβοιας δύσκολα συναντάται στο πρόγραμμα διεθνών tour operators – η Εύβοια αποτελεί δημοφιλή προορισμό για ημερήσιες εκδρομές από τους κατοίκους της Αττικής, ενώ πολλοί από αυτούς διατηρούν εξοκικές κατοικίες στο νησί.
- Στην Π.Ε. Εύβοιας συγκεντρώνεται η πλειοψηφία των τουριστικών μονάδων ενοικιαζόμενων δωματίων της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας (858 τουριστικές μονάδες, 67,8%) οι οποίες και εμφανίζουν την υψηλότερη δυναμικότητα μεταξύ των ΠΕ (7 δωμάτια ανά μονάδα και 16 κλίνες).
- Το 2018, το 35% των αφίξεων της ΠΣΕ σε ξενοδοχειακές μονάδες και λοιπά καταλύματα συγκεντρώθηκε στην Π.Ε. Εύβοιας.
- Υψηλότερη δυναμική στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας κατά την περίοδο 2010-2018 εμφανίζει η Π.Ε. Εύβοιας (+37,9%) λόγω της αύξησης του αριθμού των αλλοδαπών επισκεπτών σε καταλύματα. Πιο συγκεκριμένα, οι αφίξεις αλλοδαπών σε καταλύματα αυξήθηκαν κατά 72,0%, ενώ οι αφίξεις ημεδαπών μειώθηκαν κατά -21,8%.

2019	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας	Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Αφίξεις ημεδαπών	14,112	37,363
Αφίξεις αλλοδαπών	6,243	29,482
Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	36,494	151,576
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	19,663	164,911
Πληρότητα	21.9%	24,1%

Ξενοδοχειακό Δυναμικό	Μονάδες	Κλίνες
Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας	25	1,051
1*	2	46
2*	13	558
3*	6	195
4*	4	252
Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού	120	6,795
1*	17	679
2*	74	3,348
3*	27	2,402
4*	1	141
5*	1	225

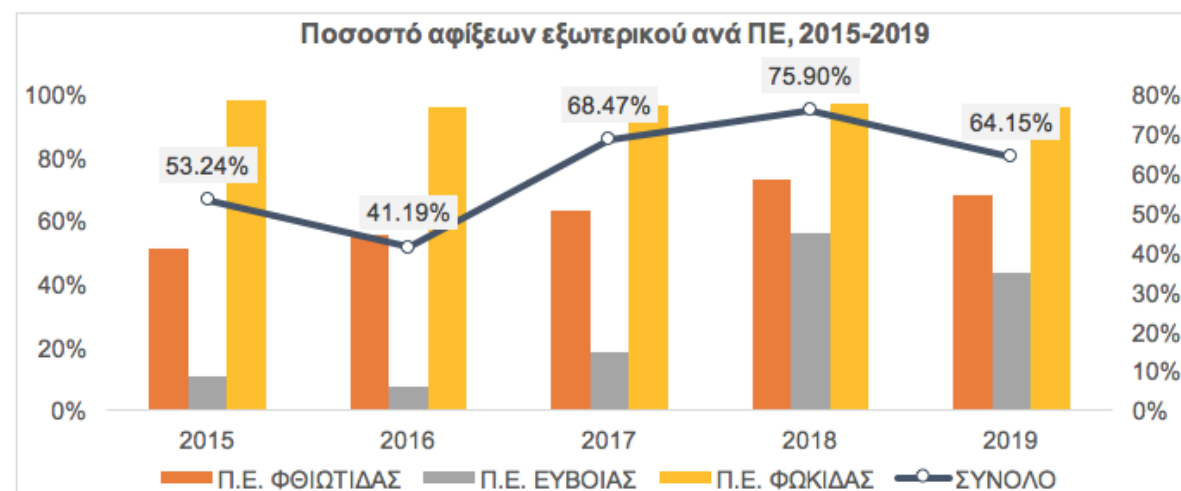
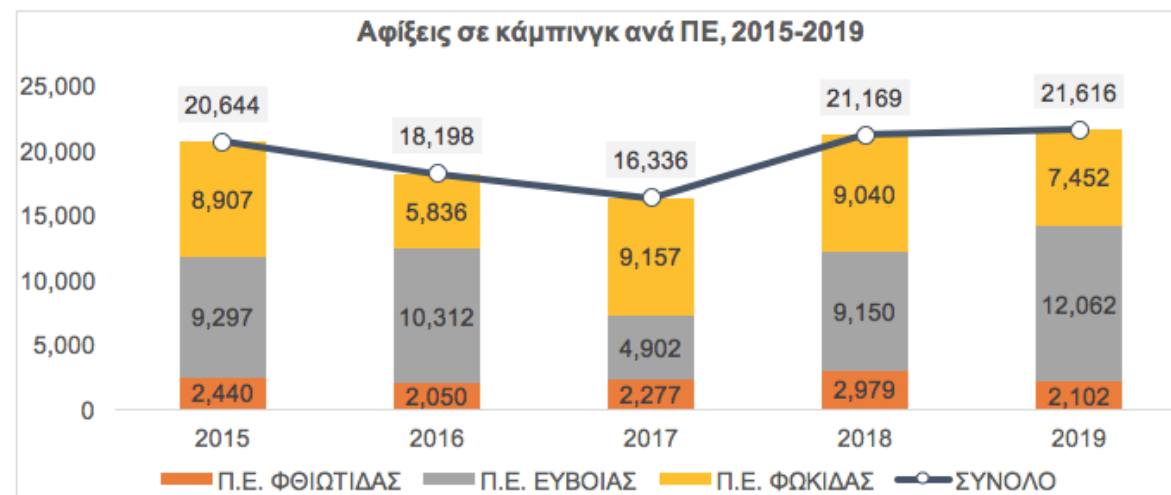
Source: ΕΛΣΤΑΤ 2020, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης»

2.3 Δυναμικότητα & Αφίξεις σε μονάδες camping Π.Ε. Εύβοιας

- Ο υψηλότερος αριθμός αφίξεων στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας σε μονάδες camping παρουσιάζεται στην Π.Ε. Εύβοιας που καλύπτει σχεδόν το 55% των αφίξεων το 2019 ενώ ακολουθεί η Π.Ε. Φωκίδα με 34,4%.
- Το ποσοστό των αλλοδαπών που μένουν σε κάμπινγκ στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, έχει αυξηθεί από το 53,2% το 2015 στο 64,1% το 2019, αν και παραμένει ένα από τα χαμηλότερα της χώρας. Το μεγαλύτερο ποσοστό αλλοδαπών επισκεπτών καταγράφεται στην ΠΕ Φωκίδας.

- Το 2019, το ποσοστό των αφίξεων σε καταλύματα κάμπινγκ της Περιφέρειας έναντι των συνολικών αφίξεων σε καταλύματα κάμπινγκ στη χώρα ανήλθε στο 4,8% για τους ημεδαπούς. Για τους αλλοδαπούς το ποσοστό για το 2019 ανήλθε στο 4,4% εμφανίζοντας σημαντική μείωση σε σχέση με το 2015 που είχε διαμορφωθεί στο 7,5%. Τάση που επιβεβαιώνεται και στην Π.Ε. Εύβοιας.





Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης»

2.4 Αποτύπωση Τουριστικού Προϊόντος / Πόρων

Ήλιος & Θάλασσα – Β. Ευβοϊκός

- Παραλία Κοχύλι: Η πλέον προσιτή παραλία της Λίμνης. Λεπτό βότσαλο που την κάνει ιδανική για παιδιά, beach bar και οργανωμένο τμήμα με ξαπλώστρες και ντους αληλά και αρκετά μεγάλη σε μήκος για όσους θέλουν να απομονωθούν.
- Παραλία Ροβιές: Η πηλζ του ομώνυμου παραλιακού οικισμού, με ψιλό βότσαλο και άμμο ενώ κατά μήκος της παραλίας ο επισκέπτης μπορεί να βρει ταβέρνες, ουζερί και καφετέριες
- Παραλία Ήλια: Με θέα τον Βόρειο Ευβοϊκό, μεγάλη σε μήκος, στενή παραλία με λεπτό βότσαλο, ξαπλώστρες και ζεστά νερά (όλο το χρόνο) λόγω των ιαματικών που εκβάλλουν στη θάλασσα, και πληθώρα από εκλεκτές ψαροταβέρνες. Στο νότιο άκρο της παραλίας βρίσκεται η ιαματική πηγή.
- Δημοτική Πηλζ Αιδηψού: Δεν είναι οργανωμένη, έχει 2 σημεία, στο ένα κάνουν μπάνιο όσοι θέλουν να εκμεταλλευτούν τα καυτά ιαματικά νερά που αναβλύζουν από τις διπλανές πηγές, ενώ δεξιά και αριστερά από το πορθμείο βρίσκονται δυο μικρότερες χωρίς ιαματικά.
- Παραλία Άγιος Νικόλαος (Αιδηψού): Αμμώδης, μεγάλη σε μήκος, ξεκινά από τον οικισμό Άγιος Νικόλαος και απλώνεται κατά μήκος προς τα Γιάντρα, με οργανωμένο και μη κομμάτι, beach bar, προσελκύει αρκετό νέο κόσμο και αποτελεί την πιο κοντινή επιλογή στην Αιδηψό.
- Παραλία Πόρτο Πεύκο: Πλήρως οργανωμένη αμμώδης παραλία με κρυστάλλινα νερά και αγνό πευκόδασος. Στην παραλία υπάρχει beach bar, ξαπλώστρες, τραπεζάκια, ντους και υποδομή για beach volley & SUP.
- Παραλία Μύλος Γιάντρα: Αμμώδης ανοργάνωτη παραλία, με σήμα κατατεθέν τον γραφικό ανεμόμυλο στη μέση της παραλίας. Ιδανικός κόλπος για θαλάσσια σπορ.
- Παραλία Γρεγορίμανο-Χρυσή Ακτή: Εντυπωσιακή παραλία-αμμόγλησσα, εξωτικής ομορφιάς με χρυσή ψιλή άμμο, ρηχά νερά, πεύκα που φτάνουν ως τη θάλασσα και ωραίο ηλιοβασίλεμα. Ο αυτόνομος επισκέπτης μπορεί να απολαύσει τα facilities του Club Med (αποτελεί τη 2η μονάδα 5 αστέρων στη Βόρεια Εύβοια), καθημερινά από τις 8:00-18:00. Η οργανωμένη παραλία με beach bar Χρυσή Ακτή, βρίσκεται δίπλα στο ξενοδοχείο και είναι προσβάσιμη με ΙΧ.

- Παραλία Κάβος: Ανοργάνωτη παραλία με άμμο, βότσαλο, μερικές παραλιακές ταβέρνες που προσφέρουν ξαπλώστρες, «βλέπει» τα Λιχадονήσια, ενδιαφέρον παρουσιάζει η «μύτη» στην άκρη της.
- Λιχадονήσια: Πρόσβαση με καραβάκι από τα Καμένα Βούρλα ή τον Άγιο Γεώργιο Λιχάδας. Οι «Σευχέλλης της Ελλάδας», ένα σύμπλεγμα 7+ νησιών που σχηματίστηκε κατά τη διάρκεια ηφαιστειακής δραστηριότητας, με τη μοναδική οργανωμένη παραλία/νησάκι Μανόλια με ρηχά, ζεστά νερά και beach bar. Στα Λιχадονήσια, διατηρούνται μέχρι σήμερα αξιοθέατα όπως ερείπια τειχών, θεμέλια σπιτιών, καθώς και χριστιανικό παρεκκλήσι.

Ήλιος & Θάλασσα – Στενό Αρτεμισίου

- Παραλία Αγιοκάμπος: Αμμώδης παραλία με ξαπλώστρες, ομπρέλλες, ταβερνάκια και καφετέριες κατά μήκος, καθώς και επιλογές διαμονής κυρίως ενοικιαζόμενα. Διατηρεί λιμάνι και συνδέεται μέσω ferry boat με τη Γλυφά Φθιώτιδας.
- Παραλία Πάντερμος: Μόλις 5 χιλιόμετρα από τον Αγιοκάμπο, οργανωμένη με beach bar και ξαπλώστρες, αμμώδης παραλία με ρηχά νερά και υποδομή για beach volley.
- Παραλία Νησιώτισσα: Από τις πιο ιδιαίτερες της Β. Εύβοιας, αμμώδης παραλία με λίγους φοίνικες, ξαπλώστρες, υποδομή για beach volley, καταγάλινα ρηχά νερά, ιδανική για οικογένεια και εξαιρετική θέα σε νησάκι που διατηρούνται ερείπια ενός αρχαίου πύργου, ενώ υφίσταται και καντίνα για τα απολύτως απαραίτητα.
- Παραλία Νέος Πύργος & Ωρεοί: Σχεδόν ενωμένη με τους Ωρεούς, μεγάλη αμμώδης παραλία με αρκετή οργάνωση, ομπρέλλες/ξαπλώστρες και παραδοσιακά ουζερί με φρέσκο ψάρι κατά μήκος του παραλιακού μετώπου. Η παραλία των Ωρεών παρότι βρίσκεται στο γραφικό χωριό δεν είναι τόσο οργανωμένη. Παρέχεται η δυνατότητα μικρών εξορμήσεων από και προς τις Σποράδες με ταχύπλοα.
- Παραλία Τσοκαίτη: Ιδανική για τους επισκέπτες που αναζητούν την απόλυτη ηρεμία. Παραλία αρκετών χιλιομέτρων, με ήπια οργάνωση και λίγες ξαπλώστρες, ψιλό βότσαλο, άμμο και χωρίς κυματισμό. Δίπλα στην παραλία υπάρχουν 2 λιμνοθάλασσες (Μικρό & Μεγάλο Λιβάρι) που παρουσιάζουν σημαντικό οικονομικό ενδιαφέρον.
- Παραλία Κανατάδικα: Απέναντι από την είσοδο του Παγασστικού κόλπου, παραθεριστικός



οικισμός με παραλία μήκους 5 χιλιομέτρων, ψιλό βότσαλο και χοντρή άμμο. Κατά μήκος της ακρογιαλιάς ο επισκέπτης μπορεί να βρει πηληθώρα από ψαροταβέρνες και να απολαύσουν φρέσκα θαλασσινά του ευβοϊκού.

Ήλιος & Θάλασσα – Αιγαίο Πέλαγος

- Παραλία Πευκί Αρτεμισίου: Το Πευκί αποτελεί έναν από τους βασικούς τουριστικούς πυλώνες της Β. Εύβοιας. Ιδανική για οικογένειες με οργανωμένη παραλία έκτασης 4-5 χιλιομέτρων και μορφολογία για όλες τις προτιμήσεις (ψιλή άμμο, βότσαλο, μικρές πέτρες), υπέροχο ηλιοβασίλεμα, πολλή ταβέρνες & επιλογές νυχτερινής διασκέδασης.
- Παραλία Κουτσουμυρή Αγριοβότανο: Η πιο δημοφιλής από τις παραλίες της ευρύτερης περιοχής, 3.5 χιλιόμετρα από το ομώνυμο χωριό, παραλία με βότσαλο, πετριγυρισμένη από πεύκα και ελιές και το ξακλήσι του Αγίου Νικολάου στην άκρη της.
- Παραλία Άγιος Νικόλαος (Ελληνικά): Από τις πιο γραφικές στη Β. Εύβοια, αμμώδης παραλία, «βιλέπει» ένα μικρό νησί με το ξακλήσι του Αγίου Νικολάου, όπου ο επισκέπτης μπορεί να επισκεφτεί εύκολα κοιλυμπώντας. Δεξιά από την παραλία του Αγίου Νικολάου υπάρχουν άλλες 2 μικρότερες και πιο ήσυχες επιλογές.
- Παραλία Ψαροπούλι (Βασιλικά): Παραλία ~4 χιλιομέτρων, γαλαζοπράσινα νερά Αιγαίου, ψιλό βότσαλο και άμμο, με οργανωμένο και ανοργάνωτο κομμάτι για όλες τις προτιμήσεις. Κατά μήκος της παραλίας συναντά κανείς ταβέρνες-ουζερί και καφετέριες. Από τα κρυμμένα μυστικά εξωτικής ομορφιάς, που βρίσκονται κοντά στα Βασιλικά, για τους λάτρεις της περιπέτειας και της εξερεύνησης, το Λιμενάρι και το Ροδάκι.
- Παραλία Λουτρό (Κοτσικιάς): Μικρή παραλία-φυσικός κόλπος, βαθιά αιγαιοπελαγίτικη, με άμμο και ψιλό κόκκινο βότσαλο, με γραφικά ταβερνάκια, αποτελεί παράδεισο για ερασιτέχνες ψαράδες.
- Παραλία Αχλάδι (Φραγκάκη): Η παραλία έχει μήκος περίπου 2 χιλιομέτρων, έχει άμμο και λίγα βότσαλα και είναι ως επί το πλείστον ανοργάνωτη.
- Παραλία Σαρακηνικό & Άγιος Βασίλειος: Η χερσόνησος της Αγίας Άννας, 2 απομονωμένες παραλίες με βότσαλο, πεντακάθαρα νερά, λίγο κόσμο και άγρια ομορφιά.
- Παραλία Αγίας Άννας (Αγκάλη): Αδιαμφ-

σβήτητα η πιο διάσημη & μεγαλύτερη σε μήκος παραλία της Β. Εύβοιας, υπέστη μεγάλες καταστροφές από τις πρόσφατες πυρκαγιές. Παραλία που διαθέτει όλες τις ανέσεις για το σύγχρονο επισκέπτη, με πηληθώρα επιλογών διαμονής & δραστηριότητες. Η παραλία Κρύα Βρύση θεωρείται ως η νότια προέκταση της Αγίας Άννας, οργανωμένη με αμμουδιά, καφετέριες και γραφικά ταβερνάκια.- Παραλία Κυμάσι (Μαντούδι): Μεγάλη σε μήκος με άμμο & βότσαλο, 4 χιλιόμετρα από το Μαντούδι, με πεντακάθαρα νερά. Σε κοντινή απόσταση βρίσκεται η μοναδικής ομορφιάς παραλία Δαφνοπόταμος, προσβάσιμη μόνο με 4x4 ή με τα πόδια.
- Παραλία Πήλη: Παραλία με ήπια οργάνωση, μεγάλη αμμουδιά με μαύρη άμμο και ψηλό βότσαλο και ταβέρνες πάνω στην παραλία. Λίγα μέτρα από την παραλία, το εκκλησάκι του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου, παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον με τις τοιχογραφίες του.

Πολιτιστικός Τουρισμός – Μουσείο

- Λαογραφικό Μουσείο Λίμνης: Στεγάζεται στο αρχοντικό του Αγγελή Φλώκου και φιλοξενεί αντικείμενα ιστορικού και λαογραφικού ενδιαφέροντος της σπουδαίας ναυτικής παράδοσης της Λίμνης και αρχαιολογικά ευρήματα της περιοχής.
- Λαογραφικό Μουσείο Ιστιαίας: Συλλογή με αντικείμενα της καθημερινότητας, φορεσιές αστικού τύπου από τα γύρω χωριά, εργαλεία άλλων εποχών, έγγραφα και δικαστικές αποφάσεις, παραχωρητήρια του Ελ. Βενιζέλου στους πρόσφυγες της Μικράς Ασίας κ.α.
- Μουσείο Λαϊκής Τέχνης και Αγροτικής Ζωής Αγίας Άννας: Στο μουσείο μπορεί κανείς να δει, μέσα από τα λαογραφικά του εκθέματα, την ιστορία της ευρύτερη περιοχής του Νηλέα από την τουρκοκρατία ως τις μέρες μας. Highlight η άμαξα της οικογένειας Αβέρωφ που μετέφερε τον Όθωνα και την Αμαλία κατά την επίσκεψή τους στην Εύβοια.
- Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Ιστιαίας: Διαθέτει την μεγαλύτερη συλλογή πτηνών στην Ελλάδα (191 είδη της ελληνικής πανίδας) και επιθυμεί να εμπλουτίσει την συλλογή και με άλλα εκθέματα, ειδικά με πετρώματα και ορυκτά.
- Μουσείο Απολιθωμένων Θηλαστικών Κερασίας: Στεγάζει τον παλαιοντολογικό πλούτο της περιοχής. Περιλαμβάνει απολιθώματα θηλαστικών, ασπόνδυλων, πετρώματα και αρχαιολογικά ευρήματα. Προσωρινά κλειστό.

- Μουσείο Μικρασιατικού Πολιτισμού: Εγκαινιάστηκε το 2018, δίπλα στο ναό του Αγίου Ιωάννη του Ρώσου. Στους χώρους του εκτίθενται ιερά κειμήλια και αντικείμενα του καθημερινού βίου που έφεραν μαζί τους οι κάτοικοι του Προκοπίου της Καππαδοκίας μετά τη μικρασιατική καταστροφή.
- Αρχαιολογική Συλλογή Αιδηψού: Αρχαιολογική συλλογή που στεγάζεται στον ημιώροφο του Υδροθεραπευτηρίου του ΕΟΤ. Εκτίθενται στοιχεία από το προϊστορικό παρελθόν της περιοχής, δείγματα κεραμικής από τους γεωμετρικούς & ρωμαϊκούς χρόνους και μυκηναϊκό εξοπλισμό.
- Το Μουσείο Θαλάσσιων Ευρημάτων “Ναυτίλος” Αιδηψού: Μετά από ένα δεκάληπτο ντοκιμαντέρ στην αίθουσα προβολής, ο επισκέπτης περνά στην κύρια αίθουσα με ένα φωτισμό που του δίνει την αίσθηση του βυθού, για να θαυμάσει τα 3000 περίπου εκθέματα από όλο τον κόσμο (κοχύλια, κοράλλια, απολιθώματα, ημιπολύτιμοι λίθοι, πετρώματα). Από το 2014, είναι κλειστό, λόγω οικονομικής δυσχέρειας.

Πολιτιστικός Τουρισμός – Αξιοθέατα

- Ταύρος Ωρεών: Έξοχο ογκώδες γλυπτό, που σήμερα εκτίθεται φυλάσσόμενο μέσα σε γυάλινο κουβούκλιο, κοντά στο λιμάνι των Ωρεών. Ανήκει στην ελληνιστική εποχή με μήκος 3,2 μέτρα και βάρος περίπου 5 τόνους.
- Κάστρο των Ωρεών: Σώζονται τμηματικά κομμάτια οχύρωσης μέγιστου ύψους 2,5 μέτρων. Πέραν των ερειπίων, ο λόφος προσφέρει μοναδική θέα στη πόλη των Ωρεών.
- Πύργος ποιητή Γ. Δροσίνη στις Γούβες: Κτίστηκε το 1800 από τον Ιμπραήμ Αγά, ενώ αργότερα πέρασε στην ιδιοκτησία του ποιητή Δροσίνη. Τα τελευταία χρόνια λειτουργεί και ως μουσείο λαογραφικής συλλογής.
- Μεσαιωνικός Πύργος στις Ροβιές: Κτίστηκε κατά την περίοδο της Φραγκοκρατίας, με σκοπό να αποτελέσει παρατηρητήριο για τις πειρατικές επιδρομές και διαχρονικά άλλαξε πολλές μορφές με αποτέλεσμα να έχει μια υβριδική αρχιτεκτονική, ενώ σήμερα είναι ιδιωτικός.
- Η σπηλιά του Σύλλη: Ένα από τα σωζόμενα ευρήματα ρωμαϊκής περιόδου της περιοχής. Δίνει την εντύπωση σπηλαίου, εντούτοις πρόκειται για ναϊσκο και συνδέθηκε με το Ρωμαίο στρατηγό Σύλλη, ο οποίος επισκεπτόταν τα λουτρά για αποθεραπεία.
- Πύργος Αιδηψού: Ο Πύργος της Αιδηψού, είναι ένας ενετικός τετράγωνος πύργος του 14ου

αιώνα που βρίσκεται κοντά στο εκκλησάκι της Αγίας Παρασκευής. Σήμερα σώζεται ένα μικρό τμήμα του.

- Αρχαία Κήρινθος: Ο χώρος συμπεριλαμβάνει ερείπια από την ακρόπολη της Αρχαίας Κηρίνθου, εγκατάσταση των μεσοελλαδικών χρόνων, κεραμική προϊστορικών χρόνων, διάσπαρτο οικοδομικό υλικό, ορατά οικοδομικά λείψανα, κιβωτιόσχημοι και κεραμοσκεπείς τάφοι κ.ά.
- Αρχοντικό Τομπάζη (Κονάκι): Λαμπρό δείγμα κλασικιστικής αρχιτεκτονικής της εποχής του, δεν είναι επισκέψιμο καθώς παραμένει εγκαταλελειμμένο. Ανάγκη άμεσης αποκατάστασης, ώστε να δώσει αξία στις Κεχριές με την επαναχρησιμοποίησή του ως κέντρο πολιτιστικών εκδηλώσεων, εκθέσεων κλπ.

Πολιτιστικός Τουρισμός – Τοπικές Τέχνες (Αυλή Πολιτιστική Κληρονομιά)

- Χειροτεχνία στη Λίμνη: Χειροποίητα υφαντά από παραδοσιακό αργαλειό στον «Ελαιώνα» στις Ροβιές καθώς και άλλοι ερασιτέχνες που κρατάνε ζωντανή την τέχνη.
- Αγγειοπλαστική στα Κανατάδικα: Παραδοσιακές πέτρινες βιοτεχνίες έχουν διατηρηθεί μέχρι σήμερα και μετατραπεί σε αρχοντικά, ενώ λειτουργεί για εκπαιδευτικούς σκοπούς φούρνος ψησίματος κεραμικών στα πρότυπα του παρελθόντος.

Θρησκευτικός Τουρισμός – Προσκυνηματικά Μνημεία

- Ναός Αγίου Ιωάννη Ρώσου: Στο Προκόπι, χωριό με πλούσια ιστορία, απλωμένο στην καρδιά της κοιλάδας που σχηματίζει ο ποταμός Κηρέας. Ο ναός είναι από τα σημαντικότερα κέντρα προσκυνηματικού τουρισμού στην Ελλάδα. Εδώ φυλάσσονται τα λείψανα του Αγίου Ιωάννη του Ρώσου, τα οποία έφεραν μαζί τους το 1924 πρόσφυγες από το Προκόπι της Καππαδοκίας της Μικράς Ασίας.
- Μονή Όσιου Δαυίδ: Διασώθηκε από τις πρόσφατες πυρκαγιές. Αφιερωμένη στη Μεταμόρφωση του Σωτήρος, πάνω από το χωριό Καθαμούδι, όπου βρίσκονται τα οστά του Αγίου και το ασκηταριό του. Εντυπωσιακό το πέρασμα από το υπόγειο εκκλησάκι των Αγ. Αναργύρων, στα κελιά του μοναστηριού με αγιογραφίες του 17ου αιώνα.
- Μονή Αγίου Νικολάου Γαλιτάκη: Στους πρό-





ποδες του όρους Κανδήλι σε υπέροχη τοποθεσία, με τη Φθιώτιδα απέναντι. Μυστική δίοδος από το παρεκκλήσι που οδηγεί σε κρυψώνα στην οροφή του ναού, θαυμάσιες τοιχογραφίες που οι ειδικοί λένε πως έχουν επιρροές από την Κρητική Σχολή. Κατηφορίζοντας από τη μονή, ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει και την ομώνυμη παραλία.

Θρησκευτικός Τουρισμός – Μοναστήρια

- Μονή Αγίου Γεωργίου Ηλίων: Χτισμένη πάνω σε ρήγμα, η σημερινή γυναικεία Μονή Αγίου Γεωργίου των Ηλίων, πανέμορφη αρχιτεκτονικά και σε υπέροχη τοποθεσία. Παρουσιάζει ιδιαίτερο ιστορικό ενδιαφέρον και αξιοθέατα κειμήλια του ναού.
- Μονή Οσίας Ειρήνης Χρυσοβαλάντου: Βρίσκεται μεταξύ των παραθαλάσσιων χωριών Ροβιών και Ηλίων και έχει εμπρός της το γαλήνιο Ευβοϊκό κόλπο και πίσω της το Βαλάντιο όρος. Τα εκκλησάκια της μονής κοσμούνται με θαυμάσιες Βυζαντινές αιογραφίες. Κοντά στη μονή, στους νότιους πρόποδες του Τελέθριου Όρους, στην περιοχή Ταξιάρχης, έχουν εντοπιστεί ερείπια του Μαντείου του Σεληνούντιου Απόλλωνος, για την ύπαρξη του οποίου υπάρχουν μαρτυρίες σε κείμενα του Θουκυδίδη και του Στράβωνα.
- Παναγία Ντινιούς: Μικρό εκκλησάκι στη Βόρεια Εύβοια, σε παραδεισένια κοιλάδα, κοντά στην Ιστιαία, όπου υπάρχει θαυματουργή εικόνα της Παναγίας, με ενδιαφέρον αφήγημα για την προέλευση της ονομασίας. Ναυτικός Τουρισμός - Λιμάνια / Μαρίνες / Αλιευτικά Καταφύγια
- Σύμφωνα με τον Οργανισμό Λιμένων Ευβοίας, η υπάρχουσα υποδομή «γαλήζας οικονομίας» της Β. Εύβοιας, συγκεντρώνεται σε 10 παραθαλάσσιους οικισμούς: Λίμνη, Ήλια, Αιδηψός, Αγίοκαμπος, Νέος Πύργος, Ωρεοί, Πευκί, Ψαροπούλι, Μαντούδι, Πήλη.
- Τουριστικά Αγκυροβόλια (μαρίνες) θεωρούνται η Λίμνη, η Αιδηψός, ο Αγίοκαμπος και το Ψαροπούλι, παρέχοντας στους επισκέπτες με χρέωση ελλιμενισμό, νερό και ρεύμα, ενώ από ιδιώτες παρέχονται καύσιμα, συντήρηση και επισκευή σκαφών & κινήτρων.

Η Βόρεια Εύβοια διαθέτει εγγύτητα με τον Παγαστικό και τα νησιά των Βόρειων Σποράδων (Σκιάθος-Σκόπελος), γεγονός που επιτρέπει τη δημιουργία συστάδων νησιών / προορισμών επισκέψιμα σε μία διαδρομή

και κατάλληλα για island hopping.

Ανάγκη ενίσχυσης υφιστάμενων λιμενικών υποδομών, ψηφιακού μετασχηματισμού του προϊόντος και δράσεων επικοινωνίας, όπως ορίζει το σχετικό έργο-φωτοδότης «Ανάπτυξη Δικτύου Λιμενικών Υποδομών & Υπηρεσιών υποστήριξης των δραστηριοτήτων της γαλήζας οικονομίας».

Τουρισμός Ευεξίας

- Σημαντική συγκέντρωση ιαματικών πηγών στην μεγαλύτερη λουτρόπολη της Ελλάδας, Αιδηψό (~80 στο Δήμο Αιδηψού-Ιστιαίας), με 8 Ιαματικούς Φυσικούς Πόρους αναγνωρισμένους από το Υπουργείο Τουρισμού και 21 ιδιωτικά υδροθεραπευτήρια (2 αποτελούν και ξενοδοχειακές μονάδες 4* και 5* αντίστοιχα).
- Το Δημόσιο Υδροθεραπευτήριο της Αιδηψού, ένα από τα γνωστότερα και μεγαλύτερα κέντρα υδροθεραπείας στην Ελλάδα, διαθέτει ατομικούς λουτήρες με σύστημα υδρομασάζ και δινόλουτρων, εσωτερικές ιαματικές δεξαμενές κινησιοθεραπείας και ιαματική εξωτερική δεξαμενή με καταρράκτες υδρομασάζ. Πλήρον, λειτουργεί και πέραν της καλοκαιρινής σεζόν, Παρασκευή-Σάββατο-Κυριακή όλο το χρόνο, αλλήλ με περιορισμένο ωράριο λειτουργίας.
- Στη Δημοτική Πιλάζ, ιαματικές πηγές αναβλύζουν από τη θάλασσα ή χύνονται από ψηλά, δίνοντας στον επισκέπτη τη δυνατότητα να συνδυάσει ήλιο & θάλασσα με λουτροθεραπεία, μέσα σε φυσικές «κοιμητήρες» ακόμα και τους χειμερινούς μήνες.

Δυνατότητα ανάδειξης και περαιτέρω ανάπτυξης της Αιδηψού σε πόλο Τουρισμού Ευεξίας όλο το χρόνο, μέσα από την προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων, βελτίωση υποδομών και εμπλουτισμού του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος (συνδυασμός ιαματικών με δραστηριότητες ευεξίας γενικότερα).

Γαστρονομικός Τουρισμός – Τοπικά Προϊόντα & Τοποθεσίες Προέλευσης

- Μέλι (βιολογικό και μη) & παράγωγα του μελιού: Δασόμελα όπως πευκόμελο, ανθόμελο, βελανιδιάς, πεύκο-ερείκνης και το σπάνιο μέλι μάραθου-γλυκάνισου, με αξιοσημείωτες προ-

σπάθειες τυποποίησης/branding από τουλάχιστον 7 τοπικούς παραγωγούς.

- Πράσινες κονσερβοποιίες ΠΟΠ & Λάδι: Βιολογικός ελαιώνας από το 2002, που διαχειρίζεται ο Αγροτικός Ελαιοπαραγωγικός Συνεταιρισμός Ροβιών με αξιοσημείωτη εξαγωγική δραστηριότητα.
- Σύκα (Αγροτικού Συνεταιρισμού) Ταξιάρχη ΠΟΠ: Αποξηραμένα σύκα της ποικιλίας Σμυρνέικη, καλλιεργούνται αποκλειστικά στις κοινότητες Ταξιάρχη, Νέος Πύργος, Αγ. Γεώργιος, Ωρεοί, Ιστιαία, Καμάρια και Καστανιώτισσα.
- Κρασί: Στα Γιάλτρα, καλλιεργούνται 4 λευκές (highlight το Ασύρτικο, Μαλαγουζιά, Ανθά-νι, Μονεμβασιά) και 3 κόκκινες ποικιλίες (Syrah & αναβίωση των παλαιών ευβοϊκών ποικιλιών Μαυροκουντούρα, Βραδυανό).
- Βιολογικά καρύδια & παράγωγα: Πρότυπη καλλιέργεια, δίπλα στη θάλασσα, στο Πευκί.
- Γαλακτοκομικά: Στην Ιστιαία & μικρότερες μονάδες στις Κεχρίες, παραγωγή εκλεκτών τυριών, κυρίως φέτας, ανθότυρου & κατσικίσων και γιαούρτα.
- Βιολογικά ρόδια: Βιοκαλλιέργεια ροδιού και περιορισμένη παραγωγή χυμών και σπόρων σε Λίμνη & Κήρινθο.
- Αλιπαστά: Στο Ασμήνιο Ιστιαίας, παλιές οικογενειακές επιχειρήσεις ασκούν την τέχνη της αντζούγιας και παστώνουν τον γαύρο με την αυθεντική ιταλική τεχνική.
- Κηπευτικά: Με highlight τα μοναδικά στρογγυλά κόκκινα πιπεράκια της Λίμνης.
- Μάραθος: Ιδιαίτερα αρωματικός καλλιεργείται στον υδροβιότοπο Ιστιαίας.

Γαστρονομική εμπειρία που εμπλουτίζει σημαντικά το προϊόν Ήλιος & Θάλασσα, αποτελούν τα παραθαλάσσια χωριά (Λίμνη, Ροβιές, Ήλια, Άγιος Γεώργιος Λιχάδας, Κανατάδικα, Πευκί, Ωρεοί κλπ.) με ταβέρνες και ουζερί που σερβίρουν φρέσκους θαλασσινούς μεζέδες και τοπικά πιάτα πάνω στη θάλασσα. Αντίστοιχη εμπειρία συναντά ο επισκέπτης και στο ορεινό κομμάτι (Προκόπι, Κερασιά, Στροφιλιά, Κοκκινομηλιά κλπ.)

Οινοτουρισμός / Αγροτουρισμός – Επισκέψιμες ή εν δυνάμει επισκέψιμες παραγωγικές μονάδες

- Οινοποιείο «Βруνιώτη» - Γιάλτρα: Επισκέψιμο κατόπιν επικοινωνίας, εμπειρία ξενάγησης

στον αμπελώνα, το παλαιό πατητήρι, στους χώρους του οινοποιείου, στην υπόγεια κάβα ξύλινων βαρελιών και γευσιγνωσία με φανταστική θέα, ανοιχτό όλο το χρόνο.

- Οινοποιείο «Κουτσογιωργάκη» - Ιστιαία: Επισκέψιμο κατόπιν επικοινωνίας, καλλιεργεί και αξιοποιεί ως βάση στη οινοποίησή του, γηγενείς ποικιλίες της Βόρειας Εύβοιας που τείνουν να εξαφανισθούν από τον αμπελογραφικό χάρτη (Βραδιανός, Καρτσιώτης, Απρούδες).
- Οικοτουριστικός Ξενώνας «Ελαιώνας» – Ροβιές: Επισκέψιμο αγρόκτημα και διαμονή, με ποικιλία δραστηριοτήτων εντός και εκτός του κτήματος και την προσθήκη βιωματικής εμπειρίας σε επισκέψιμο λιοτρίβι & γευσιγνωσία ελαιολάδου στο άμεσο μέλλον.
- Τοπικό Ελαιοτριβείο «Καϊρης» – Ωρεοί: Επισκέψιμο κατόπιν επικοινωνίας, για γευσιγνωσία εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου μαθαίνοντας για τις τοπικές ποικιλίες Ιστιαίας και Αμφίσης και τα οργανοληπτικά τους χαρακτηριστικά.
- Αγρόκτημα «Ευβιότοποι» – Κήρινθος: Στο καταπράσινο ύψωμα της Κηρίνου, στη Βόρεια Εύβοια, βρίσκεται το πρότυπο και επισκέψιμο αγρόκτημα πιστοποιημένης βιολογικής εκτροφής. Ενδιαφέρουσα εμπειρία για την οικογένεια, με ελεύθερα ελαφάκια, λάμα και άλογα.
- Μονάδα «Kentris» - Στροφιλιά: Σύγχρονη μονάδα που αναδεικνύει τα προϊόντα της ευβοϊκής γης, τυποποιημένα και ευφάνταστα, με βάση ελιές, στρογγυλά πιπεράκια και θαλασσινά που υπόσχονται ένα αξέχαστο γευστικό ταξίδι στον επισκέπτη. Success story εξαγωγών.
- «Normanfigs» – Ταξιάρχης: Επισκέψιμο κατόπιν επικοινωνίας, βιολογική φάρμα – οικογενειακή επιχείρηση, βραβευμένη από τη Greenpeace International για τις βιώσιμες πρακτικές της, με εξαιρετικής ποιότητας βιολογικά σύκα και τα παράγωγά του.
- Τυροκομείο «Σχορετσανίτη» - Ιστιαία & Κυριακάκης - Αιδηψός: Η φέτα, το «σκαρωτό» σε διάφορες γεύσεις και η ντόπια μυζήθρα δύναται να συντροφεύουν επάξια το τοπικό κρασί και τσίπουρο της περιοχής.

Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας: Παρέχει στις επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού κλάδου της Περιφέρειας όλα τα σύγχρονα προωθητικά εργαλεία, τους υποστηρικτικούς μηχανισμούς και την επαγγελματική τεχνογνωσία που χρειάζονται για να ανταπεξέλθουν στις





υψηλές απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης αγοράς.

Φύση & Υπαίθριες Δραστηριότητες

- Μονοπάτια Τελιέθριου Όρους & Όρους Λίχα: Οργανωμένες δραστηριότητες λαμβάνουν χώρα στα μονοπάτια του Τελιέθριου όρους και όρους Λίχα από διάφορους επαγγελματίες (πχ. Explore Evia), με αφετηρία την Αιδηψό. Πεζοπορίες, ορεινή ποδηλασία, σε ένα μοναδικό τοπίο, με μυρωδιές από κουμαριές, δροσιά από τα υπεραιώνobia πλατάνια και καστανιές, την περίφημη ευβοϊκή δρυς, βότανα, μανιτάρια κλπ.
- River trekking στο Φαράγγι Μποτοβί-ναινας – Νηλέας ποταμός: Πανέμορφη διαδρομή που σχηματίζεται στο διάβα του ποταμού με καταρράκτες, σπηλιές και πλατάνια. Η είσοδος του φαράγγιού είναι εντυπωσιακή καθώς στο σημείο αυτό το φαράγγι είναι πολύ στενό και το ύψος του φτάνει τα 80 μέτρα. Πρόκειται για δραστηριότητα ήπιας δυσκολίας που διαρκεί περίπου 4 ώρες [έχει υποστεί ζημιές από τις πυρκαγιές].
- Καταρράκτες Δαφνοκούκι Ήλια: Πεζοπορία & Canyoning. Το φαράγγι είναι εύκολο στην πρόσβαση, και βρίσκεται περίπου 3 χιλιόμετρα μακριά από τα Ήλια με κατεύθυνση προς την Λίμνη. Στο πιο ψηλό σημείο βρίσκεται ο μεγάλος καταρράκτης Δαφνοκούκι ύψους 35 μέτρων, ανάμεσα σε καταπράσινα δέντρα και βράχια, ενώ στη βάση του δημιουργείται μια μικρή λιμνούλα κατάλληλη για μια ανάσα δροσιάς.
- Καταρράκτης της Γερακιού: Πέντε χιλιόμετρα μακριά από το Πευκί βρίσκετε το χωριό Γερακιού, περίπου 700 μέτρα πριν το χωριό, σε μια όμορφη τοποθεσία βρίσκεται ο ομώνυμος καταρράκτης. Πρόκειται για ένα μικρό όμορφο καταρράκτη, εύκολα προσβάσιμο είτε οδικώς, είτε περπατώντας, περίπου μια ώρα από το Πευκί [έχει υποστεί ζημιές από τις πυρκαγιές].
- Καταρράκτης Κρέμαση στις Αγδίνες: Ο καταρράκτης Κρέμαση βρίσκεται στον ποταμό Ξεριά (αντίθετα με τη ροή του ποταμού για τους πεζοπόρους), σε ένα δύσβατο σημείο μέσα στο δάσος μεταξύ των χωριών Αγδίνες και Μηλιές από τα οποία μπορεί κανείς να τον προσεγγίσει, κάνοντας περίπου 1.5 ώρα πεζοπορία. Συνιστάται η

βοήθεια ντόπιου για την προσέγγιση του καταρράκτη και μέχρι ένα σημείο απαιτείται off road οδήγηση [έχει υποστεί ζημιές από τις πυρκαγιές].

- Κέντρο Ιππασίας στις Καματριάδες: Οι λάτρεις της ιππασίας μπορούν να ιππεύσουν στις πηλιές του Τελιέθριου Όρους, σε εγγύτητα με το χωριό Καματριάδες.
- Rancheros στην Αγία Άννα: Ελεύθερη ιππασία στη φύση για μικρούς και μεγάλους, περιλαμβάνει κυκλική διαδρομή στον οικισμό Μπουρνιά, περνά το παραλιακό ξενοδοχείο Thalatta και διασχίζει κομμάτι του δάσους που βρίσκεται σε φάση αναγέννησης.
- Θαλάσσια σπορ: Τα ήρεμα νερά του κόλπου των Ροβιών είναι ιδανικά για κανόε καγιάκ, windsurf και ιστιοπλοΐα που πραγματοποιούνται στη Λίμνη κατόπιν συνεννόησης με τον Ν.Ο. Λίμνης, ενώ προϋποθέσεις για windsurf & kitesurf μπορεί να βρει κανείς στα Κανατάδικα, Πευκί και Βασιλικά.

Καμμένοι φυσικοί πόροι προς αποκατάσταση & βελτίωση:

- Χώρος δασικής αναψυχής «Καμαρίτσα»-Μονοπάτι προς όρος Καβαλήρη: Βρίσκεται επί του κεντρικού δρόμου Ροβιών-Δρυμών, πλησίον της Ι.Μ. Οσίου Δαυίδ και δεχόταν καθημερινά πλήθος επισκεπτών, που συνδυάζουν τόσο την επίσκεψη στην εν λόγω Μονή όσο και την περιήγηση στην ευρύτερη περιοχή και ιδιαίτερα στο χώρο δασικής αναψυχής 'Καταρράκτες Δρυμών', που βρίσκεται σε κοντινή απόσταση.
- Χώρος δασικής αναψυχής «Καταρράκτες Δρυμών» - Μονοπάτι «Ξηρόν Όρος»: Στον ευρύτερο χώρο αναψυχής, υπήρχαν ειδικά διαμορφωμένα μονοπάτια τόσο για την περιήγηση στο χώρο δασικής αναψυχής (+canyoning) όσο και για την ανάβαση στην κορυφή του Ξηρού όρους, θέσεις θέας, παιδική χαρά, κιάσκια, παγκάκια κλπ.
- Περιηγητικές διαδρομές πέριξ του Δασικού χωριού «Παπάδες» (πράσινη διαδρομή-κόκκινη διαδρομή): Στην ευρύτερη περιοχή του δασικού χωριού είχε κατασκευαστεί ένα δίκτυο περιηγητικών διαδρομών, οι οποίες εξυπηρετούσαν την πεζοπορία, την ορειβασία, την ποδηλασία, την ιππασία, την αναψυχή, την πρόσβαση σε φυσικά αξιοθέατα και γενικότερα την γνωριμία και επαφή με τη φύση. Στην ευρύτερη περιοχή προϋπήρχε και δραστηριό-

τητα canyoning στο «μυστικό» φαράγγι Βασιλικών, που ενώνει το ορεινό χωριό Παπάδες με τα Βασιλικά.

- Χώρος δασικής αναψυχής «Βαθύρεμα-Ταμπακαριά-Προφήτης Ηλίας»: Πρόκειται για έναν οργανωμένο χώρο δασικής αναψυχής, ο οποίος σε συνδυασμό και με το μονοπάτι που ξεκινά από τη θέση 'Βαθύρεμα' και καταλήγει στην κορυφή του λόφου στη θέση 'Προφήτης Ηλίας', προσφέρει στους επισκέπτες αθλή και στους κατοίκους της περιοχής, ένα χώρο επαφής με το δάσος.
- Μονοπάτι «Καναλάκια – Χριστός – Άγιος Γρηγόριος – Μεσοπέτρι»: Ο χώρος εκτείνεται στις βορειότερες απολήξεις του όρους «Καντήλι» και στις νοτιοδυτικές απολήξεις του Τελιέθριου Όρους.

Μονοπάτια Καμμένου Δάσους: Με την προϋπόθεση υλοποίησης των ενεργειών αποκατάστασης των (5) βασικών χώρων δασικής αναψυχής & μονοπατιών περιήγησης, συμπεριλαμβανομένου του Δασικού Χωριού, όπως προδιαγράφονται στη «Μελέτη αποκατάστασης υποδομών σε χώρους δασικής αναψυχής», σταδιακή αξιοποίηση και προβολή στο τουριστικό κοινό.

Οικοτουρισμός

- Απολιθωμένο δάσος της Κερασιάς: Σημαντικής αξίας γεωλογικός πόρος, από τα πλησιότερα απολιθωμένα δάση στην Ευρώπη, με ευρήματα απολιθωμένων κορμών, ευρήματα απολιθωμάτων, ενώ παράλληλα ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συναντήσει τη μοναδική Ευβοϊκή δρυς. Δύναται να αποτελέσει πυλώνα ανάπτυξης δραστηριοτήτων γεωτουρισμού σε συνδυασμό με επίσκεψη στο Μουσείο Απολιθωμένων Θηλαστικών Κερασιάς.
- Παρατήρηση πτηνών (birdwatching) στον Υγρότοπο στα Κανατάδικα: Το Μικρό και Μεγάλο Λιβάρι, δύο παράκτιες λιμνοθάλασσες 3 χιλιόμετρα από τους Ωρεούς, με έντονο ορνιθολογικό ενδιαφέρον, καθώς εδώ βρίσκουν τροφή και ξεκούραση σπάνια πτηνά (πχ. φλαμίνγκο, βουβόκυκνοι κλπ.) ιδιαίτερα την εποχή της αποδημίας. Οι 2 λιμνοθάλασσες μαζί με το Δέλτα του ποταμού Ξηριά και το Υδροχαρές Δάσος Αγίου Νικολάου αποτελούν περιοχές Natura 2000.
- Ναυάγια στα Λιχαδονήσια για καταδυτικές περιηγήσεις:

1. Το Γερμανικό τσιμπεντόπλοιο Pioneer I βυθίστηκε το 1944 κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και βρίσκεται σε βάθος 10 μέτρων, δημιουργώντας ένα ιδανικό περιβάλλον για καταδύσεις ήπιας δυσκολίας (γίνεται αντιληπτό και χωρίς καταδυτικό εξοπλισμό).
2. Το φορτηγό ατμόπλοιο με ελληνική σημαία, SS CRETELAND, βυθίστηκε το 1930 και βρίσκεται σε βάθος 8-13 μέτρων, πλησίον του Αγ. Γεωργίου Εύβοιας.
*Τα ναυάγια πρόκειται να μετατραπούν σε υποθαλάσσια πάρκα από το Υπουργείο Πολιτισμού, με στόχο να πραγματοποιούνται οργανωμένες καταδυτικές εμπειρίες.
**Οργανωμένο diving center υφίσταται στο Πευκί και diving resort στις Ροβιές
- Παρατήρηση Μεσογειακής φώκιας στα Λιχαδονήσια: Μία από τις πιο ευχάριστες εκπλήξεις στην ευρύτερη περιοχή είναι η παρουσία μιας οικογένειας από φώκιες, οι οποίες εδώ και μερικά χρόνια έχουν επιλέξει τα Λιχαδονήσια ως μόνιμη κατοικία τους. Οι εμφανίσεις τους είναι συχνές κατά την διάρκεια της ημέρας και οι πόζες τους για επιδέξιους φωτογράφους ιδιαίτερα εντυπωσιακές.

Ανάγκη αξιοποίησης του Απολιθωμένου Δάσους της Κερασιάς, όπως περιγράφει το σχετικό έργο φωτοδότσης. Ένταξη στο δίκτυο διεθνών Οργανισμών όπως η UNESCO, καθώς και επέκταση και αναβάθμιση του υφιστάμενου μουσείου σε ένα μικρό υπερσύγχρονο μουσείο για τη δημιουργία μιας ολιστικής οικοτουριστικής εμπειρίας.





3

SWOT ANALYSIS





3.1 Εσωτερικό περιβάλλον: Δυνατά & Αδύναμα Σημεία

Δυνατά Σημεία

- Η Εύβοια αποτελεί το 2ο μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας μετά την Κρήτη
- Γεωγραφική εγγύτητα με την Περιφέρεια Αττικής, που αποτελεί και τη βασικότερη πηγή εισερχόμενου τουρισμού του ευρύτερου προορισμού της Εύβοιας
- Πλούσιο απόθεμα πολιτιστικών, ιστορικών, θρησκευτικών και αρχαιολογικών πόρων με σημαντική αναγνωρισιμότητα
- Η σύνδεση του προορισμού με σπουδαία μυθολογικά αφηγήματα και κυρίως το παγκόσμιας εμβέλειας brand Ηρακλής, καθώς και σημαντικά ιστορικά γεγονότα (πχ. Ναυμαχία του Αρτεμισίου)
- Συγκέντρωση ποιοτικών Ιαματικών Πόρων σε μικρή γεωγραφική έκταση, που δύνανται να αποτελέσουν Unique Selling Proposition του προορισμού
- Εναπομείναντες φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι υψηλής αξίας που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη τουριστικών εμπειριών προστιθέμενης αξίας (υπαίθριες δραστηριότητες, αγροτουρισμός, οικότουρισμός κλπ.) όλες τις εποχές του χρόνου.
- Τοπικά προϊόντα, τοπικές συνταγές και επισκέψιμες εμπειρίες που δύνανται να συνθέσουν μια μοναδική γαστρονομική ταυτότητα για την ευβιότικη διατροφή.
- Κοινοπραξία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων με πρωτοβουλία της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας για την ανάδειξη και προώθηση του αγροδιατροφικού κλάδου (τοπικοί παραγωγοί, επισκέψιμες μονάδες, σημεία πώλησης τοπικών προϊόντων).
- Ο Βόρειος Ευβοϊκός, διαθέτει ευνοϊκό περιβάλλον για θαλάσσιες αθλητικές δραστηριότητες και σχετικές επιχειρήσεις, ενώ η Βόρεια Εύβοια έχει τουριστικό προφίλ κατάλληλο για ήσυχες διακοπές που αναζητούν οικογένειες & ζευγάρια.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

Αδύναμα Σημεία

- Διαρθρωτικές αδυναμίες του τουριστικού τομέα στην Π.Ε. Εύβοιας (έλλειψη εύρεσης προσωπικού κάθε ειδικότητας, υπερπροσφορά στην Αιδηψό και δυσανάλογη σχέση ζή-

τησης-προσφοράς, τουριστικές υποδομές σε παρακμή, κλπ.).

- Η πλειονότητα των μονάδων είναι 2*, με δυναμικότητα χαμηλότερη από το μέσο όρο της χώρας και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια ανήκουν στην πλειονότητά τους στην κατηγορία 2 κλινιδιών.
- Προσέλκυση σημαντικού όγκου μαζικού τουρισμού πολύ χαμηλής καταναλωτικής δύναμης, ιδιαίτερα σε τουριστικούς πόλους όπως η Αιδηψός με υπερπροσφορά καταλυμάτων.
- Η Εύβοια γενικότερα ως τουριστικός προορισμός, συγκαταλέγεται μέσα στους προορισμούς με χαμηλή διεθνή & εγχώρια φήμη και αναγνωρισιμότητα.
- Περιορισμένη αξιοποίηση και μετουσίωση των υφιστάμενων τουριστικών πόρων σε οργανωμένο προϊόν και προβολή & προώθηση σε διεθνείς αγορές.
- Απουσία Γαλάζιων Σημαίων στη Βόρεια Εύβοια.
- Εν δυνάμει πολιτιστικοί πόροι και κτηριακό απόθεμα με ιστορική αξία παραμένουν αναξιοποίητα και διαβρώνονται στο πέρασμα του χρόνου (πχ. Παλιό Υδροθεραπευτήριο κτήριο Τσίλληρ Αιδηψός, Ιστορικά Ξενοδοχεία Αιδηψός, Μεσαιωνικός Πύργος στις Ροβιές κλπ.).
- Ανεπαρκές ψηφιακό αποτύπωμα και απουσία επίσημης τουριστικής πύλης & ψηφιακών εργαλείων για την προβολή και προώθηση του προορισμού της Βόρειας Εύβοιας.
- Οδική Πρόσβαση Βόρειας Εύβοιας, με επικινδυνότητα ιδιαίτερα μετά τις καταστροφικές φωτιές και δυσανάλογη σχέση χρόνου-απόστασης από την τουριστική «πύλη» του νησιού, Χαλκίδα.
- Ελάχιστη προσφορά σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις υπαίθριες δραστηριότητες.
- Η προσβασιμότητα των επισκεπτών ναυτικού τουρισμού στη Βόρεια Εύβοια από την Αττική, παρουσιάζει αντικειμενικές δυσκολίες, καθώς η διέλευση από την Παλαιά Γέφυρα Ευρίπου (Χαλκίδα) τυχάνει μόνο βραχυχρόνιου προγραμματισμού (κυρίως βραδινές ώρες).
- Το παραλιακό μέτωπο της Εύβοιας δύσκολα συναντάται στο πρόγραμμα διεθνών tour operators και οι αφίξεις προέρχονται κυρίως από εγχώριους επισκέπτες.
- Υστέρηση σε υποδομές υγείας που παρουσιάζουν υποστελέχωση σε νοσοκομειακούς γιατρούς και κλίνες.



Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

3.2 Εξωτερικό περιβάλλον: Ευκαιρίες & Απειλές

Ευκαιρίες

- Η σύνδεση του Βόρειου με το Νότιο οδικό άξονα στην Εύβοια, ώστε να διευκολυνθεί η πρόσβαση και να δημιουργηθεί μία ενιαία τουριστική αγορά.
- Αξιοποίηση σημαντικών ευρωπαϊκών πόρων για την τουριστική προβολή και προώθηση του αναγεννημένου προορισμού της Βόρειας Εύβοιας στο διεθνή και εγχώριο τουριστικό κοινό
- Προβολή και αξιοποίηση των σύνθετων χαρακτηριστικών που παρουσιάζει η Εύβοια και των προοπτικών που έχει για τουρισμό ήλιου & θάλασσας, ναυτικό τουρισμό (σκάφη αναψυχής), οικότουρισμό, τουρισμό ευεξίας και τουρισμό υπαίθριων δραστηριοτήτων.
- Στροφή των ταξιδιωτών σε αναδυόμενους προορισμούς ως απάντηση στον υπερτουρισμό και σε αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών που εμβαθύνουν στην τοπική κουζίνα.
- Αξιοποίηση της αυξανόμενης ζήτησης των ταξιδιωτών για εμπειρίες αθλητικού τουρισμού, τουρισμού περιπέτειας, φυσιοθεραπευτικού τουρισμού & slow travel αξιοποιώντας τις υφιστάμενες υποδομές και πόρους της Β. Εύβοιας.
- Μετά την πανδημία Covid-19 παρατηρείται αύξηση των εκδρομών με αυτοκίνητο (ιδιαίτερα των κοντινών από τα αστικά κέντρα) για την αποφυγή συνωστισμού στα εναλλακτικά ταξιδιωτικά μέσα μεταφοράς.
- Η άνοδος της ασημένιας οικονομίας (Silver Economy), η αύξηση του προσδόκιμου ζωής και η βελτίωση της υγείας των ηλικιωμένων συντελούν στην ανάπτυξη συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων δημιουργώντας ευκαιρίες για την επέκταση της τουριστικής περιόδου
- Αξιοποίηση αεροδρομίου Νέας Αγχιάλου ως πύλη εισόδου διεθνούς τουριστικής κίνησης.
- Στροφή των ταξιδιωτών προς την επιλογή πράσινων τουριστικών προορισμών, επιχειρήσεων και καταλυμάτων που αξιοποιούν την κυκλική οικονομία.
- Αξιοποίηση του Film Office Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας που καθιστά εφικτή τη δημιουργία ξένων κινηματογραφικών παραγωγών στην Ελλάδα.
- Η κλιματική αλλαγή απαιτεί νέες στρατηγικές με σκοπό τη βιώσιμη διαχείριση των φυσικών

πόρων αλλιά και αλληλαγή στρατηγικής του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος (καταλύματα με πιστοποιήσεις βιώσιμης και πράσινης λειτουργίας κλπ.).

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

Απειλές

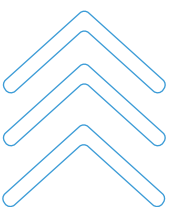
- Απουσία συνεργασίας ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, αλλιά και ιδιωτικού με ιδιωτικό τομέα, γεγονός που δεν ευνοεί την ανάπτυξη και τον εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος με σκοπό την συστηματική και ολοκληρωμένη τουριστική ανάδειξη του προορισμού.
- Υψηλή εξάρτηση από τον εσωτερικό τουρισμό, πολύ υψηλότερη από άλλους προορισμούς ίδιας δυναμικής, ο οποίος επηρεάστηκε σημαντικά από την οικονομική κρίση της προηγούμενης δεκαετίας καθώς και εξάρτηση από Προγράμματα Κοινωνικού Τουρισμού.
- Περιορισμένο επενδυτικό ενδιαφέρον για υλοποίηση τουριστικών επενδύσεων στην Βόρεια Εύβοια (έναντι Νότιας Εύβοιας) και διατήρηση του υφιστάμενου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης που βασίζεται στον μαζικό τουρισμό χαμηλής προστιθέμενης αξίας & αγοραστικής δύναμης.
- Ισχυρός ανταγωνισμός σε εγχώριο επίπεδο από εδραιωμένους προορισμούς με παρόμοια χαρακτηριστικά (πχ. Πελοπόννησος), που διαθέτουν ανταγωνιστικότερο τουριστικό προϊόν και πόρους (φυσικά τοπία, παραλίες, πολιτιστικούς και αρχαιολογικούς χώρους), γεωγραφική τοποθεσία και συνδεσιμότητα με βασικές αγορές, πιο ανεπτυγμένες τουριστικές υποδομές και καλύτερη προβολή & προώθηση του προϊόντος τους.
- Ο κατακερματισμός των επιχειρήσεων καταλυμάτων (πολλές σε πλήθος με μικρή δυναμικότητα) δυσκολεύει την οργανωμένη συνεργασία με διεθνείς tour operators and travel agents και απαιτεί τη δημιουργία δικτύων και πρωτόκολλων συνεργασίας, γεγονός που δεν ευνοεί την κατεύθυνση μεγαλύτερου όγκου τουριστικής κίνησης στην περιοχή.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece





4 ΟΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ



4.1 Διεθνείς τάσεις προς αξιοποίηση στη στρατηγική

Ψηφιακός Μετασχηματισμός & Καινοτομία

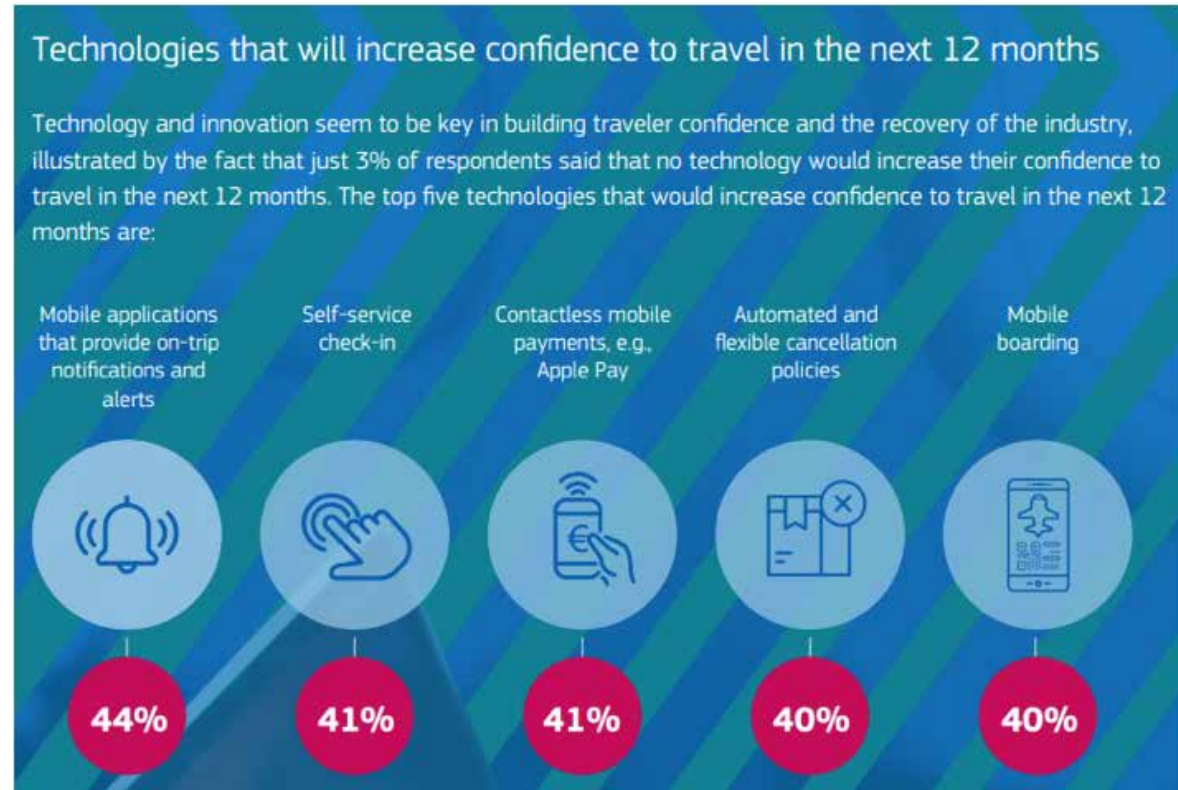
Η ψηφιακή τεχνολογία αποτελεί πλέον αναπόσπαστο μέρος του κλάδου του τουρισμού, ωθώντας τις τουριστικές επιχειρήσεις σε διαρκή αξιολόγηση του ψηφιακού τους αποτυπώματος:

- Η πηλειονότητα των τουριστικών επιχειρήσεων προσπαθεί να ακολουθεί τις σύγχρονες τάσεις της τεχνολογίας, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους.
- Προκειμένου οι προορισμοί να ανταποκριθούν στον ψηφιακό μετασχηματισμό, δημιουργούν υποστηρικτικούς μηχανισμούς που παρέχουν εμπειρογνωμοσύνη και πόρους σε επιχειρήσεις και οργανισμούς.
- Προορισμοί όπως η Ισπανία και η Σλοβενία έχουν δημιουργήσει ολοκληρωμένες διαδικτυακές πλατφόρμες και marketplaces για την προβολή και προώθηση υπηρεσιών και εμπειριών.

Είναι ανάγκη να υπάρχει συνεχής αναζήτηση των

ψηφιακών touchpoints με τους δυνητικούς επισκέπτες από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό. Ψηφιακά εργαλεία προς αξιοποίηση:

- Mobile-first λογική. Η εμπειρία του χρήστη (User Experience) είναι πλέον σε συντριπτικό βαθμό mobile-oriented, κάτι το οποίο επηρεάζει σημαντικά τόσο την ανάπτυξη νέων ψηφιακών εργαλείων (πχ. websites, applications κλπ.), όσο και τους τρόπους προώθησης αυτών.
- Social Media Marketing. Μεγαλύτερη δυναμική στο travel παρουσιάζει το Instagram, ενώ έδαφος κερδίζει το Tik-Tok, καθιερώνοντας ένα νέο μοτίβο «κατανάλωσης» περιεχομένου. Frequency-Consistency-Quality, αποτελούν παράγοντες επιτυχίας.
- Google Maps Footprint & Reputation Management σε πλατφόρμες όπως το TripAdvisor, Foursquare κλπ.
- Δημιουργία περιεχομένου (content) σύγχρονης αισθητικής και σύμφωνα με τις διεθνείς πρακτικές. Short-form videos στο επίκεντρο της προσοχής των χρηστών.



Sources: INSETE (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece, Amadeus (2021), Rebuild Travel Survey

Sustainability & Βιώσιμος Τουρισμός Βασικά συμπεράσματα με βάση την έρευνα της Expedia Group (2022):

- Όφελος: Οι πληροφορίες που αφορούν το sustainability στην ταξιδιωτική βιομηχανία είναι σε σημαντικό βαθμό συγκεχυμένες. Είναι ζητούμενο να αποσαφηνιστεί στους ταξιδιώτες το πραγματικό αντίκτυπο και το ουσιαστικό όφελος που προκύπτει από τις βιώσιμες πρακτικές που εφαρμόζει ένας προορισμός / μια επιχείρηση.
- Αυθεντικότητα: Οι ταξιδιώτες θέλουν να γνωρίζουν (και να βλέπουν) ότι τα travel brands βασίζονται επί της ουσίας σε βιώσιμες πρακτικές και όχι σε θεωρητικό επίπεδο. Είναι ζητούμενο για τους προορισμούς και τις επιχειρήσεις, η επικοινωνία πραγματικών παραδειγμάτων που αποδεικνύουν την ύπαρξη sustainable επιλογών.
- Προστιθέμενη Αξία: 1 στους 2 ταξιδιώτες είναι πρόθυμος να ξοδέψει σημαντικά περισσότερα χρήματα σε μεταφορά, διαμονή και δραστηριότητες, εφόσον αυτές καθίστανται πραγματικά sustainable.

Βασικά συμπεράσματα με βάση την έρευνα της Booking.com (2022):

- 46% των ταξιδιωτών αποφάσισε να πραγματοποιήσει τη διαμονή του σε sustainable κατάλυμα τον περασμένο χρόνο, με σκοπό είτε να βοηθήσει στη μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος, είτε να βιώσει μια πιο αυθεντική, local εμπειρία ή διότι πιστεύει πως μια sustainable επιλογή διαμονής βοηθά και στην προστασία της τοπικής κοινωνίας.
- Σε επίπεδο βαθύτερης σύνδεσης και προσασίας του προορισμού, το 66% των ταξιδιωτών θέλει να ζήσει αυθεντικές εμπειρίες στον προορισμό που θα τον κάνουν να δεθεί σε ένα πιο ουσιαστικό βαθμό μαζί του και να νιώσει ντόπιος, ενώ επίσης το 59% θέλει να αφήσει τον τόπο που επισκέπτεται καλύτερο από ότι τον βρίσκει.
- 25% των επισκεπτών είναι διατεθειμένο να ξοδέψει περισσότερο σε δραστηριότητες που έχουν οικονομικό αντίκρυσμα για την τοπική κοινωνία και οικονομία. Στο πλαίσιο αυτό, και σε επίπεδο αναδυόμενων ευκαιριών για τους προορισμούς, το 34% των ερωτωμένων ανέφερε πως δεν κατάφερε να βρει ή / και να διασφαλίσει δραστηριότητες και tours που να υποστηρίζουν την τοπική οικονομία.



Sources: Booking.com (2022), Sustainable Travel Report.

Expedia Group Media Solutions (2022), Sustainable Travel Study. Consumer Attitudes, Values and Motivations in Making Conscientious Choices.



Inclusive Travel

Βασικά συμπεράσματα με βάση την έρευνα της Expedia Group (2022):

- Με τον όρο Inclusive Travel, αναφερόμαστε στη νέα τάση που διαμορφώνεται στο ταξιδιωτικό τοπίο, όπου η προσβασιμότητα, η διαφορετικότητα, το περιβάλλον, οι τοπικές κοινωνίες και οι πολιτισμοί, αναγνωρίζονται ως ζητούμενα πλέον από τον σύγχρονο ταξιδιώτη, ο οποίος θέλει περισσότερη ενημέρωση για όλα αυτά τα θέματα στους προορισμούς που επισκέπτεται. Η συμπερίληψη (inclusion) είναι η αποδοχή της διαφορετικότητας και των τοπικών πολιτισμών και κοινοτήτων, διασφαλίζοντας ισότιμη πρόσβαση στα ταξίδια για όλους.
- 7 στους 10 ταξιδιώτες θα επέλεγαν έναν προορισμό, ένα κατάλυμα ή ένα μέσο μεταφοράς που να εξυπηρετεί όσο το δυνατόν περισσότερο όλους τους τύπους ταξιδιωτών, ακόμα και αν είναι πιο ακριβό, ενώ επίσης, το 78% των ερωτηθέντων είπε ότι έχει κάνει μια ταξιδιωτική επιλογή με βάση διαφημίσεις οι οποίες, είτε με το μήνυμά τους, είτε με το εικαστικό τους περιεχόμενο, τους έκαναν να αισθανθούν πως εκπροσωπούνται.
- Ανάγκη για προσβασιμότητα: Το 92% των ταξιδιωτών πιστεύει ότι είναι σημαντικό οι ταξιδιωτικοί πάροχοι να ανταποκρίνονται στις ανάγκες προσβασιμότητας όλων των ταξιδιωτών. Μάλιστα, ενώ ένα σημαντικό μέρος του παγκόσμιου πληθυσμού ζει με αναπηρία και ξοδεύει για ταξίδια, μόνο το 1% του ταξιδιωτικού μάρκετινγκ «εκπροσωπεί» τους ταξιδιώτες με αναπηρία.
- Η σημασία της τοπικής κουζίνας: Το 64% των καταναλωτών ενδιαφέρεται να μάθει περισσότερα για τις ταξιδιωτικές επιλογές που υποστηρίζουν τους τοπικούς πολιτισμούς και τις κοινότητες, ενώ το 42% των ερωτηθέντων ανέφερε πως έκανε αγορές από τοπικές κοινότητες ή/και μειονοτικές ομάδες. Παρόλα αυτά, η έρευνα υποστηρίζει πως οι καταναλωτές αναζητούν περισσότερες πληροφορίες για το πώς να εμπλακούν ακόμη περισσότερο, ενώ επίσης είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για επιλογές που υποστηρίζουν τις τοπικές κοινότητες και πολιτισμούς.
- Η αποδοχή της διαφορετικότητας: Το Inclusive Travel δεν σημαίνει απλώς συμπερίληψη ταξιδιωτών με κινητικά προβλήματα, αλλά και όλων εκείνων με διαφορετικό χρώμα, υπόβαθρο και ταυτότητα.

Sources: Expedia Group Media Solutions (2022), Inclusive Travel Insights Report. Understanding Traveler Values & Opportunities for Marketers

4.2 Στόχοι & Στρατηγικές Προτεραιότητες

1. Αναστροφή αρνητικής εικόνας Βόρειας Εύβοιας λόγω των καταστροφικών πυρκαγιών του 2021 και σταδιακό brand building «πάνω στην καταστροφή» με αισιόδοξες, αυθεντικές & ζωντανές εικόνες και μηνύματα.
2. Ενίσχυση ζήτησης σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (Μάιος-Ιούνιος & Σεπτέμβριος), μέσω προβολής εμπειριών και προτεραιοτήτων σχετικών με την εποχή, για την καταπολέμηση της εποχικότητας.
3. Η διαμόρφωση κεντρικής διακριτής δημιουργικής ταυτότητας (brand identity) με βάση την επιθυμητή τοποθέτηση του προορισμού, με προσαρμογές ανά θεματική εμπειρία/προϊόν αποτελεί το πρώτο και βασικό συστατικό της επικοινωνιακής υποδομής που είναι ανάγκη να δημιουργηθεί για την προβολή της Βόρειας Εύβοιας.
4. Άντληση αξίας από την Κεντρική & Νότια Εύβοια που αποτελούν πιο ώριμους, τουριστικά προορισμούς με στόχο την τόνωση του τουρισμού στη Βόρεια Εύβοια και μεγαλύτερη εξωστρέφεια όσον αφορά τις βασικές αγορές στόχος, όπως αποτυπώνονται στη «Στρατηγική Στόχευσης».
5. Δημιουργία πλούσιου προγράμματος εκδηλώσεων & μετεξέλιξη των πολυήμερων φεστιβάλ σε ορόσημα για τον προορισμό. Η φιλοξενία σημαντικών φεστιβάλ, μεταξύ των οποίων και αθλητικές διοργανώσεις μπορούν να αναδείξουν τον προορισμό που βιώνει μια κρίση και να προσελκύσουν σημαντικό αριθμό επισκεπτών.
6. Διαμόρφωση τουριστικού προϊόντος με εστίαση στο προϊόν Ήλιος & Θάλασσα και εμπλουτισμός με τουριστικές εμπειρίες προστιθέμενης αξίας σύμφωνα με τους υφιστάμενους πόρους που μπορούν πιο άμεσα και με ήπιες παρεμβάσεις να αξιοποιηθούν.
7. Κινητροδότηση εργαζομένων για εποχιακή απασχόληση σε τουριστικές επιχειρήσεις της Βόρειας Εύβοιας, για την καταπολέμηση της έλλειψης εύρεσης προσωπικού κάθε ειδικότητας.
8. Εκπαίδευση, κατάρτιση & υποστήριξη εργαζομένων, ανέργων, αυτοαπασχολούμενων και ιδιοκτητών που εμπλέκονται με τον τουρισμό.
9. Διάρκης αθλητηνίδραση του τουρισμού με



το «νέο δάσος» που αναγεννάται και τα έργα/εξελίξεις, όπως προκύπτουν από τις άλλες μελέτες (Πολιτισμός, Αγροδιατροφή, Δάσος).

Disclaimer: Η παρούσα μελέτη δεν αντιμετωπίζει τα τουριστικά προϊόντα ως ξεχωριστές οντότητες, αλλά ενθαρρύνει τους εμπλεκόμενους του τουρισμού να δημιουργήσουν ένα ενιαίο τουριστικό προϊόν, εμπλουτισμένο με τουριστικές εμπειρίες που δύνανται να διαφοροποιήσουν τον προορισμό από τους εγχώριους ανταγωνιστές της και να λειτουργήσουν ως λόγοι επίσκεψης και παραμονής στη Βόρεια Εύβοια.

Στόχος Μακροπρόθεσμου Ορίζοντα: Με την ολοκλήρωση του έργου για το νέο δρόμο Χαλκίδας-Ιστιαίας, ο προορισμός δύναται να δημιουργήσει συμπληρωματικά προϊόντα που συνδυάζουν τοποθεσίες και εμπειρίες που λαμβάνουν χώρα σε όλη την έκταση της Βόρειας Εύβοιας (σε απόσταση <1 ώρας), ενώ παράλληλα πρόκειται να δημιουργηθεί ένας ενιαίος τουριστικός πόλος Κεντρικής & Βόρειας Εύβοιας, που θα αλληλοτροφοδοτεί με επισκέπτες τους 2 προορισμούς όλο το χρόνο. Η σχέση του προορισμού με την Αθήνα πρόκειται να βελτιωθεί σημαντικά και η Βόρεια Εύβοια μπορεί να τροφοδοτείται με διεθνή τουριστική κίνηση από το Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών.

4.3 Όραμα & Στρατηγική

Όραμα: Η Βόρεια Εύβοια να διαφοροποιηθεί μέσα από την ανάδειξη του πλούτου εμπειριών που διαθέτει, εστιάζοντας στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, έχοντας στον πυρήνα τους το «νέο δάσος» που αναγεννάται και αποτελεί πηγή πλούτου για την τοπική κοινωνία και εμπλουτίζει την πρόταση αξίας του προορισμού.

Ευαισθητοποίηση Επισκεπτών (Call to Action): Γίνε και εσύ κομμάτι της επόμενης μέρας της Βόρειας Εύβοιας μέσα από τις επιλογές που θα κάνεις για τις διακοπές σου, στηρίζοντας τις προσπάθειες των ανθρώπων της. Όποτε και αν την επισκεφθείς, αναζήτησε πρωτοβουλίες προστασίας και αναγέννησης της φύσης και στήριξε ενεργά την τοπική κοινωνία, αγοράζοντας ντόπια προϊόντα. #BePartOfNorthEvia.

Στρατηγική: Σύνδεση της πρότασης αξίας της Βόρειας Εύβοιας με τις προτιμήσεις των επισκεπτών. Διαμόρφωση ενός χαρτοφυλακίου εμπειριών για τη στοχευμένη προβολή στα κοινά ενδιαφέροντος όπως αυτά ορίζονται στη στρατηγική στόχευσης.

4.4 Μοναδικά χαρακτηριστικά & επιθυμητή τοποθέτηση Βόρειας Εύβοιας



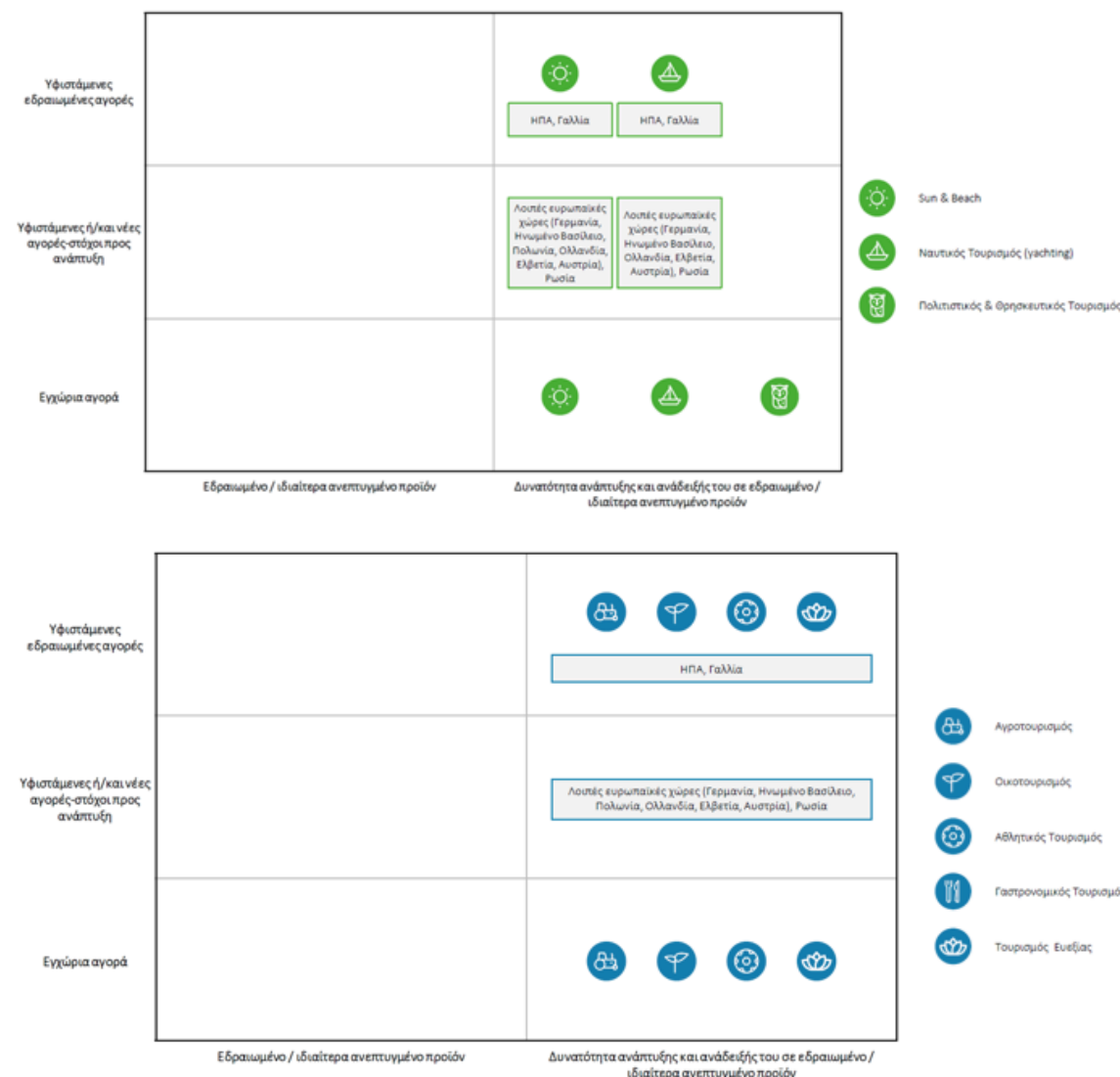


Επιθυμητή Τοποθέτηση Προορισμού (Positioning)

Βόρεια Εύβοια, ένας προορισμός που συνδυάζει αρμονικά βουνό και θάλασσα, κοντά στην Αθήνα, προσβάσιμος για όλους, με επίκεντρο τον άνθρωπο και την «υπεύ-

θυνη» επαφή του με τη φύση, τον πολιτισμό και την τοπική κοινωνία, προσφέροντας εμπειρίες ζωής που επιδεικνύουν αναλλοίωτες στο χρόνο ανθεκτικότητα και αυθεντικότητα.

4.5 Προϊοντική Εστίαση Εύβοιας Τουριστικά Προϊόντα & Αγορές Ενδιαφέροντος



Source: INΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece



Κύριες Αγορές Στόχος (για περαιτέρω διεύρυνση): Ελλάδα, Ρουμανία, Ουγγαρία, Ισραήλ, Πολωνία, Γαλλία, Γερμανία
Αγορές προς Ανάπτυξη: ΗΠΑ, Αυστρία, Ελβετία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ρωσία
Δευτερεύουσες Αγορές Στόχος: Σερβία, Βόρεια Μακεδονία

4.6 Στρατηγική Στόχευσης

Τμήματα Αγοράς / Δημογραφικές Ομάδες Generation Z (1997-2012)

- Επιλέγουν ατομικά ταξίδια, με το 34% αυτών να έχουν ήδη σχεδιάσει ένα ατομικό ταξίδι μέσα στην επόμενη δεκαετία.
- Επιλέγουν το ταξίδι έναντι υλικών αγαθών, με το 65% να δίνουν προτεραιότητα στη διοργάνωση ταξιδιού και τη γνωριμία νέων τόπων. Έχουν ήδη λίστα με μελλοντικούς προορισμούς, με το 32% να έχουν προσθέσει τουλάχιστον 5 αγαπημένους προορισμούς για τα επόμενα 10 χρόνια.
- Ενδιαφέρονται για το αντίκτυπο του ταξιδιού τους, με το 56% να επιθυμεί να διαμείνει σε ένα πράσινο ξενοδοχείο και το 52% να δηλώνει ότι θα επέλεγε λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς, εάν ωφελιούσε το περιβάλλον.
- Χαρακτηρίζονται ως «social snappers», οι οποίοι επηρεάζονται από τα κοινωνικά δίκτυα, ιδιαίτερα το Instagram για την επιλογή του προορισμού.

Millennials (1981-1996)

- Αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι του ταξιδιωτικού κοινού.
- Αναζητούν μοναδικές εμπειρίες, επιδεικνύοντας κοινωνικότητα και ενεργητικότητα, ενώ ο προορισμός είναι δευτερευούσης σημασίας (βαρύτητα στην ποιότητα + μοναδικότητα).
- Αναζητούν και απολαμβάνουν αυθεντικές εμπειρίες, για τις οποίες μπορούν να διηγούνται ενδιαφέρουσες ιστορίες στον κύκλο τους.
- Οι εμπειρίες που αναζητούν στρέφονται γύρω από τις έννοιες της χαλάρωσης, της ευεξίας, της αυτοβελτίωσης (πνευματικής και σωματικής) και της απόλαυσης.
- Διαθέτουν εμπειρία σε διεθνή ταξίδια και κατά συνέπεια ικανότητα κριτικής αξιολόγησης των υπηρεσιών που λαμβάνουν.
- Πάνω από το 70% των Millennials είναι ανοιχτοί για βοήθεια και έμπνευση όταν σχεδιάζουν ένα ταξίδι, με τα Social Media να αποτελούν το βασικό κανάλι επιρροής.

Generation X (1965-1980)

- Τμήμα αγοράς που καταλαμβάνει πάνω από το 50% των ηγετικών θέσεων (leadership roles) παγκοσμίως.
- Ταξιδεύουν λιγότερο σε σχέση με τις προηγούμενες δημογραφικές ομάδες και εστιάζουν σε οικογενειακά ταξίδια πολιτιστικού ενδιαφέροντος, ενώ χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα στην επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού.
- Σύμφωνα με την Expedia Group Media Solutions το 71% θα ήθελε να πραγματοποιήσει off-the-beaten-path δραστηριότητες και ντόπιες συστάσεις. Όσον αφορά τα ενδιαφέροντά τους στο ταξίδι, προτεραιότητα δίνεται στην απόλαυση μουσείων, πολιτιστικών αξιοθέτων και δραστηριότητες σχετικές με την τέχνη.
- Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, 88% πραγματοποιεί ταξίδια εντός της χώρας προέλευσης, ενώ μόλις το 12% πραγματοποιεί ταξίδια στο εξωτερικό.
- Το Facebook & το Pinterest αποτελούν τα βασικότερα κανάλια για έμπνευση όσον αφορά στις ταξιδιωτικές τους αποφάσεις.

Boomers & Τρίτη Ηλικία (1946-1964)

- Με βάση πρόσφατα στοιχεία του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών, ο πληθυσμός της τρίτης ηλικίας, αναμένεται να αυξηθεί σε ~2,1 δισ. άτομα το 2050.
- Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του Οργανισμού διαΝΕΟσις, στην Ευρώπη το ποσοστό των ταξιδιών που θα αντιστοιχεί σε ηλικιωμένους αναμένεται να αυξηθεί από 15% το 2010 σε 32% το 2050. Επιπλέον, μέχρι το 2050 το ένα τρίτο της συνολικής τουριστικής δαπάνης στην Ευρώπη θα προέρχεται από άτομα που θα έχουν υπερβεί το 65ο έτος της ηλικίας τους.
- Στα ταξιδιωτικά κίνητρα περιλαμβάνονται η ξεκούραση/χαλάρωση, η κοινωνική αλληλεπίδραση, η σωματική ευεξία, η μάθηση και η επιθυμία για νέες ποιοτικές εμπειρίες.
- Τα άτομα 50+ ενδιαφέρονται ολόενα και λιγότερο για διακοπές Ήλιου & Θάλασσας και περισσότερο για Πολιτιστικούς/Θρησκευτικούς λόγους και Ευεξία.
- Τα ταξιδιωτικά πακέτα για τουρίστες τρίτης ηλικίας πρέπει να απαρτίζονται από μη τυποποιημένες εμπειρίες, να χαρακτηρίζονται από αξιοπιστία, προσβασιμότητα, εύκολη μεταφορά, διασφάλιση της ασφάλειας και της ποιότητας και να συνδυάζουν τόσο εξωτερικές δραστηριότητες όσο και εσωτερικές δραστηριότητες με στοιχεία γαστρονομίας, εικαστικών τεχνών και μουσικής.





Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», Expedia Group Media Solutions + Skift (2019), επεξεργασία Marketing Greece

Market Audiences (Personas)

Λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορετικές ταξιδιωτικές προτιμήσεις και τάσεις που διαμορφώνουν την παγκόσμια τουριστική εικόνα, προκύπτει η ανάγκη επαναπροσδιορισμού της στρατηγικής στόχευσης από το παραδοσιακό targeting αγορών με δημογραφικά, γεωγραφικά και εισοδηματικά χαρακτηριστικά σε targeting travel personas που παρουσιάζουν κοινά ταξιδιωτικά ενδιαφέροντα και συμπεριφορές.

Culture Lovers

- Εντάσσουν στο πρόγραμμα διακοπών τους επισκέψεις σε αρχαιολογικά & ιστορικά μνημεία, τους ενδιαφέρει το πολιτιστικό/ιστορικό υπόβαθρο του προορισμού που επισκέπτονται και αναζητούν δραστηριότητες γύρω από αυτό (π.χ. Εκθέσεις, Events & Festivals).
- Τα αξιοθέατα διατηρούν τη σημαντικότητά τους ως κριτήριο επιλογής προορισμού, με την προϋπόθεση να αφηγούνται μια αξιομνημόνευτη ιστορία.
- Σημαντικό κριτήριο επιλογής προορισμού αποτελούν επίσης οι πολιτιστικές εμπειρίες που απευθύνονται σε όλη την οικογένεια.

Outdoor Enthusiasts

- Ταξιδιωτική persona που παρουσιάζει την ταχύτερη ανάκαμψη την μετά Covid 19 εποχή.
- Το συγκεκριμένο είδος επισκέπτη αναζητά δραστηριότητες στη φύση του προορισμού, ήπιου χαρακτήρα με μικρό βαθμό δυσκολίας που μπορεί να κάνει με την οικογένεια ή/και φίλους/ζευγάρια, απολαμβάνοντας το φυσικό περιβάλλον (hiking/river trekking, canoe/kayaking/rafting, biking/cycling, sailing, safaris/birdwatching, canyoning κλπ.).
- Οι adventure travellers είναι sub-segment της συγκεκριμένης personas, αναζητούν υπαίθριες δραστηριότητες που απαιτούν εμπειρία και έχουν ένα υψηλότερο βαθμό δυσκολίας (π.χ. rafting σε ορμητικά ποτάμια, πεζοπορία σε δύσβατες κορυφές βουνών, ορειβάσια κλπ.).

Foodies

- Αγαπούν το φαγητό και τις τοπικές κουζίνες/προϊόντα, αναζητούν γαστρονομικές εμπειρίες (wine tasting, cooking classes κλπ.) που τους δίνουν δυνατότητα να συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγική διαδικασία και να γνωρίσουν τους ανθρώπους πίσω από αυτές.
- Το 1/3 των Millennials & Gen Z, δίνουν έμφαση στις εμπειρίες γαστρονομικούς ενδιαφέροντος ως τον κύριο παράγοντα που θα λάβουν υπόψη τους προτού αποφασίσουν να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι.
- Για την Ελλάδα, το Food & Drink είναι η πιο συχνή (θετική) συζήτηση στις αξιολογήσεις των επισκεπτών στο διαδίκτυο.

Slow Travellers

- Ταξιδιώτες με αυξημένη ευαισθητοποίηση σχετικά με την κλιματική αλλαγή και το αντίκτυπο του τουρισμού στο περιβάλλον, τις τοπικές κοινωνίες και την πολιτιστική κληρονομιά.
- Ταξιδιώτες που αναζητούν τη χαλάρωση σε συνδυασμό με την ανακάλυψη σε βάθος ενός τόπου – χωρίς δεσμευτικές «bucket lists» – μέσω των βιωματικών εμπειριών που προσφέρει αλλιά και μέσω της συναναστροφής τους με τους ντόπιους.

Digital Nomads

- Ταξιδεύουν σε όλο τον κόσμο, «μεταφέρουν» την εργασία τους σε προορισμούς σε όλο τον κόσμο, αξιοποιώντας την τεχνολογική υπεροχή της εποχής και υιοθετώντας έναν συγκεκριμένο τρόπο ζωής που επιδιώκει την ουσιαστική τους ενσωμάτωση στην καθημερινότητα των προορισμών που διαμένουν
- Η επιλογή του συγκεκριμένου τρόπου ζωής (νομαδισμός), περιλαμβάνει πολύ έντονα το στοιχείο της ευελιξίας, της ανακάλυψης, αλλιά και την ύπαρξη μιας κοσμοθεωρίας στην οποία δεν υφίσταται γεωγραφικός περιορισμός
- Ανήκουν συνήθως στη γενιά των Millennials ή GenZ, επιδιώκουν να βρίσκονται σε ασφαλείς προορισμούς με ευνοϊκό κλίμα και ενδιαφέρουσες εμπειρίες που τους αναζωογονούν και αναζητούν γρήγορη πρόσβαση στο διαδίκτυο

4.7 Οριζόντιες Στρατηγικές Κατευθύνσεις Ανάπτυξης Βόρειας Εύβοιας ως τουριστικό προορισμό

Βελτίωση & Ανάπτυξη Υποδομών

- Βελτίωση και αναβάθμιση οδικού δικτύου και ανάπτυξη συνδεσιμότητας εντός της Περιφερειακής Ενότητας Εύβοιας
- Ενίσχυση της δημόσιας συγκοινωνίας και άλλων συλλογικών μετακινήσεων
- Ενίσχυση υποδομών υγείας Β. Εύβοιας & κατάλληλη στελέχωση
- Ενεργειακή & αισθητική αναβάθμιση κτιριακών εγκαταστάσεων τουριστικού ενδιαφέροντος
- Ενίσχυση του προφίλ/επιπέδου φιλικότητας του νησιού για άτομα με αναπηρία και μειωμένη κινητικότητα
- Πρόσβαση και ταχύτητα internet στους βασικούς τουριστικούς πόλους

Αναβάθμιση & Προώθηση Τουριστικού Προϊόντος

- Καταγραφή και διασύνδεση των σημείων και των πόρων οικολογικού, πολιτιστικού, θρησκευτικού, ηλαογραφικού και γαστρονομικού ενδιαφέροντος του προορισμού, με στόχο τον εμπλουτισμό των τουριστικών προϊόντων της Βόρειας Εύβοιας.
- Σχεδιασμός και ανάπτυξη ολοκληρωμένου, συνεκτικού και στοχευμένου προγράμματος τουριστικής προβολής και προώθησης.
- Σχεδιασμός ημερολογίου βιωματικών εκδηλώσεων με κύριο άξονα την πολιτιστική και γαστρονομική παράδοση της περιοχής, καθώς και τις δυνατότητες για υπαίθριες και αθλητικές δραστηριότητες.
- Πιστοποιήσεις ποιότητας διεθνούς, εθνικής ή περιφερειακής στόχευσης που αυξάνουν το αίσθημα ασφάλειας και εμπιστοσύνης των επισκεπτών.

Ψηφιακή Αναβάθμιση & Μετασχηματισμός

- Δημιουργία ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό Εύβοια με στόχο τη ολοκληρωμένη παροχή και αναζήτηση πληροφορήσεων στο δυνητικό επισκέπτη για όλες τις προσφερόμενες εμπειρίες, δραστηριότητες, παροχές και τις υπάρχουσες επιχειρήσεις.
- Ανάπτυξη ψηφιακών εφαρμογών που θα αυξήσουν την ελκυστικότητα τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων (π.χ. mobile application για πεζοπορικά μονοπάτια, audio guides στα μουσεία κλπ.).

Προστασία Περιβάλλοντος & Αειφόρος Ανάπτυξη

- Διατήρηση, προστασία, προώθηση και ανάπτυξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονο-

μιάς με πυρήνα το νέο δάσος.

- Διαχείριση αδέσποτων ζώων.
- Δίκτυο ενημέρωσης και παροχής κινήτρων προς τις τουριστικές επιχειρήσεις για τη δημιουργία υποδομών φιλικών προς το περιβάλλον, με βιώσιμη διαχείριση (π.χ. χαμηλή ενεργειακή κατανάλωση, ανακυκλώσιμα προϊόντα) και αναβάθμιση των υφιστάμενων προς αυτή την κατεύθυνση.

Προστασία Περιβάλλοντος & Αειφόρος Ανάπτυξη

- Διαμόρφωση κουλτούρας συνεργειών μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.
- Αναβάθμιση συστήματος εκπαίδευσης και κατάρτισης των επαγγελματιών του τουριστικού τομέα.
- Υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και της ίδρυσης καινοτόμων επιχειρήσεων στον τουρισμό.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

4.8 Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Τουριστικών Προϊόντων

Ήλιος & Θάλασσα – Δυνατότητα ανάπτυξης σε εδραιωμένο προϊόν

- Βελτίωση προσβασιμότητας στις παραλίες και κατάλληλη σήμανση. Βελτίωση της σήμανσης και τοποθέτηση διακριτικών ταμπελιών / δίγλωσσων πινακίδων σε κομβικά σημεία του προορισμού που θα καθοδηγούν τους επισκέπτες στις παραλίες.
- Βελτίωση και ανάπτυξη κατάλληλων υποστηρικτικών δομών ιδιαίτερα σε παραλίες υψηλής επισκεψιμότητας της Βόρειας Εύβοιας (π.χ. υπηρεσίες ναυαγοσώστη, πρώτες βοήθειες, τουαλέτες, ντουζιέρες, σκιάστρα). Τοποθέτηση απαραίτητων σημάνσεων κατά μήκος της ακτογραμμής για την ασφάλεια (π.χ. περίπτωση Αιδηψού με συνδυασμό ιαματικών & θάλασσας) αλλιά και την ενημέρωση των λουόμενων. Χώροι στάθμευσης για ΙΧ και δεσμευμένοι χώροι για τουριστικά πουλμαν/van προς αποφυγή κυκλοφοριακής συμφόρησης.
- Βελτίωση προσβασιμότητας και παροχών σε ΑμεΑ, άτομα με κινητική αναπηρία και περιορισμένη κινητικότητα ή άτομα με περιορισμένη όραση (π.χ. σύστημα seatrac αυτόνομης εισόδου και εξόδου από τη θάλασσα), ώστε η Βόρεια Εύβοια της επόμενης ημέρας να είναι προσβάσιμη για όλους.





- Προβολή και προώθηση του εξειδικευμένου προϊόντος Sun & Beach στον προορισμό, αναδεικνύοντας την ποικιλία των επιλογών μεταξύ οργανωμένων και απομονωμένων παραλιών, κάποιες εξ αυτών μόνο με θαλάσσια πρόσβαση, μοναδικής ομορφιάς και ιδιαιτερότητας όπως τα Λιχαδονήσια.
- Εμπλουτισμός του προϊόντος με το πλούσιο πολιτιστικό και θρησκευτικό απόθεμα της περιοχής και storytelling το οποίο δεν έχει επαρκώς ενσωματωθεί στο τουριστικό προϊόν του προορισμού.
- Ενίσχυση της προβολής και προώθησης των πολήλαπλών επιλογών θαλάσσιων δραστηριοτήτων (windsurfing/kitesurfing, canoe kayak, SUP, tubes, καταδύσεις, που προσφέρονται από σχετικές επιχειρήσεις και ξενοδοχεία που δραστηριοποιούνται παραλιακά.
- Εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος Sun & Beach με οικοτουριστικές & αγροτουριστικές δραστηριότητες χαμηλής έντασης, όπως για παράδειγμα ιππασία δίπλα στη θάλασσα, fishing trips, γευσιγνωσία κρασιού και λαδιού κλπ.
- Ανάπτυξη σύνθετων τουριστικών πακέτων και θεματικών εμπειριών που θα συνδυάζουν το προϊόν Sun & Beach με υπηρεσίες χαλάρωσης και ευεξίας και την τοπική γαστρονομία (B2B Δράσεις).
- Οργάνωση προγραμμάτων καθαρισμού των παραλιών από τους Δήμους, με στόχο την ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας αλλά και των επισκεπτών σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος. Παροχή κινήτρων στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε παράκτιες περιοχές για τη διαφύλαξη του φυσικού και θαλάσσιου περιβάλλοντος μέσω ενεργών δράσεων.
- Ανάγκη χορήγησης Γαλάζιων Σημαίων, ένα παγκόσμιο σύμβολο ποιότητας, που απονέμεται βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων. Κατά τη διάρκεια της μελέτης, έχουν προκριθεί 19 παραλίες της Βόρειας Εύβοιας προς αξιολόγηση και απόδοση Γαλάζιας Σημαίας.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός – Δυνατότητα ανάπτυξης σε εδραιωμένο προϊόν

- Πολιτιστικό & Θρησκευτικό απόθεμα με χαμηλή τουριστική αξιοποίηση οδηγούν στην ανάγκη δημιουργίας αφηγηματικού περιεχομένου αξιοποιώντας το μυθολογικό πλούτο &

τους πόρους του προορισμού και εν συνεχεία κατάλληλη προβολή & προώθηση σε ελκυστικά κοινά στόχος με σχετικά ενδιαφέροντα.

- Ανάγκη ολοκληρωμένης καταγραφής και κεντρικής, αξιόπιστης προβολής στους δυνητικούς επισκέπτες με πληροφορίες σχετικά με τη λειτουργικότητα των πολιτιστικών και θρησκευτικών πόρων και τα μοναδικά στοιχεία που καθιστούν τα μνημεία αυτά άξια προς επίσκεψη.
- Εκσυγχρονισμός μουσειακού πλούτου και αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων με στόχο μεγαλύτερη διαδραστικότητα με τους επισκέπτες και διεύρυνση των επίσημων ωραρίων επίσκεψης.
- Ανάδειξη, προβολή & προώθηση της μοναδικής άυλης πολιτιστικής και λαογραφικής κληρονομιάς του προορισμού και μέσω εκσυγχρονισμού των μουσείων, ψηφιακών μέσων και βιωματικών εκδηλώσεων.
- Δημιουργία οργανωμένων πολιτιστικών εμπειριών/θεματικών tours με άξονα την αρχιτεκτονική σε τουριστικούς πόλους που συγκεντρώνουν σχετικό ενδιαφέρον, όπως η Αιδηψός, η Λίμνη κλπ.
- Ανάγκη αναβίωσης Χειροτεχνικού συνεταιρισμού Λίμνης, άλλων χειροτεχνικών συνεταιρισμών και «Μουσειακή παρουσίαση» υφαντών. Εμπλουτισμός της εμπειρίας με προγράμματα εκπαίδευσης για τα σχολεία π.χ. τα τρία πρώτα χρόνια του Δημοτικού - Υφαντική (μύθοι, ιστορικά, με χαρτί, με κουρέλια, σε τελέα κλπ.) τα τρία επόμενα χρόνια Δημοτικού Αγγειοπλαστική, στο Γυμνάσιο Μύθοι Ηρακλή (θεατρικά, χορευτικά, ιστορικά, επισκέψεις σε άλλα μέρη κλπ.), τα τρία χρόνια Λυκείου Γαστρονομία (τοπικά προϊόντα, μελισσοκομία, κτηνοτροφία, γεωργία, παραγωγή, μαγειρική κλπ.
- Ανάγκη αναβίωσης της αγγειοπλαστικής τέχνης στην Ιστιαία – Κανατάδικα και δημιουργία επισκέψιμων εμπειριών που ο επισκέπτης θα έχει τη δυνατότητα να συμμετέχει στην παραγωγική διαδικασία και να εμβαθύνει στις τοπικές τέχνες.
- Εμπλουτισμός των προσκυνηματικών/θρησκευτικών εμπειριών υψηλής επισκεψιμότητας (π.χ. Άγιος Ιωάννης Ρώσος, Μονή Όσιου Δαυίδ κλπ.) με γαστρονομικές, αγροτουριστικές εμπειρίες και ήπιες δραστηριότητες στη φύση που βρίσκονται σε εγγύτητα.
- Συμμετοχή των ενδιαφερόμενων επιχειρηματιών και των ξεναγών σε σεμινάρια και προγράμματα κατάρτισης.



Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

Ναυτικός Τουρισμός – Δυνατότητα εξέλιξης σε προϊόν υψηλής προστιθέμενης αξίας

- Δυνατότητα ανάπτυξης σε ιδιαίτερα αναπτυγμένο προϊόν λόγω των ευνοϊκών συνθηκών πλεύσης στο Βόρειο Ευβοϊκό, της εκτεταμένης ακτογραμμής, της γεωμορφολογίας, της φυσικής ομορφιάς και της γεωγραφικής θέσης της Εύβοιας με εγγύτητα στην ηπειρωτική Ελλάδα, τη Σκύρο, τις Βόρειες Σποράδες, τον Παγασσικό, την Αττική.
- Οργάνωση και βελτίωση στο τομέα διαχείρισης των θέσεων ελλιμενισμού και των λιμμάτων των σκαφών αναψυχής, μελέτη βάσει της ζήτησης για θέσεις ελλιμενισμού για τη δημιουργία νέων θέσεων ελλιμενισμού τουριστικών σκαφών σε υπάρχοντες λιμένες ή την ανάγκη ανάπτυξης νέων μαρίνων ή / και μετατροπή των παλαιών λιμένων σε μαρίνες και λιμένες εξυπηρέτησης τουριστικών πλοίων και υπηρεσίες.
- Ανάγκες αναβάθμισης υποδομών και βελτίωσης της διαχείρισης τους και δυνατότητα αξιοποίησης συνεργειών με το δίκτυο μαρίνων της Περιφέρειας Αττικής.
- Ενίσχυση της προβολής και προώθησης του ναυτικού τουρισμού αξιοποιώντας σύγχρονα διαδικτυακά μέσα και τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για την ανάδειξη ναυταθλητικών εκδηλώσεων που διοργανώνονται στον προορισμό και προσελκύουν αθλητές και επισκέπτες από όλη την Ελλάδα. Ενδεικτικές εκδηλώσεις πανελλαδικής εμβέλειας που δύναται να αντλήσει αξία η Βόρεια Εύβοια είναι η «Evia Regatta».
- Εμπλουτισμός του προϊόντος του ναυτικού τουρισμού με γαστρονομικές εμπειρίες & θαλάσσιες δραστηριότητες (θαλάσσιο σκι, snorkeling, SUP) που συναντώνται σε παραθαλάσσιους οικισμούς που διαθέτουν λιμάνια/μαρίνες/αλιευτικά καταφύγια και παραλίες υψηλής επισκεψιμότητας της Βόρειας Εύβοιας.
- Στήριξη ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων σκαφών αναψυχής.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

Τουρισμός Ευεξίας – Δυνατότητα εξέλιξης σε προϊόν υψηλής προστιθέμενης αξίας

- Εκσυγχρονισμός κτιριακών εγκαταστάσεων γενικότερα αλλά και των υδροθεραπευτηρίων

της Αιδηψού και διεύρυνση των παρεχόμενων υπηρεσιών ευεξίας.

- Ανάγκη μελέτης της δυσανάλογης σχέσης ζήτησης-προσφοράς σε επίπεδο διαμονής που αντιμετωπίζει ο προορισμός της Αιδηψού και προτεινόμενα έργα/δράσεις για τη βελτίωση της ξενοδοχειακής προσφοράς (π.χ. μέσω πολεοδομικής ανασυγκρότησης).
- Αναγνώριση όλων των ιαματικών πηγών της περιοχής της Αιδηψού από το Υπουργείο Τουρισμού ως Ιαματικούς Φυσικούς Πόρους, προκειμένου να διευκολυνθεί η αξιοποίησή τους για τη δημιουργία υποδομών τουρισμού ευεξίας.
- Διεύρυνση της περιόδου λειτουργίας του Υδροθεραπευτηρίου όλο το έτος, προκειμένου να αμβλυυνθεί η εποχικότητα και να προσελκύονται επισκέπτες όλο το χρόνο στον προορισμό.
- Συνεργασία με διεθνείς ταξιδιωτικούς πράκτορες που ειδικεύονται σε τουριστικά πακέτα σε προορισμούς ευεξίας για τουρίστες, που οι υπηρεσίες αυτές αποτελούν πρωτεύοντα ρόλο του ταξιδιού.
- Προσέλιψη στοχευμένων τμημάτων αγοράς μέσω εξειδικευμένων καναλιών διανομής και προώθησης, προβάλλοντας μια ολιστική προσέγγιση υγιεινού τρόπου ζωής και αυθεντικών εμπειριών (π.χ. Silver Economy).
- Διακρατικές συμφωνίες και συμβάσεις συνεργασίας με ασφαλιστικά ταμεία του εξωτερικού, καθώς ασφαλιστικά και συνταξιοδοτικά ταμεία σε αρκετές ευρωπαϊκές χώρες καλύπτουν τα έξοδα των ασφαλισμένων εν δυνάμει τουριστών για να ταξιδέψουν σε άλλη χώρα και να απολαύσουν υπηρεσίες υγείας, ακόμη και εάν πρόκειται για προληπτική θεραπεία.
- Εμπλουτισμός του ιαματικού τουρισμού με το πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα του προορισμού. Ανάδειξη και προώθηση του μοναδικού storytelling των ιαματικών πηγών της Αιδηψού από την αρχαιότητα έως και σήμερα, και προβολή των μυθολογικών στοιχείων που αφορούν την περιοχή (Ηρακλής Σύλλας κ.α.).
- Προσφορά διευρυμένων ταξιδιωτικών πακέτων ευεξίας που περιλαμβάνουν ολοκληρωμένα βιωματική εμπειρία φέρνοντας τον επισκέπτη σε επαφή με το γαστρονομικό και τον οικοτουριστικό πλούτο του προορισμού. Προσφορά ολοκληρωμένων πακέτων υπηρεσιών ευεξίας σε συνδυασμό με βιολογικά τοπικά προϊόντα, όπως καρποί, έλαια, αποστάγματα και χυμοί αλλά και σχετικές δραστηριότητες (π.χ. Yoga, Personal Training κλπ.).





- Αναβάθμιση των δεξιοτήτων απασχολούμενων στον κλάδο του τουρισμού ευεξίας.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

Γαστρονομικός & Αγροτουρισμός – Δυνατότητα εξέλιξης σε προϊόν υψηλής προστιθέμενης αξίας

- Ανάπτυξη υποδομών ολοκληρωμένου αγροτουριστικού προϊόντος που δεν θα περιορίζεται σε χώρους καταλύματος παραδοσιακού τύπου, αλλά θα προσφέρει τη δυνατότητα δραστηριοτήτων σε αγρόκτημα, αμπελώνες και κτηνοτροφικές μονάδες αλλά και την μεταποίηση/πώληση των αγροτικών προϊόντων εντός των μονάδων.
- Ευελιξία στο νομοθετικό πλαίσιο και τις άδειες σχετικά με τη δυνατότητα ανάπτυξης πολλών δραστηριοτήτων (πολυλειτουργικότητα) εντός της αγροτουριστικής μονάδας (υπηρεσίες διαισθητικής, εστίασης, παρασκευής φαγητού από τους επισκέπτες, αγροτική παραγωγή και ήπιες δραστηριότητες κ.α.). Παροχή κινήτρων και χρηματοδοτικών σχημάτων για την επέκταση των αγροτουριστικών μονάδων σε πολυλειτουργικές δραστηριότητες.
- Δημιουργία sub-brand αγροδιατροφής (υπό το ευρύτερο τουριστικό umbrella brand της Βόρειας Εύβοιας ή της Εύβοιας γενικά) που θα «ντύνει» επικοινωνιακά τόσο προϊόντα ΠΟΠ/ΠΓΕ που θα συσκευάζονται και θα μεταπωλούνται όσο και τις γαστρονομικές εμπειρίες που θα δημιουργηθούν.
- Υποδομές δραστηριοτήτων ήπιας περιπέτειας και ψυχαγωγίας εντός των αγροτουριστικών μονάδων (π.χ. ιππασία με άλογο που εκτρέφονται εντός της μονάδας), που απευθύνονται σε όλο το εύρος της οικογένειας.
- Δημιουργία ενιαίας γαστρονομικής διαδρομής (food trail) που διασυνδέει τις επισκέψιμες γαστρονομικές και πολιτιστικές/λαογραφικές εμπειρίες της Εύβοιας γενικότερα, ως νησιώτικου προορισμού της Ελλάδας. Η διαδρομή είναι ανάγκη να περιλαμβάνει προϊόντα-πυλώνες ΠΟΠ, βιωματικές/συμμετοχικές εμπειρίες γαστρονομίας και πολιτιστικές εμπειρίες με νοηματική και γεωγραφική συνοχή.
- Δημιουργίας ενιαίας διαδρομής κρασιού (wine route) της νήσου Ευβοίας, κεφαλαιοποιώντας την οινική αναγνωρισιμότητα και δυναμική της Κεντρικής & Νότιας Εύβοιας, διευρύνοντας το προϊόν με τη «Διαδρομή Κρασιού Τελέθριου Όρους», της Βόρειας Εύβοιας.
- Προώθηση αυθεντικών εμπειριών με άμεση

σύνδεση με την παραδοσιακή γαστρονομία της περιοχής χρησιμοποιώντας τοπικές πρώτες ύλες και τις τεχνικές παρασκευής τοπικών προϊόντων. Οι επισκέπτες έρχονται σε επαφή και συμμετέχουν σε όλα τα στάδια της παραγωγής τοπικών προϊόντων, σε καθημερινές εργασίες ενός αγροκτήματος, στην παρασκευή τοπικών συνταγών (cooking classes) ή ακόμα και σε ένα fishing trip.

- Διασύνδεση και εμπλουτισμός του γαστρονομικού τουρισμού με τον πολιτιστικό και θρησκευτικό πλούτο των οικισμών της Βόρειας Εύβοιας. Η ανάδειξη των μοναδικών στοιχείων του προορισμού και η εγγύτητά τους σε φυσικούς πόρους υψηλής αξίας, σε συνδυασμό με μοναδικές βιωματικές εμπειρίες μπορεί να διαφοροποιήσει το γαστρονομικό & αγροτουριστικό προϊόν.
- Συμμετοχή των ενδιαφερόμενων επιχειρηματιών και αγροτών σε σεμινάρια και προγράμματα κατάρτισης.
- Πιστοποίηση επιχειρήσεων που προσφέρουν τοπικά και οικολογικά προϊόντα/τρόφιμα και οικολογική γαστρονομία με γνώμονα τη συμβολή τους στη διατήρηση της αγροτικής και πολιτιστικής κληρονομιάς (π.χ. Ευβοϊκή διατροφή βλήπε σχετική Μελέτη Αγροδιατροφής) και της εφαρμογής βιώσιμης περιβαλλοντικής διαχείρισης των φυσικών πόρων.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

Αθλητικός Τουρισμός & Υπαίθριες Δραστηριότητες – Δυνατότητα εξέλιξης σε προϊόν υψηλής προστιθέμενης αξίας

- Η χωροθέτηση, χάραξη και σήμανση πεζοπορικών μονοπατιών του Τελέθριου όρους & όρος Λίχα. Συντήρηση υφιστάμενων πεζοπορικών, ποδηλατικών και ορειβατικών διαδρομών του προορισμού και βελτίωση της σήμανσης των μονοπατιών σε εκείνα τα οποία παρουσιάζουν ελλείψεις.
- Ανάδειξη των υπαίθριων δραστηριοτήτων σε δάση, φαράγγια, ορεινούς όγκους (πεζοπορία, ποδηλασία, canoe, river trekking, canyoning, ιππασία κλπ.) που είναι λειτουργικές στην περιοχή της Βόρειας Εύβοιας & των αθλητικών εκδηλώσεων και βελτίωση της προβολής και προώθησης με τη χρήση σύγχρονων ψηφιακών μέσων (ψηφιακή πύλη, mobile application, διαδραστικοί χάρτες).
- Προβολή και ανάδειξη της δυνατότητας ανάπτυξης εξειδικευμένων θαλάσσιων δραστηριο-

τήτων ενεργούς αναψυχής στα παράλια της Βόρειας Εύβοιας, όπως ιστιοπλοΐα, snorkelling, θαλάσσιο σκι, canoe kayak, SUP κ.α.

- Αξιοποίηση υπάρχουσας μελέτης σχετικά με τη σηματοδότηση & προβολή του Εθνικού Μονοπατιού 21 που θα ενώνει Βόρεια & Νότια Εύβοια ξεκινώντας από τους Ωρεούς και καταλήγοντας στην Κάρυστο, εμπλουτισμένο με θεματικές εμπειρίες κατά τη διάρκεια της διαδρομής.
- Σύνδεση του αθλητικού τουρισμού με την τοπική γαστρονομία με στόχο την προσφορά ενός ολοκληρωμένου προϊόντος αθλητικής εμπειρίας και υπαίθριων δραστηριοτήτων ενεργούς αναψυχής που εκτός από τη σωματική άσκηση και εξερεύνηση φυσικών πόρων θα εστιάζει στην υγιεινή διατροφή.
- Ενίσχυση του Αυθεντικού Μαραθωνίου Κοιλύμνησης Ιστιαίας-Αιδηψού, ώστε να εδραιωθεί ως διοργάνωση διεθνούς εμβέλειας, στα πρότυπα του Αυθεντικού Μαραθωνίου Αθήνας.
- Διοργάνωση πολυαθλητικών events που αφορούν υπαίθριες δραστηριότητες εντός πόλης/οικισμών, στο βουνό, στη θάλασσα και εμπλουτισμός με δράσεις ευεξίας για την αποκατάσταση των συμμετεχόντων μέσω των ιαματικών πηγών. Φεστιβάλ που θα απευθύνονται όχι μόνο στους λάτρεις των αθλητικών δραστηριοτήτων αλλά και σε όλη την οικογένεια.
- Βελτίωση υποδομών προσβασιμότητας ΑμεΑ και ατόμων με προβλήματα κινητικότητας με σκοπό να αποκτήσουν πρόσβαση σε υπαίθριες δραστηριότητες, καθώς και διοργάνωση σχετικών αθλητικών events (παραολυμπιακά αθλήματα) που αφορούν στο συγκεκριμένο κοινό.
- Στήριξη και προώθηση ανάπτυξης οργανωμένων δικτύων συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου υπαίθριων δραστηριοτήτων με ξενοδοχεία, tour operators των κύριων προϊόντων της περιοχής (Sun & Beach, Yachting) καθώς και με τις πύλες εισόδου της περιφερειακής ενότητας.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece

Οικοτουρισμός – Δυνατότητα εξέλιξης σε προϊόν υψηλής προστιθέμενης αξίας

- Ανάπτυξη δραστηριοτήτων παρατήρησης της φύσης (πουλιών, πεταλούδων, ρουλουδιών, θηλαστικών, αστεριών) σε ένα σύμπλεγμα φυ-

σικών πόρων που διαθέτει ο προορισμός με περιοχές ενταγμένες στο Δίκτυο Natura, Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους, αισθητικά δάση, υδροβιότοποι και πλήθος προστατευόμενων περιοχών.

- Προώθηση και ανάδειξη των σημαντικής αξίας γεωλογικών πόρων του προορισμού οι οποίοι μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων γεωτουρισμού, με άξονες το Απολιθωμένα Δάσος της Κερασιάς και τα Λιχαδονήσια.
- Με αφορμή την απελευθέρωση 2 ναυαγίων στο Β. Ευβοϊκό από το ΥΠΠΟ, σχεδιασμός και οργάνωση ομαδικών καταδύσεων αναψυχής ήπιας δυσκολίας.
- Συμμετοχή σε εκθέσεις για οικοτουριστικές και δραστηριότητες περιπέτειας & συνεργασία με εξειδικευμένους tour operators για την δημιουργία οργανωμένων πακέτων οικοτουρισμού.
- Προώθηση πρακτικών ανταλλαγής τεχνολογίας με εδραιωμένους προορισμούς σε θέματα περιβαλλοντικής διαχείρισης οικοτουριστικών πόρων και παροχής οικοτουριστικών υπηρεσιών. Η τεχνολογία οφείλει να συμβαδίζει με την καλλιέργεια του ανθρώπινου δυναμικού των οικοτουριστικών μονάδων με την απαραίτητη νοοτροπία που να συμβαδίζει με τον οικολογικό πλούτο του προορισμού.
- Δημιουργία Κέντρου Περιβαλλοντικής Πληροφόρησης που στόχο θα έχει την εκπαίδευση και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση ντόπιων και επισκεπτών, μέσα από ένα διαχρονικό, βιωματικό ταξίδι για το πριν, τη διάρκεια των πυρκαγιών και την επόμενη ημέρα. Διασύνδεση με άλλα τουριστικά προϊόντα (όπως ήπιες αθλητικές δραστηριότητες, πολιτιστικές/θρησκευτικές περιηγήσεις κ.α.).
- Ευκαιρία σχεδιασμού ενός νέου τουριστικού προϊόντος, που προϋποθέτει την εθελοντική προσφορά του επισκέπτη για την αναβίωση του προορισμού. Φροντίδα υπό εξαφάνιση ή ταλαιπωρημένων ζώων, φύτεμα δέντρων ή ενεργή συμμετοχή στις δραστηριότητες των ντόπιων, είναι μερικά από τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών που είναι κοινωνικά συνειδητοποιημένοι και ευαισθητοποιημένοι σχετικά με το περιβάλλον και επιθυμούν ενεργά να συμβάλουν στην ενίσχυση της βιωσιμότητας ενός τόπου, όπως η Βόρεια Εύβοια που έζησε τις καταστροφικές πυρκαγιές το 2021 και τις συνέπειές της.

Source: ΙΝΣΕΤΕ (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης», επεξεργασία Marketing Greece





Ψηφιακοί Νομάδες (Digital Nomads) – Προς ανάπτυξη τουριστικό προϊόν υψηλής προστιθέμενης αξίας

Γενικές προϋποθέσεις ανάπτυξης προϊόντος που ανταποκρίνεται στις ανάγκες των ψηφιακών νομάδων και ισχύουν για κάθε προορισμό ανεξαρτήτως μορφολογίας και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών:

- Γρήγορη πρόσβαση στο διαδίκτυο.
- Επιλογές καταλυμάτων για μακροχρόνια διαμονή (~2-3 μήνες).
- Value for money κόστος ζωής (διαμονή, μετακίνηση, εστίαση, ψυχαγωγία).
- Φορολογικές ελφαρύνσεις/απαλλαγές.
- Ευκολία μετακίνησης εντός του προορισμού (transfer/mobility services).
- Ύπαρξη ή δυνατότητα διαμόρφωσης κοινότητας ψηφιακών νομάδων (communities) με στόχο την ενίσχυση της αίσθησης ομαδικότητας και συνεργατικού πνεύματος.
- Μείζονος σημασίας η ύπαρξη co-working & co-living χώρους, καθώς η συλλογικότητα, η συνεργασία και η αίσθηση δημιουργίας της κοινότητας που προκύπτει μέσα από αυτούς τους χώρους, αποτελούν βασικά στοιχεία της φιλοσοφίας τους.
- Ζωντανοί προορισμοί, λειτουργικοί όλο το χρόνο, με πλήθος διαθέσιμων τουριστικών και μη εμπειριών και φιλόξενη τοπική κοινωνία που θα μεγιστοποιεί το αίσθημα ασφάλειας και ικανοποίησης του ψηφιακού νομά.

Source: European Cities Marketing (2021), Understanding the world of the digital nomad, επεξεργασία Marketing Greece

4.8 Ειδικές Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Τουριστικών Πόλων

Αιδηψός

- Ανάπτυξη γαστρονομικού προφίλ στα πρότυπα της μεσογειακής διατροφής και της ευζωίας που μπορεί να προσφέρει στους επισκέπτες.
- Σταδιακή ανάπτυξη Επαγγελματικού Τουρισμού (B2B Events, Συνέδρια κλπ.) αξιοποιώντας την ξενοδοχειακή υποδομή 4* & 5*.
- Ανάπληση παραλιακού μετώπου με παρεμβάσεις για ποιοτική αναβάθμιση.
- Πρόβλεψη χώρων στάθμευσης για τουριστικά λεωφορεία & ΙΧ.
- Αναβάθμιση και ανακαίνιση τουριστικών υποδομών για την αισθητική αναβάθμιση του προορισμού.
- Αξιολόγηση ξενοδοχειακής (κύρια, μη κύρια & παράνομα καταλύματα) προσφοράς και

προτεινόμενα έργα/δράσεις για τη βελτίωσή της (πχ. απόσυρση καταλυμάτων σε συνδυασμό με πολιοδομική ανασυγκρότηση).

- Δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων για την ετήσια προετοιμασία αθλητικών ομάδων και για τη διοργάνωση αθλητικών διοργανώσεων.
- Έργα προσβασιμότητας (πχ. ράμπες πρόσβασης, θέσεις parking ΑΜΕΑ, κλπ.), ώστε ο προορισμός να γίνει όσο το δυνατόν φιλικότερος σε ντόπιους και επισκέπτες.

Λίμνη

- Εκσυγχρονισμός πολιτιστικού προϊόντος (εκσυγχρονισμός μουσειακών εγκαταστάσεων και ενίσχυση προσωπικού διαχείρισης των χώρων).
- Πρόβλεψη χώρων στάθμευσης για τουριστικά λεωφορεία & ΙΧ.
- Σταδιακή Digital Nomads τουριστικού προϊόντος με αφετηρία την επένδυση του Selina Greece στον προορισμό (βλ. πιλοτικό πρόγραμμα Digital Nomads for North Evia από τη «Μελέτη καταγραφής επιτυχημένων διεθνών πρακτικών (benchmarking report) στον τομέα της ανάκαμψης τουριστικών προορισμών μετά από φυσικές καταστροφές» που εκπόνησε η Torosorphy).
- Σταδιακή Ανάπτυξη Επαγγελματικού Τουρισμού (B2B Events, Συνέδρια κλπ.) αξιοποιώντας το κτήριο Μελά που βρίσκεται πάνω στην παραλιακό δρόμο.
- Έργα προσβασιμότητας (πχ. ράμπες πρόσβασης, θέσεις parking ΑΜΕΑ, κλπ.) ώστε ο προορισμός να γίνει όσο το δυνατόν φιλικότερος σε ντόπιους και επισκέπτες.

Αγία Άννα

- Ανάπληση παραλιακού μετώπου που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων και δυνατότητα για ήπιες αθλητικές εγκαταστάσεις στην παραλία (π.χ. Beach Volley ή γηπεδάκια 5x5).
- Πρόβλεψη χώρων στάθμευσης για τουριστικά λεωφορεία & ΙΧ.
- Δημιουργία ειδικά διαμορφωμένου «διαδρόμου» κατά μήκος της παραλίας Αγίας Άννας, δίνοντας τη δυνατότητα σε ντόπιους και επισκέπτες για περπάτημα, ποδήλατο & άθληση.
- Δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων στον οικισμό (π.χ. γήπεδα τένις, ποδοσφαίρου 5x5, γήπεδα μπάσκετ κ.α.).
- Έργα προσβασιμότητας (πχ. ράμπες πρόσβασης, θέσεις parking ΑΜΕΑ, κλπ.) ώστε ο προ-

ορισμός να γίνει όσο το δυνατόν φιλικότερος σε ντόπιους και επισκέπτες.

4.9 Χαρτοφυλάκιο Εμπειριών Βόρειας Εύβοιας

Το Χαρτοφυλάκιο Εμπειριών δημιουργείται στο πλαίσιο της Στρατηγικής Μάρκετινγκ ενός προορισμού, λαμβάνοντας υπόψη τις παρακάτω παραμέτρους:

1. Βασίζεται στην υφιστάμενη κατάσταση του τουριστικού προϊόντος αλλή και στη μελλοντική του υπόσταση, βάσει των έργων που προδιαγράφονται στη συνέχεια, με στόχο να διαμορφωθεί μια ξεκάθαρη, διακριτή τοποθέτηση για την εκάστοτε εμπειρία που θα ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς.
2. Λόγω της γεωγραφικής εγγύτητας που παρουσιάζουν οι προορισμοί της Βόρειας Εύβοιας, η κάθε εμπειρία δύναται να συνδυάζει περισσότερες από 1 τοποθεσίες με ομοιομορφία σε τουριστικό προϊόν και αίσθηση, αντλώντας αξία από τους τουριστικούς πόλους προς τους λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς.
3. Οι εμπειρίες που θα αποκομίσει ο αυριανός επισκέπτης, προκύπτουν έπειτα από θεματική ανάλυση των μοναδικών χαρακτηριστικών που προσφέρει είτε ο κάθε τουριστικός «πυλώνας» / προορισμός είτε ένα υποσύνολο συμπληρωματικών προορισμών.
4. Αναγκαία συνθήκη για τη δημιουργία μιας τουριστικής εμπειρίας, αποτελεί η ύπαρξη minimum τουριστικής υποδομής, ώστε να μπορεί να καλυφθεί η επιθυμητή τουριστική κίνηση.

Το Χαρτοφυλάκιο Εμπειριών δεν υφίσταται προς το παρόν για τη Βόρεια Εύβοια και αποτελεί ζητούμενο για την επόμενη ημέρα και την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού.

1. Αιδηψός

«Ολιστική ευεξία στη μεγαλύτερη λουτρόπολη της Ελλάδας»

Περιγραφή Εμπειρίας – Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):

Στα λουτρά της Αιδηψού σύμφωνα με τη μυθολογία ανακτούσε τις δυνάμεις του ο Ηρακλής έπειτα από τους άθλους του. Πάνω από 80 θερμές πηγές πλούσιες σε μεταλλικά στοιχεία και ευεργετικές ιδιότητες, επιβλητικά κτήρια στο παραλιακό μέτωπο με εντυπωσιακά αρχιτεκτονικά στοιχεία των αρχών του 1900 αλλή και παραδοσιακές ταβέρ-

νες & εστιατόρια που προσφέρουν κουζίνα στα πρότυπα της μεσογειακής διατροφής και όμορφα καφέ, οδηγούν τον επισκέπτη να απορροφήσει πλήρως την ενέργεια της πόλης και να ζήσει την εμπειρία ευεξίας μέσα από έναν αναζωογονητικό ρυθμό. Στο Δημόσιο Υδροθεραπευτήριο με την μεγάλη κοινόχρηστη πισίνα και τα εξατομικευμένα λουτρά, η αίσθηση της χαλάρωσης αγγίζει το απόλυτο, όλο το χρόνο καθότι πλέον λειτουργεί και σαββατοκύριακα. Μην παραλείψετε να δείτε την αρχαιολογική συλλογή που φιλοξενείται εδώ. Αρκετά από τα ξενοδοχεία της πόλης προσφέρουν υπηρεσίες spa αποκλειστικά βασισμένες στα ιαματικά νερά, ενώ οι φυσικές της πηγές θερμαίνουν την θάλασσα ολόκληρο το χρόνο.

Μέρος της... «ίας» είναι και το ποδήλατο! Νοικιάστε ένα και περιηγηθείτε στην πόλη και τη γύρω περιοχή, τη Σπηλιά του Σύλλη -η ονομασία της οποίας προέρχεται από έναν Ρωμαίο Στρατηγό που επισκεπτόταν τις ιαματικές πηγές για να θεραπευτεί από την αρθρίτιδα- ή και τις λίγες πιο μακρινές παραλίες του Αγίου Νικολάου και του Πόρτο Πεύκου, που σίγουρα αξίζουν την προσοχή σας. Αν προτιμάτε πιο...ήπια δραστηριότητα πριν την αποκατάσταση στα ιαματικά λουτρά, επιλέξτε το παραλιακό μέτωπο για ένα απογευματινό τρέξιμο.

Μακροπρόθεσμα

Αιδηψός, ένας ιδανικός προορισμός για προετοιμασία αθλητικών ομάδων, με σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις, ολοκληρωμένες υπηρεσίες ευεξίας για την αποκατάσταση των αθλητών και πληθώρα γαστρονομικών επιλογών που βασίζονται στο wellbeing που προσφέρει η μεσογειακή διατροφή.

Κοντινές εκδρομές (<1 ώρα) & δραστηριότητες που εμπλουτίζουν την εμπειρία:

1. Κοντινές αποδράσεις σε οργανωμένες παραλίες απαράμιλλης φυσικής ομορφιάς, όπως Πόρτο Πεύκο, Χρυσή Ακτή, Γρεγορίμανο αλλή και προς Αιγαίο Πέλαγος με βάση το Πευκί.
2. Οινική εμπειρία στα Γιάντρα (οινοποιείο Βруνιώτη) ή/και στην Ιστιαία (Κουτσογιωργάκη) σε συνδυασμό με επίσκεψη στο Μουσείο Φυσικής Ιστορίας και στο Τυροκομείο Σχορετσανίτη
3. Οργανωμένες πεζοπορίες σε σηματοδοτημένα μονοπάτια στο Τελέθριον Όρος ή/και ιππασία στις Καματριάδες.
4. Ημερήσια εκδρομή στα Λιχαδονήσια.
5. Κοντινές αποδράσεις σε καταρράκτες στη φύση όπως Δαφνοκούκι & birdwatching στις





- λιμνοθάλασσες στα Κανατάδικα.
6. Ήλια για στιγμές χαλάρωσης/ευεξίας & αυθεντικότητας (παραλία & φαγητό) και Ωρεοί για πολιτιστικά αξιοθέατα, θαλασσιά και μπάνιο στη μοναδική παραλία Νησιώτισσα.
7. Κοντινές επισκέψεις σε θρησκευτικά μνημεία ορόσημα, όπως Μονή Οσίου Δαυίδ στο Δρυμώνα, Μονή Αγίου Γεωργίου Ηλίων και Μονή Οσίας Ειρήνης Χρυσοβαλάντου.
8. Αγροτουριστικές δραστηριότητες (επαφή με τους ελαιώνες/γευσίγνωσία λαδιού & ελίων, cooking classes κλπ.) στις Ροβιές (Elaionas Hotel & Rodi Hotel).
9. Επίσκεψη στο Απολιθωμένο Δάσος Κερασιάς (όταν καταστεί επισκέψιμο) και Μουσείο Απολιθωμένων Θηλαστικών (ομοίως).
10. Events, με αποκορύφωμα τον Αυθεντικό Μαραθώνιο Κολύμβησης που λαμβάνει χώρα κάθε χρόνο, αρχές Ιουλίου, στο Πευκί. Cluster προορισμών: Πευκί, Ήλια, Ωρεοί, Γιάττρα, Γρεγολίμανο, Ιστιαία, Κανατάδικα Λίμνη, Ροβιές, Τελέθριον Όρος.

Κοινό Στόχος (Target Group): Τρίτη Ηλικία, Οικογένειες, Επαγγελματικός Τουρισμός, Αθλητικός Τουρισμός (ειδικό κοινό) Κοινωνικός Τουρισμός, Digital Nomads

2. Λίμνη
«Ταξίδι στο χρόνο, μέσα σε ατμόσφαιρα νησιού»

Περιγραφή Εμπειρίας – Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
Χτισμένη αμφιθεατρικά, η Λίμνη «ακτινοβολεί» τη μακρόχρονη ναυτική της παράδοση. Στο Λαογραφικό και Ιστορικό Μουσείο που στεγάζεται στο αρχοντικό του Αγγελή Φιλόκου, μπορείτε να μάθετε τα πάντα γι' αυτήν της την παράδοση. Στον ίδιο χώρο συγκαταλέγονται και διάφορα αρχαιολογικά ευρήματα του προορισμού. Βόλτα στο παραλιακό τμήμα του οικισμού για να δείτε και να φωτογραφίσετε τα νεοκλασικά με γεμάτες πολύχρωμα λουλουδιά αυλές, να μυρίσετε το φρέσκο ψάρι που σερβίρεται στις γραφικές ψαροταβέρνες, να αισθανθείτε την ενέργεια που εκπέμπουν οι πλατείες με τα δροσερά πλατάνια τους απολαμβάνοντας έναν ελληνικό καφέ και να γυρίσετε τα μικρά ταβερνάκια με το εξαιρετικής ποιότητας τσίπουρο ή ούζο και τα μεζεδάκια που ετοιμάζουν μόνο για εσάς οι φιλόξενοι ντόπιοι. Αν πάλη θέλετε να εκμεταλλευτείτε τις διακοπές σας στη Βόρεια Εύβοια για ν' ανακαλύψετε τις παραδόσεις της περιοχής,

μέσα και γύρω από τη Λίμνη υφαίνονται ακόμα υφάσματα σε παραδοσιακούς αργαλειούς. Το καλοκαιρινό Φεστιβάλ Ελύμνια, που διεξάγεται από 1 έως 15 Αυγούστου, σας εξιστορεί το ταξίδι των μυθικών Αργοναυτών από αυτή την περιοχή της Βόρειας Εύβοιας.

Μια κλεφτή ματιά στα ήρεμα νερά και τις ακτές του Ευβοϊκού Κόλπου, σε περιοχές όπως η Λίμνη και δε θα χρειαστεί δεύτερη πρόσκληση για να νοικιάσετε καγιάκ ή Stand up Paddleboard (SUP) ή – και γιατί όχι – να κάνετε μαθήματα στο κέντρο καταδύσεων στις Ροβιές ώστε να προετοιμαστείτε για υποθαλάσσιες εξερευνήσεις. Αν σας γοντεύει περισσότερο το ψάρεμα, συνομιλήστε με τους ντόπιους που θα σας φέρουν σε επαφή με ψαράδες για να ζήσετε ένα αυθεντικό fishing trip στον Β. Ευβοϊκό Κόλπο όπου θα μάθετε όλα τα μυστικά της επιτυχίας!

Κοντινές εκδρομές (<1 ώρα) & δραστηριότητες που εμπλουτίζουν την εμπειρία:

1. Κοντινές αποδράσεις σε οργανωμένες παραλίες του Βόρειου Ευβοϊκού όπως Κοχύλι, Πλαζ Ροβιών, Ήλια που πέραν του Sun & Beach προσφέρουν και ενδιαφέρουσες πολιτιστικές και γαστρονομικές προτάσεις.
2. Αγροτουριστικές δραστηριότητες (επαφή με τους ελαιώνες/γευσίγνωσία λαδιού & ελίων, cooking classes κλπ.) στις Ροβιές (Elaionas Hotel & Rodi Hotel).
3. Οργανωμένες καταδυτικές εκδρομές και μαθήματα στις Ροβιές.
4. Ευεξία και στιγμές χαλάρωσης στα λουτρά της Αιδηψού.
5. Εξόρμηση στους καταρράκτες Δρυμώνα για πεζοπορία εκεί όπου η φύση αναγεννάται και το πάρκο αναψυχής αποκαθίσταται και επίσκεψη στη φημισμένη Μονή Οσίου Δαυίδ.
6. Ήπια πεζοπορική διαδρομή για ανάσες δροσιάς στο πλατανόδασος Κηρέα, κοντά στο Μαντούδι.
7. Κοντινές επισκέψεις σε θρησκευτικά μνημεία ορόσημα της Βόρειας Εύβοιας όπως Μονή Αγίου Νικολάου Γαλιτάκη & Ναός Αγίου Ιωάννη Ρώσου στο Προκόπι σε συνδυασμό με το Μουσείο Μικρασιατικού Πολιτισμού.
8. Επίσκεψη στο Απολιθωμένο Δάσος Κερασιάς (όταν καταστεί επισκέψιμο) και Μουσείο Απολιθωμένων Θηλαστικών (ομοίως).

Cluster προορισμών: Ροβιές, Ήλια, Δρυμώνας, Μαντούδι, Προκόπι, Κερασιά, Αιδηψός



Κοινό Στόχος (Target Group): Millennials, Οικογένειες, Ζευγάρια, Cultural Lovers, Slow Travellers, Foodies
Κοινωνικός Τουρισμός, Digital Nomads

3. Αγία Άννα
«Αποσύνδεση & χαλάρωση στην αγκαλιά του Αιγαίου Πελάγους»

Περιγραφή Εμπειρίας – Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
Ξεκινώντας από τον κύριο οικισμό που είναι χτισμένος σε μια πλαγιά, θα επισκεφθείτε το πολύ ενδιαφέρον Λαογραφικό Μουσείο στο οποίο μπορείτε να δείτε την άμαξα της οικογένειας Αβέρωφ που μετέφερε τον Όθωνα και την Αμαλία κατά την επίσκεψή τους στην Εύβοια. Κάντε μια στάση «δροσιάς» στην πλατεία του χωριού για να απολαύσετε ένα καφέ και ένα τοπικό έδεσμα. Συνεχίζοντας στον παραθαλάσσιο οικισμό της Αγίας Άννας, θα βρείτε μια εκτεταμένη ακτογραμμή στην πλευρά του Αιγαίου που αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες και πιο οργανωμένες παραλίες της Βόρειας Εύβοιας με ξενοδοχεία, ταβέρνες, καφέ, μπαρ, γήπεδο volley, κυριολεκτικά δίπλα στη θάλασσα! Αφήστε το αυτοκίνητο για λίγες ημέρες και ετοιμαστείτε να ζήσετε την απόλυτη ξεκούραση στην Αγία Άννα με τα πόδια ή/και με ένα ποδήλατο που μπορείτε να νοικιάσετε δίπλα στο camping της Αγίας Άννας.

Η παραλία Αγκάλη της Αγίας Άννας έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην εδραίωση της Βόρειας Εύβοιας ως προορισμού διακοπών. Ακόμα πιο ελκυστική την κάνουν οι δραστηριότητες για κάθε ηλικία που προσφέρουν πάροχοι εμπειριών της περιοχής. Από ιππασία στην παραλία ή στο δάσος όπου θα έχετε την ευκαιρία να δείτε τη σταδιακή αναγέννηση του φυσικού τοπίου, μέχρι river trekking στο φαράγγι της Μπολοβίνας το οποίο θα διασχίσετε περπατώντας μέσα στα νερά του ποταμού Νηλέα. Δεν θα σας πούμε πολλά για το ηλιοβασίλεμα στην παραλία της Αγκάλης. Τα σκούρα βοτσαλάκια της παραλίας δημιουργούν την αίσθηση του μοναδικού, γοντευτικά απόκοσμου ηλιοβασιλέματος που σίγουρα όμοιο δεν θα έχετε ξαναδεί!

Κοντινές εκδρομές (<1 ώρα) & δραστηριότητες που εμπλουτίζουν την εμπειρία:

1. Κοντινές αποδράσεις στις δημοφιλείς παραλίες Ελληνικών & Βασιλικών καθώς και δυτικότερα στην καταπληκτική τριλογία Πήλη, Βλαχιά, Σαρα-

κηνίκο που δεν επηρεάστηκε από τις πυρκαγιές του 2021.

2. Πευκί για ολοκληρωμένη Sun & Beach εμπειρία, θαλάσσια sports, πληθώρα επιλογών φαγητού και διασκέδασης αλλιά και επιλογή ημερήσιων εκδρομών στις Σποράδες.
3. Ωρεοί για πολιτιστικά αξιοθέατα, θαλασσινούς μεζέδες και μπάνιο στη μοναδική παραλία Νησιώτισσα.
4. Birdwatching στις λιμνοθάλασσες στα Κανατάδικα.
5. Εξόρμηση στους καταρράκτες Δρυμώνα για πεζοπορία εκεί όπου η φύση αναγεννάται και το πάρκο αναψυχής αποκαθίσταται και επίσκεψη στη φημισμένη Μονή Οσίου Δαυίδ.
6. Επίσκεψη στο Απολιθωμένο Δάσος Κερασιάς (όταν καταστεί επισκέψιμο) και Μουσείο Απολιθωμένων Θηλαστικών (ομοίως).
7. Ήπια πεζοπορική διαδρομή για ανάσες δροσιάς στο πλατανόδασος Κηρέα, κοντά στο Μαντούδι.
8. Κοντινή επίσκεψη στο Ναό Αγίου Ιωάννη Ρώσσου, θρησκευτικό μνημείο της Βόρειας Εύβοιας σε συνδυασμό με το Μουσείο Μικρασιατικού Πολιτισμού.

Cluster προορισμών: Αγία Άννα, Ελληνικά, Βασιλικά, Κερασιά, Πήλη-Βλαχιά-Σαρακηνικό, Πευκί, Κανατάδικα, Προκόπι

Κοινό Στόχος (Target Group): Οικογένειες, Outdoor Enthusiasts, Millennials Κοινωνικός Τουρισμός, Digital Nomads

4. Λιχαδονήσια
«Αίσθηση απόλυτης απόδρασης με καρδιά στα ιδιαίτερης μορφολογίας νησιά της Βόρειας Εύβοιας»

Περιγραφή Εμπειρίας – Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
Γαλαζοπράσινα νερά, εξωτικοί κόλποι, ένα ναυάγιο του Β' Παγκοσμίου Πολέμου το οποίο πρόκειται να γίνει σημείο κατάδυσης και μια οικογένεια μεσογειακής φώκιας (ενίοτε και δεληφίνια) που... μετανάστευσε από τις Σποράδες! Καλώς ήρθατε στα Λιχαδονήσια! Τα νησάκια αυτά βρίσκονται στη βορειοδυτική ακτή της Εύβοιας και είναι σίγουρο πως θα σας χαρίσουν την αίσθηση της απόλυτης απόδρασης. Για να προσεγγίσετε τα Λιχαδονήσια, θα χρειαστεί να πάρετε καρβάκι από τον Άγιο Γεώργιο (κοντά στο Γρεγολίμανο) ή από τα Καμ-





μένα Βούρλη, απ' όπου οι ημερήσιες εκδρομές περιλαμβάνουν επίσκεψη σε υπέροχες παραλίες και σας επιτρέπουν να απολαύσετε την υποβρύχια μαγεία μέσα σε μία βάρκα με γυάλινο πυθμένα.

Τα караβάκια θα σας φέρουν στις οργανωμένες παραλίες, όπου θα βρείτε ομπρέλλες και ξαπλώστρες και θα παραμείνετε μέχρι την ώρα της επιστροφής σας (η οποία είναι δεσμευτική). Πιο γνωστή ανάμεσα στις δύο παραλίες παραμένει αυτή της Μονολιάς με τα ζεστά και ρηχά νερά όπου υπάρχει και η περίφημη πια καντίνα της οικογένειας Λυμπέρη. Εκεί θα βρείτε όλα τα απαραίτητα ποτά καθώς και φαγητό: τα κάρβουνα στο πίσω μέρος μένουν μονίμως αναμμένα όσο υπάρχουν επισκέπτες στο νησί και βγάζουν σαγανάκια, σαρδέλες, χταπόδια και ψητά καθαμάρια και βεβαίως σουβλάκια – με σαλάτες και τηγαντές πατάτες ως συνοδευτικά. Η δεύτερη οργανωμένη παραλία έχει διαμορφωθεί κατά τα τελευταία χρόνια στο Μικρό Λιχадονήσι και είναι γνωστή ως Νέα Παραλία. Εδώ έχει ανοίξει το beach bar «Mikro Lichadonisi».

Παρότι δεν γίνεται να κάνετε μπάνιο σε άλλες παραλίες πέρα από τις ήδη οργανωμένες, μπορείτε να τριγυρίσετε στα νησάκια. Σε μόλις 3 λεπτά από την αμμουδιά της Μονολιάς, θα βρεθείτε στον παλιό οικισμό, όπου θα δείτε τα εγκαταλειμμένα σπίτια και την εκκλησία του Αγίου Γεωργίου Λιχадονησιών, η οποία ακόμα στέκει σε καλή κατάσταση. Στη Μεγάλη Στρογγυλή, που θεωρείται κορυφή υποθαλάσσιου ηφαιστείου, τα λείψανα υδραγωγείου φανερώνουν ότι υπήρχαν κάτοικοι κατά τη ρωμαϊκή εποχή. Σήμερα, δεσπόζει ένας πέτρινος φάρος 9 μέτρων στην κατάφυτη κορυφή, γύρω από τον οποίον υπάρχουν ερείπια ενός βυζαντινού μοναστηριού του 12ου αιώνα.

Η εμπειρία είναι «λειτουργική» Μάϊο μέχρι Σεπτέμβριο.

Κοντινές εκδρομές (<1 ώρα) & δραστηριότητες που εμπλουτίζουν την εμπειρία:

1. Οργανωμένη οινική εμπειρία στα Γιάλητρα (οινοποιείο Βруνιώτη).
2. Οργανωμένες καταδύσεις ανακαλύπτοντας το ναυάγιο του γερμανικού τσιμεντόπλοιου «Pioneer I».
3. Χαλάρωση και αυθεντικότητα στην ευρύτερη περιοχή της Λιχάδας (Κάβος & Άγιος Γεώργιος) για φρέσκα θαλασσινά και μπάνιο σε μοναδικές παραλίες σε περίπτωση που συνδυαστεί με διανυκτέρευση.

Cluster προορισμών: Λιχадονήσια, Κάβος, Άγιος Γεώργιος Λιχάδας, Γιάλητρα, Γρεγολήμανο

5. Παραθαλάσσιοι Οικισμοί

«Αυθεντικότητα, φιλοξενία & value for money υπηρεσίες»

Περιγραφή Εμπειρίας – Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):

Εκτός από την Αϊδηψό, τη Λίμνη και την Αγία Άννα, υπάρχουν και άλλοι πολλοί παραθαλάσσιοι οικισμοί στον Ευβοϊκό Κόλπο, ιδανικοί προς εξερεύνηση με... άλλο μάτι! Μια ήσυχη παραλία, ένα παγωμένο ουζάκι να συνοδεύει τους φρέσκους θαλασσινούς μεζέδες που με αγάπη σερβίρουν οι ντόπιοι και μια ατμοσφαιρική περατζάδα υπό τα χρώματα της δύσης, είναι τα βασικότερα στοιχεία που συνθέτουν την εμπειρία των παραθαλάσσιων οικισμών της Βόρειας Εύβοιας. Απλότητα ελληνικού καλοκαιριού σε απόσταση αναπνοής από τους τουριστικούς πόλους που συγκεντρώνουν περισσότερη τουριστική κίνηση.

Στις Ροβιές, οι παραλιακές ταβέρνες, τα καφέ και τα ουζερί σας δελεάζουν με ντόπια προϊόντα που έρχονται κατευθείαν από τα αγροκτήματα (ναι, μία από τις πιο εύφορες περιοχές της Εύβοιας, παρότι επηρεάστηκε από τις πυρκαγιές, παράγει ξανά νοστιμότητα προϊόντα). Εδώ, δεσπόζει ο μυστηριώδης μεσαιωνικός πύργος από την περίοδο της Φραγκοκρατίας, ο οποίος χρησίμευε κάποτε ως παρατηρητήριο πειρατών. Δίπλα, τα Ήλια έχουν μια μεγάλη, βοτσαλωτή παραλία και ζεστά νερά όλο τον χρόνο λόγω των ιαματικών πηγών.

Στα βορειοδυτικά, η περιοχή της Λιχάδας έχει ίσως τις πιο όμορφες και παρθένες παραλίες στη Βόρεια Εύβοια. Το Γρεγολήμανο και η Χρυσή Ακτή με άμμο, ρηχά νερά και πεύκα που ακουμπούν στη θάλασσα, θα σας προσφέρουν τη χαλάρωση και αναζωογόνηση που αναζητάτε, ενώ η οργανωμένη πηλζ θα σας υποδεχτεί σε ένα μέρος ιδιαίτερης ομορφιάς. Αν πάλλι θέλτε να κολλυμπήσετε στη «μύτη» της Βόρειας Εύβοιας τότε η παραλία Κάβος είναι η μόνη σου επιλογή. Ανεβαίνοντας λίγο πιο πάνω, βρίσκονται τα γραφικά χωριουδάκια Λουτρά Γιάλητρων και Άγιος Γεώργιος Λιχάδος, με αυθεντικές ψαροταβέρνες και караβάκια που μεταφέρουν κόσμο σε ένα ακόμα μαγικό μέρος της Εύβοιας, τα Λιχадονήσια.

Κατά μήκος της βόρειας ακτής, 5 χιλιόμετρα δυτικά της Ιστιαίας, βρίσκεται ο οικισμός Ωρεοί & Νέος Πύργος, με τον Ταύρο των Ωρεών να εκτί-



θεται κοντά στο λιμάνι, ένα μαρμάρινο γλυπτό 6 τόνων που χρονολογείται από την ελληνιστική εποχή! Σε κοντινή απόσταση βρίσκεται ακόμα μία παραλία της Βόρειας Εύβοιας, η Νησιώτισσα, με φανταστική αμμουδιά, καταγάλανα νερά, φοίνικες και με θέα ένα νησάκι που φιλοξενεί τα ερείπια ενός αρχαίου πύργου. Ακριβώς κατά μήκος της βόρειας ακτής, σε μία περιοχή όπου η φύση αποδεικνύει ότι πάντα βρίσκει τον τρόπο να βλαστήσει ξανά, βρίσκεται το Πευκί, δημοφιλής προορισμός της Βόρειας Εύβοιας λόγω της οργανωμένης της παραλίας μήκους 4-5 χλμ. και των πολυάριθμων επιλογών σε ταβερνάκια και νυχτερινή διασκέδαση. Με τον Παγασητικό Κόλπο και τους θησαυρούς του Πηλίου ακριβώς απέναντι όπως και τα νησιά των Σποράδων σε κοντινή απόσταση από εδώ, τα σκάφη αναψυχής βρίσκονται αγκυροβολημένα στο μικρό λιμάνι του Πευκίου έτοιμα να σαλπάρουν, προσφέροντας μοναδικές ημερήσιες εκδρομές.

Κοντινές εκδρομές (<1 ώρα) & δραστηριότητες που εμπλουτίζουν την εμπειρία:

1. Οργανωμένη οινική εμπειρία στα Γιάλητρα (οινοποιείο Βруνιώτη) ή/και στην Ιστιαία (Κουτσογιωργάκη) & αγροτουριστικές εμπειρίες στις Ροβιές.
2. Υπαίθριες δραστηριότητες στο Τελέθριον Όρος & Όρος Λίχα.
3. Ημερήσια εκδρομή στα Λιχадονήσια.

Cluster προορισμών: Ροβιές, Ήλια, Γρεγολήμανο, Χρυσή Ακτή, Λουτρά Γιάλητρων, Άγιος Γεώργιος Λιχάδος, Ωρεοί, Πευκί, Ασμήνι, Ψαροπούλι, κα

6. Γαστρονομία Βόρειας Εύβοιας

«Τοπικά προϊόντα, γεύσεις, αρώματα και ιστορία»

Περιγραφή Εμπειρίας – Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):

Ανακαλύπτοντας τον παραγωγικό χάρτη όλης της Βόρειας Εύβοιας, ο τόπος μας αφηγείται αμέτρητες γαστρονομικές ιστορίες. Αρωματισμένο με θυμάρι, πεύκο, ακόμα και με τον σπάνιο συνδυασμό μάραθου και γλυκάνισου, το μέλι αποτελεί την ναυαρχίδα των τοπικών προϊόντων της Βόρειας Εύβοιας και μπορείτε να το προμηθευτείτε στα χωριά, τους πάγκους, στην άκρη των δρόμων καθώς και σε εξειδικευμένα καταστήματα που πωλούν και άλλα μελισσοκομικά προϊόντα, όπως βασιλικό ποητό και καλλυντικά με βάση το κερί. Μια επί-

σκεψη στα οινοποιεία στα Γιάλητρα και στην Ιστιαία αρκεί για να μάθετε τα πάντα για το Βραδιανό, τον Καρτσιώτη και τις λευκές Ασπρούδες, σκαφαλώνουν λίγο πιο ψηλά στη λίστα των must-taste επιλογών σας! Παραγωγοί σε περιοχές όπως η Στροφυλιά μετατρέπουν απλά υλικά - κόκκινες πιπεριές, ελιές και σαρδέλες – σε προϊόντα υψηλής γαστρονομικής αξίας / γκουρμέ και τα διανέμουν σε όλη την Ελλάδα.

Στις Ροβιές, ο ιδιαίτερα δραστήριος συνεταιρισμός ελαιοπαραγωγών λειτουργεί επισκέψιμο ελαιοτριβείο στο οποίο θα μπορείτε να ζήσετε την εμπειρία γευσίγνωσας ελαιολάδου, ενώ ελαιοτριβεία θα βρείτε και σε άλλες τοποθεσίες που ζωντανεύουν την περίοδο της φθινοπωρινής συγκομιδής. Στον Ταξιάρχη συλλέγονται και αποξηραίνονται σύκα, όπου τα προϊόντα του ομώνυμου συνεταιρισμού έχουν χαρακτηριστεί ΠΟΠ (Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης). Στη Λίμνη και την Κήρινθο, τα ρόδια χαρίζουν τον πολύτιμο χυμό τους, η Ιστιαία και οι Κεχριές παράγουν τυριά, όπως η φέτα που ωριμάζει σε βαρέλια μέχρι να ταιριάξει απόλυτα η γεύση της με το τοπικό κρασί και το τσίπουρο.

Η γευστική μας περιήγηση συνεχίζει με καρύδια στο Πευκί, προϊόντα που παράγονται από οικογενειακές καλλιέργειες λαχανικών (ξεχωρίζουν για τη γεύση τους οι κόκκινες πιπεριές από τη Λίμνη) αλλιά και άγριο μάραθο που προσθέτει ιδιαίτερο άρωμα σε τόσα πολλή τοπικά πιάτα. Εννοείται όλα αυτά (καθώς, φυσικά, και τα ντόπια κρέατα και θαλασσινά) μπορείτε να τα απολαύσετε σε παραδοσιακές ταβέρνες σε κάθε προορισμό της Βόρειας Εύβοιας.

Γαστρονομικές εμπειρίες:

1. Οργανωμένη οινική εμπειρία στα Γιάλητρα (οινοποιείο Βруνιώτη) ή/και στην Ιστιαία (οινοποιείο Κουτσογιωργάκη).
2. Αγροτουριστικές δραστηριότητες (επαφή με τους ελαιώνες/γευσίγνωσία λαδιού & ελιών, cooking classes κλπ.) στις Ροβιές (Elaionas Hotel & Rodi Hotel) & στους Ωρεούς (Ελαιοτριβείο Καίρης).
3. Επίσκεψη στη βιολογική φάρμα «Normanfigs» στον Ταξιάρχη, βραβευμένη από τη Greenpeace International για τις βιώσιμες πρακτικές της, με εξαιρετικής ποιότητας βιολογικά σύκα και τα παράγωγά του.
4. Επίσκεψη στη σύγχρονη μονάδα «Kentris» στη Στροφυλιά, που αναδεικνύει τα προϊόντα της ευβοϊκής γης, τυποποιημένα και ευφάντα-





στα, με βάση ελιές, στρογγυλά πιπεράκια και θαλασσινά που υπόσχονται ένα αξέχαστο γευστικό ταξίδι στον επισκέπτη.

5. Δράσεις με Μελισσοκόμους (πχ. Ανοιχτό Μελισσοκομικό Πάρκο) & Ρητινοκαλλιεργητές.
6. Σεμινάρια γαστρονομίας (ή ευρύτερα Φεστιβάλ Γαστρονομίας στα πρότυπα άλλων ελληνικών προορισμών πχ. Food Stories Περιφέρειας Πελοποννήσου) με cooking classes τοπικών συνταγών, αφήγηση ιστοριών που τεκμηριώνουν το διαχρονικό παραδοσιακό χαρακτήρα των προϊόντων Β. Εύβοιας και έκθεση τοπικών προϊόντων.

Cluster προορισμών: Λίμνη, Ροβιές, Ταξιάρχης, Γιάλητρα, Ιστιαία, Πευκί, Ασμήνιο, Κεχριές, Κήρινθος, Τελέθριον Όρος

7. Προσκυνηματική Διαδρομή Βόρειας Εύβοιας «Θρησκευτική κληρονομιά και φως»

Περιγραφή Εμπειρίας – Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
Κάνοντας μια επίσκεψη στα μοναστήρια της Βόρειας Εύβοιας, θα εμβαθύνεις ακόμα περισσότερο στον πολιτισμό και την ιστορία της περιοχής. Η Μονή του Αγίου Ιωάννη του Ρώσου (υφίσταται μονοπάτι προσκυνηματικής διαδρομής «Όσιος Ιωάννης ο Ρώσσος»), δίπλα στον ποταμό Κηρέα, κοντά στο Προκόπι, αποτελεί σημαντικό χριστιανικό προσκύνημα, καθώς εδώ βρίσκονται τα λείψανα του Αγίου που έφεραν Έλληνες πρόσφυγες από την Καππαδοκία μετά την ανταλλαγή πληθυσμών με την Τουρκία το 1923. (Την ιστορία αυτών των προσφύγων μπορείς να την μάθεις στο Μουσείο Μικρασιατικού Πολιτισμού το Προκόπι). Κοντά στο Δρυμώνα βρίσκεται η Μονή του Οσίου Δαυίδ του Γέροντος. Χτισμένη στη θέση της εκκλησίας που ίδρυσε ο Όσιος Δαυίδ της Εύβοιας τον 16ο αιώνα - και λειτούργησε ως κρυφό σχολείο για τον μη μουσουλμανικό πληθυσμό - το σημερινό μοναστήρι χρονολογείται από το 1870 και περιέχει τα λείψανα του ιδρυτή του.

Ακριβώς νότια της Λίμνης, η Μονή του Αγίου Νικολάου Γαλατάκη (χτισμένη στη θέση αρχαίου ναού, αφιερωμένο στον θεό Ποσειδώνα) διαθέτει σπάνιες εικόνες, χειρόγραφα και άλλα κειμήλια, καθώς και έναν αμυντικό πύργο καθώς και όμορφη θέα στη θάλασσα. Άλλα θρησκευτικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν τη Μονή του Αγίου Γεωργίου στα Ήλια, τη Μονή της Αγίας Ειρήνης Χρυσοβαλίδας

ντου στις Ροβιές και το παρεκκλήσι της Παναγίας Ντινιούς κοντά στην Ιστιαία, που αποτελεί μέρος υπάρχουσας πεζοπορικής διαδρομής.

Εμπειρίες που εμπλουτίζουν τη διαδρομή:

1. Γαστρονομικές στάσεις σε χωριά (ορεινά ή παραθαλάσσια) σε εγγύτητα με τους ναούς και τα μοναστήρια.
2. Ήπιες δραστηριότητες στη φύση (πεζοπορίες χαμηλού βαθμού δυσκολίας στο δάσος ευρύτερα, εύκολα προσβάσιμοι καταρράκτες και πάρκα αναψυχής όπως το υπό ανάπτυξη στο Δρυμώνα κλπ.).
3. Ευεξία και στιγμές χαλάρωσης στα λουτρά της Αιδηψού.
4. Επίσκεψη στο Απολιθωμένο Δάσος Κερασιάς (όταν καταστεί επισκέψιμο) και Μουσείο Απολιθωμένων Θηλαστικών (ομοίως).

Cluster προορισμών: Προκόπι, Λίμνη, Δρυμώνας, Ήλια, Ροβιές, Ιστιαία

8. Το Νέο Δάσος «Φύση, συναρπαστικές δραστηριότητες, ορεινά χωρά & γιορτές»

Περιγραφή Εμπειρίας – Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
Η φύση συνεχίζει να πρωταγωνιστεί και μετά τις πυρκαγιές. Τα μέρη που δεν επλήγησαν εξακολουθούν να χαρίζουν μοναδικές στιγμές ανάσας και ευεξίας. Οι περιοχές που υπέστησαν ζημιά εξαιτίας των πυρκαγιών, δίνουν τώρα την πιο συγκλονιστική τους ερμηνεία. Αυτό και αν αξίζει να ζήσετε από κοντά, να δείτε με τα μάτια σας, να παρατηρήσετε, ν' αντιληφθείτε, να δηλώσετε «παρών» σε μια φυσική διαδικασία που από το τίποτα γεννάει τα πάντα. Με πείσμα και δύναμη η φύση αυτού του τόπου παραδίδει μαθήματα ζωής, από την αρχή.

Αν είστε λάτρεις των υπαίθριων δραστηριοτήτων και αναζητάτε συναρπαστικές εμπειρίες στη φύση, να μια λίστα με τα πράγματα που πρέπει να κάνετε στις διακοπές σας στη Βόρεια Εύβοια. Καθώς το πράσινο επιστρέφει και πάλι, μπορείτε να απολαύσετε ξανά πεζοπορικές διαδρομές και να θαυμάσετε μοναδικής ομορφιάς καταρράκτες. Ανέγγιχτα από τις πυρκαγιές, στα όρη Τελέθριο και Λίχας ετοιμαστείτε να περπατήσετε πολλή σηματοδοτημένα μονοπάτια, τα οποία συνεχώς εμπλουτίζονται με νέες χαράξεις. Η καλύτερη εμπειρία είναι να συμμετάσχετε σε οργανωμένη

πεζοπορική εκδρομή, όπου ο οδηγός μπορεί να σας πει πολύ αναλυτικά όλα όσα θέλεις να μάθεις για την τοπική χλωρίδα και πανίδα.

Αν σας συναρπάζουν οι καταρράκτες, η φύση στη Βόρεια Εύβοια έχει μεριμνήσει για εσάς. Ο καταρράκτης Δαφνοκούκι κοντά στα Ήλια, προσφέρεται για πεζοπορία και canyoning, ο προσβάσιμος (με τα πόδια ή το αυτοκίνητο) καταρράκτης Γερακιού κοντά στο Πευκί και ο καταρράκτης Κρέμαση στις Αγδίνες, αποτελούν κορυφαία σημεία για να απολαύσετε τη φύση. Πιο δημοφιλής είναι ο καταρράκτης του Δρυμώνα που βρίσκεται σε μια περιοχή που επλήγη από τις πυρκαγιές και σήμερα βρίσκεται στο επίκεντρο των προσπαθειών φυσικής προστασίας. Ακόμα, μπορείτε να κάνετε ιππασία στην περιοχή Καματριάδες, στις πλαγιές του όρους Τελέθριο αλλή και στην Αγία Άννα, όπου η διαδρομή θα σας αποζημιώσει με φύση που αναγεννάται αλλή και υπέροχη θέα στο Αιγαίο Πέλαγος.

Στοιχεία που εμπλουτίζουν την εμπειρία:

1. Επίσκεψη στο Απολιθωμένο Δάσος Κερασιάς (όταν καταστεί επισκέψιμο) και Μουσείο Απολιθωμένων Θηλαστικών (ομοίως).
2. Εκπαιδευτικά προγράμματα στο καμένο δάσος, όπως το «ΣτηρίζΟΥΜΕ Βόρεια Εύβοια».
3. Γιορτές του Δάσους.
4. Γαστρονομικές «στάσεις» σε ορεινά χωριά όπως Στροφυλιά, Κερασιά, Κοκκινομηλιά κλπ.
5. Δράσεις με Μελισσοκόμους (πχ. Ανοιχτό Μελισσοκομικό Πάρκο) & Ρητινοκαλλιεργητές.
6. Εθελοντικές δράσεις / Voluntourism (πρέπει να βρεθεί ο φορέας υλοποίησης).
7. Πρωτοβουλίες για την εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση σχετικά με την κλιματική αλλαγή.

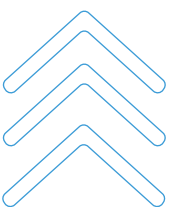
Cluster προορισμών: Τελέθριον Όρος, Όρος Λίχα, Ξηρόν Όρος





5

ΤΕΛΙΚΟΣ ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΡΓΩΝ, ΔΡΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΥΧΩΝ





5.1 Αναβάθμιση Τουριστικών Πόλων

Έργα	Προϋπολογισμός	Φορέας Υλοποίησης / Δικαιούχος
Έργα Ανάπλασης Παραλίας Αγίας Άννας (δημιουργία ντους, αποδυτηρίων, προσθήκη κάδων, φωτισμός, ναυαγοσωστικοί σταθμοί, προσθήκη πληροφοριακής σήμανσης, soft αθλητικές υποδομές, δημόσιος χώρος στάθμευσης στην παραλιακή ζώνη, ράμπες πρόσβασης στη θάλασσα για ΑΜΕΑ)	Υπό διερεύνηση	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας
Έργα Ανάπλασης Παραλίας Ροβιών (ομοίως με το παραπάνω ανάλογα με τις ανάγκες της παραλίας) & Οδικού Δικτύου Ήλια-Ροβιές	Υπό διερεύνηση	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας
Έργα Ανάπλασης Παραλίας Παραλιακού Μετώπου Αιδηψού & Αγίου Νικολάου (ομοίως)	Υπό διερεύνηση	Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Μετζέλιξη των 4 πολιτιστικών & αθλητικών εκδηλώσεων σε ετήσια events-θεσμούς για τη Βόρεια Εύβοια: -Αυθεντικός Μαραθώνιος Κολύμβησης Ιστιαίας Αιδηψού -Evia Film Festival (Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης) -Εκπαιδευτικές & Κοινωνικές Δράσεις (Εθνική Λυρική Σκηνή) -Οι Γέφυρες της Μουσικής (Μέγαρο Μουσικής)	Υπό διερεύνηση	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας & Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Διοργάνωση τοπικών εκδηλώσεων (ενδεικτικά Φεστιβάλ Αγροδιατροφής, Αθλητικά events όπως Τουρνουά Beach Volley Αγίας Άννας, Motocross North Evia, Πολιτιστικά events όπως γιορτές τέχνης στη Λίμνη κλπ.)	Υπό διερεύνηση	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας & Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Συντήρηση & σήμανση πεζοπορικών μονοπατιών Τελέθριον Όρος & Όρος Λίχα (Μελέτη TERRAIN Χαρτογραφική & Τεχνική ΙΚΕ)	Υπό διερεύνηση	Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού κατόπιν σύναψης σύμβασης με το ΥΠΕΝ
Εγκατάσταση Free Wifi HotSpots σε όλους τους τουριστικούς πόλους της Βόρειας Εύβοιας	Υπό διερεύνηση	COSMOTE
Ένταξη παραλιών Βόρειας Εύβοιας στο διεθνές πρόγραμμα Γαλάζια Σημεία, σύμβολο διεθνούς αναγνωρισιμότητας και ποιότητας	Υπό διερεύνηση	Οργανισμός για το Φυσικό Περιβάλλον και την Κλιματική Αλλαγή (ΟΦΥΠΕΚΑ)
Αποκατάσταση Υποδομών σε χώρους δασικής αναψυχής	Υπό διερεύνηση	Δασαρχείο Λίμνης
Έργα σήμανσης και δημιουργίας διαδρόμων στο Απολθωμένο Δάσος Κερασιάς, καθιστώντας το ανοιχτό στο ευρύ κοινό κατά τη διάρκεια των ανασκαφικών ερευνών για την ανάδειξη των απολθωμάτων	Υπό διερεύνηση	Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού
Εκσυγχρονισμός μουσειακού εξοπλισμού & ενίσχυση προσωπικού διαχείρισης των χώρων των υφιστάμενων μουσείων (ειδικότερα πχ ενίσχυση και ανάδειξη της Έκθεσης Ελληνικής Παραδοσιακής Ενδυμασίας – συλλογή Ανδρέα Πέρι-Παπαγεωργίου, στη Λίμνη)	Υπό διερεύνηση	Υπουργείο Πολιτισμού
Δημιουργία οργανωμένων πολιτιστικών & γαστρονομικών διαδρόμων και ξεναγήσεων σε αξιοθέατα της Βόρειας Εύβοιας	Υπό διερεύνηση	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO

5.2 Τουριστική Προβολή

Έργα (B2C) – σε βάθος 3ετίας, βλέπε σχετικό πίνακα στο παράρτημα	Προϋπολογισμός	Φορέας Υλοποίησης / Δικαιούχος
Δημιουργία Ενιαίας Τουριστικής Ταυτότητας (Brand Identity) για τον προορισμό & Οδηγός Branding (Brand Toolkit)	20.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Παραγωγή Content/Ταξιδιωτικού Περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, videos)	50.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Ανάπτυξη & διαχείριση επίσημης διαδικτυακής παρουσίας (τουριστικό portal) προορισμού, ειδική διαχείριση εκδηλώσεων (Events Calendar) & σχεδιασμός Newsletter	50.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Ανάπτυξη και διαχείριση ψηφιακών εργαλείων Βόρειας Εύβοιας (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok)	35.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Ψηφιακή Διαφημιστικής Καμπάνια (Paid Digital Advertising) σε επιλεγμένες αγορές στόχος της Βόρειας Εύβοιας & Προβολή μέσω ταξιδιωτικών portals σημαντικής επισκεψιμότητας (DiscoverGreece.com, Travel.gr, Ekdromi.gr κλπ.)	60.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων	100.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας (outdoor επικοινωνιακό υλικό)	90.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών	45.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Προβολή πεζοπορικών μονοπατιών Τελέθριου Όρους & Όρους Λίχα μέσω ψηφιακών εφαρμογών διεθνούς εμβέλειας (Wikiloc, outdoor active, hiker, All Trails κλπ)	-	Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Προβολή σε ειδικό εσωτερικό κοινό μέσω ενεργειών εκπαιδευτικού χαρακτήρα (στα πρότυπα της πρωτοβουλίας στηρίζΟΥΜΕ Βόρεια Εύβοια)	-	Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων

*Στα παραπάνω ποσά δεν περιλαμβάνεται ΦΠΑ

Έργα (B2B) – σε βάθος 3ετίας, βλέπε σχετικό πίνακα στο παράρτημα	Προϋπολογισμός	Φορέας Υλοποίησης / Δικαιούχος
Ανάπτυξη Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων (Travel Trade Manual)	30.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις (3 διεθνείς εκθέσεις ανά έτος)	-	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Διοργάνωση B2B events για την υποστήριξη της τουριστικής επιχειρηματικής κοινότητας προκειμένου να αναπτυχθούν συνέργειες (3 ανά έτος)	60.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Διοργάνωση Tourism Forums (με εκπαιδευτικές διαστάσεις και χαρακτήρα διαβούλευσης) με θεματολογίες σχετικά με την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων, trends & best practices κλπ. (3 ανά έτος)		Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης – Fam Trips (με επαγγελματίες του τουρισμού όπως tour operators, travel agents, τουριστικά γραφεία κλπ.)	45.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Προώθηση Signature Τουριστικών Εμπειριών μέσω διεθνούς φήμης Online Travel Agencies (OTAs) (Booking.com, Expedia, TripAdvisor κλπ.)	10.000€	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή DMO
Τεχνικός Σύμβουλος που λειτουργεί υποστηρικτικά στην υπηρεσία του DMO και είναι υπεύθυνος για το project management των επιμέρους δράσεων προβολής (B2C & B2B)	70.000€	DMO

*Στα παραπάνω ποσά δεν περιλαμβάνεται ΦΠΑ

5.3 Βελτίωση Τουριστικών Υποδομών

Έργα	Προϋπολογισμός	Φορέας Υλοποίησης / Δικαιούχος
Έργα (ΕΣΠΑ) αναβάθμισης και ανακαίνισης τουριστικών υποδομών (ενδεικτικά ψηφιακός μετασχηματισμός/Wi-Fi κ.α. , ενεργειακή αναβάθμιση, λαμπτήρες led κλπ. & προσβασιμότητα για ΑΜΕΑ)	Υπό διερεύνηση	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας & Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Δημιουργία ειδικά διαμορφωμένου «διαδρόμου» κατά μήκος της παραλίας Αγίας Άννας , δίνοντας τη δυνατότητα σε ντόπιους και επισκέπτες για περπάτημα, ποδήλατο & άθληση	Υπό διερεύνηση	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας
Κατασκευή ολοκληρωμένων αθλητικών εγκαταστάσεων στην Αιδηψό με στόχο την προσέλκυση ομάδων για προετοιμασία ενόψει των πρωταθλημάτων τους και προσφορά πακέτων εμπειριών ολιστικής ευεξίας (άθληση, μεσογειακή διατροφή, ιαματικά λουτρά)	Υπό διερεύνηση	Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Μελέτη αξιολόγησης ξενοδοχειακής (κύρια, μη κύρια & παράνομα καταλύματα) προσφοράς και προτεινόμενα έργα/δράσεις για τη βελτίωσή της, στην Αιδηψό (πχ. απόσυρση καταλυμάτων σε συνδυασμό με πολεοδομική ανασυγκρότηση)	Υπό διερεύνηση	Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Έργα προσβασιμότητας (πχ. ράμπες πρόσβασης, θέσεις parking ΑΜΕΑ, κλπ.) στους τουριστικούς πόλους της Βόρειας Εύβοιας (Αιδηψός, Λίμνη, Αγία Άννα, Πευκι) ώστε να γίνουν όσο το δυνατόν φιλικότεροι σε ντόπιους και επισκέπτες	Υπό διερεύνηση	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας & Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού
Δημιουργία χώρου στάθμευσης τουριστικών λεωφορείων εκτός παραλιακού μετώπου, στη Λίμνη	Υπό διερεύνηση	Δήμος Λίμνης-Μαντουδίου-Αγίας Άννας & Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού

5.4 Εκπαίδευση-Κατάρτιση-Υποστήριξη

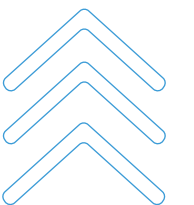
Έργα	Προϋπολογισμός	Φορέας Υλοποίησης / Δικαιούχος
Διοργάνωση σεμιναρίων εκπαίδευσης που απευθύνονται σε εργαζόμενους, ανέργους, αυτοαπασχολούμενους και ιδιοκτήτες που εμπλέκονται με τον τουρισμό. Παροχή πιστοποίησης και άλλων κινήτρων για τους επαγγελματίες που ολοκληρώνουν τα σεμινάρια. Θεματολογίες: -Σεμινάρια διαμόρφωσης Τουριστικών Εμπειριών -Σεμινάρια Βελτίωσης Υπηρεσιών Εξυπηρέτησης -Σεμινάρια Διοίκησης Μονάδων Εστίασης -Σεμινάρια Ανάπτυξης Επαγγελματικών Δεξιοτήτων -Σεμινάρια Digital Marketing Fundamentals (Social Media, Google Analytics, Paid Performance etc.) -Σεμινάρια Marketing Management -Σεμινάρια Sales & Distribution Management	-	ΟΑΕΔ & ΠΔΕ
Δημιουργία incubator για την υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων	Υπό διερεύνηση	Περ. Στερεάς Ελλάδας ή D.M.O.
Ενισχυμένα προγράμματα επιδοτούμενων διακοπών - Κοινωνικός Τουρισμός (Διατήρηση διάρκειας ισχύος 12 ημερών, διεύρυνση περιόδου ισχύος και εκτός καλοκαιρινής σεζόν, ενίσχυση παροχών συμπεριλαμβανομένου επισκέψεις σε μουσεία και άλλες δραστηριότητες)	Υπό διερεύνηση	Υπουργείο Τουρισμού
Καθίερωση και ενίσχυση του North Evia Pass ως μέτρο οικονομικής στήριξης τουριστικής δραστηριότητας (Περισσότερα vouchers, διεύρυνση ισχύος του μήνες χαμηλότερης τουριστικής κίνησης Μάιος-Ιούνιος και γιορτές όπως Πάσχα, ενίσχυση παροχών συμπεριλαμβανομένου επισκέψεις σε μουσεία και άλλες δραστηριότητες)	Υπό διερεύνηση	Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης





6

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ





ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πίνακας/Χρονοδιάγραμμα Τουριστικής Προβολής (B2C)

Ενέργειες Προβολής	1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
Δημιουργία Ταυτότητας & Ανάπτυξη περιεχομένου			
Δημιουργία Ταυτότητας & Brand Toolkit	20.000€	0€	0€
1ο έτος: Παραγωγή engaging περιεχομένου (κείμενα, videos, photos) • Κείμενα ταξιδιωτικών εμπειριών (περίπου 15.000 λέξεις ελληνικά & αγγλικά) • Φωτογραφικό υλικό (περίπου 100 φωτογραφίες) • 1 travel video (διάρκειας <60 sec) & adaptatons για digital χρήσεις 2ο & 3ο έτος: εμπλουτισμός περιεχομένου	30.000€	10.000€	10.000€
Διαδικτυακή Παρουσία & Ψηφιακά Εργαλεία			
Τουριστικό Portal (Σχεδιασμός & Ανάπτυξη σε 2 γλώσσες), Blog & Newsletter	30.000€	10.000€	10.000€
Ανάπτυξη και διαχείριση Social Media (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok)	15.000€	10.000€	10.000€
B2C Ενέργειες			
Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια (Digital Campaign) & Προβολή μέσω τρίτων ταξιδιωτικών portals	0€	30.000€	30.000€
Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων	0€	50.000€	50.000€
Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας (outdoor επικοινωνιακό υλικό)	30.000€	30.000€	30.000€
Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών	15.000€	15.000€	15.000€
Προβολή πεζοπορικών μονοπατιών Τελέθριου Όρους & Όρους Λίχα	-	-	-
Προβολή σε ειδικό εσωτερικό κοινό (εκπαιδευτικού χαρακτήρα)	-	-	-

*Στα παραπάνω ποσά δεν περιλαμβάνεται ΦΠΑ

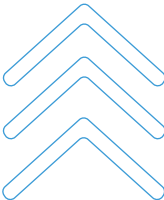
Πίνακας/Χρονοδιάγραμμα Τουριστικής Προβολής (B2B)

Ενέργειες Προβολής	1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
B2B Ενέργειες			
Σχεδιασμός Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων - Travel Trade Guide	30.000€	0€	0€
Διοργάνωση εκδηλώσεων networking με την επιχειρηματική κοινότητα & Tourism Forums (ενδεικτικό κόστος διοργάνωσης τριών events το έτος)	20.000€	20.000€	20.000€
Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις	-	-	-
Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης – Fam Trips	15.000€	15.000€	15.000€
Προβολή θεματικών εμπειριών μέσω Online Travel Agencies (OTA's)	0€	0€	10.000€
Τεχνική Υποστήριξη της Υπηρεσίας			
Τεχνικός Σύμβουλος για το project management των επιμέρους δράσεων B2C & B2B προβολής	30.000€	20.000€	20.000€
Γενικό Σύνολο	235.000€	210.000€	220.000€

*Στα παραπάνω ποσά δεν περιλαμβάνεται ΦΠΑ



7 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ- ΠΗΓΕΣ





INSETE Intelligence (2018), Αξιολόγηση του brand “Ελλάδα” και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών. Ι. Διαθέσιμο εδώ

INSETE Intelligence (2021), Μελέτη «Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης». Διαθέσιμη εδώ

INSETE Intelligence (2021), Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, Ετήσια Έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020. Διαθέσιμη εδώ

Τράπεζα της Ελλάδας (2020), επεξεργασία INSETE Intelligence, Εισερχόμενος τουρισμός – στοιχεία ανά Περιφέρεια (Insete Bi). Διαθέσιμο εδώ

ΤΟΠΟΣΟΡΗΥ (2022), Μελέτη καταγραφής επιτυχημένων διεθνών πρακτικών (benchmarking report) στον τομέα της ανάκαμψης τουριστικών προορισμών μετά από φυσικές καταστροφές

Terrain Χαρτογραφική ΙΚΕ (2021), Μελέτη συντήρησης, σήμανσης και ανάδειξης σηματοδοτημένων πεζοπορικών διαδρομών στην περιοχή του Δήμου Ιστιαίας-Αιδηψού

Αποκεντρωμένη Διοίκηση Θεσσαλίας – Στερεάς Ελλάδας Γενική Διεύθυνση Δασών & Αγροτικών Υποθέσεων, Διεύθυνση Δασών Εύβοιας & Δασαρχείο Λίμνης (2021), Μελέτη αποκατάστασης υποδομών σε χώρους δασικής αναψυχής

Ανάβαση Χαρτογραφική & Εκδοτική (2021), Μελέτη Εθνικού Μονοπατιού 21 στην Εύβοια

Καθημερινή (2021), Περιοδικό Γαστρονόμος τεύχος 186/Οκτώβριος 2021

TripAdvisor (2019), Experiential Travel Trends: New Skills, Health & Wellness, Family Activities Come Into Focus. Διαθέσιμο εδώ

MBO partners (2021), Nomad Search Continues, Research Brief. Διαθέσιμο εδώ

European Cities Marketing, ανάδοχος ΤΟΠΟΣΟΡΗΥ (2021), Understanding the world of the digital nomad. Διαθέσιμο εδώ

N.Hall, M.Gusso, L. Morello (2019) Product & Experience Digital Tourism Think Tank. Διαθέσιμο εδώ

Failte Ireland, National Tourism Development Authority (2020), A guide to understanding and developing memorable tourism experiences. Διαθέσιμο εδώ

Μελέτη INSETE, ανάδοχος ΤΟΠΟΣΟΡΗΥ (2019), Η Γαστρονομία ως παράγοντας εμπλουτισμού της ταξιδιωτικής εμπειρίας και αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος. Διαθέσιμη εδώ

B. Geddo (2018), Tourists are taking things slow with the new ‘slow travel’ trend Lonely Planet. Διαθέσιμο εδώ

Expedia Group Media Solutions + Skift (2019), Travel Marketing Across Generations in 2020: Reaching Gen Z, Gen X, Millennials and Baby Boomers. Διαθέσιμη εδώ

Booking.com (2022), Sustainable Travel Report. Διαθέσιμο εδώ

Expedia Group Media Solutions (2022), Sustainable Travel Study. Consumer Attitudes, Values and Motivations in Making Conscientious Choices. Διαθέσιμη εδώ

Expedia Group Media Solutions (2022), Inclusive Travel Insights Report. Understanding Traveler Values & Opportunities for Marketers. Διαθέσιμο εδώ

Amadeus (2021), Rebuild Travel Survey. Διαθέσιμο εδώ

Άλλες πηγές (επίσημες ιστοσελίδες ταξιδιωτικού περιεχομένου):

<https://www.travel.gr/experiences/travel/odoiporiko-sti-voreia-eyvoia-aytoi-po/>

<https://www.travel.gr/experiences/lichadonisia-mpanio-kai-fagito-stis-s/>

<https://www.reader.gr/travel/apodraseis-stin-ellada/395219/boreia-eyboia-odoiporiko-se-enan-proorismo-gia-oles-tis-epohes>

<https://www.followgeorge.gr/home/h-voreia-euvoia-sou-psithyrizei-to-pio-authentiko-odoiporiko>

<https://eviagreece.gr/>

<https://www.voriaevia.gr/>

www.visitedipsos.gr

<https://www.mybeach.gr/>

<https://lichadonisia.com/>



<https://www.oreoi.gr/>

<http://kanatadika.gr/>

<https://www.authenticmarathonswim.com/>

<http://www.limnievias.gr/>

<https://www.amazingevia.com/>

<https://visitcentralgreece.com/routes/wine-winery-tours>

Άλλες πηγές (επίσημες ιστοσελίδες επιχειρήσεων & οργανισμών που δραστηριοποιούνται στην Βόρεια Εύβοια):

<https://www.vriniotiswinery.gr/>

<http://istiaia-wines.gr/>

<http://www.eviawines.gr/wineries/>

<https://agrifoodcentralgreece.gr/>

<https://www.eviotopoi.gr/>

<https://strofilia.com/>

<https://normanfigs.com/>

<https://www.feta-istiaias.com/>

<https://kairis-olive-oil.gr/>

<https://www.northevia.eu/>

<https://elimnionrodi.gr/>

<https://beenaturalles.com/gr/>

<http://www.vasilikoergastiri.gr/>

<https://www.melissospito.gr/index.php/el/>

<https://www.adventureevia.gr/>

<https://www.xtremegreece.gr/el/>

<https://olne.gr/el>

<https://www.eleonashotel.com/el/>

<https://iliamare.gr/>

<https://www.ferriesedipsos.gr/>

<https://www.ferriesglyfa.gr/>





8

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ 4 ΚΑΙ 5 ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ:

«ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ
MARKETING ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ
ΤΗΣ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΗΣ
ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ»

Εξειδίκευση των κεφαλαίων 4 και 5 της μελέτης «ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ MARKETING ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ» από τη Θερμοκοίτιδα "D-HUB" του Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ», προκειμένου να είναι σε αρμονία με τις εγκυκλίου του Ε.Σ.Π.Α. 2021-2027.

Η ομάδα της Θερμοκοιτίδας "D-HUB" του Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ», εμπνεόμενη και έχοντας ως πυξίδα τη «Μελέτη Στρατηγικού Σχεδιασμού Marketing για την ανάδειξη της ευρύτερης περιοχής της Βόρειας Εύβοιας» που εκπόνησε η Εταιρεία MARKETING GREECE και παρακολουθώντας επίμονα τις διεργασίες συγκρότησης του Ε.Σ.Π.Α. 2021-2027, προχώρησε στην εξειδίκευση των κεφαλαίων 4 και 5 της μελέτης.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. Όραμα

Όραμα της στρατηγικής μελέτης για το marketing του Προγράμματος Ανασυγκρότησης, είναι η Βόρεια Εύβοια να διαφοροποιηθεί μέσα από την ανάδειξη του πλούτου εμπειριών που διαθέτει, εστιάζοντας στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτών, έχοντας στον πυρήνα τους το «νέο δάσος» που αναγεννάται και αποτελεί πηγή πλούτου για την τοπική κοινωνία και εμπλουτίζει την πρόταση αξίας του προορισμού.

Το όραμα της μελέτης συνοψίζεται ως εξής:

«Γίνε κι εσύ κομμάτι της επόμενης μέρας της Βόρειας Εύβοιας»

4.2. Στρατηγική

Η στρατηγική της μελέτης επιδιώκει την σύνδεση της πρότασης αξίας της Βόρειας Εύβοιας με τις προτιμήσεις των επισκεπτών και την διαμόρφωση ενός χαρτοφυλακίου εμπειριών για τη στοχευμένη προβολή στα κοινά ενδιαφέροντος, μέσω του παρακάτω μηνύματος:

Γίνε και εσύ κομμάτι της επόμενης μέρας της Βόρειας Εύβοιας μέσα από τις επιλογές που θα κάνεις για τις διακοπές σου, στηρίζοντας τις προσπάθειες των ανθρώπων της. Όποτε και αν την επισκεφθείς, αναζήτησε πρωτοβουλίες προστασίας και αναγέννησης της φύσης και στήριξε ενεργά την τοπική κοινωνία, αγοράζοντας ντόπια προϊόντα. #BePartOfNorthEvia

4.3. Στόχοι

Οι στόχοι της μελέτης είναι:

1. Δημιουργία χαρτοφυλακίου εμπειριών που ανταποκρίνονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προορισμού, για τη διαμόρφωση τουριστικού προϊόντος:

- Ανακάλυψε την Αιδηψό
- Το ατμοσφαιρικό τοπίο της Λίμνης
- Δώσε αγάπη στην Αγία Άννα
- Οι παραθαλάσσιοι οικισμοί
- Μονοήμερη εκδρομή στα Λιχαδονήσια
- Γεύσου τα ντόπια προϊόντα
- Γνώρισε τη θρησκευτική κληρονομιά
- Το απολιθωμένο δάσος της Κερασιάς
- Ζήσε συναρπαστικές εμπειρίες στη φύση
- Watersports & events

2. Αναβάθμιση τουριστικών πόλων για τη βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη

3. Καθορισμός Σχεδίου Δράσης Τουριστικής προ-

βολής

4. Διαμόρφωση Προγράμματος Εκπαίδευση – Κατάρτισης - Υποστήριξης επαγγελματιών τουρισμού και τοπικού πληθυσμού.

4.4. Ωσμωση και συνεισφορά της μελέτης με το δάσος

Το δάσος αποτελεί κύριο στοιχείο του φυσικού, περιβαλλοντικού πλούτου της Εύβοιας. Πέρα από τον πολύ σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει ως περιβαλλοντικός και τοπικός πόρος στο τοπικό οικοσύστημα αλλιά και ως οικονομικός πόρος στην ζωή των κατοίκων και την ευημερία τους, ως φυσικός χώρος δράσης και εργασίας τους, αποτελεί και μέγιστο τουριστικό πόρο για την περιοχή.

Η μελέτη «Στρατηγικός Σχεδιασμός Marketing για την ανάδειξη της ευρύτερης περιοχής της Βόρειας Εύβοιας», δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στο δάσος και στην αποκατάσταση των συνεπειών του από την πυρκαγιά του 2021, η οποία οφείλει να επανέλθει στην πρότερη κατάσταση.

Η μελέτη Στρατηγικού Σχεδιασμού Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό θέτει στο επίκεντρο του χαρακτήρα και της ταυτότητας του τόπου το Νέο Δάσος, ως περιοχή με αναψυχικό ενδιαφέρον και ως μέσο μιας ξεχωριστής ταξιδιωτικής εμπειρίας. Αποτελεί φυσικό πόρο όπου μέσα από την διαμόρφωση τουριστικών προϊόντων μπορεί να προσφέρει πλήθος ταξιδιωτικών εμπειριών που μπορούν να περιλαμβάνουν υπαίθριες δραστηριότητες και συναρπαστικές εμπειρίες στη φύση, πεζοπορικές διαδρομές σε μοναδικής ομορφιάς μονοπάτια, γνωριμία των επισκεπτών με την κουιλτούρα και τον τοπικό πολιτισμό αλλιά και δράσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα στο πλαίσιο της αναγέννησής του.

Το όραμα και η στρατηγική της μελέτης εκτός από τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής και τη δημιουργία μοναδικών τουριστικών εμπειριών, βασίζεται και σε πρωτοβουλίες προστασίας και αναγέννησης του νέου δάσους, ενώ παράλληλα με όρους τοποκεντρικότητας και αθρωποκεντρικότητας παρακινεί τους επισκέπτες να στηρίξουν την απασχόληση, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της περιοχής, σε μία προσπάθεια αναζωογόνησης της οικονομίας, της κοινωνίας και της αποκατάστασης του περιβάλλοντος που τόσο πολύ επλήγη και που, ωστόσο, με αισιοδοξία ατενίζει την επόμενη ημέρα.

Το Νέο Δάσος, εκτός από τη φυσική του αναγέννηση, θα παίξει πρωταρχικό ρόλο και θα επηρεά-

σει όλες -σχεδόν- τις δράσεις τους Προγράμματος Ανασυγκρότησης της Βόρειας Εύβοιας. Ειδικότερα, θα υποδεχθεί και θα αξιοποιήσει πρωτοβουλίες όπως οι Γιορτές του Δάσους, καθώς και το πρόγραμμα «στηρίΖΟΥΜΕ Βόρεια Εύβοια», ενώ πρωτοβουλίες όπως οι σχεδιαζόμενες πεζοπορικές διαδρομές, μεταξύ των οποίων και το Εθνικό μονοπάτι 21 στην Εύβοια, θα εμπλουτίσουν το τουριστικό της προϊόν και θα ενισχύσουν την τοπική απασχόληση και εξωστρέφεια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1.Δράσεις – Έργα

Στη συνέχεια, ακολουθούν οι προτάσεις όπως απορρέουν από τη μελέτη, για έργα και δράσεις ανά στόχο.

Στόχος 1. Δημιουργία χαρτοφυλακίου εμπειριών

Το Χαρτοφυλάκιο Εμπειριών δημιουργείται στο πλαίσιο της Στρατηγικής Μάρκετινγκ ενός προορισμού, λαμβάνοντας υπόψη τις παρακάτω παραμέτρους:

1. Βασίζεται στην υφιστάμενη κατάσταση του τουριστικού προϊόντος αλλιά και στη μελλοντική του υπόσταση, βάσει των έργων που προδιαγράφονται στη συνέχεια, με στόχο να διαμορφωθεί μια ξεκάθαρη, διακριτή τοποθέτηση για την εκάστοτε εμπειρία που θα ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς στόχου.
2. Λόγω της γεωγραφικής εγγύτητας που παρουσιάζουν οι προορισμοί της Βόρειας Εύβοιας, η κάθε εμπειρία δύναται να συνδυάζει περισσότερες από 1 τοποθεσίες με ομοιομορφία σε τουριστικό προϊόν και αίσθηση, αντλώντας αξία από τους τουριστικούς πόλους προς τους λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς.
3. Οι εμπειρίες που θα αποκομίσει ο αυριανός επισκέπτης, προκύπτουν έπειτα από θεματική ανάλυση των μοναδικών χαρακτηριστικών που προσφέρει είτε ο κάθε τουριστικός «πυλώνας»/προορισμός είτε ένα υποσύνολο συμπληρωματικών προορισμών.
4. Αναγκαία συνθήκη για τη δημιουργία μιας τουριστικής εμπειρίας, αποτελεί η ύπαρξη minimum τουριστικής υποδομής, ώστε να μπορεί να καλυφθεί η επιθυμητή τουριστική κίνηση.

Το Χαρτοφυλάκιο Εμπειριών δεν υφίσταται προς το παρόν για τη Βόρεια Εύβοια και αποτελεί ζη-

τούμενο για την επόμενη ημέρα για τη διαμόρφωση τουριστικού προϊόντος και την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού.

Ως εκ τούτου, πρόταση της μελέτης είναι η διαμόρφωση Χαρτοφυλακίου Εμπειριών, οι οποίες αφορούν και διακριτούς υποστόχους, ως εξής:

«Αιδηψός» - Ολιστική ευεξία στη μεγαλύτερη λουτρόπολη της Ελλάδας

Περιγραφή Εμπειρίας –Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):

«Στα λουτρά της Αιδηψού σύμφωνα με τη μυθολογία ανακτούσε τις δυνάμεις του ο Ηρακλής έπειτα από τους άθλους του. Πάνω από 80 θερμές πηγές πλούσιες σε μεταλλικά στοιχεία και ευεργετικές ιδιότητες, επιβλητικά κτήρια στο παραλιακό μέτωπο με εντυπωσιακά αρχιτεκτονικά στοιχεία των αρχών του 1900 αλλιά και παραδοσιακές ταβέρνες & εστιατόρια που προσφέρουν κουζίνα στα πρότυπα της μεσογειακής διατροφής και όμορφα καφέ, οδηγούν τον επισκέπτη να απορροφήσει πλήρως την ενέργεια της πόλης και να ζήσει την εμπειρία ευεξίας μέσα από έναν αναζωογονητικό ρυθμό. Στο Δημόσιο Υδροθεραπευτήριο με την μεγάλη κοινόχρηστη πισίνα και τα εξατομικευμένα λουτρά, η αίσθηση της χαλάρωσης αγγίζει το απόλυτο, όλο το χρόνο καθώς πλέον λειτουργεί και σαββατοκύριακα. Μην παραλείψετε να δείτε την αρχαιολογική συλλογή που φιλοξενείται εδώ. Αρκετά από τα ξενοδοχεία της πόλης προσφέρουν υπηρεσίες spa αποκλειστικά βασισμένες στα ιαματικά νερά, ενώ οι φυσικές της πηγές θερμαίνουν την θάλασσα ολόκληρη το χρόνο.

Μέρος της... «ίας» είναι και το ποδήλατο! Νοικιάστε ένα και περιηγηθείτε στην πόλη και τη γύρω περιοχή, τη Σπηλιά του Σύλλα-η ονομασία της οποίας προέρχεται από έναν Ρωμαίο Στρατηγό που επισκεπτόταν τις ιαματικές πηγές για να θεραπευτεί από την αρθρίτιδα-ή και τις λίγο πιο μακρινές παραλίες του Αγίου Νικολάου και του Πόρτο Πεύκου, που σίγουρα αξίζουν την προσοχή σας. Αν προτιμάτε πιο...ήπια δραστηριότητα πριν την αποκατάσταση στα ιαματικά λουτρά, επιλέξτε το παραλιακόμέτωπο για ένα απογευματινό τρέξιμο».





«Λίμνη» - Ταξίδι στο χρόνο, μέσα σε ατμόσφαιρα νησιού

Περιγραφή Εμπειρίας –Δύνεται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
«Χτισμένη αμφιθεατρικά, η Λίμνη «ακτινοβολεί» τη μακρόχρονη ναυτική της παράδοση. Στο Λαογραφικό και Ιστορικό Μουσείο που στεγάζεται στο αρχοντικό του Αγγελή Φιλόκου, μπορείτε να μάθετε τα πάντα γι' αυτήν της την παράδοση. Στον ίδιο χώρο συγκαταλέγονται και διάφορα αρχαιολογικά ευρήματα του προορισμού. Βόλτα στο παραλιακό τμήμα του οικισμού για να δείτε και να φωτογραφίσετε τα νεοκλασικά με γεμάτες πολύχρωμα λουλουδιά αυλές, να μυρίσετε το φρέσκο ψάρι που σερβίρεται στις γραφικές ψαροταβέρνες, να αισθανθείτε την ενέργεια που εκπέμπουν οι πλατείες με τα δροσερά πλατάνια τους απολαμβάνοντας έναν ελληνικό καφέ και να γυρίσετε τα μικρά ταβερνάκια με το εξαιρετικής ποιότητας τσίπουρο ή ούζο και τα μεζεδάκια που ετοιμάζουν μόνο για εσάς οι φιλόξενοι ντόπιοι. Αν πάλη θέλτε να εκμεταλλευτείτε τις διακοπές σας στη Βόρεια Εύβοια για να ανακαλύψετε τις παραδόσεις της περιοχής, μέσα και γύρω από τη Λίμνη υφαίνονται ακόμα υφάσματα σε παραδοσιακούς αργαλειούς. Το καλοκαιρινό Φεστιβάλ Ελύμνια, που διεξάγεται από 1 έως 15 Αυγούστου, σας εξιστορεί το ταξίδι των μυθικών Αργοναυτών από αυτή την περιοχή της Βόρειας Εύβοιας.

Μια κλεφτή ματιά στα ήρεμα νερά και τις ακτές του Ευβοϊκού Κόλπου, σε περιοχές όπως η Λίμνη και δε θα χρειαστεί δεύτερη πρόσκληση για να νοικιάσετε καγιάκ ή Stand up Paddleboard(SUP) ή –και γιατί όχι –να κάνεις μαθήματα στο κέντρο καταδύσεων στις Ροβιές ώστε να προετοιμαστείτε για υποθαλάσσιες εξερευνήσεις. Αν σας γοντεύει περισσότερο το ψάρεμα, συνομιλήστε με τους φιλόξενους ντόπιους που θα σας φέρουν σε επαφή με ψαράδες για να ζήσετε ένα αυθεντικό fishing trip στον Β. Ευβοϊκό Κόλπο όπου θα μάθετε όλα τα μυστικά της επιτυχίας!».

«Αγία Άννα» - Αποσύνδεση & χαλάρωση στην αγκαλιά του Αιγαίου Πελάγους

Περιγραφή Εμπειρίας –Δύνεται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
«Ξεκινώντας από τον κύριο οικισμό που είναι χτισμένος σε μια πλαγιά, θα επισκεφθείτε το πολύ ενδιαφέρον Λαογραφικό Μουσείο στο οποίο μπορείτε να δείτε την άμαξα της οικογένειας Αβέ-

ρωφ που μετέφερε τον Όθωνα και την Αμαλία κατά την επίσκεψή τους στην Εύβοια. Κάντε μια στάση «δροσιάς» στην πλατεία του χωριού για να απολαύσετε ένα καφέ και ένα τοπικό έδεσμα. Συνεχίζοντας στον παραθαλάσσιο οικισμό της Αγίας Άννας, θα βρείτε μια εκτεταμένη ακτογραμμή στην πλευρά του Αιγαίου που αποτελεί και μία από τις μεγαλύτερες και πιο οργανωμένες παραλίες της Βόρειας Εύβοιας με ξενοδοχεία, ταβέρνες, καφέ, μπαρ, γήπεδο volley, κυριολεκτικά δίπλα στη θάλασσα! Αφήστε το αυτοκίνητο για λίγες ημέρες και ετοιμαστείτε να ζήσετε την απόλυτη ξεκούραση στην Αγία Άννα με τα πόδια ή/και με ένα ποδήλατο που μπορείτε να νοικιάσετε δίπλα στο camping της Αγίας Άννας.

Η παραλία Αγκάλη της Αγίας Άννας έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην εδραίωση της Βόρειας Εύβοιας ως προορισμού διακοπών. Ακόμα πιο ελκυστική την κάνουν οι δραστηριότητες για κάθε ηλικία που προσφέρουν πολλοί πάροχοι εμπειριών της περιοχής. Από ιππασία στην παραλία ή στο δάσος όπου θα έχεις την ευκαιρία να δεις τη σταδιακή αναγέννηση του φυσικού τοπίου, μέχρι river trekking στο φαράγγι της Μπολοβίναινας το οποίο θα διασχίσεις περπατώντας μέσα στα νερά του ποταμού Νηλέα που σε φτάνουν περίπου στη μέση. Δεν θα σου πούμε πολλά για το ηλιοβασίλημα στην παραλία της Αγκάλης. Τα σκούρα βοτσαλάκια της παραλίας δημιουργούν την αίσθηση του μοναδικού, γοντευτικά απόκοσμου ηλιοβασιλέματος που σίγουρα όμοιο δεν θα έχεις ξαναδεί!».

«Λιχαδονήσια» - Αίσθηση απόλυτης απόδρασης με караβάκι στα εξωτικά νησιά της Βόρειας Εύβοιας

Περιγραφή Εμπειρίας –Δύνεται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
«Γαλαζοπράσινα νερά, εξωτικοί κόλποι, ένα ναυάγιο του Β' Παγκοσμίου Πολέμου το οποίο πρόκειται να γίνει σημείο κατάδυσης και μια οικογένεια μεσογειακής φώκιας (ενίοτε και δελφίνια) που... μετανάστευσε από τις Σποράδες! Καλώς ήρθατε στα Λιχαδονήσια! Τα νησάκια αυτά βρίσκονται στη βορειοδυτική ακτή της Εύβοιας και είναι σίγουρο πως θα σας χαρίσουν την αίσθηση της απόλυτης απόδρασης. Για να προσεγγίσετε τα Λιχαδονήσια, θα χρειαστεί να πάρετε караβάκι από τον Άγιο Γεώργιο (κοντά στο Γρεγολίμανο) ή από τα Καμμένα Βούρλα, απ' όπου οι ημερήσιες εκδρομές περιλαμβάνουν επίσκεψη σε υπέροχες παραλίες και σας επιτρέπουν να απολαύσετε την

υποβρύχια μαγεία μέσα σε μία βάρκα με γυάλινο πυθμένα.

Τα караβάκια θα σας φέρουν στις οργανωμένες παραλίες, όπου θα βρείτε ομπρέλες και ξαπλώστρες και θα παραμείνετε μέχρι την ώρα της επιστροφής σας (η οποία είναι δεσμευτική). Πιο γνωστή ανάμεσα στις δύο παραλίες παραμένει αυτή της Μονοηιάς με τα ζεστά και ρηχά νερά όπου υπάρχει και η περίφημη πια καντίνα της οικογένειας Λυμπέρη. Εκεί θα βρείτε όλα τα απαραίτητα ποτά καθώς και φαγητό: τα κάρβουνα στο πίσω μέρος μένουν μονίμως αναμμένα όσο υπάρχουν επισκέπτες στο νησί και βγάζουν σαγανάκια, σαρδέλες, χταπόδια και ψητά καλαμάρια και βεβαίως σουβλάκια –με σαλάτες και τηγανιτές πατάτες ως συνοδευτικά. Η δεύτερη οργανωμένη παραλία έχει διαμορφωθεί κατά τα τελευταία χρόνια στο Μικρό Λιχαδονήσι και είναι γνωστή ως Νέα Παραλία. Εδώ έχει ανοίξει το beachbar «MikroLichadonisi».

Παρότι δεν γίνεται να κάνετε μπάνιο σε άλλες παραλίες πέρα από τις ήδη οργανωμένες, μπορείτε να τριγυρίσετε στα νησάκια. Σε μόλις 3 λεπτά από την αμμουδιά της Μονοηιάς, θα βρεθείτε στον παλιό οικισμό, όπου θα δείτε τα εγκαταλειμμένα σπίτια και την εκκλησία του Αγίου Γεωργίου Λιχαδονησίων, η οποία ακόμα στέκει σε καλή κατάσταση. Στη Μεγάλη Στρογγυλή, που θεωρείται κορυφή υποθαλάσσιου ηφαιστείου, τα λείψανα υδραγωγείου φανερώνουν ότι υπήρχαν κάτοικοι κατά τη ρωμαϊκή εποχή. Στις δικές μας μέρες δεσπόζει ένας πέτρινος φάρος 9 μέτρων στην κατάφυτη κορυφή, γύρω από τον οποίον υπάρχουν ερείπια ενός βυζαντινού μοναστηριού του 12ου αιώνα». Η εμπειρία είναι «λειτουργική» Μάιο μέχρι Σεπτέμβριο.

«Παραθαλάσσιοι Οικισμοί» - Αυθεντικότητα, φιλοξενία & VFM (value for money) υπηρεσίες

Περιγραφή Εμπειρίας –Δύνεται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C):
«Εκτός από την Αιδηψό, τη Λίμνη και την Αγία Άννα, υπάρχουν και άλλοι πολλοί παραθαλάσσιοι οικισμοί στον Ευβοϊκό Κόλπο, ιδανικοί προς εξερεύνηση με... άλλο μάτι! Μια ήσυχη παραλία, ένα παγωμένο ουζάκι να συνοδεύει τους φρέσκους θαλασσινούς μεζέδες που με αγάπη σερβίρουν οι ντόπιοι και μια ατμοσφαιρική περ-



τζάδα υπό τα χρώματα της δύσης, είναι τα βασικότερα στοιχεία που συνθέτουν την εμπειρία των παραθαλάσσιων οικισμών της Βόρειας Εύβοιας. Απλότητα ελληνικού καλοκαιριού σε απόσταση αναπνοής από τους τουριστικούς πόλους που συγκεντρώνουν περισσότερη τουριστική κίνηση.

Στις Ροβιές, οι παραλιακές ταβέρνες, τα καφέ και τα ουζερί σας δελεάζουν με ντόπια προϊόντα που έρχονται κατευθείαν από τα αγροκτήματα (ναι, μία από τις πιο εύφορες περιοχές της Εύβοιας, παρότι επηρεάστηκε από τις πυρκαγιές, παράγει ξανά νοστιμότητα προϊόντα). Εδώ, δεσπόζει ο μυστηριώδης μεσαιωνικός πύργος από την περίοδο της Φραγκοκρατίας, ο οποίος χρησίμευε κάποτε ως παρατηρητήριο πειρατών. Δίπλα, τα Ήλια έχουν μια μεγάλη, βοτσαλωτή παραλία και ζεστά νερά όλο τον χρόνο λόγω των ιαματικών πηγών.

Στα βορειοδυτικά, η περιοχή της Λιχάδας έχει ίσως τις πιο όμορφες και παρθένες παραλίες στη Βόρεια Εύβοια. Το Γρεγολίμανο και η Χρυσή Ακτή με άμμο, ρηχά νερά και πεύκα που ακουμπούν στη θάλασσα, θα σας προσφέρουν τη χαλάρωση και αναζωογόνηση που αναζητάτε, ενώ η οργανωμένη πλαζ θα σας υποδεχτεί σε ένα μέρος ιδιαίτερης ομορφιάς. Αν πάλη θέλτε να κολυπήσετε στη «μύτη» της Βόρειας Εύβοιας τότε η παραλία Κάβος είναι η μόνη σου επιλογή. Ανεβαίνοντας λίγο πιο πάνω, βρίσκονται τα γραφικά χωριουδάκια Λουτρά Γιάλητρων και Άγιος Γεώργιος Λιχάδος, με αυθεντικές ψαροταβέρνες και караβάκια που μεταφέρουν κόσμο σε ένα ακόμα μαγικό μέρος της Εύβοιας, τα Λιχαδονήσια.

Κατά μήκος της βόρειας ακτής, 5 χιλιόμετρα δυτικά της Ιστιαιάς, βρίσκεται ο οικισμός Ωρεοί & Νέος Πύργος, με τον Ταύρο των Ωρεών να εκτίθεται κοντά στο λιμάνι, ένα μαρμαρίνο γλυπτό 6 τόνων που χρονολογείται από την ελληνιστική εποχή! Σε κοντινή απόσταση βρίσκεται ακόμα μία παραλία της Βόρειας Εύβοιας, η Νησιώτισσα, με φανταστική αμμουδιά, καταγάλανα νερά, φοίνικες και με θέα ένα νησάκι που φιλοξενεί τα ερείπια ενός αρχαίου πύργου. Ακριβώς κατά μήκος της βόρειας ακτής, σε μία περιοχή όπου η φύση αποδεικνύει ότι πάντα βρίσκει τον τρόπο να βλαστήσει ξανά, βρίσκεται το Πευκί, δημοφιλής προορισμός της Βόρειας Εύβοιας λόγω της οργανωμένης της παραλίας μήκους 4-5 χλμ. και των πολυάριθμων επιλογών σε ταβερνάκια και νυχτερινή διασκέδαση. Με τον Παγαστικό Κόλπο και τους θησαυρούς του Πηλίου ακριβώς απέναντι όπως και τα νησιά των Σποράδων σε κοντινή απόσταση από εδώ, τα σκάφη αναψυχής βρίσκονται αγκυροβο-





λημένα στο μικρό λιμάνι του Πευκίου έτοιμα να σαλπάρουν, προσφέροντας μοναδικές ημερήσιες εκδρομές».

«Γαστρονομία Βόρειας Εύβοιας» -Τοπικά προϊόντα, γεύσεις, αρώματα και ιστορία

Περιγραφή Εμπειρίας –Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C): «Ανακαλύπτοντας τον παραγωγικό χάρτη της Βόρειας Εύβοιας, ο τόπος μας αφηγείται αμέτρητες γαστρονομικές ιστορίες. Αρωματισμένο με θυμάρι, πεύκο, ακόμα και με τον σπάνιο συνδυασμό μάραθου και γλυκάνισου, το μέλι αποτελεί την ναυαρχίδα των τοπικών προϊόντων της Βόρειας Εύβοιας και μπορείς να το προμηθευτείς στα χωριά, τους πάγκους, στην άκρη των δρόμων καθώς και σε εξειδικευμένα καταστήματα που πωλούν και άλλα μελισσοκομικά προϊόντα, όπως βασιλικό πολτό και καλλυντικά με βάση το κερύ. Μια επίσκεψη στα οινοποιεία στα Γιάττρα και στην Ιστιαία αρκεί για να μάθεις τα πάντα για το Βραδιανό, τον Καρτσιώτη και τις λευκές Ασπρούδες, σκαφαλώνουν λίγο πιο ψηλά στη λίστα των must-taste επιλογών σου! Παραγωγοί σε περιοχές όπως η Στροφυλιά μετατρέπουν απλά υλικά -κόκκινες πιπεριές, ελιές και σαρδέλες –σε προϊόντα υψηλής γαστρονομικής αξίας / γκουρμέ και τα διανέμουν σε όλη την Ελλάδα».

Στις Ροβιές, ο ιδιαίτερα δραστήριος συνεταιρισμός ελαιοπαραγωγών θα λειτουργήσει επισκέψιμο ελαιοτριβείο στο οποίο θα μπορείς να ζήσεις την εμπειρία γευσιγνωσίας ελαιόλαδου, ενώ ελαιοτριβεία θα βρεις και σε άλλες τοποθεσίες που ζωντανεύουν την περίοδο της φθινοπωρινής συγκομιδής. Στον Ταξιάρχη συλλέγονται και αποξηραίνονται σύκα, όπου τα προϊόντα του ομώνυμου συνεταιρισμού έχουν χαρακτηριστεί ΠΟΠ (Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης). Στη Λίμνη και την Κήρινθο, τα ρόδια χαρίζουν τον πολυτιμο χυμό τους, η Ιστιαία και οι Κεχριές παράγουν τυριά, όπως η φέτα που ωριμάζει σε βαρέλια μέχρι να ταιριάζει απόλυτα η γεύση της με το τοπικό κρασί και το τσίπουρο.

Η γευστική μας περιήγηση συνεχίζει με καρύδια στο Πευκί, προϊόντα που παράγονται από οικογενειακές καλλιέργειες λαχανικών (ξεχωρίζουν για τη γεύση τους οι κόκκινες πιπεριές από τη Λίμνη) αλλά και άγριο μάραθο που προσθέτει ιδιαίτερο άρωμα σε τόσα πολλά τοπικά πιάτα. Εννοείται όλα αυτά (καθώς, φυσικά, και τα ντόπια κρέατα

και θαλασσινά) μπορείς να τα απολαύσεις σε παραδοσιακές ταβέρνες σε κάθε προορισμό της Βόρειας Εύβοιας».

«Προσκυνηματική Διαδρομή Βόρειας Εύβοιας»- Θρησκευτική κληρονομιά και φως

Περιγραφή Εμπειρίας –Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C): «Κάνοντας μια επίσκεψη στα μοναστήρια της Βόρειας Εύβοιας, θα εμβαθύνεις ακόμα περισσότερο στον πολιτισμό και την ιστορία της περιοχής. Η Μονή του Αγίου Ιωάννη του Ρώσου (υφίσταται μονοπάτι προσκυνηματικής διαδρομής «Όσιος Ιωάννης ο Ρώσος»),δίπλα στον ποταμό Κηρέα, κοντά στο Προκόπι, αποτελεί σημαντικό χριστιανικό προσκύνημα, καθώς εδώ βρίσκονται τα λείψανα του Αγίου που έφεραν Έλληνες πρόσφυγες από την Καππαδοκία μετά την ανταλλαγή πληθυσμών με την Τουρκία το 1923. (Την ιστορία αυτών των προσφύγων μπορείς να την μάθεις στο Μουσείο Μικρασιατικού Πολιτισμού το Προκόπι). Κοντά στο Δρυμώνα βρίσκεται η Μονή του Οσίου Δαυίδ του Γέροντος. Χτισμένη στη θέση της εκκλησίας που ίδρυσε ο Όσιος Δαυίδ της Εύβοιας τον 16ο αιώνα -και λειτούργησε ως κρυφό σχολείο για τον μη μουσουλμανικό πληθυσμό -το σημερινό μοναστήρι χρονολογείται από το 1870 και περιέχει τα λείψανα του ιδρυτή του.

Ακριβώς νότια της Λίμνης, η Μονή του Αγίου Νικολάου Γαλατάκη(χτισμένη στη θέση αρχαίου ναού, αφιερωμένο στον θεό Ποσειδώνα) διαθέτει σπάνιες εικόνες, χειρόγραφα και άλλα κειμήλια, καθώς και έναν αμυντικό πύργο καθώς και όμορφη θέα στη θάλασσα. Άλλα θρησκευτικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν τη Μονή του Αγίου Γεωργίου στα Ήλια, τη Μονή της Αγίας Ειρήνης Χρυσοβαλάντου στις Ροβιές και το παρεκκλήσι της Παναγίας Ντινιούς κοντά στην Ιστιαία, που αποτελεί μέρος υπάρχουσας πεζοπορικής διαδρομής».

«Το Νέο Δάσος» Φύση, συναρπαστικές δραστηριότητες, ορεινά χωριά & γιορτές!

Περιγραφή Εμπειρίας –Δύναται να αξιοποιηθεί και ως περιγραφή σε υλικό προβολής (B2C): 'Η φύση συνεχίζει να πρωταγωνιστεί και μετά τις πυρκαγιές. Τα μέρη που δεν επλήγησαν εξακολουθούν να χαρίζουν μοναδικές στιγμές ανάσας



και ευεξίας. Οι περιοχές που υπέστησαν ζημιά εξαιτίας των πυρκαγιών, δίνουν τώρα την πιο συγκλονιστική τους ερμηνεία. Αυτό και αν αξίζει να ζήσετε από κοντά, να δείτε με τα μάτια σας, να παρατηρήσετε, ν' αντιληφθείτε, να δηλώσετε «παρών» σε μια φυσική διαδικασία που από το τίποτα γεννάει τα πάντα. Με πείσμα και δύναμη η φύση αυτού του τόπου παραδίδει μαθήματα ζωής, από την αρχή.

Αν είστε λάτρεις των υπαίθριων δραστηριοτήτων και αναζητάτε συναρπαστικές εμπειρίες στη φύση, να μια λίστα με τα πράγματα που πρέπει να κάνετε στις διακοπές σας στη Βόρεια Εύβοια. Καθώς το πράσινο επιστρέφει και πάλι, μπορείτε να απολαύσετε ξανά πεζοπορικές διαδρομές και να θαυμάσετε μοναδικής ομορφιάς καταρράκτες. Ανέγγιχτα από τις πυρκαγιές, στα όρη Τελλέθριο και Λίκας ετοιμαστείτε να περπατήσετε πολλή σηματοδοτημένα μονοπάτια, τα οποία συνεχώς εμπλουτίζονται με νέες χαράξεις. Η καλύτερη εμπειρία είναι να συμμετάσχετε σε οργανωμένη πεζοπορική εκδρομή, όπου ο οδηγός μπορεί να σας πει πολύ αναλυτικά όλα όσα θέλεις να μάθεις για την τοπική χλωρίδα και πανίδα.

Αν σας συναρπάζουν οι καταρράκτες, η φύση στη Βόρεια Εύβοια έχει μεριμνήσει για εσάς. Ο καταρράκτης Δαφνοκούκι κοντά στα Ήλια, προσφέρεται για πεζοπορία και canyoning, ο προσβάσιμος (με τα πόδια ή το αυτοκίνητο) καταρράκτης Γερακιού κοντά στο Πευκί και ο καταρράκτης Κρέμαση στις Αγδίνες, αποτελούν κορυφαία σημεία για να απολαύσετε τη φύση. Πιο δημοφιλής είναι ο καταρράκτης του Δρυμώνα που βρίσκεται σε μια περιοχή που επλήγη από τις πυρκαγιές και σήμερα βρίσκεται στο επίκεντρο των προσπαθειών φυσικής προστασίας. Ακόμα, μπορείτε να κάνετε ιππασία στην περιοχή Καματριάδες, στις πλαγιές του όρους Τελλέθριο αλλά και στην Αγία Άννα, όπου η διαδρομή θα σας αποζημιώσει με φύση που αναγεννάται αλλά και υπέροχη θέα στο Αιγαίο Πέλαγος».

Στόχος 2. Αναβάθμιση τουριστικών πόρων

1. Επαναλειτουργία του Υδροθεραπευτηρίου Λουτρών Αιδηψού ΥΠΟΕΡΓΟ 3: Διαχείριση και Διανομή Ιαματικού Πόρου του Κέντρου Ιαματικού Τουρισμού /Θερμαλισμού Αιδηψού

Μέσω της προτεινόμενης παρέμβασης επιδιώκεται η αποκατάσταση και ο εκσυγχρονισμός των

εγκαταστάσεων του ακινήτου και η ασφαλής διαχείριση του ιαματικού πόρου με την κατασκευή κατάλληλων δικτύων διανομής / αποθήκευσης / μέτρησης και αυτοματισμών. Παράλληλα, μέσω της ασφαλούς λειτουργίας και προστασίας των εγκαταστάσεων του ακινήτου επιδιώκεται η οικονομική βιωσιμότητα του έργου, η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας τόσο κατά τη φάση της μελέτης, όσο και κατά την υλοποίηση και λειτουργία του έργου.

2. Επαναλειτουργία του Υδροθεραπευτηρίου Λουτρών Αιδηψού ΥΠΟΕΡΓΟ 2: Ανάπλαση περιβάλλοντος Χώρου

Αντικείμενο του παρόντος Τεχνικού Δελτίου είναι το Υποέργο 2, “Ανάπλαση περιβάλλοντος χώρου”. Για τον σκοπό αυτό εκπονείται Στρατηγική Μελέτη – Master Plan με τίτλο «ΛΟΥΤΡΑ ΑΙΔΗΨΟΥ “ΜΕΤΑ”: Στρατηγικό Master Plan ανάδειξης, προστασίας και ανασυγκρότησης».

Η μελέτη προβλέπει φυσικές αναπλάσεις όχι μόνο στον άμεσο περιβάλλοντα χώρο του Υδροθεραπευτηρίου, αλλά σε ολόκληρο το ιστορικό κέντρο του οικισμού, καθώς και στο νέο τμήμα του. Προβλέπει επίσης κυκλοφοριακές και κοινωνικοπολιτικές ρυθμίσεις, βελτίωση της προσβασιμότητας, προτάσεις για την αξιοποίηση των κενών ξενοδοχείων εμβληματικής αρχιτεκτονικής, καθώς και άλλες δράσεις soft χαρακτήρα, ευελπιστώντας στην εκβάθρων αναγέννηση της πόλης αρχιτεκτονικά, κοινωνικά και επιχειρηματικά. Στόχος δηλαδή της μελέτης είναι ο επαναπροσδιορισμός της ταυτότητας της σημαντικής αυτής λουτρόπολης και του αφηγήματος που θα την συνοδεύει, με έναν τρόπο ολιστικό και αειφόρο.

3. Εγκατάσταση δωρεάν Wifi σημείων στους Δήμους Β. Εύβοιας

Σκοπός της παρούσας δράσης – η οποία ολοκληρώθηκε- ήταν να ενισχυθεί σημαντικά η ψηφιακή υποδομή των δύο Δήμων σε θέματα δικτύου ώστε να προσελκύσει επισκέπτες και να αναβαθμίσει την καθημερινότητα των κατοίκων και παράλληλα να ενισχυθεί η παρουσία των οικισμών των δύο δήμων στον τουριστικό χάρτη της Βόρειας Εύβοιας.





4. Αναβάθμιση Τουριστικών Πόλων / Παραλία Αγ. Άννας

Σκοπός του έργου είναι η αναβάθμιση της υφιστάμενης εικόνας της παραλίας της Αγ. Άννας, οικισμού που επλήγη σοβαρά από τις πυρκαγιές του '21. Η παραλία της Αγ. Άννας αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες και διασημότερες ακτές, φημισμένη για τα καθαρά νερά της και την αμμουδιά της και σημαντικό πόλο έλξης τουριστών. Στόχος της παρέμβασης είναι η διαμόρφωση του παραλιακού μετώπου, έτσι ώστε να αναβαθμιστεί αισθητικά αλληά και να εξυπηρετεί καλύτερα πεζούς, λουόμενους και ποδηλάτες, με σύγχρονο σχεδιασμό και οργανωμένο τρόπο. Απώτερος σκοπός είναι ο εκσυγχρονισμός και η αισθητική ανανέωση όλου του οικισμού, που θα αποκτήσει το παραλιακό μέτωπο που του αξίζει, προσελκύοντας τουρισμό αλληά και βελτιώνοντας την καθημερινότητα των κατοίκων του.

5. Αναβάθμιση Τουριστικών Πόλων / Παραλία Ροβιών

Σκοπός του έργου είναι η αναβάθμιση της υφιστάμενης εικόνας της παραλίας των Ροβιών, οικισμού που επλήγη από τις πυρκαγιές του '21. Οι Ροβιές αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης τουριστών, γνωστές για την μεγάλη, αμμουδερή παραλία τους και τον μεσαιωνικό τους πύργο. Στόχος της παρέμβασης είναι η διαμόρφωση του παραλιακού μετώπου, έτσι ώστε να αναβαθμιστεί αισθητικά, αποκτώντας ένα ενιαίο ύφος σε όλο το μήκος του, αλληά και να εξυπηρετεί καλύτερα πεζούς και λουόμενους, με σύγχρονο σχεδιασμό και οργανωμένο τρόπο. Απώτερος σκοπός είναι ο εκσυγχρονισμός και η αισθητική αναβάθμιση όλου του οικισμού, ο οποίος θα αποκτήσει το παραλιακό μέτωπο που του αξίζει, προσελκύοντας τουρισμό, αλληά και βελτιώνοντας την καθημερινότητα των κατοίκων του.

6. Γαλάζιες Σημείες

Η σκοπιμότητα του έργου έγκειται στο να αποκτήσουν οι 19 προεπιλεγμένες ακτές της Βόρειας Εύβοιας το πλέον αναγνωρίσιμο και διαδεδομένο διεθνώς οικολογικό σύμβολο ποιότητας, αυτό της Γαλάζιας Σημαίας, στο οποίο μάλιστα τα μεγάλα ταξιδιωτικά γραφεία του εξωτερικού δίνουν ιδιαίτερη σημασία όταν επιλέγουν τους προορισμούς που προτείνουν στους πελάτες τους, ως εγγύηση της υψηλής ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρουν στην ακτή, αλληά και της προστασίας του περι-

βάλλοντος και της δημόσιας υγείας.

Ως αναμενόμενα οφέλη από την υλοποίηση του έργου αναφέρονται:

- Η καλύτερη οργάνωση και αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών των ακτών.
 - Η διασφάλιση της ποιότητας των νερών κοιλύμβησης και κατ' επέκταση, της υγείας και της ασφάλειας των λουόμενων.
 - Η ενίσχυση της ταυτότητας και της φήμης των ακτών και της επισκεψιμότητάς τους.
- Στόχος 3. Τουριστική προβολή
- Το έργο αφορά στην Τουριστική Προβολή της Βόρειας Εύβοιας η οποία περιλαμβάνει έργα / δράσεις που απευθύνονται στο ευρύ κοινό των επισκεπτών (B2C), ως εξής:
- Δημιουργία Ενιαίας Τουριστικής Ταυτότητας (Brand Identity) για τον προορισμό & Οδηγός Branding (Brand Toolkit).
 - Παραγωγή Ταξιδιωτικού Περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, videos)
 - Ανάπτυξη & διαχείριση επίσημης διαδικτυακής παρουσίας (τουριστικό portal). του προορισμού, ειδική διαχείριση εκδηλώσεων (Events Calendar) & σχεδιασμός Newsletter.
 - Ανάπτυξη και διαχείριση ψηφιακών εργαλείων Βόρειας Εύβοιας (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok).
 - Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια (Paid Digital Advertising).
 - Προβολή μέσω ταξιδιωτικών portals υψηλής επισκεψιμότητας.
 - Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων.
 - Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας & της Θεσσαλονίκης (outdoor επικοινωνιακό υλικό).
 - Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών.
 - Προβολή πεζοπορικών μονοπατιών Τελέθριου Όρους & Όρους Λίχα μέσω ψηφιακών εφαρμογών.
 - Προβολή σε ειδικό εσωτερικό κοινό μέσω ενεργειών εκπαιδευτικού χαρακτήρα.

Ενώ, περιλαμβάνει και έργα/δράσεις που απευθύνονται στην επιχειρηματική κοινότητα που δραστηριοποιείται στον τουρισμό για την ανάπτυξη δικτύου επαφών με τους επαγγελματίες του τουρισμού (όπως παρόχους τουριστικών εμπειριών, ταξιδιωτικούς πράκτορες και ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικές επιχειρήσεις κ.α.) (B2B), όπως:

- 1) Ανάπτυξη Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων (Travel Trade Manual)
- 2) Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις
- 3) Διοργάνωση B2B events
- 4) Διοργάνωση συχνών Tourism Forums
- 5) Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης – Fam Trips
- 6) Προώθηση Signature Τουριστικών Εμπειριών μέσω διεθνούς φήμης Online Travel Agencies (OTAs)

Και τέλος, περιλαμβάνει τεχνικό Σύμβουλο – Project Manager της Τουριστικής Προβολής.

Στόχος 4. Εκπαίδευση – Κατάρτιση - Υποστήριξη επαγγελματιών τουρισμού και τοπικού πληθυσμού

Σκοπός του Προγράμματος είναι η παροχή υπηρεσιών εξατομικευμένης συμβουλευτικής, επαγγελματικής κατάρτισης και πιστοποίησης επαγγελματιών προσόντων και δεξιοτήτων εργαζομένων σε επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, ανέργων, αυτοαπασχολούμενων και νέων επιχειρήσεων που εμπλέκονται με τον τουρισμό.

Απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να αναβαθμίσουν τις γνώσεις τους και να καταρτιστούν τόσο σε εξειδικευμένες, όσο και σε οριζόντιες ειδικότητες και θεματικές, με σκοπό την βελτίωση των δεξιοτήτων τους καθώς και την ενίσχυση της επαγγελματικής τους ικανότητας.

Ενδεικτικά θεματικά αντικείμενα κατάρτισης:

- Διαμόρφωσης Τουριστικών Εμπειριών
- Βελτίωση Υπηρεσιών Εξυπηρέτησης
- Διοίκησης Μονάδων Εστίασης
- Ανάπτυξης Επαγγελματικών Δεξιοτήτων
- Digital Marketing Fundamentals (Social Media, Google Analytics, Paid Performance etc.)
- Marketing Management
- Sales & Distribution Management

5.2. Διπλή μετάβαση – Καινοτομία

5.2.1. Έκθεση Αξιολόγησης.

5.2.1.1. Ψηφιακό Κύμα

Το Ψηφιακό Κύμα φιλοδοξεί να αξιοποιήσει το πνευματικό υπόβαθρο των ολιστικών προγραμμάτων συνδυαστικά με τις τεχνολογικές εξελίξεις, προκειμένου να προτείνει και να πε-

ριγράψει συγκεκριμένες δράσεις για την Βόρεια Εύβοια, με στόχο την βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη και τον επανασχεδιασμό του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

Ο τουριστικός τομέας συνεισφέρει σε μεγάλο βαθμό στην οικονομία της Βόρειας Εύβοιας και απασχολεί ένα ικανό ποσοστό του εργατικού δυναμικού της, αποτελώντας έναν από τους βασικούς μοχλούς ανάπτυξης της.

Το ζητούμενο είναι η ανάπτυξη και η διατήρηση ελκυστικών Ψηφιακών Λύσεων, που θα αυξήσουν σημαντικά τον αριθμό των επισκεπτών, θα τους προσφέρουν νέες υπηρεσίες και θα επιφέρουν άμεσα κέρδη στην τοπική κοινωνία, ενώ παράλληλα θα δοθεί ώθηση στην τεχνολογική καινοτομία και στην εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων προβολής και διαχείρισης του προορισμού.

Οι δράσεις αυτές πρέπει:

- να κατανοούν και να επιλύουν τα προβλήματα των πολιτών,
- να χρησιμοποιούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους διαθέσιμους πόρους,
- να συνδυάζονται και να αλληλεπιδρούν (διαιεiturγικότητα) μεταξύ τους τόσο στο τεχνικό, στο σημασιολογικό και στο οργανωσιακό επίπεδο,
- και να είναι ολιστικές, δηλαδή να λαμβάνουν υπ'όψιν τους όλες τις παραμέτρους που επηρεάζουν την βιωσιμότητά τους και τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον.

5.2.1.2. Πράσινη Μετάβαση

Η μελέτη για το Μάρκετινγκ, όπως και όλες οι υπόλοιπες του Προγράμματος Ανασυγκρότησης, επιθυμούμε να διαπνέεται από τις αρχές της Πράσινης Μετάβασης και να την διαπερνά οριζόντια, σαν «πράσινο κύμα». Οραματίζουμε επομένως δράσεις βασισμένες στις αξίες της αειφορίας, της βιωσιμότητας, της προσπάσιμότητας, της συμπερίληψης και της κυκλικής οικονομίας, πάντα σε συνδυασμό με την ανάδειξη του πολιτιστικού αποθέματος της περιοχής.

5.2.1.3. Χώρος Καινοτομίας

Οι προτάσεις Καινοτομίας έχουν σκοπό να αναπτυχθεί μεσομακροπρόθεσμα ένα «βιώσιμο οικοσύστημα καινοτομίας» (sustainable innovation ecosystem) στη Βόρεια Εύβοια, στο οποίο συμμετέχουν πολίτες, επιχειρήσεις,





πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και δημόσιοι φορείς.

Ο «Στρατηγικός Σχεδιασμός Marketing για την ανάδειξη της ευρύτερης περιοχής της Βόρειας Εύβοιας» έχει στόχο η περιοχή να γίνει ένας προορισμός που συνδυάζει αρμονικά βουνό και θάλασσα, είναι προσβάσιμη για όλους, με επίκεντρο τον άνθρωπο και την «υπεύθυνη» επαφή του με τη φύση, τον πολιτισμό και την τοπική κοινωνία, προσφέροντας εμπειρίες ζωής που επιδεικνύουν αναλλοίωτες στο χρόνο ανθεκτικότητα και αυθεντικότητα. Επιδίωξη είναι να δημιουργηθεί χαρτοφυλάκιο εμπειριών Βόρειας Εύβοιας που θα συμβάλει στη διεύρυνση του τουρισμού στην περιοχή όλο το έτος, προκειμένου να αμβλυνθεί η εποχικότητα και να προσελκύονται επισκέπτες όλο το χρόνο στον προορισμό

Στο επίκεντρο του Προγράμματος Ανασυγκρότησης της Βόρειας Εύβοιας βρίσκεται η αναγέννηση του «Νέου Δάσους» και προς αυτή την κατεύθυνση θα συνδράμει ο σχεδιασμός πεζοπορικών μονοπατιών στο Τελλέριο Όρος & το Όρος Λίχα. Τα Έργα σήμανσης και δημιουργίας διαδρόμων στο Απολιθωμένο Δάσος Κερασίας, καθιστώντας το ανοιχτό στο ευρύ κοινό κατά τη διάρκεια των ανασκαφικών ερευνών για την ανάδειξη των απολιθωμάτων αποτελεί μια καινοτομία που αξίζει να αναφερθεί.

Επιπλέον, ένα σπουδαίο και καινοτόμο έργο που θα συμβάλει σημαντικά στην Αναγέννηση του Νέου Δάσους, στην αύξηση των επισκεπτών της περιοχής αλλά και στη σύνδεση όλων των πτυχών της περιοχής με την αγροδιατροφή και τον πολιτισμό, είναι το «Μονοπάτι 21». Το έργο αυτό φιλοδοξεί να γίνει ένας μεγάλος άξονας 200 χλμ. περίπου που θα συνδέσει τη Βόρεια με τη Νότια Εύβοια, ξεκινώντας από τον οικισμό των Ωρεών (Ταξιάρχη) της Βόρειας Εύβοιας ως την Κάρυστο της Νότιας Εύβοιας. Το Μονοπάτι 21 έχει σαν στόχο να διασυνδέσει τα υπάρχοντα μονοπάτια, να αναδείξει τα ορεινά τοπία της Εύβοιας, μέσα από δραστηριότητες στη φύση (όπως πεζοπορία, ποδηλασία, αναρρίχηση), την ιστορία, τον πολιτισμό και τους ανθρώπους.

Ειδικότερα, η μελέτη που εκπονείται για το έργο αυτό δρα ως πιλοτικός προπομπός της ευρύτερης μελέτης, έχει ως σκοπούς:

- τη δημιουργία ενός ενιαίου άξονα για την ανάδειξη της ορεινής Εύβοιας,
- τη διασύνδεση των υπάρχοντων μονοπατιών μεταξύ τους σε ένα ενιαίο
- δίκτυο,
- την ανάδειξη των μονοπατιών, της βιοποικιλότητας των μνημείων της φύσης
- και του πολιτισμού της Εύβοιας,
- τη δημιουργία συνθηκών για τη συμμετοχή των εταιριών εναλλακτικών ΤΥΔΑ (Τουριστικών Υπαίθριων Δραστηριοτήτων Αναψυχής)
- τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας για την υλοποίηση της διαδρομής και
- στη συνέχεια τη συντήρηση και διαφύλαξη του έργου, που θα εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά του.

Στρατηγική σημασία έχει η ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού ευεξίας με επίκεντρο την Αιδηψό η οποία διαθέτει όλα τα εξέγγυα για να προσφέρει στο μέλλον ολιστικά ταξιδιωτικά πακέτα ευεξίας φέρνοντας τον επισκέπτη σε επαφή με το γαστρονομικό και τον οικοτουριστικό πλούτο του προορισμού. Καινοτομία στη στρατηγική ανάπτυξης σε αυτή την περίπτωση αποτελεί η σύνδεση του υδροθεραπευτηρίου με όλη τη ζωή της ευρύτερης περιοχής. Μέσα από την ορθολογική διαχείριση και τα έργα ανάπτυξης ο ιαματικός πόρος θα αποτελέσει την επενδυτική ομπρέλα που θα συνεισφέρει στην αναβάθμιση της ποιότητας των επιχειρήσεων της Βόρειας Εύβοιας με έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και την ταυτότητα του τόπου.

Τα έργα αναβάθμισης τουριστικών πόλων και το αναλυτικό πλάνο τουριστικής προβολής χαρακτηρίζονται από ψηφιακό μετασχηματισμό & καινοτομία στο σύνολό τους, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις σύγχρονες τάσεις. Η δημιουργία θερμοκοιτίδας (incubator) για την υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων και το πρόγραμμα για την προσέλκυση ψηφιακοί νομάδων είναι δύο χαρακτηριστικά παραδείγματα.

Εξίσου σημαντική είναι και η μετεξέλιξη των 4 πολιτιστικών & αθλητικών εκδηλώσεων σε ετήσια events-θεσμούς για τη Βόρεια Εύβοια: Ο Αυθεντικός Μαραθώνιος Κοιλύμνησης Ιστιαίας Αιδηψού-Το Evia Film Festival –Οι Εκπαιδευτικές & Κοινωνικές Δράσεις –Οι Γέφυρες της Μουσικής, οι οποίες προτείνουμε να συνδεθούν άμεσα τόσο στο σχεδιασμό όσο και στην

υλοποίηση με τη μελέτη της αγροδιατροφής και το τρίπτυχο «Παραγωγός, Αθυσίδες εφοδιασμού, Καταναλωτής».

5.2.2. Οι Προτάσεις.

Στην παρούσα μελέτη προτάθηκαν από τη θερμοκοιτίδα “D-HUB” του Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ», οι παρακάτω «Αυτοτελείς Δράσεις», ως νέες «ιδέες» για την ενίσχυση του προγράμματος και «Συμπληρωματικές Δράσεις», ως εμπλουτισμός ήδη υπάρχουσας προτεινόμενης δράσης της μελετητικής ομάδας. Οι Δράσεις αυτές διαχωρίζονται η κάθε μία ξεχωριστά και ως προς το επίπεδο της διαδικασίας ένταξής τους, καθώς και με την ανάγκη κανονιστικής ρύθμισης για την υλοποίησή τους.

Τα παραπάνω επίπεδα που γίνεται ο διαχωρισμός είναι τα εξής δύο: α) Τεχνικό Δελτίο, ως διαβατήριο της ένταξης όταν το έργο είναι ώριμο και β) Γενικές Κατευθύνσεις, με επιμέρους υποενότητες: i) Πρόγραμμα Τεχνικού Δελτίου που καλείται αλλιώς και «προθάλαμος ένταξης», ii) Γενικό Περιεχόμενο για έργα/δράσεις που απαιτούν διερεύνηση ως προς την ετοιμότητα και βιωσιμότητά τους.

5.2.2.1. Οι Αυτοτελείς Δράσεις.

- **Εγκατάσταση Free Wifi HotSpots σε τουριστικούς πόλους της Βόρειας Εύβοιας (Λίμνη, Ροβιές, Αγία Άννα, Αιδηψός, Πευκί, Βασιλικά).**
- **Επίπεδο Ωρίμανσης: Τεχνικό Δελτίο**

Στα πλαίσια της γενικότερης υποστήριξης για την ανασυγκρότηση της Βόρειας Εύβοιας υπήρξε η ανάγκη για δημιουργία Ευρυζωνικού Δικτύου σε οικισμούς που έχουν πληγεί. Ολοκληρώθηκε η απαραίτητη υποδομή σε συνεργασία με τους δύο Δήμους της περιοχής και εγκαταστάθηκαν σε ανοιχτά σημεία των δύο Δήμων κεραίες που παρέχουν δωρεάν μέσω ασύρματου δικτύου, καλές ταχύτητες για επισκέπτες και κατοίκους.

Ο Σκοπός της παρούσας δράσης είναι να ενισχυθεί σημαντικά η ψηφιακή υποδομή των δύο Δήμων στα θέματα δικτύου με αποτέλεσμα να προσελκύσει επισκέπτες και να κάνει καλύτερη την καθημερινότητα των κατοίκων.

Πιο συγκεκριμένα οι περιοχές οι οποίες υποστηρίχθηκαν στους δύο δήμους είναι:

Δήμος Ιστιαίας - Αιδηψού:
• Λουτρά Αιδηψού (Περιοχή Θερμοποτάμου)
• Ωρεοί (Μνημείο Ταύρου)

Δήμος Μαντουδίου - Λίμνης - Αγ. Άννας:
• Δημαρχείο Αγ. Άννας
• Πιλατεία Κηρίνθου
• Κεχριές

5.2.2.2. Οι Συμπληρωματικές Δράσεις.

- **Δημιουργία Διαδρομής του “Μονοπατιού 21” της Εύβοιας.**
- **Επίπεδο Ωρίμανσης: Τεχνικό Δελτίο.**

Το Μονοπάτι 21 φιλοδοξεί να γίνει ένας μεγάλος άξονας 200 χλμ. περίπου που θα συνδέσει τη Βόρεια με τη Νότια Εύβοια, ξεκινώντας από τον οικισμό των Ωρεών (Ταξιάρχη) της Βόρειας Εύβοιας ως την Κάρυστο της Νότιας Εύβοιας. Το Μονοπάτι 21 έχει σαν στόχο να διασυνδέσει τα υπάρχοντα μονοπάτια, να αναδείξει τα ορεινά τοπία της Εύβοιας, μέσα από δραστηριότητες στη φύση (όπως πεζοπορία, ποδηλασία, αναρρίχηση), την ιστορία, τον πολιτισμό και τους ανθρώπους.

Το έργο αυτό, μετά την ολοκλήρωση της εκπόνησης της μελέτης έχει εξασφαλισμένη χρηματοδότηση για την υλοποίησή του από το Ταμείο Ανάκαμψης.

- **Επέκταση του North Evia Pass.**
- **Επίπεδο Ωρίμανσης: Γενικό Περιεχόμενο**

Το North Evia Pass αποτελεί μέτρο ενίσχυσης φυσικών προσώπων για την οικονομική στήριξη της τουριστικής δραστηριότητας των πληγεισών περιοχών της Βόρειας Εύβοιας.

Μετά την εξαιρετική επιτυχία που είχε αυτή η δράση, που ολοκληρώθηκε σε 4 φάσεις, προτείνεται η επέκταση του συγκεκριμένου voucher και για το 2023, ώστε να συνδυαστεί με την επερχόμενη ένταξη του προγράμματος Ανασυγκρότησης της Βόρειας Εύβοιας και να δώσει μια επιπλέον δυναμική συνδυάζοντας και την αυξημένη εμπειρία που αποκτούν οι πολίτες και οι επιχειρηματίες με την έκδοση και χρήση vouchers μέσω προπληρωμένων ηλεκτρονικών καρτών.

- **Επικοινωνία και προώθηση των πράσινων δράσεων των υπόλοιπων μελετών, καθώς**



**και της καθολικής αειφόρας μετάβασης/ ανασυγκρότησης της Β. Εύβοιας.**

- Επίπεδο Ωρίμανσης: Γενικό Περιεχόμενο

Όλη η Β. Εύβοια αναγεννάται κυριολεκτικά και μεταφορικά από τις στάχτες της, με μια λογική πιο αειφόρα και πιο βιώσιμη. Είναι σημαντικό να επικοινωνηθούν όχι μόνο οι φυσικές ομορφιές του τόπου, αλλά και πως φτάσαμε/ πορευόμαστε στην αναγέννησή τους, σε δυνητικό κοινό επισκεπτών που ενδιαφέρεται για αυτές τις θεματικές, μέσω των σχεδιαζόμενων καναλιών προβολής και προώθησης. Πέραν της προσέληψης αυτού του κοινού ως δυνητική πηγή εισοδήματος για τον τόπο, δύναται να εξυπηρετήσει και έναν ακόμη ρόλο, την εμπλοκή τους στις δράσεις αειφορίας, είτε φυσική είτε πνευματική, μεταφέροντας ιδέες και δράσεις από τις προσλαμβάνουσες που ήδη διαθέτουν.

- **Επικοινωνία, προώθηση και εξοικείωση των πολιτών, με τις πράσινες δράσεις της Β. Εύβοιας.**

- Επίπεδο Ωρίμανσης: Γενικό Περιεχόμενο

Κάθε έργο/δράση/εγχείρημα που αφορά το κοινωνικό σύνολο, χρειάζεται τη συνεισφορά/ συμμετοχή του, ώστε να έχει επιτυχημένη έκβαση. Επομένως, κρίνονται απαραίτητες, δράσεις “εσωτερικού” marketing και επικοινωνίας, της λογικής της αειφορίας και των εφαρμοσμένων δράσεών της στη Β. Εύβοια, στους ίδιους τους κατοίκους της, ώστε ως κοινωνοί αυτών των ιδεών να μάθουν και να εμπνευστούν, στο πως θα μπορέσουν αμέσως ή εμμέσως να γίνουν αρωγοί της όλης αειφόρας ανασυγκρότησης.

- **Δημιουργία αναμνηστικών αντικειμένων, τα οποία θα παραχθούν από την απόληψη της καμένης δασικής ύλης**

- Επίπεδο Ωρίμανσης: Γενικό Περιεχόμενο

Τα καλής αισθητικής αναμνηστικά από το Νέο Δάσος μπορούν να δημιουργήσουν ευχάριστη σύνδεση τόσο με το δάσος, όσο και με ολόκληρη την αναγεννημένη Β. Εύβοια. Θα ήταν δε ιδιαίτερα συμβολικό αν αυτά ήταν προϊόν υπολειμμάτων του καμένου δάσους, λειτουργώντας ως υπόμνηση της καταστροφής που συντελέστηκε, αλλά κυρίως της Αναγέννησης της Φύσης και των Ανθρώπων και δίνοντας ένα από παράδειγμα κυκλικής οικονομίας και αειφορίας. Σε αυτό θα βοηθούσε αν η προ-

έλευση της ξυλείας αναγραφόταν πάνω στα αντικείμενα, με ειδικό λογότυπο, πιθανόν με το όνομα APOLIPSIS, δημιουργώντας ένα ισχυρά συμβολικό brand name του Προγράμματος Ανασυγκρότησης.

5.3. Γενικές κατευθύνσεις

Η Κατηγορία με τίτλο «Γενικές Κατευθύνσεις» διακρίνεται σε δύο υποκατηγορίες έργων και δράσεων που πιθανόν να προκύπτουν από κάθε Στρατηγική Μελέτη του Προγράμματος Ανασυγκρότησης της Βόρειας Εύβοιας, ως ακολούθως:

Υποκατηγορία α: έργα και δράσεις που βρίσκονται στον προθάλαμο της ένταξης σε χρηματοδοτική πηγή και προτείνονται προς άμεση ενέργεια μόλις συντρέξουν οι σχετικές προϋποθέσεις (άνοιγμα σχετικών προσκλήσεων). Σε αυτή την υποκατηγορία υπάγεται το πρόγραμμα τεχνικού δελτίου.

Υποκατηγορία β: έργα και δράσεις που απαιτούν διερεύνηση ως προς την ετοιμότητα και βιωσιμότητά τους, οπότε θα πρέπει να συνταχθούν για τον σκοπό αυτό οι σχετικές μελέτες και να αποτελέσουν έργα και δράσεις προς υλοποίηση.

Σημαντική Σημείωση: Στην παρούσα μελέτη δεν εντοπίζονται έργα – προτάσεις από τη μελετητική ομάδα, τα οποία να εμπίπτουν στις «Γενικές Κατευθύνσεις» (υποκατηγορία α' & β' αντίστοιχα). Εντοπίζονται τα παρακάτω έργα και δράσεις που εμπίπτουν στις «Γενικές Κατευθύνσεις», τα οποία, ωστόσο, προτείνει η Θερμοκοιτίδα D-HUB του Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ»:

- Επέκταση του North Evia Pass.
- Επικοινωνία και προώθηση των πράσινων δράσεων των υπόλοιπων μελετών, καθώς και της καθολικής αειφόρας μετάβασης/ανασυγκρότησης της Β. Εύβοιας
- Επικοινωνία, προώθηση και εξοικείωση των πολιτών, με τις πράσινες δράσεις της Β. Εύβοιας.
- Δημιουργία αναμνηστικών αντικειμένων, τα οποία θα παραχθούν από την απόληψη της καμένης δασικής ύλης.

5.4. Θεσμικές Ρυθμίσεις

Σημαντική Σημείωση: Στην παρούσα μελέτη δεν προβλέπονται θεσμικές ρυθμίσεις.

5.5. Επενδύσεις

Σύμφωνα με τη μελέτη «Στρατηγικός Σχεδιασμός Marketing για την ανάδειξη της ευρύτερης περιοχής της Βόρειας Εύβοιας», οι επενδύσεις (δημόσιου και ιδιωτικού χαρακτήρα) θεωρούνται ως οι κύριοι πυλώνες της στρατηγικής της και κρίνονται ικανοί και αναγκαίοι, να μετουσιώσουν σε πράξη όλους τους στόχους και τα μέτρα που αφορούν στην αναβάθμιση και αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

Πιο συγκεκριμένα:

Η μελέτη βρίσκεται σε απόλυτη σύμπτωση με την μελέτη για το «Νέο Δάσος» ως εμπνευστή της Ανασυγκρότησης και ειδικότερα με το περιεχόμενο και τη φιλοσοφία του και ταυτόχρονα βρίσκεται σε απόλυτη συνάφεια με τις μελέτες του πολιτισμού και της αγροδιατροφής με τις οποίες θεωρούνται και λογίζονται απόλυτοι «συνομιλητές».

Παράλληλα είναι σε πλήρη συνεργασία και συνεργασία με την «Στρατηγική Μελέτη Υποδομών», δεδομένου ότι οι δημόσιες επενδύσεις σε τομείς όπως το οδικό δίκτυο και οι συγκοινωνιακές εξυπηρετήσεις, συμβάλλουν τα μέγιστα στην επίτευξη του κύριου στόχου που αφορά την προσέλκυση και εύκολη πρόσβαση κατοίκων και επισκεπτών.

Προς αυτήν τη κατεύθυνση κρίνονται αναγκαίες δημόσιες επενδύσεις που αφορούν στην βελτίωση και αναβάθμιση του δημόσιου χώρου σε Αιδηψό, Λίμνη και Αγία Άννα, του συγκοινωνιακού δικτύου, των μέσων της δημόσιας συγκοινωνίας, των θαλάσσιων υποδομών και λιμενικών εγκαταστάσεων (μαρίνες) και ακόμη επενδύσεις σε υποδομές υγείας, αισθητική αναβάθμιση κτιρίων, ευρυζωνικές υποδομές, γαλάζιες σημαίες καθώς και στη δημιουργία περπατητικών διαδρομών, την κατάρτιση και βελτίωση δεξιοτήτων καθώς και την τουριστική προβολή της περιοχής.

Σε ό,τι αφορά τις ιδιωτικές επενδύσεις και δεδομένης της ανάγκης αναβάθμισης και ενίσχυσης του τουριστικού προϊόντος, γίνεται επιτακτικός ο εντοπισμός, η μόχλευση και προσέλκυση εμβληματικών επενδύσεων, με αιχμή του δόρατος την Λουτρόπολη της Αιδηψού και ειδικότερα το

υδροθεραπευτήριο, η επαναλειτουργία του οποίου αποτελεί πρωταρχικής σημασίας θέμα για όλη την Βόρεια Εύβοια αλλά και για το Πρόγραμμα Ανασυγκρότησης.

Προς αυτήν την κατεύθυνση θα συμβάλλουν και επενδύσεις που αφορούν στην αναβάθμιση υπαρχόντων ξενοδοχειακών υποδομών και καταλυμάτων και αγροτουριστικών μονάδων καθώς και η αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων εστίασης και αναψυχής, με παράλληλο-τελικό αποτέλεσμα τη διατήρηση και τη δημιουργία νέων και βιώσιμων θέσεων απασχόλησης.

Επιπλέον θα βοηθήσει τα μέγιστα η ορθή αξιοποίηση όλων των χρηματοδοτικών κινήτρων, εργαλείων και πόρων, η ενθάρρυνση και στήριξη τοπικών επιχειρηματιών και επιχειρήσεων και η πάση θυσία προσέλκυση επενδυτών και επενδύσεων προς χάριν της τοπικής απασχόλησης, επιχειρηματικότητας και οικονομίας.





5.6. Τεχνικά δελτία

ΔΕΛΤΙΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ/ΔΡΑΣΗΣ	
ΤΙΤΛΟΣ	ΕΡΓΟ: Επαναλειτουργία του Υδροθεραπευτηρίου Λουτρών Αιδηψού ΥΠΟΕΡΓΟ 3: Διαχείριση και Διανομή Ιαματικού Πόρου του Κέντρου Ιαματικού Τουρισμού /Θερμαλισμού Αιδηψού
Α. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ	
Σύντομη Τεχνική Περιγραφή	Σημαντικός πυλώνας του Προγράμματος Ανασυγκρότησης της Βόρειας Εύβοιας είναι η επαναλειτουργία του Υδροθεραπευτηρίου των Λουτρών Αιδηψού, έργο το οποίο αποτελείται από τέσσερα (4) υποέργα: • Εκχώρηση του Υδροθεραπευτηρίου σε ιδιώτη: Έχει ολοκληρωθεί η Μελέτη Σκοπιμότητας για λογαριασμό του ΤΑΙΠΕΔ από την εταιρεία ATRIA Property Services / CBRE. • Ανάπλαση περιβάλλοντος χώρου: Βρίσκεται σε εξέλιξη η εκπόνηση της Στρατηγικής Μελέτης. • Διαχείριση του Ιαματικού Πόρου: Υπάρχει σχετική μελέτη της ΕΤΑΔ με τίτλο «Αξιοποίηση και Ανάδειξη του Κέντρου Ιαματικού Τουρισμού – Θερμαλισμού Αιδηψού – Διαχείριση και Διανομή Ιαματικού Πόρου». • Ανακαίνιση κτηριακού αποθέματος (καταλύματα και παροχή υπηρεσιών). Φυσικό αντικείμενο του έργου αποτελεί το Υποέργο 3 Διαχείριση και Διανομή του Ιαματικού Πόρου του Κέντρου Ιαματικού Τουρισμού / Θερμαλισμού Αιδηψού. Το έργο θα πραγματοποιηθεί στη θέση των υφιστάμενων εγκαταστάσεων του Κέντρου Ιαματικού Τουρισμού – Θερμαλισμού (ΚΙΤ-Θ) Αιδηψού. Οι υφιστάμενες εγκαταστάσεις εντός του ΚΙΤ-Θ περιλαμβάνουν: • Ιαματικές πηγές «Νταμάρια», «Σιδηρούχα» και «Αρτεμис» • Μία (1) υπέργεια ανοιχτή δεξαμενή (T-01) χωρητικότητας ~475m³ που τροφοδοτείται με νερό από την πηγή «Νταμάρια». • Μία (1) μικρότερη ανοιχτή δεξαμενή (T-02) χωρητικότητας ~7.5m³ που τροφοδοτείται με ιαματικό νερό από την πηγή «Σιδηρούχα». • Τρεις (3) ανοιχτές δεξαμενές που χρησιμοποιούνται αποκλειστικά από το ΚΙΤ-Θ. • Φυγοκεντρικές αντλίες μεταφοράς νερού στα υδροθεραπευτήρια της περιοχής, οι οποίες αναρροφούν από τις δεξαμενές T-01 & T-02. • Επτά (7) οριζόντιες κυλινδρικές αποθήκευσης ζεστού νερού (από την πηγή «Κομπόγιαννη») που χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για τις ανάγκες του ΚΙΤ-Θ. • Δίκτυα σωληνώσεων, διαφόρων διαμέτρων, διανομής ιαματικού νερού στα υδροθεραπευτήρια. Το προτεινόμενο έργο περιλαμβάνει: • Εγκατάσταση νέων αντλιών • Κατασκευή καναλιού από Ο.Σ. • Εγκατάσταση μετρητών • Δίκτυα σωληνώσεων • Εγκατάσταση ηλεκτρολογικού πίνακα και πίνακα αυτοματισμού (PLC) όπου οι μετρήσεις των μετρητών ροής θα καταγράφονται στο PLC και θα ενημερώνουν το σύστημα SCADA, από όπου θα υπάρχει συνολική εποπτεία της εγκατάστασης.
Β. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	
Προτεινόμενος Φορέας Υλοποίησης – Δικαιούχος	ΕΟΤ - ΕΤΑΔ Α.Ε.
Γ. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	
Ενδεικτικός Προϋπολογισμός Έργου	€ 500.000
Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα Υλοποίησης του Έργου	Ο.Χ.Ε. ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ 2021-2027
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Έργου	Έξι (6) μήνες από την υπογραφή της σύμβασης.
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Μέσω της προτεινόμενης παρέμβασης επιδιώκεται η αποκατάσταση και ο εκσυγχρονισμός των εγκαταστάσεων του ακινήτου και η ασφαλής διαχείριση του ιαματικού πόρου με την κατασκευή κατάλληλων δικτύων διανομής / αποθήκευσης / μέτρησης και αυτοματισμών. Παράλληλα, μέσω της ασφαλούς λειτουργίας και προσασίας των εγκαταστάσεων του ακινήτου επιδιώκεται η οικονομική βιωσιμότητα του έργου, η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας τόσο κατά τη φάση της μελέτης, όσο και κατά την υλοποίηση και λειτουργία του έργου.	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
2	Έχει υλοποιηθεί η μελέτη εφαρμογής και τα σχέδια των τευχών δημοπράτησης ανοικτής διαδικασίας για τη σύναψη ηλεκτρονικών δημόσιων συμβάσεων έργου κάτω των ορίων του Ν. 4412/2016.

ΔΕΛΤΙΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ/ΔΡΑΣΗΣ	
ΤΙΤΛΟΣ	Τουριστική Προβολή
Α. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ	
Σύντομη Τεχνική Περιγραφή	Το έργο αφορά στην Τουριστική Προβολή της Βόρειας Εύβοιας η οποία περιλαμβάνει: Α. Β2C – Έργα που απευθύνονται στους επισκέπτες 1. Δημιουργία Ενιαίας Τουριστικής Ταυτότητας (Brand Identity) για τον προορισμό & Οδηγός Branding (Brand Toolkit) Δημιουργία κεντρικής διακριτής δημιουργικής ταυτότητας για τον προορισμό (brand identity) με προσαρμογές ανά θεματική εμπειρία για τη δημιουργία ενιαίας επικοινωνιακής υποδομής της Βόρειας Εύβοιας. Αποτύπωση της ταυτότητας με τη σύνθεση ενός πλήρους οδηγού – brand toolkit, ως βάση της επικοινωνίας με ενδεικτικές εικαστικές εφαρμογές για το σύνολο των τουριστικών προϊόντων και εμπειριών της Βόρειας Εύβοιας. 2. Παραγωγή Ταξιδιωτικού Περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, videos) Παραγωγή ταξιδιωτικού περιεχομένου για την προβολή της Βόρειας Εύβοιας (κείμενα – videos – photos) το οποίο θα αξιοποιηθεί σε ενέργειες επικοινωνίας για την αποτελεσματική προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Βόρειας Εύβοιας. Παράλληλα, μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς για την ανάπτυξη θεματικών τουριστικών πακέτων από παρόχους τουριστικών εμπειριών, καθώς και για την παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος σε εκθέσεις, συνέδρια, παρουσιάσεις κ.ά. από φορείς του τουρισμού. 3. Ανάπτυξη & διαχείριση επίσημης διαδικτυακής παρουσίας (τουριστικό portal) του προορισμού, ειδική διαχείριση εκδηλώσεων (Events Calendar) & σχεδιασμός Newsletter Ανάπτυξη τουριστικού portal Βόρειας Εύβοιας σε συμφωνία με τη δημιουργική της ταυτότητα (branding). Το τουριστικό portal – ιστοσελίδα της διαδρομής θα αποτελέσει σημείο αναφοράς του προορισμού στο ψηφιακό περιβάλλον και θα φιλοξενεί όλο το ταξιδιωτικό περιεχόμενο (κείμενα, φωτογραφικό & βίντεο υλικό) που παράχθηκε στο πλαίσιο δημιουργίας επικοινωνιακής υποδομής για την προβολή της Βόρειας Εύβοιας. 4. Ανάπτυξη και διαχείριση ψηφιακών εργαλείων Βόρειας Εύβοιας (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok) Για την ολοκληρωμένη ψηφιακή παρουσία της Βόρειας Εύβοιας κρίνεται απαραίτητη η ανάπτυξη λογαριασμών στα πιο ελκυστικά για το τουριστικό κοινό κοινωνικά δίκτυα (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok), σύμφωνα με τα κοινά στόχευσης του προορισμού. 5. Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια (Paid Digital Advertising) Υλοποίηση ψηφιακής καμπάνιας επικοινωνίας, με την κατάρτιση πλάνου προβολής (Digital Media Plan) με στόχο την προώθηση της Βόρειας Εύβοιας στο ελληνικό κοινό και σε στοχευμένες αγορές του εξωτερικού. Η καμπάνια, με βασικό σκοπό την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας (awareness) της Βόρειας Εύβοιας, προτείνεται να περιλαμβάνει Programmatic Media Plan, με διαφορετικά formats και retargeting σε αγορές-στόχο, καμπάνιες μέσω OTAs καθώς και διαφημιστική προβολή σε κοινωνικά δίκτυα (μέσω Facebook & Instagram Ads). 6. Προβολή μέσω ταξιδιωτικών portals υψηλής επισκεψιμότητας Προβολή μέσω αξιοποίησης κύριων ταξιδιωτικών portals με υψηλή απήχηση στο κοινό (ελληνικό και διεθνές) όπως ενδεικτικά DiscoverGreece.com, Travel.gr, Ekdromi.gr κ.λπ.) 7. Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων Προτείνεται η υλοποίηση Πλάνου Επικοινωνίας με διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πρόγραμμα Μέσων (Media Plan) για τρόπους προβολής προς όλα τα κοινά ενδιαφέροντος. Το μείγμα Μέσων θα πρέπει να περιλαμβάνει Above the Line (π.χ. ηλεκτρονικά και έντυπα μέσα, καταχωρήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά κ.ά.) και Below the Line (π.χ. outdoor επικοινωνία, έμμεση δημοσιότητα, δελτία τύπου, συνεντεύξεις κ.ά.) ενέργειες προβολής προς το ευρύ κοινό αλλά και τα ειδικά κοινά στόχευσης. 8. Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας & της Θεσσαλονίκης (outdoor επικοινωνιακό υλικό) Στο πλαίσιο του προγράμματος Επικοινωνίας προτείνεται η τοποθέτηση outdoor επικοινωνιακού υλικού σε κομβικά σημεία διέλευσης των επισκεπτών (διεθνών και μη) αλλά και των κατοίκων της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης (ενδεικτικά: σταθμοί του μετρό, χώρος αφίξεων του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών & του Διεθνή Κρατικού Αερολιμένα Θεσ/κης, στις εισόδους βασικών αξιοθέατων όπως Ακρόπολη & Λευκός Πύργος κ.ά.) 9. Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών Σχεδιασμός και υλοποίηση ενός προγράμματος δημοσιογραφικών και digital influencer αποστολών με στόχο

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα >





	την παραγωγή δημοσιότητας σε επιλεγμένα διεθνή & ελληνικά μέσα, με σκοπό την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας για το σύνολο της Βόρειας Εύβοιας. 10. Προβολή πεζοπορικών μονοπατιών Τελέθριου Όρους & Όρους Λίχα μέσω ψηφιακών εφαρμογών Με στόχο την αύξηση της αναγνωρισιμότητας των υπαίθριων δραστηριοτήτων στη φύση της Βόρειας Εύβοιας, αλλά και την καλύτερη στόχευση του ειδικού ταξιδιωτικού κοινού που ενδιαφέρεται για φύση & δραστηριότητες, είναι σημαντικό να αναρτηθεί σχετικό περιεχόμενο σε ψηφιακές εφαρμογές (Mobile Apps) διεθνούς φήμης όπως Wikiloc, outdoor active, hiker, All Trails κ.λπ. 11. Προβολή σε ειδικό εσωτερικό κοινό μέσω ενεργειών εκπαιδευτικού χαρακτήρα Για την επιτυχημένη προβολή και ανάδειξη της Βόρειας Εύβοιας διεθνώς, κρίνεται σημαντική η προσέλκυση του εσωτερικού κοινού, το οποίο αφού ενημερωθεί και ευαισθητοποιηθεί θα υποστηρίξει και θα διαδώσει την αξία του αφηγήματος. Ειδικότερα, συστήνεται η ενεργή εμπλοκή της εκπαιδευτικής και μαθητικής κοινότητας, η οποία μπορεί να λειτουργήσει ως πολλαπλασιαστής διάδοσης του αφηγήματος της Βόρειας Εύβοιας. B. B2B – Έργα που απευθύνονται στις τουριστικές επιχειρήσεις 1) Ανάπτυξη Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων (Travel Trade Manual) Σχεδιασμός Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων ως εργαλείο που θα αξιοποιηθεί για την προβολή της Βόρειας Εύβοιας στους παρόχους τουριστικών εμπειριών και τα ταξιδιωτικά γραφεία. Ο οδηγός θα αποτελέσει μια συνοπτική και πρακτική αποτύπωση των τουριστικών θεματικών εμπειριών που συνθέτουν τη Βόρεια Εύβοια στο σύνολό της και ισχυροποιούν το αφήγημά της, εξυπηρετώντας τις ανάγκες μιας ολοκληρωμένης B2B προβολής. 2) Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις στο πλαίσιο της εξωστρεφούς δραστηριοποίησης και προβολής στο διεθνές και εγχώριο ταξιδιωτικό κοινό. Η επιλογή των εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχει η Βόρεια Εύβοια μέσω της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, ή του D.M.O., απαιτείται να είναι στοχευμένη, σε επιλεγμένες εκθέσεις σχετικές με τις θεματικές της βιωσιμότητας, της φύσης και των δραστηριοτήτων, της γαστρονομίας κ.ά. αλλά και μεγάλες θεσμικές διεθνείς & εγχώριες εκθέσεις (όπως ενδεικτικά ITB, WTM, City Fair – European Cities Marketing, Philoxenia). 3) Διοργάνωση B2B events Υποστήριξη της τουριστικής επιχειρηματικής κοινότητας προκειμένου να αναπτυχθούν συνέργειες. Η συνεργασία και η ανάπτυξη συνεργειών με θεσμικούς φορείς και τον ιδιωτικό τομέα αποτελεί κλειδί για την ενίσχυση του αφηγήματος της Βόρειας Εύβοιας. Προτείνεται η διοργάνωση τακτικών συναντήσεων και εκδηλώσεων διασύνδεσης με τοπικούς φορείς, όπου θα ενθαρρύνεται η ανταλλαγή απόψεων μεταξύ των συμμετεχόντων και θα προκύπτει η ευκαιρία ανάδειξης της αξίας της Βόρειας Εύβοιας και η συμβολή της στην τουριστική ανάπτυξη των προορισμών της. 4) Διοργάνωση συχνών Tourism Forums Διοργάνωση σχετικών Tourism Forums με εκπαιδευτικό χαρακτήρα αλλά και χαρακτήρα διαβούλευσης, με θεματολογίες σχετικές με την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων, ανάλυση των διεθνών τάσεων και των βέλτιστων πρακτικών που αναδεικνύονται μέσω της διεθνούς τουριστικής κοινότητας. 5) Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης – Fam Trips Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης (Fam Trips) με επαγγελματίες του τουρισμού, όπως tour operators, travel agents, τουριστικά γραφεία, γραφεία οργάνωσης συνεδρίων κ.ά., με στόχο τη γνωριμία εκπρόσωπων της διεθνούς & εγχώριας τουριστικής αγοράς με τους προορισμούς και τις εμπειρίες της Βόρειας Εύβοιας και την απευθείας διερεύνηση πιθανών συνεργασιών με τον D.M.O. και τους τοπικούς επαγγελματίες. 6) Προώθηση Signature Τουριστικών Εμπειριών μέσω διεθνούς φήμης Online Travel Agencies (OTAs) Εφόσον δημιουργηθούν οργανωμένες τουριστικές εμπειρίες στη Βόρεια Εύβοια, επόμενο βήμα αποτελεί η προβολή των signature experiences, μέσω Online Travel Agencies, με στόχευση σε εξειδικευμένα κοινά ενδιαφέροντος. Ενδεικτικά διαδικτυακά κανάλια διανομής που εξειδικεύονται στην προώθηση τουριστικών εμπειριών/δραστηριοτήτων: Expedia, Booking, Viator, TripAdvisor Experiences, GetYourGuide & niche OTAs με έμφαση στο storytelling Culture Trip & στο βιώσιμο ταξίδι Responsible Travel. Γ. Τεχνικός Σύμβουλος – Project Manager της Τουριστικής Προβολής Λειτουργεί υποστηρικτικά στην υπηρεσία του DMO ή της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και είναι υπεύθυνος για διαμόρφωση της Τεχνικής Έκθεσης για την ανάθεση και το project management των επιμέρους δράσεων προβολής (B2C & B2B), βάσει της σχετικής τεχνογνωσίας του στον χώρο του τουριστικού marketing.
B. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	

Προτεινόμενος Φορέας Υλοποίησης – Δικαιούχος	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας – ΣΚΑΠΑΝΗ Α.Ε.			
Γ. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ				
Ενδεικτικός Προϋπολογισμός Έργου	Ο προϋπολογισμός του έργου ανά δράση αναλύεται ως κάτωθι:			
	Δράση		Προϋπολογισμός (€)	
	A. B2C – Έργα που απευθύνονται στους επισκέπτες			
	Δημιουργία Ενιαίας Τουριστικής Ταυτότητας (Brand Identity) για τον προορισμό & Οδηγός Branding (Brand Toolkit)		€ 20.000,00	
	Παραγωγή Ταξιδιωτικού Περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, videos)		€ 50.000,00	
	Ανάπτυξη & διαχείριση επίσημης διαδικτυακής παρουσίας (τουριστικό portal) του προορισμού, ειδική διαχείριση εκδηλώσεων (Events Calendar) & σχεδιασμός Newsletter		€ 50.000,00	
	Ανάπτυξη και διαχείριση ψηφιακών εργαλείων Βόρειας Εύβοιας (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok)		€ 35.000,00	
	Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια (Paid Digital Advertising) & Προβολή μέσω ταξιδιωτικών portals υψηλής επισκεψιμότητας		€ 60.000,00	
	Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων		€ 100.000,00	
	Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας & της Θεσσαλονίκης (outdoor επικοινωνιακό υλικό)		€ 90.000,00	
	Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών		€ 45.000,00	
	Προβολή πεζοπορικών μονοπατιών Τελέθριου Όρους & Όρους Λίχα μέσω ψηφιακών εφαρμογών		0,00	
	Προβολή σε ειδικό εσωτερικό κοινό μέσω ενεργειών εκπαιδευτικού χαρακτήρα		0,00	
	B. B2B – Έργα που απευθύνονται στις τουριστικές επιχειρήσεις			
	Ανάπτυξη Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων (Travel Trade Manual)		€ 30.000,00	
	Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις (συμμετοχή μέσα από αντίστοιχες δράσεις της Περιφέρειας)		0,00	
Διοργάνωση B2B events & Διοργάνωση συχνών Tourism Forums		€ 60.000,00		
Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης – Fam Trips		€ 45.000,00		
Προώθηση Signature Τουριστικών Εμπειριών μέσω διεθνούς φήμης Online Travel Agencies (OTAs)		€ 10.000,00		
Γ. Τεχνικός Σύμβουλος – Project Manager της Τουριστικής Προβολής				
Τεχνικός Σύμβουλος – Project Manager της Τουριστικής Προβολής		€ 70.000,00		
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ		€ 665.000,00		
Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα	Πρόγραμμα «Στερεά Ελλάδα» 2021-2027 – Ο.Χ.Ε. Βόρειας Εύβοιας			
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα	Το έργο θα υλοποιηθεί σε διάστημα τριετίας. Ακολουθεί ενδεικτικός χρονοπρογραμματισμός ανά κατηγορία δράσης:			
	Δράση	1° έτος	2° έτος	3° έτος
	Δημιουργία Ενιαίας Τουριστικής Ταυτότητας (Brand Identity) για τον προορισμό & Οδηγός Branding (Brand Toolkit) Παραγωγή Ταξιδιωτικού Περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, videos) Ανάπτυξη & διαχείριση επίσημης διαδικτυακής παρουσίας (τουριστικό portal) του προορισμού, ειδική διαχείριση εκδηλώσεων (Events Calendar) & σχεδιασμός Newsletter Ανάπτυξη και διαχείριση ψηφιακών εργαλείων Βόρειας Εύβοιας (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok) Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια (Paid Digital Advertising) &			

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα >



	Προβολή μέσω ταξιδιωτικών portals υψηλής επισκεψιμότητας Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας & της Θεσσαλονίκης (outdoor επικοινωνιακό υλικό) Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών Ανάπτυξη Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων (Travel Trade Manual) Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις Διοργάνωση B2B events & Διοργάνωση συχνών Tourism Forums Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης – Fam Trips Προώθηση Signature Τουριστικών Εμπειριών μέσω διεθνούς φήμης Online Travel Agencies (OTAs) Τεχνικός Σύμβουλος – Project Manager της Τουριστικής Προβολής
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Η τουριστική προβολή, ως αποτέλεσμα της Στρατηγικής Μάρκετινγκ που εκπονήθηκε για τη Βόρεια Εύβοια, αποτελεί το μέσο για την αύξηση αναγνωρισιμότητας του προορισμού, για την αύξηση ενδιαφέροντος επίσκεψης σε αυτόν και συνεπώς αύξηση της ζήτησης κατά τη διάρκεια, αλλά και εκτός τουριστικής σεζόν, ενώ παράλληλα λειτουργεί ως μοχλός τροφοδότησης επισκεπτών και εισοδήματος σε προορισμούς με χαμηλότερη τουριστική κίνηση. Ωφελοόμενοι είναι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται άμεσα ή έμμεσα στον τουρισμό, οι δήμοι και η τοπική κοινωνία της Βόρειας Εύβοιας.	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
2	Σύνταξη τευχών δημοπράτησης

ΔΕΛΤΙΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ/ΔΡΑΣΗΣ	
ΤΙΤΛΟΣ	Τουριστική Προβολή
Α. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ	
Σύντομη Τεχνική Περιγραφή	Το έργο αφορά στην Τουριστική Προβολή της Βόρειας Εύβοιας η οποία περιλαμβάνει: Α. Β2C – Έργα που απευθύνονται στους επισκέπτες 1. Δημιουργία Ενιαίας Τουριστικής Ταυτότητας (Brand Identity) για τον προορισμό & Οδηγός Branding (Brand Toolkit) Δημιουργία κεντρικής διακριτής δημιουργικής ταυτότητας για τον προορισμό (brand identity) με προσαρμογές ανά θεματική εμπειρία για τη δημιουργία ενιαίας επικοινωνιακής υποδομής της Βόρειας Εύβοιας. Αποτύπωση της ταυτότητας με τη σύνθεση ενός πλήρους οδηγού – brand toolkit, ως βάση της επικοινωνίας με ενδεικτικές εικαστικές εφαρμογές για το σύνολο των τουριστικών προϊόντων και εμπειριών της Βόρειας Εύβοιας. 2. Παραγωγή Ταξιδιωτικού Περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, videos) Παραγωγή ταξιδιωτικού περιεχομένου για την προβολή της Βόρειας Εύβοιας (κείμενα – videos – photos) το οποίο θα αξιοποιηθεί σε ενέργειες επικοινωνίας για την αποτελεσματική προώθηση του τουριστικού προϊόντος της Βόρειας Εύβοιας. Παράλληλα, μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς για την ανάπτυξη θεματικών τουριστικών πακέτων από παρόχους τουριστικών εμπειριών, καθώς και για την παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος σε εκθέσεις, συνέδρια, παρουσιάσεις κ.ά. από φορείς του τουρισμού. 3. Ανάπτυξη & διαχείριση επίσημης διαδικτυακής παρουσίας (τουριστικό portal) του προορισμού, ειδική διαχείριση εκδηλώσεων (Events Calendar) & σχεδιασμός Newsletter Ανάπτυξη τουριστικού portal Βόρειας Εύβοιας σε συμφωνία με τη δημιουργική της ταυτότητα (branding). Το τουριστικό portal – ιστοσελίδα της διαδρομής θα αποτελέσει σημείο αναφοράς του προορισμού στο ψηφιακό περιβάλλον και θα φιλοξενεί όλα τα ταξιδιωτικά περιεχόμενο (κείμενα, φωτογραφικό & βίντεο υλικό) που παράχθηκε στο πλαίσιο δημιουργίας επικοινωνιακής υποδομής για την προβολή της Βόρειας Εύβοιας. 4. Ανάπτυξη και διαχείριση ψηφιακών εργαλείων Βόρειας Εύβοιας (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok) Για την ολοκληρωμένη ψηφιακή παρουσία της Βόρειας Εύβοιας κρίνεται απαραίτητη η ανάπτυξη λογαριασμών στα πιο ελκυστικά για το τουριστικό κοινό κοινωνικά δίκτυα (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok), σύμφωνα με τα κοινά στόχευσης του προορισμού. 5. Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια (Paid Digital Advertising) Υλοποίηση ψηφιακής καμπάνιας επικοινωνίας, με την κατάρτιση πλάνου προβολής (Digital Media Plan) με στόχο την προώθηση της Βόρειας Εύβοιας στο ελληνικό κοινό και σε στοχευμένες αγορές του εξωτερικού. Η καμπάνια, με βασικό σκοπό την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας (awareness) της Βόρειας Εύβοιας, προτείνεται να περιλαμβάνει Programmatic Media Plan, με διαφορετικά formats και retargeting σε αγορές-στόχο, καμπάνιες μέσω OTAs καθώς και διαφημιστική προβολή σε κοινωνικά δίκτυα (μέσω Facebook & Instagram Ads). 6. Προβολή μέσω ταξιδιωτικών portals υψηλής επισκεψιμότητας Προβολή μέσω αξιοποίησης κύριων ταξιδιωτικών portals με υψηλή απήχηση στο κοινό (ελληνικό και διεθνές) όπως ενδεικτικά DiscoverGreece.com, Travel.gr, Ekdromi.gr κ.λπ.) 7. Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων Προτείνεται η υλοποίηση Πλάνου Επικοινωνίας με διαφημιστική εκστρατεία και ολοκληρωμένο πρόγραμμα Μέσων (Media Plan) για τρόπους προβολής προς όλα τα κοινά ενδιαφέροντος. Το μείγμα Μέσων θα πρέπει να περιλαμβάνει Above the Line (π.χ. ηλεκτρονικά και έντυπα μέσα, καταχωρήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά κ.ά.) και Below the Line (π.χ. outdoor επικοινωνία, έμμεση δημοσιότητα, δελτία τύπου, συνεντεύξεις κ.ά.) ενέργειες προβολής προς το ευρύ κοινό αλλά και τα ειδικά κοινά στόχευσης. 8. Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας & της Θεσσαλονίκης (outdoor επικοινωνιακό υλικό) Στο πλαίσιο του προγράμματος Επικοινωνίας προτείνεται η τοποθέτηση outdoor επικοινωνιακού υλικού σε κομβικά σημεία διέλευσης των επισκεπτών (διεθνών και μη) αλλά και των κατοίκων της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης (ενδεικτικά: σταθμοί του metro, χώρος αφίξεων του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών & του Διεθνή Κρατικού Αερολιμένα Θεσ/κης, στις εισόδους βασικών αξιοθέατων όπως Ακρόπολη & Λευκός Πύργος κ.ά.) 9. Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών Σχεδιασμός και υλοποίηση ενός προγράμματος δημοσιογραφικών και digital influencer αποστολών με στόχο

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα >





	την παραγωγή δημοσιότητας σε επιλεγμένα διεθνή & ελληνικά μέσα, με σκοπό την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας για το σύνολο της Βόρειας Εύβοιας. 10. Προβολή πεζοπορικών μονοπατιών Τελέθριου Όρους & Όρους Λίχα μέσω ψηφιακών εφαρμογών Με στόχο την αύξηση της αναγνωρισιμότητας των υπαίθριων δραστηριοτήτων στη φύση της Βόρειας Εύβοιας, αλλά και την καλύτερη στόχευση του ειδικού ταξιδιωτικού κοινού που ενδιαφέρεται για φύση & δραστηριότητες, είναι σημαντικό να αναρτηθεί σχετικό περιεχόμενο σε ψηφιακές εφαρμογές (Mobile Apps) διεθνούς φήμης όπως Wikiloc, outdoor active, hiker, All Trails κ.λπ. 11. Προβολή σε ειδικό εσωτερικό κοινό μέσω ενεργειών εκπαιδευτικού χαρακτήρα Για την επιτυχημένη προβολή και ανάδειξη της Βόρειας Εύβοιας διεθνώς, κρίνεται σημαντική η προσέλκυση του εσωτερικού κοινού, το οποίο αφού ενημερωθεί και ευαισθητοποιηθεί θα υποστηρίξει και θα διαδώσει την αξία του αφηγήματος. Ειδικότερα, συστήνεται η ενεργή εμπλοκή της εκπαιδευτικής και μαθητικής κοινότητας, η οποία μπορεί να λειτουργήσει ως πολλαπλασιαστής διάδοσης του αφηγήματος της Βόρειας Εύβοιας. B. B2B – Έργα που απευθύνονται στις τουριστικές επιχειρήσεις 1) Ανάπτυξη Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων (Travel Trade Manual) Σχεδιασμός Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων ως εργαλείο που θα αξιοποιηθεί για την προβολή της Βόρειας Εύβοιας στους παρόχους τουριστικών εμπειριών και τα ταξιδιωτικά γραφεία. Ο οδηγός θα αποτελέσει μια συνοπτική και πρακτική αποτύπωση των τουριστικών θεματικών εμπειριών που συνθέτουν τη Βόρεια Εύβοια στο σύνολό της και ισχυροποιούν το αφήγημά της, εξυπηρετώντας τις ανάγκες μιας ολοκληρωμένης B2B προβολής. 2) Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις στο πλαίσιο της εξωστρεφούς δραστηριοποίησης και προβολής στο διεθνές και εγχώριο ταξιδιωτικό κοινό. Η επιλογή των εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχει η Βόρεια Εύβοια μέσω της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, ή του D.M.O., απαιτείται να είναι στοχευμένη, σε επιλεγμένες εκθέσεις σχετικές με τις θεματικές της βιωσιμότητας, της φύσης και των δραστηριοτήτων, της γαστρονομίας κ.ά. αλλά και μεγάλες θεσμικές διεθνείς & εγχώριες εκθέσεις (όπως ενδεικτικά ITB, WTM, City Fair – European Cities Marketing, Philoxenia). 3) Διοργάνωση B2B events Υποστήριξη της τουριστικής επιχειρηματικής κοινότητας προκειμένου να αναπτυχθούν συνέργειες. Η συνεργασία και η ανάπτυξη συνεργειών με θεσμικούς φορείς και τον ιδιωτικό τομέα αποτελεί κλειδί για την ενίσχυση του αφηγήματος της Βόρειας Εύβοιας. Προτείνεται η διοργάνωση τακτικών συναντήσεων και εκδηλώσεων διασύνδεσης με τοπικούς φορείς, όπου θα ενθαρρύνεται η ανταλλαγή απόψεων μεταξύ των συμμετεχόντων και θα προκύπτει η ευκαιρία ανάδειξης της αξίας της Βόρειας Εύβοιας και η συμβολή της στην τουριστική ανάπτυξη των προορισμών της. 4) Διοργάνωση συχνών Tourism Forums Διοργάνωση σχετικών Tourism Forums με εκπαιδευτικό χαρακτήρα αλλά και χαρακτήρα διαβούλευσης, με θεματολογίες σχετικές με την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων, ανάλυση των διεθνών τάσεων και των βέλτιστων πρακτικών που αναδεικνύονται μέσω της διεθνούς τουριστικής κοινότητας. 5) Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης – Fam Trips Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης (Fam Trips) με επαγγελματίες του τουρισμού, όπως tour operators, travel agents, τουριστικά γραφεία, γραφεία οργάνωσης συνεδρίων κ.ά., με στόχο τη γνωριμία εκπρόσωπων της διεθνούς & εγχώριας τουριστικής αγοράς με τους προορισμούς και τις εμπειρίες της Βόρειας Εύβοιας και την απευθείας διερεύνηση πιθανών συνεργασιών με τον D.M.O. και τους τοπικούς επαγγελματίες. 6) Προώθηση Signature Τουριστικών Εμπειριών μέσω διεθνούς φήμης Online Travel Agencies (OTAs) Εφόσον δημιουργηθούν οργανωμένες τουριστικές εμπειρίες στη Βόρεια Εύβοια, επόμενο βήμα αποτελεί η προβολή των signature experiences, μέσω Online Travel Agencies, με στόχευση σε εξειδικευμένα κοινά ενδιαφέροντος. Ενδεικτικά διαδικτυακά κανάλια διανομής που εξειδικεύονται στην προώθηση τουριστικών εμπειριών/δραστηριοτήτων: Expedia, Booking, Viator, TripAdvisor Experiences, GetYourGuide & niche OTAs με έμφαση στο storytelling Culture Trip & στο βιώσιμο ταξίδι Responsible Travel. Γ. Τεχνικός Σύμβουλος – Project Manager της Τουριστικής Προβολής Λειτουργεί υποστηρικτικά στην υπηρεσία του DMO ή της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και είναι υπεύθυνος για διαμόρφωση της Τεχνικής Έκθεσης για την ανάθεση και το project management των επιμέρους δράσεων προβολής (B2C & B2B), βάσει της σχετικής τεχνογνωσίας του στον χώρο του τουριστικού marketing.
B. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	



Προτεινόμενος Φορέας Υλοποίησης – Δικαιούχος	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας – ΣΚΑΠΑΝΗ Α.Ε.			
Γ. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ				
Ενδεικτικός Προϋπολογισμός Έργου	±Ο προϋπολογισμός του έργου ανά δράση αναλύεται ως κάτωθι:			
	Δράση	Προϋπολογισμός (€)		
	A. B2C – Έργα που απευθύνονται στους επισκέπτες			
	Δημιουργία Ενιαίας Τουριστικής Ταυτότητας (Brand Identity) για τον προορισμό & Οδηγός Branding (Brand Toolkit)	€ 20.000,00		
	Παραγωγή Ταξιδιωτικού Περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, videos)	€ 50.000,00		
	Ανάπτυξη & διαχείριση επίσημης διαδικτυακής παρουσίας (τουριστικό portal) του προορισμού, ειδική διαχείριση εκδηλώσεων (Events Calendar) & σχεδιασμός Newsletter	€ 50.000,00		
	Ανάπτυξη και διαχείριση ψηφιακών εργαλείων Βόρειας Εύβοιας (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok)	€ 35.000,00		
	Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια (Paid Digital Advertising) & Προβολή μέσω ταξιδιωτικών portals υψηλής επισκεψιμότητας	€ 60.000,00		
	Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων	€ 100.000,00		
	Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας & της Θεσσαλονίκης (outdoor επικοινωνιακό υλικό)	€ 90.000,00		
Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών	€ 45.000,00			
Προβολή πεζοπορικών μονοπατιών Τελέθριου Όρους & Όρους Λίχα μέσω ψηφιακών εφαρμογών	0,00			
Προβολή σε ειδικό εσωτερικό κοινό μέσω ενεργειών εκπαιδευτικού χαρακτήρα	0,00			
B. B2B – Έργα που απευθύνονται στις τουριστικές επιχειρήσεις				
Ανάπτυξη Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων (Travel Trade Manual)	€ 30.000,00			
Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις (συμμετοχή μέσα από αντίστοιχες δράσεις της Περιφέρειας)	0,00			
Διοργάνωση B2B events & Διοργάνωση συχνών Tourism Forums	€ 60.000,00			
Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης – Fam Trips	€ 45.000,00			
Προώθηση Signature Τουριστικών Εμπειριών μέσω διεθνούς φήμης Online Travel Agencies (OTAs)	€ 10.000,00			
Γ. Τεχνικός Σύμβουλος – Project Manager της Τουριστικής Προβολής				
Τεχνικός Σύμβουλος – Project Manager της Τουριστικής Προβολής	€ 70.000,00			
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	€ 665.000,00			
Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα	Πρόγραμμα «Στερεά Ελλάδα» 2021-2027 – Ο.Χ.Ε. Βόρειας Εύβοιας			
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα	Το έργο θα υλοποιηθεί σε διάστημα τριετίας. Ακολουθεί ενδεικτικός χρονοπρογραμματισμός ανά κατηγορία δράσης:			
	Δράση	1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
	Δημιουργία Ενιαίας Τουριστικής Ταυτότητας (Brand Identity) για τον προορισμό & Οδηγός Branding (Brand Toolkit)			
	Παραγωγή Ταξιδιωτικού Περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, videos)			
	Ανάπτυξη & διαχείριση επίσημης διαδικτυακής παρουσίας (τουριστικό portal) του προορισμού, ειδική διαχείριση εκδηλώσεων (Events Calendar) & σχεδιασμός Newsletter			
	Ανάπτυξη και διαχείριση ψηφιακών εργαλείων Βόρειας Εύβοιας (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok)			
	Ψηφιακή Διαφημιστική Καμπάνια (Paid Digital Advertising) &			

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα >



	Προβολή μέσω ταξιδιωτικών portals υψηλής επισκεψιμότητας Διαφημιστική εκστρατεία με ολοκληρωμένο πλάνο Επικοινωνίας & Πρόγραμμα Μέσων Προβολή της Βόρειας Εύβοιας σε εξωτερικούς χώρους της Αθήνας & της Θεσσαλονίκης (outdoor επικοινωνιακό υλικό) Διοργάνωση Δημοσιογραφικών & Digital Influencers αποστολών Ανάπτυξη Οδηγού Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων (Travel Trade Manual) Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις Διοργάνωση B2B events & Διοργάνωση συχνών Tourism Forums Διοργάνωση Ταξιδιών Εξοικείωσης – Fam Trips Προώθηση Signature Τουριστικών Εμπειριών μέσω διεθνούς φήμης Online Travel Agencies (OTAs) Τεχνικός Σύμβουλος – Project Manager της Τουριστικής Προβολής
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Η τουριστική προβολή, ως αποτέλεσμα της Στρατηγικής Μάρκετινγκ που εκπονήθηκε για τη Βόρεια Εύβοια, αποτελεί το μέσο για την αύξηση αναγνωρισιμότητας του προορισμού, για την αύξηση ενδιαφέροντος επίσκεψης σε αυτόν και συνεπώς αύξηση της ζήτησης κατά τη διάρκεια, αλλά και εκτός τουριστικής σεζόν, ενώ παράλληλα λειτουργεί ως μοχλός τροφοδότησης επισκεπτών και εισοδήματος σε προορισμούς με χαμηλότερη τουριστική κίνηση. Ωφελούμενοι είναι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται άμεσα ή έμμεσα στον τουρισμό, οι δήμοι και η τοπική κοινωνία της Βόρειας Εύβοιας.	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
2	Σύνταξη τευχών δημοπράτησης



ΔΕΛΤΙΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ/ΔΡΑΣΗΣ	
ΤΙΤΛΟΣ	Εγκατάσταση δωρεάν Wifi σημείων στους Δήμους Β. Εύβοιας
Α. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ	
Σύντομη Τεχνική Περιγραφή	Στο πλαίσιο της γενικότερης υποστήριξης για την ανασυγκρότηση της Βόρειας Εύβοιας υπήρξε η ανάγκη για δημιουργία Ευρυζωνικού Δικτύου σε οικισμούς που έχουν πληγεί. Η πρόταση αφορούσε στην εξασφάλιση της απαραίτητης υποδομής σε συνεργασία με τους δύο δήμους της περιοχής και στην εγκατάσταση σε ανοιχτά σημεία των δύο δήμων κεραίες που θα παρέχουν δωρεάν καλές ταχύτητες για επισκέπτες και κατοίκους. Πιο συγκεκριμένα οι περιοχές οι οποίες θα υποστηριχθούν στους δύο δήμους είναι: Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού: - Λουτρά Αιδηψού (Περιοχή Θερμοποτάμου) - Ωρεοί (Μνημείο Ταύρου) Δήμος Μαντουδίου-Αίμυνης-Αγ. Άννας: - Δημαρχείο Αγ. Άννας - Πλατεία Κηρίνθου - Κεχριές
Β. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	
Προτεινόμενος Φορέας Υλοποίησης – Δικαιούχος	Εταιρεία COSMOTE Α.Ε.
Γ. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	
Ενδεικτικός Προϋπολογισμός Έργου	Δωρεά από εταιρεία COSMOTE Α.Ε.
Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα Υλοποίησης του Έργου	Δωρεά από εταιρεία COSMOTE Α.Ε.
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Έργου	Ιούνιος 2022 – Αύγουστος 2022
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Σκοπός της παρούσας δράσης ήταν να ενισχυθεί σημαντικά η ψηφιακή υποδομή των δύο δήμων σε θέματα δικτύου, ώστε να προσελκύσει επισκέπτες και να αναβαθμίσει την καθημερινότητα των κατοίκων. Επιπλέον, μέσω της συγκεκριμένης δράσης ενισχύεται η παρουσία των δύο δήμων στον τουριστικό χάρτη της Βόρειας Εύβοιας. Ωφελούμενοι της δράσης είναι οι τοπικές επιχειρήσεις μέσω της ενίσχυσης της προσβασιμότητας των τουριστών / επισκεπτών σε δωρεάν ευρυζωνικές υπηρεσίες, η τοπική κοινωνία και οι επισκέπτες, με τη δωρεάν πρόσβαση για τις καθημερινές τους ανάγκες σε δημόσιους χώρους.	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
1	ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ





ΔΕΛΤΙΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ/ΔΡΑΣΗΣ	
ΤΙΤΛΟΣ	Αναβάθμιση Τουριστικών Πόλων / Παραλία Αγ. Άννας
Α. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ	
Σύντομη Τεχνική Περιγραφή	Το προτεινόμενο έργο αφορά στην Αναβάθμιση της παραλιακής ζώνης της Αγίας Άννας του Δήμου Μαντουδίου-Λίμνης-Αγίας Άννας και εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο της αναβάθμισης των τουριστικών πόλων της Βόρειας Εύβοιας. Ειδικότερα, προτείνεται η αναβάθμιση της παραλιακής ζώνης της Αγίας Άννας, με ανάπλαση από το αλιευτικό καταφύγιο/λιμάνι έως την περιοχή του ξενοδοχείου Thalatta Resort, η οποία θα περιλαμβάνει, σε συνέχεια της υφιστάμενης διαμόρφωσης: • Χώρο περιπάτου • Ζώνη κυκλοφορίας ποδηλάτων • Χώρο πρασίνου • Υποστηρικτικές εγκαταστάσεις της παραλίας: ντουζιέρες, αποδυτήρια, παγκάκια, κάδους απορριμμάτων • Νέο φωτισμό της περιοχής
Β. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	
Προτεινόμενος Φορέας Υλοποίησης – Δικαιούχος	Δικαιούχος: Δήμος Μαντουδίου-Λίμνης-Αγίας Άννας Φορέας Υλοποίησης: ΣΚΑΠΑΝΗ Α.Ε.
Γ. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	
Ενδεικτικός Προϋπολογισμός Έργου	€ 2.500.000
Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα Υλοποίησης του Έργου	Ο.Χ.Ε. ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ 2021-2027
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Έργου	12 Μήνες από την υπογραφή της σύμβασης.
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Σκοπός του έργου είναι η αναβάθμιση της υφιστάμενης εικόνας της παραλίας της Αγ. Άννας, οικισμού που επλήγη σοβαρά από τις πυρκαγιές του '21. Η παραλία της Αγ. Άννας αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες και διασημότερες ακτές, φημισμένη για τα καθαρά νερά της και την αμμουδιά της και σημαντικό πόλο έλξης τουριστών. Στόχος της παρέμβασης είναι η διαμόρφωση του παραλιακού μετώπου, έτσι ώστε να αναβαθμιστεί αισθητικά αλλά και να εξυπηρετεί καλύτερα πεζούς, λουόμενους και ποδηλάτες, με σύγχρονο σχεδιασμό και οργανωμένο τρόπο. Απώτερος σκοπός είναι ο εκσυγχρονισμός και η αισθητική ανανέωση όλου του οικισμού, που θα αποκτήσει το παραλιακό μέτωπο που του αξίζει, προσελκύοντας τουρισμό αλλά και βελτιώνοντας την καθημερινότητα των κατοίκων του.	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
2	Σύνταξη τευχών δημοπράτησης του έργου εντός του 2022.



ΔΕΛΤΙΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ/ΔΡΑΣΗΣ	
ΤΙΤΛΟΣ	Αναβάθμιση Τουριστικών Πόλων / Παραλία Ροβιών
Α. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ	
Σύντομη Τεχνική Περιγραφή	Το προτεινόμενο έργο αφορά στην αναβάθμιση της παραλιακής ζώνης των Ροβιών, και εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο αναβάθμισης των τουριστικών πόλων της Βόρειας Εύβοιας. Ειδικότερα, φυσικό αντικείμενο του έργου αποτελεί η ανάπλαση του κεντρικού, διαμορφωμένου μετώπου, η οποία θα περιλαμβάνει: • Μετατροπή του κεντρικού δρόμου σε δρόμο ήπιας κυκλοφορίας. • Διαμόρφωση χώρου περιπάτου. • Διαμόρφωση και εμπλουτισμό της ζώνης πρασίνου. • Εξυπηρέτηση των λουόμενων με κάθετες προσβάσεις από deck ανά τακτά διαστήματα. • Νέο αστικό εξοπλισμό: παγκάκια, κάδοι απορριμμάτων, κ.ά. • Νέο φωτισμό της περιοχής.
Β. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	
Προτεινόμενος Φορέας Υλοποίησης – Δικαιούχος	Δικαιούχος: Δήμος Μαντουδίου-Λίμνης-Αγίας Άννας Φορέας Υλοποίησης: ΣΚΑΠΑΝΗ Α.Ε.
Γ. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	
Ενδεικτικός Προϋπολογισμός Έργου	€ 1.000.000
Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα Υλοποίησης του Έργου	Ο.Χ.Ε. ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ 2021-2027
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Έργου	12 Μήνες από την υπογραφή της σύμβασης
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Σκοπός του έργου είναι η αναβάθμιση της υφιστάμενης εικόνας της παραλίας των Ροβιών, οικισμού που επλήγη από τις πυρκαγιές του '21. Οι Ροβιές αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης τουριστών, γνωστές για την μεγάλη, αμμουδερή παραλία τους και τον μεσαιωνικό τους πύργο. Στόχος της παρέμβασης είναι η διαμόρφωση του παραλιακού μετώπου, έτσι ώστε να αναβαθμιστεί αισθητικά, αποκτώντας ένα ενιαίο ύψος σε όλο το μήκος του, αλλά και να εξυπηρετεί καλύτερα πεζούς και λουόμενους, με σύγχρονο σχεδιασμό και οργανωμένο τρόπο. Απώτερος σκοπός είναι ο εκσυγχρονισμός και η αισθητική αναβάθμιση όλου του οικισμού, ο οποίος θα αποκτήσει το παραλιακό μέτωπο που του αξίζει, προσελκύοντας τουρισμό, αλλά και βελτιώνοντας την καθημερινότητα των κατοίκων του.	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
2	Σύνταξη τευχών δημοπράτησης του έργου.





ΔΕΛΤΙΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ/ΔΡΑΣΗΣ	
ΤΙΤΛΟΣ	Γαλάζιες Σημαίες
Α. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ	
Σύντομη Τεχνική Περιγραφή	Η «Γαλάζια Σημαία» είναι ένα παγκόσμιο σύμβολο ποιότητας, που απονέμεται βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων, σε ακτές, μαρίνες και σκάφη, τις οποίες διαχειρίζονται παράκτιοι δήμοι, ξενοδόχοι και άλλοι φορείς. Είναι αξιοσημείωτο ότι το νησί της Εύβοιας διαθέτει μία μόνο Γαλάζια Σημαία (ακτή Λευκαντί) παρά το γεγονός ότι είναι προικισμένη με υπέροχες, πεντακάθαρες παραλίες και γαλάζια νερά. Για να αποδοθεί μια Γαλάζια Σημαία πρέπει να πληρούνται αυστηρά κριτήρια που σχετίζονται με την περιβαλλοντική εκπαίδευση και πληροφόρηση, την ποιότητα των νερών κολύμβησης, την περιβαλλοντική διαχείριση και την ασφάλεια (ναυαγσώστικά, πρώτες βοήθειες), τις υπηρεσίες και τις εγκαταστάσεις. Ο ΟΦΥΠΕΚΑ, στο πλαίσιο του παρόντος έργου, έχει δεσμευτεί να αναλάβει τη διαδικασία χορήγησης της Γαλάζιας Σημαίας σε όλες τις υποψήφιες προς τη διαδικασία παραλίες, ανεξαρτήτως εάν είναι σε προστατευόμενη περιοχή ή όχι. Σε αυτή την κατεύθυνση έχουν ήδη προκριθεί 19 παραλίες μέσα από την επικοινωνία με τους κατά τόπους δήμους.
Β. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	
Προτεινόμενος Φορέας Υλοποίησης – Δικαιούχος	Δήμος Ιστιαίας-Αιδηψού Δήμος Μαντουδίου-Λίμνης-Αγ. Άννας
Γ. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	
Ενδεικτικός Προϋπολογισμός Έργου	228.000€
Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα Υλοποίησης του Έργου	Ο.ΦΥ.ΠΕ.Κ.Α.
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Έργου	2023
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Η σκοπιμότητα του έργου έγκειται στο να αποκτήσουν οι 19 προεπιλεγμένες ακτές της Βόρειας Εύβοιας το πλέον αναγνωρίσιμο και διαδεδομένο διεθνώς οικολογικό σύμβολο ποιότητας, αυτό της Γαλάζιας Σημαίας, στο οποίο μάλιστα τα μεγάλα ταξιδιωτικά γραφεία του εξωτερικού δίνουν ιδιαίτερη σημασία όταν επιλέγουν τους προορισμούς που προτείνουν στους πελάτες τους, ως εγγύηση των υψηλής ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρονται στην ακτή, αλλά και της προστασίας του περιβάλλοντος και της δημόσιας υγείας. Ως αναμενόμενα οφέλη από την υλοποίηση του έργου αναφέρονται: • Η καλύτερη οργάνωση και αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών των ακτών. • Η διασφάλιση της ποιότητας των νερών κολύμβησης και κατ' επέκταση, της υγείας και της ασφάλειας των λουόμενων. • Η ενίσχυση της ταυτότητας και της φήμης των ακτών και της επισκεψιμότητάς τους. Ωφελούμενοι θα είναι όλοι οι χρήστες των ακτών (ντόπιοι και ξένοι) και η περιοχή της Βόρειας Εύβοιας στο σύνολό της.	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
1	Σύνταξη λίστας επιλεγόμενων παραλιών: Έχει ολοκληρωθεί. Προγραμματική Σύμβαση Δήμων με Ο.ΦΥ.ΠΕ.Κ.Α.: Σε εξέλιξη.



ΔΕΛΤΙΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΡΓΟΥ/ΔΡΑΣΗΣ	
ΤΙΤΛΟΣ	Εκπαίδευση – Κατάρτιση – Υποστήριξη επαγγελματιών τουρισμού και τοπικού πληθυσμού
Α. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ	
Σύντομη Τεχνική Περιγραφή	Σκοπός του Προγράμματος είναι η παροχή υπηρεσιών εξατομικευμένης συμβουλευτικής, επαγγελματικής κατάρτισης και πιστοποίησης επαγγελματιών προσόντων και δεξιοτήτων εργαζομένων σε επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, ανέργων, αυτοαπασχολούμενων και νέων επιχειρήσεων που εμπλέκονται με τον τουρισμό. Απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να αναβαθμίσουν τις γνώσεις τους και να καταρτιστούν τόσο σε εξειδικευμένες όσο και σε οριζόντιες ειδικότητες και θεματικές, με σκοπό τη βελτίωση των δεξιοτήτων τους. καθώς και την ενίσχυση της επαγγελματικής τους ικανότητας. Ενδεικτικά θεματικά αντικείμενα κατάρτισης: • Διαμόρφωσης Τουριστικών Εμπειριών • Βελτίωση Υπηρεσιών Εξυπηρέτησης • Διοίκησης Μονάδων Εστίασης • Ανάπτυξης Επαγγελματικών Δεξιοτήτων • Digital Marketing Fundamentals (Social Media, Google Analytics, Paid Performance etc.) • Marketing Management • Sales & Distribution Management
Β. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	
Προτεινόμενος Φορέας Υλοποίησης – Δικαιούχος	Φορέας Υλοποίησης: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Εύβοιας Επιμελητήριο Εύβοιας ΣΚΑΠΑΝΗ Α.Ε. ΑΛΚΥΩΝ Α.Ε.
Γ. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ – ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	
Ενδεικτικός Προϋπολογισμός Έργου	€ 400.000
Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα Υλοποίησης του Έργου	Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» 2021-2027 Πρόγραμμα «Ανθρώπινο Δυναμικό & Κοινωνική Συνοχή» 2021-2027
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Έργου	2023-2026
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Το έργο αποσκοπεί στην αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού της Βόρειας Εύβοιας και, ειδικότερα, στην απόκτηση νέων και σύγχρονων γνώσεων και στην καλλιέργεια ικανοτήτων και δεξιοτήτων στο πεδίο του τουρισμού. Ωφελούμενοι από το προτεινόμενο έργο θα είναι άνεργοι, εργαζόμενοι, αυτοαπασχολούμενοι και επιχειρηματίες της περιοχής	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
2	Δεν απαιτούνται ενέργειες



Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα Υλοποίησης του Έργου	Πρόγραμμα Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης (Β.Α.Α.) του ΠΕΠ Στερεάς Ελλάδας
Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης Έργου	2023 – 2027
Δ. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	
Η μελέτη αυτή, όπως και όλες οι υπόλοιπες του Προγράμματος Ανασυγκρότησης, διαπνέεται από τις αρχές της <i>αειφορίας</i>, της <i>συμπεριληπτικότητας</i> και της <i>ολιστικής προσέγγισης</i>, στηριζόμενη ταυτόχρονα στο τρίπτυχο <i>Λειτουργικότητα – Προσβασιμότητα – Αισθητική</i>. Απώτερος στόχος της, πέρα από την προφανή αισθητική αναγέννηση της πόλης, είναι η εκ νέου ενεργοποίηση της κοινωνικής συνείδησης των κατοίκων της –που βρίσκεται σε φθίνουσα πορεία– και η παροχή στον επισκέπτη μια ανανεωμένης, ολιστικής εμπειρίας, με επίκεντρο τον <i>θερμαλισμό</i> και το μοναδικής αξίας αρχιτεκτονικό απόθεμά της. Συγκεκριμένα, οι σχεδιαζόμενες στρατηγικές αποδίδουν το νόημα της Ολιστικής Ανάπλασης, με παρεμβάσεις φυσικών αναπλάσεων (έργων υποδομών) αλλά και παρεμβάσεις που αφορούν στη δραστηριότητα των πολιτών (κοινωνική, επιχειρηματική, κ.λπ.). Συνδυάζουν αρμονικά τη συμβίωση της παραγωγής ποιοτικών τοπικών προϊόντων με υπηρεσίες αναψυχής, σε ένα φροντισμένο φυσικό και δομημένο περιβάλλον και εξασφαλίζουν συνθήκες διαβίωσης εργαζομένων, κατοίκων και επισκεπτών που ανταποκρίνονται στις νέες απαιτήσεις της αειφορίας και της πράσινης ανάπτυξης. Απαραίτητη συνιστώσα στα παραπάνω είναι η κινητοποίηση όλων των «ψηφίδων» της περιοχής, προκειμένου να «ξεκλειδωθεί» και να αποκαλυφθεί η δυναμική της, μέσα από τη συνάντηση των μνημείων της Φύσης και των Ανθρώπων με τον δημόσιο και τον ιδιωτικό χώρο. Οι προτεινόμενες στρατηγικές και παρεμβάσεις θα αλλάξουν τη λειτουργία και την εικόνα της πόλης, παρεμβαίνοντας στις «ροές» των ανθρώπων (συγκοινωνίες, αστική κινητικότητα, κ.λπ.), του πρασίνου (ανάσες αστικού πρασίνου, κ.λπ.), του νερού (θερμές πηγές, χείμαρροι και θάλασσα), θα αναβαθμίσουν την αισθητική της με παρεμβάσεις στις όψεις δημόσιων και ιδιωτικών κτιρίων, στη διάχυση των τραπέζοκαθισμάτων, στον αστικό εξοπλισμό, κ.λπ. και θα εξασφαλίσουν την προσβασιμότητα σε κάθε σημείο της για όλους τους πολίτες.	
Ε. ΒΑΘΜΟΣ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	
1	Ολοκλήρωση σύνταξης Μελέτης Ανάπλασης Αιδηψού

Επίπεδο Ωριμότητας:

- 1: Προτάσεις – έργα τα οποία έχουν ήδη ξεκινήσει είτε έχουν ενταχθεί **το έτος 2022**
- 2: Προτάσεις – έργα τα οποία πρόκειται να ενταχθούν **το έτος 2023**
- 3: Προτάσεις – έργα τα οποία πρόκειται να ενταχθούν **από το έτος 2023 και έπειτα (2023 μετά)**



ΕΥΒΟΙΑ ΜΕΤΑ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ
ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ
MARKETING
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ
ΤΗΣ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ
ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ



Δ Ι Α Ζ Ω Μ Α

MARKETING GREECE

