



ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Η Δύναμη Δημιουργίας πρότεινε στην Επιτροπή Τουρισμού κατά την έκτακτη συνεδρίαση της, την Παρασκευή 6 Μαρτίου, μια δέσμη πρώτων μέτρων διαχείρισης των επιπτώσεων του «κορονοϊού» στην τουριστική περίοδο. Στην εισήγηση των προτάσεων μας, διατυπώσαμε την άποψη, ότι έχουμε ήδη εισέλθει στο αρχικό στάδιο μιας δεδομένης και «αχαρτογράφητης» κρίσης για την τουριστική περίοδο και οι ενέργειες μας για την διαχείριση της, πρέπει να είναι άμεσες, συντονισμένες και αποφασιστικές.

Προτεινόμενη Δέσμη Μέτρων:

1. Διοργάνωση ενημερωτικής ημερίδας των εμπλεκόμενων φορέων στην τουριστική δραστηριότητα.
2. Προμήθεια και εγκατάσταση αντισηπτικών μέσων σε δημόσιους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους και στις πύλες εισόδου (λιμάνι αεροδρόμιο).
3. Προώθηση και προβολή αυτών και όλων των μέτρων προστασίας του Δήμου, στα social media και σε κάθε πρόσφορο μέσο ενημέρωσης.
4. Δημιουργία ειδικής σελίδας στο naxos.gr αφιερωμένης στα μέτρα και τις δράσεις που λαμβάνει ο Δήμος και οι τουριστικές επιχειρήσεις για την διασφάλιση των κανόνων υγιεινής.

5. Αίτημα προς όλα τα τουριστικά καταλύματα (μέσω των φορέων τους), για αναπροσαρμογή των ακυρωτικών πολιτικών σε πιο χαλαρές και ευέλικτες, χωρίς καμία προ χρέωση με στόχο την συγκράτηση των ακυρώσεων και την διατήρηση ενός ρυθμού κρατήσεων. Στα πλαίσιο αυτής της ενέργειας, θα πρέπει να αποδοθεί προτεραιότητα στις υφιστάμενες κρατήσεις και την ενημέρωση των κατόχων τους, σχετικά με την αλλαγή της ακυρωτικής πολιτικής και τους νέους ευνοϊκούς όρους.

6. Pre-arrival e-mail, των τουριστικών επιχειρήσεων με υπηρεσίες κράτησης (ξενοδοχεία, δωμάτια, ενοικιαζόμενα οχήματα κ.α.), που ενημερώνει για τα μέτρα Απροφύλαξης που έχουν υιοθετηθεί και εφαρμόζονται ανά υπηρεσία και είδος (αυτοκίνητο, δωμάτιο κ.α.).

7. «Επιθετική» ενίσχυση της τουριστικής προβολής στα social media (βίντεο και κάθε διαφημιστικό υλικό), με χορηγούμενες διαφημίσεις σε ειδικά target groups κυρίως σε νεαρές-μέσες ηλικίες που διαπιστωμένα, επηρεάζονται (ψυχολογικά) σε μικρότερο βαθμό από την τρίτη ηλικία.

8. Συνεργασία με social media influencers-bloggers τουρισμού.

9. Προετοιμασία για καμπάνιες google, ως destination. Να γίνει προεργασία (σε συνεργασία με τους τουριστικούς φορείς) για δυνητικά πακέτα προσφορών, αν αυτό κριθεί απαραίτητο σε μεταγενέστερο στάδιο και σε περίπτωση αρνητικότερων εξελίξεων.

Νάξος, 08 Μαρτίου 2020

Από το Γραφείο Τύπου