

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΗΠΕΙΡΟΥ**

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΡΕΒΕΖΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



ΘΕΜΑ

**“Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΠΡΕΒΕΖΗΣ ΚΑΙ
ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ”**

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

**ΜΑΡΙΝΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ
ΜΑΤΣΟΥΡΗ ΚΑΛΛΙΟΠΗ**

**ΕΠΟΠΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΜΗΤΣΙΩΝΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

Πτυχιακή εργασία. Πρέβεζα. Τ.Ε.Ι. Ηπείρου. Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας.
Τμήμα Λογιστικής.

ΠΡΕΒΕΖΑ 2005

Η παρούσα μελέτη αφιερώνεται στις οικογένειές μας,
ως ελάχιστη
ηθική αναγνώριση, για την αμέριστη συμπαράστασή τους
στην έως τώρα διάρκεια των σπουδών μας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ° Ο ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ

1.1	ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ	9
1.1.1	Η πόλη της Πρέβεζας	10
1.1.2	Η πόλη της Πάργας	11
1.2	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	12
1.2.1	Πρωτογενής τομέας – Παραγωγή - Προϊόντα	12
1.2.2	Δευτερογενής τομέας – Παραγωγή – Προϊόντα	12
1.2.3	Τριτογενής τομέας – Θέση – Υποδομές	13
	Α. Συγκοινωνιακό δίκτυο	
	Β. Τηλεπικοινωνίες	
	Γ. Υγεία και Πρόνοια	
1.3	ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ° ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

2.1	ΚΥΡΙΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ – ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	16
2.2	ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ – ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ CAMPING	18
2.3	ΟΡΕΙΝΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	20
2.4	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΦΙΞΕΩΝ – ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΗΜΕΛΑΠΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	20
2.5	ΧΩΡΟΙ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	21
2.6	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	22
2.7	ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ – ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ – ΣΚΑΦΩΝ	23
2.8	ΔΙΚΤΥΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ – ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	23
	Α. Οδικό δίκτυο	24
	Β. Θαλάσσιο δίκτυο – Λιμάνια	25
	Γ. Αεροπορικό δίκτυο	26
2.9	ΜΑΡΙΝΕΣ	28
2.10	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 °
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ
ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

3.1	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	31
3.2	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	31
3.2.1	Μέσα τουριστικής προβολής	32
	Α. Διαφήμιση	32
	Β. Μέσα μαζικής ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.)	33
	I. Ραδιόφωνο.	33
	II. Τηλεόραση	34
	III. Ένθετος & περιοδικός τύπος	35
	Γ. Δημόσιες σχέσεις	35
	Δ. Τεχνολογία διαδικτίου (INTERNET)	36
3.3	ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΕ ΗΜΕΔΑΠΟ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΟ	
	ΤΟΥΡΙΣΜΟ	37
3.3.1	Προωθητικές ενέργειες	37
	Α. Συμμετοχή σε εκθέσεις	38
	Β. Διαφήμιση σε εσωτερικούς χώρους	39
	Γ. Εκδηλώσεις προβολής	41
	Δ. Προβολή στον έντυπο τύπο	42
	I. Καταχωρίσεις σε περιοδικά και Κυριακάτικο τύπο	42
	II. Καταχωρίσεις σε επαγγελματικά περιοδικά	43
	Ε. Προσκλήσεις tour operators και διαμορφωτών γνώμης	44
	ΣΤ. Προβολή μέσω των γραφείων του ΕΟΤ στο εξωτερικό	46
	Ζ. Προβολή σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ)	46
	I. Διαφήμιση στο ραδιόφωνο	46
	II. Συμμετοχή σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές	47
	III. Διαφήμιση στην τηλεόραση	47
3.3.2	Ηλεκτρονικά μέσα προβολής	48
	Α. Δημιουργία ιστοσελίδας	48
	Β. Έκδοση CD – ROM	50
	Γ. Τοποθέτηση INFO – KIOSK	50
3.3.3	Προωθητικό υλικό	51
	Α. Έντυπα γενικού τουριστικού περιεχομένου	51
	Β. Έντυπα θεματικού τουριστικού περιεχομένου	51
	Γ. Χάρτες και πλήρης τουριστικός οδηγός	52

Δ. Περιοδική έκδοση ενημερωτικού εντύπου	52
3.3.4 Δημιουργία τηλεοπτικών ταινιών και ταινιών ειδικού περιεχομένου (ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ)	53
3.4 ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ – ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	53
3.4.1 Sponsoring Actions (S.AS)	53
3.4.2 Διεθνής Οργανισμοί	54
3.4.3 Προβολή σε εξειδικευμένους χώρους	54
3.4.4 Συνέδρια υψηλής ποιότητας	54
3.5 ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ	55
3.6 ΕΝΤΥΠΟ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΓΙΑ ΤΟ Ν. ΠΡΕΒΕΖΑΣ	57
3.7 ΤΑ ΠΡΟΤΕΡΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	57
3.8 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ	58
3.9 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ	61
3.9.1 Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού	61
Α. Οικολογικός τουρισμός – Αγροτουρισμός	61
Β. Ιστορικός – Πολιτιστικός τουρισμός	62
Γ. Φωτογραφικός τουρισμός	63
Δ. Φυσιολατρικός τουρισμός	63
I. Περιπατητικός τουρισμός	63
II. Παραποτάμιος τουρισμός	63
III. Ιππικός τουρισμός – ποδηλατικός τουρισμός	64
E. Τουρισμός Βιοτόπων	64
ΣΤ. Αθλητικός τουρισμός	64
I. Θαλάσσιος τουρισμός και ναυταθλιτισμός	64
II. Αθλήματα εσωτερικών υδάτων (ποταμιών, λιμνών)	66
III. Τουρισμός τρίτης ηλικίας	66
IV. Τουρισμός νέων	66
V. Κυνηγετικός τουρισμός – Περιοχές προστασίας Ζώων	67
3.10 ΑΠΕΙΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ	68
3.11 Η ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ ΣΕ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	69

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ° ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

4.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	71
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	73
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	75
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι	76
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ	78

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στη μελέτη αυτή, η οποία αποτελεί πτυχιακή εργασία, γίνεται μια βιβλιογραφική αναφορά στην τουριστική υποδομή του Ν. Πρεβέζης και στις προοπτικές για την περαιτέρω ανάπτυξη του.

Ευχαριστούμε θερμά τον καθηγητή του Τ.Ε.Ι. Πρεβέζης κ. Μητσιώνη Δημήτριο, για την ανάθεση του θέματος αυτού, καθώς επίσης που επιμελήθηκε, διόρθωσε και βοήθησε στην τελική έκβαση αυτής της πτυχιακής εργασίας. Ευχαριστούμε επίσης, τον καθηγητή του Τ.Ε.Ι. κ. Ντούσια Νικόλαο και τον κ. Κορδώση Νικόλαο που μας βοήθησαν στην εύρεση υλικού.

Η παρούσα μελέτη αφιερώνεται στις οικογένειές μας, ως ελάχιστη ηθική αναγνώριση, για την αμέριστη συμπαράστασή τους στην έως τώρα διάρκεια των σπουδών μας.

Μαρίνου Ελευθερία – Ματσούρη Καλλιόπη

Πρέβεζα 2005

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Ν. Πρεβέζης βρίσκεται στο Ν.Δ. τμήμα της Ηπείρου.

Η ποικιλομορφία του τοπίου με τις φυσικές εναλλαγές του, το ήπιο και υγιεινό κλίμα, η πλούσια βλάστηση, τα άφθονα νερά του και τα διάσπαρτα ιστορικά μνημεία, σε συνδυασμό με τη γνήσια ηπειρωτική φιλοξενία των κατοίκων του, συνθέτουν το πορτραίτο του νομού.

Πρωτεύουσα του Ν. Πρεβέζης, είναι η ομώνυμη πόλη. Τα στενά σοκάκια και τα νεοκλασικά κτίρια είναι μερικά από τα χαρακτηριστικά της.

Το σημείο, στο οποίο είναι χτισμένη η πόλη της Πρέβεζας είναι το στόμιο του Αμβρακικού κόλπου, που μαζί με το διπλό δέλτα των ποταμών Λούρου και Αράχθου, καθώς και ένα σύστημα λιμνοθαλασσών, αποτελεί ένα σπάνιο οικοσύστημα που προστατεύεται από τη διεθνή συνθήκη RAMSAR¹ (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).

Η πόλη έχει το προνόμιο να περιβάλλεται από θαλάσσιες περιοχές, με εντελώς διαφορετικά χαρακτηριστικά. Δυτικά το Ιόνιο είναι ανοικτή θάλασσα και Ανατολικά ο Αμβρακικός είναι κλειστή.

Αξιόλογες πολιτιστικές εκδηλώσεις πραγματοποιούνται σε όλους τους δήμους, που εκτός από τα παραδοσιακά πανηγύρια, περιλαμβάνουν παραστάσεις από τοπικές θεατρικές και χορευτικές ομάδες, μουσικές βραδιές, καθώς και εκθέσεις φωτογραφίας και ζωγραφικής.

Η Πρέβεζα απέχει 376 χιλιόμετρα από την Αθήνα, μέσω Ρίου-Αντιρρίου και 469 από την Θεσσαλονίκη. Η παραλιακή εθνική οδός Πρέβεζας - Ηγουμενίτσας εκτός από το ότι συνδέει τις δύο πόλεις μεταξύ τους, συνδέει και το Ν. Πρέβεζας με την Ιταλία και κατ' επέκταση με την υπόλοιπη Ευρώπη.

Η πρόσβαση στην περιοχή του νομού, εκτός από οδικός, μπορεί να γίνει και με όλα τα υπόλοιπα μέσα μεταφοράς, ακτοπλοϊκώς αλλά και αεροπορικώς, μέσω του αεροδρομίου του Ακτίου.

Στο νομό λειτουργεί ικανοποιητικός αριθμός κύριων και βοηθητικών καταλυμάτων που είναι σε θέση να φιλοξενήσουν τους επισκέπτες του.

Ο ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1°

Ο ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ

1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Σταυροδρόμι οδικών και θαλάσσιων εμπορικών δρόμων, ο Ν. Πρέβεζας, καταλαμβάνει το Ν.Δ. τμήμα της Ηπείρου και ενώνει τους γειτονικούς νομούς Ιωαννίνων, Θεσπρωτίας και Άρτας με τον Ιόνιο νησιωτικό χώρο και την νοτιότερη Ελλάδα.

Προικισμένος από τη φύση ο Ν. Πρέβεζας διακρίνεται για την μοναδική φυσική του ομορφιά, τις υπέροχες δυτικές ακτές που βρέχονται από το διάφανο Ιόνιο Πέλαγος, το σπουδαίο υδροβιότοπο του Αμβρακικού κόλπου, τον μυθικό Αχέροντα και τη μαγευτική λίμνη του Ζηρού, την ποικιλομορφία του τοπίου με τις φυσικές εναλλαγές του, το ήπιο και υγιεινό κλίμα, την πλούσια βλάστηση και τα άφθονα νερά.

Μέσα στον ιδιαίτερο αυτό γεωγραφικό χώρο του νομού, η ανθρώπινη παρουσία και δράση αποτυπώνεται στο πέρασμα των αιώνων ποικιλοτρόπως με την αρχοντική πόλη της Πρέβεζας στην είσοδο του Αμβρακικού, διοικητικό, εμπορικό και πνευματικό κέντρο του νομού, οι διάφοροι αρχαιολογικοί χώροι όπως η Ρωμαϊκή Νικόπολη και η αρχαία Κασσώπη, το Νεκρομαντείο, οι διάσπαρτες Βυζαντινές εκκλησίες, τα Βενετικά και Οθωμανικά κάστρα, το μαρτυρικό Ζάλογγο και η γραφική καστροπολιτεία της Πάργας.

Τα σύγχρονα έργα υποδομής, δηλαδή η υποθαλάσσια ζεύξη Ακτίου - Πρέβεζας και η επέκταση του αεροδρομίου του Ακτίου, έχουν διευκολύνει την πρόσβαση των επισκεπτών στο νομό, τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό.





1.1.1. Η πόλη της Πρέβεζας

Στην είσοδο του Αμβρακικού κόλπου, βρίσκεται χτισμένη η αρχοντική πόλη της Πρέβεζας, πρωτεύουσα του νομού.

Μια μαγευτική πόλη του Ιονίου περιτριγυρισμένη από τον ενετικό ελαιώνα και τη θάλασσα, που αναφέρεται με το σημερινό της όνομα για πρώτη φορά στο χρονικό του Μορέως στα τέλη του 13ου αι.

Ο πλούτος της ευρύτερης περιοχής της Πρέβεζας συνίσταται από τους φυσικούς πόρους της, την ιστορική μαρτυρία των μνημείων, την πολιτιστική κληρονομιά και το ήπιο μεσογειακό κλίμα της.

Την εικόνα της πόλης συνθέτουν η μακραίωνη ιστορία της, οι διάφοροι κατακτητές που άφησαν εμφανή τα σημάδια και τις επιδράσεις τους, τα στενά σοκάκια της παλιάς πόλης - ανάμεσα στα οποία και το φημισμένο Σεϊτάν Παζάρ - τα παλιά σπίτια και αρχοντικά του 19ου αι. με την ιδιαίτερη αρχιτεκτονική τους και το νησιώτικο χρώμα της.

Στενά συνδεδεμένο με την πόλη είναι το όνομα του ποιητή Κώστα Καρυωτάκη, ενός από τους σημαντικότερους εκπροσώπους της νεορομαντικής σχολής του μεσοπολέμου.

Αξιόλογα μνημεία της πόλης είναι το ενετικό φρούριο του Άγιου Ανδρέα (18ος αι.) - στο κέντρο της πόλης κοντά στο λιμάνι -, τα κάστρα του Αγίου Γεωργίου και του Παντοκράτορα - που ελέγχει την είσοδο του Αμβρακικού - και ο προμαχώνας της Βρυσούλας, τα οποία κατασκεύασε το 1807 ο Αλή Πασάς των Ιωαννίνων.

Επίσης, ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι ναοί της πόλης, όπως του Αγίου Νικολάου, του Αγίου Αθανασίου, της Κοιμήσεως της Θεοτόκου, του Προφήτη Ηλία, του Αγίου Σπυρίδωνα στη Βρυσούλα καθώς και ο μητροπολιτικός ναός του Αγίου Χαραλάμπους, που ανοικοδομήθηκε το 1793, με εξαιρετες εικόνες τέμπλου (1793, 1804) και με πολυσκάλιστο ξυλόγλυπτο επιχρυσωμένο τέμπλο (1827). Εφαπτόμενος του ναού βρίσκεται ο ενετικός Πύργος του Ρολογιού, κτίσμα του 1752.

Οι παραλίες της περιοχής είναι ιδανικά μέρη για surfing - ιστιοπλοΐα, θαλάσσιο σκι, αλεξίπτωτο, ενοικίαση σκαφών και ψάρεμα. Επίσης, υπάρχουν αθλητικές εγκαταστάσεις για τένις, μπάσκετ, βόλεϊ και άλλα σπορ.



1.1.2. Η πόλη της Πάργας

Ένα από τα πιο γραφικά και κοσμοπολίτικα σημεία της Β.Δ. Ελλάδας είναι η

πόλη της Πάργας. Τα στενά λιθόστρωτα σοκάκια, οι ολάνθιστες γειτονιές και οι παραδοσιακές ταβέρνες, δίνουν το δικό τους χρώμα στο ειδυλλιακό τοπίο της πόλης.

Πολλά και αξιόλογα είναι τα αξιοθέατα και τα μνημεία της περιοχής. Στα Βόρεια του λιμανιού βρίσκεται το κάστρο της Πάργας, που χτίστηκε το 14ο αιώνα με τη βοήθεια των Νορμανδών και κατεδαφίστηκε το 1537 από τον Χαϊρεντίν Μπαρμπαρόσα, για να το ξαναχτίσουν οι Βενετοί το 1567. Το κάστρο καταστρέφεται για δεύτερη φορά το 1571 από τους Οθωμανούς και επανατεχνίζεται από τους Βενετούς μετά τη ναυμαχία της Ναυπάκτου.

Βορειότερα δεσπόζει το κάστρο του Αλή Πασά, χτισμένο σε ψηλό λόφο.

Εντυπωσιακό είναι επίσης το νησάκι της Παναγιάς, που βρίσκεται απέναντι από το λιμάνι της Πάργας, με το εκκλησάκι και το γραφικό καμπαναριό του καθώς και το μικρό κάστρο γαλλικής κατασκευής που δεσπόζει στο πιο ψηλό σημείο του νησιού.

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ντόπια λαϊκή αρχιτεκτονική με τα διώροφα και τριώροφα σπίτια, τους ξύλινους εξώστες, τις κεραμοσκεπές και ανάμεσα σ' αυτά όμορφες εκκλησίες, καταστήματα λαϊκής τέχνης, εστιατόρια, ταβέρνες και καφενεία.

1.2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΠΡΕΒΕΖΗΣ

1.2.1. Πρωτογενής τομέας – Παραγωγή – Προϊόντα

Η αγροτική οικονομία του Ν. Πρεβέζης εξειδικεύεται στην κτηνοτροφία, όπου η αιγοπροβατοτροφία κατέχει μια καλή θέση στο σύνολο της εγχώριας παραγωγής και αποτελεί τη βάση σημαντικής μερίδας του δευτερογενούς τομέα (κλάδος τροφίμων). Άλλες σημαντικές δραστηριότητες είναι τα εσπεριδοειδή και τα κτηνοτροφικά φυτά.

Μεγάλο ποσοστό γεωργικής γης, υψηλής παραγωγικότητας συγκεντρώνεται στο νομό. Επίσης, στις πεδιάδες της περιοχή υπάρχουν μόνιμα αρδευόμενες εκτάσεις.

Ο πρωτογενής τομέας της οικονομίας παρά τη σημαντική του συρρίκνωση εξακολουθεί να αποτελεί βασικό συντελεστή απασχόλησης και απόκτησης

εισοδημάτων και κυρίως να έχει στρατηγική σημασία για την οικονομική της ανάπτυξη.

Οι ανάγκες της κτηνοτροφίας είναι η περαιτέρω χρησιμοποίηση της παραγωγής. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα διεύρυνσης του μεριδίου αγοράς εκτός Περιφέρειας αλλά και εκτός Ελλάδας, με βάση την υψηλή ποιότητα που χαρακτηρίζει τα κτηνοτροφικά προϊόντα της περιοχής.

Σε ότι αφορά την γεωργία, οι δυνατότητες οικονομικής εκμετάλλευσης άπτονται της αναδιάρθρωσης των καλλιεργειών και της προσέγγισης περισσότερων αγορών εκτός της Περιφέρειας και εκτός Ελλάδας, καθώς και της ανάπτυξης νέων ποιοτικών προϊόντων, περιλαμβανομένων και των βιολογικών.

1.2.2. Δευτερογενής τομέας – Παραγωγή – Προϊόντα

Στον τομέα της μεταποίησης, οι κλάδοι με τη μεγαλύτερη συμμετοχή είναι αυτοί των τροφίμων και των ποτών. Στην πλειονότητα τους, οι μονάδες της περιοχής είναι μικρές ενώ η βασική βιομηχανική υποδομή του νομού είναι η ΒΙ.ΠΕ της Πρέβεζας.

Για τον δευτερογενή τομέα υπάρχουν δυνατότητες οικονομικής ανάπτυξης μέσω της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας και της αύξησης του μεριδίου της εγχώριας αγοράς, εντός αλλά και εκτός των ορίων της Περιφέρειας. Επίσης σημαντικό ρόλο θα παίξει και η προσέλκυση νέων επιχειρήσεων στην περιοχή, για τις οποίες η γεωγραφική θέση του νομού, αλλά και τα μεγάλα έργα των μεταφορικών υποδομών, θα αποτελέσουν συγκριτικό πλεονέκτημα εγκατάστασης.

Όσον αφορά τον τομέα της ενέργειας, η παροχή φυσικού αερίου από την Ιταλία θα αποτελέσει δεύτερη εναλλακτική πηγή ενέργειας για τη βιομηχανία. Ωθηση στην οικονομική δραστηριότητα θα δώσει επίσης, η ανάπτυξη του τομέα της υδροηλεκτρικής παραγωγής.

1.2.3 Τριτογενής τομέας - Θέση – Υποδομές

A. Συγκοινωνιακό δίκτυο

Δραστική παρέμβαση για την άρση της απομόνωσης του Ν. Πρεβέζης από την υπόλοιπη Ελλάδα αποτελεί η ζεύξη Ακτίου – Πρέβεζας καθώς και η σύνδεση Ρίου – Αντιρρίου.

Όσο αφορά τις οδικές μεταφορές, η χαμηλή πυκνότητα του πληθυσμού και η διασπορά των οικισμών, σε συνδυασμό με τον ορεινό χαρακτήρα σε κάποια σημεία του νομού δημιούργησαν για τις ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές, συνθήκες απομόνωσης από τα αστικά κέντρα. Σήμερα, η κατάσταση του οδικού δικτύου έχει βελτιωθεί σημαντικά, χωρίς ακόμη να μπορεί να θεωρηθεί ικανοποιητική.

Σε ότι αφορά τις αεροπορικές μεταφορές, μέρος τους εξυπηρετείτε από το αεροδρόμιο του Ακτίου, το οποίο εξυπηρετεί πολιτικές πτήσεις (κυρίως charter) και καλύπτει τμήμα των αναγκών του νομού.

Το σημαντικότερο λιμάνι του νομού είναι της Πρέβεζας οι υποδομές του οποίου, πρέπει να ενισχυθούν σημαντικά. Στην περιοχή της Πάργας υπάρχει ένα ακόμα λιμάνι, ο χαρακτήρας του οποίου είναι καθαρά επιβατικός.

B. Τηλεπικοινωνίες

Στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, ο νομός υστερεί ιδιαίτερα και βρίσκεται σε δυσμενή θέση σε σύγκριση με άλλους νομούς της χώρας. Η θέση αυτή μπορεί να βελτιωθεί με την ολοκλήρωση των επενδυτικών σχεδίων του ΟΤΕ.

Η κατάσταση σαφώς θα βελτιωθεί με την υλοποίηση έργων, όπως εγκαταστάσεις συνδρομητικών συστημάτων για την κάλυψη απομακρυσμένων περιοχών και εγκαταστάσεις καλωδίων οπτικών ινών ή ψηφιακών κέντρων, σε επίπεδο νομού ή Περιφέρειας για την βελτίωση της χωρητικότητας και της εναλλακτικότητας.

Γ. Υγεία και Πρόνοια

Το επίπεδο παροχής υπηρεσιών στον κλάδο της υγείας δεν θεωρείται ικανοποιητικό. Αυτό οφείλεται κυρίως στις αυξημένες απαιτήσεις ως προς την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών υγείας, στην ελλιπή ανάπτυξη των

νοσοκομειακών ιδρυμάτων ως προς τον βαθμό κάλυψης των ειδικοτήτων σε ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό, στις ελλείψεις σε κτιριακές υποδομές και εργαστηριακό εξοπλισμό και στην παντελή έλλειψη ιατρικών υπηρεσιών σύμφωνα με τις ανάγκες ορισμένων περιοχών.

1.3. ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του Ν. Πρεβέζης όσον αφορά τις δυνατότητες για την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του, αναφέρονται στα εξής χαρακτηριστικά του.

1. Η σημαντική βελτίωση της πρόσβασης στο νομό μετά την ολοκλήρωση των μεγάλων έργων, και ειδικότερα:

- ✱ Η αεροπορική πρόσβαση με το βελτιωμένο και αναβαθμισμένο αεροδρόμιο του Ακτίου.
- ✱ Η θαλάσσια πρόσβαση μέσω της βελτίωσης του λιμένα της Πρέβεζας.
- ✱ Η ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού.
- ✱ Η ζεύξη Ρίου – Αντιρρίου.
- ✱ Η σύνδεση Ακτίου - Πρέβεζας.

2. Η ύπαρξη τουριστικής υποδομής καταλυμάτων, χώρων εστίασης και αναψυχής η οποία μπορεί να εξελιχθεί περαιτέρω. Η ήδη υπάρχουσα υποδομή αποτελεί τη βάση για την ανάπτυξη μελλοντικής πρόσθετης τουριστικής υποδομής βελτιωμένων προδιαγραφών, με προσανατολισμό σε τουρισμό υψηλότερων εισοδημάτων, αλλοδαπό και σε ειδικές μορφές τουρισμού.

3. Οι φυσικοί πόροι του νομού. Ο νομός διαθέτει σημαντικό αριθμό καταγεγραμμένων προστατευόμενων περιοχών οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης επισκεπτών. Μεταξύ των περιοχών αυτών, πρωτεύουσα θέση κατέχει ο υγροβιότοπος του Αμβρακικού κόλπου και ο ποταμός Αχέρων. Παράλληλα ο νομός διαθέτει μεγάλο μήκος ακτών καλής ποιότητας και ιδανικές συνθήκες για την ανάπτυξη θαλάσσιων σπορ (όπως η ιστιοσανίδα και η ιστιοπλοΐα).

4. Οι πολιτιστικοί πόροι του νομού. Η μεγάλη ποικιλία των μνημείων, τα όποια χρονολογούνται από τους προϊστορικούς έως τους νεότερους χρόνους, αποτελεί ένα πλεονέκτημα για το νομό, το οποίο μπορεί να αξιοποιηθεί για την προσέλκυση τόσο γενικού όσο και ειδικού τουρισμού. Ιδιαίτερα η παρουσία του εκτεταμένου χώρου της Νικόπολης, ο οποίος αποτελεί στην ουσία ένα διαχρονικό αρχαιολογικό πάρκο, προσδίδει δυνατότητες περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης, εφόσον αξιοποιηθεί και αναδειχθεί ο συγκεκριμένος χώρος.
5. Η γεωγραφική θέση του νομού απέναντι από τα Ιόνια νησιά και ιδιαίτερα η άμεση γειτνίαση με τη νήσο Λευκάδα (η οποία αξιοποιείται με την ολοκλήρωση του έργου της θαλάσσιας σήραγγας του Ακτίου) του παρέχει τη δυνατότητα να λειτουργήσει ως δευτερογενής υποδοχέας του τουρισμού των νήσων αυτών. Η δυνατότητα αυτή, σε συνδυασμό με τις συνθήκες της βελτιωμένης πρόσβασης συνδυασμένων μεταφορών (από αέρα, θάλασσα και οδικώς) δημιουργεί προοπτικές διοχέτευσης πρόσθετου ρεύματος τουριστών.
6. Η παρουσία δυναμικών οικισμών στο νομό και η αναπτυσσόμενη οικονομία του δημιουργούν καλές προϋποθέσεις για την περαιτέρω τουριστική του ανάπτυξη.
7. Η προγραμματισμένη επέκταση και αναβάθμιση του λιμένα της Ηγουμενίτσας, έτσι ώστε να αποτελέσει την «πύλη» από, αλλά και προς την υπόλοιπη Ευρώπη, αναμένεται να δημιουργήσει ένα ρεύμα επισκεπτών, από το οποίο η παράκτια ζώνη του Ν. Πρέβεζας θα ωφεληθεί.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

2.1. ΚΥΡΙΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Ο Ν. Πρέβεζας (Πίνακας Ι) συγκεντρώνει σήμερα 62 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με 3.359 κλίνες.

Σύμφωνα με το μέγεθος του νομού, το πληθυσμό, το μήκος των ακτών και τους υπόλοιπους τουριστικούς πόρους του, η παραπάνω δυνατότητα θεωρείται, ιδιαίτερα περιορισμένη.

ΠΙΝΑΚΑΣ Ι - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ Ν. ΠΡΕΒΕΖΑΣ

ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ Ν. ΠΡΕΒΕΖΑΣ	ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ+Ε	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΙΘ. ΜΟΝΑΔΩΝ	0	1	13	38	13	62
ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΜΟΝΑΔΩΝ	0%	2%	20%	58%	20%	100%

Πηγή: Δ/ση τουρισμού Περιφέρειας Ηπείρου

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Ι



Στην πλειονότητα της η προσφορά του νομού ανήκει στην Β' τάξη, γεγονός που επιστημοποιεί την προσπάθεια της ποιοτικής βελτίωσης των καταλυμάτων υποδοχής τουριστών της περιοχής, πράγμα που δικαιολογείτε γιατί οι

ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	ΑΑ		Α		Β		Γ		Δ		Ε		ΣΥΝΟΛΟ	
	ΔΩΜ. ΚΛΙΝ.													
Ν.ΠΡΕΒΕΖΑΣ	0	0	23	43	762	1448	654	1403	158	312	82	171	1679	3377
ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	0%		1%		46%		39%		9%		5%		100%	
ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΚΛΙΝΩΝ	0%		1%		44%		41%		9%		5%		100%	

απαιτήσεις των τουριστών είναι όλο και μεγαλύτερες.

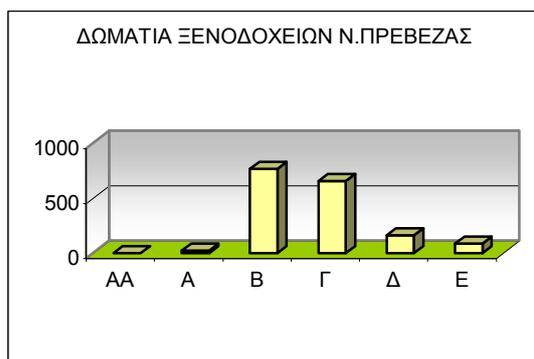
ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙ – ΔΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Ν. ΠΡΕΒΕΖΗΣ--

Σημείωση: ΔΩΜ.=Δωμάτια.

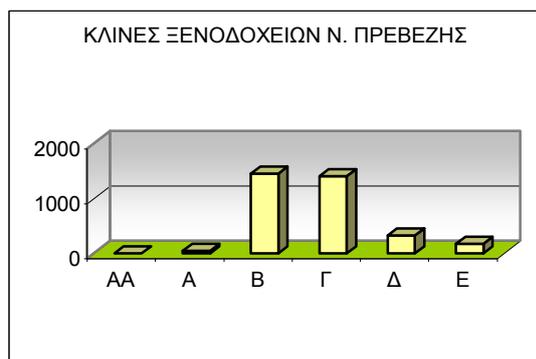
ΚΛΙΝ.=Κλίνες.

Πηγή:Δ/νη τουρισμού Περιφέρειας Ηπείρου

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΙΙ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΙΙ'



Τέλος από το σύνολο των δωματίων όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα(ΙΙ) στο νομό δεν υπάρχουν δωμάτια πολυτελείας. Ποσοστό μόλις 1% είναι Α' κατηγορίας σε αντίθεση με τα δωμάτια Β' και Γ' κατηγορίας που ανέρχονται σε 44% και 41% αντίστοιχα, ενώ τα δωμάτια Δ' και Ε' κατηγορίας φτάνουν το 9% και 5% αντίστοιχα.

Γενική διαπίστωση αποτελεί η ποιότητα των καταλυμάτων του νομού που θεωρείται ικανοποιητική χωρίς όμως να λείπουν και οι εξαιρέσεις που είναι ελάχιστες.

Για τον Ν. Πρεβέζης η μεγαλύτερη συγκέντρωση κλινών παρατηρείται στην Πάργα με 1108 κλίνες που είναι κατ' εσοχήν τουριστικός προορισμός και 1913 κλίνες στα παράλια διάσπαρτες κατά μήκος των ακτών (Μύτικα, Καστροσυκιά,

Κανάλι, Λούτσα, Λυγιά, Βράχο κ.λ.π.) και οι υπόλοιπες 769 (συμπεριλαμβανομένων και της πρωτεύουσας) μέσα στο νομό.

Αξίζει να αναφερθεί, πως με έρευνα που πραγματοποιεί η Σκανδιναβική εταιρία My travel κάθε χρόνο, με την μέθοδο του ερωτηματολογίου που συμπληρώνουν οι πελάτες της σύμφωνα με τις προσδοκίες τους, προκύπτει ότι τα δύο από τα δέκα καλύτερα τουριστικά καταλύματα του κόσμου βρίσκονται στην Πάργα.

Στις 14/7/2005 η εφημερίδα ΗΠΕΙΡΟΣ δημοσιεύει άρθρο με τίτλο << ΠΡΩΤΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑ ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΤΗΝ ΠΑΡΓΑ >>. Το άρθρο αυτό, μεταξύ άλλων αναφέρει... Παγκόσμια πρωτιά αποτελεί πλέον το γεγονός ότι η Πάργα διαθέτει το καλύτερο τουριστικό κατάλυμα ανάμεσα σε 3.500 από ολόκληρο τον κόσμο!... ²(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι)

2.2. ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ-ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ ΚΑΙ CAMPING

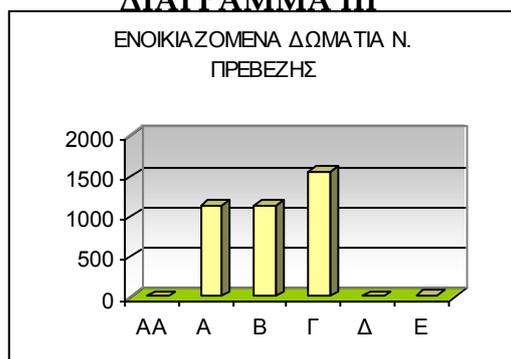
Στην τουριστική πρόσφορα, εκτός από τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα του νόμου σημαντική παρουσιάζεται και η πρόσφορα των ενοικιαζόμενων δωματίων καθώς και των camping, αφού συμβάλουν και μάλιστα με αυξανόμενο ρυθμό στην κάλυψη των τουριστικών αναγκών στις περιόδους αιχμής. Σήμερα λειτουργούν 3.854 ενοικιαζόμενα δωμάτια με 8.511 κλίνες που είναι διάσπαρτα μέσα στο νόμο και εξυπηρετούν τον διακινούμενο τουριστικό πληθυσμό κάθε εισοδηματικής και κοινωνικής τάξης.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ - ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ

ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	ΑΑ		Α		Β		Γ		Δ		Ε		ΣΥΝΟΛΟ	
	ΔΩΜ. ΚΛΙΝ.													
Ν.ΠΡΕΒΕΖΑΣ	0	0	1136	2372	1144	2565	1569	3562	0	0	5	12	3854	8511
ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΔΩΜ.	0%		29%		30%		41%		0%		≈0%		100%	
ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΚΛΙΝ.	0%		2%		20%		58%		0%		20%		100%	

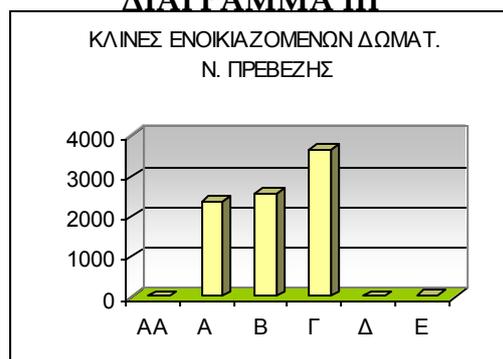
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΙΙΙ

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ Ν. ΠΡΕΒΕΖΗΣ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΙΙΙ'

ΚΛΙΝΕΣ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤ. Ν. ΠΡΕΒΕΖΗΣ

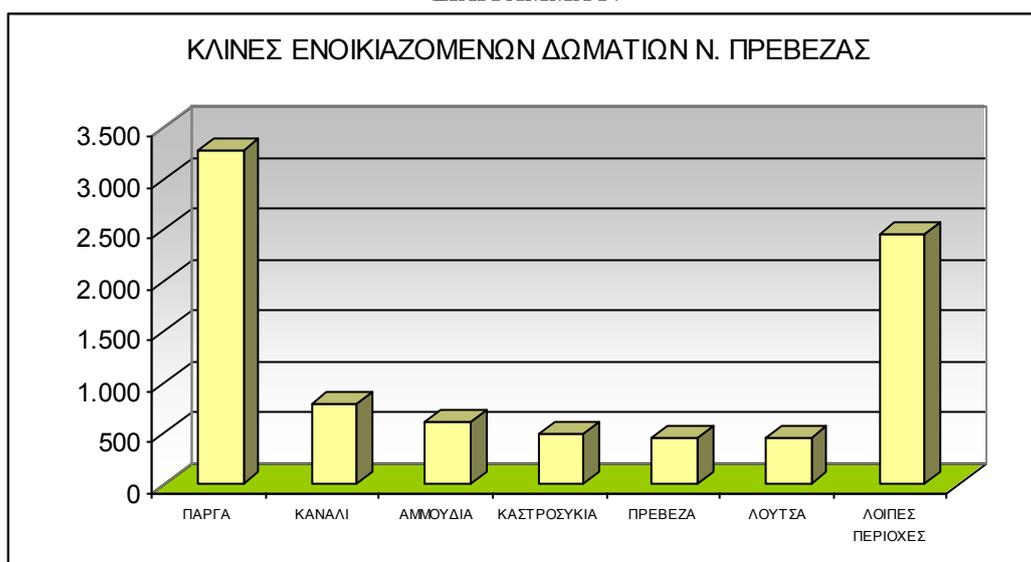


Το μεγαλύτερο ποσοστό από τα βοηθητικά καταλύματα βρίσκεται στο Δήμο Πάργας, και ακολουθούν οι περιοδες Κανάλι, Αμμουδιά, Καστροσυκιά, Λούτσα κ.λ.π.

ΠΙΝΑΚΑΣ IV

	ΚΛΙΝΕΣ	ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΕΠΙ %
ΠΑΡΓΑ	3.273	39%
ΚΑΝΑΛΙ	780	9%
ΑΜΜΟΥΔΙΑ	618	7%
ΚΑΣΤΡΟΣΥΚΙΑ	489	6%
ΠΡΕΒΕΖΑ	449	5%
ΛΟΥΤΣΑ	449	5%
ΛΟΙΠΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	2.453	29%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ IV



Από το 1987 η πόλη της Πάργας θεωρείται κορεσμένη περιοχή, από άποψη τουριστικών καταλυμάτων. Αυτός είναι και ο λόγος που στην περιοχή λειτουργούν αρκετά καταλύματα χωρίς το Ειδικό Σήμα Λειτουργίας, με αποτέλεσμα ο πραγματικός αριθμός τους να είναι αρκετά μεγαλύτερος από αυτόν που αναφέρεται παραπάνω.

Από άποψη ποιοτικών κριτηρίων παρατηρούμε ότι σημαντικός αριθμός

δωματίων ανήκει στη Β' κατηγορία με αποτέλεσμα να ανταποκρίνεται όλο και περισσότερο στην ποιοτική παροχή υπηρεσιών.

Τα έσοδα από τα ενοικιαζόμενα δωμάτια προσφέρουν την ευκαιρία σε οικογένειες περιοχών με χαμηλό εισόδημα και περιορισμένες δυνατότητες ανάπτυξης άλλων κλάδων της οικονομίας, για συμπληρωματική απασχόληση και δυνατότητες αύξησης του χαμηλού τους εισοδήματος.

Τέλος, στο νομό λειτουργούν σήμερα 8 camping εκ των οποίων τα 7 είναι Γ' κατηγορίας.

2.3.ΟΡΕΙΝΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Ορεινά καταλύματα, θεωρούνται τόσο τα κύρια, όσο και τα βοηθητικά καταλύματα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, ξενώνες κ.λπ), που βρίσκονται σε ορεινούς οικισμούς.

Ο Ν. Πρεβέζης δεν διαθέτει ορεινά καταλύματα.

Στο νομό υπάρχουν αρκετοί ορεινοί οικισμοί που παραμένουν τουριστικά αναξιοποίητοι. Οι οικισμοί αυτοί διαθέτουν παλαιά κτίρια, τα οποία αναπαλαιώνοντας τα, μπορούν να δημιουργηθούν παραδοσιακοί ξενώνες. Σ' αυτού του είδους τα καταλύματα μπορούν να φιλοξενηθούν επισκέπτες που επιθυμούν να ασχοληθούν με διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού (π.χ. τουρισμό περιπέτεια). Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την οικονομική ανάπτυξη των περιοχών αυτών.

2.4. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΦΙΞΕΩΝ – ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΗΜΕΛΑΠΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

ΑΦΙΞΕΙΣ – ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΤΟΥ Ν. ΠΡΕΒΕΖΑΣ				
ΕΤΟΣ 2003				
	ΗΜΕΛΑΠΟΙ		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	
ΜΗΝΕΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	2.131	4.192	87	260
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1.105	3.153	100	192

ΜΑΡΤΙΟΣ	3.357	5.700	129	194
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	4.648	8.859	868	2.694
ΜΑΙΟΣ	4.420	8.041	2.567	11.742
ΙΟΥΝΙΟΣ	7.770	15.648	4.078	23.795
ΙΟΥΛΙΟΣ	10.276	27.566	6.597	36.098
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	10.309	58.528	10.299	49.779
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	5.107	12.728	2.594	17.542
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	3.802	9.656	488	1.243
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	2.392	4.315	2.617	12.113
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1.941	3.088	1.845	6.889
ΣΥΝΟΛΟ	63.258	161.474	32.269	162.541

ΑΦΙΞΕΙΣ – ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΤΟΥ Ν. ΠΡΕΒΕΖΑΣ				
ΕΤΟΣ 2004				
	ΗΜΕΛΑΠΟΙ		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	
ΜΗΝΕΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	2.044	3.493	2.218	4.452
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	2.691	4.095	1.105	3.345
ΜΑΡΤΙΟΣ	4.146	6.387	3.486	5.894
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	4.342	6.655	5.516	11.553
ΜΑΙΟΣ	7.580	21.817	6.987	19.783
ΙΟΥΝΙΟΣ	6.041	13.413	3.355	18.874
ΙΟΥΛΙΟΣ	10.621	31.152	4.292	25.949
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	13.475	47.873	5.722	28.386
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	9.137	36.548	7.701	30.270
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	3.459	7.146	482	1.592
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	2.365	4.273	81	145
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1.689	3.751	63	84
ΣΥΝΟΛΟ	67.590	186.603	41.008	150.327

Όπως παρατηρούμε από τους παραπάνω πίνακες, οι αφίξεις καθώς και οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών κατά τα έτη 2003 – 2004 έχουν αυξηθεί κατά 6,85% και 15,56% αντίστοιχα. Όσον αφορά τους αλλοδαπούς τουρίστες κατά τα έτη 2003 – 2004 οι αφίξεις τους, έχουν αυξηθεί κατά 27,08%, σε αντίθεση με τις διανυκτερεύσεις αυτών, οι οποίες παρουσιάζουν μείωση κατά 7,51%.

Όπως παρατηρείται, οι αριθμοί των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στο Ν. Πρεβέζης κατά τα δυο τελευταία έτη, είναι αρκετά ικανοποιητικοί.

2.5. ΧΩΡΟΙ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Στο Ν. Πρεβέζης λειτουργούν συνολικά 925 χώροι εστίασης, από τους οποίους οι 165 αφορούν εστιατόρια, οι 235 ψησταριές και οι 525 καφενεία και καφετέριες.

Συγκεκριμένα στο Δήμο Πρέβεζας λειτουργούν 210 μονάδες εστίασης που αντιπροσωπεύουν περίπου το 23% του συνόλου των μονάδων του νομού. Οι περισσότερες (134) είναι καφενεία και καφετέριες, ενώ χαμηλότερος είναι ο αριθμός των εστιατορίων και των ψησταριών, που ανέρχονται σε 36 και 40 αντίστοιχα.

Μεγάλη συγκέντρωση μονάδων εστίασης παρατηρείτε στους Δήμους Ζαλόγγου και Φαναρίου, 174 και 158 μονάδες αντίστοιχα. Η συγκέντρωση αυτή οφείλεται στο γεγονός ότι περιλαμβάνουν στα όριά τους, τους παραλιακούς οικισμούς του Δυτικού τμήματος του νομού, οι οποίοι εμφανίζουν μεγάλη τουριστική δραστηριότητα.

Ο Δήμος Πάργας εμφανίζει υπεροχή στον αριθμό των εστιατορίων, ενώ μικρότερος είναι ο αριθμός των μονάδων που λειτουργούν στο Δήμο Φιλιππιάδας και Θεσπρωτικού, ακολουθεί ο Δήμος Λούρου, ενώ στο Δήμο Ανωγείου και στην κοινότητα Κρανέας οι μονάδες εστίασης είναι ελάχιστες.

2.6. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

Τα τουριστικά-ταξιδιωτικά γραφεία είναι βοηθητικές υπηρεσίες της ζήτησης και προσφοράς και διευκολύνουν τη συγκέντρωση, τη μεταφορά και την κατανομή της τουριστικής κίνησης στους τόπους προορισμού. Με άλλα λόγια είναι επιχειρήσεις που εξυπηρετούν την τουριστική κίνηση κάθε κατηγορίας και είδους.

Στο Ν. Πρεβέζης λειτουργούν συνολικά 25 τουριστικά γραφεία. Συγκεκριμένα, η Πρέβεζα διαθέτει 13 και ακολουθεί η Πάργα με 8 τουριστικά γραφεία. Τέλος, η Φιλιπιάδα και το Καναλάκι διαθέτουν 3 και 1 τουριστικά γραφεία αντίστοιχα.

Οι τουριστικές μετακινήσεις εξυπηρετούνται από 11 τουριστικά λεωφορεία, εκ των οποίων τα 6 βρίσκονται στην Πρέβεζα, 3 στη Φιλιπιάδα, ενώ η Πάργα και το Καναλάκι διαθέτουν από 1 τουριστικό λεωφορείο.

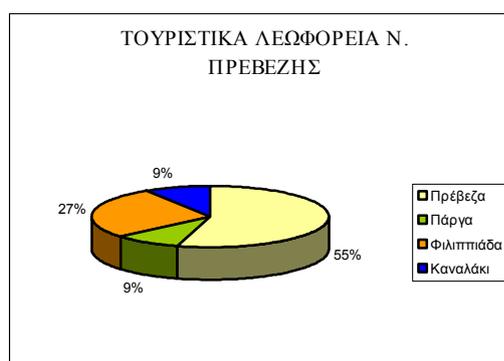
ΠΙΝΑΚΑΣ V

N. Πρέβεζας	Επιχ/σεις Τουρ. & Ταξιδ Γραφεία	%	Τουριστικά Λεωφορεία	%
Πρέβεζα	13	52	6	55
Πάργα	8	32	1	9
Φιλιπιάδα	3	12	3	27
Καναλάκι	1	4	1	9
Σύνολο	25	100	11	100

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ V



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ V'



Η συγκέντρωση των τουριστικών γραφείων που παρατηρείτε στο Ν. Πρεβέζης είναι ικανοποιητική και οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι περιλαμβάνει περιοχές με σημαντική συγκέντρωση μαζικού τουρισμού (Πάργα)

και τις ακτές του νομού.

Τέλος, οι επιχειρήσεις διακίνησης εκτός από τη μεταφορά των επισκεπτών, συμβάλουν και στην δημιουργία ευχάριστου κλίματος με την οργάνωση εκδρομών και επισκέψεων σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους. Ακόμα, βοηθούν ως προωθητικό εργαλείο στην ανάπτυξη ορισμένων περιοχών, καθώς γνωρίζουν τις δυνατότητες της προσφοράς τους στην κάθε περιοχή.

Κατά τους μήνες της τουριστικής αιχμής, ο νομός για να καλύψει τις ανάγκες του, νοικιάζει τουριστικά λεωφορεία από τους νομούς Άρτας και Λευκάδας. Για τον ίδιο λόγο χρησιμοποιεί και λεωφορεία του ΚΤΕΛ, του ίδιου του Ν. Πρεβέζης.

Αξίζει να σημειωθεί πως το τουριστικό γραφείο Kanaris Travel, που βρίσκεται στην Πάργα έχει βραβευθεί από την εταιρεία My Travel με το βραβείο του καλύτερου ταξιδιωτικού γραφείου σε ολόκληρο τον κόσμο (βλέπε υποσημείωση ²).

2.7. ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ – ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ – ΣΚΑΦΩΝ

Οι μετακινήσεις στην Πρέβεζα μπορούν να γίνουν με τους γνωστούς τρόπους (ταξί, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα και δίκυκλα, μέσα μαζικής μεταφοράς).

Τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, μοτοσικλετών και σκαφών είναι βοηθητικές υπηρεσίες, οι οποίες εξυπηρετούν τη μετακίνηση των επισκεπτών.

Σήμερα στο Ν. Πρεβέζης λειτουργούν 6 γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, 1 ενοικίασης μοτοσικλετών και 3 ενοικίασης σκαφών. Εκτός από αυτά, στην περιοχή λειτουργούν και υποκαταστήματα γνωστών εταιρειών ενοικίασης αυτοκινήτων, όπως Rent Car, Heris, Avis και Eurocar.

2.8. ΔΙΚΤΥΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ-ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΕΣ

Βασικό χαρακτηριστικό του νομού είναι η απομόνωση του εξαιτίας, της θέσης του στον χώρο, των γεωγραφικών του χαρακτηριστικών και της υφιστάμενης μεταφορικής του υποδομής σε σχέση με τον ευρύτερο περιφερειακό και εθνικό χώρο.

Τα τελευταία χρόνια κρίσιμο ρόλο στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος

του νομού, κατέχει η ανάπτυξη των μεταφορικών υποδομών του, οι οποίες μπορούν να κωδικοποιηθούν στα παρακάτω έργα:

- ✿ Ολοκλήρωση Εγνατίας Οδού.
- ✿ Παράκαμψη Άρτας-Φιλιππιάδας.
- ✿ Έργα οδοποιίας στο σύνολο του νομού (βελτιώσεις κ.λ.π.).
- ✿ Ολοκλήρωση ενδοπεριφερειακού και διαπεριφερειακού οδικού δικτύου.
- ✿ Παραλιακή οδός Πρέβεζας-Ηγουμενίτσας.
- ✿ Άξονας Άρτας-Πρέβεζας.
- ✿ Ζεύξη Πρέβεζας-Ακτίου.
- ✿ Λιμάνι Πρέβεζας.
- ✿ Λιμάνι Πάργας.
- ✿ Βελτίωση αεροπορικής σύνδεσης για το αεροδρόμιο του Ακτίου.
- ✿ Παρεμβάσεις στο συγκοινωνιακό έργο, στο στόλο και την καταλληλότητα του καθώς επίσης και στην καταλληλότητα των εγκαταστάσεων του ΚΤΕΛ.
- ✿ Σύνδεση Εγνατίας-Πρέβεζας.
- ✿ Νικόπολη (παράκαμψη).

Κατ' αυτόν τον τρόπο οι προοπτικές που δημιουργούνται με την ολοκλήρωση της Εγνατίας οδού και τη ζεύξη Πρέβεζας-Ακτίου είναι κρίσιμης σημασίας για την ανάπτυξη των μεταφορών στην περιοχή.

Για την ανάδειξη των παραπάνω προοπτικών απαιτείται η προώθηση εξελιγμένων συστημάτων συνδυασμένων μεταφορών με σημαντικότερη παράμετρο την ανάπτυξη συγκοινωνιακής υποδομής. Παράλληλα όμως, θα πρέπει να εξασφαλιστεί πέρα από τη βελτίωση των λιμένων και η ομαλή λειτουργία και εξασφάλιση των απαραίτητων οδικών και αεροπορικών μεταφορών.

Η Εγνατία Οδός βελτίωσε σημαντικά την εναλλακτικότητα και τη συμπληρωματικότητα του οδικού δικτύου, η οποία θα επιτευχθεί σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό με την παράλληλη αξιοποίηση των υπολοίπων παραμέτρων

που συνθέτουν την ανεπάρκεια του οδικού δικτύου.

A. Οδικό δίκτυο

Το οδικό δίκτυο με τις σημερινές του δυνατότητες αποτελεί κύριο ανασταλτικό παράγοντα για την ανάπτυξη των μεταφορών του νομού, καθώς είναι ανεπαρκές δεν υπάρχουν δηλαδή, καθοριστικής σημασίας συνδέσεις και δεν αξιολογείται θετικά ως προς τις ήδη υπάρχουσες.

Η αναξιπιστία του δικτύου φαίνεται από τα ποσοστά των τμημάτων με άσχημη βατότητα, ακατάλληλο οδόστρωμα και πλάτος κάτω από 6μ.

Το βασικό οδικό δίκτυο του νομού αποτελείται από τις ακόλουθες βασικές συνδέσεις:

- ✿ Αμφιλοχία-Πρέβεζα
- ✿ Ηγουμενίτσα-Πρέβεζα
- ✿ Αρτα-Πρέβεζα

Οι επιβατικές οδικές μετακινήσεις πραγματοποιούνται με ΚΤΕΛ και ΤΑΧΙ. Μεγαλύτερη ζήτηση εμφανίζουν οι γραμμές που συνδέουν το νομό με την Αθήνα και την Θεσ/νίκη.

Οι οδικές συγκοινωνίες παρουσιάζουν πολλά προβλήματα, κυρίως στη σύνδεση των κέντρων με απομακρυσμένους οικισμούς. Η γεωμορφολογία του νομού σε συνδυασμό με την ανεπάρκεια του οδικού δικτύου, συντελεί στο να παραμείνουν για μεγάλα χρονικά διαστήματα κυρίως τη χειμερινή περίοδο χωρίς συγκοινωνία πολλοί ορεινοί οικισμοί και κοινότητες.

Γραμμές των ΚΤΕΛ συνδέουν με τακτικά καθημερινά δρομολόγια την πρωτεύουσα του νομού με Αθήνα, Πάτρα, Θεσ/νίκη και Αγρίνιο.

Η ανεπάρκεια του οδικού δικτύου φαίνεται και στις ελλιπείς συνδέσεις του νομού με τη Θεσσαλία και την Κεντρική Ελλάδα, ενώ οι μετακινήσεις προς και από τη Δυτική Μακεδονία γίνονται κυρίως μέσω Θεσ/νίκης.

Το υφιστάμενο οδικό δίκτυο και οι κοινωνιακές υποδομές του νομού σε συνδυασμό με την ορεινή γεωμορφολογία και τις δυσμενείς κλιματολογικές συνθήκες αποτελούν σοβαρό παράγοντα για την απομόνωση του από την

Κεντρική Ελλάδα και τη Μακεδονία, ιδιαίτερα τους χειμερινούς μήνες.

Ανεπαρκής κρίνεται η οδική χάραξη της υφιστάμενης παραλιακής οδού Πάργας-Πρέβεζας, στο τμήμα που εφάπτεται στο Αισθητικό δάσος της παραλίας του Μονολιθίου και της περιοχής της Νικοπόλεως που παρουσιάζει έντονο αρχαιολογικό ενδιαφέρον.

B. Θαλάσσιο δίκτυο - Λιμάνια

Τα σημαντικότερα λιμάνια του νομού είναι:

- ❁ **Το λιμάνι της Πρέβεζας**³(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι) . Μέχρι πριν λίγα χρόνια είχε σαν κύρια δραστηριότητα τη πορθμειακή διακίνηση επιβατών μεταξύ Ακτίου και Πρέβεζας, η οποία γίνεται σήμερα μέσω της υποθαλάσσιας σήραγγας και παρουσιάζει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης ως κέντρο θαλάσσιου τουρισμού, ενώ ο χαρακτήρας του παραπέμπει περισσότερο σε μαρίνα που εξυπηρετεί τουριστικούς σκοπούς.
- ❁ **Το λιμάνι της Πάργας.** Είναι μικρό επιβατικό λιμάνι που εξυπηρετεί κυρίως συνδέσεις με Κέρκυρα και Παξούς, τουριστικές εκδρομές σε παρακείμενες ακτές και παρέχει υπηρεσίες σε τουριστικά σκάφη.

Γ. Αεροπορικό δίκτυο

Η Πρέβεζα εξυπηρετείται από το αεροδρόμιο του Ακτίου. Η κίνηση του αεροδρομίου αυτού, όσον αφορά τις πτήσεις του εσωτερικού, είναι χαμηλή εφόσον τα αεροσκάφη που δρομολογούνται είναι μικρής χωρητικότητας. Αξιόλογη κίνηση παρουσιάζεται στο Άκτιο κατά τους θερινούς μήνες από πτήσεις (charters) με τις οποίες ταξιδεύουν τουρίστες που επιθυμούν να επισκεφτούν τη Λευκάδα και την παράκτια ζώνη των νομών Πρέβεζας και Θεσπρωτίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ VI

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΚΡΑΤΙΚΟΥ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ ΑΚΤΙΟΥ						
ΕΤΟΣ 2003						
	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ			ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ		
	ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ		ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	
	Αφ. - Αν.	Αφτιξ.	Αναχ.	Αφ. - Αν.	Αφτιξ.	Αναχ.
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	22	192				
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	22	200	222			
ΜΑΡΤΙΟΣ	26	296	257			
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	100	549	276	28	2054	708
ΜΑΙΟΣ	106	578	452	236	19071	12189
ΙΟΥΝΙΟΣ	110	772	895	360	20753	28133
ΙΟΥΛΙΟΣ	2	18	18	482	32386	30806
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	134	1470	1616	364	29716	31804
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	130	991	1095	356	25760	29492
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	104	691	717	138	4815	40859
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	72	340	368	4		419
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	78	427	343	2		119
ΣΥΝΟΛΟ	906	6524	6680	1970	143564	144529

ΠΙΝΑΚΑΣ VII

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΚΡΑΤΙΚΟΥ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ ΑΚΤΙΟΥ						
ΕΤΟΣ 2004						
	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ			ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ		
	ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ		ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	
	Αφ. - Αν.	Αφτιξ.	Αναχ.	Αφ. - Αν.	Αφτιξ.	Αναχ.
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	82	364	468			
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	68	297	283			
ΜΑΡΤΙΟΣ	100	729	334	30	1098	1180
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	102	694	570	10	520	8
ΜΑΙΟΣ	114	748	601	236	19717	12611

ΙΟΥΝΙΟΣ	106	765	742	330	26447	25491
ΙΟΥΛΙΟΣ	142	1651	1402	362	29892	28372
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	146	1615	1757	376	29370	31804
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	134	1174	1223	320	24182	26410
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	120	817	748	140	5263	11820
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	74	345	402	4	48	51
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	78	419	358	4	96	99
ΣΥΝΟΛΟ	1266	9613	8888	1812	136641	137648

Όπως παρατηρούμε από τους παραπάνω πίνακες, οι πτήσεις καθώς και η κίνηση των επιβατών έχουν μεταβληθεί κατά τα έτη 2003 - 2004. Πιο συγκεκριμένα, ο αριθμός των αφίξεων και των αναχωρήσεων για πτήσεις του εσωτερικού έχει αυξηθεί από το έτος 2003 έως το 2004 κατά 39,73%. Αλλά και ο αριθμός των επιβατών που αφίχθησαν και αναχώρησαν με πτήσεις του εσωτερικού κατά τα έτη 2003 - 2004 έχει παρουσιάσει αύξηση κατά 47,35% και 33,05% αντίστοιχα. Το ποσοστό αύξησης των πτήσεων αυτών, είναι αρκετά ικανοποιητικό και συμπεραίνουμε ότι ο Ν. Πρεβέζης, από έτος σε έτος βελτιώνεται όσο αφορά την τουριστική του υποδομή.

Αντίθετα, τα συμπεράσματα των πτήσεων του εξωτερικού δεν είναι θετικά. Ο αριθμός των πτήσεων του εξωτερικού (αφίξεις – αναχωρήσεις) από το έτος 2003 έως το 2004, έχει μειωθεί συνολικά κατά 8,02%.

Από τους παραπάνω πίνακες μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το μέγεθος της κίνησης των επιβατών του εξωτερικού έχει μειωθεί κατά 4,82% όσο αφορά τις αναχωρήσεις και 4,76% όσο αφορά τις αφίξεις στο νομό.

Επίσης παρατηρούμε πως κατά το χρονικό διάστημα των μηνών Ιανουαρίου – Μαρτίου του 2003, δεν πραγματοποιήθηκε καμία πτήση από και προς το εξωτερικό. Απεναντίας κατά το έτος 2004 οι πτήσεις από και προς το εξωτερικό, άρχισαν να πραγματοποιούνται κατά το μήνα Μάρτιο.

2.9. ΜΑΡΙΝΕΣ

Στις σύγχρονες μαρίνες μπορεί να βρει ο επισκέπτης όλες τις ουσιώδεις υπηρεσίες. Το κάθε σκάφος έχει στη διάθεσή του ηλεκτρικό ρεύμα και φρέσκο νερό ενώ διατίθενται W.C., ντους και εστιατόριο στο επιβατικό κοινό.

Επίσης, διαθέτουν τεχνικό προσωπικό που είναι σε θέση να καλύψει πολλές εργασίες (ηλεκτρολογικές, μηχανολογικές και πολυεστερικές), ενώ για την ασφαλή ανέλιξη και καθέλκυση των σκαφών διαθέτουν γερανό.

Ο Ν. Πρέβεζας εξυπηρετείται από τρεις μαρίνες, εκ' των οποίων δυο λειτουργούν στο Άκτιο και μια στην Πρέβεζα.

ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΑΡΙΝΩΝ ΣΕ ΣΚΑΦΗ

ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΜΑΡΙΝΑΣ	ΕΔΡΑ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ
PREBEZA	Πρέβεζα	270
CLEOPATRA	Άκτιο	136
ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ Ν. Β.Α.Ε.	Άκτιο	100

Η προβλήτα του λιμανιού της Πρέβεζας, κατά μήκος του παραθαλάσσιου πεζοδρόμου, λειτουργεί ως μαρίνα ελλιμενισμού μικρών σκαφών αναψυχής. Η μαρίνα, έχει συνολική χωρητικότητα 270 σκαφών.

Για τον νομό προβλέπεται ένα ακόμη λιμενικό τουριστικό έργο, στην Πάργα και δύο αλιευτικά καταφύγια στην Αμμουδιά και στον Μύτικα.

2.10. ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Αγροτουρισμός είναι μια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης με ποικιλία δραστηριοτήτων στον αγροτικό χώρο, η οποία:

- ✿ συμβάλει στη γνωριμία του επισκέπτη με τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού.
- ✿ φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να

ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης.

- ✳ να κινητοποιήσει τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

Ο σωστά σχεδιασμένος και καλά οργανωμένος αγροτουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητα ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι σε αυτής της μορφής την τουριστική ανάπτυξη, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της περιοχής αποτελούν τα διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά που στηρίζονται στη διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της.

Σε επιχειρησιακό επίπεδο, ο αγροτουρισμός αποτελεί τον συνδυαστικό κρίκο του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα με τον τριτογενή, δηλαδή την παραγωγή γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων και την μεταποίηση, με την παροχή υπηρεσιών και τον τουρισμό. Κατ' αυτόν τον τρόπο δημιουργεί, στηρίζει και τονώνει την τοπική αγορά, παρέχοντας νέες θέσεις εργασίας, ένα συμπληρωματικό εισόδημα στις αγροτικές οικογένειες και συγκρατεί τον πληθυσμό στην ύπαιθρο.

Οι κατηγορίες των επιχειρήσεων που εντάσσονται στον αγροτουρισμό είναι επιγραμματικά οι παρακάτω:

-  Αγροτουριστικά καταλύματα.
-  Πρατήρια / Εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων.
-  Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής.
-  Τουριστικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση ή την υλοποίηση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουρισμού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.
-  Αγροκτήματα.
-  Επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων.
-  Εργαστήρια λαϊκής τέχνης.

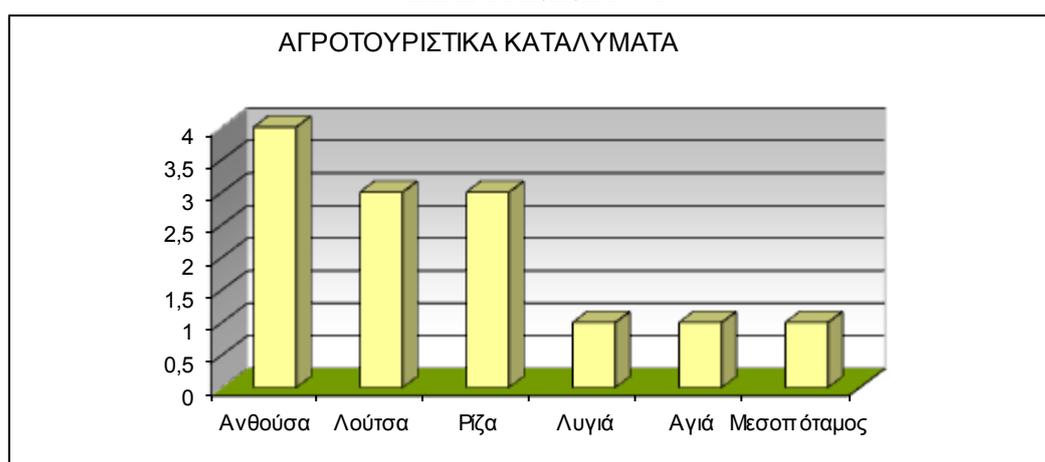
Τέλος, σε ότι αφορά τον επισκέπτη, ο αγροτουρισμός αποτελεί μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση, βασισμένη στη γνωριμία του με την τοπική κουλτούρα, την ιστορία και την καθημερινότητα. Μέσω αυτής της εμπειρίας, ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τον ντόπιο τρόπο ζωής και συνδυάζει την αναψυχή με την ενημέρωση ενώ παράλληλα ευαισθητοποιείτε για κοινωνικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά και άλλα θέματα της περιοχής.

Στο Ν. Πρέβεζας υπάρχουν 13 αγροτουριστικά καταλύματα, εκ' των οποίων 4 βρίσκονται στην Ανθούσα, 3 στη Λούτσα, 3 στη Ρίζα ενώ η Λυγιά, η Αγιά και ο Μεσοπόταμος διαθέτουν από 1 κατάλυμα. Ανήκουν στην Α' κατηγορία με εξαίρεση της περιοχής Μεσοπόταμου που είναι Γ' κατηγορίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ VI

Περιοχές	Ανθούσα	Λούτσα	Ρίζα	Λυγιά	Αγιά	Μεσοπόταμος
Αριθ. καταλυμάτων	4	3	3	1	1	1
Αριθ. κλινών	36	28	32	12	10	16

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ VI



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

3.1. ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ολοκληρωμένες περιοχές τουριστικής ανάπτυξης θεωρούνται εκείνες οι περιοχές οι οποίες περιλαμβάνουν:

-  Κύρια και βοηθητικά καταλύματα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, επιπλωμένα και μη καθώς και camping).
-  Τουριστικά γραφεία.
-  Τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών (Τ.Ε.Ο.Μ.).
-  Επιχειρήσεις εκμίσθωσης αυτοκινήτων Ι.Χ. και δικύκλων.
-  Επιχειρήσεις επαγγελματικών σκαφών αναψυχής καθώς και κρουαζιερόπλοιων, επιχειρήσεις εκμετάλλευσης εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής(π.χ. επιχειρήσεις εκμετάλλευσης golf, μαρίνων, συνεδριακών κέντρων, κέντρων θαλασσοθεραπείας, ιαματικών πηγών κ.λ.π.).
-  Καταστήματα τουριστικών ειδών και τέλος τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες και επαύλεις.

Ο Ν. Πρεβέζης δεν θεωρείται ολοκληρωμένη τουριστική περιοχή γιατί δεν διαθέτει, αρκετές από αυτές τις επιχειρήσεις.

Καλό θα ήταν, στο νομό να κατασκευαστεί γήπεδο golf και κέντρο θαλασσοθεραπείας επίσης, να αναπτυχθούν και να λειτουργήσουν επιχειρήσεις εκμετάλλευσης εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής.

3.2. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Πριν αναφερθούμε στις ενέργειες προβολή, πρέπει να παρουσιάσουμε τα διάφορα μέσα τουριστικής προβολής, με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που παρουσιάζει το καθένα από αυτά. Επίσης, θα αναφερθούμε στις διαδικασίες επιρροής, της απόφασης αγοράς των καταναλωτών καθώς και τους παράγοντες που επιδρούν στις πωλήσεις.

3.2.1. ΜΕΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Τα μέσα τα οποία θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την τουριστική προβολή είναι :

A. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Στον τουριστικό τομέα, πρέπει να χρησιμοποιούνται όλα τα μέσα προβολής και διαφήμισης με στόχο την ενίσχυση της εικόνας της μοναδικότητας και των χαρακτηριστικών του διαφημιζόμενου τουριστικού προϊόντος. Η προβολή πρέπει να γίνεται κατά τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να τονίζει προορισμούς και ευκαιρίες που ενδεχομένως δεν έχουν αντιληφθεί στο παρελθόν οι επισκέπτες αλλά και να συνεχίζει να προκαλεί ευνοϊκή διάθεση απέναντι στο τουριστικό προϊόν για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Η διαφήμιση θεωρείται το ιδανικότερο εργαλείο προβολής, γιατί διαθέτει αμεσότητα αλλά και επικεντρώνεται απόλυτα στον στόχο της. Απευθύνεται κυρίως στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τον περιοδικό και ημερήσιο τύπο. Συνήθως έχει ακριβό κόστος παραγωγής, παράλληλα όμως έχει και μεγάλη αποτελεσματικότητα.

Η έναρξη της διαφημιστικής καμπάνιας πρέπει να γίνεται πολύ νωρίτερα από την επιθυμητή ημερομηνία προώθησης ενός προϊόντος, έτσι ώστε να υπάρχει ο χρόνος για τον καταναλωτή να δεχτεί το ερέθισμα, να αφομοιώσει την ιδέα και έπειτα να του δημιουργηθεί η ανάγκη υλοποίησης της.

Η αποδοτικότητα και η αποτελεσματικότητα της διαφημιστικής καμπάνιας πρέπει να παρακολουθείται σε τακτικά χρονικά διαστήματα και να αλλάζει ή να βελτιώνεται, ανάλογα με τις τάσεις της αγοράς και την επιθυμητή ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης.

Η απήχηση του διαφημιστικού μέσου στο τουριστικό κοινό, θα αποτελέσει το βασικό κριτήριο αξιολόγησης του.

Το μήνυμα που θα περνάει μέσα από την διαφήμιση, πρέπει να βασίζεται στην πειστικότητα και την πρωτοτυπία, έτσι ώστε να προσελκύσει τον καταναλωτή και να αγγίζει την λογική του, την αισθητική του, την κοινωνική και την προσωπική του πλευρά.

Πιο συγκεκριμένα, στο περιεχόμενο των διαφημιστικών μηνυμάτων πρέπει να υπάρξει σαφής τοποθέτηση, διακριτή από αυτή των ανταγωνιστών της, σε συνδυασμό με ένα ελκυστικό προφίλ του τουριστικού προϊόντος του νομού.

B. ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ (ΜΜΕ)

Τα μέσα ενημέρωσης ασκούν σημαντική επιρροή στους τελικούς καταναλωτές. Η ενημέρωση του καταναλωτή - πελάτη για την παρουσίαση και την προσφορά διαφόρων τουριστικών προορισμών προέρχεται κατά ένα μεγάλο ποσοστό από τη διαφήμιση που πραγματοποιείται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

I.Ραδιόφωνο

Ο ρόλος του ραδιοφώνου στην παρουσίαση διαφόρων τουριστικών θεμάτων και καινούριων προορισμών θεωρείται αρκετά σημαντικός. Ο ακροατής δέχεται την επίδραση του μηνύματος και συγχρόνως ενημερώνεται με την μορφή διαφήμισης. Το ραδιόφωνο αποτελεί μέσο με ιδιαίτερα περιορισμένο κόστος, τόσο όσον αφορά την παραγωγή του μηνύματος όσο και την αγορά του χρόνου προβολής. Εμφανίζει μεγάλη ευελιξία ως προς τις προθεσμίες και την επιλογή του χρόνου αλλά και τη χρονική ακρίβεια παρουσίασης του μηνύματος.

Σημαντικό πλεονέκτημα του ραδιοφώνου, είναι ότι μπορεί να προσεγγίσει σε γενικά πλαίσια, συγκεκριμένες κατηγορίες αγορών - στόχων. Είναι ιδιαίτερα χρήσιμο μέσο για συμπληρωματική χρήση και για την επίτευξη της επαναληπτικότητας. Επιπλέον αξιοποιεί, ήχο και μουσική παράλληλα.

Τα σημαντικότερα μειονεκτήματα του ραδιοφώνου είναι:

- ✘ Η μικρή σχετικά ακροαματικότητα.

- ✘ Η πολύ μικρή διάρκεια ζωής του μηνύματος.
- ✘ Η περιορισμένη δυνατότητα συγκράτησης του μηνύματος.

Το ραδιόφωνο αποτελεί προσφιλέστερο μέσο πληροφόρησης για τις νεαρότερες ηλικίες. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στις ηλικίες από 20 έως 34 ετών, τα ποσοστά ακροαματικότητας κυμαίνονται τα τελευταία χρόνια μεταξύ 55% και 68%. Επομένως, το μέσο αυτό παρέχει την δυνατότητα για προσέγγιση νεότερων ατόμων που ίσως δεν καλύπτονται ικανοποιητικά από τα υπόλοιπα μέσα μαζικής ενημέρωσης.



II. Τηλεόραση

Ο ρόλος της τηλεόρασης θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικός για τους καταναλωτές. Οι τηλεθεατές δείχνουν ενδιαφέρον, ενώ παράλληλα επηρεάζονται από σχετικές εκπομπές τουριστικού περιεχομένου.

Η μεγάλη επίδραση της τηλεόρασης οφείλεται στο γεγονός ότι αξιοποιεί και χρησιμοποιεί συντονισμένα ήχο, κίνηση, χρώμα και εικόνα. Οι προϋποθέσεις αυτές, κάνουν πιο αποτελεσματική την εκπομπή του διαφημιστικού μηνύματος μέσα από την τηλεόραση.

Το κυριότερο πλεονέκτημα της τηλεόρασης είναι, ότι παρουσιάζει ιδιαίτερα μεγάλο αριθμό ακροαματικότητας.

Αντίθετα, τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της, εντοπίζονται στα εξής:

- ✘ Υψηλό κόστος αγοράς χρόνου, ιδιαίτερα στα μεγαλύτερα τηλεοπτικά κανάλια.
- ✘ Υψηλό κόστος παραγωγής του διαφημιστικού μηνύματος, ιδιαίτερα όταν για την παραγωγή του χρησιμοποιούνται επώνυμα πρόσωπα (π.χ. ηθοποιοί).

- ✘ Η τηλεόραση παρουσιάζει χαμηλή επιλεκτικότητα όσον αφορά το κοινό -στόχο και επομένως δεν θεωρείται κατάλληλο μέσο για την προσέγγιση καταναλωτών εξειδικευμένης αγοράς.

Πρέπει επίσης, να αναφερθεί ότι παρουσιάζεται μικρή ευελιξία στο μέσο αυτό, όσον αφορά τον χρονικό προσδιορισμό και την κατανομή του διαφημιστικού μηνύματος στις ζώνες ακροαματικότητας.

Η τηλεοπτική διαφήμιση αποτελεί ίσως το ακριβότερο μέσο προβολής, ιδιαίτερα όταν πραγματοποιείται σε πανελλήνια εμβέλεια. Για τον λόγο αυτό, προτείνεται η χρήση μόνο τοπικών τηλεοπτικών σταθμών για την προβολή του νομού ως τουριστικό προορισμό. Η επιλογή των τοπικών σταθμών για την διαφημιστική καμπάνια βασίζεται στις εξής παραδοχές:

-  Χαμηλότερο κόστος προβολής σε σύγκριση με την προβολή σε εθνικό δίκτυο.
-  Το κόστος προβολής στα τοπικά κανάλια είναι μικρότερο, με αποτέλεσμα να μπορεί να επιτευχθεί μεγαλύτερη συχνότητα επανάληψης του μηνύματος, στοιχείο που αυξάνει την αναγνωρισιμότητα του και την ικανότητα ανάκλησης του.

III. Ένθετος και περιοδικός τύπος

Οι καταναλωτές ως αναγνώστες του ημερήσιου και του περιοδικού τύπου δέχονται μεγάλη επιρροή τόσο από τις διαφημίσεις και τις ειδικές προσφορές, όσο και από τις ειδικές στήλες που ασχολούνται με τον αντίστοιχο χώρο των διακοπών και των διαφόρων τουριστικών προορισμών.

Τα περιοδικά, σε σχέση με άλλα μέσα παρέχουν στοιχεία καλύτερης ποιότητας.

Το σημαντικότερο πλεονέκτημα των περιοδικών αυτών, είναι η μεγάλη επιλεκτικότητα αναγνωστών, προσφέροντας έτσι τη δυνατότητα στο νομό να προσεγγίσει τη συγκεκριμένη κατηγορία πελατών που τον ενδιαφέρουν. Επιπλέον, η ποιότητα εκτύπωσης είναι πολύ καλύτερη από αυτή των

εφημερίδων, προσφέροντας πολύ καλύτερο οπτικό αποτέλεσμα, ενώ παράλληλα το διαφημιστικό μήνυμα έχει μεγαλύτερη διάρκεια ζωής.

Σημαντικό μειονέκτημα του περιοδικού, ως μέσου προβολής είναι η μικρή ευελιξία ως προς την επιλογή του χρόνου προβολής της διαφήμισης, καθώς απαιτείται η επιχείρηση να επικοινωνήσει με το περιοδικό αρκετές εβδομάδες πριν την έκδοση του.

Το κόστος της διαφήμισης στα περιοδικά, διαφέρει σημαντικά ανάλογα με το περιοδικό στο οποίο θα τοποθετηθεί η διαφήμιση. Το κόστος της, καθορίζεται από τη θέση στην οποία τοποθετείται, τα χρώματα που χρησιμοποιούνται και το μέγεθος της.

Ειδικότερα, τα ένθετα και τα ειδικά αφιερώματα του τύπου και των περιοδικών σε ότι έχει σχέση με τον τουρισμό προκαλούν το ιδιαίτερο ενδιαφέρον των αναγνωστών.

Γ. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Το κομμάτι των δημοσίων σχέσεων θεωρείται το σημαντικότερο εργαλείο, το οποίο σε συνδυασμό με την διαφήμιση μπορεί να επιφέρει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα προώθησης του τουριστικού προϊόντος.

Η στρατηγική των δημοσίων σχέσεων, για έναν σύγχρονο τουριστικό προορισμό πρέπει να στηρίζεται:

- ◆ Στην άριστη γνώση και εμπειρία των ΜΜΕ (οργάνωση συνεντεύξεων τύπου, προγραμμάτων προβολής, ομιλιών, δημοσιεύσεων).
- ◆ Στις ειδικές διασυνδέσεις και επαφές με τα κατάλληλα άτομα.
- ◆ Στην άριστη γνώση διοργάνωσης συμπληρωματικών και παράλληλων με τις επαφές ειδικών προωθητικών εκδηλώσεων (σχεδιασμός, οργάνωση και συμμετοχή σε εκθέσεις, διοργάνωση διαφόρων εκδηλώσεων, προσκλήσεις και φιλοξενία δημοσιογράφων και επιφανών προσωπικοτήτων, δεξιώσεις, γεύματα, ομιλίες, σεμινάρια, ημερίδες, συνέδρια).

Δ. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ (INTERNET)

Η είσοδος του Internet στο κόσμο της πληροφορικής, δημιούργησε καλύτερη και αμεσότερη επικοινωνία καθώς και αριότερη αλλά και πιο έγκαιρη μεταφορά πληροφοριών. Πλέον, ο χώρος του διαδικτύου αποτελεί χώρο διαφήμισης, προβολής και πρόσβασης σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η ανάπτυξη του διαδικτύου θεωρείται καθοριστικής σημασίας και για την τουριστική προβολή μιας περιοχής αλλά και γενικότερα μιας χώρας.

Το Internet αποτελεί το πιο μοντέρνο δίκτυο επικοινωνίας μεταξύ ιδιωτών, επιχειρήσεων αλλά και των υπόλοιπων φορέων. Υπολογίζεται ότι σήμερα διαθέτει εκατομμύρια χρήστες, εκ' των οποίων το μεγαλύτερο μέρος είναι ομάδες υψηλού εισοδήματος.

Ένα από τα πλεονεκτήματα που διαθέτει το Internet είναι ότι μπορεί να μεταδώσει μέσω αντίστοιχης εικόνας, το τουριστικό προϊόν του νομού. Τη μέθοδο δημοσιοποίησης του τουριστικού τους προϊόντος, μέσω διαδικτύου χρησιμοποιούν σήμερα με επιτυχία πολλές περιοχές.

Η πιο συνηθισμένη μορφή διαφήμισης στο διαδίκτυο κυρίως όσον αφορά την Ελληνική πραγματικότητα, αναφέρεται στην δημιουργία καταχωρήσεων σε διάφορες ιστοσελίδες.

Οι καταχωρήσεις μπορούν να πάρουν διάφορες μορφές, όπως:

- Τα «πλαίσια» (banners) που αποτελούν τον πιο διαδεδομένο τρόπο διαφήμισης στο διαδίκτυο. Αποτελούν είτε μικρές λωρίδες στην επικεφαλίδα ή στο υποσέλιδο της ιστοσελίδας, όπου προβάλλεται το διαφημιστικό μήνυμα με διάφορα οπτικά εφέ που πραγματοποιούνται από τους κατασκευαστές αυτών.
- Μια άλλη μορφή διαφήμισης στο διαδίκτυο είναι τα «κουμπιά» που αποτελούν ένα σύνδεσμο της συγκεκριμένης σελίδας με το διαφημιζόμενο site και έχουν τη μορφή ενός μικρού κουμπιού ή μιας εικόνας. Συνήθως παίζουν υποστηρικτικό ρόλο σε διαφημίσεις σε «πλαίσια».

- Τα «splash screens» αποτελούν ένα τρόπο διαφήμισης που δεν χρησιμοποιείται ιδιαίτερα συχνά. Έχουν την μορφή τηλεοπτικών διαφημίσεων, με την έννοια ότι για λίγα δευτερόλεπτα, πριν από την είσοδο του χρήστη σε μια ιστοσελίδα παρεμβάλλεται ένα διαφημιστικό μήνυμα, που καταλαμβάνει ολόκληρη την ιστοσελίδα.

Τέλος, αξίζει να τονιστεί ότι η διεθνής αγορά χαρακτηρίζεται σήμερα και από τη ραγδαία εξάπλωση νέων τεχνολογιών πληροφορικής και στη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, με τα συστήματα αυτόματων κρατήσεων και πωλήσεων.

Έτσι, θα πρέπει και στο Ν. Πρεβέζης να προωθηθεί το σύστημα ηλεκτρονικοποίησης όλων των αντίστοιχων επιχειρήσεων που ασχολούνται με τον τουρισμό (π.χ. αυτόματες κρατήσεις ξενοδοχείων, εισιτηρίων, δυνατότητες αυτόματων πληρωμών), συστήματα τα οποία θεωρούνται ιδιαίτερα δημοφιλή στις αγορές στόχους του εξωτερικού.

3.3. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΕ ΗΜΕΔΑΠΟ ΚΑΙ ΑΛΛΟΔΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.3.1. ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Οι ενέργειες αυτές, αναφέρονται στην προώθηση του Ν. Πρεβέζης ως τουριστικού προορισμού τόσο στην Ελλάδα όσο και στις χώρες - στόχους του εξωτερικού. Οι χώρες αυτές, είναι κυρίως η Γερμανία, η Αυστρία, η Βρετανία, η Ιταλία, η Ολλανδία και η Γαλλία .

Για την προβολή της περιοχής στο εξωτερικό, δεν προτείνεται η χρήση μέσων μαζικής ενημέρωσης, για το λόγο ότι το κόστος διαφήμισης σ' αυτά τα μέσα είναι ιδιαίτερα υψηλό.

Παράλληλα, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το ποσοστό των δαπανών που θα πραγματοποιηθούν για την προβολή στο εξωτερικό (άμεσες και έμμεσες) θα είναι ιδιαίτερα αυξημένο, διότι η βαρύτητα της επικοινωνιακής πολιτικής για το εξωτερικό είναι σαφώς μεγαλύτερη από το εσωτερικό.

Επίσης, πρέπει να σημειωθεί ότι οι διαφημιστικές δαπάνες δεν θα ακολουθήσουν την παραπάνω αναλογία καθώς οι διαφημιστικές ενέργειες που

θα πραγματοποιηθούν για ένα τέτοιο ποσό δεν θα είχαν κανένα αντίκρισμα στη δημιουργία αναγνωρισιμότητας.

A. Συμμετοχή σε εκθέσεις

Εσωτερικό

Η συμμετοχή σε εκθέσεις αποτελεί ένα ιδιαίτερα αποτελεσματικό μέσο για την τουριστική προβολή του Ν. Πρεβέζης. Αυτή η μορφή προβολής, εξυπηρετεί τον σκοπό της όσον αφορά την προβολή σε κοινό που αναφέρεται σε τουριστικούς πράκτορες και γραφεία τουρισμού.

Για την προβολή του νομού έχουν επιλεγεί εκθέσεις τόσο στο εσωτερικό της χώρας, όσο και σε χώρες του εξωτερικού. Οι κυριότερες εκθέσεις στον Ελληνικό χώρο, είναι η PHILOXENIA και το ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΝΟΡΑΜΑ στην Αθήνα. Οι εκθέσεις αυτές, δεν συγκρίνονται βέβαια με αντίστοιχες του εξωτερικού, αποτελούν όμως αναμφισβήτητα ένα βήμα τουριστικής προβολής και προσέλκυσης εσωτερικού τουρισμού.

Αξιοσημείωτο είναι ότι αίτημα των συμμετεχόντων των εκθέσεων, αποτελεί το γεγονός της καλύτερης οργάνωσης και ουσιαστικότερης προβολής, με σκοπό την προσέλκυση ειδικών επισκεπτών από το εξωτερικό.

Για την επίτευξη της καλύτερης παρουσίασης στις εκθέσεις αυτές, προτείνεται αφενός ο συνδυασμός του έγκαιρου προγραμματισμού και αφετέρου ο συντονισμός των εκδηλώσεων και των δραστηριοτήτων κατά την διάρκεια της λειτουργίας των εκθέσεων αυτών.

Η συμμετοχή σε εξειδικευμένες εκθέσεις, έχει τα εξής αποτελέσματα:

-  Τη μεγάλη συγκέντρωση του κοινού – στόχου και των πρακτορειών τουρισμού, στα οποία απευθύνεται η τουριστική προβολή.
-  Το κοινό - στόχος επισκέπτεται τις συγκεκριμένες εκθέσεις για να πληροφορηθεί για τις τουριστικές ιδιαιτερότητες διαφόρων τουριστικών περιοχών με τελικό σκοπό την σύναψη συμφωνιών.



Εξωτερικό

Για την προβολή της περιοχής ως τουριστικού προορισμού στο εξωτερικό, έχουν επιλεγεί κάποιες μεγάλες εκθέσεις. Οι εκθέσεις είναι οι εξής: International Tourismus Boerse στο Βερολίνο και CBR στο Μόναχο, Vakantiebeurs στην Ουτρέχτη, World Travel Market στο Λονδίνο, Fereinmesse στην Αυστρία, BIT στο Μιλάνο της Ιταλία (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ).

Οι συγκεκριμένες εκθέσεις επιλέχθηκαν, καθώς συγκεντρώνουν σημαντικό μέρος των κυριότερων τουριστικών γραφείων και των tour operators® (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι) που δραστηριοποιούνται στο εξωτερικό, οι οποίοι είναι «υπεύθυνοι» για την διαμόρφωση της τουριστικής τάσης.

Η συμμετοχή σε εκθέσεις του εξωτερικού σκοπεύει κυρίως στην προβολή της περιοχής, δηλαδή τα όμορφα εναλλασσόμενα τοπία, τις παρθένες παραλίες και την καθαρή θάλασσα. Παράλληλα, παρέχεται η δυνατότητα να αναδειχθεί η ιδιαιτερότητα του νομού έναντι άλλων Ελληνικών και μη περιοχών.

Πρέπει να αναφερθεί, ότι ο Ν. Πρεβέζης προβάλλεται στις εκθέσεις του εξωτερικού μέσω του ΕΟΤ και μάλιστα συνολικά ως Περιφέρεια Ηπείρου. Ο ΕΟΤ συμμετέχει ετησίως σε 72 εκθέσεις.

Προτείνεται η περιοχή να συμμετέχει στις εκθέσεις με περίπτερο του ΕΟΤ στην Αυστρία (Βιέννη), Τσεχία (Πράγα), Ιταλία (Μιλάνο), Γαλλία (Παρίσι) και Μεγάλη Βρετανία (Λονδίνο). Αναμφισβήτητα λοιπόν, πρέπει να συνεχιστεί η προβολή της περιοχής σε εκθέσεις του εξωτερικού μέσω της συμμετοχής του ΕΟΤ. Επίσης, είναι επιθυμητή η συμμετοχή του Ν. Πρεβέζης και πάλι μέσω των

τουριστικών περιπτώσεων του ΕΟΤ σε εκθέσεις χωρών που αποτελούν αναδυόμενες αγορές για την περιοχή.

B. Διαφήμιση σε εξωτερικούς χώρους

Εσωτερικό

Για την προβολή του Ν. Πρεβέζης στο εσωτερικό της χώρας προτείνεται να αναρτηθούν αφίσες σε εξωτερικούς χώρους, όπου θα προβάλλονται διάφορα τοπία της περιοχής.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η διαφήμιση σε εξωτερικούς χώρους είναι:

- ◆ Η μεγάλη κάλυψη λόγω της υψηλής κυκλοφορίας, στα σημεία ανάρτησης αυτών όπως π.χ. τα σημεία που έχουν μεγάλη κίνηση.
- ◆ Το εντυπωσιακό μέγεθος και χρώμα.
- ◆ Η μεγάλη συχνότητα.
- ◆ Μέσο προσιτό στον καθένα, χωρίς συγκεκριμένο κοινό - στόχο.
- ◆ Υπενθυμίζουν το βασικό μήνυμα.

Η μορφή εξωτερικής διαφήμισης που προτείνεται, είναι αυτή των plakat action, που αναπτύσσεται και τοποθετείται σε σημεία "πολλαπλασιαστικού ενδιαφέροντος" όπως στο έξω μέρος των μέσων μαζικής κυκλοφορίας (λεωφορεία). Ειδικές αφίσες πρέπει να τοποθετούνται σε νευραλγικά σημεία όπως αεροδρόμια, σιδηροδρομικοί σταθμοί, μετρό, στάσεις λεωφορείων, Parking υπερκαταστημάτων. Επίσης, οι αφίσες προτείνεται να τοποθετούνται σε μεγάλες πόλεις της Ελλάδας.

Ανάλογα με την εποχή θα τοποθετηθούν αφίσες με τις ανάλογες δραστηριότητες, ενώ προτείνεται σε αυτές να μην παρουσιάζεται μόνο ένα τοπίο αλλά να υπάρχει και το ανθρώπινο στοιχείο. Στόχος της ενέργειας αυτής, είναι να βοηθήσει τον αναγνώστη να δημιουργήσει στο μυαλό του μια ιδανική εικόνα, προκειμένου να τον προκαλέσει να την κάνει πραγματικότητα. Στις αφίσες πρέπει να παρέχεται ο τρόπος επικοινωνίας με το νομό.

Εξωτερικό

Για την προβολή του νομού Πρεβέζης στο εξωτερικό, προτείνεται η χρήση διαφήμισης σε εξωτερικούς χώρους. Αυτή, η μορφή διαφήμισης αναφέρεται στην ανάρτηση αφισών σε διάφορα σημεία των σημαντικότερων πόλεων στις αγορές – στόχους του νομού.

Οι αφίσες πρέπει να τοποθετούνται στον υπόγειο σιδηρόδρομο (μετρό), σε σιδηροδρομικούς σταθμούς και αεροδρόμια.

Η διαφήμιση στο μετρό θεωρείται ιδιαίτερα αποτελεσματική, καθώς αναρτάται σε σημεία με μεγάλη καθημερινή διέλευση πολιτών.

Η τοποθέτηση των αφισών είναι περισσότερο αποτελεσματική στις προβλήτες αναμονής του υπόγειου σιδηρόδρομου καθώς οι πολίτες όσο περιμένουν το μετρό έχουν την τάση να διαβάζουν τις αφίσες. Επίσης, μπορούν να τοποθετηθούν μέσα στα τρένα και δίπλα στις κυλιόμενες σκάλες που οδηγούν είτε προς την έξοδο του μετρό, είτε προς τις προβλήτες αναμονής.

Η αφίσα πρέπει να έχει έντονα χρώματα και να προκαλεί το ενδιαφέρον του πολίτη. Αυτή η μορφή διαφήμισης καλό θα ήταν να πραγματοποιηθεί σε συνεννόηση με τον ΕΟΤ, καθώς και αυτός χρησιμοποιεί το συγκεκριμένο είδος προβολής.

Επομένως, ο Ν. Πρεβέζης μπορεί να αξιοποιήσει την διαφημιστική προσπάθεια του ΕΟΤ με παράλληλη διαφήμιση, έτσι ώστε να ενισχύεται η αποτελεσματικότητα της.

Γ. Εκδηλώσεις προβολής

Εσωτερικό

Στα πλαίσια των ενεργειών προβολής, προτείνεται η διοργάνωση εκδηλώσεων με στόχο την ενημέρωση των επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου της περιοχής, για τις επικοινωνιακές ενέργειες που έχει σχεδιάσει ο νομός.

Σκοπός των εκδηλώσεων αυτών είναι η πληροφόρηση των επαγγελματιών για τις προσπάθειες που καταβάλλει ο νομός για την τουριστική ανάπτυξη του καθώς και τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να συμβάλουν προς αυτή την κατεύθυνση.

Η αύξηση του τουρισμού στην περιοχή εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις υπάρχουσες υποδομές και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν οι τοπικές επιχειρήσεις. Για το λόγο αυτό, η εμπλοκή των επαγγελματιών στην προσπάθεια του νομού κρίνεται αναγκαία.

Μια άλλη μορφή εκδηλώσεων που θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί, είναι η διοργάνωση διαφόρων πολιτιστικών εκδηλώσεων και happening στην περιοχή (δημιουργία διεθνούς φεστιβάλ με διεθνείς καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις και διοργάνωση εκδηλώσεων με τη συμμετοχή νέων καλλιτεχνών στις όχθες των ποταμών).

Τέλος, θα μπορούσε να αναφερθεί και η δημιουργία ειδικών εκδηλώσεων (συνέδρια - ημερίδες), με την συμμετοχή επιλεγμένων καλεσμένων από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Κύριο στόχο αποτελεί η γνωριμία των συνέδρων με την περιοχή.

Εξωτερικό

Στα πλαίσια της προβολής του νομού ως τουριστικού προορισμού, προτείνεται η διενέργεια δεξιώσεων σε διάφορες χώρες του εξωτερικού όπου θα προβάλλονται τα πλεονεκτήματα της περιοχής και οι παροχές που μπορεί να προσφέρει στους επισκέπτες της.

Οι εκδηλώσεις απευθύνονται σε στελέχη τουριστικών πρακτορείων, νεανικών οργανώσεων, δημοσιογράφους και σε άλλες ομάδες.

Είναι θεμιτό, οι εκδηλώσεις να πραγματοποιούνται κάθε έτος προκειμένου να διατηρείται «ζωντανό» το ενδιαφέρον των ατόμων που έχουν τη δυνατότητα να διαμορφώσουν τις τάσεις στον τουριστικό τομέα.

Για την διενέργεια των εκδηλώσεων στο εξωτερικό απαιτείται η συνεργασία, τόσο με τα τοπικά γραφεία του ΕΟΤ όσο και με τοπικά γραφεία δημοσίων

σχέσεων και διοργάνωσης εκδηλώσεων. Η συνεργασία με εξειδικευμένα τοπικά γραφεία διοργάνωσης εκδηλώσεων κρίνεται απαραίτητη καθώς αυτά έχουν αναπτύξει διασυνδέσεις με τους τοπικούς φορείς. Οι παραπάνω εκδηλώσεις θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν και σε αγορές - στόχους που ο νομός επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί.

Δ. Προβολή στον έντυπο τύπο

Εσωτερικό

I. Καταχωρήσεις σε περιοδικό και Κυριακάτικο τύπο

Για την προβολή του Ν. Πρεβέζης ως τουριστικού προορισμού προτείνονται επίσης, καταχωρήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά της Ελλάδας. Στις καταχωρήσεις αυτές πρέπει να προβάλλονται τα προτερήματα της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής.

Σκοπός της ενέργειας αυτής, είναι η προσέλκυση εσωτερικού τουρισμού.

Οι τύποι περιοδικών, στα οποία θα μπορούσε να προβληθεί ο νομός είναι τα εξής:

- ✿ Περιοδικά όπως «Το Ελληνικό Πανόραμα» και το «Γεώραμα», το οποίο διατίθεται ως ένθετο στην Ελευθεροτυπία του Σαββάτου, χρησιμοποιούνται για να προσελκύσουν κοινό που ενδιαφέρεται για την φύση και τη φυσική ζωή.
- ✿ Περιοδικά όπως το «VOYAGER», το «Διακοπές» και το «ΓΑΙΟ», το οποίο είναι ένθετο της Ελευθεροτυπίας, στοχεύουν κοινό που το ενδιαφέρουν τα ταξίδια.
- ✿ Εξειδικευμένα περιοδικά τα οποία στοχεύουν π.χ. σε κοινό που ενδιαφέρεται για το θρησκευτικό τουρισμό.

Όσον αφορά την προβολή σε εφημερίδες, προτείνεται η διαφήμιση σε ένθετα Κυριακάτικων εφημερίδων. Αυτές, εμφανίζουν υψηλότερα ποσοστά αναγνωσιμότητας σε σχέση με τις καθημερινές εκδόσεις, αυξάνοντας έτσι, σημαντικά την αποτελεσματικότητα της διαφήμισης.

Τα πλεονεκτήματα των διαφημιστικών καταχωρήσεων στις εφημερίδες συνοψίζονται στα εξής:

- ❖ Παρουσιάζουν μεγάλη κυκλοφορία και αναγνωσιμότητα.
- ❖ Παρουσιάζουν υψηλή ευελιξία ως προς την επιλογή του χρόνου εμφάνισης της διαφήμισης στον τύπο καθώς και ως προς το μέγεθος του χώρου που μπορεί να αγοράσει ο διαφημιζόμενος.
- ❖ Αξιοποιούν την οπτική παρουσίαση, με μικρές όμως δυνατότητες ανατύπωσης χρωμάτων.

Αντίστοιχα, τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της διαφήμισης στον τύπο είναι τα ακόλουθα:

- ✘ Δεν παρέχουν επιλεκτικότητα ως προς το αναγνωστικό κοινό, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά για την στόχευση συγκεκριμένου κοινού - στόχου, εκτός εάν πρόκειται για εξειδικευμένες εφημερίδες.
- ✘ Ενώ αποτελούν σχετικά φθηνό μέσο, η διαφήμιση μέσω αυτών έχει μικρή διάρκεια ζωής, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για εφημερίδες καθημερινής κυκλοφορίας.

Εκτός από τις καταχωρήσεις στον τύπο, προτείνεται και η δημοσίευση άρθρων ή αφιερωμάτων με θέμα το Ν. Πρεβέζης ως τουριστικό προορισμό.

Η δημοσιότητα αποσκοπεί στην ενεργοποίηση του ενδιαφέροντος των αναγνωστών, παρέχοντας πληροφορίες για τις τουριστικές επιλογές που προσφέρει η συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Μέσω της αρθρογραφίας μπορεί να γίνει αναφορά και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσφέρει η συγκεκριμένη περιοχή ενώ ταυτόχρονα πρέπει να συνοδεύεται και από φωτογραφικό υλικό.

Επίσης, ενδιαφέρον θα ήταν να μπορούσαν να διανεμηθούν μέσω των Κυριακάτικων εφημερίδων έντυπα του νομού ως ένθετα.

II. Καταχωρήσεις σε επαγγελματικά περιοδικά

Εσωτερικό

Παράλληλα με τις καταχωρήσεις σε περιοδικά και εφημερίδες που έχουν ως κοινό- στόχο το ευρύ κοινό, προτείνεται και η χρήση καταχωρήσεων σε εξειδικευμένα τουριστικά περιοδικά που απευθύνονται τόσο στο κοινό, όσο και σε επαγγελματίες του κλάδου, όπως τουριστικά γραφεία και tour operators.

Μερικά από τα περιοδικά, στα οποία θα μπορούσαν να γίνουν οι παραπάνω καταχωρήσεις και η διαφημιστική προβολή της περιοχής, είναι:

- ✿ Χειμερινές αποδράσεις
- ✿ Καλοκαιρινές αποδράσεις
- ✿ Καθημερινή Κυριακής
- ✿ Έθνος Κυριακής

Και φυσικά το «VOYAGER», το «ΔΙΑΚΟΠΕΣ» και το «ΓΑΙΟ», τα οποία προαναφέραμε.

Εξωτερικό

Για την προβολή του Ν. Πρεβέζης στις αγορές του εξωτερικού, προτείνεται και η χρήση του περιοδικού τύπου, επαγγελματικού® (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι) και μη.

Δύο από τα εξειδικευμένα περιοδικά του είδους σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, είναι το διεθνές περιοδικό ALPINE RADO και το γαλλικό MONTAGNE MAGASIN.

Παράλληλα με την προβολή σε επαγγελματικά τουριστικά περιοδικά, προτείνεται και η προβολή της περιοχής μέσω περιοδικών τουριστικού ενδιαφέροντος, που απευθύνονται όμως στο ευρύ κοινό.

Ο στόχος των καταχωρήσεων στα περιοδικά αυτά, είναι να διεγείρει το ενδιαφέρον των αναγνωστών και να τους ωθήσει να απευθυνθούν προς τα τουριστικά γραφεία προκειμένου να συγκεντρώσουν πληροφορίες για τον συγκεκριμένο προορισμό.

Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο είναι η ενημέρωση των τουριστικών πρακτόρων, να προηγείται των διαφημιστικών καταχωρήσεων στα περιοδικά.

E. Προσκλήσεις tour operators και διαμορφωτών γνώμης Ελλήνων

Στα πλαίσια της τουριστικής προβολής του Ν. Πρεβέζης, καλό θα ήταν να προσκληθούν και να φιλοξενηθούν tour operators του εσωτερικού, με σκοπό να γνωρίσουν την περιοχή και τα πλεονεκτήματα που προσφέρει.

Στόχος της πρόσκλησης τους στην περιοχή είναι να γνωρίσουν το νομό και τις δυνατότητες που προσφέρει, έτσι ώστε να τον προβάλουν στους πελάτες τους, μέσω της διοργάνωσης εκδρομών στην συγκεκριμένη περιοχή.

Επίσης, σημαντική για την τουριστική προβολή της περιοχής θεωρείται η πρόσκληση και η φιλοξενία διαμορφωτών γνώμης όπως π.χ. δημοσιογράφοι, που απασχολούνται σε ραδιοφωνικούς ή τηλεοπτικούς σταθμούς και περιοδικά με περιεχόμενο τον τουρισμό, τα σπορ, την φυσική ζωή καθώς άλλα εξειδικευμένα περιοδικά (π.χ. αρχαιολογίας - ιστορίας). Οι διαμορφωτές γνώμης έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν σε σημαντικό βαθμό την απόφαση των πολιτών, λόγω του κύρους και της θέσης που διαθέτουν.

Επίσης, προτείνεται η οργάνωση διαφόρων επισκέψεων ατόμων υψηλής κοινωνικής αποδοχής. Η ενέργεια αυτή στοχεύει στο να αποτελέσει παράγοντα επηρεασμού της τουριστικής συμπεριφοράς.

Ξένων

Στα πλαίσια της τουριστικής προβολής του νομού στο εξωτερικό, προτείνεται η πρόσκληση και η φιλοξενία tour operators, με σκοπό να γνωρίσουν την περιοχή και τα πλεονεκτήματα που προσφέρει. Ιδιαίτερα στο εξωτερικό, οι tour operators παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση της γνώμης των τουριστών για κάποιο προορισμό, δεδομένου ότι οι περισσότεροι αλλοδαποί οργανώνουν τις διακοπές τους μέσω αυτών.

Σκοπός της συγκεκριμένης ενέργειας είναι να γνωρίσουν την περιοχή, το πολιτιστικό και κοινωνικό περιβάλλον καθώς και τις δυνατότητες που προσφέρει ως τουριστικός προορισμός.

Η επιλογή των tour operators γίνεται βάση των χωρών από τις οποίες προέρχεται η πλειοψηφία των επισκεπτών στην περιοχή.

Οι διαμορφωτές γνώμης αποτελούν επίσης, έναν πολύ σημαντικό παράγοντα για την διαμόρφωση της γνώμης των τουριστών για έναν προορισμό. Ιδιαίτερα στην περίπτωση των αλλοδαπών, που δεν γνωρίζουν αρκετά για την Ελλάδα και ακόμα λιγότερα για την συγκεκριμένη περιοχή, η άποψη τους επηρεάζει σε μεγαλύτερο βαθμό.

Παράλληλα, οι διαμορφωτές γνώμης αποτελούν και ένα μέσο για τη διαφήμιση της περιοχής στο εξωτερικό με το μικρότερο δυνατό κόστος. Θα πρέπει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί, ότι το κόστος προβολής σε ΜΜΕ του εξωτερικού είναι απαγορευτικό. Επομένως, οι διαμορφωτές γνώμης αποτελούν το καλύτερο μέσο για την προβολή της περιοχής στις αγορές του εξωτερικού, στις οποίες απευθύνεται κατά κύριο λόγο ο Ν. Πρεβέζης.

Ως χαρακτηριστικό παράδειγμα παρελθόντος γεγονότος, το οποίο επέφερε θετικό αποτέλεσμα θα μπορούσε να αναφερθεί η φιλοξενία εκ μέρους του ΕΟΤ, Ολλανδών δημοσιογράφων στην περιοχή της Ηπείρου. Κατά την διάρκεια της παραμονής τους στην περιοχή πραγματοποιήθηκε η παραγωγή ενός ντοκιμαντέρ για την Ήπειρο, το οποίο προβλήθηκε στα Ολλανδικά κανάλια και ο τουρισμός από Ολλανδούς αυξήθηκε μεταξύ άλλων και στο Ν. Πρεβέζης ικανοποιητικά.

ΣΤ. Προβολή μέσω των γραφείων του ΕΟΤ στο εξωτερικό

Τα γραφεία του ΕΟΤ στο εξωτερικό, αποτελούν ιδιαίτερα αποτελεσματικό τρόπο για την προβολή της περιοχής και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που προσφέρει.

Σε συνεννόηση με τον ΕΟΤ, προτείνεται η τοποθέτηση stand στα γραφεία του, το οποίο θα προβάλλει την συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Παράλληλα, θα διατίθεται ενημερωτικό και διαφημιστικό υλικό, το οποίο να πληροφορεί τον ενδιαφερόμενο για τις δυνατότητες που του προσφέρει η περιοχή.

Το stand και το διαφημιστικό υλικό πρέπει να σχεδιαστούν σύμφωνα με το πρότυπο για τη δημιουργία αναγνωρίσιμης ταυτότητας της περιοχής.

Ο Ν. Πρεβέζης πρέπει να φροντίσει για την έγκαιρη τροφοδότηση των τουριστικών γραφείων του ΕΟΤ με το υλικό αυτό, έτσι ώστε να είναι διαθέσιμο την περίοδο που οι ενδιαφερόμενοι ενημερώνονται για τους διάφορους εναλλακτικούς τουριστικούς προορισμούς.

Z. Προβολή σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ)

I. Διαφήμιση στο ραδιόφωνο

Το ραδιόφωνο αποτελεί ένα μέσο με ιδιαίτερα περιορισμένο κόστος, τόσο όσον αφορά την παραγωγή του μηνύματος, όσο και την αγορά του χρόνου προβολής. Εμφανίζει μεγάλη ευελιξία ως προς τις προθεσμίες και την επιλογή χρόνου αλλά και χρονική ακρίβεια παρουσίασης του μηνύματος.

Για τους λόγους που αναφέραμε παραπάνω, προτείνεται η πανελλαδική προβολή του νομού ως τουριστική περιοχή μέσω του ραδιοφώνου.

Τα διαφημιστικά μηνύματα πρέπει να σχεδιαστούν με τρόπο που να προκαλεί το ενδιαφέρον των ακροατών. Για κάθε αγορά - στόχο πρέπει να δημιουργηθούν ξεχωριστά διαφημιστικά μηνύματα ενώ βάση αυτής θα γίνει και η επιλογή του ραδιοφωνικού σταθμού. Για παράδειγμα σταθμοί που απευθύνονται σε νεανικό κοινό δεν θα μπορούσαν να προβάλουν τον αρχαιολογικό τουρισμό της περιοχής, αλλά τον τουρισμό περιπέτειας. Αντίστοιχα, για την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού θα επιλεγούν σταθμοί θρησκευτικού περιεχομένου.

Το διαφημιστικό μήνυμα και το ύφος του, διαφέρει ανάλογα με την κατηγορία του αποδέκτη στην οποία απευθύνεται. Έτσι, το μήνυμα που απευθύνεται στον επισκέπτη του θρησκευτικού τουρισμού θα είναι πιο συντηρητικό και «σοβαρό» από ένα μήνυμα που απευθύνεται στον νεαρό αθλητή.

Στόχος των διαφημιστικών μηνυμάτων είναι η γνωστοποίηση του προγράμματος και η προσέλκυση των ενδιαφερόμενων να επισκεφτούν την περιοχή.

Το κόστος για την παραγωγή και την προβολή ενός ραδιοφωνικού διαφημιστικού spot διαφέρει λόγω της μεγάλης απόκλισης που παρουσιάζουν οι τοπικές, οι Περιφερειακές και οι Αθηναϊκές διαφημιστικές εταιρίες.

II. Συμμετοχή σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές

Η συμμετοχή των αρμοδίων για την τουριστική προβολή του Ν. Πρεβέζης σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές, αποτελεί μια ιδιαίτερα αποτελεσματική μορφή διαφήμισης κυρίως γιατί δεν εκλαμβάνεται από τον τηλεθεατή ή τον ακροατή σε μεγάλο βαθμό ως μορφή διαφήμισης αλλά ως ενημέρωση.

Το γραφείο τουρισμού του νομού πρέπει να αναπτύξει τις κατάλληλες δημόσιες σχέσεις τόσο με τηλεοπτικούς όσο και με ραδιοφωνικούς σταθμούς της χώρας μας, προκειμένου να κληθεί να παρουσιάσει τα πλεονεκτήματα της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής.

Το κόστος για αυτή τη μορφή διαφήμισης είναι αρκετά περιορισμένο καθώς, μια τέτοιου είδους συμμετοχή σε εκπομπή δεν παρουσιάζεται ως διαφήμιση αλλά σαν ενημέρωση.

III. Διαφήμιση στη τηλεόραση

Η τηλεοπτική διαφήμιση για την τουριστική προβολή της περιοχής, μπορεί να πραγματοποιηθεί στο μέλλον αλλά όχι στην παρούσα φάση. Ο κυριότερος λόγος για τον οποίο δεν είναι δυνατό να πραγματοποιηθεί αυτού του είδους η διαφήμιση είναι το υι



3.3.2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

A. Δημιουργία ιστοσελίδας

Η ύπαρξη ιστοσελίδας, ιδιαίτερα στον τουριστικό τομέα, θεωρείται απαραίτητο στοιχείο στην σημερινή εποχή. Ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός ατόμων καταφεύγει στο διαδίκτυο, προκειμένου να συγκεντρώσει πληροφορίες για θέματα που αφορούν τουριστικούς προορισμούς.

Στοιχεία που επηρεάζουν σημαντικά την αποτελεσματικότητα της ιστοσελίδας είναι:

- Η σελίδα, πρέπει να έχει προδιαγεγραμμένους στόχους, να απευθύνεται σε συγκεκριμένο κοινό, να παρέχει πληροφορίες, να είναι σαφής και με ελκυστικό design.
- Η δομή της ιστοσελίδας πρέπει να είναι απλή και κατανοητή, έτσι ώστε να μπορεί ο ενδιαφερόμενος να ανατρέξει εύκολα στα στοιχεία που τον ενδιαφέρουν.
- Η εύκολη πρόσβαση στην συγκεκριμένη ιστοσελίδα, δηλαδή να μπορεί εύκολα ο ενδιαφερόμενος να βρει την διεύθυνση της ιστοσελίδας.
- Η ταχύτητα του site. Ο ενδιαφερόμενος να μην περιμένει πολύ ώρα για να «κατεβάσει» τις πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν.
- Να υπάρχει τακτική ενημέρωση της ιστοσελίδας, έτσι ώστε να παρέχει ακριβής και επίκαιρες πληροφορίες και να αποτελεί πηγή ενημέρωσης για τους επισκέπτες της «σελίδας».

Η ιστοσελίδα, αποτελεί ουσιαστικό εργαλείο για την τουριστική προβολή και την ανάπτυξη της περιοχής. Η παρουσίαση αυτή, με την συνεχή βελτίωση και ανανέωση της θα αποτελέσει ένα μέσο διαρκούς ενημέρωσης των πελατών της (υπαρχόντων και δυνητικών), παράλληλα θα αποτελέσει και εργαλείο marketing, τόσο στην Ελλάδα όσο και το εξωτερικό. Έτσι, ο οποιοσδήποτε ενδιαφερόμενος για την περιοχή μπορεί να πληροφορηθεί τα πάντα γύρω από αυτήν με μία απλή επίσκεψη στο διαδίκτυο.

Οι πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται μέσω της ιστοσελίδας προκειμένου αυτή να συμβάλει ουσιαστικά στην ενημέρωση και την πληροφόρηση του ενδιαφερόμενου είναι:

- Ο τρόπος μετάβασης στην περιοχή (πλησιέστερα αεροδρόμια, οδικοί κόμβοι και η πρόσβαση μέσω πλοίων).
- Πληροφορίες διαμονής. Στο τμήμα αυτό της ιστοσελίδας, μπορούν να παρέχονται εκτεταμένες πληροφορίες σχετικά με ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα - δωμάτια και camping. Ο Ν. Πρεβέζης μπορεί να συνεργαστεί με ξενοδοχειακές μονάδες της περιοχής του, αυτές θα προβάλλονται μέσω της ιστοσελίδας, ενώ παράλληλα πρέπει να παρέχετε η δυνατότητα στον ενδιαφερόμενο να κάνει κράτηση on-line.
- Πληροφορίες για το τι μπορεί να δει στην περιοχή ο ενδιαφερόμενος. Σ' αυτό το τμήμα της ιστοσελίδας μπορούν να παρέχονται πληροφορίες για μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, υδροβιότοπους, ακτές, ποτάμια, βουνά κ.α.
- Πληροφορίες για το τι μπορεί να κάνει στην περιοχή ο ενδιαφερόμενος. Στο συγκεκριμένο τμήμα της ιστοσελίδας πρέπει να παρέχονται πληροφορίες για εστιατόρια, καφέ, πανηγύρια και εκδηλώσεις.
- Πληροφορίες για εξειδικευμένες μορφές τουρισμού, π.χ. θρησκευτικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός κ.α.
- Πληροφορίες για υπαίθριες δραστηριότητες όπως ποδηλασία, kayak, rafting, πεζοπορία, αναρρίχηση, extreme αθλήματα κ.α.
- Επίσης, η ιστοσελίδα πρέπει να παρέχει τη δυνατότητα στον ενδιαφερόμενο να μπορεί να επικοινωνήσει με τον οργανισμό για περισσότερες πληροφορίες ή παρατηρήσεις.

Με αυτό τον τρόπο, θα επιτευχθεί τόσο η προβολή της περιοχής με ιδιαίτερη έμφαση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όσο και η ταυτόχρονη παροχή

διαφόρων υπηρεσιών στις συμμετέχουσες επιχειρήσεις που βρίσκονται στην περιοχή (ηλεκτρονικές υπηρεσίες τουρισμού-αυτόματες κρατήσεις, κ.α.).

Η ιστοσελίδα πρέπει να είναι διαθέσιμη σε τουλάχιστον τρεις γλώσσες, ελληνικά, αγγλικά και γερμανικά.

Η αποτελεσματικότητα της ιστοσελίδας έγκειται σε μεγάλο βαθμό, στη γνωστοποίηση της ηλεκτρονικής διεύθυνσης στο κοινό - στόχο. Η γνωστοποίηση της σελίδας μπορεί να γίνει με διαφήμιση του δικτυακού τόπου (αναφορά της ηλεκτρονικής σελίδας στις διαφημιστικές καταχωρήσεις) καθώς και με αναφορά της ιστοσελίδας στα ενημερωτικά φυλλάδια και τις αφίσες της περιοχής.

Πρέπει να αναφερθεί ότι ο Ν. Πρεβέζης υστερεί στον τομέα ανάπτυξης ιστοσελίδων.



B. Έκδοση CD -

Το ηλεκτρονικό  , ως τουριστικού προορισμού, αφορά εκτός από τη δημιουργία ιστοσελίδας και την έκδοση CD - ROM.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού υλικού είναι τα εξής:

- ◆ Έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει τον ήχο, την εικόνα και το κείμενο και επομένως να «περάσει» το μήνυμα ευκολότερα. Κυρίως όσον αφορά τον τουρισμό, όπου η εικόνα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, το CD -ROM θεωρείται ιδιαίτερα αποτελεσματικό μέσο, κυρίως για την προώθηση της περιοχής σε τουριστικούς πράκτορες, tour operators και οργανισμούς.
- ◆ Έχει τη δυνατότητα να παρέχει μεγάλο όγκο πληροφοριών.
- ◆ Ο χειριστής - ενδιαφερόμενος έχει τη δυνατότητα να συμμετέχει μέσω διαφόρων εντολών επηρεάζοντας την ροή των πληροφοριών.

Τα CD - ROM προτείνεται να διανεμηθούν μέσω της συμμετοχής του νομού σε τουριστικές εκθέσεις. Επίσης, μπορούν να αποσταλούν σε σημαντικούς tour operators και γραφεία τουρισμού, τόσο της Ελλάδας όσο και του εξωτερικού.

Παράλληλα, προτείνεται η διανομή τους σε δημοσιογράφους που απασχολούνται σε περιοδικά τουρισμού και εξειδικευμένα περιοδικά.

Τα συγκεκριμένα CD - ROM θα πρέπει να περιλαμβάνουν τα εξής στοιχεία:

- ☀ Πληροφορίες για ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια - διαμερίσματα και camping.
- ☀ Πληροφορίες για αξιοθέατα της περιοχής και τι μπορεί να κάνει ένας επισκέπτης σ' αυτή (κέντρα διασκέδασης, φεστιβάλ κ.α.).
- ☀ Πληροφορίες για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που υπάρχουν στην περιοχή.
- ☀ Πλούσιο φωτογραφικό υλικό της περιοχής.

Τα CD-ROM προτείνεται να είναι διαθέσιμα σε τουλάχιστον δύο ξένες γλώσσες, Αγγλικά και Γερμανικά.

Γ. Τοποθέτηση INFO - KIOSK

Το Info - kiosk (περίπτερο πληροφόρησης) είναι μια ηλεκτρονική μονάδα, που έχει σκοπό την παροχή τουριστικών και άλλων πληροφοριών. Η εφαρμογή αυτή αναλαμβάνει με τη χρήση πολυμέσων, να ενημερώσει τον επισκέπτη με εύκολο και κατανοητό τρόπο. Θα μπορούσε να είναι κατασκευασμένη σε τρεις γλώσσες (Ελληνικά, Αγγλικά και Γερμανικά) και εκτός από τα γενικά στοιχεία της περιοχής να παρέχει και άλλες πληροφορίες, όπως φεστιβάλ και εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, καθώς και τουριστικά στοιχεία με πλούσιο φωτογραφικό υλικό και videos. Η εφαρμογή συμπληρώνεται με αναλυτικούς χάρτες που υποδεικνύουν την ακριβή θέση κάθε αναφερόμενου τόπου.

Η τοποθέτηση τους, θα γίνεται σε βασικούς χώρους υποδοχής επισκεπτών άλλα και σημεία που μπορούν να προσφέρουν πληροφορίες τουριστικής άποψης όλων των ειδών όπως λιμάνια, αεροδρόμια, κεντρικές πλατείες πόλεων κ.α.

3.3.3. ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

A. Έντυπα γενικού τουριστικού περιεχομένου

Τα έντυπα για την προβολή της περιοχής διανέμονται σε εκθέσεις, σε τουριστικούς πράκτορες, σε διαμορφωτές γνώμης καθώς και στο ευρύ κοινό. Μπορούν να διανεμηθούν μέσω των γραφείων του ΕΟΤ στην Ελλάδα και το εξωτερικό, επίσης μέσω των τουριστικών πρακτορείων, των ξενοδοχείων και των τουριστικών κέντρων.

Παράλληλα, τα έντυπα αυτά μπορούν να τοποθετηθούν ως ένθετο σε περιοδικά ειδικού ενδιαφέροντος (π.χ. περιοδικά διακοπών).

Πρέπει να περιλαμβάνουν χάρτες και οδηγούς της περιοχής καθώς και άλλες χρήσιμες πληροφορίες όπως, οδηγούς ειδικών θεμάτων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Τα έντυπα, πρέπει να διατίθεται σε τουλάχιστον τρεις γλώσσες (Ελληνικά, Αγγλικά και Γερμανικά).

Τα φυλλάδια πρέπει να είναι σχεδιασμένα έτσι ώστε να προκαλούν το ενδιαφέρον του αναγνώστη (π.χ. χρήση έντονων χρωμάτων, καλή ποιότητα χαρτιού κ.α.). Επίσης, σ' αυτά πρέπει να αναφέρεται η διεύθυνση της ιστοσελίδας της τουριστικής αρχής του νομού καθώς και τα στοιχεία επικοινωνίας με τα γραφεία ενημέρωσης.

B. Έντυπα θεματικού τουριστικού περιεχομένου

Για την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καλό θα ήταν να σχεδιαστούν διαφορετικά έντυπα για κάθε κατηγορία τουρισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να διαιρεθούν σε πέντε κατηγορίες:

- ◆ φυσιολατρικός - θαλάσσιος
- ◆ οικοτουρισμός - αγροτουρισμός
- ◆ τουρισμός περιπέτειας
- ◆ θρησκευτικός τουρισμός
- ◆ ιστορικός - πολιτιστικός τουρισμός

Η ποσότητα των τεμαχίων ανά κατηγορία, θα διαφέρει. Αυτό οφείλετε στο ότι ο θρησκευτικός τουρισμός απευθύνεται κυρίως σε ημεδαπούς επισκέπτες, ο

ιστορικός – πολιτιστικός τουρισμός και ο τουρισμός περιπέτειας απευθύνεται σε μικρότερο κοινό - στόχο ενώ ο οικοτουρισμός – αγροτουρισμός καθώς και ο θαλάσσιος –φυσιολατρικός τουρισμός απευθύνονται σε μεγαλύτερο κοινό - στόχο .

Τα φυλλάδια, ανάλογα με το θεματικό τους αντικείμενο θα έχουν διαφορετικό στυλ (π.χ. χρώματα) χωρίς όμως να χάνουν το χαρακτήρα της ομοιογενούς διαφήμισης που έχει ως στόχο να δημιουργηθεί αναγνωρισιμότητα για το τουριστικό προϊόν της περιοχής.

Γ. Χάρτες και πλήρης τουριστικός οδηγός

Καλό θα ήταν να δημιουργηθεί τουριστικός χάρτης, στον οποίο θα απεικονίζονται τα ιδιαίτερα σημεία της περιοχής και ενός πλήρη τουριστικού οδηγού που θα διατίθεται σε τουλάχιστον τρεις γλώσσες Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά.

Παράλληλα πρέπει να τυπωθεί ένας χάρτης, ο οποίος θα διανέμεται σε tour operators, δημοσιογράφους, πωλητές τουριστικών γραφείων αλλά και σε κέντρα πληροφοριών και ξενοδοχεία.

Δ. Περιοδική έκδοση ενημερωτικού έντυπου

Με την ενέργεια αυτή, επιδιώκεται η άμεση και διαρκής ενημέρωση όλων των φορέων που έχουν άμεση σχέση με τα τουριστικά δεδομένα της περιοχής. Αυτό το έντυπο πρέπει να παρουσιάζει εκτός από τα παραδοσιακά τουριστικά αξιοθέατα (δηλαδή το τουριστικό «προϊόν»), όλες τις νέες ειδήσεις όπως, νέες ανακαλύψεις αρχαιοτήτων, ενέργειες για την υποστήριξη νέων μορφών τουρισμού, συνέδρια και έργα σχετικά με την τουριστική υποδομή.

Το τουριστικό έντυπο πρέπει να διανέμεται στους κάτωθι φορείς:

- ◆ Σε tour Operators του εσωτερικού αλλά και του εξωτερικού.
- ◆ Σε τουριστικά γραφεία (επιλεγμένα).
- ◆ Σε μέσα ενημέρωσης τουριστικού περιεχομένου.

- ◆ Σε διάφορα επιλεγμένα μέσα μαζικής επικοινωνίας.
- ◆ Σε δημοσιογράφους του εξωτερικού.
- ◆ Στα γραφεία του ΕΟΤ στο εξωτερικό.

Επίσης, θα διανέμεται και στις εκθέσεις που λαμβάνει μέρος ο Ν. Πρεβέζης.

3.3.4. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ ΚΑΙ ΤΑΙΝΙΩΝ ΕΙΔΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ (ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ)

Ο Ν. Πρεβέζης λόγω της μορφολογίας του εδάφους του καθώς επίσης και της μεγάλης ποικιλίας των ειδών τουρισμού που μπορεί να προσφέρει, ενδείκνυται στην παρουσίαση τους, μέσω της δημιουργίας και της προβολής ενημερωτικών τηλεοπτικών ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ σε μορφή είτε VIDEO , είτε DVD.

Αυτά μπορούν να προσφέρονται, είτε σε επισκέπτες δημοσιογράφους, είτε να προβάλλονται σε συνδυασμό με άλλες ενέργειες. Η θεματολογία τους, πρέπει να διαφοροποιείται ανάλογα με την χρονική στιγμή και το είδος του τουρισμού που επιθυμούμε να προωθηθεί.

3.4. ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ – ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

3.4.1. SPONSORING ACTIONS (SAS)

Η ενέργεια αυτή, αποσκοπεί στη δημοσιοποίηση των τουριστικών αξιοθέατων του νομού. Οι Sponsoring Actions προβλέπονται και απευθύνονται προς τα γραπτά και οπτικά μέσα μαζικής επικοινωνίας. Οι ενέργειες Sponsoring, μπορούν να πραγματοποιηθούν τόσο σε διάφορες τηλεοπτικές εκπομπές, όσο και σε ολοσέλιδες αναφορές ευρείας προελεύσεως που θα αφιερώνουν σημαντικό τμήμα της ύλης με αντάλλαγμα την παροχή και δωρεάν κλήρωση ορισμένου αριθμού εισιτηρίων και διανυκτερεύσεων.



3.4.2. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ

Υπάρχουν διεθνείς οργανισμοί που προσφέρονται ως μέσο προσέλευσης τουριστών υψηλών προδιαγραφών, όχι μόνο λόγω της πολυαριθμίας των υπαλλήλων τους, αλλά και εξαιτίας του υψηλού εισοδήματός τους.

Με την προσέγγιση των αντίστοιχων ανθρώπων των οργανισμών αυτών, την πρόσκληση και την περιήγησή τους, επιτυγχάνεται η άμεση δημοσιοποίηση και προσέλκυση τουριστών με υψηλό εισόδημα και ευαισθητοποιημένων στο περιβάλλον.

Οργανισμοί που προσφέρονται για τέτοιες καινοτόμες ενέργειες είναι :

- ✿ Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή.
- ✿ Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.
- ✿ Το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο.
- ✿ Η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ευρώπης.
- ✿ Η Association Internationale des Transports Aeriens (IATA). Διεθνής Οργανισμός Πολιτικής Αεροπορίας.
- ✿ Ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών.
- ✿ Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ).
- ✿ Η UNESCO Οργάνωση των Ηνωμένων Εθνών για την Εκπαίδευση, την Επιστήμη και τον Πολιτισμό.
- ✿ Η WHO Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας.

3.4.3. ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΕ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

Τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί στην Ευρώπη ψυχαγωγικοί χώροι που συγκεντρώνουν ετησίως πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων (π.χ. Eurodisneyland). Μέσα στα πλαίσια της λειτουργίας αυτών των μορφών ψυχαγωγίας θα μπορούσε να καθιερωθεί εβδομάδα τουριστικής προβολής του νομού.

Η μεθοδολογία για την προσέλκυση της προσοχής των ενδιαφερόμενων θα μπορούσε να είναι μείγμα διαφόρων μέσων όπως Multimedia, γιγαντοαφίσες, φέιγ βολάν, κλήρωση ταξιδιών κλπ.

3.4.4. ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Θα μπορούσε επίσης, να καθιερωθεί η ετήσια διεξαγωγή ενός οικολογικού συνεδρίου σε συνεργασία με τους tour operators, τον ΕΟΤ και το Ν. Πρεβέζης.

Οι κύριοι στόχοι του συνεδρίου είναι:

- Η αφομοίωση του όρου "οικολογικός παράδεισος" στους τουριστικούς φορείς.
- Η ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού.

3.5. ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

- **Συνεργασία με τον Οργανισμό Προώθησης Εξαγωγών (ΟΠΕ).** Ο ΟΠΕ διοργανώνει και συμμετέχει σε μία σειρά εκθέσεων και αποτελεί πόλο έλξης για μέλη και διάφορα άλλα πρόσωπα. Παράλληλα με την προβολή των ελληνικών προϊόντων θα μπορούσαν να αναληφθούν δράσεις για την τουριστική προβολή του Ν. Πρεβέζης.
- **Συνεργασία με τους τοπικούς εξαγωγικούς φορείς** και στήριξη των προσπάθειών για την εξαγωγή των τοπικών προϊόντων, ιδίως στην Ευρωπαϊκή Ένωση, έτσι ώστε ο ιδιαίτερος χαρακτήρας της περιοχής να εντυπωθεί στη συνείδηση των ξένων καταναλωτών. Παράδειγμα προς μίμηση θα μπορούσε να αποτελέσει Ελβετική περιοχή που χρησιμοποιεί τοπικά κρασιά για εξαγωγή, επικολλώντας στο πίσω μέρος της φιάλης ενημερωτικό αυτοκόλλητο, σχετικά με το τουριστικό προϊόν της περιοχής. Η ενέργεια προώθησης τοπικών προϊόντων στο εξωτερικό, μπορεί να

συνδυαστεί και με την προβολή τοπικών αξιοθέατων. Για παράδειγμα, η προβολή μπορεί να γίνει μέσω της ετικέτας ή με τη διεξαγωγή κληρώσεων για δωρεάν διακοπές, έτσι ώστε μαζί με το προϊόν να προωθείται και ο τουρισμός της περιοχής.

- **Καθιέρωση εβδομάδας τοπικής κουζίνας.** Σε συνεργασία με διάφορους παραγωγικούς φορείς, μπορεί να διοργανωθεί εβδομάδα τοπικής κουζίνας σε διάφορα μέρη του εξωτερικού, με στόχο την προβολή της γαστρονομικής κουλτούρας και του τουριστικού προϊόντος της. Επίσης, μπορεί να οργανωθεί μηνιαία προβολή τοπικής κουζίνας με την ύπαρξη ηπειρωτικού γεύματος στο μενού σιδηροδρόμων ή ακόμα και κάποιων αεροπορικών εταιριών του εξωτερικού.
- **Συμμετοχή σε ετήσιες εορταστικές εκδηλώσεις διαφόρων Ευρωπαϊκών πόλεων.** Σε όλες τις Ευρωπαϊκές μεγαλουπόλεις διοργανώνονται ετήσιες εορταστικές εκδηλώσεις που ελκύουν πολύ μεγάλο αριθμό επισκεπτών, όπου εκεί μπορεί να προβληθεί ο νομός.
- **Συνεργασία και προβολή μέσω διαφόρων φορέων του εξωτερικού.** Για την αποτελεσματικότερη προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής καλό θα ήταν να συνεργαστεί η Τουριστική Αρχή του νομού με διάφορους φορείς, οι οποίοι ενδιαφέρονται να επισκεφτούν την συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Τέτοιοι φορείς είναι οι διάφορες οργανώσεις, οι οποίες διοργανώνουν εκδρομές για τα μέλη τους σε περιοχές που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για αυτές.
- Προκειμένου να προσελκύσει τέτοιου είδους οργανώσεις, η Τουριστική Αρχή του νομού πρέπει να τους παρέχει το κατάλληλο ενημερωτικό υλικό.
- Παράλληλα, το γραφείο τουρισμού της περιοχής μπορεί να συνεργαστεί με ξενοδοχειακούς φορείς του νομού, προκειμένου να προβληθεί η περιοχή και οι τουριστικές εγκαταστάσεις σε οργανισμούς και φορείς.
- Είναι δυνατόν ανάλογες ενέργειες να πραγματοποιηθούν και από ελληνικούς φορείς του εξωτερικού.

- Ο Απόδημος Ελληνισμός, αποτελεί μια πηγή που μέχρι σήμερα δεν έχει αξιοποιηθεί κατάλληλα. Η αποστολή διαφόρων ενημερωτικών εντύπων, φυλλαδίων και Video στους απόδημους Έλληνες δρα άμεσα και έμμεσα, λόγω της δυνατότητας επικοινωνίας και προβολής του τουριστικού προϊόντος στην εκάστοτε χώρα.
- Υπάρχει μεγάλος αριθμός συλλόγων Ηπειρωτικής ομογένειας στο εξωτερικό και μπορεί να αξιοποιηθεί φθάνει να χρησιμοποιηθεί ο κατάλληλος τρόπος.
- Παράλληλα μπορούν να αξιοποιηθούν:
 - Τα Ελληνικά εστιατόρια του εξωτερικού (υπολογίζεται ότι στην Γερμανία υπάρχουν σήμερα πάνω από 10.000 ελληνικά μαγαζιά, τα οποία αποτελούν σημεία προσέλευσης ατόμων).
 - Οι σύλλογοι των Ελλήνων επιστημόνων που βρίσκονται σε κάθε χώρα.
 - Οι σύλλογοι των φοιτητών, για ανταλλαγές φοιτητών μεταξύ των χωρών (η ενέργεια αυτή εξελίσσεται ήδη σε συνεργασία με το ΤΕΙ Πρεβέζης).

Επίσης, μια συμπληρωματική ενέργεια για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος του νομού, θα μπορούσαν να είναι τα διαφημιστικά δώρα (π.χ. αντίγραφα αρχαίων νομισμάτων του νομού, χαλκογραφίες, μικροαντικείμενα κ.λ.π.) που θα δίνονται σε επιλεγμένα πρόσωπα (δημοσιογράφους, tour operators, γνωστές προ



3.6. ΕΝΤΥΠΟ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΝΟΜΟ ΠΡΕΒΕΖΑΣ

Το παρακάτω έντυπο παρουσιάζει τις δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν για την προβολή του τουριστικού προϊόντος του Ν. Πρεβέζης για το έτος 2004.

ΕΝΤΥΠΟ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ

ΕΤΟΣ 2004

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ		ΣΥΜΕΤΟΧΗ ΦΟΡΕΩΝ				ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΥΨΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ
		Ε.Ο.Τ.	ΝΟΜΑΡΧΙΑΚ Η ΑΥΤ/ΣΗ	Ο.Τ.Α. ΝΟΜΟΥ	ΙΔΙΟΤΗΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ	
		ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟ	
1	Αναβάθμιση - Επέκταση Ιστοσελίδας	5.900,00				5.900,00
2	Παραγωγή έντυπου υλικού Δήμων Ν.	1.500,00				1.500,00
3	Παραγωγή κοινού διαφημιστικού υλικού με το Ν. Θεσποτίας	5.959,00				5.959,00
4	Επανεκδόση τουριστικών εντύπων		8.496,00			8.496,00
5	Αγορά & εγκατάσταση οδικών	2.000,00				2.000,00
6	Αγορά & εγκατάσταση 3 infokiosk	10.620,0				10.620,00
7	Αγορά τηλεοπτικού χρόνου σε TV και προβολή σε ferry boat της νοαμής	6.490,00				6.490,00
8	Διαφημιστικές καταχωρίσεις					14,155,28
	Πολυοδηγός Πρέβεζας	472,00				
	Ήπειρος Απειρος Χώρα	708,00				
	Εφημερίδα ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.499,78				
	Η Ελλάδα των Διακοπών	1.534,00				
	Ελευθεροτυπία	1.427,80				
	Περιοδικό ΠΑΝΟΡ ΑΜΑ	1.888,00			3.658,00	
	Explorer	843,70				
	Ήπειρος Guide	944,00				
	Riccioli Haccette	1.180,00				
9	Συμμετοχή σε εκθέσεις					40.554,12
	Τουριστικό Πανόραμα 2004		11.428,11			
	Philoxenia 2004 και Κοζάνη		10.795,50			
	Διεθνής έκθεση Λονδίνου		6.700,00			
	Έκθεση « ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΟ ΠΑΝΗΓΥΡΙ»	472, 00				
	Δαπάνες για τις εκθέσεις					
	3 φωτογραφικά ταμπλό αεροδρομίου Ακτίου		1.110,00			
	πάγκος διανομής εντύπων- ΑΚΤΙΟ		304,53			
	διαφημιστικά μπλουζάκια με λογότυπο	1.044,30	4.177,20			
	χάρτινες τσάντες εντύπων με λογότυπο	1.539,80				
	εκθεσιακά τοπικά παραδοσιακά προϊόντα	500,30				

3.7. ΤΑ ΠΡΟΤΕΡΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

Ο Ν. Πρεβέζης :

- ❖ Παρουσιάζει πληθώρα ελκυστικών ακτών και καθαρής θάλασσας.
- ❖ Διαθέτει μεγάλο αριθμό πολιτιστικών πόρων και αρχαιολογικών χώρων.
- ❖ Παρουσιάζει μεγάλη συγκέντρωση κλινών.
- ❖ Διαθέτει αεροδρόμιο, το οποίο δέχεται πολλές πτήσεις charter, αυτό σε συνδυασμό με την υποθαλάσσια σήραγγα διευκολύνει την πρόσβαση στο Ν. Πρεβέζης.

- ❖ Η ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού διευκολύνει επίσης την πρόσβαση στο νομό.
- ❖ Η ολοκλήρωση της γέφυρας Ρίου – Αντιρρίου συμβάλει στη συντόμευση της απόστασης από την Αθήνα.
- ❖ Διαθέτει ικανοποιητικό αριθμό ιδιωτικών μαρίνων και camping.
- ❖ Επίσης, υπάρχουν πολλοί τρόποι πρόσβασης στον νομό.

Όλα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, αποτελούν τη βάση για τη περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Απαιτείτε όμως, η κατάλληλη αξιοποίηση τους.

3.8. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

- ✘ Στο αεροδρόμιο του Ακτίου δεν υπάρχουν προγραμματισμένα δρομολόγια με ικανοποιητική συχνότητα, για να καλύψουν τις ανάγκες στο εσωτερικό της χώρας.
- ✘ Οι παραλιακές ενότητες, Πρέβεζα, Κανάλι και Πάργα διαθέτουν ευρύ φάσμα κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων, ενοικιαζόμενων δωματίων, διαμερισμάτων και οργανωμένων camping, υστερούν όμως ως προς το μέγεθος και την ποιότητα.
- ✘ Η πόλη της Πάργας έχει υποβαθμιστεί πολύ με την ανεξέλεγκτη αύξηση των δωματίων στην περιοχή της, με αποτέλεσμα να προσελκύει πλέον τουρισμό χαμηλών εισοδημάτων.
- ✘ Οι υψηλές τιμές γης, οι οποίες έχουν διαμορφωθεί κατά μήκος της παραλίας έχουν ως αποτέλεσμα την αποθάρρυνση μεγάλων και έμπειρων επενδυτών και την αποστέρηση της περιοχής από μεγάλα τουριστικά συγκροτήματα υψηλών προδιαγραφών. Η υπερτίμηση της γης έχει εν μέρει προκύψει από την χάραξη της παραλιακής οδού Πρεβέζης – Πάργας, η οποία λόγω εγγύτητας με την ακτή σε πολλά σημεία της, μείωσε την διαθεσιμότητα παράκτιων εκτάσεων για παραθεριστική ή τουριστική χρήση.

- ✘ Ο νομός υστερεί σε υποδομές που διαφυλάσσουν την ποιότητα του περιβάλλοντος, ιδιαίτερα ως προς τη διάθεση των στερεών αποβλήτων(σκουπίδια).
- ✘ Είναι γεγονός ότι ο περισσότερος τουρισμός του νομού, τον επισκέπτεται για τις ακτές του με αποτέλεσμα να μένουν αναξιοποίητοι οι υπόλοιποι πόροι του.
- ✘ Η πόλη της Πρέβεζας δεν παρουσιάζει ιδιαίτερη τουριστική κίνηση (η τουριστική της περίοδος είναι συνήθως 30 ημέρες και μάλιστα με τουρισμό μικρού εισοδήματος), ενώ έχει όλα τα προσόντα μιας τουριστικής πόλης, η οποία θα μπορούσε να αναπτυχθεί και να γίνει ο δεύτερος πόλος έλξης στην περιοχή μετά την Πάργα. Οι λόγοι που δεν μπορεί να αναπτυχθεί τουριστικά η πόλη, είναι οι ακόλουθοι:
 - Δεν έχουν γίνει ακόμη ορατές επενδύσεις στον τουρισμό.
 - Δεν υπάρχει ανάπλαση ακτών, η θάλασσα παραμένει αναξιοποίητη, η περιοχή είναι άναρχα δομημένη με άφθονα τουριστικά καταλύματα διάσπαρτα παντού. Δεν υπάρχει καμία χωροταξική μελέτη για την περιοχή, γεγονός που είναι πολύ σημαντικό για την καθυστέρηση της ανάπτυξης της.
 - Στην περιοχή δεν υπάρχει βιολογικός καθαρισμός (έχει ξεκινήσει ένα έργο, αλλά έμεινε στη μέση).
 - Η περιοχή δεν μπορεί να συγκεντρώσει τουρισμό υψηλού επιπέδου, λόγω της χαμηλής ποιότητας των καταλυμάτων (μέσα στην πόλη υπάρχουν μόνο ξενοδοχεία Β', Γ', και Δ' κατηγορίας), έτσι περιορίζεται συνήθως σε ντόπιο τουρισμό χαμηλής στάθμης και ποιότητας.
 - Ο τουρισμός δεν αντιμετωπίζεται επαγγελματικά στην περιοχή. Κατά κύριο λόγο αποτελεί τη δεύτερη ασχολία των κατοίκων της με αποτέλεσμα να μην υπάρχει το ανάλογο ενδιαφέρον για την σωστή εξέλιξη του. Χαρακτηριστικό παράδειγμα , αποτελεί η άρνηση των καταστηματαρχών στα

αστικά κέντρα, να διατηρήσουν τα καταστήματα τους ανοιχτά σε όλη την διάρκεια της ημέρας.

- Ο περισσότερος κόσμος δεν γνωρίζει το Άκτιο σαν πολιτικό αεροδρόμιο.
- Στο λιμένα της Πρέβεζας δεν πραγματοποιείται εξειδικευμένη εμπορευματική κίνηση και απουσιάζει εντελώς η κίνηση επιβατών.

- ✘ Η αρχαία πόλη της Νικόπολης δεν έχει αξιοποιηθεί όσο θα έπρεπε.
- ✘ Το Νεκρομαντείο είναι επίσης αναξιποίητο, δεν διαθέτει φύλακα αλλά ούτε και επίσημο ξεναγό, επίσης δεν πραγματοποιείτε κάποια αναπαράσταση της ιστορίας και των δρώμενων σύμφωνα με την μυθολογία.
- ✘ Η Πάργα λόγω υπερκορεσμού από άποψη τουριστικών καταλυμάτων αναγκάζεται να δουλεύει με τουριστικά γραφεία, τα οποία πληρώνουν τα δωμάτια περίπου 1.760 ευρώ την σεζόν, με αποτέλεσμα η περιοχή να έχει τουρισμό σε τιμή κόστους (περίπου 15 ευρώ το δωμάτιο την ημέρα).
- ✘ Η έλλειψη υποδομών υποθαλάσσιου τουρισμού και ιδιαίτερα μαρίνων.
- ✘ Μερικά από τα τουριστικά καταλύματα της περιοχής θεωρούνται αρκετά υποβαθμισμένα, πρόχειρα και με ελλιπή καθαριότητα.
- ✘ Κάποια από τα εστιατόρια της περιοχής παρουσιάζουν πολύ κακό service και φαγητά κατώτερης ποιότητας.
- ✘ Παρουσιάζονται πολλά παράπονα αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών για βρώμικα δωμάτια, άσχημα εστιατόρια, κακή μεταχείριση, εγκαταλελειμμένους αρχαιολογικούς και φυσικούς πόρους.
- ✘ Η λίμνη Ζηρός, η οποία θεωρείται καταπληκτική μένει αναξιποίητη.
- ✘ Οι Δήμοι Θεσπρωτικό, Ανώι και Λούρος μένουν αναξιοποίητοι μη διαθέτοντας κανένα κατάλυμα στην περιοχή τους. Ιδιαίτερα το Ανώι,

το οποίο παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον από άποψη φυσικών πόρων είναι τελείως αναξιοποίητο και δεν έχει κανενός είδους τουρισμό.

- ✘ Οι περιοχές Λυγιά, Βράχος, Λούτσα και Αμμουδιά έχουν τουριστική περίοδο περίπου 30 ημερών και φιλοξενούν συνήθως ντόπιους (Αρτινούς, Γιαννιώτες, Πρεβεζάνους), λίγους τουρίστες από την υπόλοιπη Ελλάδα καθώς επίσης και λίγους αλλοδαπούς, χαμηλών εισοδημάτων.
- ✘ Παρατηρείται έντονα το φαινόμενο ανταγωνισμού μεταξύ των Δήμων του νομού (Πάργα-Πρέβεζα). Από την Πάργα, οι τουρίστες προωθούνται πολύ συχνά, μέσω τοπικών πρακτορείων, απευθείας στους Παξούς ή στην αρχαία Νικόπολη, χωρίς να προβλέπεται επίσκεψη ή διαμονή στην Πρέβεζα. Ακόμη, σε συνεννόηση με ξένους πράκτορες όταν διαφημίζεται το τουριστικό πακέτο της περιοχής προτείνεται μόνο η Πάργα, εις βάρος των υπόλοιπων περιοχών του νομού.
- ✘ Οι Παργινοί δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να συμπληρωθούν τα τουριστικά τους πακέτα με εναλλακτικές μορφές τουρισμού στις γύρω τουριστικές ενότητες, διότι φοβούνται ότι θα χάσουν την αποκλειστικότητα των διανυκτερεύσεων στην πόλη τους. Επιδιώκουν να μένουν οι τουρίστες όλο το διάστημα των διακοπών τους στην Πάργα, προτείνοντας μόνο ημερήσιες εκδρομές στις γύρω περιοχές, ώστε να μη χάνονται οι διανυκτερεύσεις τους, από αντίστοιχες άλλων πόλεων.

3.9. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

Για την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του νομού:

- Ⓜ Πρέπει να αναπτυχθούν και να αξιοποιηθούν όλοι οι πόροι του νομού και ιδιαίτερα οι θαλάσσιες και οι προστατευόμενες περιοχές του.

- Ⓢ Επίσης πρέπει να αξιοποιηθούν τα υπό κατασκευή δίκτυα (λιμένες) αλλά και οι υπάρχουσες μαρίνες για την προσέλκυση περισσότερου τουρισμού.
- Ⓢ Επιτακτική ανάγκη αποτελεί η άρση του κορεσμού της πόλης της Πάργας και η δημιουργία καταλυμάτων υψηλών προδιαγραφών.
- Ⓢ Καλό θα ήταν να αναπτυχθούν και κάποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού σε συνδυασμό με τον θαλάσσιο και τον ιστορικό-πολιτιστικό τουρισμό.

3.9.1 Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού αναφέρεται στις δυναμικές μορφές του τουρισμού.

Χαρακτηριστικό των ειδικών μορφών είναι ότι μπορούν να λειτουργήσουν αυτοτελώς για τη δημιουργία τουριστικού ρεύματος ή ακόμη και να λειτουργήσουν συμπληρωματικά στις κλασικές μορφές για την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών και τη συγκράτησή τους, στην περιοχή για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που εκτιμάται ότι έχουν τη δυνατότητα να αναπτυχθούν στο Ν. Πρεβέζης είναι:

A. Οικολογικός τουρισμός - Αγροτουρισμός

Αυτή η μορφή τουρισμού, «κατακτά» όλο και μεγαλύτερο κομμάτι της τουριστικής αγοράς και οι tour operators αναπροσαρμόζουν κάθε χρόνο τα «τουριστικά τους πακέτα» για να καλύψουν τις ανάγκες των «τουριστών - πελατών τους» για αυτού του είδους τις «διακοπές».

Ο υγροβιότοπος του Αμβρακικού, με τη σπάνια χλωρίδα και πανίδα που μάλιστα κινδυνεύει να εξαφανιστεί, προσφέρεται για αυτή τη μορφή τουριστικής δραστηριότητας.

Η επιλογή αυτή, δίνει δύο τουλάχιστον εναλλακτικές προοπτικές για την

περιοχή:

1. Προσελκύσει, εκείνο το κομμάτι της τουριστικής αγοράς, το οποίο ενδιαφέρεται να καταγράψει παρατηρήσεις <<οικολογικού ενδιαφέροντος>>.
2. Προσελκύσει εκείνο το κομμάτι της τουριστικής αγοράς που αναζητά <<διακοπές γαλήνης και ψυχικής ηρεμίας>> κοντά στη φύση, μακριά από το κοσμοπολίτικο περιβάλλον του μαζικού τουρισμού.

Ο Αγροτουρισμός δίνει την ευκαιρία σε περιοχές, που δεν έχουν αξιοποιηθεί τουριστικά, να αξιοποιήσουν και να προβάλλουν τους φυσικούς τους πόρους, τα ιστορικά τους μνημεία και την πολιτιστική τους παράδοση μέσα από μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης. Παράλληλα, δίνει στους κατοίκους των αστικών κέντρων την ευκαιρία να έρθουν σε άμεση επαφή με τη φύση και τον τρόπο ζωής των αγροτών και να γνωρίσουν από κοντά την παράδοση και ιστορία του τόπου.

B. Ιστορικός - Πολιτιστικός τουρισμός

Στόχος του πολιτιστικού τουρισμού, είναι η ανάδειξη και η αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, των αρχαιολογικών, των ιστορικών και των αρχιτεκτονικών μνημείων για την ανάπτυξη μιας ήπιας μορφής τουρισμού στην περιοχή.

Ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλλει στη διαφύλαξη και στη διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς μιας περιοχής, ενώ παράλληλα έχει επιμορφωτικό χαρακτήρα για τον επισκέπτη, τον οποίο φέρνει σε άμεση επαφή με την ιστορία του τόπου.

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως περιηγήσεις και ξεναγήσεις σε μνημεία και αξιοθέατα της περιοχής, για να γνωρίσει ο επισκέπτης την ιστορία και την πολιτιστική κληρονομιά της. Το πλήθος των αρχαιολογικών χώρων και ιστορικών μνημείων του νομού (Αρχαία Νικόπολη, Αρχαία Κασσώπη, Ζάλογγο, Κάστρο Ριζών, Νεκρομαντείο κλπ.) παρέχει τη δυνατότητα για τέτοιου είδους περιηγήσεις, ενώ ο παραδοσιακός χαρακτήρας

αρκετών οικισμών (Πάργα, Αγιά, Βάλτος, τμήμα της Πρέβεζας κλπ.) δίνει τη δυνατότητα για άμεση επαφή των επισκεπτών με την τοπική παράδοση. Αυτή η μορφή τουριστικής δράσης, αντιπροσωπεύει ένα πολύ μικρό κομμάτι της τουριστικής αγοράς.

Γ. Φωτογραφικός τουρισμός

Η ιδιότυπη αυτή μορφή εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να κερδίσει έδαφος στην περιοχή. Το εναλλασσόμενο, μεταξύ ήρεμου και άγριου φυσικό τοπίο προσφέρεται για αυτού του είδους τον εναλλακτικό τουρισμό.

Δ. Φυσιολατρικός τουρισμός

Ο τουρισμός αυτός, βασίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών πόρων της περιοχής για την ανάπτυξη μικρής κλίμακας τουριστικών δραστηριοτήτων.

Οι τουριστικές αυτές δραστηριότητες, περιλαμβάνουν επισκέψεις και περιπάτους σε σπήλαια, βιότοπους, αισθητικά δάση και μνημεία της φύσης.

Ο φυσιολατρικός τουρισμός, στοχεύει στην άμεση επαφή με την φύση και τη γνώση της πανίδας, χλωρίδας και της γεωμορφολογίας μιας περιοχής.

Είδη Φυσιολατρικού τουρισμού είναι:

I. Περιπατητικός τουρισμός

Η πλούσια βλάστηση σε συνδυασμό με το ωραίο φυσικό τοπίο, αναμφίβολα προσφέρεται για αυτή την μορφή τουρισμού στην περιοχή.

Ο Ν. Πρεβέζης περιλαμβάνει περιοχές ιδιαίτερου ενδιαφέροντος για περιπατητικό τουρισμό όπως είναι η λίμνη Ζηρού, η λιμνοθάλασσα Τσοπελίου, η διαδρομή του Αχέροντα και του Λούρου. Επίσης, υπάρχουν πολλές παράκτιες εκτάσεις που είναι κατάλληλες για περιπάτους, όπως το ημιφυσικό δάσος του Μύτικα στα Ν.Δ. του νομού, η παράκτια περιοχή από Πάργα έως το ακρωτήριο του Αγίου Θωμά κλπ.

Η ανάδειξη όμως του περιπατητικού τουρισμού, προϋποθέτει μονοπάτια με διεθνείς προδιαγραφές (π.χ. Ε4) , ακριβή σημειολογία (πινακίδες που να

καθοδηγούν τον επισκέπτη - περιπατητή με ασφάλεια), info-kiosk, καθαρισμό από εμπόδια, θάμνους, συντήρηση, περίπτερα ανά τακτά διαστήματα για ξεκούραση, φαγητό κλπ.

II. Παραποτάμιος τουρισμός

Τα τελευταία χρόνια, οι μικροί τόποι της υπαίθρου αξιοποιούν τουριστικά, όλο και περισσότερο τις φυσικές ομορφιές τους (λίμνες, ποτάμια) με ήπιες παρεμβάσεις που δεν αλλοιώνουν τη φυσική ομορφιά και την αισθητική τους.

Μικρά ξύλινα περίπτερα εστίασης και ανάπαυσης κατά μήκος των ποταμών, πλοιάρια για ποτάμιες διαδρομές (ήδη υπάρχουν στον Αχέροντα), ανάπτυξη μικρών ξύλινων καταλυμάτων, ανάπτυξη πανηγυριών, γιορτών και αναβίωση εθίμων και ιστοριών με επίκεντρο τον ποταμό (π.χ. Αχέροντας).

Η ύπαρξη δύο ποταμών συνιστά αξιόλογο τουριστικό πόρο για την περιοχή, που προσφέρεται για ήπιες παρεμβάσεις όπως π.χ. την κατασκευή πλωτών καταλυμάτων ή κέντρων εστίασης, τα οποία συγκρατούνται σε συγκεκριμένο σημείο π.χ. με μια άγκυρα.

III. Ιππικός τουρισμός - ποδηλατικός τουρισμός

Η περιοχή στο σύνολό της, ιδιαίτερα στα πεδινά προσφέρεται για την ανάπτυξη του ιππικού τουρισμού, χρειάζεται βέβαια η κατάλληλη υποδομή, π.χ. καθορισμός ζωνών και διαδρομών, υπηρεσίες εξειδικευμένου δασκάλου, περιφραγμένοι χώροι, εξημερωμένα άλογα κλπ. Όλο το σύστημα θα μπορούσε να επεκταθεί για να συμπεριλάβει σχολές εκμάθησης ιππασίας, ιππικούς αγώνες κλπ.

Όσον αφορά στον τουρισμό, ο οποίος στηρίζεται στα ποδήλατα βουνού, μπορούν επίσης να καθοριστούν συγκεκριμένες διαδρομές με εναλλαγές βουνού, δάσους, πεδιάδας, σημειωμένες στο χάρτη αλλά και στο έδαφος με πινακίδες κλπ. Θα μπορούσαν ακόμα, να διοργανωθούν και αγώνες με ποδήλατα σε ανώμαλο έδαφος.

E. Τουρισμός Βιοτόπων

Ο τουρισμός αυτός απευθύνεται σε άτομα που ενδιαφέρονται για τη χλωρίδα και την πανίδα.

ΣΤ. Αθλητικός Τουρισμός

I. Θαλάσσιος τουρισμός και ναυταθλητισμός

Η καταλληλότερη μορφή αθλητικού τουρισμού, για το Ν. Πρέβεζας είναι ο ναυταθλητισμός, αφού υπάρχουν στην περιοχή παραλίες στις οποίες λαμβάνουν χώρα θαλάσσια σπορ.

Ο ναυταθλητισμός, περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως ιστιοπλοΐα, water skiing, καταδύσεις, κανό, wind surfing, κολύμβηση κλπ. Οι υποδομές που απαιτούνται για μερικές από αυτές τις μορφές τουρισμού είναι σχετικά δαπανηρές (π.χ. ιστιοπλοΐα) διότι χρειάζονται εξοπλισμό και εγκαταστάσεις, ενώ άλλες μορφές (όπως το wind surfing) δεν χρειάζονται ιδιαίτερες εγκαταστάσεις.

Τα θαλάσσια σπορ που λαμβάνουν χώρα στο νομό παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί. Αυτά λαμβάνουν χώρα στον Βάλτο, στο Λύχνο, στη Καστροσυκιά στο Παντοκράτορα, στη Κυανή Ακτή και στη Πρέβεζα.

Παραλίες	Θαλάσσια Σπορ Ν. Πρεβέζης						
	Σκι	Ιστιοσανίδα	Αλεξίπτωτο	Καταδύσεις	Τένις	Βόλεϊ	Ιστιοπλοΐα
Βάλτος		✓	✓				
Βάλτος (πίσω από το Κάστρο)				✓			
Κανάλι (Kanali Beach)					✓		
Κανάλι (τμήμα)	✓	✓	✓				
Καστροσυκιά (Preveza Beach)	✓	✓	✓		✓		
Λύχνος	✓	✓	✓				
Παντοκράτορας				✓			
Πάργα(Lichnos Beach)					✓		

Πάργα (Parga Beach)	✓	✓	✓				
Πρέβεζα							✓
Πρέβεζα-Κυανή Ακτή					✓	✓	



ίτιση υδατιών κλιμακωμένων για την

περιοχή:

- ❑ Μεγάλη διάρκεια τουριστικής περιόδου (από το τέλος Απριλίου μέχρι τέλος Οκτωβρίου).

- ❑ Αρκετά μεγάλη ανάλωση χρημάτων από τους τουρίστες στα καταστήματα της πόλης.

Όσα προαναφέρθηκαν σε συνδυασμό με την ευνοϊκή θέση της περιοχής, θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε περαιτέρω ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, εφόσον εκλείψουν οι ανασταλτικοί παράγοντες (π.χ. η κατασκευή μαρίνας στην περιοχή της Πρεβέζας).

II. Αθλήματα εσωτερικών υδάτων (ποταμών, λιμνών)

Στα αθλήματα αυτά, περιλαμβάνονται rafting, kayak, κανό, κωπηλασία, ιστιοπλοΐα με μικρά σκάφη (ατομικά). Στο Ν. Πρεβέζης οι προσφερόμενοι πόροι,

περιλαμβάνουν τον ποταμό Αχέροντα, τον Λούρο, την τεχνητή λίμνη του Λούρου και τη Λίμνη Ζηρού.

III. Τουρισμός τρίτης ηλικίας

Αυτού του είδους ο τουρισμός, αποφέρει συνήθως σημαντικά κέρδη. Αφορά άτομα με υψηλότερες απαιτήσεις αλλά και υψηλότερα «διαθέσιμα» εισοδήματα.

Ο συνταξιούχος ηλικιωμένος είναι συνήθως άτομο, το οποίο αποδεσμευμένο από τις συμβατικές υποχρεώσεις θέλει να απολαύσει την φύση και ότι αυτή του παρέχει, ενώ παράλληλα να μην στερηθεί την ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και τη φροντίδα που απολαμβάνει, μένοντας στο σπίτι του.

Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας, απαιτεί ευρεία υποδομή όσον αφορά την υγεία, την αναψυχή αλλά και τις τηλεπικοινωνίες, τις μεταφορές κλπ.

IV. Τουρισμός νέων

Ο τουρισμός για νέους, αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως:

☛ Παιχνίδια - συμμετοχή σε αναβίωση πολιτιστικού και ιστορικού γεγονότος.

☛ Festival - διοργανώσεις συναντήσεων νέων, φιλίας κλπ.

Η περιοχή στο σύνολό της προσφέρεται για τέτοιες εκδηλώσεις λόγω του ποταμού Αχέροντα.

Όπως για όλα τα προηγούμενα, έτσι και εδώ χρειάζεται η στοιχειώδης υποδομή (μόνιμες εγκαταστάσεις εξέδρας, W.C, αναψυκτήρια, χώροι εστίασης, ξύλινοι πάγκοι, ξύλινα τραπέζια κλπ.) προκειμένου να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες χιλιάδων επισκεπτών.

V. Κυνηγετικός τουρισμός - Περιοχές προστασίας ζώων που απειλούνται με εξαφάνιση

Ο Ν. Πρεβέζης, φημίζεται για το κυνήγι του και ήδη προσελκύει αρκετούς κυνηγούς. Συμπληρωματικά με τους συστηματικούς κυνηγούς, δίνεται η ευκαιρία και σε άλλους που δεν κυνηγούν αλλά ενδιαφέρονται για την ζωή των

ζώων να επισκεφθούν μια κατάλληλα διαμορφωμένη ρεζέρβα ζώων. Η παρουσία αγριόχοιρων στο δάσος Λεκατσά ενθαρρύνει την δημιουργία ρεζέρβας.

Η κατ' εξοχήν δυναμική μορφή ειδικού τουρισμού που παρουσιάζει μεγάλες προοπτικές στην περιοχή, είναι ο θαλάσσιος τουρισμός, με χρήση ιστιοφόρων ή μηχανοκίνητων σκαφών αναψυχής. Η ζήτηση για ενοικίαση σκαφών έχει αυξηθεί κατακόρυφα τα τελευταία χρόνια, ενώ ανασταλτικά δρα η ανυπαρξία οργανωμένων μαρίνων κατά μήκος των ακτών του νομού.

Ο Ν. Πρέβεζας ωφελείται ωστόσο από την ώθηση που έχει λάβει ήδη ο θαλάσσιος τουρισμός στο Ιόνιο Πέλαγος μετά την δημιουργία μαρίνων σε όλα σχεδόν τα Ιόνια νησιά. Λαμβανομένου υπόψη ότι όλη η θαλάσσια περιοχή του Ιονίου δρα ενιαία, ο νομός έχει τη δυνατότητα να ωφεληθεί πολλαπλά από την κίνηση ιστιοφόρων και μηχανοκίνητων σκαφών που ήδη έχει δημιουργηθεί.

Μια άλλη δυνατότητα θαλάσσιου τουρισμού που δεν έχει ακόμη αναπτυχθεί αρκετά, αφορά τα κρουαζιερόπλοια και τη δημιουργία διαδρομών από Πρέβεζα προς Βόρεια Αδριατική αλλά και ο συνδυασμός Βόρειας - Νότιας Αδριατικής με το Ιόνιο Πέλαγος.

Οι ήπιες μορφές τουρισμού δεν κρίνονται, σε γενικές γραμμές, ικανές να συντηρήσουν αυτοτελώς ένα πρόσθετο τουριστικό ρεύμα πέρα από μικρές ομάδες "αφοσιωμένων" οπαδών οικολογικών ή αθλητικών ενδιαφερόντων. Για τις περισσότερες από τις μορφές αυτές, απαιτούνται υποδομές (κύριες ή συμπληρωματικές) οι οποίες δεν υπάρχουν και είναι πιθανό να μην δημιουργηθούν εάν δεν εκδηλωθεί πρώτα κάποια ζήτηση. Είναι λοιπόν λογικό πως αναμένεται κατ' αρχήν η ενθάρρυνση των ειδικών μορφών τουρισμού ως συμπληρωματικών δραστηριοτήτων παραθεριστικού τουρισμού ή τουρισμού ξεκούρασης και αναζωογόνησης μικρής διάρκειας (Σαββατοκύριακα, τριήμερα, Πάσχα κλπ.).

Για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών, είναι απολύτως απαραίτητη η κατάλληλη δημοσιότητα με έντυπο και άλλο υλικό σε χώρους συγκέντρωσης τουριστών (π.χ. ξενοδοχεία, εστιατόρια, μουσεία κλπ.). Στον τομέα αυτό, η ανάπτυξη των όποιων δυνατοτήτων του νομού, προϋποθέτει τη συνεργασία με

εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία σε εθνικό ή ευρωπαϊκό επίπεδο και την πιλοτική ανάπτυξη δραστηριοτήτων για να δοκιμασθεί η ζήτηση.

Τα σημεία τα οποία κρίνονται κατάλληλα για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι:

- Οι ζώνες της κοίτης των ποταμών Αχέροντα και Λούρου. Ιδιαίτερα πρέπει να διερευνηθεί το άνω τμήμα του ποταμού Αχέροντα προς τις πηγές (από Βουβοπόταμο, και σκάλα Τζαβέλλαινας προς τις πηγές) και η δυνατότητα συνολικής πρόσβασης στον ποταμό από τις εκβολές μέχρι τις πηγές του. Επίσης, θα διερευνηθεί το Νότιο τμήμα του Λούρου από τις εκβολές του ως το χωριό Πέτρα.
- Οι λίμνες του νομού, δηλαδή η λίμνη του Ζηρού και η τεχνητή λίμνη του Λούρου, θα διερευνηθούν ως προς τις δυνατότητες φιλοξενίας αθλητικών δραστηριοτήτων γλυκού νερού σε συνδυασμό με ολοκληρωμένο πρόγραμμα οικολογικών διακοπών.
- Ο βιότοπος του Αμβρακικού, θα διερευνηθεί ως τόπος συμπληρωματικής τουριστικής δραστηριότητας.
- Η ευρύτερη περιοχή των ορέων Ζαλόγγου, η οποία περιλαμβάνει τον αρχαιολογικό χώρο της Κασσώπης, το μνημείο Ζαλόγγου και φτάνει στα Δυτικά μέχρι το δάσος Λεκατσά. Η αξιοποίηση της περιοχής αυτής, σε συνδυασμό με την παράκτια ζώνη των Δήμων Ζαλόγγου και Φαναρίου θα απαιτήσει πρόσθετες υποδομές πρόσβασης, πληροφόρησης, εστίασης και διαμονής.

3.10. ΑΠΕΙΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

- ✘ *Ο ανταγωνισμός κυρίως του θαλάσσιου τουρισμού με τα νησιά του Ιονίου.*
- ✘ *Η χαμηλή ποιότητα των καταλυμάτων σε σχέση με περιοχές παρόμοιου τουριστικού ενδιαφέροντος και η χαμηλή τεχνογνωσία του ανθρώπινου δυναμικού μπορούν να αποτελέσουν απειλές για την*

περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής και την προσέλκυση ποιοτικότερου τουρισμού.

3.11. Η ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ ΣΕ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Ⓢ Η περιοχή παρουσιάζει ένα σημαντικό πλεονέκτημα σε σχέση με την ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου. Διαθέτει τεράστιες παραλίες με καταπληκτικές ακτές, οι οποίες βρίσκονται σε κοντινή απόσταση με τις περιοχές των διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Επομένως, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί ορθολογική και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, μέσω της αξιοποίησης των τουριστικών πόρων της περιοχής.

Αξιοποιήσιμα μέρη θεωρούνται:

- ⦿ Το τμήμα του Αχέροντα από Γλυκή μέχρι Καστρί.
 - ⦿ Η εκβολή του Αχέροντα και το Νεκρομαντείο.
 - ⦿ Τα νότια στενά του Λούρου.
 - ⦿ Η Λίμνη Ζηρός της Φιλιππιάδας.
 - ⦿ Το Αισθητικό Δάσος στο Μύτικα Πρεβέζης.
 - ⦿ Η κοιλάδα του Αχέροντα από Αλώνι μέχρι Γλυκή.
 - ⦿ Τα νησάκια και το φρούριο της Πάργας.
- Ⓢ Πρέπει να αξιοποιηθούν από τα τουριστικά πρακτορεία με διάφορες εκδρομές και κατάλληλα τουριστικά πακέτα όλοι οι πολιτιστικοί και φυσικοί πόροι της περιοχής, όπως θα πρέπει να προβληθούν και διάφορες τοπικές δραστηριότητες π.χ. σύλλογοι γυναικών που φτιάχνουν παραδοσιακά γλυκά και άλλα προϊόντα της περιοχής (αγροτουρισμός - οικοτουρισμός).
- Ⓢ Πρέπει να υπάρξει οργάνωση σωστής και συστηματικής υποδομής για την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, έτσι ώστε να προτιμηθεί από τουρισμό ανώτερου επιπέδου.

- Ⓢ Επιβάλλεται να παρασχεθεί η κατάλληλη παιδεία τουριστικών επαγγελματιών, κυρίως στα ξενοδοχεία και ο τουρισμός πρέπει να αντιμετωπιστεί περισσότερο επαγγελματικά.
- Ⓢ Πρέπει οι κατά τόπους αρμόδιοι φορείς τουρισμού να έρθουν σε επαφή με πράκτορες του εξωτερικού για την καλύτερη προβολή της περιοχής και για την εισροή περισσότερων τουριστών σ' αυτήν. Συγκεκριμένα ο Δήμος Πρέβεζας, πρέπει να έρθει σε επαφή με ξένους πράκτορες, μέσω του ΕΟΤ για να διαπιστωθεί ποια είναι η εικόνα που επικρατεί για την περιοχή στο εξωτερικό, ώστε να βρεθούν τρόποι προώθησής της σ' αυτό.
- Ⓢ Πρέπει να σχεδιαστούν από τους τοπικούς φορείς, τουριστικά προγράμματα και πακέτα με πολυμορφία τουριστικών ενδιαφερόντων και όχι μόνο θαλάσσιων διακοπών, τα οποία θα προταθούν σε ξένους πράκτορες. Τα προγράμματα αυτά, θα περιλαμβάνουν εναλλακτικές προτάσεις για απλή διαμονή ή διαμονή σε συνδυασμό με εκδρομές σε διάφορα αξιοθέατα και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Ⓢ Θα πρέπει να λειτουργήσει η περιοχή συλλογικά σαν νομός και όχι κάθε Δήμος ξεχωριστά.
- Ⓢ Πρέπει να δοθούν από το κράτος, στους ιδιώτες και στους επενδυτές, περισσότερα αναπτυξιακά κίνητρα και προγράμματα για την περαιτέρω ανάπτυξη του νομού.

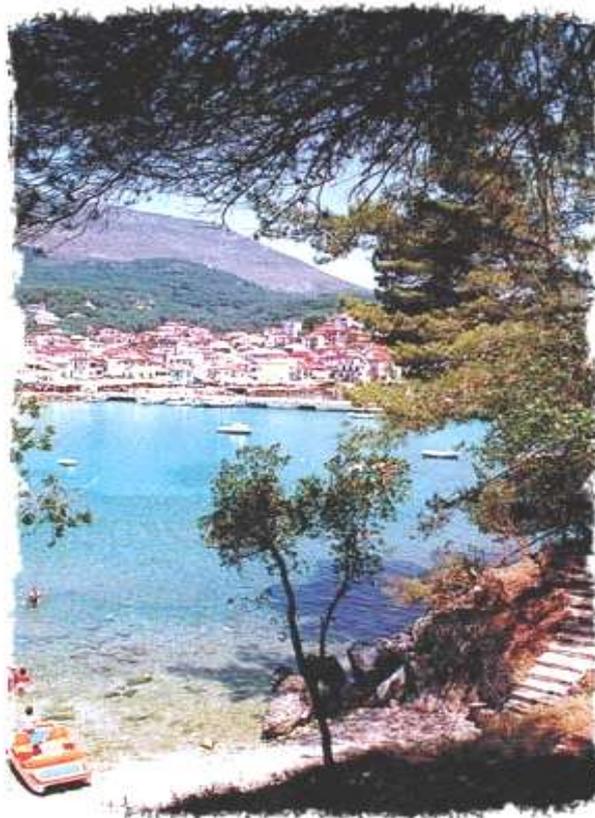


ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Ο τουρισμός κατατάσσεται διεθνώς μεταξύ των περισσότερο σημαντικών βιομηχανιών, με γρήγορους ρυθμούς αύξησης του κύκλου εργασιών του και σημαντική συμβολή στην ανάπτυξη, τόσο σε Εθνικό και Περιφερειακό, όσο και επίπεδο νομού. Ιδιαίτερη είναι η συμβολή στην απασχόληση και στις συναλλαγματικές εισπράξεις.
- Οι συντελεστές που συμβάλλουν στη γρήγορη ανάπτυξη του τουρισμού είναι χωρίς αμφιβολία η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, η μείωση του χρόνου και του κόστους του ταξιδιού, οι εξελίξεις στην τεχνολογία η ασφάλεια και μια σειρά από άλλους παράγοντες.
- Έτσι γίνεται κατανοητό, ότι η αναφορά μας σχετικά με τη διαχρονική διάρθρωση των τουριστικών μεγεθών στην Ελλάδα και στο Ν. Πρέβεζας είχε στόχο να αποκαλύψει και να επιβεβαιώσει τον σπουδαίο ρόλο που διαδραματίζουν η καθαρή φύση και οι προσεγμένοι πολιτιστικοί πόροι, στην προσέλκυση τουριστών.
- Βέβαια κατά τη δεκαετία του 1990, συντελέσθηκε σημαντική ποσοτική και κυρίως ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού που αντανακλάται στην αύξηση των εισπράξεων κατά τουρίστα, μέση κατά κεφαλή δαπάνη (από 290 δολάρια το 1990 σε 737 δολάρια το 2001), αφού σημειώθηκε σημαντική αύξηση ιδιαίτερα κατά το δεύτερο ήμισυ της δεκαετίας του '90 τόσο των αφίξεων τουριστών όσο και των εισπράξεων από τον τουρισμό σε σχέση με τα αντίστοιχα μεγέθη των άλλων περιοχών.
- Εκείνο το οποίο κάνει τι διαφορά στο Ν. Πρεβέζης είναι το μοντέλο της τουριστικής ανάπτυξης. Αυτή στηρίζεται σε μικρές μονάδες, που δίνουν το βάρος τους στη ζεστή φιλοξενία και στη φροντίδα των επισκεπτών. Όλα τα ξενοδοχεία της περιοχής βρίσκονται σε ικανοποιητικό επίπεδο από άποψη εκσυγχρονισμού.

- Τα τουριστικά θέρετρα της περιοχής δεν είναι ξεκομμένα από την υπόλοιπη τοπική κοινωνία, αλλά ενταγμένα αρμονικά σ' αυτήν. Ο νομός συνδυάζει απέραντες ακτές με καθαρή θάλασσα, βουνά με ιστορία και φυσικές ομορφιές, ικανοποιητική τουριστική οργάνωση και καλή συγκοινωνιακή υποδομή. Ο Ν. Πρεβέζης έχει τη δυνατότητα να συνδυάσει διαφορετικούς τύπους διακοπών,(π.χ. τον οικογενειακό παραθεριστικό τουρισμό, τον τουρισμό Σαββατοκύριακου κλπ.).
- Ο νομός συνδυάζει ακόμη, διαφορετικές μορφές διασκέδασης, ψυχαγωγίας και πολιτιστικής ζωής, αυτό οφείλεται στη γεωγραφική ποικιλομορφία του (Πάργα - Σούλι - Λυγιά - Φιλιπιάδα κλπ.) και τα πλούσια οικολογικά ενδιαφέροντα, επιτρέποντας στον επισκέπτη να αντλήσει όλα τα οφέλη.
- Τελειώνοντας θα ήταν μεγάλη παράληψη να μην επισημανθεί η ανάγκη ενίσχυσης της φροντίδας, για την διαφύλαξη όσο γίνεται αλώβητου του τοπίου, των παραδόσεων και της ιστορικής αρχιτεκτονικής κληρονομιάς. Δε χωρά λοιπόν καμιά αμφιβολία, ότι ο τουρισμός συμβάλει στην καλύτερη προετοιμασία του χώρου και των υπηρεσιών στο Ν. Πρεβέζης, για μια μακροχρόνια, ήπια και βιώσιμη ανάπτυξη.



ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Είναι σε όλους μας γνωστή η σημασία της τουριστικής βιομηχανίας για την οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας. Η Πρέβεζα συγκεντρώνει χαρακτηριστικά περιοχής με πολλές προοπτικές στο τομέα των τουριστικών υπηρεσιών. Ο συνδυασμός του κλασικού σχήματος ήλιος – παραλία – θάλασσα, αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία, με υψηλής αξίας οικοσυστήματα και εν γένει γεωγραφική ποικιλομορφία, την καθιστούν έναν από τους πιο προικισμένους νομούς στην χώρα. Αυτό, καταδεικνύεται από το γεγονός ότι ο νομός διαθέτει τα περισσότερα ενοικιαζόμενα δωμάτια στην Περιφέρεια της Ηπείρου αλλά και γενικότερα στην Δυτική Ελλάδα, με εξαίρεση τα Ιόνια νησιά. Η μέχρι τώρα τουριστική ανάπτυξη στηρίχθηκε κυρίως στις φυσικές ομορφιές του τόπου και τις μεμονωμένες ιδιωτικές πρωτοβουλίες.

Όπως αναφέρουμε και στην πτυχιακή μας εργασία ο Ν. Πρεβέζης διαθέτει τουριστική υποδομή, η οποία πρέπει να αξιοποιηθεί από τους υπεύθυνους για την περαιτέρω ανάπτυξή του. Χρειάζεται να υιοθετηθεί μια σύγχρονη οπτική και ένα πλαίσιο που θα επιδώξει την ανάπτυξη με σύγχρονους όρους, πράγμα που σημαίνει ότι δεν αρκεί η δραστηριοποίηση των εκπροσώπων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αλλά απαιτείται και η σύμπραξη των φορέων που εκπροσωπούν τους παράγοντες της τουριστικής οικονομίας, διαφορετικά η λειτουργία περιορίζεται σε μια ελιτίστικη και αποστασιοποιημένη διαδικασία.

Η κατακερματισμένη λειτουργία της ιδιωτικής σφαίρας του τουρισμού, είναι ενδεικτική της απουσίας οργανωμένης και συστηματικής έκφρασης ανά κλάδο. Ιδιαίτερα στο Ν. Πρέβεζας η κλαδική οργάνωση βρίσκεται στα σπάργανα.

Η Πολιτεία σε οποιοδήποτε επίπεδο, οφείλει να παρέχει το πλαίσιο και μέρος των απαιτούμενων πόρων, η ιδιωτική πρωτοβουλία όμως οφείλει να είναι παρούσα και δραστήρια στην ενεργοποίηση του παραπάνω πλαισίου, ειδάλλως δεν μπορεί να επιτευχθεί η αύξηση σε όγκο και ποιότητα του παραγόμενου τουριστικού προϊόντος.

Επίσης, πρέπει να γίνει κατανοητό ότι η προβολή αποτελεί ένα από τα δύο σκέλη στην προσέλκυση τουριστών. Το δεύτερο και πιο σημαντικό σκέλος είναι η τουριστική υποδομή και υπερδομή, γιατί η καλύτερη διαφήμιση προέρχεται από τον ικανοποιημένο τουρίστα.

Η φύση προίκισε πλουσιοπάροχα το Ν. Πρεβέζης. Ο τουρισμός είναι μια ανεξάντλητη πλουτοπαραγωγική πηγή, ο οποίος πρέπει να αξιοποιηθεί κατάλληλα για να αποφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- <http://www.eot.gr>
- <http://www.prevezanet.gr>
- <http://www.preveza.gr>
- <http://www.gto.gr>
- <http://www.roe.gr>
- <http://www.ornithologiki.gr>
- <http://www.ststatistics.gr>
- <http://www.in.gr>
- <http://www.apopsiprevezas.gr>
- Από ETANAM Α.Ε. « ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΚΤΩΝ ΙΟΝΙΟΥ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΠΡΕΒΕΖΑΣ » Εκδόσεις PRISMA Δεκέμβριος 1999
- Υ.Π.Α. (Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας)
- Οικονομικό Επιμελητήριο Πρέβεζας

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

¹ Η Διεθνής αυτή συνθήκη, αφορά την προστασία των υγροτόπων διεθνούς σημασίας, ειδικά τους βιότοπους αγρίων πουλιών.

Αρχικά υπογράφηκε στην ομώνυμη πόλη της Περσίας το 1971.

Η Ελλάδα ήταν η 7η χώρα που υπέγραψε και ενεργοποίησε την Σύμβαση Ramsar,, ανακηρύσσοντας 11 υγροτοπικές περιοχές που περιλαμβάνονται στον κατάλογο υγροτόπων Διεθνούς Σημασίας.

Τέθηκε σε ισχύ, τον Δεκέμβριο του 1975 και ήταν η πρώτη σύμβαση που ασχολήθηκε αποκλειστικά με την προστασία των βιοτόπων. Οι κύριες υποχρεώσεις που αναλαμβάνουν τα συμβαλλόμενα μέρη είναι:

1. Να οριοθετήσουν κατάλληλους υγροτόπους, μέσα στα όρια της εδαφικής τους επικράτειας που θα περιληφθούν σε έναν κατάλογο υγροτόπων Διεθνούς Σημασίας.
2. Να καθορίσουν και να εφαρμόσουν τέτοιο σχεδιασμό, ώστε να προωθήσουν τη διατήρηση των υγροτόπων που περιλαμβάνονται στον κατάλογο αυτό, και την -κατά το δυνατόν- ορθολογική χρήση των υγροτόπων εντός της εδαφικής τους επικράτειας.
3. Να προωθήσουν την προστασία των υγροτόπων και της υδρόβιας ορνιθοπανίδας οριοθετώντας προστατευόμενες περιοχές σε υγροτόπους και παρέχοντας επαρκή μέσα για την φύλαξή τους.
4. Κάθε συμβαλλόμενο κράτος, θα πρέπει να οριοθετήσει τουλάχιστον μία περιοχή η οποία θα συμπεριληφθεί στον κατάλογο, κατά τη στιγμή που θα υπογράψει η Συνθήκη.

² Παγκόσμια πρωτιά αποτελεί πλέον το γεγονός ότι η Πάργα διαθέτει το καλύτερο τουριστικό κατάλυμα ανάμεσα σε 3500 από ολόκληρο τον κόσμο. Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιεί η Σκανδιναβική εταιρία My travel με έδρα την Στοκχόλμη κάθε χρόνο με την μέθοδο του ερωτηματολογίου που

συμπληρώνουν οι πελάτες της, ανακοινώνει το TOP 50 των τουριστικών καταλυμάτων των ξενοδοχείων σε ολόκληρο τον κόσμο. Τα δύο τελευταία χρόνια το τουριστικό κατάλυμα Baywatch ανακηρύσσεται το καλύτερο σε ολόκληρο τον κόσμο, αφήνοντας πίσω ακόμα και ξενοδοχεία 5 Αστέρων. Μάλιστα, στην πρώτη δεκάδα του TOP 50, που δημοσιοποιεί η εταιρία My travel, βρίσκονται άλλα δύο τουριστικά καταλύματα από την Πάργα. Πιο συγκεκριμένα στην 4η βρίσκεται το «ΕΝΕΤΙΚΟ» και το «Αθηνά», στην 7η θέση. Αναμφισβήτητα, αυτές οι μοναδικές διακρίσεις για τα ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα της Πάργας αποτελούν την καλύτερη διαφήμιση παγκοσμίως, τόσο για τον συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό, όσο και για τη χώρα μας γενικότερα, καθώς έλαβαν χώρα στην αρχή της τουριστικής περιόδου, σκορπώντας μηνύματα ελπίδας και αισιοδοξίας σε όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής για την έλευση πολύ καλύτερων εποχών. Το kanaris Travel, έχει βραβεύσει η εταιρία My Travel με το βραβείο του καλύτερου ταξιδιωτικού γραφείου σε ολόκληρο τον κόσμο. Η εταιρία My Travel λειτουργεί 50 χρόνια και μέχρι σήμερα έχει δώσει 5 βραβεία. Πιο συγκεκριμένα τα 4 σε ξενοδοχεία στους Κανάριους Νήσους και το 1 σε ταξιδιωτικό γραφείο kanaris Travel στην Πάργα.

Πηγή: Ήπειρος

(14/7/2005)

³ Επισημαίνεται ότι το λιμάνι είναι φυσικό και η λεκάνη του είναι στον Αμβρακικό κόλπο που προστατεύεται από τη συνθήκη **RAMSAR**.

✱ Οι tour operators είναι αυτοί που διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό τους προορισμούς όπου θα υπάρξει μεγαλύτερη προσέλευση επισκεπτών, μέσα από τα «τουριστικά πακέτα» που σχεδιάζουν και την προβολή που πραγματοποιούν προς τους τελικούς καταναλωτές και τα τουριστικά πρακτορεία.

© Ο επαγγελματικός τύπος αναφέρεται σε περιοδικά που απευθύνονται σε tour operators και γραφεία τουρισμού

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Α. ΛΟΝΔΙΝΟ 2004



Στις 8 Νοεμβρίου 2004, ημέρα Δευτέρα, η Ν. Ε. Τ. Π. Πρέβεζας εγκαινίασε το περίπτερο του νομού της στην παγκόσμια έκθεση τουρισμού στο Λονδίνο, που είναι η μεγαλύτερη του κόσμου γνωστή ως World Trade Market. Η έκθεση διήρκεσε 4 μέρες από 8/11 έως 11/11 και τα σχόλια των παραγόντων του τουρισμού ήταν ιδιαίτερα κολακευτικά για το περίπτερο του νομού.

Β. ΝΑΠΟΛΗ ΙΤΑΛΙΑΣ 2005

Άλλη μια πρωτιά για το Ν. Πρεβέζης στο εξωτερικό, επετεύχθη με την συμμετοχή του νομού στην έκθεση τουρισμού που διοργανώνεται κάθε χρόνο στη Νάπολη.

Η συγκεκριμένη έκθεση είναι η 2^η μεγαλύτερη στη γειτονική χώρα και η σημαντικότερη στη Νότια Ιταλία. Συμμετέχουν 1.000 περίπου εκθέτες, από όλους τους κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας αλλά και οι εθνικοί φορείς τουρισμού πολλών χωρών.

Από πλευράς Ελλάδας στο χώρο που είχε ο Ε.Ο.Τ., εκτός του Ν. Πρέβεζας, περίπτερα είχαν μεμονωμένα νησιά του Αιγαίου και η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων.

Η σημασία που έχει το τουριστικό ρεύμα από Ιταλία, συνίσταται στο γεγονός ότι ένα μεγάλο κομμάτι οργανώνει τις διακοπές του, ιδιαίτερα στο Ιόνιο, σε ατομική βάση και όχι με μαζικά τουριστικά πακέτα. Επίσης, μεγάλο ποσοστό εκμεταλλεζόμενο την εγγύτητα με την Ελλάδα οργανώνει τις διακοπές του αυτοκινούμενα.

Η παρουσία του περιπτέρου αποτέλεσε κάτι καινούριο στην ελληνική συμμετοχή, δεδομένου ότι για τους Ιταλούς είναι γνωστά τα Ιόνια νησιά και πολύ λιγότερο τα παράλια της Ηπείρου, με εξαίρεση τα Σύβοτα και την Πάργα. Γι' αυτό και υπήρξε μεγάλο ενδιαφέρον μέσω του έντυπου υλικού που μοιράστηκε, τόσο για τις πανέμορφες παραλίες του νομού, όσο και για το γεγονός ότι υπάρχει μια ρωμαϊκή πόλη σ' αυτόν (Νικόπολη).



Γ. ΟΥΤΡΕΧΤΗ 2005

Ο Ν. Πρέβεζας συμμετείχε με επιτυχία στην Διεθνή Τουριστική Έκθεση της ΟΥΤΡΕΧΤΗΣ Vakantie Beurs 2005, που είναι μια από τις μεγαλύτερες που διοργανώνονται στις κάτω χώρες, με περίπτερο από κοινού με τη νομαρχία Θεσπρωτίας.

Οι Ολλανδοί τουρίστες αποτελούν ένα αξιόλογο τμήμα της τουριστικής αγοράς του νομού με ιδιαίτερα δυναμικές προοπτικές παραπέρα διεύρυνσης του. Εκτός αυτού όμως, το εν λόγω τμήμα αγοράς εξαιτίας της μεγάλης εξειδίκευσης σε διακοπές πακέτων με χρήση charter flights, έχει και μια ιδιαίτερη σημασία για τον τουριστικό κλάδο της περιοχής όπου με βάση στοιχεία του ΕΟΤ για τα ξενοδοχειακά καταλύματα το έτος 2003 η ολλανδικής εθνικότητας τουρίστες αποτελούσαν το 12% του συνόλου των αφίξεων και το 9% των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών σε όλο το Ν. Πρέβεζας.

Κατά τη διάρκεια λειτουργίας της έκθεσης από την Τρίτη 11 Ιανουαρίου 2005 έως την Κυριακή 16 Ιανουαρίου τόσο το γενικό περίπτερο του ΕΟΤ όσο και το περίπτερο εκπροσώπησης του Ν. Πρέβεζας απέσπασε ιδιαίτερα θετικές εντυπώσεις και ευμενή σχόλια και διένειμε μεγάλο αριθμό διαφημιστικών εντύπων (χάρτες, οδηγούς) και άλλων διαφημιστικών μέσων (αφίσες, DVD, μπλουζάκια με το λογότυπο της Πρέβεζας).

Σύμφωνα με στατιστικές που διεξήχθησαν από το εν λόγω εκθεσιακό κέντρο, θα πρέπει να επισημανθεί ότι η Ελλάδα – τοποθετημένη στην αίθουσα 8 μαζί με τις άλλες ανταγωνίστριες μεσογειακές χώρες – κέρδισε τις εντυπώσεις, αφού τοποθετήθηκε αμέσως, μετά τη Γαλλία στη δεύτερη θέση ξεπερνώντας ακόμα και παραδοσιακούς καλοκαιρινούς προορισμού όπως η Ισπανία και η Ιταλία.

Η πρώτη μέρα, ήταν αφιερωμένη στους επαγγελματικούς φορείς. Όπου φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αλλά και τουριστικοί επαγγελματίες, καλλιέργησαν επωφελείς επαφές με τουριστικούς πράκτορες που δραστηριοποιούνται στην τουριστική αγορά των κάτω χωρών. Κατά τη διάρκεια της ημέρας αυτής, απονεμήθηκαν τα τουριστικά βραβεία του ολλανδικού τουρισμού ANWR όπου η Ελλάδα σαν τιμώμενη χώρα πρωταγωνίστησε στην εκδήλωση.

Αριθμοί επισκεπτών της έκθεσης VAKANTIE BEURS OΥΤΡΕΧΤΗΣ 2005

ΗΜΕΡΕΣ	ΑΤΟΜΑ
Τρίτη 11/01	14.658
Τετάρτη 12/01	19.310
Πέμπτη 13/01	23.943
Παρασκευή 14/01	34.300
Σάββατο 15/01	25.000
Κυριακή 16/01	24.688
Σύνολο	137.789

Η θετική φετινή παρουσία του Ν. Πρεβέζης στην διοργάνωση αυτή, είναι σε θέση να επηρεάσει θετικά αλλά και αποδοτικά την πορεία του τουριστικού κλάδου στο νομό για το μέλλον, η οποία με την συμπλήρωση των απαραίτητων

έργων υποδομής, μπορεί να διαμορφώσει τις αναγκαίες προϋποθέσεις για τη γενικότερη αειφόρο ανάπτυξη της συγκεκριμένης περιοχής.

