

# K A - - V A L A

THE  
BLUE  
CITY





**KAVALA**  
THE BLUE CITY



# Cruise Destination Kavala

[www.portkavala.gr/en/](http://www.portkavala.gr/en/)



“ I want the best  
**travel**  
experience ”



# the travel experience



inspire

WHY



connect

WHEN

WHERE

WHO

HOW



experience

WHAT



safety

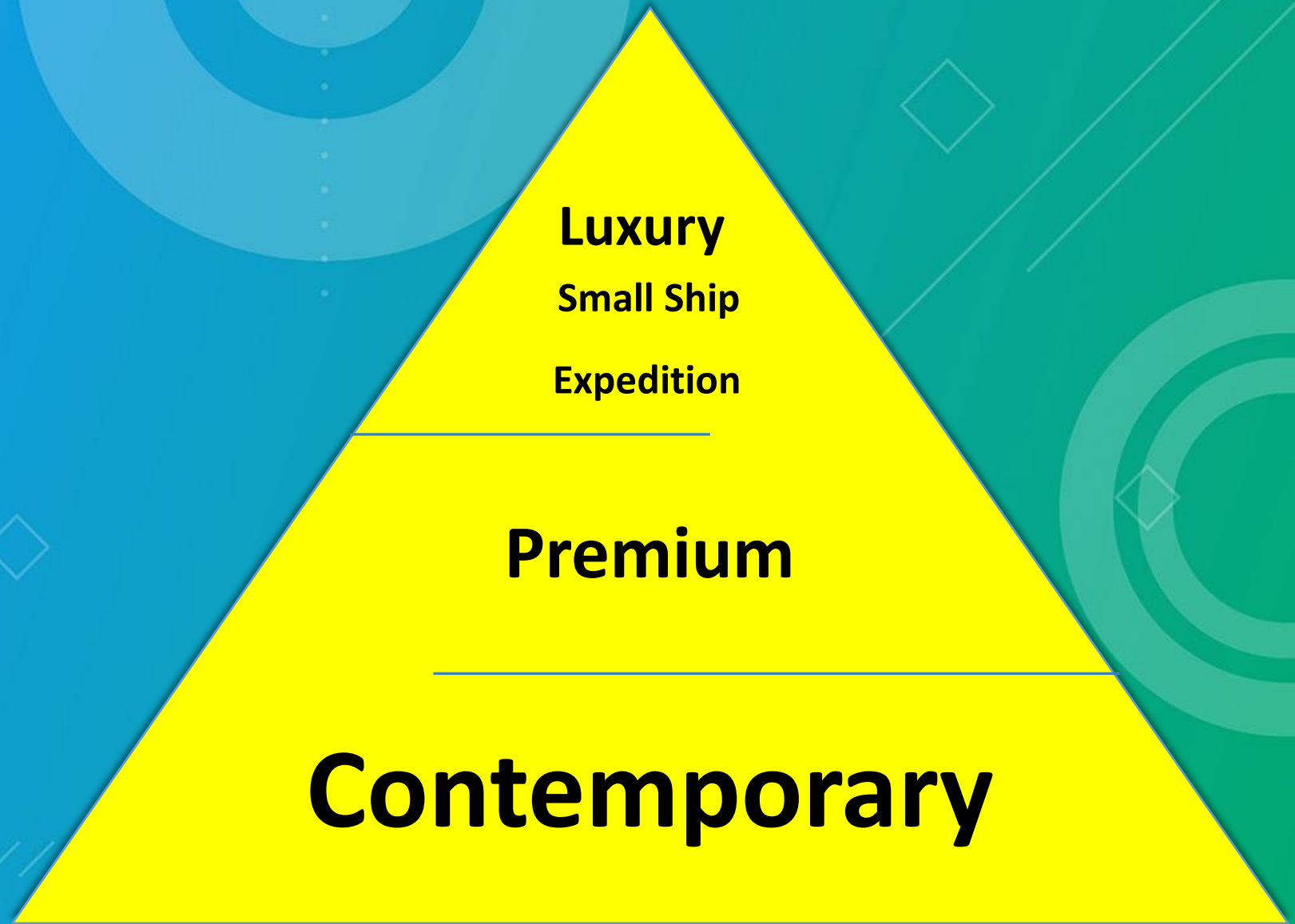
PROTOCOLS

# Η αγορά της κρουαζιέρας

Προκειμένου να κατανοηθεί καλύτερα ο κλάδος της κρουαζιέρας, μια ανάλυση του κλάδου θα αποσαφηνίσει τον τύπο και το στυλ της κάθε κατηγορίας:

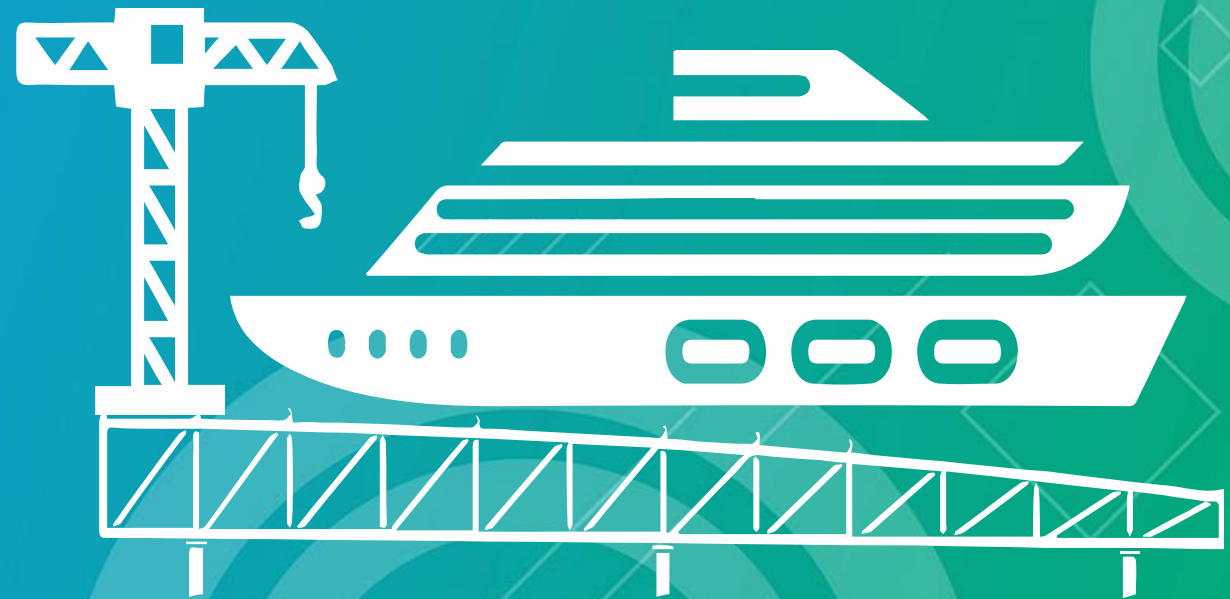
- Σύγχρονα (*Contemporary*) – Μεγάλα σκάφη που προσελκύουν την μαζική αγορά
- Προνομιούχα (*Premium*) – Μεγάλα σκάφη που προσελκύουν την μαζική αγορά με υψηλότερα επίπεδα εξυπηρέτησης και τιμή εισιτηρίου premium
- Πολυτελείας (*Luxury*) – Μικρότερα σκάφη με ανώτερα επίπεδα υπηρεσιών
- Μικρό πλοίο (*Small-ship*) – Μικρά σκάφη με λιγότερα από 400 άτομα που πηγαίνουν τόσο σε δημοφιλή λιμάνια όσο και σε προορισμούς «εκτός διαδρομής»
- Περιπέτειας/Αποστολής (*Adventure/Expedition*) – Μικρά σκάφη που προσφέρουν αποκλειστικές εμπειρίες, οι οποίες σχετίζονται με την μάθηση και την περιπέτεια, συνήθως σε απομακρυσμένους προορισμούς

Η  
αγορά της  
κρουαζιέρας  
βάση  
χωρητικότητας



# Κρουαζιερα: Στατιστικά νέων πλοίων

- ◎ 28 πλοία το 2022
- ◎ 22 πλοία το 2023
- ◎ 97 νέα πλοία μέχρι το 2027



\*\*Note: Statistics from Cruise Industry News

# Κρουαζιερα: που βρισκόμαστε?

- 65% των πλοίων παγκοσμίως είναι ενεργά (270 από τα περ. 410)
- Μέχρι στιγμής έχουν ταξιδέψει (από τον Ιούνιο του 2020) περ. 3.7 εκ.
- Εώς το τέλος του χρόνου θα έχουν ταξιδέψει περ. 5.5 εκ. επιβάτες
- Αναμένουμε πλήρη ενεργοποίησή του στόλου την Άνοιξη του 2022
- Αναμένουμε μέγιστες πληρότητες στο τέλος του καλοκαιριού
- Σημερινό επίπεδο κρουσμάτων στο 0,0003% (150 θετικά σε 500.000 επιβάτες)
- Πλέον τα κρουαζιερόπλοια θεωρούνται ως ένα από τα ασφαλέστερα για διακοπές
- Τα μέτρα θα συνεχίσουν να ισχύουν και το 2022

# Βασικός Στόχος προορισμού Καβάλα

“ Να ξεπερνάμε τις  
προσδοκίες του  
επισκέπτη, κάθε  
φορά... ”

Ασφάλεια στον  
Προορισμό



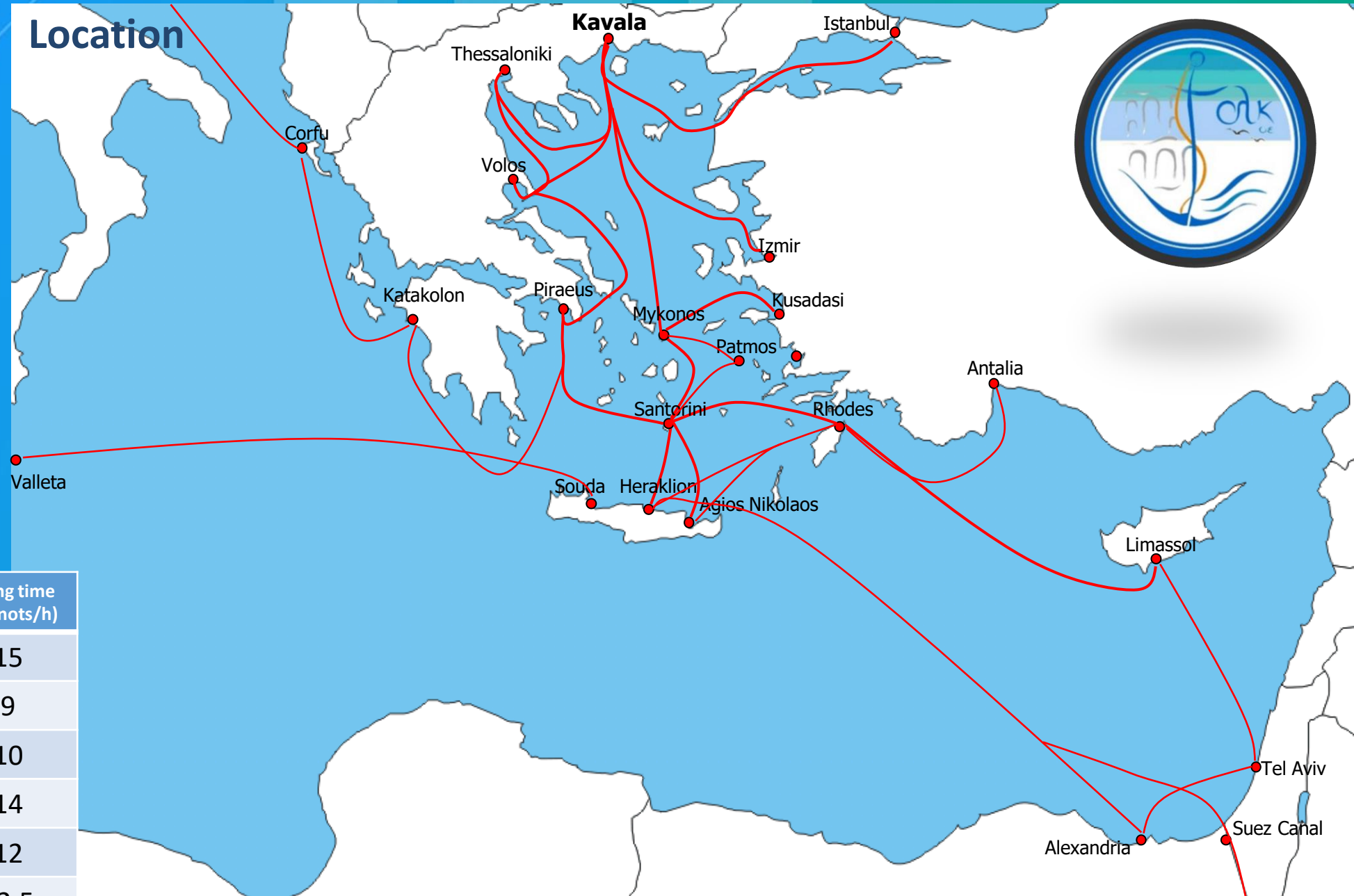


**the science**  
port infrastructure

**the art**  
the destination



# Location



Port	Distance (Nm)	Sailing time (17 knots/h)
Istanbul	251	15
Thessaloniki	155	9
Volos	165	10
Piraeus	241	14
Izmir	208	12
Mykonos	213	12,5
Heraklion	337	20

## Services provided:

- Anchorage
- Pilotage
- Towage (2 tugs 1000 & 1800 hp)
- Water supply
- Solid and Liquid waste
- Passenger Terminal
- Ambulance Station
- ISPS Certified port
- Parking for busses
- Cruise ships priority
- COVID19 contingency

### Position I

Length: 400m

Average Depth: -9m

Cruise Ships: of 200+ m length

### Position II

Length: 160m

Average Depth: -10m

Cruise Ships: up to 180m+  
in case of non- simultaneous  
docking of Cruise ships

Position I

Position II







# Kavala Port Green & Blue COVID19 Interface Zones

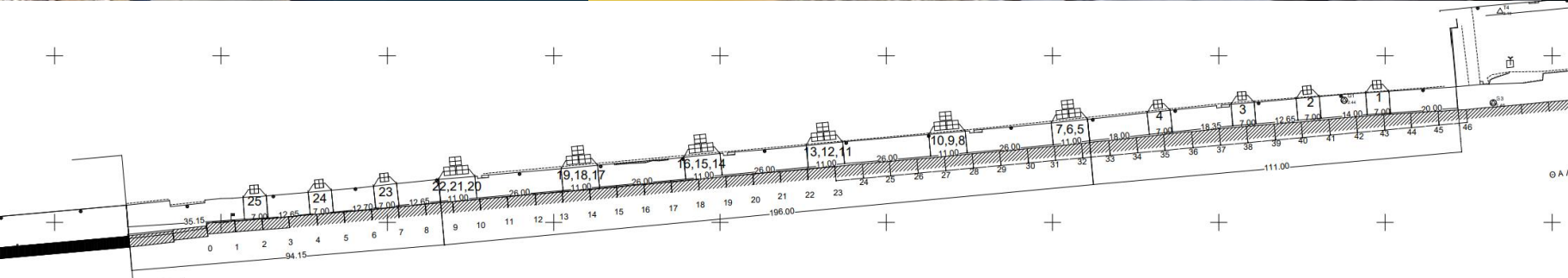
## Symbols

- Green Zone Area
- Red Zone Area
- Ambulance
- Ambulance Zone
- Ambulance path
- Security
- Mobile Fence
- Bus Parking
- Bus path
- Pedestrians
- Antiseptics
- Floor Stickers
- Sign with Local Rules
- Pax. on foot





**More Info:**  
Position: 40°56'00" N-24°24'40" E  
Seawater density 1.015 to 1.030 kg/ℓ  
Bollards 80-100tn @25m  
Yokohama type fenders  
New concrete flooring





# Δημιουργούμε Συνεργασίες

Cruise Line

DISIREABILITY  
& SAFETY

**BALANCE**

REVENUES

EXPERIENCE

City

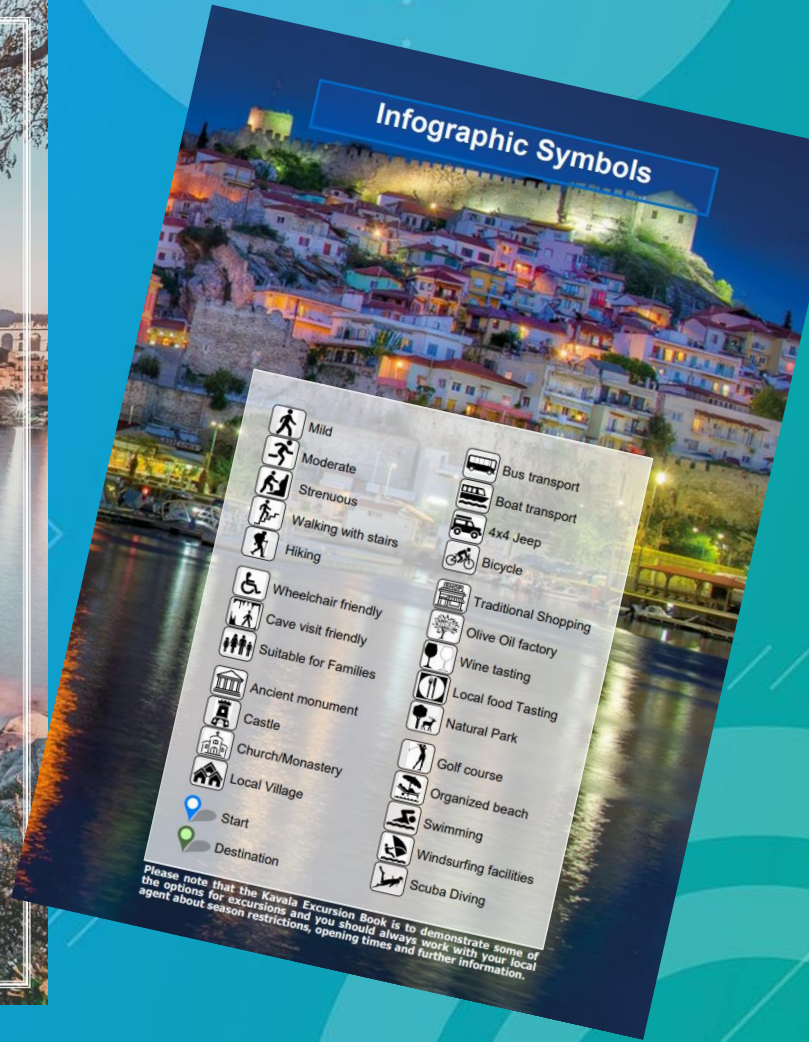
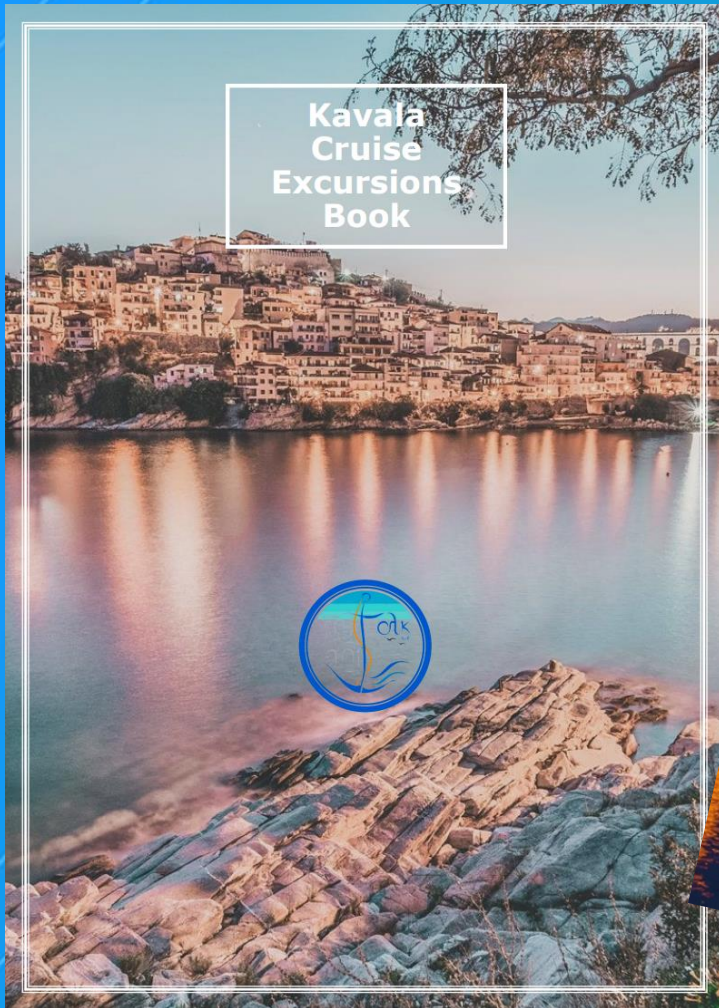
Port

Συνδέοντας τις εμπειρίες με τον τουρισμό κρουαζιέρας

## Cruise Tourism



# Destination Kavala Excursion Book



## Ancient Philippi

Duration: 5 hours

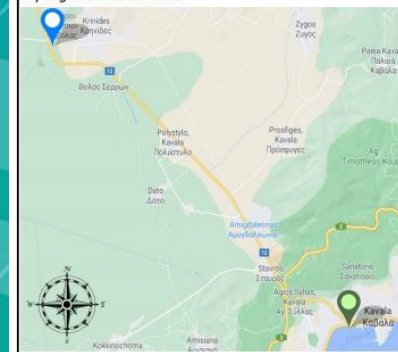
Delve into ancient Greek history



The excursion bus will take you to ancient Philippi where the journey through history will start. Philippi was founded in 360 BC by colonists from Thassos and named it Krenides (springs). Five years later King Philip II of Macedon (father of Alexander the Great), conquered the area and renamed it, Philippi. During the Hellenistic period (320-30BC), the village had a fortification wall, a theatre, public buildings, and private houses. Walk among Byzantine and post-Byzantine Christian buildings which accounting for the palimpsest of stone remnants even including relief decorations from the time of Philip II. The highlight of the village is the Hellenistic theater which is setting dramatically against the hill.



After the visit to this stunning place, rich in history, and on your way back to the ship you will have free time to explore the city of Kavala. Walkthrough the most picturesque, cobblestone streets, with the traditional old houses and tiny gardens. Visit local shops, eat traditional Greek food and accompanied by a glass of local wine.



Execute

Royal Caribbean Cruises, Ltd. \*

# of Calls

Brand	2008-2009	2009-2010	2010-2011
R	9	11	7
Z	3		
Total	12	11	7

# of Guests

Brand	2008-2009	2009-2010	2010-2011
R	26,698	30,496	24,665
Z	2,082		
Total	28,780	30,496	24,665

Note: The year in # of Calls and # of Guests is from May to Next Year Apr

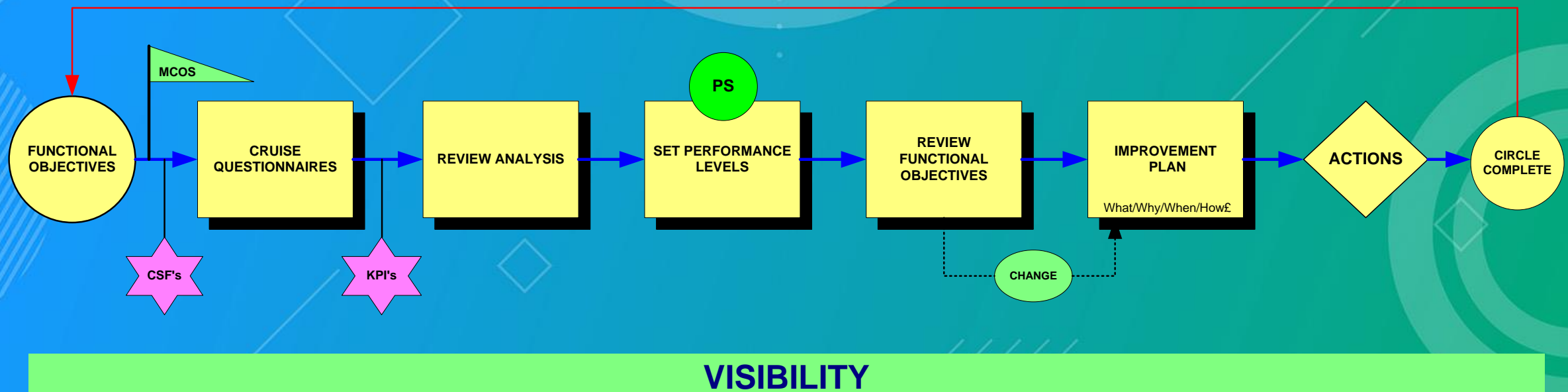
BRAND	YEAR	Appeal	Satisfaction	Cleanliness	Friendliness of Locals	Safety	Range of Things to See	Availability of Things to See	RCL Transportation	Independent Transportation	Distance from Ship to Activities	Info from RCL on Ports	Congestion in Ports	Hours in Port	Tour Variety
		Royal	2008	7.5											
	2009	7.6	6.7	7.6	7.8	8.2	6.4	6.5	7.7	7.1	7.2	7.7	7.5	6.8	
	2010	7.8	7.7	8.2	8.0	8.0	7.7	7.8	8.0	8.0	7.5	7.8	7.8	7.2	
	2011	8.3													
	Total	7.8	7.1	7.8	7.9	8.1	6.9	7.0	7.9	7.5	7.3	7.7	7.6	7.0	
Celebrity	2008	8.2													
	2009	7.8													
	2010	7.9													
	2011	8.3													
	Total	8.0													
Azamara	2008	8.1	7.7	7.9	8.1	8.3	7.2	7.1	7.6	6.9	7.2	7.4	7.7	8.1	
	2009	8.4													
	2010	8.0													
	2011	8.5													
	Total	8.2	7.7	7.9	8.1	8.3	7.2	7.1	7.6	6.9	7.2	7.4	7.7	8.1	

Region Ratings: **Mediterranean**

Royal	8.1	8.3	8.0	8.1	8.2	8.2	8.2	8.2	7.9	7.6	8.1	7.7	7.7	
Celebrity	8.2													
Azamara	8.2	8.1	8.4	8.5	8.6	8.1	8.1	8.4	8.3	7.8	8.3	8.1	8.0	
Total	8.2	8.2	8.1	8.1	8.2	8.2	8.2	8.2	8.0	7.6	8.1	7.7	7.8	

# Μέτρηση Απόδοσης Προορισμού (ΜΑΠ)

## CUSTOMER EXPERIENCE BUSINESS PLAN PROCESS MAP





# Destination Analysis

## SWOT Analysis Kavala Cruise Development

- Ασφαλής Προορισμός
- Λιμάνι κοντά στην πόλη
- Ιστορία/Πολιτισμός/Γαστρονομία
- Υποδομές μεταφορών/φιλοξενία
- Σταθμός επιβατών
- Διεθνές Αεροδρόμιο
- Πόλη κοντά στο Λιμάνι
- UNESCO Site
- ISPS Compliance
- Bus Parking Facilities
- Σχέδιο Έκτακτης ανάγκης COVID

- Εποχικός προορισμός
- Καθιερωμένος τουριστικός προορισμός κρουαζιέρας (Brand Name)
- Σχεδιασμός εμπειρίας επισκεπτών
- Έλλειψη ερωτηματολογίου ΜΑΠ
- Παρουσία στα Social Media
- Έλλειψη Γαστρονομικής ταυτότητας
- Smart Signs
- Καταστήματα τις Κυριακές

- Interport ευκαιρίες
- Contingency Port
- Στρατηγική κρουαζιέρας
- Στρατηγική θέση σε σχέση με την Κωνσταντινούπολη
- Διαδρομές πεζών στην πόλη
- MedCruise membership
- Επιλογές εκδρομών
- Υδατοδρόμιο
- Σχεδιασμός εμπειρίας επισκεπτών
- Παρουσία στα κέντρα αποφάσεων

- COVID-19
- Τουρκία κλειστή
- Περιφερειακή Στρατηγική κρουαζιέρας
- Βυθόμετρα
- Εγκαταστάσεις Schengen
- Ιστοσελίδα κρουαζιέρας

**S**  
**O**

**W**  
**T**

<b>S</b> STRENGTHS	<b>W</b> WEAKNESSES	<b>O</b> OPPORTUNITIES	<b>T</b> THREATS
<b>Δυνάμεις</b> Χαρακτηριστικά της επιχείρησης ή του project που δίνουν ένα πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού	<b>Αδυναμίες</b> Χαρακτηριστικά της επιχείρησης ή του project που μπορούν να δώσουν μειονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού	<b>Ευκαιρίες</b> Στοιχεία στο ευρύτερο περιβάλλον που η εταιρεία ή το project μπορεί να αξιοποιήσει προς το συμφέρον της.	<b>Απειλές</b> Στοιχεία στο ευρύτερο περιβάλλον που μπορεί να προκαλέσουν πρόβλημα στην επιχείρηση ή το project
Τι κάνεις καλά?	Που χρειάζεσαι να βελτιωθείς?	Ποιοι είναι οι στόχοι σου?	Ποια είναι τα εμπόδια που αντιμετωπίζεις?
Τι είναι μοναδικό στο προορισμό σου?	Τι ζητούν οι εταιρείες να βελτιώσεις?	Ποια είναι η τάση που μπορείς να εκμεταλλευτείς?	Τι κάνει ο ανταγωνισμός που δεν κάνεις εσύ?
Πλεονεκτήματα Δυνατότητες Πόροι	Μειονεκτήματα Ευπάθειες Περιορισμοί	Αλλαγές Ανάπτυξη Οφέλη	Εμπόδια Εξωτερικοί παράγοντες Ρίσκο

# Destination Analysis2

Οι εταιρείες στόχος για τον προορισμό για τα επόμενα 3-4 χρόνια είναι:

- Celebrity
- Azamara
- Seabourn
- Silversea
- Celestyal
- Viking
- MSC
- Aida
- Hapag-Lloyd
- Crystal
- Oceania
- Wind Star Cruises
- Mystic Cruises
- Holland America
- SeaDream
- Star Clippers

# Νέα Εποχή Κρουαζιέρας – Προγραμματισμός 2022

- Ο προγραμματισμός δρομολογίων θέλει χρόνο...
- Μόλις πρόσφατα ξεκίνησαν την προετοιμασία για το 2023 & 2024
- Καταφέραμε και επηρεάσαμε σε ένα μεγάλο βαθμό την επόμενη χρονιά λόγω της πανδημίας (Short term itinerary scheduling)
- Το 2022 το πρώτο κρουαζιερόπλοιο στις 06 Μαρτίου και το τελευταίο στις 15 Νοεμβρίου!
- 745 άτομα μέσο όρο τα πλοία που θα έρθουν το 2022
- Ζητούμενο το άνοιγμα των καταστημάτων

# Unique City experiences



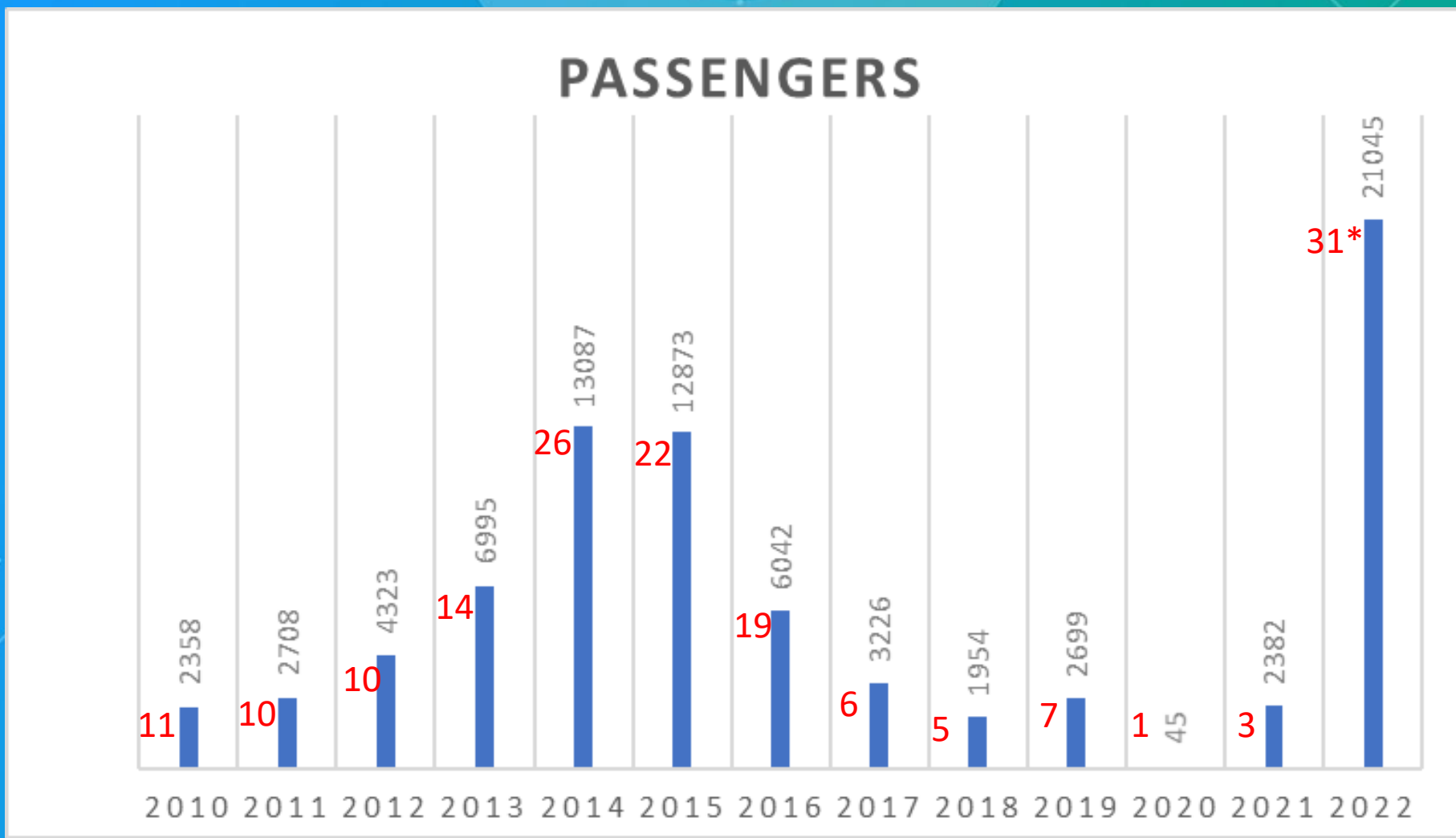
 **KAVALA**  
THE BLUE CITY



# Unique experiences



# Νέα Εποχή Κρουαζιέρας – Προγραμματισμός 2010-2022



Με κόκκινο τα Κρουαζιερόπλοια (Πηγή ΕΛΙΜΕ)

\*Αναμενόμενα σύμφωνα με τις μέχρι σήμερα δηλώσεις



**SCIENCE KAVALA ART**



# **Destination Kavala Project Proposal for direct Visitor information & Experience Enhancement**

---

Νοέμβριος 2021



**KAVALA**  
THE BLUE CITY

## #VisitKavala

**Matt Barret:** Kavala is one of the most attractive of Greece's largest cities, rising like an amphitheater from the beautiful harbor up to a huge Byzantine fortress

**The midnight blue elephant:** The city is known as the mecca of tobacco in Greece and has a turbulent past with Byzantines, Ottomans, pirates, and as home of Mohamed Ali. Time travel is possible when you go for holidays in Kavala and especially if you are interested in something else than Greece's crystal clear water and have ticked off the Acropolis, Kavala might just be the place for you

### EXPERIENCE PROJECTS

Οι επισκέπτες πρέπει να καθοδηγηθούν να χρησιμοποιήσουν τις δράσεις εμπειρίας που έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να ενεργοποιήσουν και τις πέντε αισθήσεις μέσα από προσεκτικά επιλεγμένες προτάσεις που θα ενισχύσουν το τοπικό προφίλ αλλά θα δώσουν και την δυνατότητα για διαμοίραση αυτών των εμπειριών με το ευρύτερο κοινό μέσω των social media.

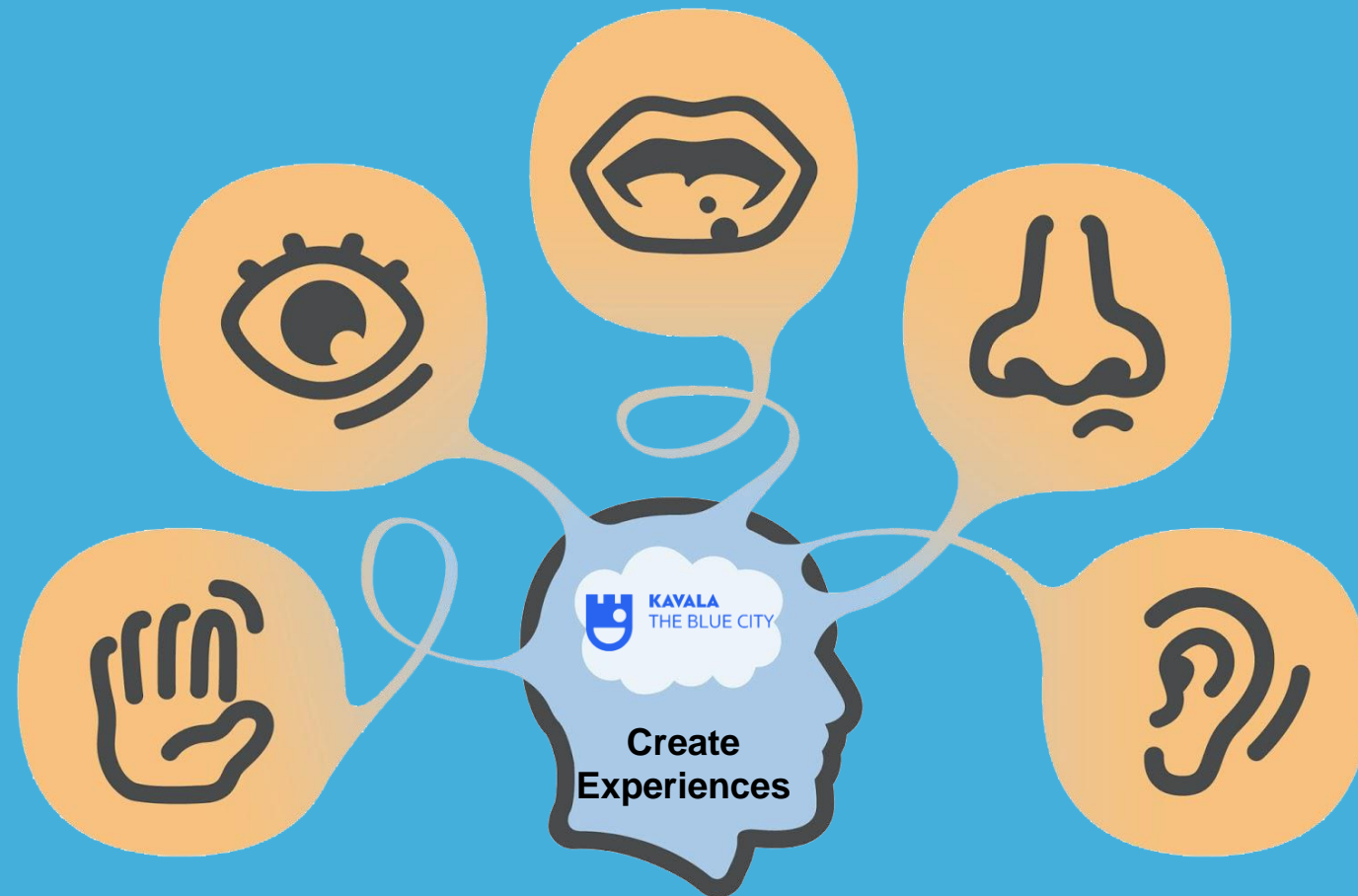
### CONNECTING WITH CHARACTER

Η Συνολική εμπειρία που προσφέρει ο προορισμός πρέπει να συνδεθεί με τα βασικά του χαρακτηριστικά αντλώντας δυνάμεις από το Ιστορικό, Πολιτιστικό και Γαστρονομικό υπόβαθρο του προορισμού.

Οι τοπικοί φορείς της Καβάλας πρέπει να συνεργαστούν και να προταθούν δράσεις που θα δώσουν στον κάθε επισκέπτη να καταλάβει και βιώσει ποια είναι πραγματικά η Καβάλα και τι μπορεί να προσφέρει.

Η σημερινή κατάσταση με τον Covid-19 επαναπρογραμματίζει τον τρόπο που το μήνυμα "we are open and safe to visit" μεταδίδεται. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να υπάρξουν ευκαιρίες άμεσης διασύνδεσης με Project που θα αποτελέσουν μέσο για την διάδοση αυτού του μηνύματος.

# DESTINATION EXPERIENCE PROJECTS



Η Καβάλα χρειάζεται ειδικές δράσεις οι οποίες θα βελτιώσουν την εμπειρία σε όλους τους επισκέπτες και στις πέντε αισθήσεις τους



**1.**

# Project: Smart Mobile info Sign





Αυτή είναι ίσως η σημαντικότερη προσθήκη άμεσης πληροφορίας, η οποία ταυτόχρονα θα εξοικειώσει τους επισκέπτες με προϊόντα και επιχειρήσεις αλλά επίσης θα προτείνει διαδρομές οι οποίες θα επιτρέψουν στους καλεσμένους να περιπλανηθούν στην πόλη.





Το Βασικό χαρακτηριστικό θα είναι ότι η κάθε πινακίδα θα είναι μοναδική για το σημείο που θα τοποθετηθεί (No1 έως No10). Στο δεξιά μεριά θα υπάρχουν πληροφορίες για το τι υπάρχει στην γύρω περιοχή και φυσικά θα συνοδεύεται από πληροφορίες άμεσης προώθησης των τοπικών επιχειρήσεων, υπηρεσιών και γαστρονομίας. Με αυτό τον τρόπο θα δίνονται οι απαραίτητες πληροφορίες που θα διασυνδέουν τον πολιτισμό, ιστορία και γαστρονομία με την παροχή ενσυνείδητων και υποσυνείδητων μηνμάτων με στόχο την αύξηση της κατανάλωσης.





Η κινητή έξυπνη πινακίδα θα φτιαχτεί από μια τσιμεντένια βάση 1,8 μέτρων, με ύψος 45 εκατοστά, μέσο βάρος 700Kg και θα έχει ειδικές τρύπες στο κάτω μέρος ώστε να μπορεί να μεταφερθεί εύκολα με κλαρκ η/και μεταφορέα παλέτας.

Η πινακίδα θα είναι με προτεινόμενες διαστάσεις 1,8 x 1,2 m ή μικρότερες, εξαρτάται από την περιοχή όπου θα τοποθετηθεί και θα φτιαχτεί με τέτοιο τρόπο που θα βρίσκεται σε ειδική γωνία θέσης έτσι ώστε όταν στέκονται οι επισκέπτες θα μπορούν να δουν και να δείξουν σε όλο το μήκος και το πλάτος της.

Όσον αφορά την πόλη της Καβάλας προτείνεται μια σειρά από 10 Πινακίδες, η κάθε μια από αυτές με μια διαφορετική πληροφορία (πχ. τοπικά προϊόντα, μουσεία, μυθολογία, μοντέρνα ιστορία, τέχνη, παραλίες, κρασί, τοπική κουζίνα κλπ.).

Προτείνεται επίσης να τοποθετηθούν πινακίδες, στο Αεροδρόμιο και μία στους συνοριακούς σταθμούς (αν αυτό είναι εφικτό).



**info map**

**Kavala Old Town**  
www.VisitKavala.gr

**10+1 Reasons you will love Kavala**

1. To see from up close a UNESCO World Heritage Site, the Site of Philippi.
2. To visit its grand medieval fortress, which dominates on the acropolis of the peninsula of Panagia.
3. For the town's clear waters, sandy beaches, huge coastline and its organized and unexplored shores.
4. To walk through the picturesque lanes of the Town, in the peninsula of Panagia, which looks as though it has jumped out from the illustrated pages of a fantastic book.
5. To admire the wonderful architecture of the, one of the most distinctive examples of Ottoman baroque in the world which has now been converted into a hotel.
6. To take a photograph of the, the large arched aqueduct, a Kavala landmark.
7. For the productions of ancient drama at the Festival for, the largest ethnic festival in Greece, as well as for the, dance, theatre and visual arts exhibitions, and for the traditional festival of the region.
8. To follow in the steps of the Paul, in the first European town that he visited to preach the word of Christ.
9. To discover the Baptistery and the River Zygaktis, where the Apostle Paul baptised Thyatira, the first European Christian.
10. To visit the, monuments and sights, witnesses to the town's great history and multiculturalism.
11. To discover tavernas by the waves, with wonderful seafood and fish menus, and to sample cuisine—filled with local delicacies, fresh fruit, traditional sweets, aromatic tsipouro and select wines!

**Local Sweets: kourabiedes**  
Try the famous traditional sweets the kourabiedes of Nea Karvali, one of the best the sweet temptations of Greece.

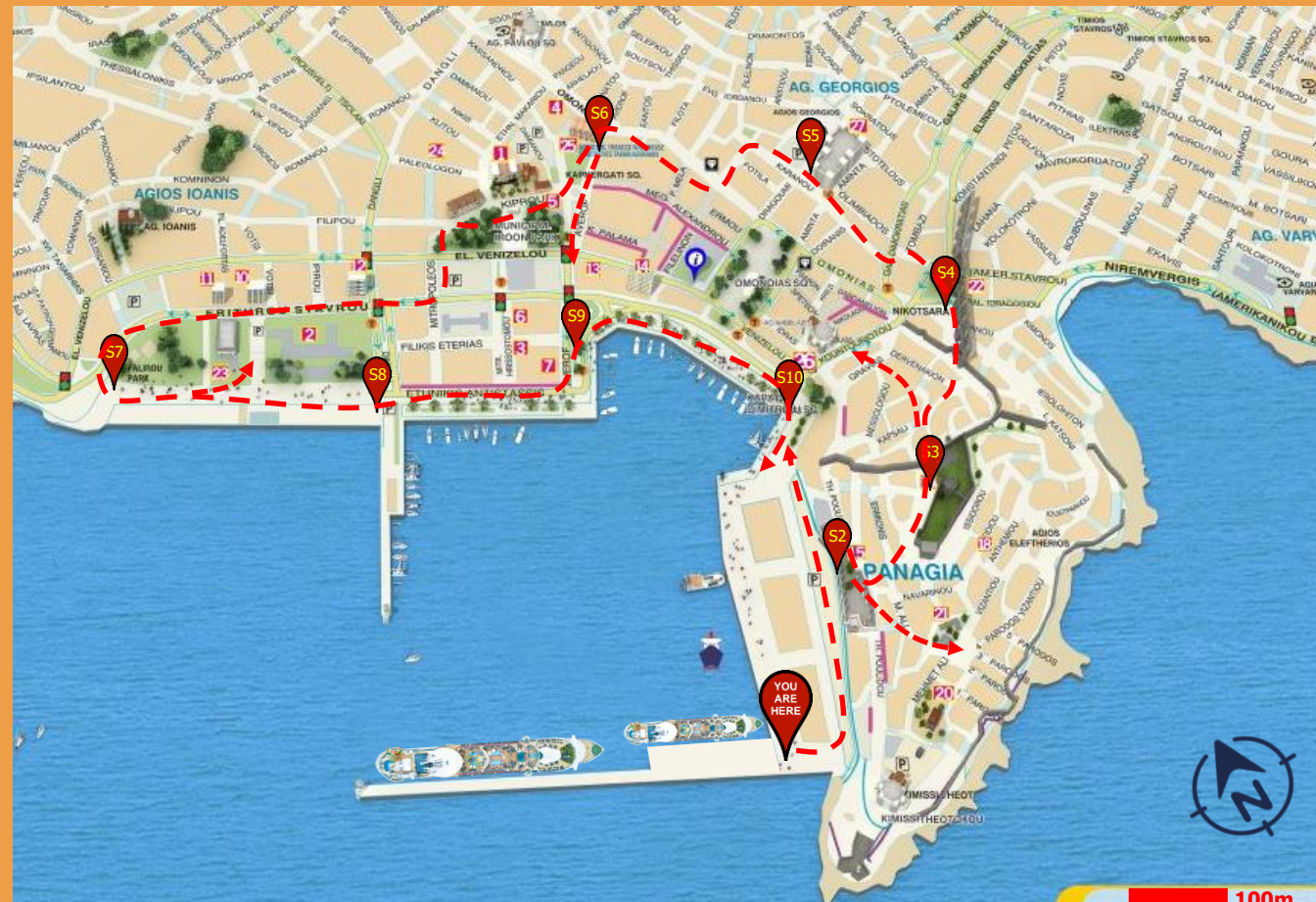
The hidden secret of the charm of these cute sweets is the excellent quality of the butter, their shape that sometimes resembles a crescent or small balls, but also their off-white face.

#VisitKavala





Η πρώτη smart πινακίδα πρέπει να τοποθετηθεί στο λιμάνι , κοντά στο σημείο όπου αποβιβάζονται οι επιβάτες (οι οποίες φυσικά θα έχουν το σημείο "You Are Here" ) έτσι ώστε η πρώτη τους επαφή με τον προορισμό θα είναι αυτή η πινακίδα η οποία θα τους καλωσορίζει και θα τους παρέχει τις εναλλακτικές τους διαδρομές.



Smart Signs ενδεικτική πρόταση χωροταξίας

**1.**

# Project: Kavala Herbs

---





Σε αυτή τη μοναδική «μυρωδάτη» πρόταση project θα φυτευτούν 10-12 διαφορετικά βότανα της Ελλάδας και θα επιδεικνύονται σε ειδικά σχεδιασμένες και κατασκευασμένες ξύλινες γλάστρες. Η κάθε γλάστρα θα έχει ένα βότανο και δυο ταμπελάκια.

Η πρώτη ταμπελίτσα θα περιγράφει το καθαυτό βότανο καθώς και τη χρήση του, και η δεύτερη θα έχει μια τοπική συνταγή.

Σφραγίδες QR θα παρέχουν σύνδεσμο σε περισσότερες γλώσσες και την ευκαιρία να δει κάποιος πώς γίνονται οι συνταγές να γίνονται( YouTube video) από κάποιο τοπικό σεφ ή τοπικό εστιατόριο.

Ο κύριος στόχος είναι να ενεργοποιηθούν τρεις από τις αισθήσεις, εκείνες της όσφρησης, της αφής και της όρασης και παράλληλα μια προσδοκία για την αίσθηση της γεύσης.


Kavala Herbs

KAVALA THE BLUE CITY
#VisitKavala




Στα ξηρά και ανυδρα μέρη της Μακεδονίας αλλά και στα δάση και τα φαράγγια του Αιγαίου και τους αγρούς και τα βουνά της περιοχής, αφθονούν πάρα πολλά αρωματικά φυτά και βότανα, όπως το δενδρολίβανο, η λεβάντα, η ρίγανη, το θυμάρι, κ.α. Αλλά και οι κήποι και οι αυλές είναι γεμάτοι μαιντανό, δυόσμο, και πλήθος άλλων φυτών που ανέκαθεν αποτελούσαν το πραγματικό άρωμα της Ελλάδας. Στην διαδρομή που ακολουθεί θα δείτε μερικά από τα πιο χαρακτηριστικά είδη φυτών & βοτάνων, αλλά και πληροφορίες για την χρήση τους. Σας προσκαλούμε να δείτε, αγγίξετε και μυρίσετε τα βότανα της Καβάλας.

GR 

In the dry and and parts of Greece as well as in the forests and canyons of Macadonia and the farms and mountains of the islands many aromatic plants and herbs are in abundance, such as rosemary, lavender, thyme, oregano, etc. Also the local gardens and courtyards are full of parsley, mint, and a host of other plants that have traditionally formed the real aroma of Greece.

GB 

On the route that follows you will see some of the most characteristic plant species & herbs, as well as information for their use.

Feel free to SEE, FEEL and SMELL the herbs of Kavala






**See - Feel & Smell the Herbs of Kavala**


For more info please visit: [www.VisitKavala.gr](http://www.VisitKavala.gr)

**Intro Sign**



Αυτό το project συνδέεται άμεσα με τρεις περιοχές: **επιχειρηματικότητα** με την έννοια της διάθεσης της παρουσίας των προϊόντων σε τοπικά καταστήματα, **κατανάλωση** καθώς προσκαλούμε τους επισκέπτες να δοκιμάσουν τοπικές συνταγές οι οποίες περιέχουν αυτά τα υλικά και φυσικά την **αύξηση εμπειρίας** και απόλαυσης καθώς ο κάθε επισκέπτης μπορεί να μυρίσει και να γευτεί ένα τοπικό προϊόν με ένα οργανωμένο τρόπο.

Τα επόμενα βήματα είναι να προσδιορίσουμε το πού θα τοποθετηθούν αυτές οι γλάστρες μέσα στην πόλη. Είναι επίσης πολύ σημαντικό να τοποθετηθεί μια αρχική πινακίδα στο λιμάνι η οποία θα εξηγήει στους επισκέπτες το project.




## Kavala Herbs

**ΘΥΜΑΡΙ** ή θύμιο (Θύμος ο κοινός, λατ. *Thymus vulgaris*): είναι αγγειόσπερμο, δικότυλο φυτό, το οποίο ανήκει στην τάξη των Σωληνασθών (Tubiflorae) και στην οικογένεια των Χειλανθών (Labiatae). Είναι ένας μικρός, σκληρός, αιθαλής και πολυετής θάμνος μικρού ύψους (έως 40 εκατοστά), με όρθιους βλαστούς, εξαιρετικά ανθεκτικός, αναδίδει πολύ ευχάριστο άρωμα. Τα φύλλα του είναι μικρά, ωοειδή, με γκριζό χρώμα ενώ τα άνθη του είναι μικρά με ροζ ή λευκό χρώμα. Ανθίζει τον Ιούνιο και τον Ιούλιο. Απαντάται στις νότιες και μεσογειακές περιοχές της Ευρώπης. Είναι θαγενές φυτό της Δυτικής Μεσογείου και στην Κύπρο. Και τα δυο είδη είναι σπουδαία μελισσοκομικά φυτά. Καλλιεργείται σε όλα σχεδόν τα εδάφη και πολλαπλασιάζεται με σπόρο, ή με παραφυάδες. Φυτεύεται συνήθως το φθινόπωρο. Συλλέγουμε τις ανθισμένες κορφές από τον Μάιο μέχρι τον Οκτώβριο και αφού τις αποξηράνουμε μπορούμε να τις χρησιμοποιήσουμε όλο τον χρόνο.

**ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ:** Το όνομα για πρώτη φορά δόθηκε από τους αρχαίους Έλληνες και προέρχεται από το αρχαίο ελληνικό ρήμα Θύω που σημαίνει θυσιάζω για αυτό άλλωστε και το χρησιμοποιούσαν ως θυμίαμα στους ναούς. Άλλη εκδοχή αναφέρει ότι προέρχεται από την λέξη Θύμων που σημαίνει θαρράλεος. Είναι γνωστό ότι οι Ρωμαίοι στρατιώτες συνήθιζαν να κάνουν μπάνιο σε νερό αρωματισμένο με θυμάρι, για να αποκτήσουν σφρίγγος και ενεργητικότητα. Άλλες πηγές αναφέρουν την χρήση του από τους Σοιμέριους κατά το 3.500 π.χ. αλλά και από τους Αιγυπτίους που το ονόμαζαν Θαμ και το χρησιμοποιούσαν ως Βαλσαμωτικό και ως αρωματικό. Οι αρχαίοι Έλληνες το χρησιμοποιούσαν και σαν απολυμαντικό για διάφορες ασθένειες.

## Θυμάρι-Thyme (Thymus Vulgaris)


**#VisitKavala**





THYMUS or Thyme (common Thyme, lat. *Thymus vulgaris*): it is an agiosperm, dikotyton plant, that belongs to the species of Tubiflorae and in the family of Labiatae. It is a small, tough, evergreen and perennial shrub of a small height (up to 40 cm.), with upright stems, extremely durable, emitting a very pleasant aroma. Its leaves are small, oval, of grey color while its flowers are small with pink or white color. It blooms in June and July.


It is found in the southern and Mediterranean regions of Europe, in various regions of Asia and it is cultivated in North America. It is a native plant of the Western Mediterranean and there are 23 self-grown species in Greece alone. In Crete we can also find asprothymo. Both species are important apiarian plants. It is cultivated almost in all soils and it is multiplied by seed or offshoots. It is usually planted during fall. We collect its flowering peaks from May till October and after we dry them we can use them throughout the year.

**ANTIQUITY:** Its name was first given by the ancient Greeks and derives from the ancient Greek verb Thyo which means sacrifice therefore it was used as incense in temples. Another version reports that it comes from the word Thymon meaning brave. It is known that the Roman soldiers used to bathe in scented thyme water, to acquire vigor and energy. Other sources indicate that it was used by the Sumerians in 3,500 BC as well as the Egyptians who called it Tham and used it as embalmer and aromatic. The ancient Greeks used it as a disinfectant for various diseases.


DE 



IT 



SCAN FOR RECIPE



**For more info please visit: [www.visitkavala.gr](http://www.visitkavala.gr)**

See - Feel & Smell the Herbs of Kavala

**Example of Herb Sign**

2.

# Project: Kavala Street Art

---





Σε συνεργασία με τις τοπικές αρχές προτείνεται να δημιουργηθούν μη μόνιμες φορητές εκθέσεις εξωτερικού χώρου οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν λεπτομερείς πληροφορίες για έναν αριθμό από ορόσημα/μέρη ενδιαφέροντος του προορισμού ή να περιέχει εκθέσεις φωτογραφίας ή τις πιο διακεκριμένες δουλειές σημαντικών καλλιτεχνών.

Μπορεί να διοργανωθεί ένας ειδικός διαγωνισμός στο instagram και άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με θέμα: «Χαμένοι θησαυροί της Καβάλας» και μετά την ολοκλήρωση να υπάρξει επίδειξη των φωτογραφιών με τα περισσότερα likes.



**Example of Street art boxes**



Η κατασκευή θα είναι πολύ απλή και ανθεκτική στον καιρό εφόσον η εκτύπωση θα είναι αδιάβροχη. Έτσι, οι ξύλινες κατασκευές μπορούν να τοποθετηθούν σε μια κεντρική τοποθεσία. Προτείνεται λοιπόν, να τοποθετηθούν σε κεντρικά σημεία της πόλης και να αυξήσει, έτσι τις υποσυνείδητες πληροφορίες σχετικά με τον προορισμό ή κομμάτια αυτού με ένα πολύ δημιουργικό τρόπο.



**Example of Street art boxes**

3.

# Project: Find my Port

---





Σε πολλά μέρη του κόσμου έχουν τοποθετηθεί ειδικές πινακίδες κατεύθυνσης, (πινακίδες πολλαπλών κατευθύνσεων) οι οποίες δείχνουν την απόσταση της τοποθεσίας από διάφορες πόλεις, συνήθως πρωτεύουσες του κόσμου. Ο σκοπός είναι ο κάθε επισκέπτης να βγάλει φωτογραφία μπροστά από αυτήν την πινακίδα πολλαπλών κατευθύνσεων και να τη μοιραστεί με τους διαδικτυακούς φίλους του.

Προτείνεται μια νέα πρωτοποριακή ιδέα project όπου τα κυρίως λιμάνια των χωρών και η απόσταση που θα έκανε κάποιος με πλοίο από τη Καβάλα θα μετράται και θα αναφέρεται ως απόσταση.





Για πρώτη φορά, είναι δυνατόν να δημιουργήσουμε και να συνδέσουμε αναμνήσεις από τη Καβάλα με μια απόσταση λιμανιού στην πόλη κατοικίας του κάθε επισκέπτη.

Αυτή είναι μια ιδέα για project η οποία θα δημιουργήσει αναμνήσεις που θα μοιράζονται σε όλο το εύρος της κοινότητας της κοινωνικής δικτύωσης.

Η τοποθεσία του συγκεκριμένου Project θα παρουσιάζεται στις smart signs αλλά και στο visitkavala.



4.

# Project: Fall in Love in Kavala

---





Ο τρόπος που οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται τον προορισμό Καβάλα πρέπει να χτιστεί με ένα δομημένο τρόπο και τα projects / προτάσεις που έχουν παρουσιαστεί έως τώρα έχουν αυτό το σκοπό.

Μια ακόμα πρόταση project η οποία στοχεύει να δημιουργήσει εμπειρίες ζωής οι οποίες θα μοιράζονται σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βελτιστοποιώντας brand name Kavala είναι το project:

**#Fall in Love in Kavala**





Ο σκοπός αυτού του project είναι να δημιουργήσει ευκαιρίες για φωτογραφίες ενώ θα περνάει το μήνυμα ενός ρομαντικού προορισμού τον οποίο αξίζει να ερωτευτεί κανείς.

Παράλληλα με αυτή τη δράση, προτείνω να δημιουργηθεί το #FallInLoveKavala όπου αυτό το #hashtag θα μοιράζεται όλες τις φωτογραφίες που έχουν αποτυπωθεί εκεί.

Οι πληροφορίες για το Project 'Fall in Love in Kavala', θα τοποθετηθούν στις έξυπνες πινακίδες και θα προσκαλούν τους ταξιδιώτες να την επισκεφτούν.



**BACK**

# Ικανοποίηση Επισκέπτη

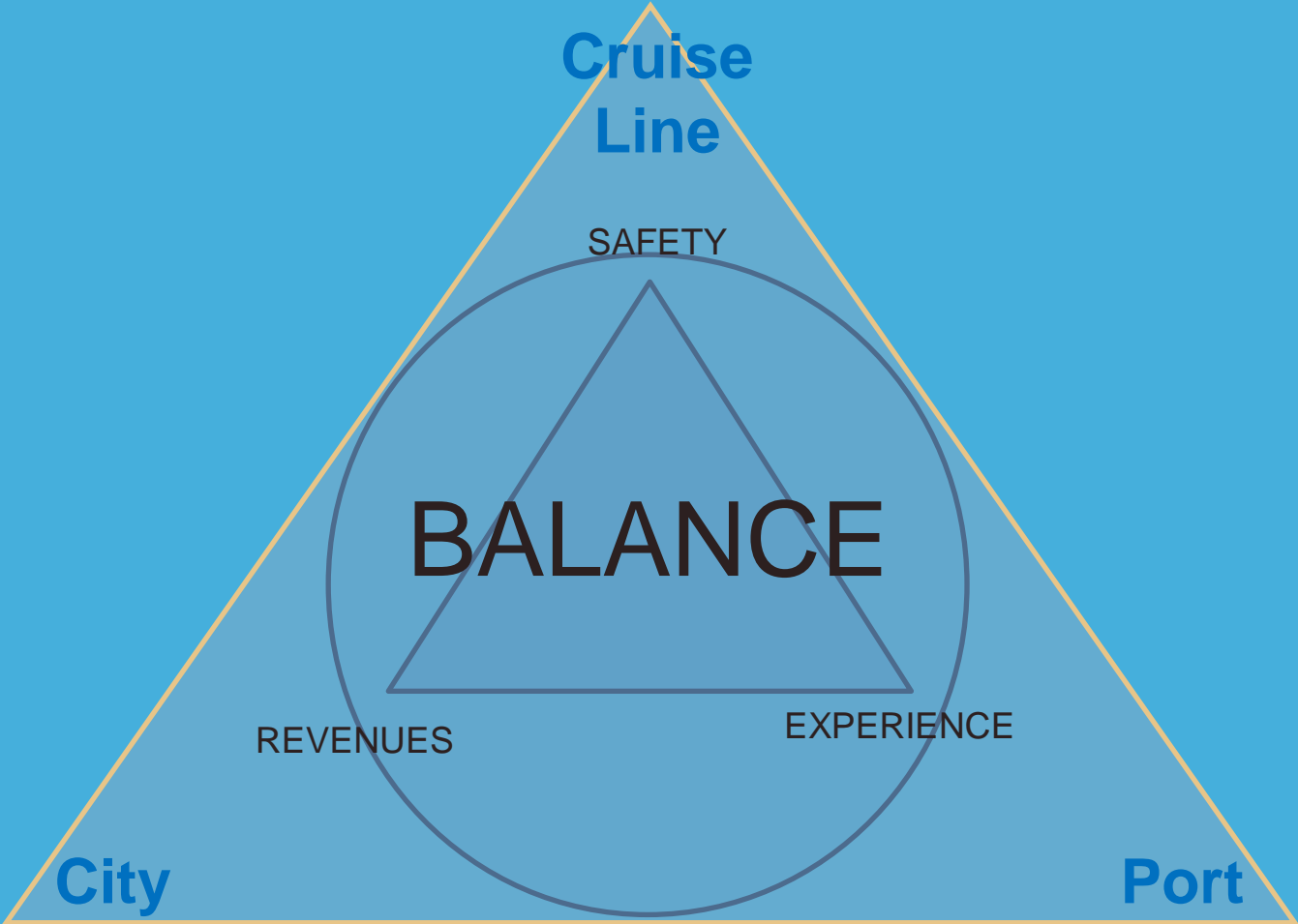
Κάθε πρόταση για project η οποία έχει δημιουργηθεί και αναπτυχθεί σαν καινοτόμο σχέδιο έχει σχεδιαστεί να δημιουργήσει εμπειρίες οι οποίες θα ενεργοποιήσουν και τις πέντε αισθήσεις του κάθε επισκέπτη που θα βρεθεί στον προορισμό Καβάλα.

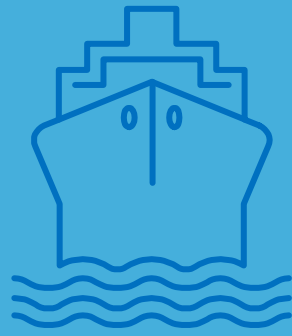
Στόχος είναι να συνδέσουμε την επιθυμία των επισκεπτών να συνδεθούν με την τοπική ιστορία, κουλτούρα, γαστρονομία και προϊόντα και αυτό να μεταφραστεί σε αύξηση της κατανάλωσης.

Το κάθε project σχεδιάζεται είτε να κάνει την εξερεύνηση της πόλης πιο εύκολη είτε να δώσει την πληροφόρηση με άμεσο και έμμεσο τρόπο για τα ιδιαίτερα τοπικά προϊόντα και να συνδέσει την εμπειρία με την επίσκεψη σε ενσυνείδητο και υποσυνείδητο επίπεδο.

Οι ιδιαίτερες δύσκολες σημερινές συνθήκες με την εξάπλωση του Covid-19 πρέπει να αντιμετωπισθούν με μέτρα πρόληψης και σωστής ενημέρωσης. Τα προτεινόμενα Project μπορούν να βοηθήσουν στην δημιουργία θετικών εμπειριών και εντυπώσεων που θα διαμοιραστούν σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα του κάθε επισκέπτη και θα βεβαιώσουν έτσι ότι όλα βαίνουν καλός στον προορισμό.

# THE CRUISE EQUATION



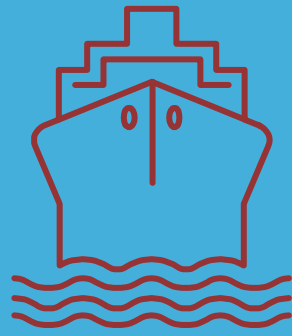


# Destination Kavala



# Creating Experiences Together





Ευχαριστώ για την προσοχή σας



Περιμένουμε τις προτάσεις σας

