



# Πλάνο Τουριστικής Προβολής Δήμου Τήνου 2026

Στρατηγικό πλάνο για την καθιέρωση της Τήνου ως πρότυπο αυθεντικού, βιώσιμου και εμπειρικού τουρισμού στις Κυκλάδες.

## 1. Σύνοψη

# Η Τήνος εισέρχεται δυναμικά στην εποχή της βιώσιμης και αυθεντικής τουριστικής ανάπτυξης

Η Τήνος, γνωστή για την Παναγία και τη μαρμαροτεχνία της, εισέρχεται δυναμικά στην εποχή της βιώσιμης και αυθεντικής τουριστικής ανάπτυξης. Ο στόχος του πλάνου είναι να καθιερώσει το νησί ως πρότυπο αυθεντικού, βιώσιμου και εμπειρικού τουρισμού, εστιάζοντας σε:

Αυθεντικότητα – Πολιτισμός –  
Θρησκεία

Δραστηριότητες – Εναλλακτικός  
Τουρισμός

Φύση – Χωριά – Τοπικά προϊόντα

Το πλάνο συνδυάζει στρατηγική προβολής, ανάπτυξη εμπειριών, και ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την προσέλκυση επισκεπτών υψηλής προστιθέμενης αξίας και την ενίσχυση του brand της Τήνου με **σεβασμό στην καθημερινότητα των μόνιμων κατοίκων**.

Το πλάνο στοχεύει σε τουρισμό υψηλής αξίας, ποιότητα εμπειρίας και βιωσιμότητα αντί για μαζικότητα.

 Το πλάνο της Τήνου στηρίζεται στις βασικές αρχές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Βασικές αρχές

# Προτεινόμενη θέση της Τήνου στο οικοσύστημα Κυκλάδων

«Το αυθεντικό νησί των Κυκλάδων – πολιτισμός, πίστη, τέχνη και φύση»

Βιώσιμος τουρισμός

Αύξηση δαπάνης ανά  
επισκέπτη

Εμπειρίες και όχι μόνο  
διαμονή

Επέκταση σεζόν

Διαφοροποίηση από μαζικά  
νησιά (π.χ. Μύκονος)

## 2. Ανάλυση Τρέχουσας Κατάστασης

# Τουριστικά Στοιχεία & Υποδομές Τήνου

### 2.1 Τουριστικά Στοιχεία Τήνου

- Ετήσια επισκεψιμότητα: ~543.000 επισκέπτες
- Κύρια αγορά: Ελλάδα, Γαλλία, Γερμανία, Αγγλία
- Εποχικότητα: Ιούλιος–Σεπτέμβριος και προσκυνηματικές περιόδους

### 2.2 Υποδομές και Προσβασιμότητα

**Ακτοπλοϊκή σύνδεση:** Πειραιάς, Ραφήνα, Λαύριο, Σύρος, Μύκονος, Κρήτη, Νάξος, Πάρος, Σαντορίνη, Ιος

**Υποδομές φιλοξενίας:** ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, καταλύματα μικρής κλίμακας

## 2.3 SWOT Analysis

# Ανάλυση SWOT για τον Τουρισμό της Τήνου

Η ανάλυση SWOT προσδιορίζει τα εσωτερικά δυνατά και αδύνατα σημεία της Τήνου, καθώς και τις εξωτερικές ευκαιρίες και απειλές, διαμορφώνοντας τη βάση για τη στρατηγική μας.

### 1 Δυνατά Σημεία (Strengths)

- Θρησκευτικός τουρισμός (Παναγία Ευαγγελίστρια)
- Αυθεντικά χωριά και παραδοσιακή αρχιτεκτονική
- Μαρμαροτεχνία και καλλιτεχνική παράδοση
- Πλούσια γαστρονομία και τοπικά προϊόντα
- Παρθένο φυσικό περιβάλλον και μονοπάτια

### 3 Ευκαιρίες (Opportunities)

- Αυξανόμενη ζήτηση για βιώσιμο και αυθεντικό τουρισμό
- Ανάπτυξη θεματικών διαδρομών (γαστρονομία, τέχνη, φύση)
- Ενίσχυση ψηφιακής προβολής και social media marketing
- Αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού

### 2 Αδύνατα Σημεία (Weaknesses)

- Περιορισμένη διεθνής αναγνωρισιμότητα
- Έντονη εποχικότητα του τουρισμού
- Εξάρτηση από την ακτοπλοϊκή πρόσβαση
- Περιορισμένες οργανωμένες τουριστικές εμπειρίες
- Αποσπασματική προβολή
- Περιορισμένες υποδομές σε ορισμένες περιοχές

### 4 Απειλές (Threats)

- Έντονος ανταγωνισμός από άλλα νησιά των Κυκλάδων
- Οικονομική αβεβαιότητα και γεωπολιτική αστάθεια
- Περιβαλλοντικές πιέσεις και κλιματική αλλαγή
- Αυξημένο κόστος μεταφορών (ακτοπλοϊκά, καύσιμα)
- Υπερτουρισμός σε άλλους προορισμούς που επηρεάζει την εικόνα της περιοχής

## 2.3 SWOT Analysis

# Ανάλυση & Στρατηγική Αντιμετώπισης

## Στρατηγική αντιμετώπισης

Για την αντιμετώπιση των παραπάνω κινδύνων προτείνεται:

- Διαφοροποίηση αγορών στόχων
- Προώθηση του βιώσιμου και αυθεντικού χαρακτήρα της Τήνου
- Ενίσχυση της τουριστικής περιόδου πέραν των θερινών μηνών
- Ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού (γαστρονομικός, πολιτιστικός, πεζοπορικός, θρησκευτικός)

Η Τήνος διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που μπορούν να την καθιερώσουν ως έναν αυθεντικό και βιώσιμο τουριστικό προορισμό στις Κυκλάδες. Η αξιοποίηση της πολιτιστικής της κληρονομιάς, της τοπικής γαστρονομίας, των παραδοσιακών χωριών και του φυσικού της περιβάλλοντος μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος υψηλής ποιότητας. Η ανάπτυξη **στρατηγικών δράσεων προβολής**, η **συνεργασία με την τοπική κοινωνία** και η ενίσχυση των **βιωματικών εμπειριών** μπορούν να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα του νησιού και να συμβάλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη του.

### 3. Στρατηγική και Όραμα

«Η Τήνος ως αυθεντικός, βιώσιμος και εμπειρικός προορισμός υψηλής προστιθέμενης αξίας.»

#### Στρατηγικοί Πυλώνες



Αυθεντικότητα – Πολιτισμός – Θρησκεία

Ανάδειξη θρησκευτικών και πολιτιστικών στοιχείων



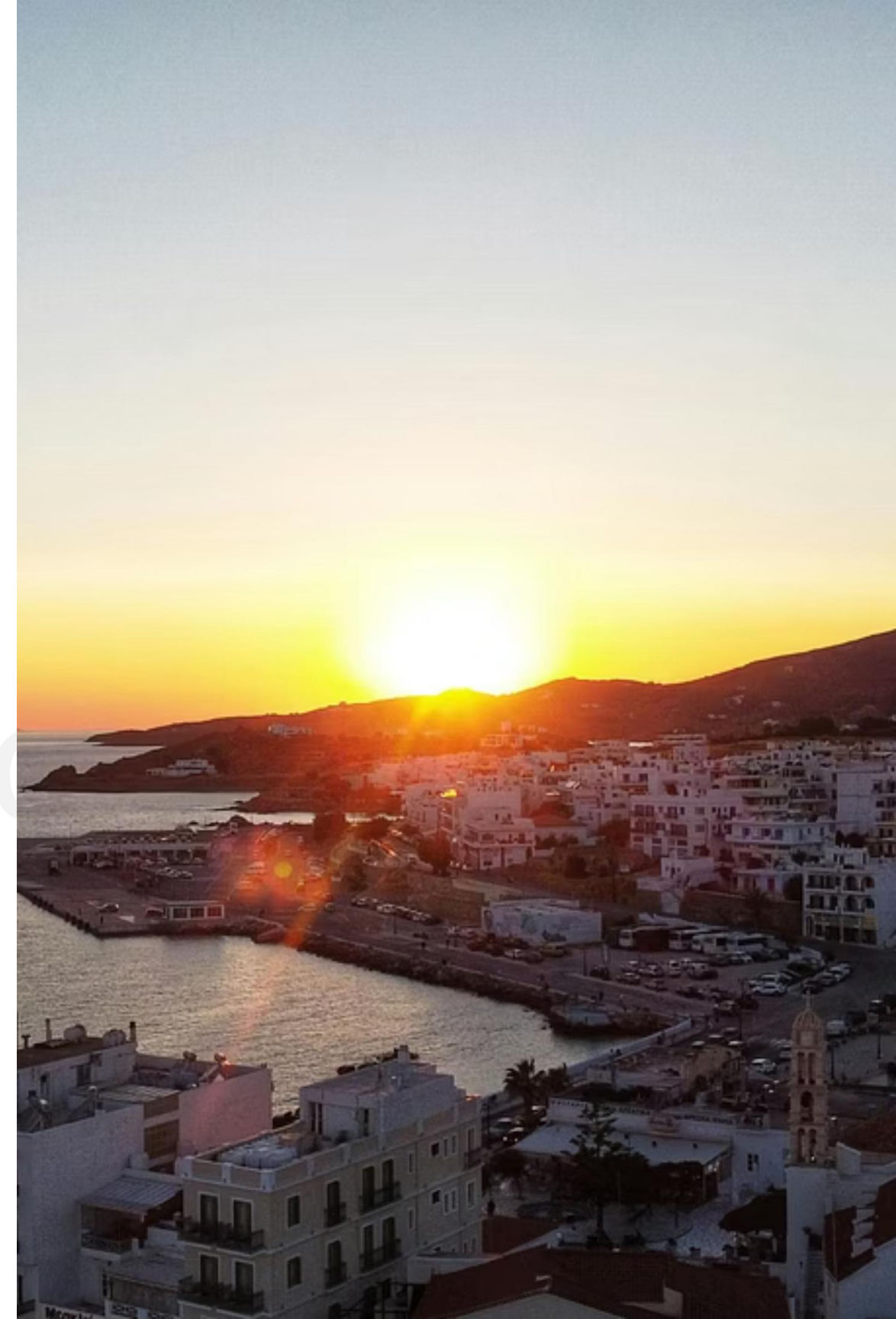
Δραστηριότητες – Εναλλακτικός Τουρισμός

Βιωματικός τουρισμός, πεζοπορία, αγροτουρισμός



Φύση – Χωριά – Τοπικά προϊόντα

Slow tourism και γαστρονομικές εμπειρίες



## 4. Αγορές-Στόχοι

# Εσωτερικές & Διεθνείς Αγορές

### Εσωτερική Αγορά

- Αθήνα
- Βόρεια Ελλάδα
- Κρήτη
- Κύπρος

### Διεθνείς Αγορές

- Ευρώπη: Αγγλία, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία
- ΗΠΑ

**Αγορές με προοπτική:** Χώρες Benelux, Σκανδιναβικές Χώρες

### Προφίλ Ταξιδιώτη

Βιωματικός και  
αυθεντικός

Πολιτιστικός /  
Θρησκευτικός

Υψηλής προστιθέμενης αξίας

## 5. Προτεινόμενες Δράσεις Τουριστικής Προβολής

# Οργανωτικές, Ψηφιακές & Offline Δράσεις



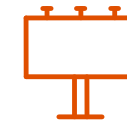
### 5.1 Οργανωτικές Δράσεις

- Δημιουργία Τοπικών Ομάδων Εργασίας ανά θεματική (Χώρα, Πύργος, Βώλαξ, Παραλίες). Συντονισμός μέσω Τουριστικής Επιτροπής



### 5.2 Ψηφιακή Προβολή

- Social media campaigns
- Content marketing & Digital storytelling



### 5.3 Καμπάνιες Offline

- Επιλεγμένα σημεία προβολής
- Έντυπες καταχωρήσεις
- PR & Δημοσιότητα
- Εκδηλώσεις – Θεματικές καμπάνιες

Δήμος Τήνου



# Συμμετοχικός Σχεδιασμός & Τοπική Συνεργασία

Δημιουργία Ομάδων Εργασίας Τουριστικής Ανάπτυξης ανά Περιοχή

1

## Ενίσχυση Συνεργασίας

Η δημιουργία τοπικών ομάδων εργασίας ανά περιοχή του νησιού είναι μια πολύ καλή πρακτική συμμετοχικού σχεδιασμού (**participatory tourism planning**) και ενισχύει τη συνεργασία μεταξύ δήμου, επαγγελματιών και τοπικών κοινοτήτων. Παράλληλα βοηθά το πλάνο τουριστικής προβολής να είναι ρεαλιστικό και αποδεκτό από την κοινωνία.

2

## Στόχος

Η δημιουργία τοπικών ομάδων εργασίας αποσκοπεί στη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στον σχεδιασμό δράσεων τουριστικής προβολής, στην ανάδειξη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών κάθε περιοχής, στη συλλογή προτάσεων για βιωματικές εμπειρίες και τοπικές δράσεις, και στη βελτίωση της συνεργασίας μεταξύ δήμου, επαγγελματιών και συλλόγων. Οι ομάδες θα λειτουργούν συμβουλευτικά προς την Τουριστική Επιτροπή του Δήμου.

3

## Θεματική Οργάνωση Ομάδων

(πχ Τέχνη & Πολιτισμός, Δραστηριότητες, Ανάδειξη Τοπικής Γαστρονομίας κλπ)

# Σύνθεση & Τρόπος Λειτουργίας

## Σύνθεση των ομάδων

Κάθε ομάδα περιλαμβάνει (όχι δεσμευτικά): εκπρόσωπο του Δήμου, εκπρόσωπο της Τουριστικής Επιτροπής, επαγγελματίες τουρισμού (ξενοδόχους, εστίαση), εκπροσώπους τοπικών συλλόγων, παραγωγούς τοπικών προϊόντων, εκπροσώπους πολιτιστικών φορέων, νέους επιχειρηματίες, κατοίκους της περιοχής.

Ιδανικά κάθε ομάδα έχει 5–7 μέλη.

## Τρόπος λειτουργίας

1. Τοπικές συναντήσεις: Κάθε ομάδα θα πραγματοποιεί 2–3 συναντήσεις ετησίως. Θέματα: ιδέες για δράσεις τουριστικής προβολής, προβλήματα επισκεψιμότητας, προτάσεις εκδηλώσεων, ανάδειξη τοπικών εμπειριών.
2. Συλλογή προτάσεων: Κάθε ομάδα θα καταθέτει προτάσεις για εκδηλώσεις, εμπειρίες επισκεπτών, τουριστικές διαδρομές, προωθητικές δράσεις. Οι προτάσεις θα συγκεντρώνονται από τον Δήμο και θα αξιολογούνται.

## Συντονιστής Τουριστικής Συμμετοχής

Ο Δήμος μπορεί να ορίσει έναν Συντονιστή που θα οργανώνει τις συναντήσεις, συγκεντρώνει τις προτάσεις, ενημερώνει την Τουριστική Επιτροπή και παρακολουθεί την υλοποίηση δράσεων.

Δημιουργία Ομάδων Εργασίας – Συνέχεια

# Ψηφιακή Συμμετοχή & Οφέλη

## Ψηφιακή συμμετοχή

Για να ενισχυθεί η συμμετοχή των πολιτών, σε επόμενη φάση θα δημιουργηθεί ηλεκτρονική πλατφόρμα προτάσεων, online ερωτηματολόγια, ψηφιακές συναντήσεις.

## Οφέλη του μοντέλου

Η δημιουργία τοπικών ομάδων εργασίας συμβάλλει στην ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, στην ανάδειξη αυθεντικών εμπειριών, στη βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος και στην ενίσχυση της κοινωνικής αποδοχής του τουρισμού. Παράλληλα ενισχύει τη διαφάνεια και τη συλλογικότητα στον σχεδιασμό της τουριστικής στρατηγικής.

**Modell-Laben 2026**  
**your tickets now!**



## B2B Εκδηλώσεις & Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις Διεθνής Παρουσία & B2B Events

Ο Δήμος Τήνου θα συμμετέχει με φυσική παρουσία σε διεθνείς εκθέσεις κύρους όπου συμμετέχει η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και ο ΕΟΤ (**WTM, RIMINI, Paris**) και παράλληλα σε B2B Events στις **ΗΠΑ (Ν.Υόρκη, Σικάγο)**, σε **Αυστρία, Ολλανδία** και **Σκανδιναβικές χώρες**. Το πλάνο θα οριστικοποιηθεί ανάλογα με τον χρονοπρογραμματισμό των εκδηλώσεων και τη συμμετοχή της Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και του ΕΟΤ σ'αυτές.

**Modell-Laben 2026**  
**your tickets now!**



B2B Εκδηλώσεις & Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις

## B2B Events

Συμμετοχή ή οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων σε συγκεκριμένες αγορές

📄 Εκτίμηση κόστους υλοποίησης και προβολής: **8.000 €**



Δήμος Τήνου | Μάρτιος 2026

# Ετήσια Θεματικά Events & Βιωματικός Τουρισμός

1

## A1. Tinos Marble Festival

Διεθνές φεστιβάλ μαρμαροτεχνίας. Σε συνεργασία με την Σχολή Καλών Τεχνών

- Symposium
- Hands on experience
- Installation art

**Εκτίμηση κόστους: 8.000 €**

2

## A2. Tinos Village Festival

Σε χωριά – μουσική, τοπικά προϊόντα, παραδόσεις

Επανατοποθέτηση των τοπικών γιορτών με στόχο τη σύνδεση της γιορτής με την πολιτιστική κληρονομιά και την τοπική παραγωγή (storytelling)

**Εκτίμηση κόστους: 2.000 €**

3

## B. Βιωματικός τουρισμός

Ανάπτυξη ή συμμετοχή σε δράσεις που στηρίζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη, όπου ο πρωτογενής και δευτερογενής τομέας, η γαστρονομία, η εστίαση, ο τουρισμός εμπειρίας, το περιβάλλον και η παραδοσιακή δόμηση συνδέονται σε μια ενιαία αλυσίδα αξίας.

Καμπάνια (working title)

# Pure Tinos–

## Tinos Welcomes Guests – Not Just Visitors.

Η Τήνος δεν είναι απλώς ένας προορισμός αλλά ένας ζωντανός τόπος με κοινότητες, χωριά, παραδόσεις και καθημερινότητα. Η καμπάνια καλεί τους επισκέπτες να γίνουν φιλοξενούμενοι και όχι απλοί τουρίστες, εκτιμώντας τον τόπο και τους ανθρώπους του.

📄 Γιατί ταιριάζει απόλυτα στην Τήνο

Η καμπάνια ενισχύει:

- αυθεντικότητα
- βιωσιμότητα
- τοπική κοινωνία
- εμπειρία επισκέπτη

και διαφοροποιεί το νησί από προορισμούς μαζικού τουρισμού.



# Faith Routes

## «Θαλάσσιοι Δρόμοι Πολιτισμού και Πίστης»

Δημιουργία Τουριστικού Προϊόντος *Island Hopping Experience* (προτεινόμενα νησιά Άνδρος – Τήνος – Σύρος & Κοινό στόχος :Κύπριοι επισκέπτες)

Στο Αιγαίο, εκεί όπου το φως χορεύει πάνω στα κύματα και ο άνεμος ψιθυρίζει ιστορίες αιώνων, τρία νησιά στέκουν σαν φάροι πολιτισμού και πίστης. Η Άνδρος, η Τήνος και η Σύρος. Τρία νησιά που δεν ενώνονται μόνο με θαλάσσιες γραμμές, αλλά με αόρατα νήματα ιστορίας, τέχνης και ανθρώπινης ψυχής.

Από τα βουνά της Άνδρου όπου αναβλύζει το νερό της ευλογίας και αντηχούν οι ψαλμοί της Αγίας Μαρίνας, ως την Τήνο όπου τα χέρια των καλλιτεχνών σμιλεύουν το μάρμαρο όπως η πίστη σμιλεύει τις καρδιές κάτω από τη σκέπη της Παναγίας της Τήνου, κι ως τη Σύρο, την αρχόντισσα των Κυκλάδων, όπου συνυπάρχουν οι καμπάνες της Ορθοδοξίας και της Καθολικής πίστης, η διαδρομή αυτή δεν είναι απλώς ταξίδι — είναι μύηση.

Οι Θαλάσσιοι Δρόμοι Πολιτισμού και Πίστης είναι ένα νέο ταξίδι στο Αιγαίο, μια εμπειρία που ενώνει τους ανθρώπους της Κύπρου με τους ανθρώπους των Κυκλάδων, μέσα από τη δύναμη της πίστης, της παράδοσης και του πολιτισμού.

### 1. Πίστη & Παράδοση

Προσκυνηματικοί τόποι, θαύματα, μοναστήρια, σεβασμός και κατάνυξη

### 2. Πολιτισμός & Τέχνη

Μουσεία, αρχιτεκτονική, μαρμαροτεχνία, μουσική, τοπική γαστρονομία

### 3. Φύση & Ελευθερία

Πεζοπορικά μονοπάτια, θάλασσα, γεύσεις, ήλιοι και άνεμοι των Κυκλάδων



# Διεθνές Συμπόσιο | 8-10 Μαΐου 2026 | Τήνος

«Από την πέτρα στο τραπέζι: με την παράδοση, για το μέλλον»

Η Τήνος διαθέτει τις προϋποθέσεις για να λειτουργήσει ως πιλοτικό νησιωτικό οικοσύστημα βιώσιμης ανάπτυξης, όπου ο πρωτογενής και δευτερογενής τομέας, η γαστρονομία, η εστίαση, ο τουρισμός εμπειρίας, το περιβάλλον και η παραδοσιακή δόμηση συνδέονται σε μια ενιαία αλυσίδα αξίας.

Το Διεθνές Συμπόσιο 8-10 Μαΐου 2026 θα παρουσιάσει τον πλήρη σχεδιασμό για την ίδρυση και λειτουργία τριών εκπαιδευτικών δομών (Γαστρονομία, Ξερολιθιά & Παραδοσιακή Δόμηση, Αγροτική Παραγωγή & Μεταποίηση), θα κινητοποιήσει συνεργασίες και χρηματοδότηση και θα «ανοίξει» την Τήνο στη διεθνή κοινότητα επιστημόνων, τεχνιτών και κορυφαίων σεφ.

Από τις ξερολιθιές και το νερό, έως την πρώτη ύλη και το τραπέζι, η Τήνος προτείνει ένα μοντέλο ανάπτυξης με ρίζες και μέλλον, που συνδέει τεχνογνωσία, εκπαίδευση και παραγωγή σε ένα ενιαίο αναπτυξιακό μοντέλο.

**Η Δράση υλοποιείται με την Αιγίδα του Υπουργείου Τουρισμού και στηρίζεται από την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου,, Δήμο Τήνου, Επιμελητήριο Κυκλάδων, Ανθός Τήνου, Αμπασάδα**

Αναλυτικά Καμπάνιες

# Καμπάνια Κρήτη & Βόρεια Ελλάδα + Content Strategy

Καμπάνια στην Κρήτη & Βόρεια Ελλάδα

*λόγω ακτοπλοϊκής σύνδεσης*

1. Ραδιοφωνικές αναφορές σε τοπικό ραδιόφωνο – συνεργασία με ακτοπλοϊκή (κοινή καμπάνια)
2. Ψηφιακή καμπάνια
3. Αδελφοποίηση πόλεων (Τήνος – Θεσσαλονίκη, διάδοση γαστρονομικής παράδοσης, cultural route) – συνεργασία με ακτοπλοϊκή (κοινή καμπάνια)

📄 Εκτίμηση κόστους: **3.000 €**

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ

**Στόχος:** storytelling

Συνεργασία με τον φωτογραφικό σύλλογο της Τήνου και την Χρύσα Παρασκευά και videographer

Open Air Exhibition + Πολιτιστικό κέντρο Μοσχούλα

📄 Εκτίμηση κόστους : **9.000 €**

## 7. PR & Media

# Κεντρικό Μήνυμα: Tinos – The Soul of the Cyclades

Παραγωγή περιεχομένου για story pitching σε διεθνή έντυπα μέσω των γραφείων του EOT.


📄 Εκτίμηση κόστους υλοποίησης και προβολής – Γραφείο Τύπου: **4.000 €**

# Φιλοξενία Δημοσιογράφων – Διαμορφωτών Γνώμης

📄 Εκτίμηση κόστους υλοποίησης και προβολής – Γραφείο Τύπου: **3.000 €**

# Έρευνας Ικανοποίησης Κοινού

στην οποία θα συμμετέχουν έλληνες και ξένοι επισκέπτες του νησιού καθώς και επαγγελματίες της τουριστικής αγοράς της Τήνου, συμβάλλοντας έτσι στη συνεχή αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος του νησιού

 Εκτίμηση κόστους: **5.000 €**



Digital θεματικές καμπάνιες – Στρατηγική

# Προώθηση Δράσεων & Προβολή Νέου Site

## Προώθηση Δράσεων & Events

- Προβολή εκδηλώσεων (Marble Festival, Faith Routes, πανηγύρια) σε πραγματικό χρόνο
- Stories & Reels από τοπικές δράσεις και βιωματικές εμπειρίες
- Paid campaigns στοχευμένες σε αγορές-στόχους (Αθήνα, Γαλλία, Κύπρος)
- Συνεργασία με influencers και travel bloggers για authentic content

## Προβολή του Νέου Site

- Καμπάνιες traffic acquisition μέσω Meta Ads & Google Ads
- Retargeting σε χρήστες που επισκέφθηκαν το site
- Landing pages για κάθε θεματική καμπάνια (γαστρονομία, πίστη, φύση)

# Digital θεματικές καμπάνιες

📄 Εκτίμηση κόστους: **4.000 €**

## Γιατί τα Social Media είναι Κρίσιμα για την Τήνο

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν το πρωταρχικό κανάλι για την προσέγγιση των σύγχρονων ταξιδιωτών, ιδιαίτερα των νεότερων κοινών και των διεθνών αγορών. Επιτρέπουν την προώθηση εκδηλώσεων, εμπειριών και της ταυτότητας του νησιού σε πραγματικό χρόνο. Για την Τήνο, τα social media προσφέρουν την ιδανική πλατφόρμα για να διαφοροποιηθεί από τους μαζικούς τουριστικούς προορισμούς.

# Ανάλυση Κόστους ανά Δράση (1/2)

Δράση	Κόστος (€)
Digital Marketing & Social Media	4.000
Offline καμπάνιες	6.000
Content Strategy – Video Production	9.000
Καμπάνια Κρήτη – Βόρεια Ελλάδα	3.000
Συμμετοχή σε εκθέσεις – B2B Εκδηλώσεις	7.000
Tinos Marble Festival	8.000
Φιλοξενία Δημοσιογράφων – Διαμορφωτών Γνώμης	3.000
Tinos Village Festival	2.000

## Ανάλυση Κόστους ανά Δράση (2/2)

Δράση	Κόστος (€)
Καμπάνια "Faith routes"	4.000
Καμπάνια "Pure Tinos"	10.000
Tinos Running Experience	3.000
Διεθνές Συμπόσιο «Από την πέτρα στο τραπέζι: με την παράδοση, για το μέλλον»	5.000
Εκτυπώσεις & Προωθητικά Δώρα	4.000
Σύμβουλος Τουριστικής προβολής	10.000
PR - Δημοσιότητα	4.000
Έρευνα Ικανοποίησης Κοινού	5.000

📌 Σύνολο εκτιμώμενου προϋπολογισμού: **87.000 €**

Αξιολόγηση

## 9. ΚΡΙ – Δείκτες Αξιολόγησης

Αριθμός επισκεπτών ανά μήνα

Μέσος χρόνος παραμονής

Δαπάνη ανά επισκέπτη

Engagement σε social media & website analytics

Ικανοποίηση επισκεπτών και τοπικών φορέων

Αύξηση επαναλαμβανόμενων επισκεπτών