

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΗΜΟΥ ΛΑΡΙΣΑΙΩΝ

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΣ

- Αντικείμενο του έργου είναι ο προσδιορισμός μίας σειράς στόχων, κατευθύνσεων και δράσεων που αποσκοπούν στη μελλοντική εφαρμογή ενός Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ της Λάρισας με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες τάσεις και απαιτήσεις. Το έργο περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενότητες:
 - Α. Ανάλυση
 - Β. Διαμόρφωση Σχεδίου
 - Γ. Προσδιορισμός Πλαισίου Εφαρμογής.
- Σκοπός του έργου είναι να αποτελέσει ένα στρατηγικό εργαλείο σχεδιασμού, ανάλυσης, αξιολόγησης και υλοποίησης συγκεκριμένων δράσεων και πολιτικών προώθησης που να συμβάλλουν στη μέγιστη δυνατή υποστήριξη της 'εικόνας' της Λάρισας.

ΕΝΟΤΗΤΕΣ Α' ΦΑΣΗΣ

ΠΕΡΙ ΕΝΝΟΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΚΕΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΠΟΥ (Κεφάλαια 1 και 2)

Τι είναι το Μάρκετινγκ Τόπου

Τι είναι το Μάρκετινγκ της πόλης

Διαφορά μάρκετινγκ και branding

Γιατί μία πόλη χρειάζεται σχέδιο μάρκετινγκ

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ (Κεφάλαια 3 και 4)

Το διεθνοποιημένο περιβάλλον

Η ανταγωνιστικότητα των πόλεων

Μελέτες περίπτωσης ευρωπαϊκών πόλεων, κατάλληλα επιλεγμένων

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ (Κεφάλαια 5 και 6)

Χαρακτηριστικά του ελληνικού αστικού συστήματος

Μελέτες περίπτωσης ελληνικών πόλεων και τόπων

ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΛΑΡΙΣΑΣ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΣΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ (Κεφάλαιο 7)

Θέση, Ιστορικά και πολεοδομικά χαρακτηριστικά, οικιστική ανάπτυξη, δημογραφικά χαρακτηριστικά, οικονομικά στοιχεία

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΛΗΘΥΣΜΟ

ΧΩΡΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	1991	2001	2011
ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	10.259.900	10.964.020	10.939.727
ΠΣ ΑΘΗΝΩΝ	3.006.172	3.220.306	3.268.863
ΠΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	745.749	796.132	799.683
ΠΣ ΠΑΤΡΑΣ	185.223	202.757	214.336
ΠΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	140.285	159.046	175.113
ΠΣ ΛΑΡΙΣΑΣ	124.175	139.403	161.339
ΠΣ ΒΟΛΟΥ	131.514	141.675	142.849
ΠΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	87.073	97.657	111.737
ΠΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	69.693	74.120	70.567
ΠΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ	59.694	67.127	69.090

ΧΩΡΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ			ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	
	1991	2001	2011	1991 - 2001	2001 - 2011
ΧΩΡΑ	10.259.900	10.964.020	10.939.727	6,86%	-0,22%
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	734.846	753.888	737.485	2,59%	-2,17%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΡΙΣΑΣ	270.612	279.305	282.507	3,21%	1,14%
ΔΗΜΟΣ ΛΑΡΙΣΑΙΩΝ	124.175*	139.403*	161.339	12,26%	15,73%

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

ΧΩΡΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	8,8	8,3	7,6	6,5	8,8	12,3	17,6	25,3
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	10,6	8,9	8,8	8,5	11,3	14,9	21,8	28,7
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΧΑΪΑΣ	11,5	10,7	9,6	10,2	10,2	13,5	19,3	29,3
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	7,6	7,3	5,1	6,7	8,9	13,0	17,9	23,0
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΡΙΣΑΣ	10,4	9	9,5	9,7	10,5	13,1	15,4	20,2
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	8,5	7,8	5,9	8,1	9,6	13,4	22,9	33,3
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	10,6	9,3	8,6	9,8	11,4	11,4	16,1	23,4
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΒΑΛΑΣ	12,8	12,2	10,7	9,2	9,5	13,0	20,3	20,2
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	8,9	7,9	7,7	6,1	6,8	8,0	14,3	23,8
ΧΩΡΑ	9,9	8,9	8,3	7,6	9,5	12,5	17,7	24,2

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

ΧΩΡΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	Α ΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	Β ΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	Γ ΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	1,28%	22,15%	66,25%
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	4%	25,81%	66,24%
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΧΑΪΑΣ	11,61%	18,63%	54,61%
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	21,13%	14,90%	49,75%
ΠΕΡΙΦ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΡΙΣΙΑΣ	26,60%	19,17%	46,46%
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	14,88%	21,47%	51,34%
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	11,38%	20,44%	55,05%
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΒΑΛΑΣ	18,70%	23,71%	49,55%
ΠΕΡΙΦΕΡ. ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	30,45%	15,19%	44,84%
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	24,92%	18,74%	47,12%
ΧΩΡΑ	13,43%	20,74%	55,20%

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ Α' ΦΑΣΗΣ

- Κεντροβαρής θέση πανελληνίως
- Γεωγραφικά και αναπτυξιακά ασθενής θέση σε Ευρωπαϊκό Επίπεδο
- Σημαντική αύξηση του πληθυσμού / αξιοσημείωτη πληθυσμιακή δυναμική
- Άνοδος στην ιεραρχία των πόλεων (εθνικό επίπεδο)
- Σημαντική αύξηση της ανεργίας μετά το 2008
- Ωστόσο, η αύξηση της ανεργίας είναι μικρότερη από τον εθνικό μέσο όρο και τις λοιπές μεσαίου μεγέθους πόλεις
- Σημαντική δυναμική του πρωτογενή τομέα

ΕΝΟΤΗΤΕΣ Β' ΦΑΣΗΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ [Κεφάλαια 3 +4]

- I. Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά Λάρισας με βάση την αποδελτίωση των μελετών
- II. Τομεακή Ανάλυση του Δήμου Λαρισαίων
- III. Ανάλυση SWOT

ΕΡΕΥΝΕΣ ΠΕΔΙΟΥ [Κεφάλαιο 5]

- IV. Ποσοτική Έρευνα Πεδίου – Ερωτηματολόγια
- V. Ποιοτική Έρευνα Πεδίου – Συνεντεύξεις
- VI. Συνδυαστική Ανάλυση

ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ [Κεφάλαιο 6]

- VII. Πυλώνες Δυναμικής της Λάρισας
- VIII. Βασικές Υποθέσεις Ανάλυσης
- IX. Προσδιορισμός Δυνητικών Ομάδων-Στόχων

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΜΕΛΕΤΕΣ:

- Περιφερειακό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης της Περιφέρειας Θεσσαλίας
- Ρυθμιστικό Σχέδιο Οικιστικού Συγκροτήματος Λάρισας
- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Λαρισαίων 2011-2014
- Βιοκλιματική Ανάπλαση του Ιστορικού Κέντρου



ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΛΑΡΙΣΑΣ:

- Κεντρικότητα στο σύστημα αστικών κέντρων της Ελλάδας
- Κεντροβαρής γεωγραφική θέση
- Αγροτικός τομέας
- Φυσικό περιβάλλον
- Κέντρο εκπαίδευσης & έρευνας – τομέας υγείας
- Κέντρο πολιτισμού
- Παρεμβάσεις στο αστικό τοπίο

ΤΟΜΕΑΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

7 ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ:

1. **Αστικό Περιβάλλον & Υποδομές:** α) ακτινωτή μορφή οικιστικού ιστού, β) κεντρική θέση σε εθνικό επίπεδο, γ) εκτεταμένες πεζοδρομήσεις και δ) ιδανικό ανάγλυφο για χρήση ποδηλάτου
2. **Φυσικό Περιβάλλον:** Ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον με εναλλαγές (Θεσσαλικός κάμπος, ορεινοί όγκοι, Πηνειός ποταμός), ικανοποιητική ποιότητα φυσικού περιβάλλοντος
3. **Πληθυσμιακά Στοιχεία:** Μεγάλο ποσοστό αύξησης των κατοίκων του Δήμου σε σχέση με τον πληθυσμό της Περιφέρειας Θεσσαλίας και της Περιφερειακής Ενότητας Λάρισας
4. **Επιχειρηματικό Κλίμα:** έμφαση στον πρωτογενή και τριτογενή τομέα, σχετικά χαμηλή αύξηση της ανεργίας & δομές εμπορικής ενίσχυσης (open mall)
5. **Πολιτισμός-Διασκέδαση:** α) σημαντικά ιστορικά μνημεία, β) σύγχρονες πολιτιστικές δομές, γ) άνθιση του τομέα της διασκέδασης (έμφαση στα café – bars)
6. **Εκπαίδευση-Υγεία:** α) ύπαρξη τμημάτων ΑΕΙ & ΤΕΙ, β) Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο Λάρισας, γ) το μελλοντικό Κέντρο Αδρονικής Θεραπείας
7. **Τουρισμός-Αθλητισμός:** α) τουριστική κίνηση στα παράλια και β) ΑΕΛ και ΑΕΛ FCARENA

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Αρχαίο θέατρο, Λόφος Φρουρίου
- Δραστήριοι πολιτιστικοί και αθλητικοί σύλλογοι
- Εύκολη πρόσβαση/Κεντρικότητα
- Πηνεϊός
- Δίκτυο Πεζοδρόμων (βραβευμένη μελέτη)
- Η τέχνη στην πόλη (γλυπτός ποταμός της Νέλλας Γκόλαντα) - Μουσεία
- Αστικό πράσινο (Κηποθέατρο – Αλκαζάρ / Αισθητικό Άλσος / Παραπήνεια Ζώνη)
- Νυχτερινή Ζωή
- Πόλη Ποδηλάτου
- Έδρα Περιφέρειας
- Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας / ΤΕΙ
- ΑΕΛ – Ιστορική ποδοσφαιρική ομάδα
- Ποιότητα ζωής & Εξωστρέφεια κατοίκων
- Εμπορική Αγορά (& παρουσία μεγάλων αλυσίδων π.χ. IKEA)
- Πόλη Ιατρικής Έρευνας (Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο, Ειδική Μονάδα Αποκατάστασης ANIMUS, CERN)
- Πόλη Ιατρικών Υπηρεσιών
- Στρατιωτική Βάση NATO -Αρχηγείο Τακτικής Αεροπορίας
- Τοπικά Προϊόντα
- LogisticsHub – Αποθήκες εταιριών
- Επιχειρήσεις που ταυτίζονται με τη Λάρισα (π.χ. Mikel, Θεσγαλα, Όλυμπος, Βιοκαρπέντ)
- Θεσσαλικό Θέατρο / Εικαστικές Τέχνες
- Ειδικά γεγονότα: Φεστιβάλ Πηνεϊού, Κινηματογραφικό Φεστιβάλ
- Ξενοδοχειακές υποδομές υψηλής ποιότητας

ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Χαμηλή τουριστική κίνηση
- Κλιματικές συνθήκες
- Ανύπαρκτη αναγνωρισιμότητα στο εξωτερικό
- Έλλειψη υποστήριξης εικόνας πόλης
- Αδυναμία του εμπορικού τομέα να ανταγωνιστεί τη Θεσσαλονίκη και την Αθήνα
- Απουσία συνεδριακού χώρου / υποδομών πολυτελούς τουρισμού
- Απουσία οδηγού πόλης – σήμανσης – πληροφορίας στο διαδίκτυο (apps)
- Έλλειψη συνεδριακών υποδομών διεθνούς επιπέδου
- Κακή ρυμοτομία
- Έλλειψη επιμέρους ταυτοτήτων στις συνοικίες
- Απουσία / καταστροφή ιστορικού κτιριακού αποθέματος
- Αδυναμία απορρόφησης επιστημονικού και εξειδικευμένου παραγωγικού δυναμικού
- Έλλειψη μουσικών γεγονότων
- Κυκλοφοριακά Προβλήματα & Προβλήματα Στάθμευσης (υπόγειος χώρος στάθμευσης επί πληρωμή)
- Απουσία υποδομής για κυκλοφορία ποδηλάτων

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- Σχέδιο προβολής και επικοινωνίας
- Αύξηση πληθυσμού
- Βελτίωση συγκοινωνιακών Θεσσαλικών υποδομών
- Νέο Γήπεδο ΑΕΛ
- Ανάπτυξη δίπολου με Βόλο
- Σύνδεση με αερολιμένα Ν. Αγχιάλου
- Αναβάθμιση σιδηροδρομικής γραμμής Αθήνας – Θεσσαλονίκης / Λάρισας – Βόλου
- Αναζωογόνηση περιοχής Σιδ. Σταθμού π.χ. Jessica
- Τουριστική Ανάπτυξη κοντινών προορισμών λόγω κρουαζιέρας και lowcost εταιριών
- Ανάδειξη αρχαίου Θεάτρου – Πολιτιστική Διαδρομή
- Εκδρομείς από Βαλκάνια
- Σύνδεση πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό
- Κοινότητες Απόδημων
- Ανάδειξη Λάρισας ως νεανικής πόλης
- Ανάδειξη Θεσσαλικής διατροφής – Τοπικών Προϊόντων ('Θεσσαλικό Σύμφωνο Ποιότητας')
- Ανάγκη για δημιουργία φεστιβάλ αρχαίου θεάτρου (λόγω αντίστοιχης μείωσης ενδιαφέροντος πρωτοβουλιών Θήβας – Δελφών)
- Διοργάνωση/Ανάθεση αθλητικών events
- Αλλαγή από παραδοσιακές σε νέες αγροτικές καλλιέργειες
- Αξιοποίηση ευρωπαϊκών πόρων
- Επιπεδότητα

ΑΠΕΙΛΕΣ

- Υψηλή ανεργία στο νεανικό πληθυσμό
- Περαιτέρω συρρίκνωση ΟΣΕ
- Μείωση δαπανών στους τομείς τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και έρευνας
- Μείωση εγχώριου τουρισμού λόγω κρίσης (ο οποίος υποστήριζε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού)
- Μείωση αριθμού φοιτητών από άλλες πόλεις (πλην Θεσσαλίας)
- Δυσκολίες στην αποκατάσταση / επαναλειτουργία μνημείων
- Έλλειψη συνεργασίας με κοντινούς τουριστικούς προορισμούς (π.χ. χιονοδρομικά κέντρα, Πήλιο, Μετέωρα, Όλυμπος)
- Πιθανή εγκατάλειψη ελληνικών αεροδρομίων (Ν. Αγχιάλος, Θεσσαλονίκη) lowcost εταιριών
- Επιπτώσεις κρίσης στην κατανάλωση
- Περαιτέρω συρρίκνωση του εμπορικού τομέα
- Αλλαγή προσανατολισμού και μείωση πόρων Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ)
- Μείωση δαπανών για τον πολιτισμό

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

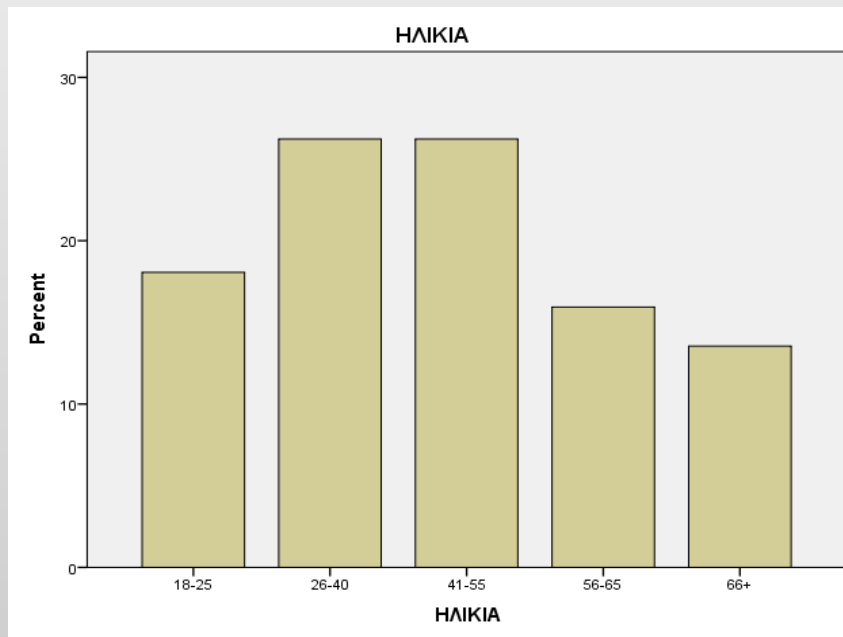
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ για:

α) τους κατοίκους, β) τους επισκέπτες, και γ) τις επιχειρήσεις

- **Υποθέσεις εργασίας:** α) τα στοιχεία των απογραφών της ΕΛΣΤΑΤ για τον πληθυσμό του Δήμου είναι τα μόνα αναλυτικά και ακριβή, β) αποφεύχθηκε η διαστρέβλωση των δεδομένων κατά τη συλλογή τους.
- **Περιορισμοί εργασίας:** α) το σύντομο χρονικό διάστημα ολοκλήρωσης της έρευνας, β) η ύπαρξη πλαισίου συγκεκριμένου κόστους και γ) η καταγραφή μιας εικόνας σε μια δεδομένη χρονική στιγμή.
- **Δειγματοληψία:** Τυχαία στρωματοποιημένη δειγματοληψία (639 άτομα ως δείγμα) για τα ερωτηματολόγια που αφορούσαν τους κατοίκους της περιοχής, μη πιθανοκρατική δειγματοληψία της χιονοστιβάδας (200 άτομα ως δείγμα) για τα ερωτηματολόγια που αφορούσαν τους επισκέπτες και μη πιθανοκρατική δειγματοληψία για τα ερωτηματολόγια που αφορούσαν τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην περιοχή μελέτης (>200 επιχειρήσεις ως δείγμα).

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΚΑΤΟΙΚΟΙ

ΠΡΟΦΙΛ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ



Έτη Διαμονής στη Λάρισα	N	%	Αθροιστικό %
<10	111	13,9	13,9
11-20	103	12,9	26,9
21-30	145	18,2	45,0
>30	438	55,0	100,0
ΣΥΝΟΛΟ	797	100,0	

Επαγγελματική ομάδα	N	%	Αθροιστικό %
Δημ. Υπάλληλος	67	8,4	8,4
Ιδ. Υπάλληλος	100	12,5	21,0
Ελ. Επαγγελματίας	134	16,8	37,8
Συνταξιούχος	169	21,2	59,0
Εισοδηματίας	1	0,1	59,1
Φοιτητής	101	12,7	71,8
Άνεργος	225	28,2	100,0
ΣΥΝΟΛΟ	797	100,0	

Επίπεδο εκπαίδευσης	N	%	Αθροιστικό %
Αβάθμια	117	14,7	14,7
Ββάθμια	243	30,5	45,2
Γβάθμια	411	51,6	96,7
ΜΔΕ	23	2,8	99,6
ΔΔ	3	0,4	100,0
ΣΥΝΟΛΟ	797	100,0	

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΚΑΤΟΙΚΟΙ

ΙΣΧΥΡΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΑ
1. Οικονομικοί και Αναπτυξιακοί		
Το μέγεθος της τοπικής αγοράς	8	8
Η κεντροβαρής γεωγραφική θέση της πόλης	9	8
Ο ισχυρός πρωτογενής τομέας παραγωγής	9	10
2. Εργασιακοί		
Διαθεσιμότητα εργατικού δυναμικού	8	10
Ποιότητα & εξειδίκευση εργατικού δυναμικού	8	8
3. Κόστος	-	-
4. Μεταφορές-Δίκτυα-Υποδομές		
Αποτελεσματικό δίκτυο σιδηροδρόμων	8	8
Τηλεπικοινωνιακό δίκτυο	8	8
Αποτελεσματικό δίκτυο αστικών μεταφορών	8	8
5. Ποιότητα Ζωής-Περιβάλλον	-	-
6. Πολιτισμός-Τουρισμός		
Ξενοδοχειακές υποδομές	8	8
Επιχειρήσεις εστίασης	9	10
7. Έρευνα-Ανάπτυξη-Εκπαίδευση	-	-

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΑ
1. Οικονομικοί και Αναπτυξιακοί		
Ευκαιρίες για καλό εισόδημα	5	6
Ισχυρά επενδυτικά κίνητρα	6	6
Στάση αυτοδιοίκησης	5	5
2. Εργασιακοί		
Ευκαιρίες για απασχόληση	4	1
3. Κόστος		
Κόστος διαβίωσης	4	5
Λοιπά Κόστη	5	5
4. Μεταφορές-Δίκτυα-Υποδομές		
Αποτελεσματικό δίκτυο αερογραμμών	4	1
Αποτελεσματικές διοικητικές υπηρεσίες	6	6
5. Ποιότητα Ζωής-Περιβάλλον	-	-
Χώροι στάθμευσης	5	5
6. Πολιτισμός-Τουρισμός		
Ο τουρισμός της πόλης	5	5
7. Έρευνα-Ανάπτυξη-Εκπαίδευση		
Ποιότητα ερευνητικών φορέων	6	5

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΚΑΤΟΙΚΟΙ

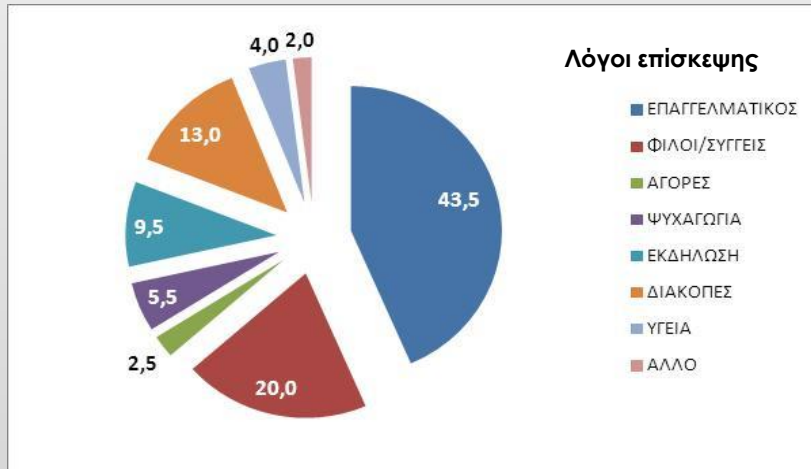
ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ & ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΛΑΡΙΣΑΣ

Τρόποι / Μέσα Υποστήριξης της Εικόνας της Λάρισας	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΑ
Τουριστικοί και Επιχειρησιακοί Οδηγοί – Έντυπο υλικό	7	8
Το επίσημο site του Δήμου Λαρισαίων	7	5
Χορηγίες από τρίτους (κυρίως επιχειρήσεις)	7	8
Διαφημίσεις σε έντυπα στον ελληνικό τύπο	8	8
Διαφημίσεις σε έντυπα σε ξένο τύπο	7	7
Παρουσία σε ελληνικές διοργανώσεις & εκθέσεις	8	10
Διαμόρφωση ισχυρού λογότυπου	7	8
Ισχυροί χρωματικοί συνδυασμοί (χαρακτηριστικά χρώματα πόλης)	7	8
Διαμόρφωση ισχυρού και έξυπνου σλόγκαν	7	8
Φιλοξενία/οργάνωση ειδικών πολιτιστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων/γεγονότων	8	8
Διαμόρφωση βίντεο	7	8
Ταχυδρομική διαφήμιση	6	5
Ραδιοφωνική διαφήμιση	7	8
Τηλεοπτική διαφήμιση	8	10
Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες / οργανισμούς σε Ελλάδα και εξωτερικό	8	10
Συνεργασία με επαγγελματικούς οργανισμούς σε Ελλάδα και εξωτερικό	8	10
Συνεργασία με πολιτιστικούς φορείς/οργανώσεις σε Ελλάδα και εξωτερικό	8	10
Δημιουργία εξειδικευμένων πακέτων (τουριστικών/επιχειρησιακών κ.λπ.)	8	10
Διαφήμιση/παρουσία σε κοινωνικά δίκτυα (facebook, twitter κ.λπ.)	8	10

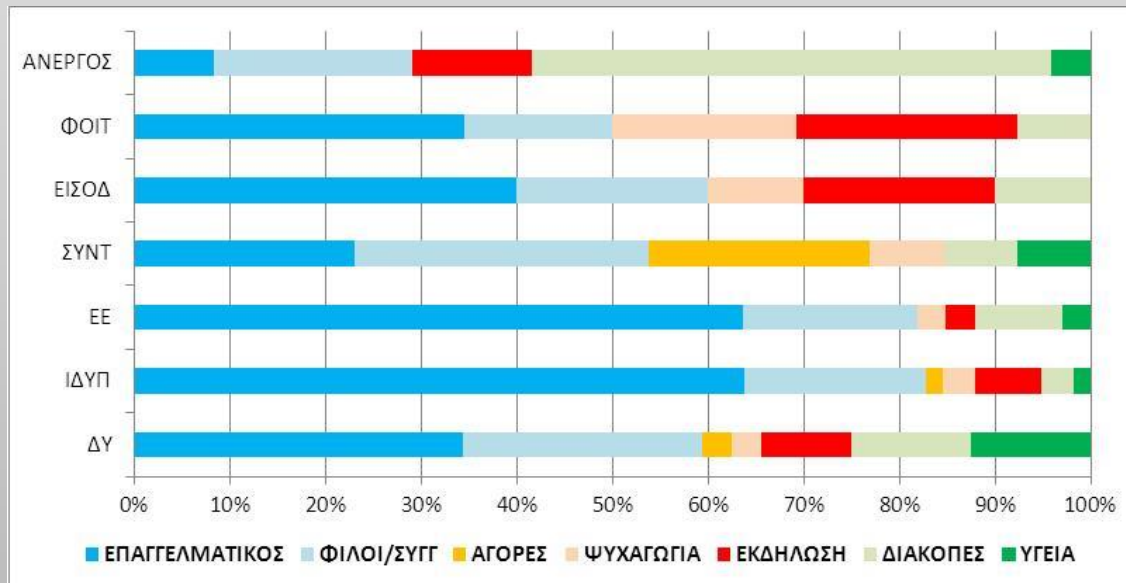
Λέξεις ταυτισμένες με τη 'ΛΑΡΙΣΑ'	N στο δείγμα	% στο δείγμα	N στην πόλη	% στην πόλη
ΚΑΜΠΟΣ (ΠΕΔΙΑΔΑ)	490	61,48	388	60,72
ΠΗΝΕΙΟΣ	405	50,82	329	51,49
ΑΕΛ	368	46,17	329	51,49
ΑΛΚΑΖΑΡ	353	44,29	283	44,29
ΚΟΜΒΟΣ (ΚΕΝΤΡΟ)	310	38,90	228	35,68
ΘΕΣΣΑΛΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ	298	37,39	243	38,03
ΖΩΝΤΑΝΗ ΠΟΛΗ	233	29,23	189	29,58
ΟΛΥΜΠΟΣ (Βουνό)	227	28,48	182	28,48
ΑΓΟΡΑ	226	28,36	198	30,99
ΤΕΜΠΗ	212	26,60	168	26,29
ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ	158	19,82	136	21,28
ΠΕΖΟΔΡΟΜΟΙ	152	19,07	104	16,28
ΦΡΟΥΡΙΟ	149	18,70	124	19,41
ΙΣΤΟΡΙΑ	96	12,05	66	10,33
ΙΠΠΟΚΡΑΤΗΣ	83	10,41	70	10,95
ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ	72	9,03	50	7,82
ΠΡΑΣΙΝΟ	63	7,90	48	7,51
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	58	7,28	44	6,89

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ

ΠΡΟΦΙΛ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ



ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ	N	%
Κάθε εβδομάδα	18	9,0
Κάθε 15 μέρες	16	8,0
Κάθε μήνα	27	13,5
Κάθε τρίμηνο	21	10,5
Μια-δύο φορές το χρόνο	30	15,0
Είναι η πρώτη επίσκεψη	51	25,5
Σπάνια	37	18,5
ΣΥΝΟΛΟ	200	100,0



ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ

ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΕ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ - ΙΣΧΥΡΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΦΘΗΚΑΝ..	N	%
Λαογραφικό μουσείο	40	20,00
Αρχαιολογικό μουσείο	47	23,50
Δημοτική Πινακοθήκη (Μουσείο Γ. Κατσιύρα)	42	21,00
Το Ελληνομουσείο στον οικισμό Αμπελάκια	26	13,00
Τον Πηνεϊό	112	56,00
Το Πάρκο Αλκαζάρ	114	57,00
Το Αρχαίο Θέατρο	104	52,00
Τον Μύλο του Παππά	34	17,00
Την τούρκικη αγορά (Μπεζεστένι)	36	18,00
Το λόφο του Φρουρίου - Ακρόπολη	92	46,00
Τον Παραδοσιακό Οικισμό στα Αμπελάκια	32	16,00
Τον Παραδοσιακό Οικισμό στην Καλλιπεύκη	16	8,00
Τον Παραδοσιακό Οικισμό στη Ραψάνη	20	10,00
Τον Παραδοσιακό Οικισμό στο Σκλήθρο	15	7,50
Το Ρωμαϊκό Υδραγωγείο στο Μεταξοχώρι	14	7,00

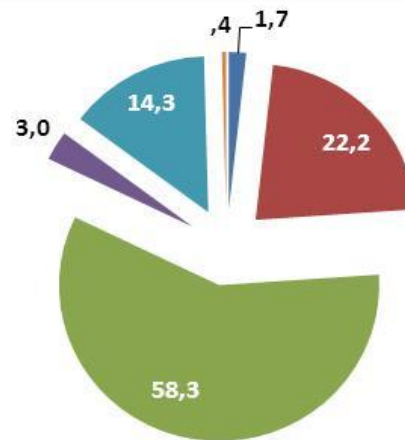
ΙΣΧΥΡΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΑ
Η κεντρική θέση της πόλης και η εύκολη πρόσβαση σε αυτήν	8	8
Ο πολιτιστικός χαρακτήρας & οι υποδομές πολιτισμού	7	7
Η ψυχαγωγία & η νυκτερινή διασκέδαση	8	8
Η εμπορική αγορά της πόλης	8	8
Η ύπαρξη ανοικτών χώρων & πρασίνου	7	8
Ο θεσσαλικός κάμπος	8	8
Το μέγεθος του πληθυσμού της πόλης	7	7
Η ενέργεια & ζωντάνια της πόλης	8	9
Οι τοπικές γεύσεις & τα προϊόντα της πόλης	7	8
Ο χαρακτήρας & η φιλοξενία των ντόπιων	7	8
Οι ξενοδοχειακές υποδομές της πόλη	7	8
Οι αθλητικές υποδομές της πόλης	6	8
Οι υποδομές σε Πανεπιστήμια & ερευνητικά κέντρα	7	7
Οι υποδομές πληροφόρησης & εξυπηρέτησης προς τουρίστες αλλά & επιχειρήσεις	6	7
Η ύπαρξη μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων	7	8
Τα μεταφορικά μέσα/ συγκοινωνίες της πόλη	6	8
Οι χώροι στάθμευσης	5	3
Η μετακίνηση μέσα στην πόλη	6	5

Αντιπροσωπευτικές λέξεις:
Κάμπος, Αγορά, ΑΕΛ

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	N	%
Τοπική	207	90,0
100% μη τοπική	3	1,3
Ανήκει σε όμιλο	6	2,6
franchise	12	5,2
Πολυεθνική	1	,4
Άλλο	1	,4
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	230	100,0
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	230	100,0

ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	N	%
< =3	39	17,0
[4,10]	51	22,2
[11,20]	41	17,8
[21,50]	58	25,2
> 50	4	1,7
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	193	83,9
ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ	37	16,1
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	230	100,0



Τομείς δραστηριοποίησης:

- ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
- ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΟ
- ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ
- ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ
- ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
- ΆΛΛΟ

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΙΣΧΥΡΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΑ
1. Οικονομικοί και Αναπτυξιακοί		
Η κεντροβαρής γεωγραφική θέση της πόλης	8	8
Ο ισχυρός πρωτογενής τομέας παραγωγής	8	8
2. Εργασιακοί		
Διαθεσιμότητα εργατικού δυναμικού	7	8
3. Κόστος	-	-
4. Μεταφορές-Δίκτυα-Υποδομές		
Αποτελεσματικό δίκτυο σιδηροδρόμων	7	8
Τηλεπικοινωνιακό δίκτυο	8	8
Αποτελεσματικό δίκτυο αστικών μεταφορών	8	8
5. Ποιότητα Ζωής-Περιβάλλον	-	-
6. Πολιτισμός-Τουρισμός		
Υποδομές σε επισιτιστικές επιχειρήσεις	9	9
7. Έρευνα-Ανάπτυξη-Εκπαίδευση	-	-

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΑ
1. Οικονομικοί και Αναπτυξιακοί		
Ισχυρά επενδυτικά κίνητρα	5	5
Στάση αυτοδιοίκησης	5	5
2. Εργασιακοί		
Ευκαιρίες για απασχόληση	5	5
3. Κόστος		
Κόστος διαβίωσης	6	6
Λοιπά Κόστη	6	5
4. Μεταφορές-Δίκτυα-Υποδομές		
Αποτελεσματικό δίκτυο αερογραμμών	5	1
5. Ποιότητα Ζωής-Περιβάλλον	-	-
Χώροι στάθμευσης	4	1
6. Πολιτισμός-Τουρισμός		
Ο τουρισμός της πόλης	5	5
7. Έρευνα-Ανάπτυξη-Εκπαίδευση		
Ποιότητα ερευνητικών φορέων	5	5

IV. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (3/3)

ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ & ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΛΑΡΙΣΑΣ

ΜΕΣΑ	ΔΙΑΜΕΣΟΣ	ΕΠΙΚΡΑΤΟΥΣΑ
Τουριστικοί και Επιχειρησιακοί Οδηγοί – Έντυπο υλικό	7	7
Το επίσημο site του Δήμου Λαρισαίων	6	5
Χορηγίες από τρίτους (κυρίως επιχειρήσεις)	6	5
Διαφημίσεις σε έντυπα στον ελληνικό τύπο (εφημερίδες και περιοδικά)	7	7
Διαφημίσεις σε έντυπα σε ξένο τύπο (εφημερίδες και περιοδικά)	6	5
Παρουσία σε ελληνικές διοργανώσεις & εκθέσεις	7,5	8
Διαμόρφωση ισχυρού λογοτύπου	7	8
Ισχυροί χρωματικοί συνδυασμοί (χαρακτηριστικά χρώματα πόλης)	6	5
Διαμόρφωση ισχυρού και έξυπνου σλόγκαν	7	8
Φιλοξενία/οργάνωση ειδικών πολιτιστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων/γεγονότων	8	8
Διαμόρφωση βίντεο	6	8
Ταχυδρομική διαφήμιση	6	7
Ραδιοφωνική διαφήμιση	7	8
Τηλεοπτική διαφήμιση	8	8
Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες/οργανισμούς σε Ελλάδα και εξωτερικό	8	8
Συνεργασία με επαγγελματικούς οργανισμούς σε Ελλάδα και εξωτερικό	8	8
Συνεργασία με πολιτιστικούς φορείς/ οργανώσεις σε Ελλάδα και εξωτερικό	7	8
Δημιουργία εξειδικευμένων πακέτων (τουριστικών/ επιχειρησιακών κ.λπ.)	8	9
Διαφήμιση/ παρουσία σε κοινωνικά δίκτυα (πχ facebook)	8	9

Λέξεις ταυτισμένες με τη 'ΛΑΡΙΣΑ'	N στο δείγμα	% στο δείγμα
Κάμπος (πεδιάδα)	148	64,35
ΑΕΛ	119	51,74
Πηνεϊός	89	38,70
Αλκαζάρ	76	33,04
Όλυμπος (βουνό)	70	30,43
Ζωντανή πόλη	68	29,57
Αγορά	67	29,13
Θεσσαλικό θέατρο	65	28,26
Κόμβος (κέντρο)	60	26,09
Ιστορία	57	24,78
Ψυχαγωγία	57	24,78
Φρούριο	45	19,57
Τέμπη	44	19,13
Φιλοξενία	43	18,70
Πράσινο	43	18,70
Ιπποκράτης	40	17,39
Πεζόδρομοι	40	17,39
Επιχειρηματικότητα	19	8,26

ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΤΗΚΑΝ:

- Ζ' Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων
- Αντιδημαρχία Πολιτισμού & Επιστημών
- Γεωτεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΓΕΩΤΕΕ) Κεντρικής Ελλάδας
- Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης και Αποχέτευσης Λάρισας (ΔΕΥΑΛ)
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) Γραφείο Λάρισας
- Εμπορικός Σύλλογος Λάρισας
- Ένωση Διαφημιστών Κεντρικής Ελλάδας
- Ένωση Λογοτεχνών Συγγραφέων Λάρισας (ΕΛΟΣΥΛ)
- Ένωση Ξενοδόχων Νομού Λάρισας
- Εμπορικό Επιμελητήριο Λάρισας
- Επιστημονική Επιτροπή Αρχαίου Θεάτρου Λάρισας
- Θεσσαλικό Θέατρο
- ΙΕ' Εφορεία Κλασικών και Προϊστορικών Αρχαιοτήτων
- Οικονομικό Επιμελητήριο Λάρισας
- Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- Σύλλογος Αρχιτεκτόνων Νομού Λάρισας
- Σύλλογος Ελλήνων Μηχανικών Πολεοδομίας Χωροταξίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης
- Σύλλογος Φίλων Πηνειού και Παραποτάμιου Πολιτισμού
- Σύνδεσμος Θεσσαλικών Επιχειρήσεων & Βιομηχανιών (ΣΘΕΒ)
- Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδος / Τμήμα Κεντρικής και Δυτικής Θεσσαλίας
- το Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα (ΤΕΙ) Θεσσαλίας

ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

6 ΚΥΡΙΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ:

α) την παρούσα
εικόνα της
Λάρισας

β) το κυριότερο
πλεονέκτημα και
μειονέκτημα της
πόλης

γ) τον πυρήνα
ανάπτυξης της
πόλης στα
επόμενα χρόνια

δ) την
προώθηση και
υποστήριξη της
εικόνας της
πόλης στο
εξωτερικό της
περιβάλλον

ε) την ανάδειξη

της Λάρισας ως
τουριστικού
προορισμού

στ) τη συμβολή
του εκάστοτε
φορέα στη
διαμόρφωση και
υποστήριξη της
εικόνας της
πόλης μέσα από
ένα
οργανωμένο
σχέδιο

ΣΥΝΔΥΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΩΝ [ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ + ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ]:

Η Λάρισα είναι μια πόλη η οποία έχει αυτοπροβληθεί περισσότερο προς τα έξω λόγω της δυναμικής της παρά λόγω της ύπαρξης σχεδιασμού για την προσέλκυση επενδύσεων/τουρισμού

‘Κατά την εκτίμησή σας η προβολή της Λάρισας έως σήμερα είναι...’

- **Ελλειμματική** (μόλις το 13% των επισκεπτών πιστεύει πως η πόλη έχει προβληθεί αποτελεσματικά)
- Απαιτείται διαμόρφωση συγκεκριμένης και **μακρόχρονης πολιτικής προβολής** της πόλης προς τα έξω

ΣΥΝΔΥΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΤΡΙΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

**(1) Ποια Λάρισα
θέλουμε να
προβάσουμε;**

Πιθανοί πυρήνες
ανάπτυξης:

- Γεωγραφική θέση
- Πρωτογενής τομέας
- Πολιτισμός

**(2) Σε ποιους πρέπει
να την προβάσουμε;**

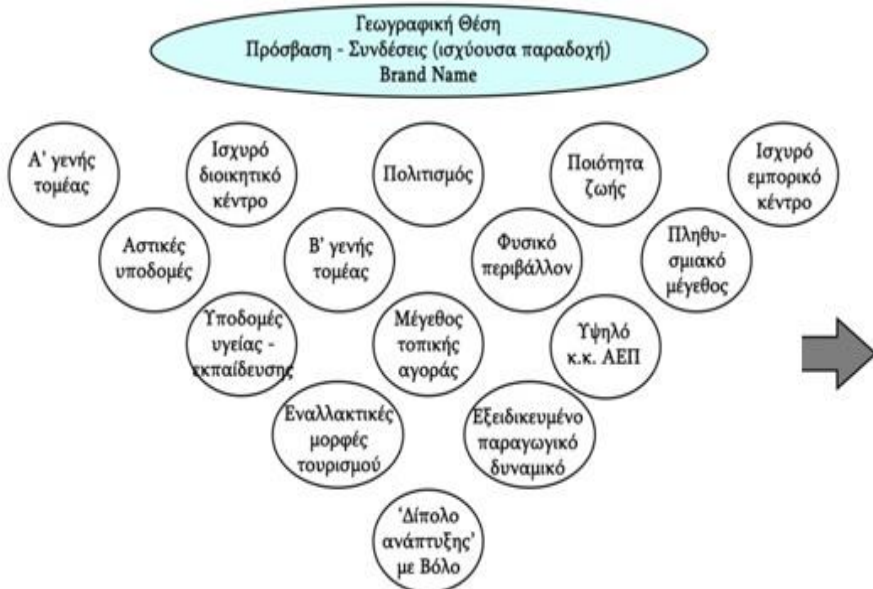
Η πόλη ζητά κυρίως
νέους κατοίκους με
εξειδίκευση στον
πρωτογενή τομέα &
προσέλκυση
επισκεπτών –
τουριστών (κυρίως
λόγω ψυχαγωγίας)

**(3) Με τι μέσα
μπορούμε να το
επιτύχουμε;**

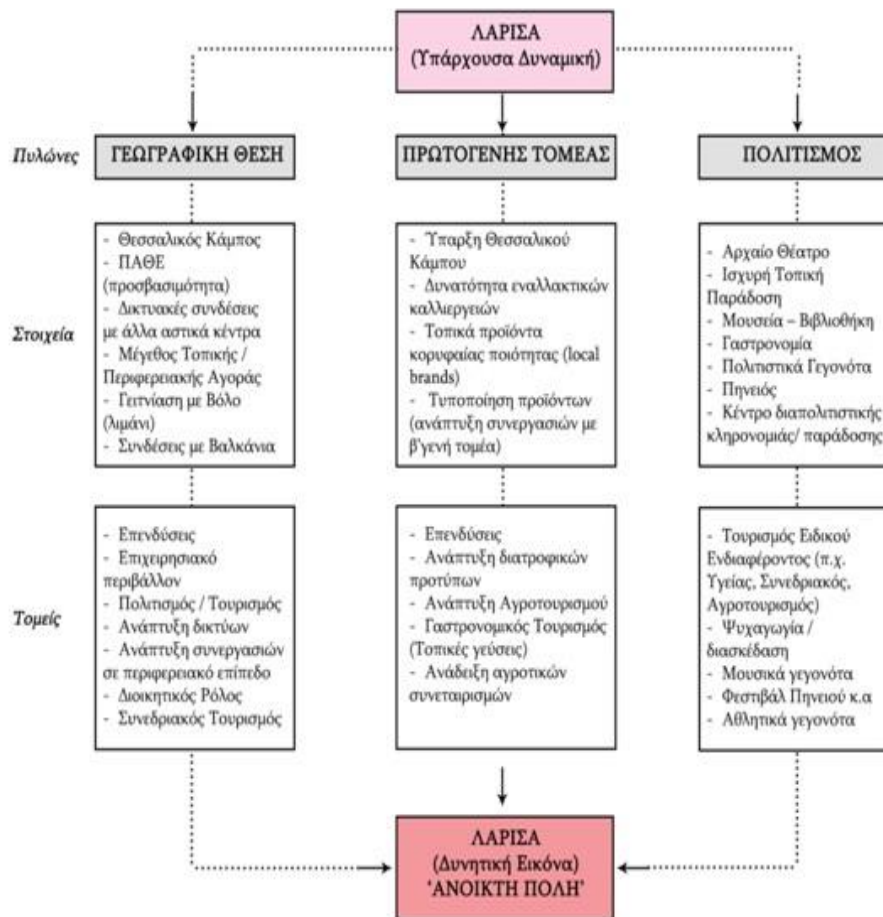
- Αξιοποίηση της
κεντρικής θέσης
- Επενδύσεις
- Τουρισμός με βάση τη
διασκέδαση
- Πολιτισμός

ΠΥΛΩΝΕΣ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ ΤΗΣ ΛΑΡΙΣΑΣ

1ο επίπεδο: Βασικά πλεονεκτήματα πόλης



2ο επίπεδο: Ανάδειξη πυλώνων δυναμικής



3ο επίπεδο: Ανάδειξη Εικόνας

ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

ΑΝΟΙΚΤΗ ΠΟΛΗ (OPEN CITY)

Φυσική Πραγματική Εικόνα

- Υπαρξη ενός ανοικτού και μεγάλου κάμπου
- Ανοικτός χώρος
- Δεν υπάρχουν φυσικά εμπόδια
- Εύκολες και γρήγορες μετακινήσεις προς και από την Λάρισα
- Εύκολη επικοινωνία και ανοικτές μεταφορικές συνδέσεις
- Ανοικτοί και μεγάλοι δρόμοι

Ανοικτή και εύκολη πρόσβαση στην πόλη οποιαδήποτε χρονική στιγμή.

Ισχύουσες συνθήκες για να είναι η πόλη.....

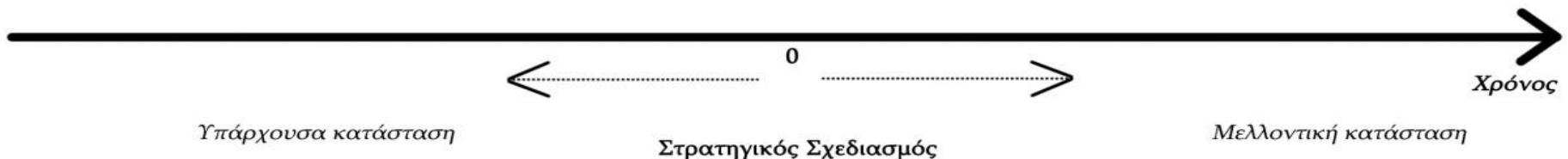
Μεταφορική Εικόνα

- ανοικτή σε ...επενδύσεις και προσέλκυση επιχειρήσεων
- ανοικτή στον....πολιτισμό, τις τέχνες και την μουσική
- ανοικτή σε ...νέες ιδέες και προκλήσεις
- ανοικτή στην ...έρευνα και καινοτομία
- ανοικτή στο...περιβάλλον
- ανοικτή σε ...νέους κατοίκους
- ανοικτή στη....διαφορετικότητα
- ανοικτή σε ...νέες εμπειρίες
- ανοικτή σε ...νέες συνεργασίες
- ανοικτή σε...δικτυώσεις
- ανοικτή στην...ψυχαγωγία και διασκέδαση
- ανοικτή σεμεγάλα γεγονότα
- ανοικτή σε ...επισκέπτες και φίλους
- ανοικτή στους ...ιδίους τους κατοίκους της

Πραγματική Ανάγκη

- υποστήριξη εικόνας σε δίκτυα
- διάχυση της δυναμικής σε ξένες αγορές στόχους
- εμπέδωση και εξασφάλιση μιας καλής φήμης
- επίτευξη των 3Α
- συνεργασίες με ξένους φορείς άλλων πόλεων
- συνεργασίες με οργανισμούς
- συμμετοχές σε προγράμματα της Ε.Ε.
- συμμετοχές σε εκθέσεις, συνέδρια, Forums, σε εθνικό και ευρωπαϊκό Επίπεδο

Αναγκαίες συνθήκες για να γίνει η πόλη ΕΞΩΣΤΡΕΦΗΣ.



ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

Λάρισα, Ανοιχτή Πόλη

Larissa, Open City

Κύριος Διπλός Στόχος:

Να αναδειχθεί η πόλη της Λάρισας σε έναν ανταγωνιστικό επιχειρηματικό και πολιτιστικό τόπο εξασφαλίζοντας **ανάπτυξη, αναγνωρισιμότητα και ανταγωνιστικότητα** σε Εθνικό και Μεσογειακό επίπεδο



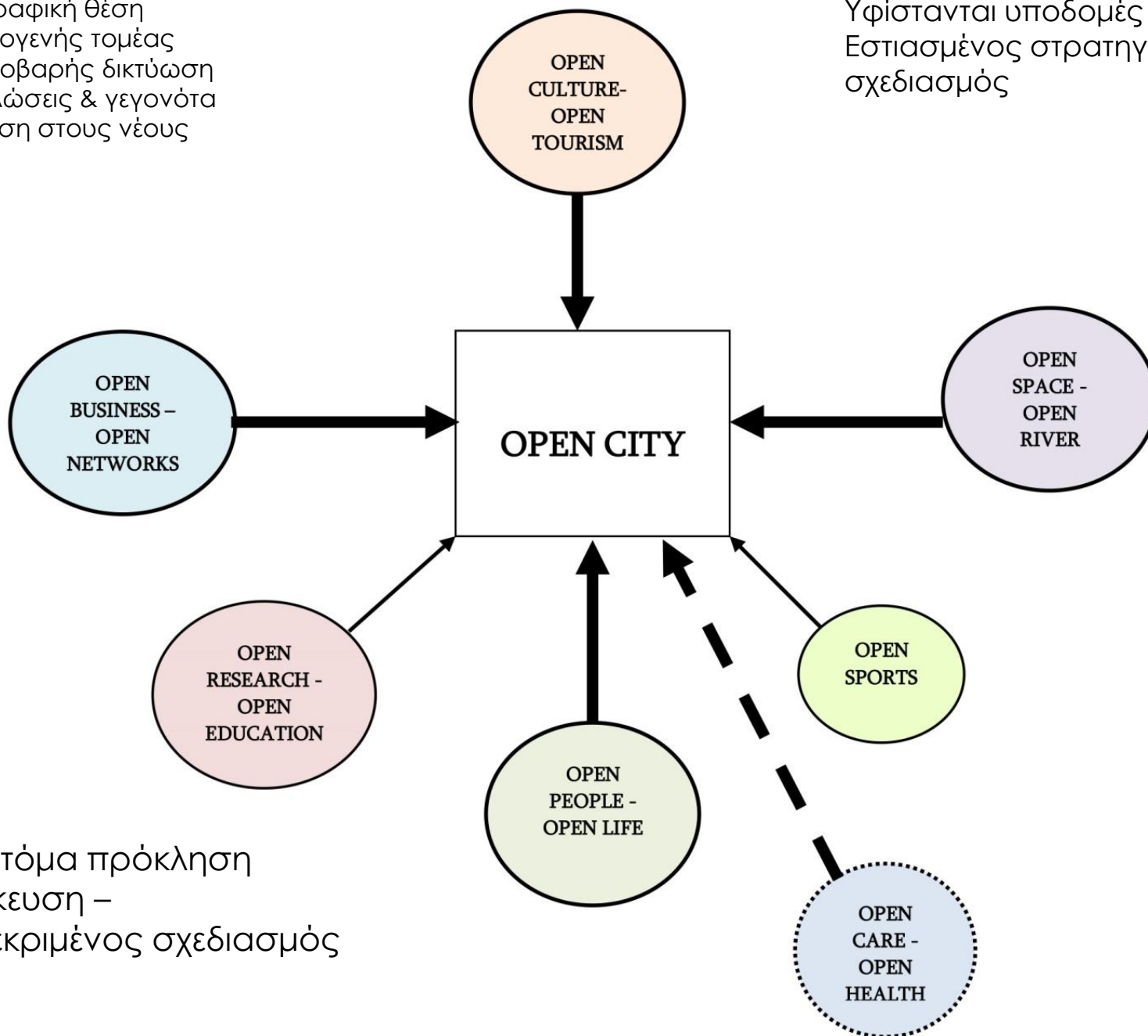
Η λογική των πακέτων (brandbooks)

- Κάθε τεύχος αφορά ένα τομέα και μπορεί να εφαρμοστεί ανεξάρτητα
- Είναι σύντομο και απλό
- Περιλαμβάνει τους προτεινόμενους εταίρους
- Είναι ένα ευέλικτο εργαλείο στρατηγικής



Γεωγραφική θέση
Πρωτογενής τομέας
Κεντροβαρής δικτύωση
Εκδηλώσεις & γεγονότα
Εστίαση στους νέους

Υφίστανται υποδομές
Εστιασμένος στρατηγικός
σχεδιασμός



Καινοτόμα πρόκληση
Εξειδίκευση –
συγκεκριμένος σχεδιασμός

ΦΟΡΕΑΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Αποστολή

Αποτελεσματική και λειτουργική διαχείριση της παρακολούθησης και εφαρμογής του ΣΣΜΕ της Λάρισας. Λόγω της φύσης του σχεδίου και του στρατηγικού του χαρακτήρα είναι κρίσιμο να προσδιοριστεί η ομάδα αυτή που θα αναλάβει την υλοποίηση του σχεδίου με βάση τις ανάγκες της πόλης της Λάρισας και τους στόχους που έχουν προκαθοριστεί.

Δομή

- Ολιγομελής ομάδα έως 10 άτομα
- Μέλη προερχόμενα από την Τοπική Αυτοδιοίκηση, το επιχειρησιακό περιβάλλον και τον επιστημονικό χώρο
- Συγκεκριμένη θέση στο οργανόγραμμα του Δήμου Λάρισας
- Έδρα της ΕΟΔ ο Δήμος Λάρισας
- Αποκλειστικό έργο, η προώθηση και υποστήριξη της εικόνας της Λάρισας στο εσωτερικό και εξωτερικό της περιβάλλον

Καθήκοντα

- Η αποτελεσματική υλοποίηση του ΣΣΜΕ
- Η αξιολόγηση και ο έλεγχος των φάσεων υλοποίησης
- Η συνεργασία με άλλες ομάδες του περιβάλλοντος της πόλης
- Ο σχεδιασμός και η παραγωγή διαφημιστικού υλικού
- Η αποτελεσματική διαχείριση του website του Δήμου Λάρισας
- Η συμμετοχή σε προγράμματα της Ε.Ε., σε διεθνή συνέδρια και εκθέσεις εντός και εκτός Ελλάδας
- Η αξιοποίηση του ανθρώπινου στελεχιακού δυναμικού
- Η δημιουργία στρατηγικών, τακτικών και εναλλακτικών σεναρίων δράσης
- Ο προγραμματισμός δράσεων σε ετήσια βάση
- Ο προϋπολογισμός δράσεων σε ετήσια βάση
- Η αποτίμηση αποτελεσμάτων
- Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση πρωτογενών ερευνών αγοράς