



ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ & ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΚΑΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΔΗΜΟ ΣΥΡΟΥ-ΕΡΜΟΥΠΟΛΗΣ

17^ο Ετήσιο Σεμινάριο της Ερμούπολης για την Κοινωνία
της Πληροφορίας και την Οικονομία της Γνώσης

Δρ Πανταζής Πάστρας

09.06.22



ΔΗΜΟΣ ΣΥΡΟΥ - ΕΡΜΟΥΠΟΛΗΣ
MUNICIPALITY OF SYROS - HERMOUPOLIS

ΤΟΠΟΣΟΦΙΑ
PLACE MAKING & MARKETING AGENCY

1

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΕΡΓΟ

- ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ
- ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ: ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ & ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ
- ΔΗΜΙΟΥΡΓΩΝΤΑΣ ΤΟ PLACE BRAND ΤΗΣ ΣΥΡΟΥ ΣΕ 5 ΒΗΜΑΤΑ

2

ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΜΙΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΡΟ

- ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΣΥΡΟΥ
- ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ (PLACE BRAND)
- ΕΙΚΑΣΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ
- ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ & ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ



**ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΝΤΑΣ
ΤΟ ΕΡΓΟ**

Παραδοτέα



Παραδοτέο Α:
**Ανάλυση Υφιστάμενης
Κατάστασης**



Παραδοτέο Β:
**Σχέδιο Διαχείρισης &
Ανάπτυξης Ταυτότητας
Προορισμού**



Παραδοτέο Γ:
**Εικαστική Ταυτότητα Προορισμού
& Οδηγός Εφαρμογών**



Παραδοτέο Δ:
**Εκπαιδευτική
Υποστήριξη**

Μεθοδολογία: Δευτερογενής Έρευνα

- Ανάλυση μελετών και δεδομένων Δήμου Σύρου-Ερμούπολης
- Ανάλυση διεθνών & εγχώριων τάσεων
- Ανάλυση προσφοράς & ζήτησης
- Ανάλυση ανταγωνισμού
- Ανάλυση καλών πρακτικών



Μεθοδολογία: Πρωτογενής Έρευνα

- Συνεντεύξεις με 28 εκπροσώπους φορέων/επιχειρήσεων
- Online έρευνα σε 830 Έλληνες ταξιδιώτες για την πρόθεση επίσκεψης στην Σύρο το 2022 και την αξιολόγηση της εικόνας του προορισμού
- Συναντήσεις εργασίας και διαδικασία δημόσιας διαβούλευσης με φορείς και μέλη της τοπικής κοινωνίας



Δημιουργώντας το Place Brand της Σύρου σε 5 βήματα

STEP 1

Κατάρτιση στόχων

Όραμα
Αποστολή
Στόχοι

Τι προσπαθούμε να πετύχουμε;

STEP 2

Ανάλυση του υφιστάμενου Place Brand

Αντιληπτή Ταυτότητα
Αντιληπτή Εικόνα
Προβαλλόμενη Εικόνα

Τι εκφράζει το place brand μας σήμερα – δυνατά σημεία και αδυναμίες;

STEP 3

Σχεδιασμός της Ουσίας του Place Brand

Αξίες
Σχεδιασμός Εμπειριών
Ταυτότητα του Brand

Ποια στοιχεία θα καταστήσουν τον τόπο μοναδικό και ελκυστικό προς τα διαφορετικά κοινά;

STEP 4

Εφαρμογή του νέου Place Brand

Σχεδιασμός
Συνεργασία
Επικοινωνία

Ποιος ο ρόλος διαφορετικών φορέων και τοπικών κοιν. ομάδων στην εφαρμογή του Place Branding;

STEP 5

Αξιολόγηση του Place Brand

Αναγνωρισιμότητα
Αντιληπτή Εικόνα / Αφοσίωση
Προβαλλόμενη Εικόνα

Πώς θα μετρήσουμε την επιτυχία της στρατηγικής μας;



**ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΜΙΑ
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΡΟ**

Κατευθύνσεις για το μέλλον του προορισμού

- Συνεργασία των φορέων στο πλαίσιο ενός 'Μνημονίου Συνεννόησης και Συνεργασίας'
- Ενδυνάμωση της Δημοτικής Επιτροπής Τουρισμού
- Παράλληλη στόχευση σε κοινά του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού
- Άμβλυση της εποχικότητας με ενίσχυση των ροών σε Απρίλιο-Ιούνιο και Σεπτέμβριο-Οκτώβριο
- Άντληση χρηματοδοτικών πόρων για ποικίλες ανάγκες
- Εισαγωγή καινοτομίας σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα (υδάτινοι πόροι, ανακύκλωση κ.ά.)
- Δημιουργία εμπειριών βιωματικού χαρακτήρα (αρχιτεκτονική κληρονομιά, βιομηχανικό παρελθόν, γαστρονομία κ.ά.)
- Ανάπτυξη μορφών εναλλακτικού τουρισμού (καταδυτικός, δραστηριότητες στην ύπαιθρο κ.ά.)
- Βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και της εμπειρίας των επισκεπτών (κυκλοφοριακή αποσυμφόρηση, πληροφόρηση για χώρους ενδιαφέροντος)

Κατευθύνσεις για το μέλλον του προορισμού

- Αναβάθμιση των επίσημων καναλιών του προορισμού στο διαδίκτυο
- Διασφάλιση ομοιογένειας και συνέπεια στην εικόνα της Σύρου όπως προωθείται από διάφορους φορείς
- Ανάπτυξη στρατηγικών συνεργασιών με ηγετικούς φορείς της τουριστικής βιομηχανίας
- Επέκταση του μεριδίου που διεκδικεί η Σύρος στην αγορά των ταξιδιών από οικογένειες
- Ενίσχυση της στόχευσης σε κοινά ενδιαφέροντος που αναζητούν εμπειρίες με βάση το φαγητό και το ποτό
- Προσέγγιση εξειδικευμένων αγορών-στόχων, όπως οι ψηφιακοί νομάδες και τα ΑμΕΑ

Αντιλήψεις για τον προορισμό

Πιστοί επισκέπτες

Πώς την περιγράφουν

Φιλική/φιλόξενη
 Μοναδική/ιδιαιτέρη
 Διασκεδαστική
 Συναρπαστική
 Οικονομικά προσιτή

Η εικόνα που τους έρχεται στο μυαλό

Εντυπωσιακή αρχιτεκτονική & νεοκλασικές κατοικίες
 Όμορφη Χώρα με ρομαντικά σοκάκια

Δυνητικοί επισκέπτες

Φιλική/φιλόξενη
 Μοναδική/ιδιαιτέρη
 Παραδοσιακή
 Εύκολα προσβάσιμη
 Ήσυχη

Θάλασσα και καΐκια
 Κυκλαδίτικη κουζίνα /
 Εύγευστα πιάτα / Ποικιλία
 γαστρονομικών επιλογών.

Το Brand σε μια σελίδα – τι περιλαμβάνει



ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΑΣ

- Διοικητικό και πολιτιστικό κέντρο Κυκλάδων
- Βιομηχανική ιστορία και παράδοση
- Κοιτίδα (hub) νέων & ταλαντούχων ανθρώπων (Παν. Αιγαίου)
- Βιώσιμη ανάπτυξη – Περιβάλλον
- Καλή Ακτοπλοϊκή σύνδεση – 2-3,5 ώρες από Πειραιά
- Κράμα πολιτιστικών και ιστορικών στοιχείων
- Μοναδική Αρχιτεκτονική – Πολιτισμός – «Αρχοντιά»
- Προσβασιμότητα - ΑμεΑ – Κοινωνική Υπευθυνότητα
- Γαστρονομία – Υψηλή ποιότητα και ποικιλία επιλογών
- Στρατηγική θέση – Κυκλάδες, δίπλα σε Μύκονο

ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Δουλειές και δραστηριότητες πέρα από Τουρισμό – Επιχειρηματικότητα
- Υποδομές και υπηρεσίες, Περίθαλψη, Διαχείριση αποβλήτων κ.λπ.
- Πολιτιστικές δράσεις & δραστηριότητες - Επιλογές
- Τοπική παραγωγή – προϊόντα
- Συνεργασίες – Σύνδεση με εκπαιδευτική κοινότητα & νεοφυή επιχ/τα – Καινοτομία
- Ευκολία πρόσβασης
- Ποικιλία επιλογών σε καλό φαγητό
- Value for money

ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Καλωσόρισμα, Αποδοχή, Φιλοξενία
Ζεστασιά, Εγγύτητα
Ασφάλεια, Υγεία
Υποστήριξη, Σύνδεση
Ποιότητα/Καλλιέργεια
Ισορροπία
Περιέργεια, Δραστηριοποίηση

ΟΙ ΑΞΙΕΣ ΜΑΣ

- Openness & Συμπεριληπτικότητα (θρησκείες, πολιτιστικά στοιχεία, επιχειρηματικότητα – ίσες ευκαιρίες)
- Φιλοξενία
- Ποιότητα – Σεβασμός (σε κατοίκους, επισκέπτες, ειδικά κοινά, περιβάλλον, ιστορία)
- Βιώσιμη Ανάπτυξη & Κυκλική Οικονομία
- Παράδοση & Εξέλιξη (όχι προσκόλληση στο χθες)
- Πολιτισμός
- Συνεργασία
- Connectivity / Συνδεσιμότητα

Η ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΜΑΣ

Τοποθέτηση της Σύρου ως επίκεντρο των Κυκλάδων, που συνδυάζει με κομψότητα και ισορροπία όλα όσα έχουν να προσφέρουν, τόσο ως τόπος διακοπών και χαλάρωσης, όσο και ως τόπος διαμονής, δημιουργίας και ανάπτυξης.

Η ουσία του Brand και η εικαστική ταυτότητα

Η ΟΥΣΙΑ ΤΟΥ BRAND

Ένα νησί «ανοιχτό» και φιλόξενο, γεμάτο δημιουργικές αντιθέσεις που το κάνουν μοναδικό.

Η ΕΙΚΑΣΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ



ΣΥΡΟΣ

ΚΥΚΛΑΔΕΣ

Το στρατηγικό πλαίσιο

ΤΟ ΟΡΑΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΣΥΡΟΥ ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2030

Να καταστεί η Σύρος ένας δημοφιλής προορισμός για Έλληνες και ξένους επισκέπτες, με εφιαλτήριο τη σύνθεση στοιχείων του Αιγαιοπελαγίτικου τοπίου και των μοναδικών χαρακτηριστικών του νησιού, όπως το κράμα ιστορικών στοιχείων και πολιτιστικών παραδόσεων, τους πόρους φυσικής κληρονομιάς στο έδαφος και στο νερό, τη στρατηγική θέση πλησίον ηγετικών προορισμών και τη διαρκή ενίσχυση του νησιού ως διοικητικό, πολιτιστικό, εκπαιδευτικό και επιχειρηματικό κέντρο, καθώς και ως ένας «ανοιχτός» και φιλόξενος τόπος για κάθε ταξιδιώτη.

Το στρατηγικό πλαίσιο

Στρατηγικοί Πυλώνες

Στρατηγικοί Άξονες

Place & Destination Management

- 1. Βιώσιμη Ανάπτυξη & Διαχείριση Προορισμού
- 2. Ανάπτυξη Προϊόντων, Υπηρεσιών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Place & Destination Marketing

- 1. Προώθηση και Προβολή σε Ηλεκτρονικά Μέσα και Κοινωνικά Δίκτυα
- 2. Προώθηση και Προβολή Ειδικών Μορφών Τουρισμού & Νέων Προϊόντων
- 3. Προώθηση και Προβολή στην Αγορά των Ψηφιακών Νομάδων
- 4. Προώθηση και Προβολή Ειδικών Μορφών Τουρισμού & Νέων σε Τουριστικούς Φορείς και Επιχειρήσεις (Travel Trade)

Δράσεις Πυλώνα: Place & Destination Management

Α1. Άξονας Βιώσιμη Ανάπτυξη & Διαχείριση Προορισμού

- 1 Εφαρμογή Destination Certification από το Global Sustainable Tourism Council
- 2 Δημιουργία Παρατηρητηρίου Οικονομίας Επισκεπτών
- 3 Ενίσχυση των Πρακτικών Εξοικονόμησης Νερού ή/και Ανακύκλωσης
- 4 Σχεδιασμός και Εφαρμογή Προγράμματος Κατάρτισης Ανθρώπινου Δυναμικού
- 5 Διεύρυνση της Παρουσίας των Επιχειρήσεων της Σύρου στην πρωτοβουλία Aegean Cuisine
- 6 Εγκατάσταση και Εφαρμογή «Εξυπνου» ή Υβριδικού Συστήματος Σήμανσης
- 7 Σχεδιασμός και Εφαρμογή Πρωτοβουλιών Ήπιας Κυκλοφορίας και Κυκλοφοριακής Αποσυμφόρησης
- 8 Εγκατάσταση και Εφαρμογή «Εξυπνων» Σημείων Τουριστικού Ενδιαφέροντος με Ηχητικές Εκφωνήσεις-Μουσικά Αποσπάσματα

Α2. Άξονας Ανάπτυξη Προϊόντων, Υπηρεσιών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

- 1 Ανάπτυξη Πακέτων Θεματικών Εμπειριών με Συγκεκριμένες Διαδρομές, Περιηγήσεις και Δραστηριότητες σε συνδυασμό με Προσέλκυση Νέων Ελλήνων Σχεδιαστών και Πολιτιστικών Φορέων για τη Δημιουργία Προϊόντων με Έμπνευση από τη Σύρο
- 2 Σχεδιασμός Προγράμματος Προσωρινής Μετεγκατάστασης Ανθρώπινου Δυναμικού και Δημιουργία Νέων Συνεργατικών Χώρων Εργασίας (Co-working spaces)
- 3 Σχεδιασμός και Διοργάνωση Εκδηλώσεων για την Αναβίωση των Συναφιών της Σύρου
- 4 Αξιοποίηση του Ημερολόγιου Πολιτισμού με τη Χρήση Τεχνολογίας και τη Δημιουργία Υβριδικών Εκδηλώσεων/Εμπειριών
- 5 Εμπλουτισμός του Ημερολόγιου Πολιτιστικών Εκδηλώσεων (Η Σύρος των Αισθήσεων)
- 6 Σχεδιασμός Παρεμβάσεων για την Ενίσχυση Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Δράσεις Πυλώνα: Place & Destination Marketing

B1. Προώθηση και Προβολή σε Ηλεκτρονικά Μέσα και Κοινωνικά Δίκτυα

- 1 Οργάνωση, Στρατηγική και Ανάπτυξη Περιεχομένου για τα Επίσημα Digital και Social Κανάλια

B2. Προώθηση και Προβολή Ειδικών Μορφών Τουρισμού & Νέων Προϊόντων

- 1 Σχεδιασμός και Υλοποίηση Προγράμματος για την Επιμήκυνση της Τουριστικής Περιόδου
- 2 Προώθηση & Προβολή Γαστρονομικής Παράδοσης, μέσα από Παραδοσιακές Συριανές Συνταγές
- 3 Τοποθέτηση σε Εκπομπές & Περιοδικά Μαγειρικής
- 4 Influencers Marketing Campaign
- 5 Προώθηση & Προβολή του Εξειδικευμένου Οδηγού για τον Προσβάσιμο Τουρισμό
- 6 Σχεδιασμός και Υλοποίηση Προγράμματος Syros Cruise Tourism Ambassadors

B3. Προώθηση και Προβολή στην αγορά των Ψηφιακών Νομάδων

- 1 Πρόγραμμα Digital Nomads του Υπουργείου Τουρισμού
- 2 Συνεργασία με την Πρωτοβουλία Work from Greece από την Marketing Greece
- 3 Στοχευμένη Προώθηση σε Συνεργασία με Επιλεγμένες Πλατφόρμες Υψηλού Ενδιαφέροντος

B4. Προώθηση και Προβολή σε Τουριστικούς Φορείς και Επιχειρήσεις (Travel Trade)

- 1 Travel Trade Manual
- 2 Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- 3 Διοργάνωση και Φιλοξενία Travel Trade Events
- 4 Ταξίδια Γνωριμίας Media & Bloggers μέσω του Προγράμματος Fam-Press Trips του ΕΟΤ
- 5 Προώθηση Θεματικών Εμπειριών σε Επιλεγμένους Online Travel Agents (OTAs)



TOPOSOPHY

PLACE MAKING & MARKETING AGENCY

ATHENS / LONDON

[TOPOSOPHY.COM](https://toposophy.com) • [INFO@TOPOSOPHY.COM](mailto:info@toposophy.com)