

# Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης Περιφέρειας Κρήτης - RIS3Crete



Τελική Διαβούλευση Α' Κύκλου  
Πολιτιστικός – Τουριστικός Τομέας

Τουρισμός Υπαίθρου

Σύνοψη Συμπερασμάτων  
Διαβούλευσης

# Θεματικές Ενότητες Διαβούλευσης

**MINOS I**

**1A**

Ανάπτυξη εφαρμογών ICT για ειδικές  
μορφές τουρισμού (GROUP A)

*Δρ Ιωάννης Μαρκόπουλος*

**MINOS II**

**1B**

Ανάπτυξη εφαρμογών ICT για ειδικές  
μορφές τουρισμού (GROUP B)

*Σταύρος Καουκάκης, MSc*

**APOLLON**

**2**

Ανάδειξη και εμπλουτισμός τουριστικού  
προϊόντος

*Δρ. Νίκος Βαγιονής*

**PASIPHAE I**

**3**

Marketing και προώθηση τουριστικού  
προϊόντος

*Δρ. Γεωργία Ζούνη*

**1. Ανάπτυξη εφαρμογών ICT για ειδικές μορφές τουρισμού**  
**Συντονιστές: Δρ Ιωάννης Μαρκόπουλος, Σταύρος Καουκάκης**  
**Rapporteur: Κατερίνα Ρουσάκη / Θάλεια Ρουκουνάκη**

**Τεχνολογικές Θεματικές Περιοχές**

1. Web Apps & Portals
2. Mobile Apps
3. iKiosks
4. Hotel Apps (Room, Booking)
5. (Open) Data Platforms / Data Analytics
6. Παραγωγή ψηφιακού/επιστημονικού περιεχομένου
7. Sensors & GPS Trackers
8. e-Ticketing
9. VR & 360o Tours
10. Gamification



# Συνάφεια με τον Τουρισμό Υπαίθρου

- Υπηρεσίες προβολής σημείων ενδιαφέροντος στον Τουρισμό Υπαίθρου (π.χ εκκλησιαστικός τουρισμός, δικτύωση περιφερειακών μουσείων, ανάδειξη υποβρύχιου πλούτου, μουσικός πολιτισμός κ.α.)
- Υπηρεσίες υποστήριξης δραστηριοτήτων και διαμονής στην Ύπαιθρο (π.χ. περιπατιτικός τουρισμός, ασφάλεια περιήγησης κ.α.)

## Γενικές Παρατηρήσεις - Προτάσεις

- Περιγραφή του state of the art ώστε να επιτευχθεί η διαφοροποίηση και το Value Add (π.χ. αξιοποίηση social networks)
- Παρατηρήθηκε συμπληρωματικότητα ιδεών και προτείνεται η δημιουργία συνεργιών και συνεργασιών
- Στις συνεργατικές κυρίως προτάσεις προτείνεται η σύνταξη συναφούς επιχειρηματικού σχεδίου
- Υψηλό επίπεδο εφικτότητας των προτάσεων αλλά μεγάλος βαθμός επικάλυψης

## 2. Ανάδειξη και εμπλουτισμός τουριστικού προϊόντος

Συντονιστής Δρ. Νίκος Βαγιονής  
Rapporteur: Δήμητρα Δαφνομήλη

Παρουσιάστηκαν 16 προτάσεις που καλύπτουν ποικιλία θεματικών εξειδικεύσεων στον τουρισμό Υπαίθρου

- **1η Ομάδα:** Συμπράξεις (8 προτάσεις)

Δημιουργία cluster με στόχο την συνεργασία Ερευνητικών/Επιστημονικών φορέων (ΤΕΙ, Πολυτεχνείο, ΕΛΚΕΘΕ) με δημοτικούς είτε ιδιωτικούς φορείς με στόχο την αξιοποίηση τοπικών προϊόντων (λάδι, ελιές, χαρούπια, ελαιοτριβεία, κτηνοτροφία)

Συμπράξεις με διασύνδεση μεταξύ των επιχειρήσεων με στόχο την κοινή παροχή υπηρεσιών.

- **2<sup>η</sup> ομάδα:** Τυποποίηση και ανάδειξη φυσικών περιοχών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών της Κρήτης. (4 προτάσεις)

Περιλαμβάνονται ποδηλατικές διαδρομές, πιστοποίηση παραλιών αλλά και πιστοποίηση τοπικών παραδοσιακών μουσικών οργάνων

- **3<sup>η</sup> ομάδα:** Θεματικές τουριστικές δομές (4 προτάσεις)

Περιλαμβάνονται Θαλάσσια καταδυτικά πάρκα, Μουσεία αγροτικών προϊόντων (ελιά, χαρούπι)

Εκπαιδευτική δομή που περιλαμβάνει εκπαίδευση πιλότων σε συνδυασμό με θεραπεία ασθενών και εκπαίδευση ΑΜΕΑ

## ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ:

- Η **συνάφεια** με τον τουρισμό υπαίθρου ήταν σχετικά **υψηλή** και οι προτάσεις προέρχονταν από μικρές επιχειρηματικές δομές ή επιστήμονες.
- Οι προτάσεις εμφάνιζαν διαφοροποίηση όσον αφορά το βαθμό ωριμότητας, που εκφράζεται στο βαθμό ολοκλήρωσης της ιδέας, του επιχειρηματικού σχεδίου, (business plan) , του χρόνου υλοποίησης, κλπ.
- Γενικά πάντως ο βαθμός **ωριμότητας** ήταν μάλλον **χαμηλός**.
- **Θετικό** χαρακτηριστικό ήταν οι δύο περιπτώσεις συνάφειας προτάσεων, με κατάλληλες προϋποθέσεις μπορεί να προκύψει είτε συνεργασία είτε συμπληρωματικότητα.
- Προτείνεται η εξέλιξη των ιδεών και η επιχειρηματική αποκρυστάλλωση, καθώς και ο καθορισμός των δυνητικών πληθυσμών – στόχων.
- Σε κάθε περίπτωση θα υπάρχει δυνατότητα βελτίωσης των προτάσεων μέχρι την ολοκλήρωση της διαβούλευσης και την πρόσκληση από την ΕΥΔ



# 3. Marketing και προώθηση τουριστικού προϊόντος

Συντονίστρια: Δρ Γεωργία Ζούνη

Rapporteur: Μπίλιος Χρήστος

- **Κατηγοριοποίηση θεματικών πεδίων ανά είδος πρότασης**
  1. Ερευνητικά έργα με αποδεδειγμένη διεθνή έρευνα
  2. Πάροχοι/ δημιουργοί ποιοτικών προϊόντων/ υπηρεσιών/ εμπειριών
  3. Πλατφόρμες/ εταιρίες προβολής / τουριστικού σχεδιασμού και μάρκετινγκ
- **Και οι τρεις κατηγορίες συμβάλλουν - κυρίως συνδυαστικά και συνεργατικά- σημαντικά στον εμπλουτισμό τουρισμού υπαίθρου της Κρήτης**
- **ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ:**
  - Η παράμετρος του μάρκετινγκ μέσω της έρευνας μάρκετινγκ και αγορών αλλά και στρατηγικής και προβολής λείπει από την πλειοψηφία των προτάσεων
  - Οι περισσότερες δεν είναι ώριμες,
  - Μερικές πιλοτικές, σχέδια επίδειξης / δοκιμαστικές
  - Όλοι ανοικτοί σε συμπράξεις
  - Συναντίληψη εμπλεκομένων

**Σας Ευχαριστώ πολύ**



**<http://ris3.crete.gov.gr>**