

ΛΑΡΙΣΑ
ΑΝΟΙΚΤΗ
ΠΟΛΗ

Εξειδικευμένο
πακέτο προώθησης

OPEN SPACE
OPEN RIVER

ΧΩΡΟΣ
ΠΟΤΑΜΙ



Εξειδικευμένο
πακέτο προώθησης

OPEN SPACE
OPEN RIVER
ΧΩΡΟΣ
ΠΟΤΑΜΙ

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	1
Ανάλυση	3
Προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών - δυναμικών του αγαθού	3
Διαστάσεις του αγαθού	5
Σύνδεση του αγαθού με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης	6
Σύνθεση	8
Προτεινόμενο μίγμα προώθησης και υποστήριξης	8
Δυνητικές ομάδες - στόχοι και βασικές στρατηγικές	10
Προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης	14
Κοινές Δράσεις των 7 πακέτων	22
Στρατηγική διαχείριση πακέτου	26
Συμπεράσματα	28
Χρονοδιαγράμματα & Προϋπολογισμοί	29

Εικόνες

σελ.	περιγραφή	πηγή
9	Διαφημιστικό υλικό εκδηλώσεων, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
13	Πάρκο Αλκαζάρ	Προσωπικό αρχείο Μαντά Ν.
15	Ποδηλάτες, Λάρισα	bicyclerissa.blogspot.com
17	Θέατρο Δρόμου, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
19	Διαμόρφωση κοίτης Πηνειού ποταμού, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
21	Πηνειός ποταμός, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Μαντά Ν.
26	Στιγμιότυπο από συνεδρίαση	www.skai.gr

Διαγράμματα

4	Ο πυρήνας του πακέτου Open Space - Open River	Ιδία επεξεργασία
25	Infographic: κοινές δράσεις 7 πακέτων	Ιδία επεξεργασία

Εισαγωγή

Η κεντρική θέση της Λάρισας στον Ελλαδικό χώρο, το πεδινό της ανάγλυφο και οι εναλλαγές που παρατηρούνται μεταξύ του αστικού τοπίου, των χώρων πρασίνου και του φυσικού περιβάλλοντος (Πηνειός) έχουν συμβάλλει τα μέγιστα:

- στην οικονομική ανάπτυξη, όχι μόνον της πόλης, αλλά και της ευρύτερης περιοχής (περιοχή ανάπτυξης του πρωτογενούς και του δευτερογενούς τομέα παραγωγής, σημείο κόμβος των μεταφορών αγαθών και επιβατών στον ελλαδικό χώρο και όχι μόνο), και
- στην υιοθέτηση της αίσθησης μιας ποιοτικής και εύρωστης πόλης με υψηλή ποιότητα ζωής, κατάλληλης για να ζήσει και να δράσει κάποιο άτομο σε αυτή. Η ενίσχυση της αίσθησης της 'ιδανικής και ποιοτικής πόλης για να ζεις' μπορεί να επιτευχθεί μέσω συντονισμένων δράσεων. Οι δράσεις με τη σειρά τους θα θέσουν τις βάσεις και θα διαμορφώσουν το κλίμα πάνω στο οποίο θα στηριχθεί και θα εξελιχθεί η αίσθηση σε ισχυρό μέρος της ταυτότητας της πόλης. Αυτός άλλωστε είναι ο βασικός σκοπός και η αιτία σύνταξης αυτού του πακέτου.

Τα παραπάνω στοιχεία συνθέτουν ένα υποσχόμενο προφίλ πόλης, που μπορεί να είναι ιδιαίτερος θελκτικό -όσο και σπάνιο- για τα ελληνικά δεδομένα. Ο συντονισμός και η οργανωμένη προβολή αυτών των στοιχείων μέσω εξειδικευμένων δράσεων θα μπορέσει να προβάλλει και να προωθήσει την πόλη της Λάρισας ως μιας πόλης με υψηλή ποιότητα ζωής.

Σκοπός του πακέτου Open Space - Open River είναι να αναδείξει

το πλεονέκτημα της Λάρισας, αναφορικά με την ξεχωριστή επίπεδη γεωμορφολογία της, η οποία με τη σειρά της έχει επηρεάσει και έχει συνδεθεί άρρηκτα με τον τρόπο και τον βαθμό ανάπτυξής της. Οι εξειδικευμένες δράσεις που θα προταθούν θα δώσουν ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση των ακόλουθων στόχων:

- Λάρισα η πόλη των ειδικών γεγονότων, κάτι το οποίο υποστηρίζεται από τη γεωγραφική της θέση, την προσβασιμότητά της, τη γεωμορφολογία της και του ειδικού ρόλου που καλείται να διαδραματίσει ο ποταμός Πηνειός.
- Ενίσχυση, διαφοροποίηση και υποστήριξη της Εβδομάδας Πηνειού.
- Προώθηση της ιδέας της περιπλάνησης στην πόλη (λόγω επίπεδης γεωμορφολογίας) με δραστηριότητες που προβάλλουν την ποιότητα ζωής και τον ελεύθερο χρόνο (προώθηση της χρήσης μέσων συγκοινωνίας και ποδηλάτων).
- Ενίσχυση δρώμενων στους δημόσιους χώρους, πλατείες (πόλη ανοικτή στις καλλιτεχνικές εκφράσεις).
- Ανάδειξη του Πηνειού και ειδικά σχεδιασμένες δράσεις με αναφορά στο σημαντικό αυτό φυσικό και μοναδικό πλεονέκτημα της πόλης. Συντονισμένη προβολή της πόλης ως 'μιας σύγχρονης Ευρωπαϊκής παραποτάμιας πόλης' μέσα από τη διεξαγωγή πολιτιστικών, αθλητικών και οικολογικών γεγονότων, για την προσέλκυση τουρισμού για city-breaks και Σαββατοκύριακα χαλάρωσης (αύξηση των διανυκτερεύσεων Σαββατοκύριακου, αξιοποίηση παραποτάμιας διαδρομής για στιγμιαίες αποδράσεις στη φύση).
- Συνδυασμός με συνολικές δράσεις του ΣΣΜΛ των άλλων πακέτων.
- Σταδιακή δημιουργία υποδομής για την εξάσκηση παραποτάμιου αθλητισμού.
- Προώθηση φυσιολατρικής συνείδησης μέσα από οικολογικές δραστηριότητες (π.χ. βιολογική αγορά).

Πυρήνας και κεντρική ιδέα - αφορμή του πακέτου είναι η ιδιαίτερη επίπεδη γεωμορφολογία της πόλης της Λάρισας, η κεντρική της θέση στον Ελλαδικό χώρο και οι εναλλαγές που παρατηρούνται μεταξύ του αστικού τοπίου, των χώρων πρασίνου και του φυσικού περιβάλλοντος (Πηνειός), στοιχεία τα οποία συμβάλλουν στην ανάπτυξη της αίσθησης μιας ιδανικής και ποιοτικής πόλης για να ζεις.

Ανάλυση

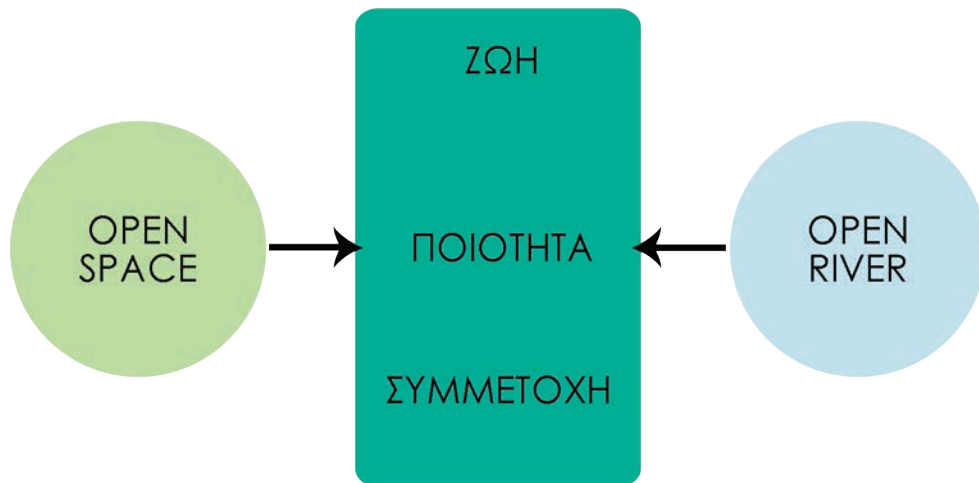
Κεντρικοί εκφραστές αυτής της πολύπλευρης ιδιαιτερότητας είναι το πεδινό ανάγλυφο, η ύπαρξη πολλών δημοσίων χώρων πρασίνου, η ομορφιά του κέντρου της πόλης και ο Πηνειός ποταμός. Στο Διάγραμμα 1 αποτυπώνεται ο πυρήνας του σχεδιασμού του συγκεκριμένου πακέτου. Από το διάγραμμα προκύπτει ότι οι άξονες δόμησης του πακέτου είναι τα ΕΙΔΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ που η Λάρισα επιβάλλεται να σχεδιάσει και να φιλοξενήσει αλλά και ο ΠΗΝΕΙΟΣ που έχει μεγάλη οικονομική αξία για την πόλη και την ευρύτερη περιφέρεια της Κεντρικής Ελλάδας.

Προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών - δυναμικών του αγαθού

Οι στόχοι, οι προτάσεις και οι δράσεις του εν λόγω πακέτου αποσκοπούν στη διάχυση της ιδέας της άνετης, ποιοτικής, ευρύχωρης και ζωντανής πόλης σε επίπεδο:

- Πολιτιστικό (πυρήνας η προβολή της Λάρισας ως τόπου με υψηλή ποιότητα ζωής, υψηλό βιοτικό επίπεδο και πολλές επιλογές ψυχαγωγίας - διασκέδασης),

- Τουριστικό (πυρήνας η σύνδεση της επιλογής της Λάρισας ως τουριστικού προορισμού με την εμπειρία των city breaks, του παραποτάμιου τουρισμού και των διάφορων εκφάνσεων του αστικού πολιτισμού),
- Αθλητικό (πυρήνας η προβολή των αθλητικών παραποτάμιων δραστηριοτήτων στον Πηνειό και της χρήσης ποδηλάτων στην πόλη),
- Φυσιολατρικό (πυρήνας μια προβολή ευαισθητοποίησης για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος με δράσεις που υπογραμμίζουν την αναγκαιότητα της παρουσίας του στον αστικό ιστό),
- Στα ειδικά γεγονότα (πυρήνας η εξωστρέφεια της πόλης και η ικανότητα της να προσελκύει λόγω ιδιαίτερων δυναμικών ειδικά γεγονότα ευρείας θεματικότητας).



Διαστάσεις του αγαθού

Οι προτάσεις του πακέτου *Open Space - Open River* συνδέονται με τα υπόλοιπα πακέτα, αφού αποτελούν μέρος μιας ενιαίας στρατηγικής για την προώθηση της πόλης της Λάρισας, ενώ υποστηρίζονται από συμπληρωματικές δράσεις-συνέργειες που πολλαπλασιάζουν το επιθυμητό αποτέλεσμα (Larissa, Open City).

Οι δράσεις που θα προταθούν έχουν ΑΜΕΣΗ συνάφεια και σχέση με τα πακέτα:

- *Open Tourism - Open Culture*: θα υπάρξουν συνέργειες σε επίπεδο στρατηγικής για την περαιτέρω τόνωση της τουριστικής προοπτικής της Λάρισας ως προορισμού για city-breaks και για αποδράσεις Σαββατοκύριακου. Και στα δύο πακέτα υπάρχουν δράσεις που αναλαμβάνουν να ισχυροποιήσουν την παρουσία της πόλης της Λάρισας στον εγχώριο τουριστικό χάρτη.
- *Open People - Open Life*: η διεύρυνση των επιλογών ψυχαγωγίας και διασκέδασης σε πολιτιστικά δρώμενα / δραστηριότητες, η προβολή της φιλοξενίας λόγω του ανοιχτού χαρακτήρα των ντόπιων και η ενίσχυση της γενικότερης ποιότητας και του τρόπου ζωής της πόλης είναι συγκοινωνούντα δοχεία που μπορούν να οδηγήσουν τη Λάρισα στην κορυφή της λίστας των επιλογών ως τόπου για να ζει και να δρα κάποιος.
- *Open Sports*: οι δράσεις που αφορούν σε προβολή/διοργάνωση αθλητικών δραστηριοτήτων, με έντονο φυσιολατρικό χαρακτήρα (π.χ. rafting στον ποταμό Πηνειό), δεν μπορούν να μην είναι σε απόλυτη σύμπνοια με το ευρύτερο πλαίσιο που έχει τεθεί από το εν λόγω πακέτο.
- *Open Care - Open Health*: η ενίσχυση της ιδέας για μια ποιτική διαβίωση σε ένα υγιές περιβάλλον με όλες τις υπηρεσίες που ορίζονται ως προαπαιτούμενες για μια σύγχρονη ευρωπαϊκή πόλη, είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τις παροχές υψηλής υγειονομικής περιθαλψης.

Εκτός από τις προαναφερθείσες άμεσες σχέσεις / συνέργειες που παρατηρούνται σε σχέση με το πακέτο *Open Space - Open River*, υπάρχουν και πακέτα που παρουσιάζουν ΕΜΜΕΣΗ σχέση:

- *Open Business - Open Networks*: οι δράσεις που προτείνονται στο πλαίσιο του πακέτου *Open Space - Open River* βοηθούν στην τόνωση της τοπικής αγοράς και επιχειρηματικότητας (τουριστικές, πολιτιστικές, αθλητικές επιχειρήσεις, βιολογικές αγορές και καταστήματα εστίασης).
- *Open Education - Open Research*: για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης και της αγάπης για το φυσικό περιβάλλον και κατ' επέκταση για μια καθαρή πόλη, η εκπαίδευση του μαθητικού και η ευαισθητοποίηση του γενικότερου νεανικού κοινού είναι ένα σημείο τομής των δυο πακέτων.

Σύνδεση του αγαθού με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης

▪ *Αύξηση της τουριστικής ζήτησης σε διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού*

Είναι ένα από τα πολυπόθητα ζητούμενα της Λάρισας, η αύξηση της τουριστικής ζήτησης, η οποία μπορεί να επιτευχθεί από τον προγραμματισμό δράσεων στο συγκεκριμένο πακέτο όπως και σε όλα τα υπόλοιπα. Στην περίπτωση σχεδιασμού και ανάπτυξης των δράσεων του πακέτου *Open Space - Open River*, αναμένεται ουσιαστική αύξηση της τουριστικής ζήτησης ειδικότερα στον πολιτιστικό και φυσιολατρικό τουρισμό κάτι το οποίο είναι αποτέλεσμα συνεργασιών και κοινών δράσεων με άλλα πακέτα του ΣΣΜΛ.

▪ *Αύξηση της απασχόλησης*

Η αύξηση της απασχόλησης είναι επακόλουθο όλων των παραπάνω. Η μεγαλύτερη ζήτηση για την εικόνα της Λάρισας και τα αγαθά της στο σύνολο της, οδηγεί στην αύξηση της προσφοράς και στην κάλυψη των αναγκών, των προσδοκιών, των απαιτήσεων των δυνητικών ομάδων στόχων. Η προσφορά

όμως όλων των παρεχόμενων υπηρεσιών συνδέεται άρρηκτα με την ποιότητα των υπηρεσιών. Η αυξανόμενη ζήτηση προϋποθέτει και το ανάλογο ανθρώπινο δυναμικό, στελεχιακό και παραγωγικό προκειμένου να επιτευχθεί η ποιότητα των παρεχόμενων αγαθών, να ικανοποιηθούν στο μέγιστο δυνατόν οι ομάδες στόχοι και να υπάρξει και επαναληπτική πώληση.

▪ *Αύξηση της εμπορικής ζήτησης*

Παρότι η εμπορική αγορά της Λάρισας είναι μια ζωντανή σε αγοραστικό ενδιαφέρον αγορά, τόσο από τον τοπικό - περιφερειακό πληθυσμό, όσο και από μη τοπικό, η συνύπαρξη και ο σχεδιασμός κοινών και παράλληλων δράσεων θα συμβάλει θετικά στην τόνωση της εμπορικής ζήτησης.

Στην περίπτωση σχεδιασμού και ανάπτυξης των δράσεων του πακέτου *Open Space - Open River*, αναμένεται ουσιαστική αύξηση της τουριστικής ζήτησης ειδικότερα στον πολιτιστικό και φυσιολατρικό τουρισμό κάτι το οποίο είναι αποτέλεσμα συνεργασιών και κοινών δράσεων με άλλα πακέτα του ΣΣΜΛ

▪ *Ανάδειξη της οικονομικής αξίας του Πηνεϊού ως brand αγαθού*

Ο Πηνεϊός για την πόλη της Λάρισας δεν έχει μόνο περιβαλλοντική, κοινωνική και ποιοτική αξία, συνδεδεμένος με την ιστορία και την εξέλιξη της πόλης στο πέρασμα των χρόνων. Έχει και οικονομική αξία, στο πλαίσιο της ύπαρξης του ως ένα μοναδικό και ιδιαίτερα σημαντικό αγαθό για την πόλη της Λάρισας. Κατά συνέπεια κάνουμε λόγο για την υποστήριξη της δυναμικής του αγαθού αυτού και της ενσωμάτωσης του στην

πολιτιστική, τουριστική και περιβαλλοντική ανάπτυξη της πόλης. Στην πραγματικότητα η Λάρισα καλείται να εκμεταλλευτεί αυτό το μοναδικό αγαθό της στον σχεδιασμό συγκεκριμένων δράσεων τόσο πολιτισμού όσο και τουρισμού, με επίκεντρο / σημείο αναφοράς τον Πηνεϊό. Πάντοτε σε συνάρτηση με την προστασία του περιβάλλοντος, ποιοτικές δράσεις που αφορούν το ποτάμι και με σεβασμό στο φυσικό χώρο.

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται αναλυτικά τα μέσα προβολής, οι ομάδες στις οποίες απευθύνεται το συγκεκριμένο πακέτο και οι προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης που καθορίζουν το αποτέλεσμα του πακέτου.

Σύνθεση

Το μίγμα προώθησης και υποστήριξης του Open Space - Open River προσδιορίζεται πάντα στο πλαίσιο της προτεινόμενης Συνεργατικής Στρατηγικής που αφορά συνολικά το Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Λάρισας.

Προτεινόμενο μίγμα προώθησης και υποστήριξης

Το προτεινόμενο μίγμα για την προώθηση της Λάρισας ως 'ιδανικής και ποιοτικής πόλης για να ζεις' θα αποτελείται από:

1 Διαδικτυακή προώθηση

Περιλαμβάνει ειδικό *tab* στο κεντρικό portal του Δήμου για την ανάρτηση άρθρων, δημοσιεύσεων για την ποιότητα ζωής στην πόλη της Λάρισας και τις δράσεις στον Πηνειό ποταμό (κοινοποίηση δράσεων, σχετικές μελέτες κτλ). Ανάλογη παρουσία αναρτήσεων και στα επίσημα *social media* του Δήμου (facebook, instagram).

2 Έντυπη διαφήμιση

Περιλαμβάνει δημιουργία *flyers* και *αφισών* για την προώθηση των πολιτιστικών, αθλητικών οικολογικών και πάσης φύσεως ειδικών διοργανώσεων - εκδηλώσεων, διαφημιστικά φυλλάδια για τη 'φιλοσοφία ζωής της πόλης', έκδοση θεματικών ημερολογίων

με έμφαση στο φυσικό περιβάλλον που περιβάλλει την πόλη, κάλυψη και καταχωρήσεις στον ημερήσιο, εβδομαδιαίο και περιοδικό τύπο (τοπικής και πανελληνίας κυκλοφορίας), δημιουργία *χάρτη* των προτεινόμενων φυσιολατρικών διαδρομών.

3 Τηλεοπτική προβολή

Παραγωγή ειδικού *ντοκιμαντέρ* (ίσως ενταγμένου σε τηλεοπτική εκπομπή) για τον Πηνειό ποταμό, ειδικά *τουριστικά τηλεοπτικά σποτάκια* για τις φυσικές ομορφίες, τις ιδιαιτερότητες και τον ποιοτικό τρόπο ζωής της Λάρισας και της ευρύτερης περιοχής.

4 Δράσεις ιδιαίτερου περιεχομένου

Περιλαμβάνει δράσεις που τονίζουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Λάρισας στην προσπάθειά της για καθιέρωση στο ευρύ κοινό ως 'ανοικτή πόλη', όπως επέκταση θεματικών φεστιβάλ σε δημόσιους χώρους (φεστιβάλ θεάτρου δρόμου), εξωστρεφείς δράσεις των υπαρχουσών συλλόγων (π.χ. Φίλοι Πηνειού, λέσχες φωτογραφίας), ειδικά θεματικά συνέδρια για την ποιότητα ζωής στην πόλη, θεματικοί διαγωνισμοί φωτογραφίας (περιπλάνηση στην πόλη, παραποτάμιες στιγμές), συστηματική προώθηση της χρήσης ποδηλάτων και παροχή τους σε κεντρικά σημεία της πόλης.



Δυνητικές ομάδες - στόχοι και βασικές στρατηγικές

▪ *Κάτοικοι*

Για την καθιέρωση της Λάρισας ως ιδανικής πόλης για να ζήσει κάποιος, θα πρέπει να τονιστούν και οι παροχές / δυνατότητες / ευκολίες που δίδονται στις διάφορες κατηγορίες κατοίκων, οι οποίες ζουν και δρουν στην πόλη. Οικογένειες με παιδιά, φοιτητές, εργαζόμενοι στη Λάρισα είναι μερικές από τις ομάδες που μπορούν να απολαύσουν μια ιδανική ποιότητα ζωής στη Λάρισα. Οι μικρές αποστάσεις, οι χαλαροί ρυθμοί, οι πολλές επιλογές για ψυχαγωγία και διασκέδαση, η κάλυψη αναγκών (περιθαλψη, πρόνοια) και επιθυμιών (αγορά) αποτελούν βασικά κίνητρα για την επιλογή της Λάρισας ως τόπου μόνιμης διαμονής. Αυτά τα στοιχεία θα πρέπει α) να προβληθούν μέσω των δράσεων, ώστε να επικοινωνηθούν στους πιθανούς νέους κατοίκους, προσελκύοντας τους και β) να ενισχυθούν στη συνείδηση των κατοίκων.

▪ *Φυσιολάτρες, Περιπατητές*

Οι δράσεις που έχουν ως επίκεντρο τη φύση και την προώθηση της αγάπης για το περιβάλλον θα βρουν αντίκρισμα αν συντονιστούν με τις επιθυμίες της συγκεκριμένης ομάδας στόχου. Δημοσιεύσεις και αφιερώματα σε περιοδικά που προβάλλουν την οικολογία και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, καθώς και διοργανώσεις με επίκεντρο την φύση (φεστιβάλ Πηνειού) είναι τα στρατηγικά μέσα για να ενισχυθεί η φυσιολατρική αντίληψη.

▪ *Επισκέπτες Σαββατοκύριακου από τη Θεσσαλία*

Οι δράσεις του συγκεκριμένου πακέτου, συνδυαζόμενες με τις δράσεις που προτείνονται από τα πακέτα Open Tourism - Open Culture και Open People - Open Life, μπορούν να αποτελέσουν κίνητρο για τακτικές επισκέψεις τουριστών από τις γύρω περιοχές για μικρά city-breaks και αποδράσεις σαββατοκύριακου. Συνεπώς, μια ιδιαίτερως υπολογίσιμη ομάδα - στόχος είναι και οι πιθανοί επισκέπτες Σαββατοκύριακου από τη Θεσσαλία. Βασική στρατηγική και εδώ είναι η προσέλκυση

της ομάδας στόχου με διοργανώσεις γεγονότων, που από μόνα τους θα είναι αφορμές επισκέψεις για διασκέδαση και ψυχαγωγία.

▪ *Πολλαπλασιαστές*

Ως πολλαπλασιαστές καλούνται οι δημοσιογράφοι / συντάκτες σε έντυπα (free press, περιοδικά, εφημερίδες), τηλεοπτικά (εκπομπές που ασχολούνται με την κάλυψη και ανάδειξη προορισμών) και ηλεκτρονικά (ιστοσελίδες, blogs) μέσα μαζικής επικοινωνίας. Για το συγκεκριμένο πακέτο υπολογίσιμη υπο-ομάδα στόχος είναι και οι επιστήμονες από διαφορετικά ερευνητικά πεδία, που ασχολούνται με την μελέτη της ποιότητας ζωής στις πόλεις. Η στόχευση σε αυτή την ομάδα στόχο είναι ιδιαίτερως σημαντική για την επιτυχία του συγκεκριμένου πακέτου -όπως και του Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ Λάρισας γενικότερα. Αναλαμβάνουν να επικοινωνήσουν και να διαχύσουν το μήνυμα του εκάστοτε πακέτου στο ευρύτερο κοινό. Η προσέλκυσή τους μπορεί να επιτευχθεί με ειδικά καλέσματα από το Δήμο Λαρισαίων -όπως έχει γίνει σε πολλές πόλεις του εξωτερικού, αλλά και του εσωτερικού (φιλοξενία bloggers στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη). Το ιδιαίτερο κάλεσμα θα αφορά γνωστούς δημοσιογράφους όλων των εντύπων που δραστηριοποιούνται στην παρουσίαση προορισμών. Στόχο θα αποτελεί η 'ξενάγησή' τους στις ιδιαίτερες ομορφίες της Λάρισας και ο 'εφοδιασμός' τους με ειδικό προωθητικό υλικό (media kit). Βασική προϋπόθεση οι συμμετέχοντες να γράψουν τις εντυπώσεις τους από την πόλη και να τις 'μοιραστούν' με τους αναγνώστες. Με αυτό τον τρόπο, η Λάρισα θα αρχίσει να 'πολλαπλασιάζει' την φήμη της ως προορισμός.

▪ *Νεανικό κοινό*

Η ιδέα, όσο και η εμπειρία, μιας πόλης καθαρής, όμορφης και γενικότερα ιδανικής για να ζεις, θα πρέπει να αφορούν το νεανικό κοινό, όπως τους μαθητές και τους φοιτητές της πόλης. Το νεανικό κοινό μπορεί να προσφέρει στις δράσεις του πακέτου μια ξεχωριστή δυναμική και έναν αέρα ανανέωσης. Βασική επιδίωξη λοιπόν αποτελεί η ανάμιξη των νέων με οποιαδήποτε ιδιότητα (ως κοινό, καλλιτέχνες, επιστήμονες) στις προγραμματισμένες δράσεις του πακέτου. Αυτό μπορεί να

επιτευχθεί: α) με τη διαφημιστική κάλυψη και τις καταχωρήσεις σε ιστοσελίδες με υψηλή νεανική επισκεψιμότητα (π.χ. LIFO, propaganda) και διεξαγωγή ιδιαίτερων και πρωτότυπων διαγωνισμών στα social media με βραβείο την παρακολούθηση των δράσεων καλλιτεχνικού / επιστημονικού ενδιαφέροντος, β) με την ανάμειξη των νέων στις δράσεις και στη διοργάνωση γεγονότων και γ) με τη διανομή διαφημιστικού υλικού στα νεανικά στέκια της πόλης, έτσι ώστε οι δράσεις να μπορούν να προβάλλονται στο νεανικό κοινό.

▪ *Καλλιτέχνες / Αθλητές*

Από τη μια μεριά, στο συγκεκριμένο πακέτο γίνεται αναφορά στην προσέλκυση καλλιτεχνών που θα μπορέσουν με τη δράση τους να συμβάλλουν στην πνευματική αναζωογόνηση της πόλης: φωτογράφοι, ηθοποιοί, σκηνοθέτες, μουσικοί, συγγραφείς και γλύπτες. Είναι μερικές από τις πιο χρήσιμες καλλιτεχνικές ομάδες που μπορούν να προσδώσουν μέσα από την δραστηριότητά τους έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα στην ταυτότητα της Λάρισας. Από την άλλη μεριά γίνεται αναφορά στους πολίτες οι οποίοι ασχολούνται ή ενδιαφέρονται για την εξάσκηση αθλητικών δραστηριοτήτων (ενδιαφερόμενοι για παραποτάμιες δραστηριότητες, μέλη αθλητικών συλλόγων). Δυο θα είναι οι βασικοί άξονες της στρατηγικής για την προσέλκυση αυτής της διπλής ομάδας στόχου: το αστικό και το φυσικό περιβάλλον της Λάρισας (ο τόπος ως πηγή καλλιτεχνικών ιδεών και αθλητικών δραστηριοτήτων). Οι καλλιτέχνες μέσα από τις εμπνεύσεις και το προβαλλόμενο σε δημόσιους χώρους έργο τους θα προσδώσουν στην Λάρισα ένα ιδιαίτερο καλλιτεχνικό αποτύπωμα, ενώ οι άθληση στους δημόσιους χώρους του ποταμού θα υπογραμμίσει την ιδέα της ποιοτικής διαβίωσης σε ένα σύγχρονο περιβάλλον. Πια να επιτευχθεί η 'κινητοποίηση' των καλλιτεχνών και των αθλητών θα διοργανωθούν καλλιτεχνικοί / αθλητικοί διαγωνισμοί, θα υποστηριχθεί η συμμετοχή σε ειδικά θεματικά φεστιβάλ δρόμο και θα κυκλοφορήσει διαφημιστικό υλικό, ώστε οι δράσεις να μπορούν να επικοινωνήσουν την παρουσία τους στην πόλη και να δημιουργήσουν ένα κλίμα συνεχούς δημιουργίας και άθλησης. Θα πρέπει να υπάρχει και κάλυψη με καταχωρήσεις

στον ημερήσιο, εβδομαδιαίο και περιοδικό τύπο της περιοχής, αλλά και του ευρύτερου ελλαδικού χώρου (Θεσσαλονίκη, Αθήνα).

▪ *Ειδικά γεγονότα*

Το πακέτο Open Space - Open River ίσως είναι και το καταλληλότερο για την αναφορά σε ειδικά γεγονότα, υφιστάμενα και δυνητικά στα οποία καλείται να επενδύσει η πόλη της Λάρισας. Η Λάρισα διαθέτει μια επίπεδη γεωμορφολογικά επιφάνεια, με μεγάλους ανοικτούς χώρους τόσο στο κέντρο της πόλης, όσο και άμεσα κοντινές περιοχές, αλλά και τη θεματική ενότητα με πυρήνα τον Πηνεϊό. Κατά συνέπεια κρίνεται σκόπιμο να στραφεί και προς αυτήν την κατεύθυνση. Τα ειδικά αυτά γεγονότα μπορούν να έχουν διάφορες θεματικές μορφές (π.χ. πολιτισμός, περιβάλλον, Πηνεϊός κ.ά.), στην υποστήριξη της Λάρισας ως 'Open Event City'.



Προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης

Οι προτεινόμενες δράσεις του πακέτου Open Space - Open River αφορούν στις διαστάσεις της δομής του πακέτου όπως παρουσιάστηκε στο κεφάλαιο της Ανάλυσης. Συγκεκριμένα:

1. Περιπλάνηση στην πόλη:

- καμπάνια στα social media με ειδικές προσφορές (τιμές εισιτηρίων) για την προώθηση της χρήσης μέσω συγκοινωνίας (αστικά ΚΤΕΛ), ώστε η πόλη να γίνει ακόμα πιο φιλική προς το χρήστη - περιπατητή, να ελαχιστοποιηθεί η κυκλοφοριακή συμφόρηση και να μεγιστοποιηθεί η αίσθηση της ηρεμίας που προσφέρει ο περίπατος σε μια μεσαίου μεγέθους ελληνική πόλη,
- προώθηση του ποδηλάτου ως μέσου μετακίνησης στο κέντρο της πόλης με αφιερώματα στον τοπικό τύπο,
- αξιοποίηση των συμπερασμάτων της Μελέτης Αστικής Κινητικότητας για τον Δήμο Λαρισαίων για την προβολή της κατασκευής του δικτύου ποδηλατοδρόμων για τη σύνδεση συνοικιών - Κέντρου,
- παροχή δημοτικών ποδηλάτων σε κεντρικά σημεία της πόλης (π.χ. έξω από το Δημαρχείο, στο Μύλο του Παπά) για ωριαίες εξορμήσεις στην πόλη,
- θέσπιση νυχτερινής βόλτας με ποδήλατα (ποδηλατοβόλτα) κάθε πρώτη Τετάρτη του μήνα, και
- διαγωνισμός φωτογραφίας στο instagram με ειδικό hashtag (#larissa_landscape).



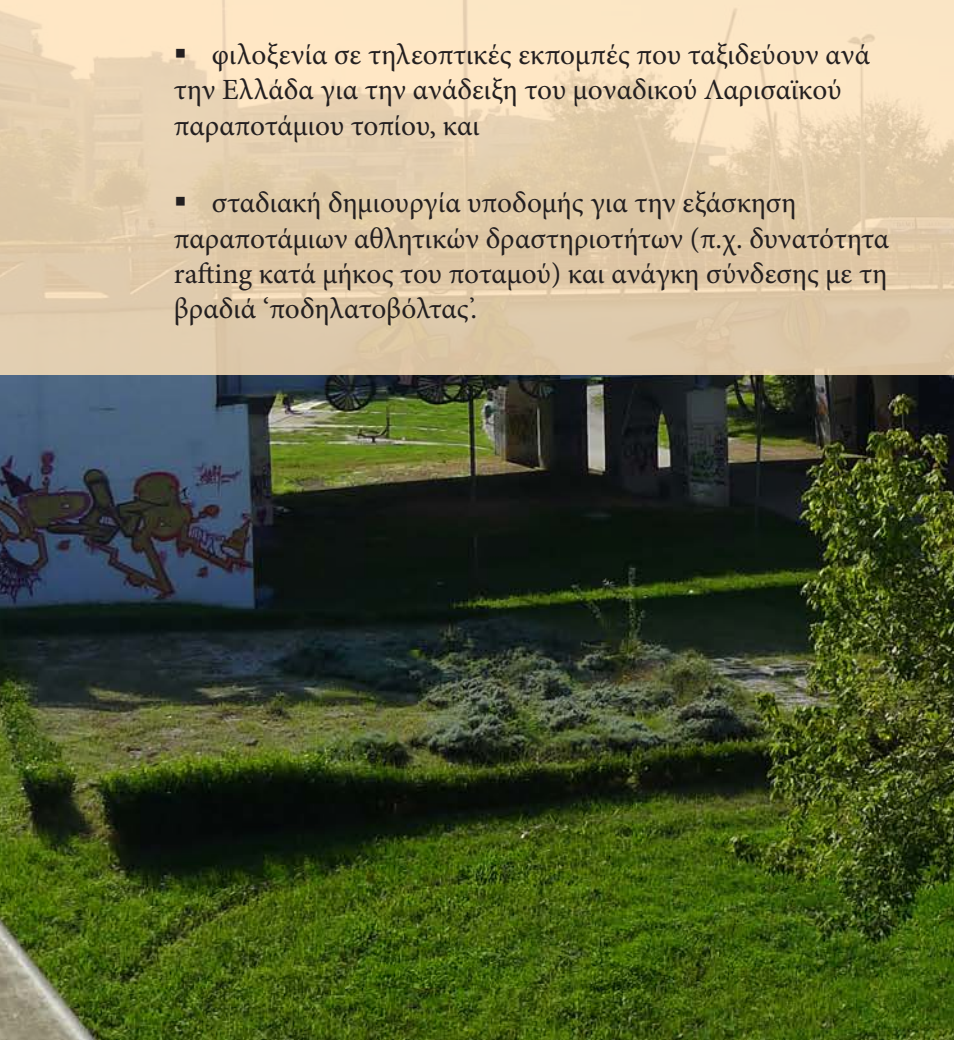
2. Δρώμενα στους δημόσιους χώρους:

- προβολή του Φεστιβάλ Θεάτρου του Δρόμου,
- σταθερό 'άνοιγμα' του Φεστιβάλ Θεάτρου του Δρόμου και σε άλλες μορφές Τέχνης (εκθέσεις φωτογραφίας σε κεντρικές πλατείες, υπαίθρια workshops γλυπτικής & graffiti στο Πηνεϊό) με πρωταγωνιστές καλλιτέχνες για την προώθηση εναλλακτικών καλλιτεχνικών φωνών όλου του δημιουργικού φάσματος.



3. Σύγχρονη Ευρωπαϊκή παραποτάμια πόλη:

- ενίσχυση της παρουσίας του ετήσιου φεστιβάλ Πηνειού στα τοπικά και εθνικά Μέσα (σύνδεση με πακέτα *Open Tourism - Open Culture* και *Open People - Open Life*),
- διαφημιστικά σποτ για τοπικά προϊόντα που μπορούν να διαδραματίζονται σε παραποτάμια τοπία υπογραμμίζοντας την συμβολή της φύσης στον τρόπο ζωής των Λαρισαίων,
- εκπομπές στα τοπικά κανάλια που μπορούν να χρησιμοποιούν τον Πηνειό ως φόντο,
- φιλοξενία σε τηλεοπτικές εκπομπές που ταξιδεύουν ανά την Ελλάδα για την ανάδειξη του μοναδικού Λαρισαϊκού παραποτάμιου τοπίου, και
- σταδιακή δημιουργία υποδομής για την εξάσκηση παραποτάμιων αθλητικών δραστηριοτήτων (π.χ. δυνατότητα rafting κατά μήκος του ποταμού) και ανάγκη σύνδεσης με τη βραδιά 'ποδηλατοβόλτας'.



4. Φυσιολατρική συνείδηση:

- ενίσχυση και προβολή της λειτουργίας της παραποτάμιας βιολογικής αγοράς,
- επέκτασή της με πάγκους εκθέσεων τοπικών βιολογικών προϊόντων, και
- συντονισμός Φυσιολατρικών Συλλόγων για ενίσχυση του Φεστιβάλ Πηνεϊού με παράλληλες φυσιολατρικές εκδηλώσεις (Υπαίθριος Ζωή Λαρίσης 1922, Ορειβατικός Σύλλογος Λάρισας, Φίλοι Πηνεϊού & Παραποτάμιου Πολιτισμού).

Κοινές Δράσεις των 7 πακέτων

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται οι κοινές δράσεις όλων των πακέτων που αφορούν τόσο στη συνολική προβολή της πόλης στο πλαίσιο της κεντρικής ιδέας του παρόντος Σχεδίου Μάρκετινγκ και σύμφωνα με το γενικό σλόγκαν όσο και στην επιμέρους προβολή όλων των πακέτων και καθενός από αυτά.

Συγκεκριμένα, οι δράσεις αυτές περιλαμβάνουν:

- **Διαγωνισμό για το νέο λογότυπο και σλόγκαν της Λάρισας.** Το νέο λογότυπο θα συνοδεύει όλες τις επιμέρους δράσεις προβολής της πόλης σε όποιο πακέτο και αν εντάσσονται αυτές χαρακτηρίζοντας την παρουσία του δήμου στο διαδίκτυο, τα λοιπά μέσα επικοινωνίας αλλά και το φυσικό δημόσιο χώρο της πόλης. Λόγω της ισχύος του μηνύματος που συμπυκνώνεται στο λογότυπο, αλλά και για λόγους προβολής, προτείνεται η ανάδειξή του μέσω πανελληνίου διαγωνισμού.
- **Πανελλήνιο διαγωνισμό για τη δημιουργία τηλεοπτικού σποτ για τη Λάρισα.** Το σποτ θα βασίζεται στο νέο λογότυπο και την κεντρική ιδέα Open City και θα προβάλλεται σε τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας. Μπορεί να προβάλλεται, επίσης, σε οθόνες τοποθετημένες σε στρατηγικά σημεία συγκέντρωσης κοινού, εντός και εκτός πόλης, με στόχο τη μεγαλύτερη διάχυση της πληροφορίας (αεροδρόμια, σταθμοί ΚΤΕΛ, εκθέσεις, κ.ά.).
- **Δημιουργία info points σε δύο κατάλληλα επιλεγμένα σημεία της πόλης** με στόχο την εξυπηρέτηση και ενημέρωση των επισκεπτών. Εκτός από τους δημοτικούς υπαλλήλους που θα εκπαιδευτούν και θα αναλάβουν το ρόλο της ενημέρωσης του κοινού, το info point θα στελεχωθεί και με εθελοντές φοιτητές ώστε να καλυφθούν οι αυξημένες ανάγκες και το παρατεταμένο

ωράριο λειτουργίας κατά τις ημέρες των προτεινόμενων διοργανώσεων και φεστιβάλ.

- **Διοργάνωση 'familirisation trips' για επαγγελματίες από το χώρο που καλύπτει το κάθε πακέτο και γενικότερα για εκπροσώπους των αντίστοιχων πολλαπλασιαστών κάθε πακέτου,** με στόχο την απόκτηση βιωματικής εμπειρίας και τη διάχυση της πληροφορίας. Τα έξοδα των επισκεπτών θα είναι καλυπτόμενα (από χορηγίες συνεργαζόμενων επιχειρήσεων) καθώς ο σκοπός τους θα είναι η παρουσίαση της πόλης και της ταυτότητάς της σε συνδυασμό με την προβολή των εκάστοτε ειδικών γεγονότων.
- **Δημιουργία media kit σε ηλεκτρονική μορφή** το οποίο θα περιλαμβάνει φωτογραφίες, κείμενα, ηλεκτρονικές διευθύνσεις, video, χάρτες, κ.λπ.
- **Δημιουργία (τρίπτυχων) πληροφοριακών φυλλαδίων και ειδικά σχεδιασμένων χαρτών της πόλης για τις ανάγκες των δράσεων.** Τα φυλλάδια και οι χάρτες κρίνονται απαραίτητα, εφόσον το έντυπο πληροφοριακό υλικό παραμένει σημαντικό μέσο πληροφόρησης του κοινού εξαιτίας της καλύτερης εποπτείας της πληροφορίας, της ποιότητας της παραγωγής και κυρίως της λειτουργίας του ως ενθυμίου από τον τόπο της επίσκεψης. Για τους λόγους αυτούς συνιστάται η παραγωγή έντυπου υλικού (φυλλάδια και χάρτες) για όλες τις επιμέρους δράσεις.
- **Δημιουργία ετήσιου ημερολογίου για το σύνολο των δράσεων.** Το ημερολόγιο θα είναι λεπτομερές για κάθε πακέτο και θα προσφέρει καλύτερο συντονισμό των επιμέρους δράσεων, προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν επικαλύψεις δράσεων με παρόμοιο σκοπό ή κοινό, και πλήρη ενημέρωση των εταίρων και του ενδιαφερόμενου κοινού.
- **Δημιουργία κεντρικού ιστότοπου με ειδικές σελίδες για κάθε πακέτο.** Για την αποφυγή υπερ-πληροφόρησης

του κοινού και συνύπαρξης πολλών διαφορετικών διευθύνσεων με διαφορετικά χαρακτηριστικά που ενδέχεται να προκαλέσουν σύγχυση και να αποδυναμώσουν το κεντρικό μήνυμα, προτείνεται η ενσωμάτωση των πληροφοριών για όλα τα πακέτα σε ένα νέο κεντρικό ιστότοπο (portal) της πόλης, στον οποίο θα δημιουργηθούν διακριτές σελίδες με τους τίτλους των πακέτων.

▪ **Παραγωγή οπτικού υλικού (video) για το διαδίκτυο.**

Σκοπός του υλικού είναι η προβολή του από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (YouTube, facebook, κ.λπ.). Για την παραγωγή του προτείνεται η συνεργασία με τοπικούς καλλιτέχνες και δημιουργούς.

▪ **Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, την τηλεόραση και σε επιλεγμένα sites (ελληνικά και ευρωπαϊκά).** Οι διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο και στα sites θα γίνονται ενιαία και ανά πακέτο. Η διαφήμιση στην τηλεόραση αφορά στο σποτ που θα δημιουργηθεί μέσω πανελληνίου διαγωνισμού.



Στρατηγική διαχείριση πακέτου

Το πακέτο Open Space - Open River έχει έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα που να μην υφίσταται στην πόλη της Λάρισας, αλλά λόγω γεωγραφικής θέσης. Η στρατηγική διαχείριση όμως αποβλέπει στην ενίσχυση της εξωστρέφειας αυτής της δυναμικής. Κατά συνέπεια, κρίνεται σκόπιμο να υπάρχει ένα θεσμοθετημένο όργανο που να έχει τον έλεγχο, αλλά και τη διαχείριση, του πακέτου συνολικά. Το όργανο αυτό που θα λειτουργεί στο πλαίσιο της ύπαρξης και οργάνωσης της ΕΟΔ μπορεί να αποτελείται από εκπροσώπους του επιχειρηματικού, παραγωγικού και εμπορικού τομέα αλλά και στελέχη οργανώσεων. Η συνεργασία και η συνύπαρξή τους στο πλαίσιο της προώθησης και υποστήριξης ενός κοινού αναπτυξιακού οράματος για την Λάρισα, είναι και η προϋπόθεση για την αποτελεσματικότητα και την συνεισφορά του πακέτου αυτού στην επιτυχή έκβαση του συνολικού ΣΣΜΛ.

Οι βασικοί φορείς που θα μπορούσαν να συνεργαστούν στο εν λόγω πακέτο είναι (αλφαβητικά):

- Αθλητικοί Σύλλογοι,
- Αναπτυξιακή Εταιρία Νομού Λάρισας (ΑΕΝΟΛ),
- Αστικά ΚΤΕΛ Λάρισας,
- Δήμος Λαρισαίων (Αντιδημαρχία Πολιτισμού & Αθλητισμού, Αντιδημαρχία Πρασίνου και Περιβατικής Αγροτικής Ανάπτυξης, Αντιδημαρχία Περιβάλλοντος και Πολιτικής Προστασίας),
- Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο (ΔΗΠΕΘΕ) Λάρισας,
 - Ένωση Διαφημιστών Κεντρικής Ελλάδας,
 - Πανελλήνια Ένωση Ξεναγών,
 - Περιφέρεια Θεσσαλίας,

- Πολιτιστικοί (κινηματογραφικοί, θεατρικοί, μουσικοί, φωτογραφικοί) Σύλλογοι,
 - τοπικά Μέσα Ενημέρωσης,
- Υπαίθριος Ζωή Λαρίσης 1922 και Ορειβατικός Σύλλογος Λάρισας, και
 - Φίλοι Πηνειού & Παραποτάμιου Πολιτισμού.

Το πακέτο περιλαμβάνει δράσεις για την οργάνωση και ανάδειξη της Λάρισας ως ιδανικού τόπου για μια ήσυχη και άνετη ζωή με πολιτιστικά, αθλητικά και οικολογικά events. Όπως και σε όλα τα πακέτα, το σημείο - κλειδί για την αποτελεσματική υλοποίηση του κάθε πακέτου είναι η συνεργασία των κατάλληλων φορέων, η δικτύωση για την ανταλλαγή καλών πρακτικών και η ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας.

Το πακέτο αυτό είναι επικεντρωμένο σε δυο πολύ σημαντικά χαρακτηριστικά της πόλης: την ύπαρξη μεγάλων υπαίθριων χώρων και του ποταμού Πηνειού. Το πρώτο χαρακτηριστικό αφορά τον μεγάλο αριθμό από πλατείες, πάρκα και άλση, τα οποία μπορούν να φιλοξενήσουν μια σειρά από δυναμικές δραστηριότητες και εκδηλώσεις. Το δεύτερο χαρακτηριστικό είναι ο Πηνειός ποταμός, που στοιχειολογείται ως ένα επιπλέον σημαντικό στοιχείο της λαρισαϊκής ταυτότητας, καθώς οι ήδη υπάρχουσες εκδηλώσεις στο ποτάμι, αλλά και όσες διαμορφωθούν, θα έχουν πλέον ξεκάθαρο στόχο την ανάδειξη αυτής της σχέσης.

Συμπεράσματα

Με την υλοποίηση των δράσεων αυτού του πακέτου, η πόλη της Λάρισας θα γίνει σταδιακά μια πόλη ειδικών γεγονότων, όπου η ιδέα της περιπλάνησης θα συνδυάζεται με δραστηριότητες που χαρακτηρίζουν την ποιότητα ζωής και τον ελεύθερο χρόνο. Η προώθηση της χρήσης μέσω συγκοινωνίας και ποδηλάτων, τα δρώμενα σε δημόσιους χώρους, η ανάπτυξη της φυσιολατρικής συνείδησης και η ανάδειξη του Πηνειού ως φυσικό και μοναδικό πλεονέκτημα της πόλης θα συμβάλλουν στην προβολή της πόλης ως 'μιας σύγχρονης Ευρωπαϊκής παραποτάμιας πόλης' μέσα από την διεξαγωγή πολιτιστικών, αθλητικών και οικολογικών γεγονότων, για την προσέλκυση τουρισμού για city-breaks και Σαββατοκύριακα χαλάρωσης.

Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζονται σε μορφή πινάκων τα χρονοδιαγράμματα εφαρμογής και οι προϋπολογισμοί των προτεινόμενων δράσεων.

Χρονοδιαγράμματα & Προϋπολογισμοί

Τα χρονοδιαγράμματα εφαρμογής αναφέρονται αναλυτικά σε όλους τους μήνες του πιλοτικού έτους εφαρμογής 2016, ενώ για τα επόμενα έτη έως το 2020 διακρίνονται σε τρίμηνα (Q1, Q2, Q3, Q4). Οι δράσεις αφορούν τις προτεινόμενες δράσεις του συγκεκριμένου πακέτου καθώς και τις κοινές δράσεις που αναλύθηκαν και εφαρμόζονται και στα επτά εξειδικευμένα πακέτα προώθησης του Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ Λάρισας.

Δράσεις	Πilotικό Έτος Εφαρμογής												Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής													
	ΚΟΣΤΟΣ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕΜ	ΔΕΚ	ΚΟΣΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΣΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΣΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4						
ΠΑΚΕΤΟ OPEN SPACE / OPEN RIVER																																		
1. Περιποίηση στην Πόλη																																		
1.1. Καμπάνια στα social media με ειδικές προφορές (ημέρες εστέρων) για την προώθηση της χρήσης μέσων συγκοινωνίας (οδικό ΚΤΕΛ)	1.500 €	✓		✓						✓		✓		500 €	✓	✓	✓	✓	500 €	✓	✓	✓	✓	500 €	✓	✓	✓	✓	500 €	✓	✓	✓	✓	
1.2. Προώθηση των ποδηλάτων ως μέσου μετακίνησης στο κέντρο της πόλης με αφισρώματα στον τοπικό τύπο	1.000 €			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	500 €	✓	✓			500 €	✓	✓			500 €	✓	✓			500 €	✓	✓			
1.3. Αξιοποίηση συμπερασμάτων Μελέτης Αστικής Κινητικότητας για τον Δήμο Λαρισίων για την προβολή της κατασκευής του έγκυρου ποδηλατοδρόμου για τη σύνδεση συνοικιών - Κέντρου	Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓			Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓			Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓			Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓			
1.4. Παροχή δημοτικών ποδηλάτων σε κεντρικά σημεία της πόλης	Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓			Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓			Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓			Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓			
1.5. Θέσπιση νεότερης βόλεας με ποδήλατα (ποδηλατοβόλα) κάθε πρώτη Τετάρτη του μήνα				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																					
1.6. Διαγωνισμός φωτογραφίας στο Instagram με οδικό hashTag (#larissa_landscap)	3.000 €			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						3.000 €	✓	✓	✓	✓					3.000 €	✓	✓	✓	✓		
2. Δράματα στους δημόσιους χώρους																																		
2.1. Προβολή του Φεστιβάλ Θεάτρου του Δρόμου	1.000 €									✓	✓			500 €					500 €					500 €					500 €					
2.2. Σταθερό κείμενο του Φεστιβάλ Θεάτρου του Δρόμου και σε άλλες μορφές τέχνης																																		
3. Σύγχρονη Ευρωπαϊκή παραστάση πόλη																																		
3.1. Ενίσχυση της παρουσίας του ετήσιου φεστιβάλ Πηνειού στα τοπικά και εθνικά Μέσα	1.000 €			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	500 €	✓	✓	✓	✓	500 €	✓	✓	✓	✓	500 €	✓	✓	✓	✓	500 €	✓	✓	✓	✓	
3.2. Διαφημιστικό σποτ για τοπικά προϊόντα που διαδραματίζονται σε παραστάσεις τοπία (η φύση στον τρόπο ζωής των Λαρισίων)	3.000 €			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓											3.000 €	✓	✓	✓							
3.3. Επιομητές στα τοπικά κανάλια που μπορούν να χρησιμεύσουν τον Πηνειό ως φόντο				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																					
3.4. Φιλοξενία σε τηλεοπτικές εκπομπές που ταξιδεύουν ανά την Ελλάδα για την ανάδειξη του μοναδικού Λαρισιακού παραπιστού τοπίου				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																					
3.5. Σταδιακή δημιουργία υποδομής για την εξάντληση παραπιστούμενων αθλητικών δραστηριοτήτων	(στην επόμενη σελίδα)													Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓	✓	✓	Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓	✓	✓	Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓	✓	✓	Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓	✓	✓	✓	
4. Φυσιολατρική Συνείδηση																																		
4.1. Ενίσχυση και προβολή της λειτουργίας της παραπιστούμενης βιολογικής αγοράς	1.000 €	✓	✓	✓										500 €	✓				500 €	✓				500 €	✓				500 €	✓				
4.2. Επίσκεψη της παραπιστούμενης βιολογικής αγοράς με πάγκους τοπικών βιολογικών προϊόντων	Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ													Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓				Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓				Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓				Δεν κόστολογείται ως τμήμα του ΣΣΜΗ	✓				
4.3. Συντονισμός Φυσιολατρικών Συλλόγων για ενίσχυση του Φεστιβάλ Πηνειού με παράλληλες φυσιολατρικές εκδηλώσεις																																		
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΚΕΤΟΥ	11.500 €													2.500 €					5.500 €					5.500 €					5.500 €					

Κοινές Δράσεις	Πιλοτικό Έτος Εφαρμογής												Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής									
	2016												2017				2018				2019				2020									
	ΚΟΙΤΟΣ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕΜ	ΔΕΚ	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	
ΟΛΑ ΤΑ ΠΑΚΕΤΑ																																		
1. Διαγωνισμός για το νέο λογότυπο της Λάρισας με βάση το σλόγκαν της πόλης	4.000 €		✓	✓																														
2. Διενέργεια Πανελληνίου διαγωνισμού για δημιουργία τηλεοπτικού σποτ	4.000 €		✓	✓																														
3. Δημιουργία του info point (Κέντρου Πολιτικής Δυσανάπτυξης) & λειτουργία με εθελοντική συμμετοχή φοιτητών (για εξυπηρέτηση επισκεπτών σε περίπτωση ειδικών γιγαντιαίων)	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓		
4. Εμφάνιση Πλακίδια επικοινωνίας που έχουν τη δυνατότητα να δίνουν πληροφορίες στα εξωτερικά κοινά	Από χορηγίες					✓	✓						Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓				
5. Δημιουργία media kit με εξειδίκευση για το κάθε πακέτο	2.500 €																	2.500 €	✓				2.500 €	✓				2.500 €	✓					
6. Δημιουργία και διάθεση τριπτυχών πληροφοριακών φυλλοδίων και ειδικά σχεδιασμένων χαρτιών της ευρωπαϊκής προώσης (Προσφώνησης Ενότητας)	3.000 €				✓	✓												1.500 €	✓				1.500 €	✓			1.500 €	✓						
7. Δημιουργία ημερολογίου για το πρόγραμμα δράσεων 2016	500 €	✓											500 €	✓				500 €	✓				500 €	✓			500 €	✓						
8. Δημιουργία κεντρικού ιστότοπου με ειδικές σελίδες για κάθε πακέτο	1.500 €		✓	✓	✓													1.500 €	✓	✓			1.500 €	✓	✓		1.500 €	✓	✓					
9. Παραγωγή ειδικού οπτικού υλικού σε μορφή βίντεο για το διαδίκτυο (ιστότοπος, you tube)	1.500 €				✓	✓	✓											1.000 €	✓				1.000 €	✓			1.000 €	✓						
10. Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, την τηλεόραση και σε επλέγματα sites	5.000 €					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2.500 €	✓	✓	✓	✓	4.000 €	✓	✓	✓	✓	2.500 €	✓	✓	✓	✓	4.000 €	✓	✓	✓	✓		
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΟΙΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	22.000 €												3.000 €					11.000 €					3.000 €					11.000 €						

Σχετικά με ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ

Επιστημονικός υπεύθυνος

Αλέξιος Δέφνερ,

Καθηγητής Πολεοδομίας & Ελεύθερου Χρόνου,
Διευθυντής Ε.ΤΟΥ.Σ.Ε.Π., Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας
& Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Βασική ερευνητική ομάδα

Θεόδωρος Μεταξάς,

Επίκουρος Καθηγητής
Οικονομικής Ανάπτυξης, ΤΟΕ
Π.Θ.

**Νικόλαος-Γεώργιος
Καραχάλης,**

Οικονομολόγος με ειδίκευση
στον αστικό χώρο, Εξωτερικός
διδάσκων ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.,
ΣΕΠ ΕΑΠ

Κλεάνθης Συρακούλης,

Επίκουρος Καθηγητής
Ποσοτικών Μεθόδων στη
Διαχείριση Αναπτυξιακών
Εργων ΤΕΙ Θεσσαλίας

Ευαγγελία Ψαθά,

Πολιτικός Μηχανικός ΕΜΠ,
Διδάκτωρ Πολεοδομίας,
Μέλος ΕΔΙΠ Π.Θ.

Νικόλαος Βογιαζίδης,

Διδάκτωρ Πολιτικής Επιστήμης,
University of Sussex, Εξωτερικός
διδάσκων ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.

Σωτηρία Κατσαφάδου,

Αρχιτέκτων Μηχανικός Π.Θ.,
MSc Πολεοδομία-Χωροταξία,
Υποψήφια Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ
Π.Θ.

Γεωργία Λάλου,

Αρχιτέκτων Μηχανικός Α.Π.Θ.,
MSc Πολεοδομία-Χωροταξία,
Υποψήφια Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ
Π.Θ.

Νεοκλής Μαντάς,

Μηχανικός Χωροταξίας,
Πολεοδομίας & Περιφερειακής
Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ, MA
Cities and Culture, Queen Mary,
University of London, Υποψήφιος
Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.

Το παρόν τεύχος αποτελεί τμήμα από ένα σύνολο 7 εξειδικευμένων πακέτων προώθησης που εντάσσονται στο ερευνητικό έργο 'Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Λάρισας' και πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Τουριστικού Σχεδιασμού, Έρευνας & Πολιτικής (Ε.ΤΟΥ.Σ.Ε.Π.) του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Νοέμβριος 2015

Σχεδιασμός τεύχους:

Γεωργία Λάλου

Υπεύθυνοι σύνταξης τεύχους:

Θεόδωρος Μεταξάς

Νεοκλής Μαντάς

OPEN TOURISM/
OPEN CULTURE

OPEN BUSINESS/
OPEN NETWORKS

OPEN SPACE/
OPEN RIVER

OPEN PEOPLE/
OPEN LIFE

OPEN EDUCATION/
OPEN RESEARCH

OPEN SPORTS

OPEN CARE/
OPEN HEALTH