



ΣΤΑΔΙΟΝ Α.Ε.
ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Μελέτη-Εμπειρογνωμοσύνη με τίτλο
«Μελέτη αναβάθμισης του προϊόντος
«Πολιτιστικός Τουρισμός» μέσω εργαλείων ΕΣΠΑ»
(ΥΠΟΕΡΓΟ 8 - ΚΩΔΙΚΟΣ ΟΠΣ ΠΡΑΞΗΣ: MIS 485414)

Αναθέτουσα Αρχή

Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

Ανάδοχος

ΣΤΑΔΙΟΝ Α.Ε.

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2015



Ευρωπαϊκή Ένωση

Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
"ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ"
**ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ
ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ**



Περιεχόμενα

Περίληψη κειμένου	2
1. Εισαγωγικά	5
2. Η Ζήτηση	8
2.1 Κρουαζιέρα	8
2.2 Ταξιδιωτικά γραφεία εσωτερικού & Tour operators	10
2.3 Αμιγώς πολιτιστικός τουρισμός	14
3. Η Προσφορά	17
3.1 Το πολιτιστικό απόθεμα του Υπ. Πολιτισμού	19
3.2 Οι προτάσεις των Περιφερειών	22
3.3 Προτάσεις της κοινωνίας των πολιτών	38
3.4 Ο Πολιτισμός μέσα από τον Δημιουργικό Τομέα	42
4. Αξιοποίηση των πόρων του ΕΣΠΑ για τον Πολιτιστικό Τουρισμό	46
4.1 Λίγα λόγια για το νέο ΕΣΠΑ	46
4.2 Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (ΤΑΠΤΟΚ)	47
4.3 Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση – ΟΧΕ	50
4.4 Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη – ΒΑΑ	51
4.5 Σύμφωνα Ποιότητας και κατάρτιση εργαζομένων και επιχειρηματιών	53
5. Οι Ψηφιακές Εφαρμογές (ΨΕ) στον ΠΤ	59
6. Συμπεράσματα - Προτάσεις	65
Βιβλιογραφία	69
Παραρτήματα	71

Περίληψη κειμένου

Ο τουριστικός τομέας κατόρθωσε να επιτύχει θετικούς ρυθμούς ανόδου στην κρίσιμη περίοδο 2010-15 και να αυξήσει σημαντικά το μερίδιό του στο ΑΕΠ της χώρας.

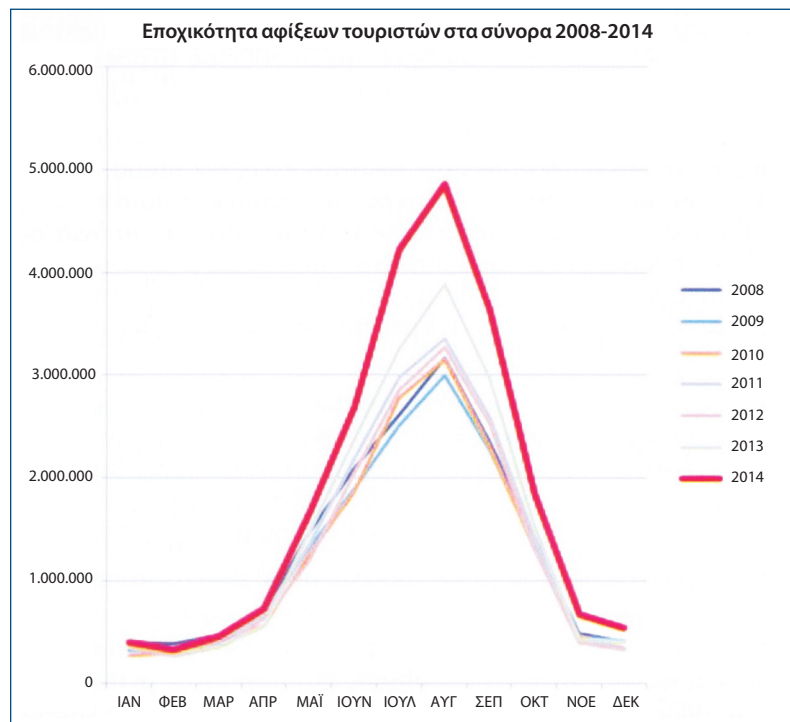
Αποτελεί τον προφανή τομέα προσέλκυσης επενδύσεων που θα δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας και επανάκαμψη της οικονομίας.

Υπάρχουν πολλές δυνατότητες για νέες επενδύσεις στον τουρισμό, οι περισσότερες όμως θα χρειαστούν τουλάχιστον μια τριετία για να αποδώσουν και δέσμευση πολλών δις €. Η McKinsey στην πρότασή της για τον τουρισμό που συνέταξε το 2013 για λογαριασμό του ΣΕΤΕ εκτιμά ότι μόνο για καταλύματα κάθε είδους θα χρειαστούν περί τα 10-12 δις€ για την επόμενη επταετία.

Υπάρχει όμως και μια άλλη προσέγγιση που θα μπορούσε να συμβάλλει συμπληρωματικά αλλά με ουσιαστικό τρόπο στην αύξηση των επισκεπτών και άρα και του τουριστικού εισοδήματος: η άμβλυνση του φαινομένου της εποχικότητας της τουριστικής περιόδου που σήμερα είναι πολύ έντονη και αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του τουριστικού τομέα.

Προκειμένου όμως να αντιμετωπιστεί με επιτυχία η εποχικότητα, απαιτείται η προσφορά και άλλων τουριστικών προϊόντων πέραν του σημερινού "Ήλιος και Θάλασσα" (H&Θ) που είναι το κυρίαρχο.

Στο παρόν κείμενο εξετάζονται οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του **Πολιτιστικού Τουρισμού** υπό το πρίσμα των έργων και δράσεων που θα χρειαστούν, κατά πόσον αυτά μπορούν να χρηματοδοτηθούν από το νέο ΕΣΠΑ 2014-2020 και ποια διαχειριστικά εργαλεία προσφέρονται που θα διευκολύνουν την αξιοποίηση των πόρων που διατίθενται στην νέα αυτή περίοδο.



Από: Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης, Αλέξης Χατζηδάκης, ΕΟΤ, Σεπτέμβριος 2015.

Ο Πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα ένα αναξιοποίητο κεφάλαιο- έναν κρυμμένο θησαυρό που περιμένει να βγει στο φως για να γοητεύσει με τον πλούτο και την ποικιλία του τους μελλοντικούς επισκέπτες ενώ παράλληλα να ζωντανέψει περιοχές της χώρας που σήμερα βρίσκονται στο περιθώριο της τουριστικής δραστηριότητας και να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας και εισόδημα στις περιοχές αυτές. Και όλα τα ανωτέρω μπορούν να συμβούν σε χρόνους πολύ συντομότερους και με υποπολλαπλάσιες επενδύσεις από αυτές που θα χρειαστούν για την δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων και άλλων μεγάλων τουριστικών υποδομών.

Το 2016 βρίσκει την Ελλάδα σε μια ακόμα δύσκολη οικονομική συγκυρία αλλά ταυτόχρονα και σε μια ενδιαφέρουσα φάση: μετά από 30 χρόνια εφαρμογής ευρωπαϊκών συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων μια σωρεία μεγάλων και σύνθετων δημόσιων υποδομών που απαιτούν μακρούς χρόνους ωρίμανσης, είτε έχουν ολοκληρωθεί είτε έχουν ήδη ξεκινήσει και θα ολοκληρωθούν σε ορατό χρονικό διάστημα καθότι διαθέτουν εξασφαλισμένη χρηματοδότηση.

Μεγάλα λιμάνια κατάλληλα για υποδοχή κρουαζιερόπλοιων, οι 4 αυτοκινητόδρομοι, ο εκσυγχρονισμός του σιδηροδρομικού δικτύου, έργα περιβάλλοντος, αναστήλωση αρχαιολογικών χώρων και μνημείων, εκσυγχρονισμός μουσείων, σε συνδυασμό με την ιδιωτικοποίηση των 14 περιφερειακών αεροδρομίων και του ΟΛΠ και άλλων ιδιωτικοποιήσεων που εκκρεμούν και η επικείμενη εξυγίανση των κόκκινων επιχειρηματικών δανείων που θα επιτρέψουν την αποδέσμευση ξενοδοχειακού δυναμικού και την διάθεσή του σε νέους επενδυτές, δημιουργούν εξαιρετικά ευνοϊκές προϋποθέσεις για την προώθηση του Πολιτιστικού Τουρισμού.

Αν και η Ελλάδα διαθέτει ένα πολύ πλούσιο και πυκνό πολιτιστικό απόθεμα με ποικιλία και συνέχεια, που εκτείνεται σε βάθος πολλών αιώνων και είναι γνωστό σε παγκόσμιο επίπεδο, εν τούτοις, όπως αναφέρεται σε πολλές έγκυρες μελέτες, δεν κατέχει την θέση που του αντιστοιχεί στις “προϊοντικές” αγορές του ελληνικού τουρισμού.

Προκειμένου όμως να σχεδιαστεί και να αναπτυχθεί ένα τουριστικό προϊόν όπως ο Πολιτιστικός τουρισμός απαιτείται η ενεργός συνεργασία πολλών και ανόμοιων μεταξύ τους συντελεστών (stakeholders) του δημόσιου τομέα (Υπουργεία, ΔΕΚΟ, ΟΤΑ), των ιδιωτών (τουριστικές αλλά και άλλων κλάδων επιχειρήσεις) και της κοινωνίας των πολιτών που θα συντονιστούν με θετικό πνεύμα στην επίτευξη του μεγάλου αυτού στόχου.

Συνεργασίες αυτού του τύπου που είναι απαραίτητες στην προκειμένη περίπτωση, δεν έχουν παράδοση στη χώρα μας και όποτε επιχειρήθηκαν (λ.χ. στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004) υπήρχε μια έντονη πολιτική δέσμευση προς τούτο και συνεχής παρακολούθηση. Αυτό το γεγονός εξηγεί και την αιτία που ο Πολιτιστικός Τουρισμός, αν και με προφανή συγκριτικά πλεονεκτήματα, δεν έχει αναπτυχθεί μέχρι σήμερα στην χώρα.

Οι επενδύσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι:

- Σε υλικές υποδομές. Πολλές και διάσπαρτες αλλά χαμηλού κόστους όπως ελαφρές παρεμβάσεις στις πόλεις, στους αρχαιολογικούς χώρους, στα μουσεία, στην οδική σήμανση καθώς και στα υφιστάμενα καταλύματα ώστε να μπορούν να δεχτούν επισκέπτες και εκτός σεζόν.
- Σε άυλες δράσεις όπως εμπλουτισμός του υλικού που διατίθεται στο διαδίκτυο, εφαρμογή ποιολογικών προτύπων από τις επιχειρήσεις, ενέργειες προώθησης με αξιοποίηση του διαδικτύου και των κοινωνικών μέσων, κατάρτιση εργαζομένων και επιχειρηματιών, ανάπτυξη ψηφιακών εφαρμογών (apps) για έξυπνα κινητά και ταμπλέτες κλπ.

Για όλα τα ανωτέρω (επενδύσεις σε υποδομές και σε άυλες δράσεις) υπάρχει διαθέσιμη χρηματοδότηση από το νέο ΕΣΠΑ, που τελειώνει πρακτικά το 2022, όπου επίσης προβλέπονται και εργαλεία διαχείρισης που διευκολύνουν την συνεργασία μεταξύ ανομοιογενών φορέων.

Εν κατακλείδι, ο Πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να φέρει μέσα στα επόμενα χρόνια πρόσθετους επισκέπτες εκτός της περιόδου αιχμής (ένας στόχος είναι οι επισκέπτες του Πολιτιστικού Τουρισμού να έχουν φτάσει το 1,5 εκ. το 2021), τόσο στις 5 τουριστικές περιφέρειες (Κρήτη, Ν. Αιγαίο, Ιόνια, Κ. Μακεδονία, Αττική) αλλά κυρίως και στις υπόλοιπες. Και αυτό μπορεί να βασιστεί στις μεγάλες δημόσιες επενδύσεις που έχουν ήδη γίνει ή ολοκληρώνονται και με παράλληλη βελτίωση στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στους επισκέπτες τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό τομέα.

1. Εισαγωγικά

Ορισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός (ΠΤ) μπορεί να οριστεί ως ο τουρισμός όπου ο επισκέπτης αναζητά εμπειρίες σε τόπους και σε δραστηριότητες που αποδίδουν αυθεντικά τις αφηγήσεις και τους ανθρώπους του παρελθόντος και του παρόντος¹.

Το πολιτιστικό απόθεμα ενός τόπου περιλαμβάνει τόσο τα μνημεία και τα μουσεία που τα πλαισιώνουν όσο και την αρχιτεκτονική αλλά και τις άυλες εκφράσεις του πολιτισμού όπως τις εικαστικές και παραστατικές τέχνες και τα δρώμενα, το design καθώς και την δημιουργική βιομηχανία, την χειροτεχνία και την γαστρονομία και όποιες εκδηλώσεις ή εγκαταστάσεις συνδέονται με αυτά² (φεστιβάλ, παραστάσεις, μουσεία, εκθέσεις, κτίρια, προϊόντα).

Ειδικότερα ο ΠΤ στον οποίο περιλαμβάνεται και ο Θρησκευτικός (προσκυνηματικός ή/και επισκέψεις σε χώρους λατρείας) είτε αποτελεί αυτοτελή κλάδο του τουρισμού, είτε πλαισιώνει και συμπληρώνει τους άλλους κλάδους όπως –κυρίως– τον συνεδριακό, την κρουαζιέρα, το City-Break αλλά και τους υπόλοιπους (θαλάσσιο, δραστηριότητας, ιατρικό...).

Το πυκνό και πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα της χώρας κάνει την Ελλάδα τον ιδεώδη προορισμό για αυτού του είδους τον τουρισμό.

Από τα στοιχεία όμως που αναφέρονται στην πρόσφατη δημοσίευση του ΙΝΣΕΤΕ (Ποιός είναι ο πελάτης μας; SETE Intelligence, Οκτ. 2015) αλλά και από την παρουσίαση στο συνέδριο του ΣΕΤΕ 2014³ προκύπτει ότι ενώ στην Ευρώπη το σχετικό μερίδιο αγοράς στην “προϊοντική” αγορά για Πολιτιστικό και Θρησκευτικό Τουρισμό (ΠΤ) είναι της τάξεως του 24%, στην χώρα μας δεν ξεπερνάει το 14% και ενώ προσελκύουμε το 8,5% των ευρωπαίων επισκεπτών του Ήλιος και Θάλασσα (Η&Θ), στους επισκέπτες του ΠΤ προσελκύουμε μόνο το 2,4%, δηλαδή υστερούμε σημαντικά στην προσέλκυση αυτού του τύπου τουρισμού.

Επίσης σε μελέτη του ΕΟΤ για τον Πολιτιστικό Τουρισμό του 2007⁴ όπου διενεργήθηκαν επισκέψεις χωρίς την γνωστοποίηση της ιδιότητας του επισκέπτη (“mystery shopping investigations”) σε ταξιδιωτικά γραφεία του εξωτερικού, η χώρα δεν αποτελούσε μέρος του “χάρτη” του πολιτιστικού τουρισμού των περισσότερων γραφείων και δεν προτεινόταν ως προορισμός (η κατάσταση εκτιμάται ότι δεν έχει αλλάξει από το 2007 μέχρι σήμερα).

1. Ορισμός της Denise Miller, προέδρου της Travel and Tourism Research Association (TTRA) International.
2. Ο διευρυμένος αυτός ορισμός καθιερώθηκε κατά την δεκαετία του '90 (βλ UNESCO Tourism, Culture & Sustainable Development, 2006) και καλύπτει ένα μεγάλο μέρος της καθημερινής ζωής του κάθε τουριστικού προορισμού.
3. Μύθοι και αλήθειες για τον ελληνικό Τουρισμό ΙΝΣΕΤΕ 2014, διαφάνεια 33.
4. Marketing plan for Greece- Cultural Tourism, April 2007/THR, PRC, MRB.

Από την άλλη πλευρά ο ΠΤ διαθέτει μερικά χαρακτηριστικά που είναι χρήσιμο να αναφερθούν:

- Η εποχική διασπορά του είναι σημαντικά μεγαλύτερη από αυτήν του κυρίαρχου τουρισμού “Ηλιος και Θάλασσα”⁵ (Η&Θ).
- Οι επισκέπτες του ΠΤ είναι κατά μέσο όρο υψηλότερου εισοδήματος και μορφωτικού επιπέδου και προέρχονται από τις παραγωγικές ηλικίες 25-64 χρόνων (ΙΝΣΕΤΕ, 2015)
- Οι επισκέπτες ΠΤ ενημερώνονται για το ταξίδι τους κατά κύριο λόγο από το διαδίκτυο (77% το 2013), με την τάση αυτή να αυξάνεται κάθε χρόνο.
- Το 82% των επισκεπτών ΠΤ κάνει προκράτηση ενώ τα 2/3 τους προτιμούν να διαμένουν σε ξενοδοχεία 3,4 και 5* (πηγή: Marketing plan for Greece, 2007, THR, PRC, MRB, Μελέτη που ανέθεσε ο ΕΟΤ).
- Η επίδωξη του τουρίστα ΠΤ⁶ είναι η επίσκεψη σε αξιοθέατα, η ανακάλυψη της πόλης, η εξερεύνηση του τοπίου, η χαλάρωση, η επίσκεψη σε μουσεία-εκθέσεις κ.λπ. αλλά όλα τα ανωτέρω μέσα από μια **αναζήτηση αυθεντικότητας και γνωριμίας με την καθημερινή ζωή του τόπου για την δημιουργία μιας αξιομνημόνευτης εμπειρίας.**

Ο ΠΤ παρουσιάζει όμως ιδιαιτερότητες σε σχέση με το κυρίαρχο μοντέλο Η&Θ, που εν μέρει εξηγούν την μικρότερη του αναμενόμενου συμμετοχή του στην τουριστική αγορά της Ελλάδας:

- Οι υποδομές που χρησιμοποιούνται και οι υπηρεσίες που προσφέρονται, παρέχονται από πολλούς και διαφορετικού τύπου συντελεστές με διαφορετικά ενδιαφέροντα και στόχους (κεντρική διοίκηση, ΟΤΑ, ΔΕΚΟ κ.λπ. από την μία πλευρά και ιδιώτες συντελεστές⁷ από την άλλη). Προκειμένου στο προσφερόμενο τελικό προϊόν να εξασφαλίζεται ένα ενιαίο και υψηλό ποιοτικό επίπεδο, είναι απαραίτητο να υπάρχει συνεχής συνεργασία και συντονισμός μεταξύ των συντελεστών αυτών (ιδιωτών και μη).
- Επίσης το σύνθετο αυτό προϊόν για να αποκτήσει και να διατηρήσει την αυθεντικότητα, την ποιότητα και την ζωντάνια του θα πρέπει να ενσωματωθεί και να οικειοποιηθεί από τις τοπικές κοινωνίες.

Και οι δύο ανωτέρω προϋποθέσεις απαιτούν ειδικό σχεδιασμό για να ικανοποιηθούν –ιδίως η πρώτη– και το παρόν κείμενο θα επιδιώξει να τις καλύψει με προτάσεις που θα αξιοποιούν κυρίως διαχειριστικά/διοικητικά αλλά και χρηματοδοτικά εργαλεία.

5. Που συμβάλλει με περισσότερο από το 60% στην συνολική τουριστική δαπάνη.

6. Βλ. ΙΝΣΕΤΕ ποιος είναι ο πελάτης μας, 2015.

7. Tour operators & ταξιδιωτικά γραφεία, ξεναγοί, ξενοδοχεία, εστιατόρια, εμπορικές επιχειρήσεις (shopping), αεροπορικές εταιρείες, επίγεια και θαλάσσια μέσα μεταφοράς, βλ αλυσίδα αξίας του τουριστικού προϊόντος Παράρτημα 1.

Ο ΠΤ αναφέρεται ως προτεραιότητα σε όλα τα κείμενα στρατηγικής που έχουν διατυπωθεί κατά την τελευταία δεκαετία από σχετικούς με το αντικείμενο φορείς: Το Υπ. Τουρισμού και τον ΕΟΤ, το ΣΕΣ-ΕΣΠΑ 2014-20, το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα-Επιχειρηματικότητα-Καινοτομία (ΕΠΑΝΕΚ) 2014-20 και τα 13 Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ) 2014-2020, τον ΣΕΤΕ, το ΚΕΠΕ, την McKinsey, το ΙΟΒΕ, κ.λπ.

Ο ΠΤ μπορεί να συντελέσει με ουσιαστικό τρόπο στην θεραπεία των δύο κύριων αδυναμιών του ελληνικού τουρισμού, την μικρή περίοδο και την σχετικά με ανταγωνίστριες χώρες χαμηλή δαπάνη ανά επισκέπτη, ενώ μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην ποιοτική βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών σε όλο τον τουριστικό τομέα.

2. Η Ζήτηση

Η ζήτηση για πολιτιστικό τουρισμό μπορεί να χωριστεί στις εξής δύο κατηγορίες:

- Ζήτηση από επισκέπτες γενικού ενδιαφέροντος ή ειδικής κατηγορίας εκτός ΠΤ (συνεδριακός, city break, κρουαζιέρας ...) που επιθυμούν παράλληλα με την διαμονή τους να απολαύσουν και επισκέψεις σε χώρους και εκδηλώσεις πολιτισμού. Αφορά σήμερα την συντριπτική πλειοψηφία των επισκέψεων σε χώρους ΠΤ.
- Ζήτηση από επισκέπτες που έχουν ως κύριο κριτήριο επιλογής της χώρας μας την επίσκεψη σε χώρους πολιτισμού και την παρακολούθηση δρώμενων πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Στόχος της τουριστικής πολιτικής θα πρέπει να είναι τόσο η ποιοτική βελτίωση του προσφερόμενου προϊόντος ώστε να αυξηθεί η ελκυστικότητα των τουριστικών προϊόντων γενικά όσο και η σημαντική αύξηση των επισκεπτών που έρχονται κατά κύριο λόγο για ΠΤ και όπου τα περιθώρια αύξησης είναι πολύ μεγάλα.

Η δημιουργία ενός νέου “προϊόντος” ΠΤ ενδιαφέρει επιχειρήσεις και επαγγελματίες όπως:

- Τουριστικά γραφεία εσωτερικού και εξωτερικού με εξειδίκευση στον ΠΤ και στα συνέδρια
- Μεγάλοι Τουριστικοί Οργανισμοί (TUI Hellas, Cook travel, Club Med, ...)
- Εταιρείες Κρουαζιέρας
- Οργανισμοί Λιμένων και Λιμενικά Ταμεία
- Ξενοδοχειακές μονάδες και άλλα καταλύματα κοντά σε προορισμούς ΠΤ
- Εταιρείες διαχείρισης αερολιμένων (ΑΙΑ και Fraport) και η Aegean Airlines και άλλες μικρότερες αεροπορικές εταιρείες
- Διάφορες επαγγελματικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ΠΤ: Ξεναγοί, εστιάτορες, ιδιοκτήτες ταξί, εταιρείες ψηφιακών εφαρμογών, βιοτεχνίες κατασκευής ενθυμημάτων (σουβενίρ), προϊόντων τοπικού πολιτισμού (τρόφιμα, ενδύματα, κοσμήματα, κεραμικά, ενθυμήματα [souvenirs]), κ.λπ.

Στη συνέχεια περιγράφονται τα κυριότερα από τα ανωτέρω.

2.1 Κρουαζιέρα

Η κρουαζιέρα αποτελεί έναν ιδιαίτερα δυναμικό κλάδο που αναπτύσσεται ταχύτατα διεθνώς και ως προς τον αριθμό επισκεπτών όσο και ως προς τον αριθμό λιμένων προσέγγισης.

Αποτελεί εν δυνάμει έναν από τους καλύτερους πελάτες του ΠΤ καθόσον:

- Οι επιχειρήσεις που τις διαχειρίζονται είναι ως επί το πλείστον μεγάλες, με εξειδικευμένα στελέχη και άρα με δυνατότητες συνεννόησης για οργανωτικά και διαχειριστικά θέματα με τοπικούς παράγοντες (αρχ. χώρους, δήμους κ.λπ.).
- Οι αριθμοί των επιβατών σε κάθε πλοίο είναι κατά πολύ μεγαλύτεροι ενός μέσου γκρουπ επισκεπτών που έρχεται αεροπορικώς ή οδικώς
- Οι επιχειρήσεις αναζητούν συνεχώς νέους προορισμούς με νέα εμπλουτισμένα προϊόντα
- Οι εκδρομές που πωλούνται μέχρι σήμερα σε κάθε πλοίο για ελληνικά αξιοθέατα έχουν σημαντικά περιθώρια αύξησης της συμμετοχής όσο και ποικιλίας
- Η κρουαζιέρα έχει μεγάλη σεζόν (Μάρτιο-Νοέμβριο) ενώ πρόσφατα υπάρχουν και χειμερινές προσεγγίσεις
- Σε μερικές κρουαζιέρες οι επιβάτες συνδυάζουν, πριν ή μετά το ταξίδι τους, city-break.

Υπάρχει βέβαια από πλευράς των τουριστικών επιχειρηματιών (και των τοπικών κοινωνιών γενικότερα)⁸ των προορισμών ένας εύλογος ή μη αντίλογος:

- Χαμηλή δαπάνη ανά επισκέπτη
- Πολύ μικρή διάρκεια παραμονής στο λιμάνι για επίσκεψη σε μνημεία/αξιοθέατα και ψώνια
- Μεγάλος συνωστισμός σε δημοφιλείς προορισμούς (Σαντορίνη, Μύκονος)
- Δημιουργία πρόσθετου φόρτου στα συστήματα διαχείρισης απορριμμάτων και υγρών αποβλήτων καθώς και από τις εκπομπές καυσαερίων κυρίως για τα μεγαλύτερα λιμάνια

Για τις ανωτέρω αιτιάσεις υπάρχουν οι εξής τρόποι αντιμετώπισής τους όπως διατυπώνονται και από τους φορείς της κρουαζιέρας:

- Συντονισμός και συνεννόηση των ενδιαφερομένων (επιχείρηση κρουαζιέρας, ΟΤΑ, επαγγελματίες)
- Έρευνα αγοράς από τους τοπικούς καταστηματάρχες (λ.χ. αναμνηστικών κ.λπ. ειδών) για τις προτιμήσεις των πελατών κρουαζιέρας, με δεδομένο ότι οι τελευταίοι επισκέπτονται κάθε μέρα διαφορετικό λιμάνι, όπου όμως τελικά τα καταστήματα των προορισμών προσφέρουν ίδιας (ασιατικής συνήθως) προέλευσης και ίδιου τύπου προϊόντα.
- Δημιουργία ελκυστικότερων πόλεων και χώρων επίσκεψης με τον εμπλουτισμό τους με ψηφιακές αναπαραστάσεις/αφηγήσεις, δρώμενα, προγράμματα για ειδικό κοινό (παιδιά/έφηβοι, τρίτη ηλικία, γαστρονομία κ.λπ.) καλύτερη διαρρύθμιση και σήμανση του εμπορικού κέντρου κ.λπ.
- Καλύτερο μάρκετινγκ κάθε προορισμού για την ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων του, τόσο B2B όσο και B2C με αξιοποίηση του διαδικτύου (για τους ανερχόμενους προορισμούς).
- Έγκαιρος προγραμματισμός των προσφερόμενων υπηρεσιών από την πλευρά κυρίως των φορέων δημοσίου ή του ευρύτερου δημοσίου τομέα που δραστηριοποιούνται στον τομέα του πολιτισμού.

8. Τα παράπονα αυτά διατυπώνονται και από άλλα ευρωπαϊκά λιμάνια και τον Μάρτιο του 2015 διοργανώθηκε συνέδριο για το θέμα στις Βρυξέλλες.

Τέλος υπάρχει και το μείζον ζήτημα του καθορισμού της φέρουσας ικανότητας σε όλους τους προορισμούς και χώρους επίσκεψης και ο ορθολογικός σχεδιασμός τόσο για τον καλύτερο προγραμματισμό της ροής των επισκεπτών και εφόσον απαιτείται, για την επιβολή τέλους προσέγγισης στον προορισμό (για προορισμούς μεγάλης ζήτησης όπως η Σαντορίνη).

Ένα πολύ καλό παράδειγμα για την σύνδεση τουρισμού κρουαζιέρας με ΠΤ, τις εμπορικές δυνατότητες της πόλης (shopping), την ευρηματική προβολή του προορισμού, την αξιοποίηση εφευρετικών και καινοτόμων μεθόδων εξυπηρέτησης του επισκέπτη, αποτελεί η περίπτωση του Ηρακλείου Κρήτης. Μια σύνοψη της προσπάθειας περιγράφεται στο κείμενο του τότε προέδρου του ΟΛΗ στην έκδοση της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών 2014. Το κείμενο δίνει ιδιαίτερη έμφαση στα ευεργετικά πλεονεκτήματα των συνεργειών μεταξύ των αρμόδιων συντελεστών (stakeholders) προσφοράς του τουριστικού προϊόντος.

Στο παράρτημα 5 αποτυπώνεται η κίνηση σε κάθε ένα από τα 42 λιμάνια προσέγγισης κρουαζιερόπλοιων της χώρας για τα έτη 2013-15. Από το σύνολο των 5 εκ. αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας το 2015, το 80% συγκεντρώνεται σε 7 λιμάνια (Πειραιά, Σαντορίνη, Μύκονο, Κερκυρα, Κατάκολο, Ρόδο και Ηράκλειο). Υπάρχουν όμως και μερικοί ανερχόμενοι προορισμοί όπως η Καλαμάτα, η Λήμνος, το Ναυπλιο με διψήφιους ρυθμούς ανάπτυξης μεταξύ 2013-2015.

2.2 Ταξιδιωτικά γραφεία εσωτερικού & Tour operators⁹

2.2.1 Τουρισμός ήλιου και θάλασσας (H&Θ)

Τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι tour operators που διακινούν επισκέπτες της κύριας τουριστικής αγοράς (mainstream market) με την μορφή οργανωμένων γκρουπ και κινούνται κυρίως στην κατηγορία Ήλιος και Θάλασσα (H&Θ), έχουν ένα χαρακτηριστικό που ενδιαφέρει τον ΠΤ:

Παρουσιάζουν εκδρομές στους επισκέπτες που (κατά κανόνα) δεν περιλαμβάνονται στο “αρχικό πακέτο” και από τις οποίες προσδοκούν να αντλήσουν πρόσθετα έσοδα που θα αυξήσουν το περιθώριο κέρδους ανά επισκέπτη. Έχουν δηλαδή άμεσο ενδιαφέρον να προσφέρουν στους επισκέπτες¹⁰, ελκυστικές εκδρομές (κατά κανόνα ημερήσιες) και με το μεγαλύτερο δυνατό κόστος και να πετύχουν την πώλησή τους.

Οι εκδρομές αυτές δεν αφορούν μόνο πολιτιστικά θέματα αλλά μια ευρύτερη ποικιλία, οι πλέον δημοφιλείς από τις οποίες είναι¹¹:

- Επίσκεψη στην τοπική αγορά (shopping)
- Τοπική κουζίνα

9. Κατά κανόνα το ταξιδιωτικό γραφείο είναι ο λιανικός πωλητής των επιμέρους εκδρομών και ο tour operator ο πωλητής του όλου ταξιδιωτικού πακέτου. Υπάρχουν και τ.ο. που πωλούν απευθείας τις εκδρομές στους πελάτες με δικό τους προσωπικό.

10. Κατά την πρώτη συνήθως ημέρα της άφιξης του γκρουπ.

11. Τα ίδια περίπου θέματα εκδρομών προτείνονται και στους επιβάτες κρουαζιέρας, στο CB αλλά και στο MICE με τον ίδιο συχνά τρόπο πώλησης. Στην κρουαζιέρα το ενδιαφέρον του πλοίου είναι εξίσου ισχυρό με αυτό του tour operator του H&Θ, ενώ έχει ενδεχομένως μικρότερη σημασία για τις υπόλοιπες δύο μορφές.

- Επίσκεψη σε οινοποιεία-γευσιγνωσία
- Θαλάσσια εκδρομή με τουριστικό σκάφος
- SPA-μασάζ
- Παρατήρηση δελφινιών ή άλλων θαλάσσιων θηλαστικών
- Επίσκεψη σε γειτονική πόλη
- Επίσκεψη σε θέσεις φυσικού κάλους
- Επίσκεψη αξιοθέατων
- Τοπικά δρώμενα-φεστιβάλ

Η επίσκεψη σε ένα μνημείο, σε έναν αρχαιολογικό χώρο και στο μουσείο του, συνδυαζόμενη ενδεχομένως με κάποια ακόμα δραστηριότητα (λ.χ. shopping), αποτελεί μία από τις πολλές επιλογές που έχει ο επισκέπτης. Καθώς δε αυτού του τύπου οι εκδρομές είναι κατά κανόνα και ακριβότερες (εισιτήρια, ξενάγηση, γεύμα κ.λπ.), θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα ελκυστικές για να τις επιλέξει ο επισκέπτης.

Θα πρέπει δηλαδή να υπάρχει επαρκής προβολή του μνημείου¹² ή/και να διαθέτει ο πωλητής της εκδρομής το κατάλληλο προωθητικό υλικό που να έχει κατανοήσει, να μπορεί να παρουσιάσει και να προβάλλει ώστε να πείσει τους δυνητικούς πελάτες να προτιμήσουν την πολιτιστική εκδρομή από τις άλλες, λιγότερο απαιτητικές εκδρομές.

Καθόσον οι εκδρομές προεπιλέγονται από το ταξιδιωτικό γραφείο/ tour operator και δίνονται στον πωλητή προς πώληση, θα πρέπει οι χώροι να διαθέτουν εκείνες τις υποδομές που διευκολύνουν και κάνουν άνετη την επίσκεψη (χώροι στάθμευσης τουρ. λεωφορείων, χώροι ανάπαυσης στην διαδρομή με σκίαστρα και πόσιμο νερό, ρυθμισμένη ροή επισκεπτών, χώροι υγιεινής επαρκείς σε ποσότητα και καθαριότητα, επεξηγηματικές πινακίδες με κατανοητό και ενδιαφέρον περιεχόμενο).

Θα πρέπει δηλαδή οι χώροι –ιδιαίτερα αυτοί που είναι λιγότερο γνωστοί και άρα έχουν μικρότερη επισκεψιμότητα¹³– να προσφέρουν αυτές τις υποδομές και υπηρεσίες και να παρουσιαστούν εγκαίρως στα στελέχη των ταξ. γραφείων/ tour operators προκειμένου να συμπεριληφθούν στις εκδρομές που αυτοί θα σχεδιάσουν και θα προσφέρουν στους πελάτες τους.

Προκύπτει ως εκ των ανωτέρω η ανάγκη ενεργούς προβολής και προώθησης (marketing) στα ταξιδιωτικά γραφεία και στους tour operators των πολιτιστικών προορισμών, της παραγωγής του κατάλληλου προωθητικού υλικού προς τούτο και της ενημέρωσης με όλα τα πρόσφορα μέσα (μέσω διαδικτύου, με προσωπική επίσκεψη και παρουσίαση του προορισμού στα ταξ. γραφεία, με διοργάνωση επισκέψεων εξοικείωσης [familiarization trips] στον ίδιο τον προορισμό των εκπροσώπων τουριστικών γραφείων και τ.ο κ.λπ.).

12. Για τους γνωστούς χώρους με brand όπως η Ολυμπία, συνδεδεμένα με ισχυρά αφηγήματα (λ.χ. Μυκήνες) ή με ιστορικές λειτουργίες (λ.χ. Δελφοί, Επίδαυρος), ή με αξιοθέατα (Μετέωρα) αυτό δεν αποτελεί πρόβλημα. Το θέμα υπάρχει για λιγότερο γνωστούς προορισμούς.

13. Βλέπε στο Παράρτημα 3 τα αναλυτικά στοιχεία επισκεψιμότητας αρχ. χώρων.

Παρόμοιες δράσεις στοχευμένης προβολής, ιδιαίτερα για λιγότερο γνωστούς προορισμούς όπως αυτούς που προωθεί το Διάζωμα (βλέπε § 3.3), θα μπορούσε να αναλάβει η διεύθυνση τουρισμού κάθε περιφέρειας σε συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς του Υπ. Πολιτισμού ή ακόμα καλύτερα αναπτυξιακές δομές που θα μπορούσαν να συγκροτηθούν σε περιφέρειες για την αξιοποίηση τοπικών προγραμμάτων τύπου Ολοκληρωμένης Χωρικής Επένδυσης (ΟΧΕ), Τοπικής Ανάπτυξης με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινωνιών (ΤΑΠΤΟΚ) ή Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης (ΒΑΑ) (βλ. κεφ. 4) με την συμμετοχή και τοπικών επιχειρήσεων.

Η ανάπτυξη ψηφιακών μέσων για την προβολή του πολιτιστικού αποθέματος μπορεί να γίνει από εξειδικευμένες ελληνικές εταιρείες με σχετικά χαμηλό κόστος (προβλέπονται σχετικά κονδύλια¹⁴ στα ΠΕΠ, ανεξάρτητα και επιπλέον από τα κονδύλια για προβολή). Για να εξασφαλιστούν αυτά τα κονδύλια για τις ανάγκες του τουριστικού τομέα είναι απαραίτητο να υπάρξει έγκαιρος συντονισμός των εκπρόσωπων του στην κάθε επιτροπή παρακολούθησης του ΠΕΠ – βλ. § 3.2.1.

2.2.2 Θεματικός τουρισμός πλην ΠΤ

Εδώ κυριαρχούν οι ανάγκες του συνεδριακού τουρισμού και του τουρισμού πόλης (city break) όπου ο ΠΤ αποτελεί και στην περίπτωση αυτή συμπληρωματική δραστηριότητα όπως και στην προηγούμενη του Η&Θ, και όπου η πολιτιστική εκδρομή πωλείται συνήθως χωριστά είτε, σπανιότερα, συμπεριλαμβάνεται μέσα στο αρχικό πακέτο.

Ο συνεδριακός τουρισμός και τα ταξίδια κινήτρων (Meetings-Incentives-Conferences-Events: MICE) όπως και το city break αποτελούν μεν μονοψήφιο ποσοστό επί του συνόλου των αφίξεων, έχουν όμως αυξημένο μερίδιο στην τουριστική δαπάνη (βλ. μελέτη ΙΝΣΕΤΕ 2015 σελ. 43).

Καθόσον οι εκδρομές προς αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία και στις δύο αυτές μορφές τουρισμού πωλούνται μέσω τρίτων (ταξιδιωτικό γραφείο ή/και ξενοδοχείο) ισχύουν οι παρατηρήσεις που αφορούν τον τουρισμό Η&Θ.

Η προσέλκυση συνεδρίων, εκδηλώσεων και εταιρικών ταξιδιών κινήτρων, γίνεται από τα εξειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία σε ανταγωνισμό με άλλες πόλεις του εξωτερικού, όπου η κάθε πόλη προσπαθεί να αξιοποιήσει τους εμβληματικούς χώρους που διαθέτει, προσφέροντάς τους στους συνέδρους, συνήθως κατά την ημέρα έναρξης του συνεδρίου ή της συνάντησης. Η χώρα μας διαθέτει σημαντικό πλούτο σε εμβληματικά μνημεία, τα περισσότερα των οποίων διαχειρίζεται το Υπ. Πολιτισμού.

Η παραχώρηση των χώρων θα έκανε την διοργάνωση εκδηλώσεων κάθε είδους στην χώρα μας πιο ελκυστική ενώ θα εξασφάλιζε πρόσθετα –όχι αμελητέα– έσοδα στους δημόσιους φορείς.

Η διαδικασία αυτή σε άλλες χώρες με σημαντική ιστορική παράδοση όπως η Γαλλία και η Ιταλία απο

14. Αφορά τον Θεματικό Στόχο (Θ.Σ.) 2 στο νέο ΕΣΠΑ όπου δίνεται μεγάλη έμφαση, διατίθενται πολλαπλάσιοι πόροι από ότι για την προβολή και ενδεχομένως θα υπάρξει αδυναμία από πολλές περιφέρειες να απορροφήσουν τους πόρους που δεσμεύονται.

Από όλους τους εκπροσώπους των ταξ. γραφείων του MICE αναδείχτηκε **ένα κυρίαρχο θέμα** που αποτελεί σημαντικό εμπόδιο στην εξέλιξη των εργασιών τους:

Ο τρόπος που γίνεται η παραχώρηση χώρων πολιτισμού (μνημεία κάθε είδους, μουσεία, χώροι εκθέσεων κ.λπ.) που ανήκουν σε φορείς της πολιτείας επιδέχεται σημαντικών βελτιώσεων. Θα πρέπει να γίνεται έγκαιρα και μέσα από μια ενιαία διαδικασία¹⁵.

Επίσης ο έγκαιρος προγραμματισμός και η δημοσίευση των εκδηλώσεων που διενεργούν οι κρατικοί φορείς πολιτισμού –φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου, οι εκθέσεις στα αρχαιολογικά και εικαστικά μουσεία, παραστάσεις των κρατικών σκηνών κ.λπ.– είναι ένα θέμα που τονίζουν οι επιχειρηματικοί φορείς.

Τα γεγονότα αυτά μπορούν να αποτελέσουν αφορμή προσέλκυσης επισκεπτών εφόσον τα ταξιδιωτικά γραφεία μπορούν να τα ενσωματώσουν έγκαιρα στα προϊόντα που προτείνουν στην αγορά. Οι περισσότεροι αλλοδαποί επισκέπτες προγραμματίζουν αρκετούς μήνες νωρίτερα τις διακοπές τους city break (βλ. σελ. 27 μελέτης ΙΝΣΕΤΕ 2015) ενώ στην περίπτωση των συνεδρίων ο προγραμματισμός γίνεται ακόμα νωρίτερα από τους διοργανωτές.

Τέλος τονίστηκε από όλους τους ερωτηθέντες της πλευράς της ζήτησης (ταξ. γραφεία κάθε είδους, tour operators, κρουαζιέρα) η ανάγκη ανάδειξης νέων προορισμών και ο εμπλουτισμός των δημοφιλέστερων με νέες δράσεις.

Το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν ΠΤ δεν έχει ανανεωθεί (η οικ. κρίση έχει συντελέσει στην στασιμότητα δημοσίων επενδύσεων στον τομέα), δεν έχει προσαρμοστεί στις εξελίξεις της ψηφιακής τεχνολογίας, δεν έχει εμπλουτιστεί με καινοτόμες δραστηριότητες.

Αναλυτικότερα οι επαγγελματίες του τουρισμού περιμένουν τις εξής παρεμβάσεις στο θέμα του ΠΤ και ειδικότερα στους αρχαιολογικούς χώρους και στα Μουσεία:

- Ηλεκτρονικό εισιτήριο σε όλους τους χώρους με δυνατότητα προαγοράς με πιστωτική κάρτα.
- Κείμενα σε επεξηγηματικές πινακίδες στους χώρους και στα μουσεία με ελκυστικό περιεχόμενο που θα διηγούνται την ιστορία του χώρου ή του αντικειμένου. Ψηφιακά πολυμέσα σε Apps κινητών, 3D αναπαραστάσεις των χώρων και animation ώστε οι χώροι να ζωντανεύουν και με εικόνες αλλά και με συναρπαστικές αφηγήσεις (storytelling). Υλικό για παιδιά και εφήβους που να κεντρίζει το ενδιαφέρον τους.
- Καλύτερη διαχείριση των χώρων – καθαριότητα, WC, χώροι στάθμευσης. Σκίαστρα και πόσιμο νερό στους “δύσκολους” αρχ. χώρους.
- Τα καταστήματα των μουσείων να εμπλουτιστούν με ποιοτικά προϊόντα όχι μόνο προελεύσεως

15. Για τους σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους το Υπ. Πολιτισμού προτίθεται να εκπονήσει Σχέδια Διαχείρισης στα οποία θα καθορίζονται οι όροι παραχώρησης.

ΤΑΠΑ (βλ. προτάσεις McKinsey¹⁶ σελ. 26). Ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων κάθε περιοχής και της τοπικής παραγωγής.

- Δημιουργία μητρώου πιστοποιημένων τουριστικών θεματικών διαδρομών και δράσεων (λ.χ. δρόμοι κρασιού & ελιάς, πεζοπορικά μονοπάτια, πανηγύρια και άλλα τοπικά δρώμενα, ...) ώστε τα ταξ. γραφεία να μπορούν να τα ενσωματώνουν εύκολα στην πρότασή τους. Σήμερα πολλές από αυτές τις πρωτοβουλίες που δημιουργήθηκαν κατά το παρελθόν, τείνουν να ατονήσουν.

Γενικά το προϊόν Πολιτιστικός Τουρισμός να αποκτήσει μια ολιστική προσέγγιση σε όλες τις διαστάσεις και δράσεις του προκειμένου να αυξηθεί σημαντικά το μερίδιό του στην τουριστική πίτα. Μεγαλύτερη ευελιξία και θετικότερη αντιμετώπιση από όλους τους φορείς της διοίκησης έναντι του τουρισμού.

2.3 Αμιγώς πολιτιστικός τουρισμός

Υπάρχουν αρκετά εξειδικευμένα γραφεία στο εξωτερικό που προσφέρουν εκδρομές είτε τυποποιημένες, είτε προσαρμοσμένες στις ανάγκες των πελατών. Ενδεικτικά μερικά από τα πλέον γνωστά είναι:

Γερμανία:

Studiosus, Rundreisen, Gebeco, Olimar, IFB, Olimar, ArtIn, Mondial. All Marks Tours.

Ηνωμένο Βασίλειο:

Special Tours, Martin Randall Travel, JMB Travel, Inscape, Travel for the Arts, Cox& Kings, Andante Travels, Insight Vacations, Arblaster & Clarks, SAGA.

Γαλλία:

Arts et Vie, Intermedes, Voyageurs du monde, Terre Entiere, Euridice Opera, Clio.

Οι εταιρείες αυτές είναι εξειδικευμένες στον πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό που αναζητά την αυθεντικότητα στους προορισμούς, οι εκδρομές που προτείνουν είναι ακριβές και οι απαιτήσεις αντίστοιχες. Προγραμματίζουν 12 μήνες νωρίτερα τις προτάσεις με τα προϊόντα τους, εκδίδουν νωρίς τις προσούρες τους και επιθυμούν έγκαιρη πληροφόρηση για τα πρακτικά θέματα της διοργάνωσης αυτών των εκδρομών όπως: ωράρια και ημέρες λειτουργίας αρχ. χώρων και μουσείων, ωράρια ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών, πληροφορίες για το κλείσιμο χώρων λόγω επισκευών, κ.λπ. Αυτές οι πληροφορίες θα μπορούσαν να υπάρχουν σε ιστοσελίδες (Ι/Σ) κάθε μουσείου και αρχ. χώρου όπως συμβαίνει στις περισσότερες περιπτώσεις στο εξωτερικό. Πρόσθετες πληροφορίες στην κάθε Ι/Σ για τις συλλογές και τα κυριότερα εκθέματα του μουσείου και του χώρου, μια σύντομη εξιστόρηση των κύριων γεγονότων που σημάδεψαν τον χώρο κ.λπ. θα έκανε πιο ελκυστική την επίσκεψη τόσο για τον επαγγελματία του ταξιδιωτικού γραφείου που θα σχεδιάσει την εκδρομή όσο και για τον δυνητικό επισκέπτη.

16. Σχεδιασμός Στρατηγικής του ΤΑΠΑ με στόχο την Προβολή και Αξιοποίηση της Ελληνικής Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Αθήνα, McKinsey, 2012.

Μας τονίστηκε επίσης η δυνατότητα να αποστέλλεται ηλεκτρονικά ένα newsletter που θα ενημερώνει τα σχετικά γραφεία για επικείμενες εκθέσεις, νέα γεγονότα ή εκδηλώσεις που έχουν προγραμματιστεί για τον ή τους χώρους ή το μουσείο κ.λπ. και γενικά θέματα που ενδιαφέρουν την περιοχή. Αυτή η πολιτική ακολουθείται από άλλες ανταγωνίστριες χώρες για τα μνημεία και τις πολιτιστικές διαδρομές τους.

Σύμφωνα με στοιχεία του SETE Intelligence ο ρόλος των ταξιδιωτικών γραφείων γίνεται σημαντικότερος τόσο για την ενημέρωση όσο και για τις κρατήσεις για ΠΤ που είναι υψηλότερη για τα ακριβότερα ταξίδια: ενώ στα ταξίδια κόστους <€500 μόλις το 24% των ταξιδιωτών ενημερώνεται από ταξιδιωτικά γραφεία και 18% κάνει κρατήσεις σε αυτά, τα αντίστοιχα % για ταξίδια δαπάνης >€2500 είναι 55% και 48% (τα στοιχεία αφορούν την ευρωπαϊκή αγορά).

Γενικά διατυπώθηκε η έλλειψη ροής πληροφοριακού υλικού από ελληνικής πλευράς προς τα ταξιδιωτικά γραφεία καθώς και η έλλειψη επαφής με φορείς του κέντρου ή των περιφερειών που προωθούν τον τουρισμό. Μας αναφέρθηκε επίσης η μονομερής εστίαση των προωθητικών ενεργειών της χώρας στο μοντέλο Η&Θ και στις κλασικές αρχαιότητες, παραβλέποντας μνημεία άλλων περιόδων, αξιοθέατα της ηπειρωτικής χώρας και την έλλειψη θεματικών διαδρομών που να περιλαμβάνει και επισκέψεις σε μνημεία αλλά και σε βιοτεχνίες με ποιοτικά προϊόντα, σε αξιοθέατα στην διαδρομή κ.λπ. Η Κρήτη αποτελεί μια από τις λίγες περιφέρειες που προσφέρει ήδη παρόμοιες δυνατότητες τις οποίες τα ταξιδιωτικά γραφεία αξιοποιούν αντίστοιχα.

Καθότι τα γραφεία αυτά οργανώνουν και εκδρομές city break επισημαίνουν την ελλιπή πληροφόρηση που υπάρχει για το τι μπορεί να προσφέρει η Αθήνα πέρα από την Ακρόπολη και το μουσείο της (σε αντίθεση με την Θεσσαλονίκη που κάνει πιο επιθετική πολιτική στο θέμα).

Αντίστοιχα με τα ξένα γραφεία υπάρχουν και καθιερωμένα παλαιότερα ελληνικά γραφεία που οργανώνουν τυποποιημένες εκδρομές στους κλασικούς αρχ. χώρους –Επίδαυρος, Μυκήνες, Ολυμπία, Δελφοί, Μετέωρα...– και πωλούνται είτε μέσω ξενοδοχείων (Key tours, Chat tours, Athens Walking Tours,...) δημιουργώντας γκρουπ από πελάτες διαφόρων ξενοδοχείων, είτε αυτοτελώς.

Υπάρχουν όμως και νέα, μικρά ελληνικά εξειδικευμένα γραφεία που ασχολούνται με exclusive εκδρομές κατά παραγγελία για μεγαλύτερα ή και μικρότερα γκρουπ.

Μερικά από τα γραφεία αυτά προσφέρουν καινοτόμα προϊόντα σε πελάτες που αποζητούν την αυθεντικότητα και τις ιδιαιτερότητες του κάθε προορισμού και εναπόκειται στο κάθε γραφείο να σχεδιάσει προϊόντα που θα το διαφοροποιήσουν από τα υπόλοιπα και θα του δώσουν πρόσβαση στην νέα αυτή αγορά.

Η τάση αυτή έχει ενισχυθεί τελευταία με τις ευκολίες αναζήτησης που προσφέρει το διαδίκτυο (με κυρίαρχο το Trip Advisor) και οι κρατήσεις γίνονται συνήθως απευθείας μέσω του διαδικτύου.

Ενδεικτικά γραφεία: Big Olive, True Greece, Athens Insiders, Discover Greek Culture, We know how.

Οι εν λόγω εταιρείες προσφέρουν αντίστοιχα προϊόντα στους πελάτες τους με εκδρομές στην πόλη εκτός αρχαιολογικών χώρων και σήμερα χρησιμοποιούν ως ξεναγούς και αρχιτέκτονες, ιστορικούς τέχνης, κοινωνιολόγους που διαθέτουν αφηγηματική ικανότητα για να προκαλέσουν /εξάψουν το ενδιαφέρον των πελατών τους και να τους χαρίσουν αλησμόνητες εμπειρίες (βλ. Παράρτημα 6).

Αυτού του είδους ο βιωματικός τουρισμός δείχνει να έχει αυξητικές τάσεις παγκοσμίως και αξιοποιεί το άυλο τμήμα της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο τουρισμός αυτού του τύπου χρησιμοποιεί όλο και περισσότερο και ψηφιακές εφαρμογές που είτε διατίθενται ελεύθερα είτε προσφέρονται από τα γραφεία για τους πελάτες τους.

Η σχέση των τουριστικών γραφείων αυτού του τύπου με τους πελάτες τους είναι πιο προσωπική και τα γραφεία βασίζονται στην καλή δημοσιότητα που θα έχουν στο διαδίκτυο, όπου μια κακή κριτική στο Trip Advisor μπορεί να μεταφραστεί σε άμεση απώλεια πελατείας.

Τα ταξιδιωτικά γραφεία αυτού του τύπου είναι και περισσότερο ευαίσθητα στην εικόνα που δίνει η πόλη και η ζωντανή της καθημερινή λειτουργία. Θέματα όπως η εικόνα που προσφέρει η πόλη θετικά (καθαριότητα, ασφάλεια), ή αρνητικά (ρύπανση στα κτίρια, μπλοκάρισμα των δρόμων λόγω κινητοποιήσεων κ.λπ.) έχουν βαρύνουσα σημασία για αυτή την κατηγορία ΠΤ.

Από τους εκπροσώπους αυτού του τύπου γραφείων τονίστηκε η ανάγκη προσαρμογής του συστήματος ρύθμισης του επαγγέλματος του ξεναγού στις νέες ανάγκες: επιθυμητή είναι η πιστοποίηση ξεναγών/συνοδών σε ειδικότητες πέραν της αρχαιολογίας/ιστορίας, λ.χ. σε θέματα όπως εικαστικές τέχνες, αρχιτεκτονική, γαστρονομία, κοινωνικά θέματα.

Συμπερασματικά από την πλευρά της ζήτησης προκύπτει ότι ενώ ο ΠΤ διαθέτει μεγάλα περιθώρια αύξησης σε απόλυτους αριθμούς επισκεπτών και της τουριστικής δαπάνης ανά επισκέπτη, θα πρέπει να υπάρξει ένας άλλου τύπου σχεδιασμός του τουριστικού προϊόντος που να απαντήσει στα μεγάλα ζητήματα που τίθενται από τους επαγγελματίες:

- Εμπλουτισμός του προϊόντος επιδιώκοντας παράλληλα υψηλή ποιότητα και αυθεντικότητα
- Δημιουργία υλικού προβολής και προώθησης του προϊόντος κυρίως μέσω του διαδικτύου και κινητοποίηση με συντονισμό όλων των διαθέσιμων πόρων που διαθέτει η χώρα.
- Σχεδιασμός και υλοποίηση μιας δυναμικής καμπάνιας μάρκετινγκ που θα καταστήσει την Ελλάδα έναν από τους πρώτους πολιτιστικούς προορισμούς της Ευρώπης.

Η αναλυτική και ακόμα επίκαιρη μελέτη που ανέθεσε ο ΕΟΤ το 2007 (Marketing Plan for Greece/Cultural Tourism) στις εταιρείες THR, PRC, MRB περιγράφει με σαφήνεια τα βήματα που πρέπει να γίνουν για να επιτευχθεί ο ανωτέρω στόχος.

3. Η Προσφορά

Στην ενότητα αυτή συμπεριλαμβάνονται:

- Αρχαιολογικά μνημεία και χώροι κάθε περιόδου, από την προϊστορική μέχρι την σύγχρονη
- Μουσεία δημόσια & ιδιωτικά κάθε είδους
- Εκδηλώσεις: Φεστιβάλ, τοπικές γιορτές, εκθέσεις, δρώμενα, επέτειοι ιστορικών γεγονότων
- Αστικοί προορισμοί ως City Break, οικισμοί με αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον

Το 2016 βρίσκει την χώρα σε μια πολύ ευνοϊκή συγκυρία για την ανάπτυξη του ΠΤ στην Ελλάδα:

- Οι μεγάλες υποδομές (λιμάνια, οι 4 μεγάλοι αυτοκινητόδρομοι¹⁷, σιδηροδρομικό και ευρυζωνικό δίκτυο) που απαιτούν χρόνο και χρήμα, έχουν ήδη ολοκληρωθεί ή αναμένεται να ολοκληρωθούν εντός του 2016-7. Επίσης σημαντικές ιδιωτικοποιήσεις που επηρεάζουν άμεσα τον τουρισμό όπως τα περιφερειακά αεροδρόμια, τα λιμάνια του Πειραιά και της Θεσσαλονίκης, η ΤΡΕ-ΝΟΣΕ, προχωρούν και αναμένεται επίσης να ολοκληρωθούν εντός του 2016.
- Η επίλυση του θέματος των κόκκινων δανείων που θα γίνει επίσης μέσα στο 2016 αναμένεται να ανοίξει την αγορά σε νέους επενδυτές για έναν σημαντικό αριθμό μεγαλύτερων και μεσαίων ξενοδοχειακών μονάδων (βλ μελέτη για το θέμα: PWC - The restructuring of the Greek Hospitality Industry, May 2014) που θα επιτρέψει να γίνουν επενδύσεις εκσυγχρονισμού τους.
- Η έναρξη του νέου ΕΣΠΑ 2014-2020¹⁸ με την ενδυνάμωση των αιρετών περιφερειακών διοικήσεων και την διάθεση του 1/3 περίπου των πόρων του σε αυτές, επιτρέπει τον προγραμματισμό των έργων και δράσεων που απαιτεί ο ΠΤ για την επόμενη επταετία.
- Το πρόγραμμα αναστήλωσης μνημείων, αρχαιολογικών χώρων και εκσυγχρονισμού μουσείων που υλοποιεί το Υπ. Πολιτισμού από δεκαετίες, προσφέρει στην τουριστική αγορά πλήθος προορισμών που απαιτούν σχετικά μικρές επενδύσεις (μέσα στις δυνατότητες του κάθε ΠΕΠ) για να καταστούν περισσότερο ελκυστικοί και φιλικόι προς τον επισκέπτη.
- Η κοινωνία των πολιτών με πρωτοβουλίες όπως το Διάζωμα (βλ § 3.3) κινητοποιεί ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους του ιδιωτικού τομέα, επιταχύνοντας τις προπαρασκευαστικές εργασίες που απαιτούνται για την υλοποίηση του προγράμματος του Υπ. Πολιτισμού.
- Η οικονομική κρίση της τελευταίας εξαετίας συντέλεσε στην κινητοποίηση πλήθους νέων επιχειρηματιών για την δημιουργία επιχειρήσεων στον τομέα των υπηρεσιών τουρισμού (αλλά και της παραγωγής καινοτόμων προϊόντων), που αξιοποιούν τις δυνατότητες του διαδικτύου και των εφαρμογών του, ανοίγοντας νέες προοπτικές εξωστρέφειας για την χώρα.

17. Εγνατία οδός (έχει ολοκληρωθεί συνολικά), Νέα οδός (απομένουν σημειακά έργα), Ιονία & Ολυμπία οδός (προβλεπόμενη ολοκλήρωση τον Μάρτιο 2017).

18. Το νέο ΕΣΠΑ επιτρέπει νομικές δεσμεύσεις για την ολοκλήρωση έργων και την εκταμίευση πόρων μέχρι το 2022, δηλαδή για μια ολόκληρη επταετία, χρόνος επαρκής για μέσο-μακροπρόθεσμο τουριστικό σχεδιασμό.

- Η οικονομική κρίση αποτέλεσε αφορμή ενός προβληματισμού για την πορεία και τις δυνατότητες ανάπτυξης της χώρας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αναζήτηση νέων προτάσεων και λύσεων για την δημιουργία επενδύσεων και θέσεων εργασίας, με τον τομέα του τουρισμού να αποτελεί τον ένα από τους τρεις τομείς προτεραιότητας (μαζί με την αγροδιατροφή και την ενέργεια) που έχει επιλέξει η πολιτεία για το αναπτυξιακό της πρότυπο (βλ. σχετικά το κείμενο [ΣΕΣ-ΕΣΠΑ 2014-20¹⁹](#)).
- Αποτελεί πλέον κοινή πεποίθηση στους φορείς της πολιτείας και του τουριστικού κόσμου ότι το παραδοσιακό μοντέλο Η&Θ που κυριάρχησε στην χώρα τις τελευταίες δεκαετίες απαιτεί ποιοτική βελτίωση, αναβάθμιση και εμπλουτισμό με νέα προϊόντα. Όπως προκύπτει από τις έρευνες και τα στοιχεία (βλ. ΙΝΣΕΤΕ Ποιος είναι ο πελάτης μας; Οκτ 2015) ο ΠΤ εμφανίζεται να διαθέτει τις περισσότερες δυνατότητες για τη δημιουργία εναλλακτικών προϊόντων, ενώ οι ενδείξεις από τη διεθνή αγορά είναι ότι η χώρα διαθέτει σημαντικά περιθώρια προσέλκυσης επιπλέον επισκεπτών στον τομέα αυτό, επιτυγχάνοντας επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και αυξάνοντας τις εισροές από τον τουρισμό.

Προκύπτει ως εκ των ανωτέρω η ανάγκη εμπλουτισμού των προϊόντων τουρισμού με νέα και ο ΠΤ αναδεικνύεται σαν ο πρωτεύων υποψήφιος τομέας που έχει την δυνατότητα να αποτελέσει τον πολιορκητικό κρίο για το νέο τοπίο του τουρισμού της χώρας.

Όπως αναφέρεται στο διαφωτιστικό εγχειρίδιο Handbook on Tourism Product Development²⁰, ο σχεδιασμός ενός τουριστικού προϊόντος προϋποθέτει την ύπαρξη τριών μεγάλων ενοτήτων και την υλοποίηση εννέα βημάτων. Οι τρεις ενότητες είναι:

- 1. Δομές** – δημιουργία κατάλληλων θεσμικών ρυθμίσεων για τον τουρισμό
- 2. Ενδοϋπηρεσιακός συντονισμός** – ανάληψη (της πρόκλησης) του συντονισμού τόσο με τις υπηρεσίες της κεντρικής κυβέρνησης όσο και με τις περιφερειακές και τοπικές διοικήσεις
- 3. Σύστημα σχεδιασμού** – δημιουργία συστήματος και διαδικασίας σχεδιασμού που εξασφαλίζει επαρκή καθοδήγηση αλλά που ενθαρρύνει την αυθεντικότητα και τις επενδύσεις.

Τα εννέα βήματα είναι:

19. Βλέπε ειδικότερα τις σελίδες 14-15, αλλά και σε όλο το υπόλοιπο κείμενο όπου ο τουρισμός κατέχει δεσπόζουσα θέση. Τονίζεται ότι το εν λόγω κείμενο, μαζί με τα υπόλοιπα 20 προγράμματα του ΕΣΠΑ, αποτελούν συμφωνημένα με την ΕΕ αναπτυξιακά κείμενα με ισχυρή νομική βάση. Δεδομένου ότι το σύμπλεγμα τουρισμός- πολιτισμός περιγράφεται με αρκετή σαφήνεια, μπορεί να αποτελέσει χρήσιμο κείμενο στήριξης των σχεδιασμών του τουριστικού τομέα και των μελλοντικών συζητήσεων του ΣΕΤΕ με τις αιρετές πολιτικές διοικήσεις είτε του κέντρου είτε των περιφερειών.

20. Handbook on Tourism Product Development, WTO, ETC 2011.

1. Κατανόηση των τάσεων και προτιμήσεων της αγοράς- έρευνα αγοράς.
2. Αγορά: Εντοπισμός προϊόντων και υπηρεσιών που να αντιστοιχούν στις ανάγκες της αγοράς.
3. Προσδιορισμός τουριστικών ζωνών κατάλληλων για την ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων που εντοπίστηκαν.
4. Εκτενής και ανοικτή διαβούλευση σε πνεύμα συνεργασίας μεταξύ των κύριων “παικτών” – συμπεριλαμβανομένων των τοπικών κοινωνιών.
5. Εντοπισμός εκείνων των σημαντικών ιδιαιτεροτήτων μιας περιοχής που να αποτελέσουν ισχυρό **πόλο έλξης** επισκεπτών.
6. Προσδιορισμός δυνατοτήτων για δημιουργία διαδρομών, clusters και εκδηλώσεων/δρώμενων.
7. Προετοιμασία των προτάσεων για το τουριστικό προϊόν και της επενδυτικής πρότασης για την υλοποίηση του.
8. Εξασφάλιση της διαθεσιμότητας του κατάλληλου προσωπικού με τις απαραίτητες δεξιότητες.
9. Σχεδιασμός της στρατηγικής μάρκετινγκ και προώθησης για το τουριστικό προϊόν και υλοποίηση ενός προγράμματος επικοινωνίας.

Η ανωτέρω μεθοδολογία θα μπορούσε να ακολουθηθεί και στην περίπτωση του σχεδιασμού προϊόντων ΠΤ.

3.1 Το πολιτιστικό απόθεμα του Υπ. Πολιτισμού

Γενικά

Σύμφωνα με καταμέτρηση που αναφέρεται σε μελέτη του EOT (2007) υπάρχουν στην χώρα:

- 476 αρχαιολογικοί χώροι,
- 335 μνημεία (εκκλησίες, αρχαίοι ναοί, ακαδημίες, φρούρια κ.λπ.)
- 191 κρατικά μουσεία και 104 μη κρατικά
- περί τους 150 πολιτιστικούς οργανισμούς
- 17 από τα ανωτέρω έχουν χαρακτηριστεί από την UNESCO ως μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς

Τα ποσοτικά στοιχεία επισκεπτών για τα κρατικά μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους για το 2014 φαίνονται στα παραρτήματα 2 και 3 ενώ για προηγούμενα έτη υπάρχουν στην ιστοσελίδα της Εθνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ). Από μια σύντομη επισκόπηση των ανωτέρω πινάκων μπορούν να διατυπωθούν τα κάτωθι σχόλια:

Μουσεία:

- Από ένα σύνολο 4,2 εκ επισκέψεων στα 150 μουσεία που αναφέρονται στον πίνακα, το 1/2 των επισκέψεων αφορά μουσεία της Αττικής, με το Μουσείο της Ακρόπολης να δέχεται 1,3 εκ. επισκέπτες και το Εθνικό Αρχαιολογικό 460 χιλ.

- Υπάρχουν 8 μουσεία που δέχονται πάνω από 100 χιλ. επισκέψεις και 4 που δέχονται πάνω από 50 χιλ. επισκέψεις
- Υπάρχουν επιπλέον των 4,2 εκ επισκ. και 1,7 εκ εισιτήρια ελευθέρως (σχολεία κ.λπ.).

Αρχαιολογικοί χώροι:

- Από ένα σύνολο 10 εκ επισκέψεων τα 3,6 εκ αφορούν την Αττική
- Υπάρχουν 25 αρχ χώροι που δέχονται πάνω από 100 χιλ. επισκέψεις και 9 που δέχονται πάνω από 50 χιλ. επισκέψεις
- Υπάρχουν επίσης 3 εκ εισιτήρια ελευθέρως
- Αποτυπώνεται έντονα η εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό

Το 2016 θα αυξηθούν σημαντικά οι τιμές εισιτηρίων για πολλούς χώρους πρώτης επιλογής γεγονός που ενδεχόμενα θα επηρεάσει αρνητικά την επισκεψιμότητα.

Στο Παράρτημα 7 γίνεται μια συνοπτική παρουσίαση μερικών εμβληματικών μουσείων, μνημείων και αρχ. χώρων στα οποία έγιναν επεμβάσεις τα τελευταία χρόνια και τα οποία μπορούν να αποτελέσουν αναδυόμενους τουριστικούς προορισμούς.

Τα έργα υποδομής για Τουρισμό και Πολιτισμό στους κανονισμούς του νέου ΕΣΠΑ είναι επιλέξιμα μεν αλλά μέσα σε έναν “κωδικό” που αφορά τις δράσεις και τα έργα Περιβάλλοντος: τον Θεματικό Στόχο 6γ “Διατήρηση, προστασία, προαγωγή και ανάπτυξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς”. Δεν δόθηκε δηλαδή ξεχωριστός κωδικός για τον πολιτισμό, ενώ ο τουρισμός στους κανονισμούς δεν αναφέρεται παρά ελάχιστα φορές²¹.

Αυτό βέβαια δεν εμπόδισε την ελληνική πλευρά να θέσει αυτούς τους δύο τομείς σε πρώτη προτεραιότητα στα επιχειρησιακά προγράμματα και κυρίως στο πρώτο κείμενο που υπεγράφη με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή –Το Σύμφωνο Εταιρικής Σχέσης (ΣΕΣ)– και το οποίο θέτει τις γενικές αναπτυξιακές κατευθύνσεις για την επόμενη Περίοδο. Και στα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ) οι δύο αυτοί τομείς αποτελούν προτεραιότητα και στις 13 Περιφέρειες (βλ. §3.2) οπότε οι όποιες πρωτοβουλίες αποφασιστούν από τον τουριστικό κλάδο είναι απολύτως επιλέξιμες, εφόσον τηρούνται οι γενικοί όροι των κανονισμών.

Τούτων λεχθέντων το σύμπλεγμα τουρισμός/πολιτισμός μπορεί να λάβει μια δεσπόζουσα θέση στις χρηματοδοτήσεις των απαιτούμενων υποδομών, προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι ελλείψεις στους χώρους πολιτισμού και να δοθεί στο προϊόν ΠΤ η απαραίτητη στήριξη για προβολή/ προώθηση.

Τα προβλήματα και οι δυσλειτουργίες που παρουσιάζονται στους χώρους και στα μουσεία έχουν αναδειχθεί σε πολλά κείμενα –ιδιαίτερα στις μελέτες της McKinsey για τον ΣΕΤΕ και στο Greece 10 years

21. Βλ. γενικό κανονισμό 1303/2013 καθώς και κανονισμό ΕΤΠΑ 1301/2013 από 17-12-2013.

ahead– σε δημοσιεύματα του τύπου, στις συνεντεύξεις με τουριστικά γραφεία και φορείς του τουρισμού που διενεργήθηκαν για την παρούσα μελέτη κ.λπ.

Συνοπτικά καλύπτουν δύο κατηγορίες:

Οργανωτικά:

- Αδυναμία εφαρμογής του προγραμματισμού του ωραρίου και περιόδου λειτουργίας με αποτέλεσμα τα ταξιδιωτικά γραφεία να αντιμετωπίζουν προβλήματα στα προγράμματα τους
- Ανυπαρξία ευέλικτου συστήματος αγοράς και κρατήσεων εισιτηρίων εισόδου
- Παρά την πρόοδο σε αρκετούς αρχαιολογικούς χώρους δεν εξασφαλίζονται θέσεις σκίασης και πόσιμου νερού σε κατάλληλα σημεία της διαδρομής, ενώ συχνά είναι προβληματικοί οι χώροι υγιεινής.
- Καθαριότητα, ασφάλεια, υποβαθμισμένη εικόνα του δημόσιου χώρου και ανεπαρκής σήμανση στην διαδρομή προς αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία.
- Ελλιπής πρόβλεψη χώρων στάθμευσης (και συχνά πρόσβασης) τουριστικών λεωφορείων.
- Χρονοβόρα και περιοριστική διαδικασία παραχώρησης των χώρων για εκδηλώσεις – συνέδρια κ.λπ.
- Ανελαστικότητα προσαρμογής στις ανάγκες της τουριστικής ζήτησης (κατά παραγγελία επισκέψεις και ξεναγήσεις εκτός ωραρίου κ.λπ.).
- Ανεπαρκής συγκοινωνιακή εξυπηρέτηση των αρχ. χώρων και των μνημείων – τα ΚΤΕΛ δεν λαμβάνουν υπόψη την τουριστική αγορά.
- Ορισμένοι χώροι και μουσεία παρότι αποτελούν πολυσύχναστους προορισμούς δεν είναι επαρκώς συντηρημένοι.

Περιεχομένου:

- Ανυπαρξία αφηγήματος και ανάδειξης της ιστορίας του χώρου στα επεξηγηματικά κείμενα, με αποτέλεσμα να ατονεί το ενδιαφέρον των επισκεπτών
- Περιορισμένο υλικό παρουσίασης των χώρων στο διαδίκτυο (κυρίως μέσω της ιστοσελίδας “Οδυσσέας” του Υπ. Πολιτισμού)
- Αναποτελεσματική προσπάθεια/πρόβλεψη προσέλκυσης του ενδιαφέροντος για παιδιά-εφήβους
- Τα πωλητήρια δεν προσφέρουν εξειδικευμένα προϊόντα σχετιζόμενα με τον χώρο, και τα κυλικεία (όπου λειτουργούν) δεν προσφέρουν τις αναμενόμενες υπηρεσίες
- Ελλιπής διασύνδεση/δικτύωση μεταξύ χώρων και μουσείων μιας περιοχής
- Απουσία (εκτός εξαιρέσεων) των μουσείων και των αρχ. χώρων από το διαδίκτυο με αυτοτελείς ιστοσελίδες, ανυπαρξία χρήσης ψηφιακής τεχνολογίας με εφαρμογές σε έξυπνα κινητά τηλέφωνα ή σε ταμπλέτες για πληροφόρηση επισκεπτών.

Όλα τα ανωτέρω ζητήματα προκειμένου να βελτιωθούν δεν απαιτούν μεγάλες επενδύσεις, εξάλλου οι δαπάνες για επεμβάσεις βελτίωσης είναι επιλέξιμες από τους κανονισμούς των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, ιδίως εφόσον ενταχθούν σε ολοκληρωμένες παρεμβάσεις με αποδεδειγμένα οικονομικά οφέλη για την τοπική οικονομία. Λείπει όμως ο επαρκής σχεδιασμός και η συνεννόηση μεταξύ των πολλών φορέων και συντελεστών (stakeholders) που εμπλέκονται – βλ. Παράρτημα 1 Αλυσίδα Αξίας του Τουρισμού.

Αναδεικνύεται δηλαδή όλο και πιο επιτακτικά η ανάγκη μιας πρωτοβουλίας, με πολύ ισχυρή στήριξη, για το σχεδιασμό του προϊόντος “Πολιτιστικός Τουρισμός” και το συντονισμό της υλοποίησής του, που θα κινητοποιήσει και όλο το σημαντικό δυναμικό, δημόσιο και ιδιωτικό, για την επίτευξη ενός οραματικού στόχου που θα δημιουργήσει θέσεις εργασίας, ανάπτυξη και αύξηση του ΑΕΠ.

3.2 Οι προτάσεις των Περιφερειών

3.2.1 Το νέο ΕΣΠΑ 2014-2020

Ως αποτέλεσμα των επί εξαιτίας αρνητικών οικονομικών επιδόσεων της χώρας, οι διάφοροι έγκυροι οικονομικοί και πολιτικοί σχολιαστές συγκλίνουν στην άποψη ότι προϋπόθεση εξόδου από την κρίση, είναι η διατύπωση και εφαρμογή ενός **εθνικού αναπτυξιακού σχεδίου**.

Ωστόσο από την μεταπολίτευση μέχρι σήμερα όσες προσπάθειες αναπτυξιακού σχεδιασμού διαμορφώθηκαν²² στην πράξη ποτέ δεν υιοθετήθηκαν σαν επίσημη εθνική πολιτική από τις εκάστοτε κυβερνήσεις.

Με την έναρξη των ΜΟΠ το 1987 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ΕΕ) άρχισε να κάνει σταδιακά όλο και πιο αισθητή την παρουσία της στον αναπτυξιακό σχεδιασμό της χώρας. Ουσιαστικά από το 1987 και μετά η ανάπτυξη της χώρας σχεδιάζεται, υλοποιείται και παρακολουθείται από τα πέντε συνεχόμενα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα –ΜΟΠ, Α΄, Β΄, Γ΄ ΚΠΣ– και το ΕΣΠΑ 2007-2013 που ολοκληρώθηκε στις 31-12-2015.

Το 2010 ανατέθηκε στην εταιρεία McKinsey η εκπόνηση του σχεδίου Greece –10 years ahead²³– που έτυχε ισχυρής δημοσιότητας όταν παραδόθηκε και παραμένει εξαιρετικά επίκαιρο μέχρι σήμερα.

22. Χωροταξικό πρόγραμμα της Ελλάδας (εκπονήθηκε από το Γραφείο Δοξιάδη και παραδόθηκε στο τότε Υπουργείο Συντονισμού το 1976, ΚΕΠΕ- πενταετές αναπτυξιακό πρόγραμμα εκπονήθηκε το 1987-88, ψηφίστηκε από την Βουλή, δεν δεσμεύθηκαν πόροι και άρα ποτέ δεν εφαρμόστηκε κατ’ουσίαν).

23. Η μελέτη ανατέθηκε από τον ΣΕΒ και την Ένωση Τραπεζών. Υπάρχουν και άλλες λιγότερο φιλόδοξες αλλά πολύ αξιόλογες εργασίες που ανατέθηκαν κατά καιρούς από τις ελληνικές κυβερνήσεις που όμως δεν είδαν το φως της δημοσιότητας, όπως Boston Consulting Group 2012, Monitor 1992.

Επίσης ένα σημαντικό κείμενο 47 σελίδων επί του οποίου βασίστηκε ο σχεδιασμός του νέου ΕΣΠΑ ήταν και το “Κείμενο Θέσεων” (Position Paper) της ΕΕ (Nov 2012).

Τέλος το 2013 η ελληνική κυβέρνηση ανέθεσε από κοινού στο ΚΕΠΕ και στο IOBE την εκπόνηση αναπτυξιακών σχεδίων για επιμέρους κλάδους προτεραιότητας της οικονομίας, τα οποία αξιοποιήθηκαν εν μέρει κατά την σύνταξη του νέου ΕΣΠΑ.

Ως εκ τούτου:

Το μόνο υπαρκτό αναπτυξιακό σχέδιο για την χρηματοδότηση υποδομών & ανθρώπινων πόρων και την ενίσχυση μικρομεσαίων επιχειρήσεων (μμε) που διαθέτει η χώρα σήμερα, με εξασφαλισμένους τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους και με καθορισμένο σύστημα διαχείρισης και παρακολούθησης είναι το νέο ΕΣΠΑ 2014-2020.

Σημειώνεται ότι το ΕΣΠΑ δεν ενισχύει ουσιαστικά μεγάλες ιδιωτικές επενδύσεις, οι οποίες θα πρέπει να αναζητήσουν δανειακή χρηματοδότηση από άλλες πηγές (λ.χ. την “πρωτοβουλία Juncker” ή άλλως European Fund for Strategic Investments, ή άλλες αμιγώς ιδιωτικές πηγές²⁴).

Το νέο ΕΣΠΑ κατανέμει τους πόρους των 20 περίπου δις € στα 7 τομεακά και στα 13 Περιφερειακά προγράμματα (ΠΕΠ) όπως φαίνεται στον πίνακα της επόμενης σελίδας.

Οι πόροι που ενδιαφέρουν τον τουρισμό είναι διάσπαρτοι και στα 20 προγράμματα: Οι μεγάλες υποδομές (ολοκλήρωση αυτοκινητοδρόμων, συγκοινωνιών, μεγάλα έργα περιβάλλοντος και ενέργειας κ.λπ. τα οποία συνεχίζονται ως έργα-γέφυρα [phasing] από το προηγούμενο ΕΣΠΑ) χρηματοδοτούνται από τα τομεακά προγράμματα, ενώ τα έργα πολιτισμού²⁵, τουριστικών υποδομών²⁶, περιφερειακής οδοποιίας, περιβάλλοντος, τουριστικής προβολής, σήμανσης, κ.λπ. κυρίως από τα ΠΕΠ. **Να σημειωθεί εδώ ότι υπάρχει περιορισμός από τους νέους ευρωπαϊκούς κανονισμούς που επιβάλλουν το κόστος για έργα υποδομής τουρισμού και πολιτισμού που θα χρηματοδοτηθούν από το ΕΣΠΑ να μην ξεπερνούν τα 5 εκ € (τα 10 εκ € για μνημεία UNESCO).**

24. Επίσης οι ευρωπαϊκοί κανονισμοί ανταγωνιστικότητας περιορίζουν σημαντικά την δυνατότητα κρατικής ενίσχυσης με εθνικούς πόρους μεγαλύτερων ιδιωτικών επενδύσεων (λ.χ. μέσω του αναπτυξιακού Νόμου) συμπεριλαμβανομένων και των επενδύσεων στον τομέα του τουρισμού.

25. Αναστήλωση μνημείων, ανάδειξη αρχαιολογικών χώρων και εκσυγχρονισμός μουσείων, τηλεπικοινωνίες στους αρχ. χώρους, χώροι στάθμευσης, σήμανση, υλικό προβολής, νέα ψηφιακά εργαλεία αναπαράστασης και παρουσίασης των χώρων, κ.λπ.

26. Τουριστικοί λιμένες, χιονοδρομικά, ιαματικά, πεζοπορικές διαδρομές κ.λπ.

Κατανομή των χρηματοδοτικών πόρων της προγραμματικής περιόδου 2014-2020 ανά Πρόγραμμα:

Προγράμματα		Δημόσια Δαπάνη* (€)	Συμμετοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης (€)	Εθνική Συμμετοχή (€)
ΤΟΜΕΑΚΑ				
1	Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία	4.665.144.578	3.646.378.272	1.018.766.306
2	Υποδομές Μεταφορών, Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη	5.186.665.141	4.333.917.411	852.747.730
3	Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση	2.667.494.908	2.104.926.538	562.568.370
4	Μεταρρύθμιση Δημόσιου Τομέα	486.913.882	377.228.416	109.685.466
5	Τεχνική Βοήθεια	401.870.434	317.612.097	84.258.337
6	Αγροτική Ανάπτυξη	5.400.579.911	4.223.960.793	1.176.619.118
7	Αλιεία & Θάλασσα	523.406.309	388.777.914	134.628.395
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ				
8	Ανατολική Μακεδονία	507.739.336	406.191.468	101.547.868
9	Κεντρική Μακεδονία	964.864.182	771.891.345	192.972.837
10	Θεσσαλία	401.130.674	320.904.539	80.226.135
11	Ήπειρος	325.846.892	260.677.513	65.169.379
12	Δυτική Ελλάδα	490.985.731	392.788.583	98.197.148
13	Δυτική Μακεδονία	330.737.733	264.590.187	66.147.546
14	Στερεά Ελλάδα	190.052.422	95.026.211	95.026.211
15	Πελοπόννησος	270.342.339	216.273.871	54.068.468
16	Ιόνια Νησιά	226.924.699	181.539.758	45.384.941
17	Βόρειο Αιγαίο	301.669.499	241.335.599	60.333.900
18	Κρήτη	434.883.125	347.906.498	86.976.627
19	Αττική	1.139.966.972	911.973.576	227.993.396
20	Νότιο Αιγαίο	168.170.562	84.085.281	84.085.281
ΣΥΝΟΛΟ (Τομεά και Περιφερειακά)		25.085.389.329	19.887.985.870	5.197.403.459

Δημόσια Δαπάνη: Η δαπάνη που πραγματοποιείται για την κάλυψη μέρους (όταν υπάρχει και ιδιωτική συμμετοχή) ή όλου (όταν υπάρχει μόνο δημόσια συμμετοχή) του προϋπολογισμού ενός Επιχειρησιακού Προγράμματος ή/και έργου, και προέρχεται εξ ολοκλήρου από Δημόσιους (Εθνικούς και Κοινοτικούς) πόρους, δηλαδή είναι το άθροισμα της Εθνικής Δημόσιας Δαπάνης (Εθνική Συμμετοχή) και της συνδρομής της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Η ενίσχυση μμε (που θα αφορά και τις τουριστικές μμε) προβλέπεται να γίνει κυρίως κεντρικά από το αντίστοιχο τομεακό πρόγραμμα (ΕΠΑΝΕΚ) αλλά και μέσω των ΠΕΠ για εξειδικευμένες δράσεις όπως οι ΟΧΕ, τα ΤΑΠΤΟΚ και οι ΒΑΑ (βλ. συνέχεια).

Καθότι τα έργα υποδομών και οι κοινές δράσεις (προβολή- κατάρτιση εργαζομένων κ.λπ.) τα οποία ενδιαφέρουν τον τουριστικό κλάδο είναι μεσαίου ή μικρού προϋπολογισμού, η χρηματοδότηση τους θα πρέπει να αναζητηθεί κατά κύριο λόγο από τα ΠΕΠ και μόνο συμπληρωματικά να επιδιωχθεί η χρηματοδότηση από τα τομεακά προγράμματα.

Είναι ως εκ τούτου μεγάλης σημασίας η συμμετοχή του τουριστικού κλάδου συνολικά στον σχεδιασμό των ΠΕΠ και ειδικότερα στην φάση της *Εξειδίκευσης* των προγραμμάτων που ξεκινάει ουσιαστικά από το πρώτο τρίμηνο 2016.

Όλα τα επιχειρησιακά προγράμματα έχουν την ίδια δομή που προβλέπεται από τους ευρωπαϊκούς κανονισμούς: περιγράφουν μεγάλους άξονες προτεραιότητας, μέσα στους οποίους περιλαμβάνονται έργα και δράσεις που μπορούν να ενταχθούν στους 11 “Θεματικούς Στόχους” (ΘΣ) και στις δεκάδες “Επενδυτικές Προτεραιότητες” που τους αναλύουν. Τα έργα και οι δράσεις δεν έχουν κατά κανόνα προσδιοριστεί με εξαίρεση τα μεγάλα έργα. Η Επιτροπή Παρακολούθησης κάθε προγράμματος καλείται να το *Εξειδικεύσει* (διαδικασία που διαρκεί μέχρι την λήξη του) μετά την οποία ακολουθούν οι δημόσιες προσκλήσεις προς κάθε ενδιαφερόμενο δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα να υλοποιήσει τα συγκεκριμένα έργα και δράσεις.

Η σύνθεση της κάθε Επιτροπής Παρακολούθησης ΠΕΠ (ΕΠ) προβλέπει την συμμετοχή φορέων από την κεντρική διοίκηση, από την περιφέρεια, από τους δήμους και από τους κοινωνικούς εταίρους.

Καθότι οι πόροι σε κάθε ΠΕΠ είναι πεπερασμένοι, υπάρχει ανταγωνισμός μεταξύ των φορέων της περιφέρειας για την εξασφάλιση τους: έτσι ο δήμος χ θα διεκδικήσει κονδύλια για τα έργα λ.χ. περιβάλλοντος και οδοποιίας που κρίνει απαραίτητα για την επικράτειά του, η Εφορεία Αρχαιοτήτων ψ αντίστοιχα, ο περιφερειακός οργανισμός ω αντίστοιχα κοκ.

Προκειμένου να εξασφαλιστούν κονδύλια απαραίτητα για την τουριστική ανάπτυξη, θα πρέπει οι φορείς του τουρισμού που συμμετέχουν στην ΕΠ να επεξεργαστούν και να διατυπώσουν εγκαίρως τις προτάσεις τους πριν τις ΕΠ που θα εξειδικεύουν τα έργα και τις δράσεις. Προς τούτο είναι σκόπιμο:

- Οι 3 εκπρόσωποι του τουριστικού τομέα στην κάθε επιτροπή παρακολούθησης του ΠΕΠ (ΣΕΤΕ, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο [ΞΕΕ] και Υπ. Τουρισμού) να συντονιστούν εγκαίρως μεταξύ τους για να διατυπώσουν τις ανάγκες του τουριστικού/πολιτιστικού προϊόντος της περιφέρειας τους
- Οι προδιαγραφές των προσκλήσεων για τα έργα και τις δράσεις να είναι τεχνικά άρτιες προκειμένου να καλύπτουν τις ανάγκες του τομέα.

- Οι προσκλήσεις να κινητοποιήσουν τις κατάλληλες εταιρείες και οι διαγωνισμοί να διενεργηθούν με την απαιτούμενη διαφάνεια.

Αν και τα ανωτέρω φαίνονται αυτονόητα, εν τούτοις δεν έχει καταστεί δυνατή η πλήρης συνεργασία των 3 εκπροσώπων του τουριστικού τομέα σε κάθε Περιφέρεια. Η διατύπωση ενός πρώτου σχεδίου προγράμματος για την τουριστική ανάπτυξη κάθε περιοχής είναι κάτι περισσότερο από απαραίτητη και επείγουσα.

Προς τούτο απαιτείται μια πρώτη συνεννόηση σε κεντρικό επίπεδο των 3 επικεφαλής φορέων (Υπ. Τουρισμού, ΣΕΤΕ και ΞΕΕ) ώστε να δοθούν οι κατευθύνσεις για την επεξεργασία και την υποστήριξη του πρώτου αυτού σχεδίου για κάθε περιφέρεια. Οι τοπικοί παράγοντες γνωρίζουν καλύτερα από τον καθένα τις ανάγκες που έχει η τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας για έργα υποδομής και για τις συλλογικές δράσεις και θα πρέπει αυτοί να έχουν τον πρώτο λόγο στον σχεδιασμό αυτό. Εφόσον όμως προκύψει και ένας σχεδιασμός (κεντρικός ή και περιφερειακός) που θα αφορά συγκεκριμένες επιλογές όπως λ.χ. η ενίσχυση του Πολιτιστικού Τουρισμού, τότε θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και αυτή η διάσταση κατά την διατύπωση των αιτημάτων του τουριστικού τομέα προς το κάθε ΠΕΠ.

Σε κάθε περιφέρεια υπάρχει επίσης:

- διεύθυνση τουριστικής ανάπτυξης (της οποίας προϊστάται αντιπεριφερειάρχης που έχει αναλάβει την σχετική αρμοδιότητα)
- σε αρκετές λειτουργούν γραφεία του Υπ. Τουρισμού (πρώην ΕΟΤ) που ασχολούνται κυρίως με αδειοδοτήσεις ξενοδοχείων και ενοικ. δωματίων.
- ο ΣΕΤΕ έχει δημιουργήσει hubs σε αρκετές πόλεις (Θεσσαλονίκη, Λαμία, Κέρκυρα, Ρόδο, Τρίπολη)

Και οι υπηρεσίες αυτές μπορούν να συμμετάσχουν στον τουριστικό σχεδιασμό της κάθε περιφέρειας, στηρίζοντας μια συντονισμένη προσπάθεια ανάπτυξης του ΠΤ.

Στην νομοθεσία προβλέπεται η συγκρότηση επιτροπών που θα μπορούσαν, εφόσον συγκροτούνταν και λειτουργούσαν σε τακτική βάση, να καθιερώσουν την απαραίτητη συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων συντελεστών σε κάθε περιφέρεια αλλά και σε κεντρικό επίπεδο.

Συγκεκριμένα στον Ν. 4179/2013 στο άρθρο 19 "Σύσταση διατομεακών επιτροπών σε θέματα τουρισμού" δίνεται η δυνατότητα στον Υπ. Τουρισμού να συγκροτήσει τριών κατηγοριών επιτροπές:

- Διαρκής Συντονιστική επιτροπή για θέματα τουρισμού που αποτελεί μια επιτροπή σχεδιασμού πολιτικών τουρισμού σε κεντρικό επίπεδο με συμμετοχή συναρμόδιων υπουργείων.
- Μόνιμη Επιτροπή παρακολούθησης και συντονισμού θεμάτων Τουρισμού και διαχείρισης κρίσεων σε κάθε περιφερειακή ενότητα της χώρας. Αντικείμενο έχει τον έλεγχο της παραβατικότη-

τας, τον έλεγχο των παρανομιών, την καθαριότητα, την ευταξία και ευπρεπή εμφάνιση όλων των σημείων της χώρας που έχουν σχέση με τον τουρισμό.

- Επιτροπή για την ανάδειξη και εξέταση των προβλημάτων που επηρεάζουν αρνητικά τον τουρισμό, σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, η επισήμανση των αιτίων που τα προκαλούν και ο προτεινόμενος τρόπος αντιμετώπισής τους.

Δυστυχώς μέχρι σήμερα καμία από τις ανωτέρω επιτροπές δεν έχει συγκροτηθεί. Η ανάγκη όμως συνεργασίας μεταξύ των κύριων συντελεστών στην τουριστική ανάπτυξη σε κάθε περιφέρεια είναι επιτακτική.

3.2.2 Τι προβλέπει το κάθε ΠΕΠ για τον Πολιτιστικό Τουρισμό

Κάθε ΠΕΠ περιγράφεται κυρίως μέσα από 3 βασικά κείμενα:

- Το αρχικό κείμενο του ΠΕΠ που υποβάλλει το κάθε κράτος-μέλος (ΚΜ) στην Ευρ. Επιτροπή (ΕΕ) και μετά την διατύπωση παρατηρήσεων από αυτήν εγκρίνεται και συμφωνείται με το ΚΜ. Και τα 13 ΠΕΠ (αλλά και τα 7 τομεακά ΕΠ) έχουν αναρτηθεί στον σύνδεσμο του [ΕΣΠΑ](#).
- Το κείμενο για την “έξυπνη εξειδίκευση” ή RIS3 που αποτελεί στρατηγικό στόχο της “Ευρώπης 2020”. Βρίσκονται αναρτημένα στον σύνδεσμο του [ΕΣΠΑ](#).
- Τα κείμενα εξειδίκευσης που προκύπτουν μετά από κάθε συνεδρίαση της επιτροπής παρακολούθησης. Βρίσκονται κατά κανόνα αναρτημένα στην ιστοσελίδα κάθε περιφέρειας. Καθόσον σε όλα τα ΠΕΠ οι ΕΠ του νέου ΕΣΠΑ έχουν συνεδριάσει ήδη μια φορά, υπάρχει μια πρώτη απόφαση που εξειδικεύει ένα μικρό μέρος του προγράμματος.

Η Έξυπνη Εξειδίκευση περιγράφεται ως εξής στα κοινοτικά κείμενα:

“...Στο πλαίσιο αυτής της πρωτοβουλίας αναδεικνύεται η έννοια της Έξυπνης Εξειδίκευσης στην έρευνα και στην καινοτομία (Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation), έτσι ώστε η χώρα αλλά και κάθε περιφέρεια, να εστιάσει στην ενίσχυση συγκεκριμένων κατηγοριών επενδύσεων που θα προσδώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην οικονομία.”

Σε όλες τις περιφέρειες ο τουρισμός-πολιτισμός αναγνωρίζεται ως τομέας κατάλληλος για ένταξη στην έξυπνη εξειδίκευση και περιλαμβάνεται σε όλα τα ΠΕΠ ως τομέας προτεραιότητας για την ανάπτυξη της περιφέρειας.

Το ίδιο ισχύει και στο κείμενο για την έξυπνη εξειδίκευση σε εθνικό επίπεδο –βλ. σελίδες 95-99– όπου ο τουρισμός-πολιτισμός περιλαμβάνεται στις 8 μεγάλες αναπτυξιακές προτεραιότητες του ΕΣΠΑ. Τα κείμενα για την Έξυπνη Εξειδίκευση αν και δεν έχουν την ίδια νομική ισχύ με τα ΕΠ/ΠΕΠ, εν τούτοις έχουν βαρύνοντα ρόλο στην εξειδίκευση των ΘΣ1 και 2. Λόγω δε της **πληθώρας των διαθέσιμων πόρων** στα 20 ΕΠ για αυτούς τους δύο ΘΣ, είναι σκόπιμο να τύχουν ιδιαίτερης προσοχής από τον τουριστικό κλάδο.

Σε μερικές περιπτώσεις (λ.χ. Ήπειρος, ΑΜΘ, Θεσσαλία, Κ. Μακεδονία) υπάρχουν και κάποιες πιο συγκεκριμένες διατυπώσεις για την σύνδεση του τουρισμού με τον πολιτισμό και την δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών. Σε άλλες οι διατυπώσεις είναι περισσότερο γενικόλογες, δεν περιορίζουν όμως την δυνατότητα επιλογών στις επόμενες φάσεις της εξειδίκευσης του κάθε προγράμματος.

3.2.3 Αναλυτικά ανά Περιφέρεια

Ανατολική Μακεδονία-Θράκη

Στην σελίδα 121 του ΠΕΠ αναφέρεται ρητά η πρόθεση να δημιουργηθεί ΟΧΕ τουρισμού-πολιτισμού (βλ § 4.3 του κειμένου). Συγκεκριμένα η περιφέρεια έχει ήδη εξαγγείλει την δημιουργία διαδρομής με πυρήνα την αρχαία Εγνατία Οδό, έχει ήδη αναθέσει στην εταιρεία BCS την εκπόνηση σχετικής μελέτης η οποία παραδόθηκε τον Αύγουστο 2015 και αξιοποίησε και το υλικό που επεξεργάστηκε το Σωματείο Διάζωμα.

Η πρόταση της περιφέρειας ΑΜΘ μπορεί να χαρακτηριστεί ώριμη και χρήζει στήριξης από τους φορείς του τουρισμού προκειμένου να συμπεριληφθούν συγκεκριμένες προτάσεις κατά την επόμενη φάση της εξειδίκευσης – 1ο τρίμηνο 2016.

Στην ΑΜΘ περιλαμβάνονται επίσης τα αρχαία θέατρα των Φιλίππων και της Θάσου, για τα οποία το Διάζωμα έχει ήδη εκπονήσει σχετικές μελέτες και οι εργασίες αναστήλωσης βρίσκονται σε εξέλιξη.

Κεντρική Μακεδονία

Στο κείμενο του ΠΕΠ (σελ. 8) αλλά και στο κείμενο της έξυπνης εξειδίκευσης (πολύ εκτενής παρουσίαση του τομέα για την ΚΜ βλ. σελίδες 105-115) αναφέρεται ρητά το σύμπλεγμα τουρισμός-πολιτισμός, ως ένας από τους 4 κλάδους προτεραιότητας της περιφέρειας²⁷, χαρακτηριζόμενος μάλιστα ως τουρισμός εμπειρίας.

Η περιφέρεια με τους σημαντικούς αρχαιολογικούς πόρους όπως η Βεργίνα, το Δίον, οι Αιγές, η Αμφίπολη, το Άγιον Όρος, τα ρωμαϊκά, βυζαντινά, οθωμανικά και εβραϊκά μνημεία της πόλης της Θεσσαλονίκης, το δραστήριο εμπορικό κέντρο της, τα τμήματα της αρχαίας Εγνατίας Οδού²⁸, τα πλούσια μουσεία κ.λπ., μπορεί να αποτελέσει έναν από τους κύριους πόλους ΠΤ της χώρας, σε συνδυασμό με τις ολοκληρωμένες πλέον υποδομές μεταφορών (και με την επικείμενη αναβάθμιση των αεροδρομίων Θεσσαλονίκης και Καβάλας που ιδιωτικοποιήθηκαν πρόσφατα) καθώς και την μεγάλη βάση ξενοδοχειακών καταλυμάτων που διαθέτει. Η Θεσσαλονίκη αποτελεί επίσης ανερχόμενο προορισμό κρουαζιερόπλοιων (2015= 26 χιλ αφίξεις επισκεπτών), city-break και MICE με δυναμικό περαιτέρω αύξησης στους τομείς αυτούς.

27. Οι υπόλοιποι 3 είναι: το Αγροδιατροφικό σύμπλεγμα, ο κλάδος των δομικών υλικών και ο κλάδος της κλωστοϋφαντουργίας-ένδυσης.

28. Τονίζεται η πρόσφατη αποκάλυψη του τμήματος της αρχαίας Εγνατίας Οδού κατά τις εργασίες του μετρό σε κεντρικό σημείο της πόλης. Προβλέπεται να αποτελέσει κεντρικό αξιοθέατο λειτουργώντας παράλληλα με το μετρό.

Το Διάζωμα έχει έρθει σε επαφή με τον Δήμο Θεσσαλονίκης και με την περιφέρεια ΚΜ προκειμένου να προωθηθεί η διαδρομή της αρχαίας Εγνατίας Οδού.

Θεσσαλία

Η Θεσσαλία αποτελεί περιφέρεια χαμηλής συγκέντρωσης τουριστικού ενδιαφέροντος – τα στοιχεία που παρατίθενται στο κείμενο της RIS3 αναφέρουν μερίδιο της τάξης του 2,5% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών της χώρας.

Παρόλα αυτά τόσο στο κείμενο του ΠΕΠ όσο και της RIS 3 (σελ. 63) ο δημιουργικός τουρισμός- όπως αναφέρεται – αποτελεί κεντρική αναπτυξιακή επιλογή της περιφέρειας, ενώ στις σελίδες 287-8 του κειμένου ΠΕΠ προσδιορίζεται η πρόθεση της περιφέρειας για την δημιουργία ΟΧΕ πολιτιστικής-τουριστικής διαδρομής.

Το θέμα δημιουργίας μιας πολιτιστικής διαδρομής έχει συζητηθεί από το Διάζωμα (βλ. επεξεργασμένη πρόταση §3.3) με την περιφέρεια Θεσσαλίας και θεωρείται ώριμο, ενώ θα βοηθούσε ουσιαστικά η υιοθέτηση της πρότασης και από τους τοπικούς εκπροσώπους του τουρισμού προκειμένου να ετοιμαστεί κατάλληλα το έδαφος πριν την επόμενη επιτροπή παρακολούθησης.

Η περιοχή διαθέτει αναξιοποίητη πολιτιστική κληρονομιά και αξιοθέατα της φύσης (4 αρχαία θέατρα, με κυρίαρχο αυτό της Λάρισας που βρίσκεται στο κέντρο της πόλης και έχουν γίνει σημαντικές αναστηλωτικές εργασίες, 2 νεολιθικούς οικισμούς, τα Μετέωρα, οθωμανικά μνημεία, το Πήλιο, τα Αμπελάκια, τον Όλυμπο κ.λπ.) που μπορούν εύκολα να αποτελέσουν τμήματα ενός ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος.

Ήπειρος

Η εν λόγω περιφέρεια ανήκει –όπως και η Θεσσαλία– στις μειονεκτικές τουριστικά περιφέρειες με σημαντικό όμως δυναμικό για ανάπτυξη τουρισμού/πολιτισμού. Το 2017 θα ολοκληρωθεί η Ιονία οδός, θα έχει προχωρήσει ο εκσυγχρονισμός του αεροδρομίου του Ακτίου, θα έχει ξεκινήσει η αναστύλωση του θεάτρου της Νικόπολης και ενδεχομένως και της Κασσώπης²⁹.

Όλα αυτά τα έργα σε συνδυασμό με την λειτουργία σε πλήρη έκταση του λιμένος της Ηγουμενίτσας, την Εγνατία οδό και την γέφυρα Ρίου-Αντιρρίου προσφέρουν στην περιφέρεια μεγάλες δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης. Ανάπτυξη που μπορεί να τροφοδοτηθεί από την κρουαζιέρα, από την Κέρκυρα και την Λευκάδα που αποτελούν προορισμούς τουρισμού Η&Θ με πλήθος επισκεπτών, αλλά και από αυτοτελή group που θα προσελκυστούν από έναν πολλά υποσχόμενο νέο και αμόλυντο προορισμό.

29. Η Νικόπολη μπορεί να αποβεί πολύ προσφιλή προορισμός για ευρωπαίους επισκέπτες καθότι αποτελεί αμιγώς ρωμαϊκή κληρονομιά ενώ η Κασσώπη είναι ένα μικρό κόσμημα πολεοδόμησης, που με κατάλληλη προώθηση μπορεί να εξελιχθεί σε προσφιλή προορισμό επισκεπτών με ειδικότερα ενδιαφέροντα. Επίσης τουριστικό προορισμό μπορούν να αποτελέσουν τα Τζουμέρκα και το Ζαγόρι.

Για τούτο η Ήπειρος έχει προταθεί από το Διάζωμα ως η πρώτη περιφέρεια δημιουργίας μιας τουριστικής διαδρομής με πολιτιστικό περιεχόμενο που θα έχει χαρακτήρα πιλοτικής εφαρμογής και όπου θα δοκιμαστούν όλα τα εργαλεία και τα μέσα που προσφέρει το ΕΣΠΑ. Η ΟΧΕ σχεδιάζεται με την βοήθεια του διαχειριστή της (Ήπειρος ΑΕ) και την στήριξη του Διαζώματος, ενώ υπάρχει ήδη έτοιμο το marketing plan.

Η διαδρομή έχει περιγραφεί σε αρκετή λεπτομέρεια και η περιφέρεια έχει ήδη δρομολογήσει τα πρώτα τεχνικά δελτία έργων –βλ. αναλυτικότερη περιγραφή §3.3–, ενώ υπάρχει σαφής μνεία της προτεινόμενης πολιτιστικής διαδρομής σε συνδυασμό με ένταξη σε ΟΧΕ (στην σελίδα 298 του κειμένου του ΠΕΠ).

Το Διάζωμα έχει επίσης ήδη προχωρήσει σε μια πρώτη ενημέρωση επιλεγμένων επαγγελματικών φορέων και θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμη μια επίσημη ενημέρωση όλων των φορέων του τουρισμού **σε μια ημερίδα που θα μπορούσε να διοργανωθεί μέσα στον Φεβρουάριο-αρχές Μαρτίου 2016** (πριν την 2η ΕΠ) με την ενεργό συμμετοχή του ΣΕΤΕ. Θα μπορούσε μάλιστα να συνδυαστεί και με την προετοιμασία του προγράμματος Interreg: Ελλάδα-Ιταλία 2014-2020 που εγκρίθηκε τον Δεκ. του 2015, κι από όπου μπορούν να αντληθούν πρόσθετοι πόροι για την τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου.

Δυτική Ελλάδα

Η ΔΕ αποτελεί ακόμα έναν αναξιοποίητο τουριστικό προορισμό. Διαθέτει βέβαια την Ολυμπία με τους 465.000 επισκέπτες το χρόνο, οι οποίοι όμως καθότι προέρχονται κυρίως από κρουαζιέρες και οργανωμένα γκρουπ της Αθήνας, δεν συμβάλλουν αντίστοιχα στην τουριστική δαπάνη στην περιοχή.

Στην περιφέρεια υπάρχουν:

- 5 ενδιαφέροντα μικρά αρχαία θέατρα στην Αιτωλοακαρνανία (Οινιαδών, Στράτου, Πλευρώνας, Καλυδώνας και Μακύνειας)
- το γραφικό συγκρότημα Μεσολόγγι-Αιτωλικό με την ιδιαίτερη ιχθυοπαραγωγή του, τον υδατικό πλούτο και την βιοποικιλότητα που διαθέτει η συγκεκριμένη περιοχή
- πλήθος αρχαιολογικών μνημείων³⁰ κατά μήκος της “Ολυμπίας Οδού” – από την Πάτρα μέχρι την Ελευσίνα (μερικά από τα οποία περιλαμβάνονται βέβαια και στις περιφέρειες Πελοποννήσου και Αττικής).

Η ολοκλήρωση της Ολυμπίας Οδού Κόρινθος-Πάτρα το 2016-7 και η εγγύτητα στην Αθήνα κάνουν και αυτόν τον προορισμό πολύ ελκυστικό για ΠΤ. Η Ολυμπία Οδός ΑΕ υποστηρίζει έμπρακτα την ανάπτυ-

30. Τα Ίσθμια, την αρχαία Κόρινθο, τη Σικυώνα, την Αιγείρα, την Κερύνεια, την Κλειτορία, το Λεόντιο, την Ήλιδα και την Πλατιάνα, καθώς και τρία αρχαιολογικά πάρκα: της Ελευσίνας, της Πάτρας και της Ολυμπίας.

ξη ΠΤ κατά μήκος του εν λόγω έργου, ενώ η Γέφυρα ΑΕ έχει εκφράσει ενδιαφέρον για την ανάπτυξη ενός συνδυασμένου έργου περιβάλλοντος με ΠΤ στην Αιτωλοακαρνανία.

Τόσο στο κείμενο του ΠΕΠ (σελ. 13) όσο και στο κείμενο RIS3 (σελ. 54) το σύμπλεγμα τουρισμός-πολιτισμός αποτελεί την μία από τις 4 προτεραιότητες³¹ για την ανάπτυξη της περιφέρειας. Δεν προσδιορίζεται η δημιουργία ΟΧΕ ειδικά για τον ΠΤ.

Η ιδιαιτερότητα της περιφέρειας Δ. Ελλάδας σε σχέση με τον ΠΤ είναι ότι τα μνημεία της (Ολυμπία και όσα βρίσκονται κατά μήκος της Ολυμπίας Οδού) αποτελούν μια φυσική συνέχεια με τα μνημεία της περιφέρειας Πελοποννήσου: Επίδαυρο-Μυκήνες, Αρχαία Μεσσήνη. Οπότε η δημιουργία κοινού δικτύου και στις δύο περιφέρειες με κοινές προδιαγραφές ποιότητας θα μπορούσε να αφορά τους αρχαιολογικούς προορισμούς και τις τουριστικές επιχειρήσεις που θα τους εξυπηρετούν και θα πιστοποιηθούν: σήμανση εντός και εκτός χώρων, ευρυζωνικά δίκτυα εντός και εκτός χώρων, καταστήματα μουσείων, ηλεκτρονικό εισιτήριο, καταλύματα και εστίαση κ.λπ.

Επίσης το ίδιο ισχύει και για τους αρχ. χώρους και τα αξιοθέατα της Αιτωλοακαρνανίας σε σχέση με την Ήπειρο με δεδομένη την ολοκλήρωση της Ιονίας οδού: οι επισκέπτες που θα ξεκινήσουν την εκδρομή τους από την Λευκάδα για λ.χ. την Νικόπολη, θα μπορούσαν εύκολα (Πρέβεζα-Μεσολόγγι = 120 χλμ) μέσα στο πρόγραμμά τους να συμπεριλάβουν και επίσκεψη στις ιχθυοκαλλιέργειες του Μεσολογγίου για αγορά αυγοτάραχου και επίσκεψη σε κάποια από τα αρχαία θέατρα της περιοχής.

Και στις δύο αυτές περιπτώσεις ο καταλυτικός ρόλος που μπορεί να αναλάβει ο ΣΕΤΕ ως εκπρόσωπος της τουριστικής ζήτησης για την παρακίνηση της συνεργασίας των περιφερειών, είναι σημαντικός.

Δυτική Μακεδονία

Αν και η ΔΜ, καθότι μεσόγεια, είναι η λιγότερο ανεπτυγμένη τουριστικά περιφέρεια της χώρας, μεταξύ των 4 τομέων προτεραιότητας³² που επιλέγονται από την RIS3 (βλ σελ. 109) συμπεριλαμβάνεται ο Τουρισμός-Πολιτισμός. Καθότι η περιφέρεια διαθέτει πλούσιο φυσικό τοπίο για τουριστική αξιοποίηση, έμφαση δίνεται σε αυτού του τύπου την τουριστική ανάπτυξη.

Δεν βρέθηκε κάποιο κείμενο με συγκεκριμένες προτάσεις για την τουριστική /πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής. Απαιτείται μια επαφή με τις τοπικές αρχές της περιφέρειας προκειμένου να εκπονηθεί ένα πρώτο τέτοιο κείμενο.

Στερεά Ελλάδα

Η ΣΕ αποτελεί μια ιδιόμορφη περίπτωση: καθότι λειτουργούν στην Βοιωτία πολλές και μεγάλες μετα-

31. Οι άλλες 3 είναι η αγροδιατροφή, τα υλικά -μικροηλεκτρονική, και τα ενεργειακά συστήματα.

32. Αγροδιατροφή (Μεταποίηση – τυποποίηση χαρακτηριστικών αγροτικών προϊόντων / Τρόφιμα, ποτά) Περιβάλλον (Ενέργεια/ΑΠΕ-Τηλεθερμάνσεις - Μεταλλικές κατασκευές - Ολοκληρωμένη Διαχείριση Απορριμμάτων) Εκτροφή γουνοφόρων ζώων - δερμάτινα προϊόντα.

ποιοτικές επιχειρήσεις (που έχουν όμως έδρα την Αττική), το ΑΕΠ της περιφέρειας είναι τόσο αυξημένο ώστε η περιφέρεια, σε συνδυασμό με τον μικρό πληθυσμό της, να εντάσσεται στην κατηγορία με κατά κεφαλήν ΑΕΠ άνω του 75% του μ.ο. της ΕΕ, που την κατατάσσει στις “πλούσιες” περιοχές της ΕΕ με χαμηλά ποσοστά ενίσχυσης. Άρα έχει το 2ο χαμηλότερο³³ ποσό χρηματοδότησης από όλα τα ΠΕΠ.

Επίσης παρότι στην περιφέρεια ΣΕ υπάρχει ο αρχαιολογικός χώρος των Δελφών με μεγάλη επισκεψιμότητα (295.000 επισκέπτες το 2014), συχνά χωρίς διανυκτέρευση, η περιφέρεια δεν αποτελεί αυτοτελή τουριστικό προορισμό αλλοδαπών επισκεπτών. Υπάρχουν όμως διάσπαρτες ξενοδοχειακές μονάδες στον Αγ. Κωνσταντίνο, στα Καμμένα Βούρλα, στην Αράχοβα, στους Δελφούς και στην Εύβοια. Η περιφέρεια διαθέτει επίσης τις σημαντικότερες (με μικρή κατά το πλείστον αξιοποίηση) ιαματικές πηγές³⁴.

Υπάρχουν όμως στην ΣΕ και άλλοι αρχ. χώροι και μνημεία που θα μπορούσαν συνδυαζόμενοι να συγκροτήσουν ενδιαφέροντα προϊόντα ΠΤ για την αγορά:

- Η μονή του Όσιου Λουκά (αποτελεί δημοφιλή προορισμό μαζί με τους Δελφούς)
- Τα τρία μνημεία στον Ορχομενό
- Ο Λέων και το θέατρο της Χαιρώνειας
- Το Καβείριο θέατρο Θηβών
- Οι Θερμοπύλες
- Ο αρχ. χώρος της Ερέτριας

Με πρωτοβουλία του Διαζώματος έχουν ολοκληρωθεί 2 μελέτες για τον Ορχομενό:

- Μία πολεοδομική μελέτη για την διαμόρφωση της περιοχής σε αρχαιολογικό πάρκο
- Μια αρχιτεκτονική μελέτη αναστήλωσης του θεάτρου.

Επίσης έχουν γίνει αρκετές συναντήσεις με τον περιφερειάρχη και τους συνεργάτες του για το θέμα και αναμένεται να ενταχθεί στο νέο ΕΣΠΑ μια ΟΧΕ για που θα συμπεριλαμβάνει το αρχ. πάρκο του Ορχομενού και τα υπόλοιπα αξιοθέατα της περιφέρειας (Ερέτρια, Θερμοπύλες κ.λπ.).

Στο κείμενο της RIS3 προσδιορίζονται 3 αναπτυξιακές προτεραιότητες με την “βιομηχανία της εμπειρίας” να είναι μια από αυτές³⁵ (βλ. λεπτομερή περιγραφή σελ. 107-119). Στο κείμενο του ΠΕΠ ο τουρισμός αναφέρεται επίσης ως προτεραιότητα για την περιοχή, όχι όμως με την ίδια σαφήνεια όπως στο κείμενο της RIS3. Επίσης δεν προβλέπεται η δημιουργία ΟΧΕ για ΠΤ, κάτι που δεν εμποδίζει την ένταξη της στο πρόγραμμα σε μεταγενέστερο στάδιο εξειδίκευσης.

33. Το χαμηλότερο είναι το Ν. Αιγαίο όπου το κατά κεφαλή ΑΕΠ είναι πράγματι αντιπροσωπευτικό.

34. Άλλος ένας τομέας, μετά τον ΠΤ, με μεγάλα περιθώρια αύξησης που θα βελτιώσουν την εποχικότητα. Απαιτούνται θεσμικές ρυθμίσεις και πολιτικές αποφάσεις καθότι οι πλέον ενδιαφέρουσες πηγές και εγκαταστάσεις ανήκουν στο ΤΑΙΠΕΔ, στην ΕΤΑΔ και στους Δήμους. Πρωτοβουλίες του ΣΕΤΕ θα μπορούσαν να “ξεμπλοκάρουν” το θέμα.

35. Οι άλλες 2 είναι η Αγροδιατροφή και το Μέταλλο-Μεταλλικά προϊόντα.

Πελοπόννησος

Η περιφέρεια της Πελοποννήσου αποτελεί μετά την Αττική, μια από τις περιφέρειες με το σημαντικότερο ιστορικό παρελθόν: Μηκύνες, Επίδαυρος, Αρχ. Κόρινθος, Αρχαία Μεσσήνη, Σπάρτη, Άργος, Τίρυνθα, ενώ υπάρχει και πλούσιο μυθολογικό αφήγημα σε τόπους όπως η Νεμέα, η Αρκαδία κ.λπ. Επίσης από εικοσαετίας διοργανώνεται στην Καλαμάτα το φεστιβάλ Χορού που αποτελεί έναν από τις λίγους εγχώριους καλλιτεχνικούς θεσμούς με διεθνή απήχηση ενώ πρόσφατα ολοκληρώθηκε και λειτουργεί το κέντρο χορού Καλαμάτας που μπορεί να αποτελέσει έναν επιπλέον πόλο προσέλκυσης επισκεπτών με ειδικά ενδιαφέροντα.

Σημειώνεται επίσης η ανάπτυξη ξενοδοχειακών μονάδων και καταλυμάτων πολυτελείας στην ευρύτερη περιοχή της Ερμιονίδας-Πόρτο Χέλι αλλά και η εξέλιξη της πόλης του Ναυπλίου σε προσφιλή προορισμό city break για Έλληνες και αλλοδαπούς επισκέπτες.

Ο νέος δρόμος Κόρινθος-Τρίπολη-Καλαμάτα έχει δώσει εύκολη πρόσβαση σε αρχ. χώρους, ενώ ο εμπλουτισμός της περιφέρειας με την ΠΟΤΑ στην Πύλο (Costa Navarino) έχει αναβαθμίσει σημαντικά το ξενοδοχειακό δυναμικό της περιοχής (η Πελοπόννησος διαθέτει το 4,4% των ξενοδοχειακών κλινών της χώρας αλλά μόνον το 3,3% των διανυκτερεύσεων).

Παρότι η περιοχή διαθέτει μεγάλη ακτογραμμή, ευνοϊκό κλίμα και αξιόλογες παραλίες, οι τουριστικές της επιδόσεις έχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης:

- Έχει μια από τις χαμηλότερες επιδόσεις πληρότητας (27.3% έναντι 47,3% του εθνικού μέσου όρου³⁶)
- Η πλειοψηφία των επισκεπτών είναι ημεδαποί (1,35 εκ διαν. προς 1,07εκ διαν. αλλοδαπών) σε αντίθεση με τις άλλες 5 μεγάλες τουριστικές περιοχές. Η ίδια σχέση παρατηρείται και σε 5 άλλες περιφέρειες με μικρή τουριστική επίδοση (Θεσσαλία, Στερεά Ελλάδα, Δυτική Ελλάδα, Ήπειρος, Δ. Μακεδονία).
- Παρότι με το 3,3% επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων βρίσκεται στην 6 η θέση, απέχει πολύ από την αμέσως προηγούμενη περιφέρεια (Αττική με 10,6%) και την συναγωνίζονται περιφέρειες όπως η Θεσσαλία με 2,6%.

Η Πελοπόννησος δηλαδή δεν αποτελεί περιφέρεια με έντονη τουριστική δραστηριότητα.

Ο τουρισμός-πολιτισμός όμως αναδεικνύεται για την νέα περίοδο σαν τομέας πρωτεύουσας σημασίας τόσο στο κείμενο της RIS3 όσο και στο κείμενο του ΠΕΠ. Και στα δύο κείμενα αναδεικνύεται το δυναμικό που υπάρχει για την ανάπτυξη του τομέα αυτού και δίνεται έμφαση στην σύνδεση του με τα αρχαία μνημεία, ισχυρό πλεονέκτημα της περιφέρειας.

36. Όλα τα στοιχεία αφορούν το 2014 και προέρχονται από επεξεργασία στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ - βλ. Παράρτημα 4.

Το Διάζωμα έχει ήδη αναλάβει πρωτοβουλίες στην Πελοπόννησο με την πρόταση δημιουργίας αρχαιολογικού πάρκου στην Επίδαυρο, διαδρομής στα αρχαία θέατρα της Νότιας Πελοποννήσου καθώς και κατά μήκος της Ολυμπίας οδού (στο τμήμα της που βρίσκεται στον νομό Κορινθίας), ενώ η Αρχαία Μεσσήνη αποτελεί προνομιακό τόπο διοργάνωσης εκδηλώσεων του σωματείου.

Η Πελοπόννησος αποτελεί μια από τις πολλά υποσχόμενες περιφέρειες για ανάπτυξη ΠΤ.

Ιόνια Νησιά

Τα Ιόνια νησιά αποτελούν την 3η κατά σειρά περιφέρεια σε αριθμό διανυκτερεύσεων επισκεπτών και σε αριθμό διαθέσιμων κλινών σε ξενοδοχεία και μη κύρια καταλύματα. Αποτελεί την μια από τις πέντε περιφέρειες –μαζί με Κρήτη, Κ. Μακεδονία, Αττική και Ν. Αιγαίο– που συγκεντρώνουν το 85% της τουριστικής κίνησης της χώρας.

Καθότι όμως το μοντέλο Η&Θ που κυριαρχεί στην περιφέρεια διακρίνεται από έντονη εποχικότητα, χαμηλή δαπάνη ανά επισκέπτη, χαμηλή τάση αύξησης αφίξεων, δείχνει δηλαδή σημεία κόπωσης, στο κείμενο της RIS3 υπάρχουν ενδιαφέρουσες προτάσεις εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος είτε αυτοτελώς είτε σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες όπως γαστρονομία, πολιτιστικές δραστηριότητες, θαλάσσιες δραστηριότητες (βλ. Σχέδιο Δράσης §1.4.1 και 2.5.1-3.3.1).

Οι προτάσεις αυτές, που μπορούν να χρηματοδοτηθούν και από άλλα τομεακά προγράμματα (ΕΠΑΝΕΚ, ΕΠ Αγροτικής Ανάπτυξης), είναι σύνθετες μεν αλλά εφικτές αν τις υιοθετήσει η περιφέρεια και τις υποστηρίξει ενεργά ο επιχειρηματικός κόσμος του κάθε νησιού. Ο ΣΕΤΕ θα μπορούσε να αναλάβει έναν συντονιστικό ρόλο στις εν λόγω δράσεις ενώ αυτού του τύπου δράσεις μπορούν να εφαρμοστούν και σε άλλους “ώριμους” προορισμούς (Ν. Αιγαίο, Χαλκιδική, Κρήτη).

Η περιφέρεια δεν διαθέτει σημαντικά μνημεία της κλασικής ή ρωμαϊκής περιόδου³⁷, υπάρχουν όμως μνημεία της ενετικής περιόδου (η πόλη της Κέρκυρας χαρακτηρίστηκε το 2007 μνημείο της UNESCO) καθώς και μια πλούσια μουσική παράδοση, ο συνδυασμός των οποίων μαζί με τις άλλες ενδιαφέρουσες δραστηριότητες που προσφέρουν τα νησιά (γαστρονομία, yachting) μπορούν να συνθέσουν νέα τουριστικά προϊόντα που να αναστρέψουν τις αδυναμίες του υφιστάμενου προβληματικού μοντέλου Η/Θ (μαζικότητα, εποχικότητα, χαμηλή δαπάνη /επισκέπτη).

Επιπλέον οι υποδομές στην περιφέρεια ολοκληρώνονται: τα αεροδρόμια Κέρκυρας, Κεφαλλονιάς, Ζακύνθου (και Ακτίου που εξυπηρετεί την Λευκάδα) ανήκουν στα 14 που ιδιωτικοποιήθηκαν και πρόκειται να εκσυγχρονιστούν, τα λιμάνια Κέρκυρας, Ζακύνθου και Κεφαλλονιάς έχουν ολοκληρωθεί, καθώς και αρκετοί τουριστικού λιμένες.

37. Πρόσφατα- φθινόπωρο 2015- ανακαλύφθηκε μεγάλο θέατρο της ελληνιστικής περιόδου στην Λευκάδα, που θα απαιτήσει όμως πολλά χρόνια μέχρι να καταστεί τουριστικός προορισμός.

Τέλος θα είχε ενδιαφέρον να εξεταστεί και η δυνατότητα διοργάνωσης ημερήσιων εκδρομών από την Κέρκυρα και την Λευκάδα προς τα αξιοθέατα της Ηπείρου, όταν ολοκληρωθεί η Ιονία οδός. Ήδη πάντως η Κέρκυρα αποτελεί ανερχόμενο προορισμό κρουαζιέρας και City Break.

Βόρειο Αιγαίο

Το ΒΑ είναι από τις λιγότερο ανεπτυγμένες τουριστικά περιφέρειες με πολύ ενδιαφέρον όμως δυναμικό και σε αξιοθέατα αλλά και σε πολιτιστική κληρονομιά.

Η Σάμος αλλά και η Λέσβος διαθέτουν μνημεία της κλασικής περιόδου ενώ σε πολλά από τα νησιά (λ.χ. Χίος) υπάρχουν εξαιρετικά δείγματα βυζαντινών και οθωμανικών μνημείων (μονές, κάστρα, οικισμοί) και αξιοθέατα της φύσης (Απολιθωμένο Δάσος στη Λέσβο). Η γαστρονομία με αξιοποίηση των ιδιαίτερων τοπικών προϊόντων μπορεί να αποτελέσει πρόσθετο πόλο έλξης για τον τουρισμό, ενώ οι τοπικές κοινωνίες δείχνουν να κινητοποιούνται για την ανάπτυξη του ΠΤ στα νησιά τους (Λέσβος, Χίος, Λήμνος έχουν εκφράσει το ενδιαφέρον τους για συνεργασία με το Διάζωμα). Επίσης το Πανεπιστήμιο Αιγαίου ήδη αποτελεί χρήσιμο σύμμαχο στις αναπτυξιακές πρωτοβουλίες της Περιφέρειας ΒΑ.

Και στην περιφέρεια αυτή οι υποδομές ουσιαστικά ολοκληρώνονται: τα αεροδρόμια Σάμου και Μυτιλήνης ιδιωτικοποιούνται, ενώ της Λήμνου είναι ήδη πλήρως λειτουργικό, τα λιμάνια στα περισσότερα μεγαλύτερα νησιά έχουν ολοκληρωθεί και τα νησιά της περιφέρειας αποτελούν δημοφιλείς προορισμούς για την κρουαζιέρα καθότι βρίσκονται στην διαδρομή προς την Κωνσταντινούπολη.

Το κείμενο RIS 3 προτείνει ως στρατηγικές προτεραιότητες για την ανάπτυξη της περιφέρειας τρεις τομείς που ειδικά στην περίπτωση της Περιφέρειας ΒΑ αλληλοσυμπληρώνονται ιδανικά:

- Αγροτική παραγωγή και μεταποίηση
- Τουρισμός-Πολιτισμός
- e-οικονομία

Η ανάλυση που υπάρχει στο κείμενο και οι δράσεις που προτείνονται είναι ενδιαφέρουσες και λεπτομερείς.

Με δεδομένες τις μεγάλες δυνατότητες που προσφέρονται για ποιοτική βελτίωση και εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την ετοιμότητα της τοπικής κοινωνίας να τις υιοθετήσει, θα ήταν σκόπιμη η στήριξη από πλευράς ΣΕΤΕ μιας πρωτοβουλίας της Περιφέρειας ΒΑ σε αυτή την κατεύθυνση.

Κρήτη

Η Περιφέρεια Κρήτης είναι η 1η περιφέρεια σε τουριστικές διανυκτερεύσεις με 20,6 εκ τον χρόνο (2014), με εκτενείς τουριστικές υποδομές, την μεγαλύτερη σε διάρκεια τουριστική Περίοδο, μεγάλη πληρότητα, μεγάλη προβολή του brand Κρήτη διεθνώς, εμπειρία στις συνεργασίες των φορέων μεταξύ τους, σημαντική ιστορία, μνημεία και μουσεία, ενδιαφέρουσα πρωτογενή παραγωγή που συνδέεται με γαστρονομική παράδοση... με δυο λόγια αποτελεί το παράδειγμα προς μίμηση για όλες τις άλλες περιφέρειες.

Σαν αποτέλεσμα των ανωτέρω η περιφέρεια της Κρήτης επιδεικνύει μια αυτονομία ως προς τον σχεδιασμό προϊόντων ΠΤ, έχει ήδη εξαγγείλει εναλλακτικές προτάσεις για τα νέα τουριστικά προϊόντα και δεν έχει ανάγκη υποστήριξης από κεντρικούς φορείς όπως ο ΣΕΤΕ για την αξιοποίηση των πόρων του νέου ΕΣΠΑ.

Αττική

Η περιφέρεια Αττικής αποτελεί τον 5ο σε δυναμικότητα τουριστικό προορισμό της χώρας με τις μεγαλύτερες δυνατότητες δημιουργίας νέων προϊόντων του ΠΤ, αλλά και City Break και MICE που θα ενίσχυαν την ζήτηση για ΠΤ.

Τα περισσότερα τουριστικά γραφεία της χώρας –παραδοσιακά και καινοτόμα– οι τουριστικοί φορείς του ιδιωτικού τομέα, η διοίκηση που ενδιαφέρει άμεσα τον τομέα (Υπ. Τουρισμού, Υπ. Ανάπτυξης, Υπ. Ναυτιλίας), μεγάλο μέρος της τουριστικής εκπαίδευσης κ.λπ. έχουν την έδρα τους στην Αττική, όπως και τα μεγαλύτερα και περισσότερα μουσεία.

Μπορεί να πει κανείς ότι ο ΠΤ για όλη τη χώρα ξεκινάει και τελειώνει στην Αττική και συγκεκριμένα στην Αθήνα. Αυτό όμως δημιουργεί και το μεγαλύτερο πρόβλημα: όπως τονίζεται σε όλα τα εγχειρίδια για τον ΠΤ, απαραίτητη προϋπόθεση για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παρακολούθηση ενός τουριστικού προϊόντος και ειδικότερα ΠΤ είναι η συνεργασία όλων των συντελεστών που συμμετέχουν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο στην αλυσίδα αξίας του τουρισμού – βλ. παράρτημα 1.

Με όλους αυτούς τους “παίκτες” συγκεντρωμένους στην Αθήνα, αυτή η συνεύρεση δεν έχει συμβεί στις τελευταίες δεκαετίες³⁸ και άρα είναι μάλλον δύσκολο να συμβεί στο μέλλον χωρίς μια πρωτοβουλία από κάποιον ισχυρό παράγοντα.

Το ΠΕΠ Αττικής αν και διαθέτει την μεγαλύτερη προίκα από τα υπόλοιπα 12, ο τουρισμός όμως δεν προσδιορίζεται στο κείμενο του ΠΕΠ ως ένας συγκεκριμένος τομέας που να χρειάζεται εξειδικευμένο και στοχευμένο σχεδιασμό με έργα και δράσεις³⁹.

Οι συχνές όμως αναφορές του τομέα στο εν λόγω κείμενο που διαχέονται σε πολλές επιμέρους δράσεις του προγράμματος, επιτρέπουν στον μελλοντικό σχεδιαστή τουριστικών προϊόντων να ζητήσει την δέσμευση πόρων για τις ανάγκες των υποδομών και των soft ενεργειών που θα προκύψουν.

Στην Αττική οι παράγοντες του τουρισμού έχουν ζητήσει από την πολιτεία δύο μεγάλες επενδύσεις που ενδιαφέρουν έμμεσα και τον ΠΤ:

38. Μέχρι την δεκαετία του '80 ο ισχυρός παράγων ήταν ο ΕΟΤ που σχεδίαζε-υλοποιούσε- παρακολουθούσε την τουριστική πολιτική και αναλάμβανε συγκεκριμένες πρωτοβουλίες (Ξενία, παραδοσιακοί οικισμοί, μαρίνες). Σταδιακά αυτός ο αναπτυξιακός ρόλος του ΕΟΤ εξασθένησε χωρίς το κενό να αναπληρωθεί από κάποιον άλλο μέχρι σήμερα.

39. Κάπως εκτενέστερη αναφορά σε έργα υποδομής στην σελίδα 167 του κειμένου του ΠΕΠ.

- Την μετατροπή του σταδίου Tae Kwon Do σε συνεδριακό κέντρο μεγάλης δυναμικότητας μέσω συμβάσεως ΣΔΙΤ, με την χρηματοδότηση από το δημόσιο περίπου του 40% της επένδυσης. Το έργο είναι από τα πλέον ώριμα προς υλοποίηση με έτοιμες μελέτες εφαρμογής.
- Την ανάπλαση του Φαληρικού Δέλτα με πληθώρα έργων εμπορικής αξιοποίησης, αντιπλημμυρικής προστασίας και συγκοινωνιακών ρυθμίσεων.

Και για τα δύο έργα απαιτούνται κονδύλια άνω των 200 εκ € συνολικά που μόνο το ΕΣΠΑ διαθέτει και μέρος των οποίων μπορεί να καλύψει το ΠΕΠ Αττικής ενώ το υπόλοιπο ποσό μπορεί να καλυφθεί από πόρους του ΕΠ Υποδομές και του ΕΠΑΝΕΚ. Τα δύο αυτά έργα θα πρέπει ο τουριστικός κόσμος να τα επαναφέρει στο τραπέζι και να επιδιώξει την λήψη αποφάσεων από την κεντρική κυβέρνηση, την περιφέρεια Αττικής και την ΓΔ Regio που είχε διατυπώσει αντιρρήσεις κατά το παρελθόν για το δεύτερο έργο.

Η σχεδίαση και προώθηση προϊόντων ΠΤ στην Αττική αποτελεί την μεγαλύτερη πρόκληση για τον τουριστικό κλάδο. Ένα προφανές μέτρο για τον ΠΤ στην Αττική θα ήταν η βελτίωση της εικόνας του κέντρου της Αθήνας, έργο που έχει σχεδιάσει ο Δ. Αθηναίων με κονδύλια του ΠΕΠ Αττικής. Δυστυχώς όμως ο ΔΑ δεν έχει τις αρμοδιότητες που έχουν άλλοι δήμοι της χώρας στα του οίκου τους – διάφορα υπουργεία αλλά και η περιφέρεια έχουν αυξημένο ρόλο στα θέματα της πόλης και καθιστούν το εγχείρημα αυτό εξαιρετικά δυσχερές. Και στην περίπτωση αυτή ο ρόλος του ΣΕΤΕ θα μπορούσε να αποβεί καταλυτικός.

Το Διάζωμα έχει ολοκληρώσει την προετοιμασία μελετών για την τριλογία της Ακρόπολης, της Ελευσίνας και του Λαυρίου. Ειδικότερα ο αρχ. χώρος της Ελευσίνας διαθέτει μεγάλο δυναμικό ανάπτυξης και αποτελεί αντικείμενο με το οποίο το Διάζωμα έχει ασχοληθεί ενεργά και βρίσκεται σε επαφή με τις τοπικές αρχές για την ένταξή του στην διαδρομή της Ολυμπίας οδού.

Επίσης οι αρχαίες εγκαταστάσεις των μεταλλείων του Λαυρίου σε συνδυασμό με το τεχνολογικό πάρκο Λαυρίου που έχει δημιουργήσει το ΕΜΠ, προσφέρονται για την δημιουργία ενός τουριστικού πόλου για επισκέπτες με τεχνολογικά ενδιαφέροντα. Προϋπόθεση αποτελεί η ανάπτυξη ενός καλά σχεδιασμένου τουριστικού προϊόντος με χρήση ψηφιακών εφαρμογών για την αναπαράσταση της ιστορίας και των μεθόδων εξόρυξης και εμπλουτισμού των μεταλλευμάτων που χρησιμοποιούνταν κατά την αρχαιότητα.

Νότιο Αιγαίο

Η περιφέρεια του Ν. Αιγαίου με 17,8 εκ. διανυκτερεύσεις το 2014 αποτελεί μαζί με την Κρήτη την αιχμή του δόρατος του ελληνικού τουρισμού, έχοντας πολλά κοινά χαρακτηριστικά: μακρά τουριστική Περίοδο, πλούσιο πολιτιστικό παρελθόν με μνημεία, μουσεία & αξιοθέατα, ενδιαφέρουσα γαστρονομία, μεγάλη εγκατεστημένη βάση καταλυμάτων με μεγάλη πληρότητα, ανερχόμενος προορισμός κρουαζιέρας.

Και στην περίπτωση του Ν. Αιγαίου η περιφέρεια επιδεικνύει μια αυτονομία για τον σχεδιασμό νέων προϊόντων ΠΤ, αν και λόγω της πολυνησίας που την χαρακτηρίζει, ο συντονισμός είναι δυσχερέστερος

από ότι στην Κρήτη και ο ΣΕΤΕ θα μπορούσε να έχει έναν ρόλο αρωγού στις ανάγκες της ειδικά για την ολοκλήρωση υποδομών που καθυστερούν από το κέντρο – λ.χ. αεροδρόμιο Πάρου⁴⁰. Επίσης ενδιαφέρον έχει ενδεχομένως η συνεργασία με τον Δήμο Σαντορίνης που πρόσφατα εξήγγειλε τον τουρισμό των 12 μηνών και όπου αναγκαστικά ο ΠΤ θα έχει βαρύνοντα ρόλο.

Το Διάζωμα έχει προχωρήσει σε μια συνεργασία με τον Δήμο Κέας για την δημιουργία πολιτιστικής διαδρομής που θα συνδέει τα μνημεία του νησιού και για την οποία υπάρχει το πρώτο κείμενο περιγραφής της.

3.3 Προτάσεις της κοινωνίας των πολιτών

3.3.1 Η πρόταση του Σωματείου Διάζωμα

Το μη κερδοσκοπικό Σωματείο Διάζωμα (αναλυτική παρουσίαση στην ιστοσελίδα του [εδώ](#)) δραστηριοποιείται από το 2008 στην υποστήριξη της πολιτείας για την αναστήλωση αρχαίων θεάτρων και μνημείων και από το 2013 στην αξιοποίηση των θεάτρων και των μνημείων μέσα από την δημιουργία επώνυμων προϊόντων Πολιτιστικού Τουρισμού.

Το «ΔΙΑΖΩΜΑ» συμβάλλει στο σημαντικό έργο της πολιτείας για την προστασία, την συντήρηση και την ανάδειξη των αρχαίων θεατρικών χώρων στην Ελλάδα, αναλαμβάνοντας, όπου χρειάζεται, την υλοποίηση διαφόρων εργασιών (απαλλοτριώσεις, αναθέσεις μελετών, κ.α.), οι οποίες έχουν ως τελικό στόχο την ωρίμανση των έργων για την ένταξή τους στο Ε.Σ.Π.Α. Αναλυτικός πίνακας στο Παράρτημα 8.

Τις εργασίες αποκατάστασης αναλαμβάνει πάντοτε το Υπ. Πολιτισμού με τις υπηρεσίες του ενώ το «ΔΙΑΖΩΜΑ» δεν ενισχύεται οικονομικά από το κράτος, ούτε διεκδικεί πόρους από το Ε.Σ.Π.Α. και χρηματοδοτείται αποκλειστικά από τα μέλη του, από χορηγίες ιδρυμάτων, εταιρειών και μεμονωμένων ατόμων.

Για κάθε μνημείο δημιουργείται ένας “κουμπαράς” για την χρηματοδότηση των προπαρασκευαστικών δράσεων (μελέτες και απαλλοτριώσεις) που χρειάζονται. Ο κουμπαράς –ένας τραπεζικός λογαριασμός– γεμίζει από:

- την τοπική και περιφερειακή αυτοδιοίκηση που μπορούν να συνεισφέρουν οικονομικά μέσω προγραμματικών συμβάσεων με το Υπουργείο Πολιτισμού
- θεσμικούς χορηγούς (ιδρύματα) και εταιρείες
- μεμονωμένους πολίτες

40. Που δεν είναι στα 14 που ιδιωτικοποιούνται αλλά στα οποία συμπεριλαμβάνονται η Ρόδος, η Κως, η Μύκονος και η Σαντορίνη.

Από το 2013 το Διάζωμα έχει επεκτείνει τις δραστηριότητες του και στην υλοποίηση νέων προγραμμάτων, στόχος των οποίων είναι αφ' ενός η συντήρηση και αποκατάσταση των μνημείων, αφ' ετέρου η σύνδεσή τους με την αειφορία και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Πρόκειται για τα **Προγράμματα Πολιτιστικών Διαδρομών & Αρχαιολογικών πάρκων**, τα οποία σταδιακά επεκτείνονται σε όλες σχεδόν τις Περιφέρειες της χώρας μας.

Οι πολιτιστικές διαδρομές

1. Τι είναι η Διαδρομή

Η πολιτιστική διαδρομή είναι ένα επώνυμο τουριστικό προϊόν, ένα προϊόν πολιτιστικού τουρισμού, το οποίο διαμορφώνεται με βάση ένα συγκεκριμένο συνεκτικό στοιχείο.

Ως εκ τούτου:

- Διαθέτει ένα κεντρικό θέμα δηλ. το συνεκτικό στοιχείο (λ.χ. η αρχαία Εγνατία οδός)
- Καλύπτει μια προσδιορισμένη χωρικά περιοχή
- Αποκτά «τουριστική ταυτότητα» με μια επωνυμία – Brand.

Στόχο έχει να αποτελέσει κινητήριο μοχλό για την ανάπτυξη ορισμένης περιοχής. Μια ανάπτυξη που θα είναι βιώσιμη και οικονομικά και κοινωνικά και περιβαλλοντικά.

Στόχοι μιας Διαδρομής είναι:

- Να προσελκύσει επισκέπτες στην συγκεκριμένη περιοχή.
- Να δημιουργήσει ευκαιρίες στις επιχειρήσεις και τους παραγωγούς προϊόντων και υπηρεσιών, που δραστηριοποιούνται στην συγκεκριμένη περιοχή, ώστε να αυξήσουν τα έσοδά τους.
- Να προσελκύσει νέες επενδύσεις.
- Να επιμηκύνει την τουριστική περίοδο.
- Ει δυνατόν να εξασφαλίσει πόρους για τη συντήρηση των αρχαιολογικών χώρων και μνημείων.

Από τις μέχρι σήμερα πολιτιστικές διαδρομές που έχουν σχεδιαστεί (Ηπείρου, Ατωλοακαρνανίας, Εγνατίας Οδού, Στερεάς Ελλάδος, Θεσσαλίας, Κέας, Ολυμπίας Οδού, Κρήτης, Νότιας Πελοποννήσου) η πλέον ώριμη είναι αυτή της Ηπείρου. Τα περισσότερα έργα που προβλέπονται έχουν ήδη ενταχθεί στο νέο ΠΕΠ Ηπείρου 2014-2020, υπάρχει διαχειριστής (η αναπτυξιακή εταιρεία της Περιφέρειας Ήπειρος ΑΕ), έχουν ενημερωθεί αρκετές επιχειρήσεις για το έργο, έχει ανατεθεί από το Δ. μελέτη για την εξέταση δυνατοτήτων συμμετοχής του ιδιωτικού τομέα στο έργο που θα ολοκληρωθεί στις αρχές του 2016, έχουν ανατεθεί από το Δ. 2 μελέτες για την αποκατάσταση των θεάτρων της Νικόπολης και της Κασσώπης, ενώ οι πολιτικοί παράγοντες της περιφέρειας (Περιφερειάρχης, Αντιπεριφερειάρχης τουρισμού) στηρίζουν ενεργά το έργο.

Η πολιτιστική διαδρομή της Ηπείρου θα αποτελέσει το πιλοτικό έργο για όλες τις διαδρομές που έχει σχεδιάσει το Δ. και για τούτο δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην προετοιμασία του.

Η διαχείριση του έργου

Για την διαχείριση της διαδρομής της Ηπείρου όπως και για όλες τις μεγαλύτερες διαδρομές, έχει επιλεγεί ένα νέο χρηματοδοτικό εργαλείο που προβλέπουν οι κανονισμοί του ΕΣΠΑ 2014-2020, την Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ, ΙΤΙ αγγλικά, βλ. περιγραφή §4.3) το οποίο προσφέρει πολλαπλά πλεονεκτήματα.

Ένα σύνθετο έργο όπως μία πολιτιστική διαδρομή αποτελείται από πλήθος έργων και δράσεων, τα περισσότερα από τα οποία μπορούν να χρηματοδοτηθούν από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΕΠ) του ΕΣΠΑ. Η συνήθης πρακτική κατά τις προηγούμενες Περιόδους των κοινοτικών προγραμμάτων ήταν να αντιμετωπίζεται κάθε έργο και δράση χωριστά από το κάθε επιμέρους ΕΠ. Αυτό δημιουργούσε προβλήματα στον συντονισμό των επιμέρους έργων και χανόταν ο ολοκληρωμένος χαρακτήρας του project.

Ο νέος κανονισμός προβλέπει μέσω της ΟΧΕ την διαχείριση ολοκληρωμένων σχεδίων έργων και δράσεων που θα αντλούν πόρους από διάφορες συγχρηματοδοτούμενες (ευρωπαϊκές) χρηματοδοτικές πηγές ενώ προβλέπεται και η συμμετοχή εκπροσώπων του ιδιωτικού τομέα, είτε μέσω θεσμικών εκπροσώπων των επιχειρήσεων (επιμελητήρια, σύνδεσμοι, ενώσεις) είτε και μεμονωμένων επιχειρήσεων.

Καθότι το εργαλείο δεν έχει δοκιμαστεί ακόμα υπάρχουν πολλά ερωτήματα που θα πρέπει να απαντηθούν, ένα σημαντικό εκ των οποίων είναι ο τρόπος που θα συνεργαστεί ο δημόσιος τομέας (στην προκειμένη περίπτωση η Περιφέρεια, η οποία βάσει του κανονισμού έχει και την πρωτοβουλία των κινήσεων και την πλειοψηφία στην λήψη αποφάσεων) με τον ιδιωτικό τομέα.

Η διαχείριση των κονδυλίων που προέρχονται από ευρωπαϊκούς και εθνικούς πόρους διέπονται από το δημόσιο λογιστικό με όλους τους περιορισμούς που αυτό συνεπάγεται, για προφανείς λόγους διαφάνειας στη διαχείριση του δημοσίου χρήματος.

Δράσεις που προβλέπονται στον σχεδιασμό της διαδρομής και είναι επιλέξιμες για χρηματοδότηση από τα ΕΠ και τα ΠΕΠ, όπως είναι η προβολή της διαδρομής, η κατάρτιση εργαζομένων, η εκπόνηση μελετών, αλλά και έργων υποδομών θα πρέπει να ακολουθήσουν υποχρεωτικά τον δρόμο του δημοσίου λογιστικού.

Καθόσον επιδιώκεται η εξεύρεση ιδιωτικών πόρων για κάποιες κρίσιμες δαπάνες όπως λ.χ. η μισθοδοσία προσωπικού υψηλών προσόντων, θα πρέπει να καταστεί δυνατός ο διαχωρισμός της διαχείρισης των δημοσίων πόρων από τους ιδιωτικούς με ευεργετικές επιπτώσεις στην ευελιξία του εγχειρίματος.

Αναζητείται δηλαδή μια λύση σύνδεσης του δημόσιου συστήματος διαχείρισης που θα πρέπει να ακολουθήσει η Ήπειρος ΑΕ με έναν αντίστοιχο ιδιωτικό χωρίς το ένα να δημιουργεί προβλήματα στο άλλο.

Στην Ήπειρο υπάρχουν δύο πολύ ισχυροί ιδιωτικοί φορείς που έχουν άμεσο συμφέρον να αναπτυχθεί γρήγορα το έργο της διαδρομής: ο νέος διαχειριστής του αεροδρομίου του Ακτίου (FRAPORT) και η Ιονία Οδός ΑΕ. Και οι δύο εταιρείες προσβλέπουν σε αύξηση της επισκεψιμότητας της περιοχής είτε αεροπορικώς είτε οδικώς για να εξασφαλίσουν ταχύτερη απόδοση των επενδύσεών τους.

Οι δυο αυτές εταιρείες προσδοκάνται βάσιμα ότι θα συμπράξουν έμπρακτα στην δημιουργία ενός ιδιωτικού πόλου υποστήριξης της διαδρομής, που στην συνέχεια θα πείσει σταδιακά και άλλες μεγαλύτερες αλλά και αργότερα μικρότερες τοπικές επιχειρήσεις να συμμετάσχουν και οικονομικά στο μέτρο των δυνατοτήτων τους, στην στήριξη του όλου project.

Υπάρχουν ακόμα δύο σημαντικοί παίκτες που εκτιμάται ότι θα ενδιαφέρονται να ενισχύσουν την διαδρομή: η Aegean (ήδη εταιρικό μέλος του Διαζώματος) και ο Οργανισμός Λιμένα Ηγουμενίτσας.

Η ένταξη των διαδρομών στα ΠΕΠ με την δημιουργία ΟΧΕ, η δημιουργία φορέα διαχείρισης της ΟΧΕ σε συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα και με διαχωρισμό των αρμοδιοτήτων για την επίτευξη ευελιξίας στην διαχείριση, η κινητοποίηση του τοπικού αλλά και του κεντρικού δυναμικού για την **δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων με έμφαση στον ΠΤ** με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών, αποτελεί ένα σχέδιο δράσης του Διαζώματος που μετά την πιλοτική του εφαρμογή στην Ήπειρο θα μπορούσε να εφαρμοστεί και στις υπόλοιπες περιφέρειες που προσφέρονται προς τούτο.

Το Αρχαιολογικό Πάρκο

Μια ακόμα πρόταση του Διαζώματος είναι η δημιουργία “Αρχαιολογικών Παρκων” σε επιλεγμένους αρχαιολογικούς χώρους που θα οργανωθεί και θα προβληθεί ως μία πλήρης και επώνυμη (branded) εμπειρία πολιτιστικού τουρισμού.

«Αρχαιολογικό-Περιβαλλοντικό Πάρκο» είναι μια καθορισμένη σημαντικού μεγέθους έκταση, που περιλαμβάνει πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους, δηλαδή αρχιτεκτονήματα – μέλη κάθε μορφής (ναούς, θέατρο, στάδιο, αγορά κ.λπ.) και γενικά ακίνητα στοιχεία αρχαιολογικής και ιστορικής σημασίας, αλλά και κινητά στοιχεία, που έχουν βρεθεί επιφανειακά ή μετά από ανασκαφή εντός της έκτασης αυτής. Περιλαμβάνει ακόμη μνημεία της φύσης ή και αλώβητο φυσικό περιβάλλον, χαρακτηριστικό μιας περιοχής, καθώς και αξιόλογα οικοσυστήματα. Το συνδυαστικό στοιχείο του πάρκου είναι η έκταση και το τοπωνύμιό της. Επομένως, το αρχαιολογικό-περιβαλλοντικό πάρκο μπορεί να περιλαμβάνει στοιχεία διαφόρων ιστορικών περιόδων, τα οποία συνδέονται με την ιστορία μιας περιοχής, σε συνδυασμό με το φυσικό περιβάλλον και το τοπίο.

Το πάρκο από την τουριστική σκοπιά, θα πρέπει να οργανώνεται και να λειτουργεί ως «τουριστικός προορισμός». Χρειάζεται δηλαδή: όρια, ικανοποιητική προσπέλαση, διαμορφωμένες εσωτερικές διαδρομές (με πολλαπλές επιλογές για να αποφεύγεται ο συνωστισμός), στάσεις για ξεκούραση, θέα και ερμηνεία φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, σήμανση (εξωτερική και εσωτερική), δίκτυα παροχών, συντήρηση ακινήτων και κινητών ευρημάτων, μουσεία ή και εκθέσεις κ.λπ. Χρειάζεται επίσης οργανωτικές (soft) δράσεις για την προσέλκυση επισκεπτών, την οργάνωση των επισκέψεων, την προβολή, τη σύνδεση με τις τοπικές επιχειρήσεις κ.λπ.

Η λογική των Πάρκων είναι ότι: μέσω της οργάνωσης ενός θεματικού «προορισμού» προσελκύουμε επισκέπτες, «ανοίγουμε» δηλαδή τους χώρους με οργανωμένο τρόπο στον Τουρισμό, που είναι ο κύριος τομέας, όσον αφορά στην αναγνώριση των πολιτιστικών και φυσικών πόρων, τη διάδοση της αξίας τους και την εξασφάλιση όχι μόνο εσόδων για την προστασία και επιβίωσή τους στο μέλλον, αλλά και –κυρίως– σημαντικών εσόδων στην τοπική οικονομία.

Είναι φανερό, ότι ένα πάρκο μπορεί και πρέπει να σχεδιαστεί με βάση τους περιορισμούς που επιβάλλει η προστασία των πόρων και με την επιστημονική σοβαρότητα που επιβάλλει αφενός η φύση του και αφετέρου η απαιτητική δυναμική του τουριστική πελατεία.

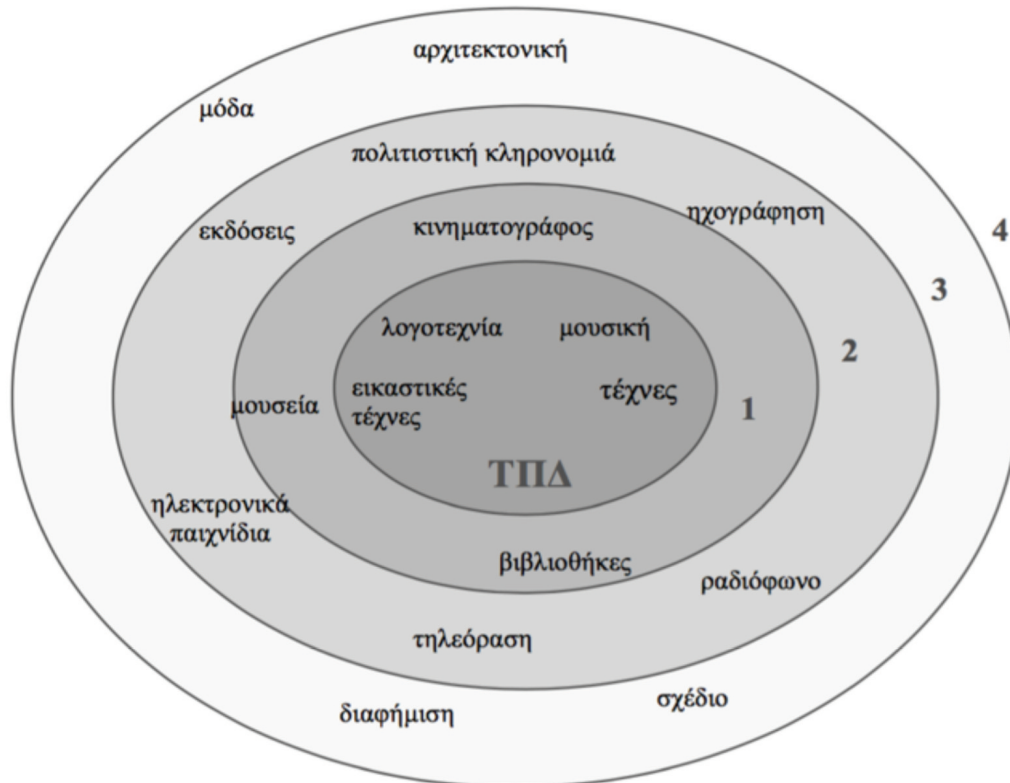
Από το Διάζωμα προτείνονται δυο αρχαιολογικοί χώροι για την δημιουργία Αρχαιολογικών Πάρκων: η Επίδαυρος και ο Ορχομενός Βοιωτίας. Και για τους δυο αυτούς χώρους υπάρχουν πλήρεις φάκελοι με τις αναλυτικές προτάσεις που είναι αναρτημένοι στην Ι/Σ του Διαζώματος.

3.4 Ο Πολιτισμός μέσα από τον Δημιουργικό Τομέα

Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή (§1.1) τον τομέα του Πολιτισμού συγκροτούν τόσο τα μνημεία, μουσεία, οι οικισμοί και γενικά ό,τι μας έχει αφήσει η ιστορία του τόπου (κληροδότηση), όσο και τα έργα, τα προϊόντα και οι παραστάσεις που προέρχονται από τους σύγχρονους δημιουργούς, εντόπιους ή αλλοδαπούς (παραγωγή νέων μορφών). Μια πολιτική ανάπτυξης ΠΤ θα πρέπει να αξιοποιήσει και τις δύο αυτές κατηγορίες με τρόπο που η μία να συμπληρώνει την άλλη ώστε το βίωμα που θα έχει ο επισκέπτης να μεγιστοποιηθεί και να αποτελέσει αλησμόνητη εμπειρία.

Η δεύτερη αυτή κατηγορία ορίζεται ως ο Δημιουργικός Τομέας της οικονομίας και περιλαμβάνει τους εξής κλάδους:

Σχήμα 2
Τομέας πολιτισμού και δημιουργίας:
το υπόδειγμα των ομόκεντρων κύκλων



Σημείωση: 1-2: αμιγώς πολιτιστικές και δημιουργικές δραστηριότητες (πυρήνας). 3-4: συναφείς δραστηριότητες (περιφέρεια), ΤΠΑ: τομέας πολιτισμού και δημιουργίας.
Πηγές: Throsby (2001), ΚΕΑ (2006).

Από το: Η έξυπνη οικονομία- Πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα, Σοφία Λαζαρέτου, Τράπεζα της Ελλάδος, Working Paper 175, Φεβρ. 2014.

Ο τυπικός επισκέπτης ΠΤ θα επιδιώξει να απολαύσει τα προϊόντα της σύγχρονης δημιουργίας του τόπου που επισκέπτεται, εφόσον είναι προσιτά και ελκυστικά. Η κατανάλωση τέτοιων προϊόντων αυξάνουν την έμμεση τουριστική δαπάνη, το εισόδημα και τις θέσεις εργασίας.

Μπορεί κανείς να διακρίνει τα προϊόντα του δημιουργικού κλάδου σε δύο κατηγορίες:

- Αυτά που ενσωματώνονται σε οργανωμένες εκδηλώσεις (είτε από δημόσιους, είτε από ιδιωτικούς φορείς) όπως τα φεστιβάλ, τα ιδρύματα μουσικής και θεάτρου, τα μουσεία σύγχρονης τέχνης, τις γκαλερί κ.λπ. και
- Αυτά που ενσωματώνονται σε προϊόντα που θα αγοράσει ο επισκέπτης, όπως ενθυμήματα (souvenirs), ρούχα, κοσμήματα κ.λπ.

Σε ότι αφορά την καλλιτεχνική δημιουργία των εικαστικών τεχνών, των παραστάσεων και των εν γένει δρώμενων, παρότι υπάρχει πλούσια προσφορά κυρίως στα 2 μεγάλα αστικά κέντρα⁴¹ αλλά και σε άλλες περιοχές της χώρας –ιδιαίτερα κατά την τουριστική περίοδο– αυτή η προσφορά δεν γνωστοποιείται εγκαίρως στο διεθνές κοινό είναι συχνά ελληνοκεντρικό (παραστάσεις χωρίς υπότιτλους κ.λπ.), δεν προβάλλεται επαρκώς και με επαγγελματισμό μέσω του διαδικτύου ώστε να απευθυνθεί και στον αλλοδαπό επισκέπτη, δεν υπάρχει παντού σύστημα προκρατήσεων μέσω διαδικτύου, γενικά αποτελεί μια δοκιμασία για τον ξένο επισκέπτη ακόμα και για το ελληνικό γραφείο τουρισμού που θα επιχειρήσει να το αξιοποιήσει.

Οι επενδύσεις που απαιτούνται για την βελτίωση των ανωτέρω είναι συνήθως μικρές, τα οφέλη όμως που θα προκύψουν μεγάλα. Και εδώ χρειάζεται η δημιουργία ενός σταθερού και συνεχούς (όχι ευκαιριακού) πλαισίου συνεργασίας των ενδιαφερομένων παραγόντων της τουριστικής αγοράς με τους παραγωγούς και τους χρηματοδότες (λ.χ. δήμοι, περιφέρειες, ιδρύματα) των πολιτιστικών γεγονότων, ιδιαίτερα σε τοπικό επίπεδο.

Σε ότι αφορά τα καθεαυτά χειροπιαστά προϊόντα, έχει μεγάλη σημασία για την ανάπτυξη του ΠΤ η Ελλάδα να αποκτήσει το brand διεθνώς ως η χώρα του καλού γούστου και της απόλαυσης. Για την επίτευξη αυτού του στόχου χρειάζεται η συνεργασία του χώρου του design με τους παραγωγούς κάθε είδους προϊόντων και κυρίως για ρουχισμό, souvenirs (σήμερα εισάγονται προϊόντα κυρίως από την Ασία, αμφίβολης ποιότητας), εσωτερική διακόσμηση και επίπλωση καταλυμάτων και χώρων εστίασης, κατασκευών και εξοπλισμών για δημόσιους χώρους, πινακίδων σήμανσης, συσκευασίας τροφίμων,...

Η στέρεη βάση παραγωγής σε καλλυντικά, κοσμήματα, τυποποιημένα τρόφιμα και μερικά ακόμα είδη που κάνουν διεθνή καριέρα καθώς και το εγχώριο δυναμικό σε επαγγελματίες designers που υπάρχει στη χώρα, προσφέρουν τις προϋποθέσεις για μια άνθιση της οικονομίας και σε αυτήν την κατεύθυνση.

Στο παρελθόν έχουν υπάρξει πολλά χρηματοδοτικά προγράμματα που έδιναν κίνητρα για την συνεργασία του παραγωγού με βιομηχανικό (ή άλλο) σχεδιαστή, χωρίς όμως αποτελέσματα. Αν τέτοια προγράμματα σχεδιαστούν καλύτερα και με την ενεργό συμμετοχή και των ενδιαφερομένων κλάδων, υπάρχει ελπίδα τα προγράμματα ενίσχυσης να είναι αποτελεσματικότερα προς όφελος και του τουριστικού προϊόντος.

Στην πολύ τεκμηριωμένη μελέτη της η Σ. Λαζαρέτου (2014) περιγράφει διεξοδικά τον κλάδο του πολιτισμού όπως ορίζεται από την διεθνή βιβλιογραφία, την ΕΕ και άλλους διεθνείς οργανισμούς, παρουσιάζει ενδιαφέροντα στατιστικά στοιχεία της διεθνούς παραγωγής, κάνει μια προσπάθεια αποτίμησης

41. Η Αθήνα μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένας παράδεισος πολιτιστικών γεγονότων. Η μη οργανωμένη όμως παρουσία του πλούσιου αυτού δυναμικού στο διαδίκτυο έχει σαν αποτέλεσμα να μην αξιοποιείται επαρκώς από τον εισερχόμενο τουρισμό.

των ελληνικών ποσοτικών δεδομένων και προχωράει στην υποβολή 11 προτάσεων που θα βοηθούσαν στην ανάπτυξη του κλάδου. Σημειώνει δε εύστοχα:

“Κατά συνέπεια, ... η πρόκληση για την ελληνική κοινωνία και οικονομία σήμερα δεν είναι μόνο η προστασία και συντήρηση της υφιστάμενης εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς και του ιστορικού παρελθόντος, αλλά και η δημιουργία νέων μορφών πολιτισμού, που ενθαρρύνουν όλους τους πολίτες να συμμετάσχουν στη διαδικασία παραγωγής γνώσης και νέων ιδεών, προάγοντας την πρωτοτυπία, την προσωπική έκφραση και την καινοτομία και εν τέλει τον πολιτισμό αυτόν καθαυτόν. Με άλλα λόγια, η πρόκληση που αντιμετωπίζει σήμερα η τρέχουσα πολιτική πολιτιστικής διαχείρισης είναι η μεταστροφή της από τη στατική προσέγγιση (κληροδότηση) του πολιτισμού προς τη δυναμική του θεώρηση (παραγωγή νέων μορφών). Η εμμονή στη στατική προσέγγιση μετατρέπει την κοινωνία σε παθητικό καταναλωτή προϊόντων πολιτισμού, που κατά κανόνα εισάγονται. Αντίθετα, η στροφή της στη δυναμική προσέγγιση την καθιστά κοινωνία δημιουργική, με θετικές συνέπειες για το σύνολο της οικονομίας”.

4. Αξιοποίηση των πόρων του ΕΣΠΑ για τον Πολιτιστικό Τουρισμό

4.1 Λίγα λόγια για το νέο ΕΣΠΑ

Το νέο ΕΣΠΑ 2014-2020 επιδιώκει μέσω των κανονισμών και μέσω των κειμένων που συμφωνεί με κάθε ΚΜ (ΣΕΣ, ΕΠ, ΠΕΠ) να επιτύχει πιο αποτελεσματικά τους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης που διατυπώνονται στα κείμενα των συνθηκών και που συμπυκνώνονται στο κείμενο για την Ευρώπη 2020⁴².

Μετά από την εμπειρία εφαρμογής 30 σχεδόν ετών συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων η ΕΕ έχει καταλήξει ότι για την καλή αξιοποίηση των πόρων που δίνονται στα κράτη-μέλη (ΚΜ) για την οικονομική σύγκλιση και επιτυχία των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων είναι σκόπιμη, μεταξύ άλλων, και η μέριμνα κατά τον σχεδιασμό των ΕΠ και της “Ολοκληρωμένης Χωρικής Ανάπτυξης”.

Προς τούτο οι νέοι κανονισμοί προβλέπουν 3 νέα εργαλεία διαχείρισης μέρους των πόρων ενός ΕΠ ή ΠΕΠ που ενδιαφέρουν ειδικότερα τον πολιτιστικό τουρισμό εμπειρίας, καθόσον αυτός θα δραστηριοποιηθεί εκ των πραγμάτων σε εκτεταμένες χωρικές ενότητες⁴³:

- Την Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (ΤΑΠΤΟΚ – Community Led Local Development - CLLD)
- Την Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ – Integrated Territorial Investment - ITI)
- Την Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη (ΒΑΑ – Sustainable Urban Development - SUD)

Και τα τρία αυτά εργαλεία έχουν μερικά κοινά χαρακτηριστικά:

- Ζητούν μια “Ολοκληρωμένη Προσέγγιση” κατά την σχεδίαση των παρεμβάσεων (βλ §3.2 σελ. 164 κείμενο ΣΕΣ).
- Δημιουργούν ανεξάρτητες οντότητες για την διαχείριση των πόρων – στην ΤΑΠΤΟΚ απαιτείται συγκρότηση ομάδας τοπικής δράσης που θα έχει την πλειοψηφία στον φορέα διαχείρισης, στην ΟΧΕ την διαχείριση θα αναλάβει φορέας στον οποίο τον έλεγχο έχει η Περιφέρεια, στην ΒΑΑ ο δήμος.
- Στους φορείς διαχείρισης αλλά και στην ουσία του σχεδιασμού ζητείται να συμμετέχουν οι επιχειρήσεις διά των εκπροσώπων τους και οι κοινωνικοί φορείς (ΜΚΟ, ενώσεις πολιτών κ.λπ.).

Τα ανωτέρω καθιστούν τα τρία αυτά εργαλεία κατάλληλα για την ανάπτυξη του ΠΤ καθόσον επιτρέπουν την εστιασμένη διάθεση κονδυλίων από τα ΠΕΠ προς τούτο, διαθέτουν κανονιστική νομιμότητα και διευκολύνουν την κάθε περιφέρεια να εφαρμόσει στην πράξη αυτά που προβλέπουν οι προτάσεις της στα σχετικά κείμενα που έχει συμφωνήσει με την ΕΕ.

42. Να σημειωθεί ότι στην σελίδα 20 του καθοριστικού για όλες τις περιφερειακές πολιτικές κειμένου, ως στόχος της Ε2020 αναφέρεται και η “ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού”.

43. Περισσότερο λ.χ. από τον τουρισμό Η&Θ που είναι χωρικά πιο προσδιορισμένος.

Στη συνέχεια περιγράφεται συνοπτικά κάθε ένα από τα εν λόγω εργαλεία. Να σημειωθεί ότι οι περιγραφές επιχειρούν να αποτυπώσουν την ουσία του κάθε εργαλείου. Η ΕΕ έχει εκδώσει σειρά σχετικών οδηγιών με έμφαση στα θέματα διαχείρισης, κατανομής ρόλων, ελέγχων κ.λπ. που εύκολα αποπροσανατολίζουν τον αναγνώστη που δεν είναι μυημένος στα άδυστα των κανονισμών και των διαχειριστικών θεμάτων του ΕΣΠΑ.

4.2 Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (ΤΑΠΤΟΚ)

1. Τι είναι η Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (ΤΑΠΤΟΚ)

Η ΤΑΠΤΟΚ αποτελεί ένα εργαλείο και περιγράφει την “από την βάση προς την κορυφή” προσέγγιση των τοπικών κοινοτήτων, οι οποίες συγκροτούν μια σύμπραξη προκειμένου να σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν μια “... ολοκληρωμένη αναπτυξιακή στρατηγική. Η εν λόγω στρατηγική είναι σχεδιασμένη κατά τρόπο ώστε να αξιοποιεί τα δυνατά σημεία ή τα «πλεονεκτήματα» της κοινότητας σε κοινωνικό, περιβαλλοντικό και οικονομικό επίπεδο, αντί απλώς να εστιάζει στην αντιμετώπιση των προβλημάτων της. Για τον σκοπό αυτό, η σύμπραξη λαμβάνει μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση και αποφασίζει πώς θα τη διαθέσει.”

Μεγάλο μέρος του παρόντος κειμένου βασίζεται στον λεπτομερή οδηγό που έχει εκδώσει η ΕΕ για τις ΤΑΠΤΟΚ τον Ιούνιο του 2014.

Η ΤΑΠΤΟΚ βρίσκει εφαρμογή στο νέο ΕΣΠΑ 2014-2020 (αναφέρεται εκτενώς στους κανονισμούς⁴⁴ που το διέπουν), ενώ αποτελεί την συνέχεια του Leader –αντίστοιχου εργαλείου που εφαρμόστηκε κατά τις προηγούμενες περιόδους– με ορισμένες ενδιαφέρουσες διαφορές. Σε αντίθεση με το Leader:

- η ΤΑΠΤΟΚ έχει την δυνατότητα να χρηματοδοτείται όχι μόνο για τις αγροτικές περιοχές αλλά και για αστικά συγκροτήματα και άλλες μικτού χαρακτήρα περιοχές
- η ΤΑΠΤΟΚ μπορεί να καλύψει μεγαλύτερο εύρος έργων και δράσεων από ότι στο παρελθόν το Leader, όπως έργα τουριστικού/πολιτιστικού ενδιαφέροντος, καταρτίσεις εργαζομένων και επιχειρηματιών, καινοτόμες δράσεις επιχειρηματικότητας κ.λπ. αντλώντας χρηματοδότηση από τα αντίστοιχα ταμεία του ΕΣΠΑ. Τα έργα βέβαια θα πρέπει να είναι μικρού σχετικά προϋπολογισμού.

Από τους κανονισμούς του ΕΣΠΑ και τα επεξηγηματικά κείμενα, δίνεται έμφαση σε 2 φράσεις-κλειδιά:

- ολοκληρωμένη αναπτυξιακή στρατηγική και
- σύμπραξη τοπικών κοινοτήτων

Και οι δύο αυτές διατυπώσεις συνεπάγονται την διεύρυνση της συνεργασίας μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων αλλά και με τις δημόσιες αρχές (κρατικές και ΟΤΑ), την δημιουργία δικτύων (τοπικών αλλά και υπερτοπικών) και τον μακροχρόνιο σχεδιασμό (τουλάχιστον επταετή).

44. Βλέπε κανονισμό άρθρο 32

Επίσης η σύμπραξη των τοπικών κοινοτήτων θα πρέπει να μετουσιωθεί στην συγκρότηση **ομάδας τοπικής δράσης** η οποία διαδραματίζει κομβικό ρόλο στον σχεδιασμό και στην υλοποίηση του προγράμματος και στην οποία *“καμία ενιαία ομάδα συμφερόντων δεν αντιπροσωπεύει ποσοτό άνω του 49% των δικαιωμάτων ψήφου”* – όπου στον περιορισμό περιλαμβάνονται και οι δημόσιοι φορείς (κρατικοί και ΟΤΑ).

Σημαντικό ρόλο στην ΤΑΠΤΟΚ θα πρέπει να διαδραματίσει ο ιδιωτικός τομέας είτε με την άμεση συμμετοχή ιδιωτικών επιχειρήσεων, είτε με την συμμετοχή συλλογικών οργάνων εκπροσώπησης τους – λ.χ. επιμελητήρια, ενώσεις επιχειρήσεων κ.λπ.

2. Εξειδίκευση κατά την εφαρμογή

Ο πληθυσμός της περιοχής όπου θα εφαρμοστεί η ΤΑΠΤΟΚ ανέρχεται –βάσει του κανονισμού– τουλάχιστον σε 10.000 κατοίκους και δεν υπερβαίνει τους 150.000 κατοίκους, προβλέπονται όμως εξαιρέσεις. Στο βασικό κείμενο⁴⁵ που συμφωνήθηκε μεταξύ ΕΕ και της ελληνικής κυβέρνησης για το ΕΣΠΑ 21014-2020 προβλέπεται ότι το ελάχιστο όριο των 10.000 κατοίκων θα μπορεί να μειωθεί στις περιπτώσεις νησιών και άλλων γεωγραφικά μειονεκτικών περιοχών.

Αν και στους κανονισμούς δεν αναφέρονται όρια στο συνολικό ύψος του προϋπολογισμού κάθε πρωτοβουλίας, εντούτοις *“η Επιτροπή θεωρεί ότι οι τοπικοί προϋπολογισμοί για την ΤΑΠΤΟΚ πρέπει να έχουν μια ορισμένη «κρίσιμη μάζα» προκειμένου να αποφέρουν απτά αποτελέσματα, δηλαδή ότι οι προϋπολογισμοί δεν πρέπει εν γένει να είναι κάτω των 3 εκατ. ευρώ περίπου για περίοδο επτά ετών, σε επίπεδο συνολικής δέσμευσης δημόσιων κονδυλίων για οποιαδήποτε περίοδο χρηματοδότησης. Ωστόσο, μπορεί –και ίσως να πρέπει– το ποσό αυτό να είναι μεγαλύτερο στα αστικά κέντρα και σε άλλες περισσότερο πυκνοκατοικημένες περιοχές”* (σελ.13 του οδηγού).

Επίσης στον οδηγό υπάρχει εκτενής περιγραφή των 8 βημάτων που χρειάζονται για να δρομολογηθεί μια στρατηγική και σύμπραξη ΤΑΠΤΟΚ που συνοψίζονται στα εξής:

1. Αποφασίζουμε τι θέλουμε να αλλάξουμε
2. Δημιουργία εμπιστοσύνης και συμμαχιών με τους ανθρώπους που μπορούν να βοηθήσουν στην επίτευξη της αλλαγής
3. Καθορισμός των ορίων της περιοχής παρέμβασης
4. Κατάρτιση τοπικής στρατηγικής για την αλλαγή με βάση τη συμμετοχή και τις ανάγκες του τοπικού πληθυσμού
5. Συμφωνία για μια δομή σύμπραξης και αποσαφήνιση ρόλων
6. Προσαρμογή των ορίων της περιοχής παρέμβασης
7. Κατάρτιση σχεδίου δράσης και αίτησης χρηματοδότησης
8. Δημιουργία συστήματος για περιοδική επανεξέταση, αξιολόγηση και ανανέωση της στρατηγικής.

45. Βλέπε σελίδα 167 Συμφώνου Εταιρικής Σχέσης.

3. Δυνατότητες που προσφέρονται για τον πολιτιστικό τουρισμό

Η ΤΑΠΤΟΚ αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο για τις τοπικές κοινότητες που διαθέτουν αναξιοποίητο πολιτιστικό απόθεμα και το οποίο επιθυμούν να αναπτύξουν με στόχο την ολοκληρωμένη ανάπτυξη της περιοχής τους.

Εκτός από την προφανή δυνατότητα χρηματοδότησης των αναγκαίων έργων αποκατάστασης των μνημείων και αξιοθέατων της περιοχής (αρχ. χώροι, παραδοσιακά κτίσματα, ιαματικές πηγές κ.λπ.) η ΤΑΠΤΟΚ θα πρέπει να προβλέψει και άλλα έργα και δράσεις προκειμένου να επιτευχθεί ο **ολοκληρωμένος χαρακτήρας της πρωτοβουλίας** και να δημιουργηθούν πολλαπλασιαστικά αναπτυξιακά αποτελέσματα – νέες θέσεις εργασίας, βελτίωση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών, νέες καινοτόμες υπηρεσίες και προϊόντα – με τελικό στόχο την αύξηση των επισκεπτών και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να συμπεριληφθούν (μικρού προϋπολογισμού) έργα υποδομής πρόσβασης στα μνημεία (οδικά, πεζοπορικά μονοπάτια, σήμανση), χώροι στάθμευσης, κτίρια εξυπηρέτησης επισκεπτών (μικρά μουσεία, εκθετήρια, ...), αλλά και ενισχύσεις στις τουριστικές επιχειρήσεις για βελτίωση των χώρων τους, δράσεις κατάρτισης των επιχειρηματιών και του προσωπικού τους, προβολή του αναβαθμισμένου τουριστικού προϊόντος με παραδοσιακά αλλά κυρίως με ψηφιακά μέσα, ενίσχυση της τοπικής παραγωγής προϊόντων για την προώθησή τους στις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις, ενίσχυση τοπικών δρώμενων παραδοσιακού χαρακτήρα, δικτύώσεις με άλλες συμπληρωματικές επιχειρηματικές και κοινωνικές πρωτοβουλίες κ.λπ.

Ενώ το άλλο σημαντικό εργαλείο για την χωρική ανάπτυξη – η Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ) – αποτελεί προνομιακό πεδίο για την κάθε Περιφέρεια, η ΤΑΠΤΟΚ αποτελεί πρωτοβουλία των τοπικών κοινοτήτων οι οποίες μπορούν μέσω των ομάδων τοπικής δράσης να έχουν σημαντικό (αλλά όχι αποκλειστικό) ρόλο και στην **διαχείριση** των κονδυλίων με τα οποία θα προικοδοτηθεί η πρωτοβουλία από το ΕΣΠΑ.

Η έγκριση των προτάσεων για την δημιουργία ΤΑΠΤΟΚ δίνεται από την αρμόδια Περιφέρεια. Οι προτάσεις που θα υποβληθούν θα πρέπει να είναι καλά τεκμηριωμένες και ο οδηγός που προαναφέρθηκε αποτελεί μια πολύ καλή βάση για την προετοιμασία της πρότασης παραθέτοντας και σχετικά επιτυχημένα παραδείγματα.

Επισημαίνεται πάλι η σημασία της Ομάδας Τοπικής Δράσης που θα συγκροτηθεί και η αντιπροσωπευτικότητα που αυτή θα πρέπει να διαθέτει, καθώς και η αναγκαιότητα συμμετοχής της ιδιωτικής πρωτοβουλίας στο όλο εγχείρημα. Μην ξεχνάμε ότι η ΤΑΠΤΟΚ είναι μια πρωτοβουλία από την βάση και αυτό θα πρέπει να αναδεικνύεται και να προκύπτει στα ιδρυτικά κείμενα και στις δράσεις της ΤΑΠΤΟΚ.

4.3 Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση⁴⁶ – ΟΧΕ

Η Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ), αποτελεί ένα εργαλείο για την υποστήριξη της καινοτομικής ανάπτυξης σε μία γεωγραφική περιοχή με βάση το κοινό χωρικό στοιχείο. Η Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση, αντλεί πόρους από περισσότερα τους ενός Ευρωπαϊκά ταμεία και περισσότερα του ενός Επιχειρησιακά Προγράμματα (Περιφερειακά και Τομεακά) δημιουργώντας έναν ευέλικτο χρηματοδοτικό μηχανισμό που ξεπερνά τους περιορισμούς χρηματοδότησης και τους περιορισμούς που μπορούν να θέτουν οι επιμέρους Θεματικοί Στόχοι και Χρηματοδοτικές Προτεραιότητες του κάθε ταμείου και του κάθε επιμέρους Επιχειρησιακού Προγράμματος. Δημιουργείται λοιπόν ένα μέσο χρηματοδότησης το οποίο ουσιαστικά καταλήγει στην επιλογή επενδύσεων σε δράσεις με χωρικά κριτήρια.

Αποτέλεσμα της χρήσης ΟΧΕ είναι η δημιουργία ολοκληρωμένης δέσμης καινοτομικών δράσεων με κοινό παρονομαστή την εξυπηρέτηση της στρατηγικής ανάπτυξης εντός οριοθετημένης περιοχής. Το κύριο πλεονέκτημα της χρήσης ΟΧΕ είναι η απλοποίηση του σκοπού της επένδυσης και η συσχέτισή της με το χωρικό στοιχείο, ανεξάρτητα από τους μηχανισμούς χρηματοδότησης που χρησιμοποιούνται.

Τα βασικά στοιχεία της ΟΧΕ είναι:

- Καθορισμένη περιοχή και ολοκληρωμένη Χωρική στρατηγική ανάπτυξης
- Δέσμη δράσεων προς υλοποίηση και
- Ρυθμίσεις διακυβέρνησης για τη διαχείριση της ΟΧΕ.

Κατά συνέπεια ο σχεδιασμός μιας ΟΧΕ παρότι γεωγραφικά περιορισμένος, ξεπερνά τους περιορισμούς των ΕΠ και των Ευρωπαϊκών ταμείων και ακολουθεί μία ολιστική προσέγγιση που χρηματοδοτεί συγχρονισμένα και συντονισμένα τις καινοτόμες δράσεις ώστε να επιτευχθεί η ανάπτυξη ενός θεματικού σκοπού. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργούνται πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα με θετική επίδραση σε ένα υπερσύνολο δραστηριοτήτων.

Ενώ ο σκοπός της ΟΧΕ είναι απλός, ο Σχεδιασμός της αποδεικνύεται πολύπλοκος αφού:

- ενέχει τόσο την κατανόηση της Χωρικής Στρατηγικής Ανάπτυξης που διαθέτει η Περιφέρεια, όσο και της εθνικής όπως αυτή διατυπώνεται στα τομεακά προγράμματα,
- απαιτεί δυνατότητα ανάδειξης των καινοτομιών και διαχείρισης της στρατηγικής της καινοτομίας,
- απαιτεί την σύνθεση δράσεων από περισσότερα του ενός Επιχειρησιακά Προγράμματα και την σχετική γνώση,
- προϋποθέτει τον συντονισμό και τον συγχρονισμό των Διαχειριστικών Αρχών όλων των εμπλεκόμενων Επιχειρησιακών Προγραμμάτων για την υλοποίηση των δράσεων αυτών,
- επιβάλλει τον σχεδιασμό ενός μηχανισμού διοίκησης της ΟΧΕ.

46. Κείμενο που συνέταξε ο Κ. Κοκκινόπλιτης και έχει αναρτηθεί στην Ι/Σ του Διαζώματος, με προσθήκες του συντάκτη της παρούσας έκθεσης.

Για το συγκεκριμένο θέμα η ΕΕ έχει εκδώσει εγχειρίδιο οδηγίων ενώ το Υπουργείο Οικονομίας έχει εκδώσει σχετική εγκύκλιο.

Η ΟΧΕ μπορεί να αποτελέσει το κατ'εξοχήν αναπτυξιακό εργαλείο της κάθε Περιφέρειας για την ανάπτυξη του Πολιτιστικού Τουρισμού καθόσον προσφέρει εργαλεία διοίκησης (management) και οικονομικής διαχείρισης που μπορούν να αντιμετωπίσουν την εγγενή δυσκολία συντονισμού και συνεργασίας ανόμοιων μεταξύ τους φορέων όπως είναι η Περιφέρεια, οι εφορείες αρχαιοτήτων και άλλες υπηρεσίες της κεντρικής διοίκησης, μεγαλύτερες και μικρότερες ιδιωτικές επιχειρήσεις, η κοινωνία των πολιτών.

Επίσης η ΟΧΕ μπορεί να διαχειριστεί πόρους από περισσότερα του ενός Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά Ταμεία (ΕΔΕΤ) –ΕΤΠΑ, ΕΚΤ, Γεωργικό ταμείο– και από περισσότερα του ενός Επιχειρησιακά Προγράμματα, δυνατότητα τελείως απαραίτητη για σύνθετα έργα όπως η ανάπτυξη του ΠΤ ενώ βασίζεται στην έννοια της Χωρικής ανάπτυξης που ταιριάζει απόλυτα με την αποκεντρωμένη και διάσπαρτη σε ευρύτερες χωρικές ενότητες φύση του ΠΤ.

4.4 Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη – ΒΑΑ

Το γενικό πλαίσιο

Τα αστικά συγκροτήματα, που αποτελούν τόπο διαβίωσης του μεγαλύτερου μέρους του πληθυσμού σε όλα σχεδόν τα Κράτη-Μέλη (ΚΜ) της ΕΕ, αντιμετωπίζουν σήμερα πληθώρα προκλήσεων:

- Αποβιομηχάνιση
- Ανεργία και κοινωνικό αποκλεισμό
- Αυξημένες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα και άλλα προβλήματα υποβάθμισης του περιβάλλοντος
- Αυθαίρετη δόμηση και αλλαγές χρήσεων γης
- Αυξημένες ροές προσφύγων

Αν και τα προηγούμενα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα μέχρι το 2014 προέβλεπαν ενισχύσεις για την αντιμετώπιση των παραπάνω φαινομένων, στο νέο ΕΣΠΑ 2014-2020 επιχειρείται μια πιο ολιστική και εστιασμένη προσέγγιση που προσδοκάται ότι θα επιλύσει πιο αποτελεσματικά τα προβλήματα των αστικών συγκροτημάτων.

Έτσι ενώ κατά το παρελθόν κάθε θέμα προς αντιμετώπιση σε μια πόλη αντιστοιχούσε σε ένα έργο ή μια δράση με χρηματοδότηση από μία “πηγή” ενίσχυσης, κατά την νέα Περίοδο 2014-20 τα προβλήματα της πόλης εντάσσονται σε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο, μακροχρόνιου και στρατηγικού χαρακτήρα, που συναποτελείται από περισσότερα έργα και δράσεις και χρηματοδοτούνται από πολλαπλές “πηγές”: από περισσότερα του ενός Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία (ΕΔΕΤ), ενδεχομένως από περισσότερα του ενός επιχειρησιακά προγράμματα.

Επίσης στην διαχείριση αυτών των σχεδίων οι δημοτικές αρχές αποκτούν πρωτεύοντα και καθοριστικό ρόλο, ενώ επιδιώκεται η ενεργός συμμετοχή και των άλλων παραγόντων της πόλης όπως φορείς επιχειρήσεων, εκπρόσωποι της κοινωνίας των πολιτών, η περιφερειακή διοίκηση, τα κέντρα γνώσης κ.λπ.

Η ανωτέρω προσέγγιση εντάσσεται σε ένα νέο εργαλείο διαχείρισης του ΕΣΠΑ 2014-20 που ονομάζεται “Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη” (Sustainable Urban Development), προβλέπεται στους κανονισμούς των νέων ΕΔΕΤ και τα Κράτη-Μέλη παροτρύνονται/τους συστήνεται να το αξιοποιήσουν.

Όπως πάντα η σύσταση αυτή συνοδεύεται από δεσμεύσεις που περιγράφονται λεπτομερώς στους κανονισμούς, οι κυριότερες των οποίων είναι οι εξής:

- Η ολοκληρωμένη αστική στρατηγική θα πρέπει να απαρτίζεται από ένα σύστημα αλληλένδετων δράσεων που επιδιώκουν την επίτευξη μακροχρόνιας βελτίωσης των οικονομικών, περιβαλλοντικών, κλιματικών, κοινωνικών και δημογραφικών συνθηκών μιας αστικής περιοχής.
- Η ολοκληρωμένη αστική στρατηγική δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν μια διοικητική διαδικασία την οποία πρέπει να ολοκληρώσει η αστική αρχή προκειμένου να είναι επιλέξιμη για χρηματοδότηση. Θα πρέπει να είναι μια συνολική και εξελισσόμενη στρατηγική η οποία είναι πραγματικά χρήσιμη για την αστική αρχή και η οποία συμβάλλει στην αντιμετώπιση καίριων προκλήσεων.
- Το σχέδιο θα πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον δύο Άξονες Προτεραιότητας του Επιχειρησιακού Προγράμματος και τουλάχιστον δυο από τους εξής Θεματικούς Στόχους:
(ΘΣ2) βελτίωση της πρόσβασης, της χρήσης και της ποιότητας των τεχνολογιών των πληροφοριών και των επικοινωνιών
(ΘΣ3) βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων
(ΘΣ6) προστασία του περιβάλλοντος και προώθηση της αποδοτικότητας των πόρων
(ΘΣ7) προώθηση των βιώσιμων μεταφορών και άρση των προβλημάτων σε βασικές υποδομές δικτύων·
(ΘΣ8) προώθηση της απασχόλησης και υποστήριξη της κινητικότητας της εργασίας·
(ΘΣ9) προώθηση της κοινωνικής ένταξης και καταπολέμηση της φτώχειας

Οι κανονισμοί αφήνουν πολλά περιθώρια για την εκπόνηση του σχεδίου ανάπτυξης κάθε πόλης. Η ανάπτυξη του συμπλέγματος τουρισμός/πολιτισμός είναι επιλέξιμη να ενταχθεί σε έναν σχεδιασμό ΒΑΑ, καθόσον βελτιώνει την ανταγωνιστικότητα των μμε, προωθεί την αποδοτικότητα των πόρων, προωθεί την απασχόληση, ενώ θα απαιτηθεί η βελτίωση της χρήσης των επικοινωνιών – καλύπτονται δηλαδή τουλάχιστον 4 από τους ανωτέρω ΘΣ.

Επίσης καθότι η ανάπτυξη του τουρισμού/πολιτισμού σε ένα αστικό συγκρότημα απαιτεί την κινητοποίηση όλων των ζωντανών οργανισμών που δραστηριοποιούνται σε αυτό, η συμμετοχή τους στον σχεδιασμό και στην διαχείριση ενός σχεδίου ΒΑΑ ενθαρρύνεται και διευκολύνεται με βάση τους κανονισμούς που διέπουν το εν λόγω εργαλείο.

Τρόποι διαχείρισης και διοίκησης της ΒΑΑ

Η ΒΑΑ χρησιμοποιεί ως πλαίσιο διαχείρισης την Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ) που αποδίδει τον όρο Integrated Territorial Investment (ITI), προσαρμοσμένη όμως στις ανάγκες ενός αστικού συγκροτήματος. Αυτό μεταφράζεται στον αυξημένο ρόλο που αναλαμβάνει ο Δήμος της πόλης στον σχεδιασμό και στην διαχείριση της ΒΑΑ. Για το θέμα αυτό η ΕΕ έχει εκδώσει σειρά εγχειριδίων που φωτίζουν λεπτομερειακά τα διαχειριστικά και κανονιστικά ζητήματα και βρίσκονται στον σύνδεσμο [αυτό](#) ενώ υπάρχει επίσης ερμηνευτική εγκύκλιος του Υπουργείου Οικονομίας για το ίδιο θέμα στον σύνδεσμο [αυτό](#).

Οι πληθυσμιακές προϋποθέσεις που θα πρέπει να πληρούν οι πόλεις ή τα αστικά συγκροτήματα ορίζονται από το κάθε κράτος-μέλος στο κείμενο του Συμφώνου Εταιρικής Σχέσης (ΣΕΣ), το πρώτο χρονικά κείμενο που συμφωνείται μεταξύ ΚΜ και ΕΕ που περιλαμβάνει τις γενικές αναπτυξιακές κατευθύνσεις και περιγράφονται στην σελίδα 169 [εδώ](#). Σημειώνεται ότι η διαδικασία επιλογής των προτάσεων ΒΑΑ γίνονται από την περιφέρεια στην οποία ανήκει η πόλη και είναι ανταγωνιστική.

Οι δημοτικές αρχές που ενδιαφέρονται να προετοιμάσουν πρόταση για ΒΑΑ έχουν την δυνατότητα τεχνικής υποστήριξης όπως αναφέρεται στην σελίδα 11 στην §2.3.3 του **εγχειριδίου**. Επίσης καθόσον η ΒΑΑ βασίζεται στην εμπειρία του πετυχημένου ευρωπαϊκού προγράμματος [URBACT](#), υπάρχει πλούσιο υλικό από αυτό το πρόγραμμα που μπορεί να αξιοποιηθεί από κάθε ενδιαφερόμενο για το θέμα.

Το εργαλείο της ΒΑΑ είναι κατάλληλο για την διαχείριση προγραμμάτων ανάπτυξης ΠΤ στις πόλεις που δέχονται κρουαζιέρες, που διαθέτουν ενδιαφέρον ιστορικό κέντρο, που διαθέτουν αξιόλογα μνημεία ή/και αξιοθέατα, που αποτελούν προορισμούς MICE & City Break.

4.5 Σύμφωνο Ποιότητας και κατάρτιση εργαζομένων και επιχειρηματιών

Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας

Πρωταρχικό στοιχείο στην προσέλκυση επισκεπτών ΠΤ αποτελεί η ποιότητα των εγκαταστάσεων και των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Στο ΕΟΤ 2015 γίνεται εκτενής αναφορά στις επιδόσεις της χώρας στην “Έκθεση για την ανταγωνιστικότητα στον τομέα του τουρισμού” που εκδίδει κάθε χρόνο το [World Economic Forum \(WFE\)](#). Έτσι η Ελλάδα ενώ κατέχει την **19η θέση** στην παγκόσμια κατάταξη του UNWTO ως προς τον αριθμό τουριστικών εισπράξεων και την **16η** ως προς τον αριθμό αφίξεων έρχεται **31η** σε σύνολο 141 χωρών ως προς τον γενικό δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού και ταξιδιών (18η στην Ευρώπη των 28). Από τον δε πίνακα όπου αναλύονται οι επιμέρους δείκτες Ανταγωνιστικότητας⁴⁷ προκύπτει ότι το 2015 ενώ στις

47. 90 δείκτες σε 14 πυλώνες που ομαδοποιούνται σε 4 μείζονες ενότητες: Ευνοϊκό Περιβάλλον, Τουριστική Πολιτική και ευνοϊκές συνθήκες, Υποδομές, Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι.

υποδομές τουριστικών υπηρεσιών η βαθμολογία είναι υψηλή (άνω του 6 στην κλίμακα 1-7) στις υποδομές επίγειων και λιμενικών μεταφορών και στους φυσικούς πόρους η βαθμολογία είναι πολύ χαμηλή, στους δε πολιτιστικούς πόρους σημειώνεται ο χαμηλότερος όλων (2,82) και με σαφή υποχώρηση έναντι των προηγούμενων ετών.

	Σειρά κατάταξης				Βαθμός (κλίμακα 1-7)			
	2009 (μεταξύ 133 χωρών)	2011 (μεταξύ 139 χωρών)	2013 (μεταξύ 140 χωρών)	2015 (μεταξύ 141 χωρών)	2009	2011	2013	2015
Γενικός Δείκτης	24	29	32	31	4.9	4.8	4.8	4.36
Ευνοϊκό περιβάλλον				48				5.11
Επιχειρηματικό περιβάλλον				104				4.04
Προστασία και ασφάλεια	47	73	69	57	5.6	4.7	4.7	5.49
Υγεία και υγιεινή	19	20	13	9	6.4	6.4	6.4	6.57
Ανθρώπινοι πόροι και αγορά εργασίας	44	59	50	45	5.3	5	5	4.75
Ετοιμότητα ICT (Υποδομές τεχνολογιών πληροφορικής – τηλεπικοινωνιών)	40	39	33	49	3.8	4.3	4.3	4.71
Τουριστική πολιτική και ευνοϊκές συνθήκες				33				4.39
Προτεραιότητα του τουρισμού	3	17	28	24	6.1	5.6	5.2	5.36
Άνοιγμα στο διεθνές περιβάλλον				25				4.09
Ανταγωνιστικότητα τιμών	114	123	127	113	3.9	3.8	3.6	3.93
Περιβαλλοντική αειφορία	47	68	72	61	4.8	4.5	4.5	4.19
Υποδομές				24				4.78
Υποδομές αερομεταφορών	19	19	20	27	4.7	4.8	4.7	4.25
Υποδομές επίγειων και λιμενικών μεταφορών	43	61	58	51	4.1	4	4	4.01
Υποδομές τουριστικών υπηρεσιών	5	5	3	12	6.7	6.9	6.8	6.08
Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι				35				3.15
Φυσικοί πόροι	74	61	40	46	3	3.4	4.2	3.49
Πολιτιστικοί πόροι	23	25	25	32	5	4.7	4.3	2.82

Πηγή: WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2009, 2011, 2013, 2015*.

Από: Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης, Αλέξης Χατζηδάκης, ΕΟΤ, Σεπ. 2015.

Επιβεβαιώνεται δηλαδή το σχετικά καλό επίπεδο των καταλυμάτων και των χώρων εστίασης (τουριστικές υποδομές) και το έλλειμμα μερικών κρίσιμων δημόσιων υποδομών. Επίσης από τα ανωτέρω προκύπτει ότι παρά την χαμηλή της ανταγωνιστικότητα στον τουρισμό, η Ελλάδα καταφέρνει και προσελκύει μεγάλο αναλογικά αριθμό επισκεπτών, αποτελεί δηλαδή "προνομιακό οικόπεδο".

Με δεδομένο επίσης ότι μεγάλο μέρος των αρχ. χώρων και μουσείων βρίσκεται εκτός των 3 από τις 5 περιφέρειες-πρωταθλήτριες που συγκεντρώνουν την πλειοψηφία των ποιοτικών καταλυμάτων και χώρων εστίασης (Κρήτη, Ν. Αιγαίο, Ιόνια), καθίσταται επιτακτική κατά την προσπάθεια προσέλκυσης ΠΤ η επικέντρωση της προσοχής στην διασφάλιση υψηλών ποιοτικών προτύπων σε όλους τους κρίκους της αλυσίδας αξίας του τουριστικού προϊόντος στις υπόλοιπες περιφέρειες.

Η διασφάλιση ποιοτικών προτύπων μπορεί να επιτευχθεί με βάση ένα μακροπρόθεσμο πρόγραμμα (με βάθος χρόνου τουλάχιστον πενταετία) που θα απευθύνεται σε όλους τους επαγγελματίες του τουρισμού της περιφέρειας και που μπορεί να υπαχθεί σε ένα Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας (ΤΣΠ).

Όπως αναφέρεται και στο κείμενο των Προτάσεων για τον Σχεδιασμό Εφαρμογών Χωρικής Ανάπτυξης (ΟΧΕ) που εκπόνησε η εταιρεία RESEARCH & INNOVATION STRATEGY EXPERTS (RISE) για λογαριασμό της περιφέρειας Ηπείρου τον Αύγουστο 2014:

“Σύμφωνο Ποιότητας αποτελεί μια χάρτα, μια συμφωνία/ διακήρυξη ομάδας επαγγελματιών (φυσικά ή νομικά πρόσωπα), που έχουν κοινά (οριζόντια συνεργασία) ή συμπληρωματικά (κάθετη συνεργασία) χαρακτηριστικά, και συμφωνούν και συναποφασίζουν να συνεργαστούν σε «εθελοντική» βάση προκειμένου να προωθήσουν την περιοχή τους ως προορισμό και ένα κοινό όραμα για την ποιότητα στην περιοχή τους. Ειδικότερα το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας σε θέματα τουρισμού επικεντρώνεται στην συνεργασία και την άμιλλα για ποιοτικές υπηρεσίες τουρισμού στην ύπαιθρο.

Διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν ενσωματώνοντας στοιχεία παραδοσιακής κληρονομιάς (αρχιτεκτονική, γαστρονομία κ.λπ.), δηλαδή την ταυτότητα της περιοχής και μπορεί παράλληλα να αξιοποιήσει την τοπική παραγωγή αγροτικών προϊόντων. Το κάθε μέλος του λειτουργεί ως πρεσβευτής των άλλων, της Ομάδας και της περιοχής. Επομένως στο πλαίσιο της συγκεκριμένης ΟΧΕ το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, ως έκφραση του «ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ», θα αποδέχεται την τοπική στρατηγική ανάπτυξης και θα έχει σαν κύριο σκοπό τη διαφύλαξη ή και την προαγωγή του καλού ονόματος της περιοχής (λ.χ. brand name ΗΠΕΙΡΟΣ), ως μια «συλλογική περιουσία» που θα ανήκει σε όλους και που πρέπει να διαφυλάσσεται από τη συλλογική δομή.

Η δημιουργία/μετεξέλιξη Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας, θα λειτουργεί στη βάση πολύ συγκεκριμένων προϋποθέσεων – αυτοδεσμεύσεων, που θα διασφαλίζει τον απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον και την τοπική αρχιτεκτονική και παράδοση, την ενίσχυση της ιδιαίτερης ταυτότητας της περιοχής, της γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων και θα επιτρέψει την οργανωμένη συμμετοχή των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες θα εμπλακούν στην δημιουργία των τουριστικών προσφερόμενων πακέτων αλλά και στο σχεδιασμό των παρεμβάσεων.”

Η συμμετοχή στο ΤΣΠ θα είναι εθελοντική για τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν, θα συνοδεύεται από σήμα ποιότητας που θα αναρτάται στους χώρους και στο προωθητικό υλικό της κάθε επιχείρησης, η οποία θα προβάλλεται μέσα από τις προωθητικές ενέργειες που θα διενεργεί το νομικό πρόσωπο που θα διαχειρίζεται και θα συντονίζει το ΤΣΠ (λ.χ. Αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία, Συνεταιρισμός ειδικού σκοπού, Ιδιωτική κεφαλαιουχική εταιρεία ή άλλο σχήμα που θα επιλεγεί).

Στην Ελλάδα ο θεσμός του ΤΣΠ έχει εφαρμοστεί με επιτυχία σε πολλές περιοχές της χώρας – Κρήτη, Καρδίτσα και αλλού. Η εμπειρία που οι περιοχές αυτές έχουν συγκεντρώσει μπορεί να αποτελέσει πολύτιμο οδηγό για τις ανάγκες άλλων περιοχών.

Ειδικότερα στην Κρήτη η πρωτοβουλία ονομάζεται Αγροδιατροφική Κρήτης και όπως αναφέρει στην ιστοσελίδα της:

“Στο πλαίσιο της ενίσχυσης των ενεργειών της Περιφέρειας Κρήτης για την προστασία, διάσωση και διάδοση της Κρητικής Διατροφής στην Ελλάδα και το εξωτερικό, εντάσσεται η δημιουργία του ενιαίου Σήματος Ποιότητας για την Κρητική Κουζίνα, το οποίο φιλοδοξεί να γίνει ο συνδεδεμένος κρίκος μεταξύ των παραγωγικών τομέων της οικονομίας της Περιφέρειας και το όχημα ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί. Η Περιφέρεια Κρήτης, ως θεματοφύλακας του πολιτιστικού πόρου Κρητική Διατροφή, θα αποτελέσει την ομπρέλα για την δημιουργία και την καθιέρωση του ενιαίου Σήματος ποιότητας για την προβολή της Κρητικής Κουζίνας, το οποίο θα λειτουργήσει ως μέσο:

- προστασίας και ανάδειξης της Κρητικής Διατροφής
- προβολή του διατροφικού πολιτισμού της Κρήτης (ηθών και εθίμων)
- προβολής των πιστοποιημένων με το σήμα «ΚΡΗΤΗ» Κρητικών προϊόντων
- σύνδεσης του αγροτοδιατροφικού τομέα με τον τουρισμό, και την πολιτισμική κληρονομιά
- προώθησης της Κρήτης ως γαστρονομικό προορισμό ποιοτικών προϊόντων”.

Πρόκειται για πρωτοβουλία της Περιφέρειας Κρήτης, και ιδρύθηκε με τον Νόμο 4015/2011. Εκδίδει σήματα ποιότητας Κρητικής Κουζίνας και Επισκέψιμου Οινοποιείου.

Επίσης από την Αναπτυξιακή Καρδίτσας δημιουργήθηκε Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας το 1999 για τις επιχειρήσεις της περιοχής Λίμνης Πλαστήρα. Στην περιγραφή των στόχων του ΤΣΠ (βλ. δημοσίευση Β. Μπέλλη 2005) αναφέρονται:

- Η παροχή τουριστικών υπηρεσιών αναβαθμισμένης ποιότητας
- Η διαφύλαξη των αισθητικών και καταναλωτικών προτύπων της περιοχής
- Η προστασία του περιβάλλοντος από τις τουριστικές δραστηριότητες
- Η προστασία των καταναλωτών-επισκεπτών από κερδοσκοπικές πρακτικές
- Η εξυπηρέτηση και η ενημέρωση των επισκεπτών
- Η προστασία των συμβεβλημένων από τον αθέμιτο ανταγωνισμό
- Η διασφάλιση της αειφορικής ανάπτυξης της περιοχής
- Η εκπαίδευση, κατάρτιση και ευαισθητοποίηση των μελών του και του προσωπικού που απασχολούν.
- Η συνεργασία με ειδικούς σε θέματα τουρισμού για τη μεταφορά τεχνογνωσίας στην περιοχή.

Τα πλεονεκτήματα όπως αναφέρονται στην εν λόγω έκθεση, για τις συμβεβλημένες επιχειρήσεις είναι:

- Απόκτηση σήματος
- Διαφοροποίηση του προϊόντος ή της παρεχομένης υπηρεσίας
- Επίτευξη οικονομίας κλίμακος
- Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης
- Βελτίωση του ηθικού των εργαζομένων και των συνεργατών της επιχείρησης
- Δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες
- Ευκολότερη πρόσβαση σε χρηματοδοτήσεις

Η ΤΣΠ για την Λίμνη Πλαστήρα εντάχθηκε σε προγράμματα Leader και οι επιχειρήσεις που συνεργάστηκαν ενισχύθηκαν οικονομικά από αυτό το πρόγραμμα. Τα αποτελέσματα στον τουρισμό της περιοχής ήταν εντυπωσιακά και η Λίμνη Πλαστήρα εξελίχθηκε μέσα σε μια δεκαετία σε προσφιλή προορισμό Σ/Κ για έλληνες κυρίως επισκέπτες.

Στην ΕΕ υπάρχουν πολλές αντίστοιχες πρωτοβουλίες και παρατίθενται μερικές που μπορούν να αποβούν χρήσιμες για τις Περιφέρειες και τους φορείς που θα επιλέξουν να δημιουργήσουν ΤΣΠ.

Γερμανική πρωτοβουλία Service Qualität Deutschland που απευθύνεται στον τομέα του τουρισμού (καταλύματα, εστίαση, λοιπές τουριστικές υπηρεσίες) . Διαθέτει τρεις βαθμίδες διαπίστευσης που περιγράφονται αναλυτικά στην ανωτέρω ιστοσελίδα.

Παρόμοιο σύστημα διαθέτει και η **Ελβετία** το οποίο μάλιστα αντιπροσωπεύεται και στην Ελλάδα και αρκετές επιχειρήσεις του τουρισμού έχουν πιστοποιηθεί.

Πρωτοβουλία της Σκωτίας είναι το Scottish Quality Assurance Scheme που έχει ξεκινήσει προ 25ετίας και έχει φέρει καρπούς στην τουριστική της κίνηση με αποτέλεσμα η Σκωτία να δέχεται ετησίως 15εκ επισκέπτες που αφήνουν εισόδημα στην τοπική οικονομία 5 δισεκ. λιρών. Περί τα 3/4 των επισκεπτών προέρχονται από το ΗΒ.

Σε όλες τις πρωτοβουλίες εισαγωγής ΤΣΠ προβλέπεται συμβουλευτική υποστήριξη της υπό ένταξη επιχείρησης και παροχή κατάρτισης στους εργαζόμενους, δράσεις που μπορούν να χρηματοδοτηθούν από τα προγράμματα του νέου ΕΣΠΑ.

Η μεταφορά της εμπειρίας από την πρακτική εφαρμογή των δύο αυτών ή και άλλων παρόμοιων πρωτοβουλιών από κράτη-μέλη της ΕΕ μπορεί να ζητηθεί με την μεσολάβηση της υπηρεσίας στήριξης διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων (ΥΣΔΜ/SRSS πρώην Task Force for Greece) που στο τρίτο μνημόνιο προβλέπεται να υποστηρίζει την τουριστική ανάπτυξη της χώρας με ειδική αναφορά (βλ. ΦΕΚ 94Α/15 σελ. 1015 και 1029).

Κατάρτιση και ενημέρωση

Εφόσον εκπονηθεί ένα ολοκληρωμένο σχέδιο ανάπτυξης του ΠΤ σε μια περιφέρεια η επιτυχία του εξαρτάται από τον βαθμό κινητοποίησης όλων όσων συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών ΠΤ:

- οι εργαζόμενοι στον κλάδο των καταλυμάτων και της εστίασης,
- οι οδηγοί τουριστικών λεωφορείων, ταξιδιωτικών γραφείων,
- οι ξεναγοί,
- οι καταστηματαρχές τουριστικών προϊόντων και επισκέψιμων οιοποιείων,
- οι επιχειρήσεις με επισκέψιμους χώρους παραγωγής (οινοποιεία, τυροκομεία, χειροτεχνίες),
- εργαζόμενοι στην κοινή ωφέλεια.

Η κινητοποίηση που θα απαιτηθεί διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες:

- κατάρτιση σε γενικές δεξιότητες όπως αυτές περιγράφονται στην μελέτη της Deloitte – TUV Hellas - Priority που ανέθεσε το ΙΝΣΕΤΕ και αφορά τα εξής επαγγέλματα:
 1. Διαχειριστής Μικρών & Μεσαίων Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων
 2. Προϊστάμενος Τουριστικού γραφείου
 3. Υπεύθυνος Εστιατορίου
 4. Οικονομικός Διαχειριστής / Οικονομικά για Μη Οικονομικούς στον Τουρισμό
 5. Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Διαφήμιση στον Τουρισμό
- κατάρτιση σε ειδικές δεξιότητες που θα προκύψουν από επιμέρους έρευνες αναγκών σε κάθε περιφέρεια και θα αφορά λ.χ. τους ξεναγούς για τους νέους αρχ. χώρους που θα δοθούν προς χρήση, τους φύλακες μουσείων για την χρήση Ψηφιακών Εφαρμογών που θα εγκατασταθούν, επιχειρήσεις με επισκέψιμους χώρους παραγωγής (οινοποιεία, τυροκομεία, χειροτεχνίες) κ.λπ.
- ενημέρωση/πληροφόρηση των υπολοίπων εργαζομένων σε κλάδους που επηρεάζουν έμμεσα τον ΠΤ όπως προσωπικό ΚΤΕΛ, Οργανισμών Λιμένων, γραφεία πληροφοριών ΟΤΑ, προσωπικό φύλαξης αρχ. χώρων και μουσείων, προσωπικό ΕΛΑΣ και ΛΣ, κέντρων υγείας καθώς και στο πολιτικό προσωπικό των ΟΤΑ α' και β' βαθμού.

Οι δυνατότητες χρηματοδότησης των ανωτέρω δράσεων από τα ΠΕΠ είναι δεδομένες, το υπάρχον όμως σύστημα που ρυθμίζει τον τρόπο παροχής της κατάρτισης (ΕΣΔΕΚ) είναι ανελαστικό και δυσλειτουργικό. Ο εκσυγχρονισμός του και η προσαρμογή του στις σύγχρονες ανάγκες των επαγγελματικών κλάδων προετοιμάζεται από το Υπ. Εργασίας. Ο ΣΕΤΕ έχει υποβάλλει τις προτάσεις του από τον Δεκ. 2015.

Και στον τομέα αυτό η τεχνική υποστήριξη που μπορεί να παράσχει η ΥΣΔΜ/ SRSS μπορεί να είναι ιδιαίτερα χρήσιμη, προσκαλώντας εμπειρογνώμονες από κράτη-μέλη της ΕΕ που έχουν μακρόχρονη πρακτική εμπειρία στο αντικείμενο.

5. Οι Ψηφιακές Εφαρμογές (ΨΕ) στον ΠΤ

Οι ΨΕ στον τουρισμό έχουν επιφέρει αλλαγές σε πολλούς τομείς. Οι κρατήσεις μέσω διαδικτύου μεταφορικών μέσων, ξενοδοχείων, δευτερευόντων τουρ. καταλυμάτων (ενοικιαζόμενα δωμάτια, και διαμερίσματα/AirBnB) έχουν ευρύτατη διάδοση και βαθμιαία καλύπτουν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς σε βάρος καθιερωμένων παρόχων των σχετικών υπηρεσιών. Προσφέρουν στον επισκέπτη του ΠΤ τις ίδιες εξυπηρετήσεις όπως και σε αυτόν του City Break ή και άλλων μορφών.

Ο επισκέπτης ΠΤ όμως έρχεται με πρόσθετο στόχο την επίσκεψη σε αρχ. χώρους και μουσεία, σε εκθέσεις και εκδηλώσεις και την αναζήτηση του αυθεντικού. Χρειάζεται ως εκ τούτου την συγκέντρωση πληροφοριών που να μπορούν να συγκροτηθούν σε γνώση και να συνδράμουν στην βίωση μιας αλησμόνητης εμπειρίας. Ο σύγχρονος επισκέπτης ΠΤ (ακόμα και ο συνταξιούχος baby boomer) είναι όλο και περισσότερο ψηφιακά εγγράμματος και προσδοκά/απαιτεί η πληροφόρηση που χρειάζεται να του παρέχεται στο ψηφιακό μέσο που επιλέγει: ταμπλέτα, έξυπνο κινητό ή φορητό υπολογιστή ή και στα τρία. Και θα αναζητήσει την πληροφόρηση:

- πριν την επίσκεψη – κυρίως για έρευνα αγοράς και λιγότερο για την κράτηση,
- αφού φτάσει στον προορισμό – πληροφορίες για τις επιμέρους εκδρομές, την ιστορία των αρχ. χώρων, τα εκθέματα στα μουσεία, την πόλη και τις απολαύσεις που προσφέρει,
- μετά την επίσκεψη – για να συνδέσει όσα είδε με πληροφορίες που θα τον βοηθήσουν να συνθέσει το ταξίδι του σε ενιαίο αφήγημα.

Ο ιδιωτικός τομέας του τουρισμού (καταλύματα, εστιατόρια, τουρ. γραφεία, κάποια ΚΤΕΛ⁴⁸, ακτοπλοϊκές εταιρείες⁴⁹) έχει, με λιγότερη ή περισσότερη επιτυχία, επενδύσει στην δημιουργία ιστότοπων για τις υπηρεσίες που προσφέρει σε μια ή και περισσότερες ξένες γλώσσες, με δυνατότητες προκράτησης ή/και προπώλησης μέσω διαδικτύου.

Το ίδιο ισχύει και για μερικούς ιδιωτικούς και δημόσιους χώρους πολιτισμού, όπως για το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών και Θεσσαλονίκης, την στέγη Πολιτισμού, την ΕΛΣ, το ΕΘ, το Φεστιβάλ Αθηνών και το μουσείο της Ακρόπολης. Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο διαθέτει μεν αγγλόφωνο ιστότοπο (χρειάζεται αναβάθμιση εικαστική, περιεχομένου, λειτουργικότητας κ.λπ.) αλλά όχι προπώληση εισιτηρίων. Η Ακρόπολη δεν διαθέτει δικό της ιστότοπο και οι πληροφορίες που είναι διαθέσιμες παρέχονται μέσω του γενικού ιστότοπου του Υπ. Πολιτισμού “Οδυσσέας”: http://odysseus.culture.gr/index_en.html όπου παρέχεται και αγγλική έκδοση.

48. Το ΚΤΕΛ Αττικής δεν διαθέτει αγγλική έκδοση! Γενικά η περιήγηση ενός ξένου επισκέπτη στους ιστότοπους των ΚΤΕΛ αποτελεί μια αξιομνημόνευτη περιπέτεια. Θα χρειαστεί μια συγκέντρωση όλων των ΚΤΕΛ σε έναν ενιαίο ιστότοπο για να μπορεί ο επισκέπτης να εξυπηρετηθεί ανάλογα.

49. Και στην περίπτωση αυτή ο επισκέπτης θα πρέπει να μπορεί να περιηγηθεί στους ιστότοπους των ακτοπλοϊκών εταιρειών ξεκινώντας από κάποια κοινή πύλη που θα τον οδηγήσει στις Ι/Σ της κάθε εταιρείας και να επιλέγει ανάλογα το μεταφορικό του μέσο. Δεν υποχρεούται να ξέρει ποια εταιρεία εξυπηρετεί ποιόν προορισμό προκειμένου να επιλέξει το δρομολόγιό του. Τονίζεται η επισήμανση από τα ξένα και τα ελληνικά τουρ. γραφεία η ανάγκη έγκαιρης γνωστοποίησης των δρομολογίων.

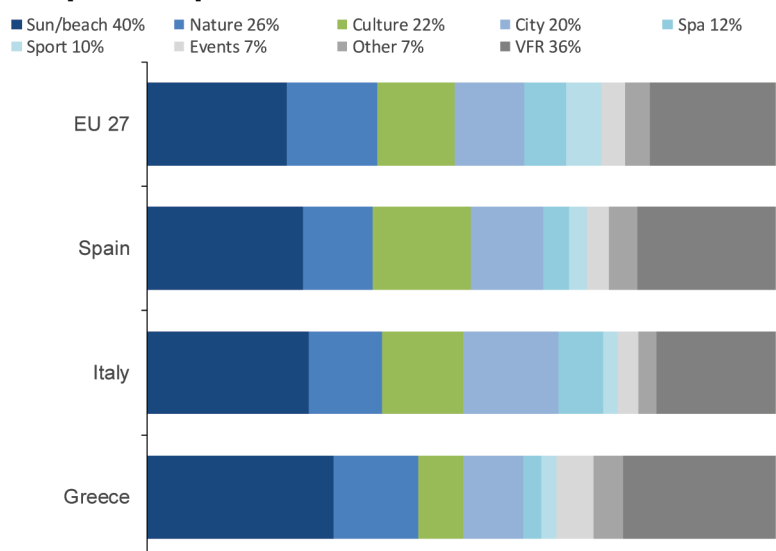
Από μια σύντομη έρευνα διαπιστώθηκε ότι η πλειονότητα των βασικών αρχαιολογικών χώρων ή μουσείων δεν διαθέτουν δικό τους ιστότοπο και καλύπτονται όλοι από τον “Οδυσσέα”. Απαιτείται ωστόσο εκσυγχρονισμός του εν λόγω ιστότοπου με ριζικό ανασχεδιασμό, εμπλουτισμό και λειτουργική του αναβάθμιση. Ο νέος ιστότοπος <http://new.culture.gr/el/SitePages/default.aspx> του Υπ. Πολ. αποτελεί μια καλή προσπάθεια, βρίσκεται όμως σε δοκιμαστική λειτουργία (beta version) και χρειάζεται ολοκλήρωση.

Στην πολύ ενδιαφέρουσα μελέτη της Tourism Economics (Nov. 2013) αναφέρονται τα εξής ως προς τις επιπτώσεις του διαδικτυακού περιεχομένου στον Ευρωπαϊκό τουρισμό:

- Διαπιστώνεται μια ασυμμετρία μεταξύ των εν δυνάμει επισκεπτών που κατοικούν σε χώρες με μεγάλη χρήση του διαδικτύου και της ελληνικής τουριστικής προσφοράς σε online πληροφορίες.
- Η ελληνική τουριστική βιομηχανία θα μπορούσε να αυξήσει την ζήτηση σε μακροπρόθεσμη βάση κατά 20%, να αυξήσει το ΑΕΠ κατά 3% και να δημιουργήσει 100.000 νέες θέσεις εργασίας εάν βελτίωνε την διαδικτυακή της δραστηριότητα στο επίπεδο εκείνων των κρατών της ΕΕ που τροφοδοτούν κατά πλειοψηφία την τουριστική ζήτηση: Γερμανία, ΗΒ, Γαλλία, Ολλανδία, Σουηδία.
- Η βελτίωση του διαδικτυακού περιεχομένου αποκλειστικά στον πολιτιστικό τομέα, θα αύξανε το ΑΕΠ κατά 1,5% και θα δημιουργούσε 50.000 νέες θέσεις εργασίας.

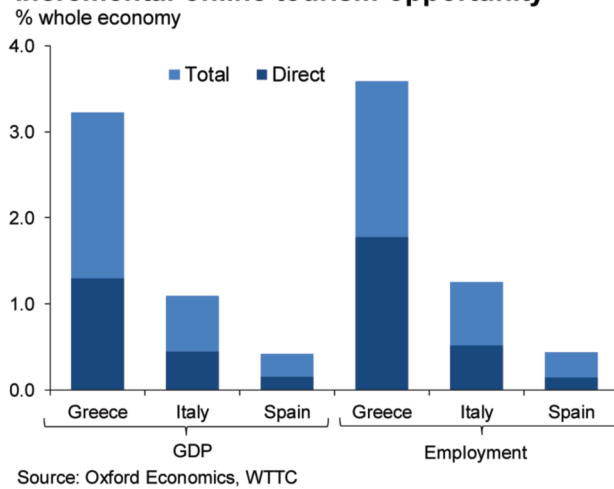
Από την πληθώρα στοιχείων που παρατίθενται στην εν λόγω μελέτη επιλέγονται τα εξής διαγράμματα:

European trip motivators



Source: Flash Eurobarometer 370

Incremental online tourism opportunity



Top European cultural tourism destinations



Προκύπτει δηλαδή και πάλι ότι:

- Το ενδιαφέρον που υπάρχει για ΠΤ από τους εν δυνάμει επισκέπτες της Ελλάδας δεν καλύπτεται από την προσφορά υλικού για τον ελληνικό πολιτισμό που υπάρχει στο διαδίκτυο.
- Το δυναμικό για προσέλκυση επισκεπτών ΠΤ, είναι εξαιρετικά μεγάλο.

Επισημαίνεται και στην μελέτη ότι οι επενδύσεις για εμπλουτισμό του διαδικτυακού υλικού είναι σχετικά μικρές, απαιτούν μικρό χρόνο προετοιμασίας, αποδίδουν γρήγορα καρπούς.

Επίσης, αξιοσημείωτο είναι ότι, σύμφωνα με πληροφορίες που μας έδωσε το SETE Intelligence, μεγάλο μέρος του Ευρωπαϊκού ΠΤ υψηλής δαπάνης κατευθύνεται προς τις ΗΠΑ, την Κίνα και την ΝΑ Ασία.

Ειδικότερες Ψηφιακές Εφαρμογές (ΨΕ) για αρχαιολογικούς χώρους, Μουσεία και εκθέσεις

Οι ΨΕ επεκτείνονται με γοργούς ρυθμούς και στην παροχή πληροφοριών μέσα στον αρχαιολογικό χώρο, στο μουσείο και στις εκθέσεις⁵⁰. Οι διαθέσιμες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται σε αυτό τον τομέα είναι πολλές, εξελίσσονται συνεχώς και θα πρέπει να εντάσσονται στον συνεχή ανασχεδιασμό που ο κάθε αρχαιολογικός χώρος και το κάθε Μουσείο οφείλει να πραγματοποιεί και να προσαρμόζει στις νέες τεχνικές δυνατότητες.

Μια πρώτη κατηγοριοποίηση των ΨΕ που χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο για τον σκοπό αυτό είναι:

- Οθόνες υψηλής ευκρίνειας αναπαράστασης του εκθέματος με δυνατότητα προβολής εικόνας 3-D (πριν ή κατά την διάρκεια της επίσκεψης), με πληροφορίες για το κάθε έκθεμα που θα επιλεγεί. Τις οθόνες προσφέρουν μεγάλοι γνωστοί κατασκευαστές, οι εφαρμογές όμως που θα παρουσιαστούν αναπτύσσονται από εταιρείες που κατά κανόνα συγκροτούν ολιγομελείς ομάδες από εξειδικευμένα στελέχη (συχνά είναι startups).
- ΨΕ για ατομική χρήση από τον επισκέπτη είτε σε δικό του μέσο (έξυπνο κινητό, ή ταμπλέτα) είτε σε ταμπλέτα που θα του παράσχει το μουσείο ή ο αρχ. χώρος. Χρησιμοποιούνται πολλές λύσεις εντοπισμού (geolocalisation) του επισκέπτη μέσα στον χώρο και υπάρχουν πολλές και ενδιαφέρουσες ΨΕ επεξήγησης-παρουσίασης-αναπαράστασης του κάθε εκθέματος. Οι εταιρείες που αναπτύσσουν τις εφαρμογές είναι ίδιου τύπου με τις προηγούμενες.
- ΨΕ εικονικής πραγματικότητας. Υπάρχουν οι κλασικές συσκευές κλειστού τύπου που προσφέρουν πολλοί κατασκευαστές και μία ανοικτού τύπου (τα γυαλιά είναι διαφανή) που επιτρέπουν στον επισκέπτη να διατηρεί επαφή με τον χώρο.

Η ανωτέρω κατηγοριοποίηση απαιτεί αναλυτικότερη παρουσίαση κάθε επιμέρους τύπου προϊόντων από αυτές που υπάρχουν στην αγορά σήμερα. Ο συνεργατικός σχηματισμός (cluster) Corallia <http://www.corallia.org/el/> που αποτελεί μια δομή δημόσιου χαρακτήρα αλλά εξαιρετικά δραστήρια προερχόμενη από την ερευνητική κοινότητα, ασχολείται ειδικά με το αντικείμενο αυτό, συνεργάζεται με πλήθος επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα (ελληνικών και ξένων) και συνιστάται μια παρουσίαση εκ μέρους τους σε φορείς που ενδιαφέρονται για τον ΠΤ.

Η ποικιλία των εφαρμογών είναι πολύ μεγάλη, πολλά προϊόντα είναι εντυπωσιακά (βλ. παραδείγματα στη συνέχεια) και η διάδοσή τους αρχίζει να αποτελεί τον κανόνα σε πάρα πολλά μουσεία του εξωτερικού, κάτι που εξοικειώνει το κοινό του ΠΤ γενικά και το κάνει να προσδοκά αντίστοιχες υπηρεσίες και στις επισκέψεις του σε άλλες χώρες.

Υπάρχουν πολλά μουσεία διεθνώς που διαθέτουν πρωτοποριακές εφαρμογές και μπορούν να αποτελέσουν πηγή ιδεών για εγχώρια μουσεία⁵¹. Επίσης καθόσον ο χώρος των μουσείων έχει έντονα κοινω-

50. Για λόγους πληρότητας αναφέρονται ακόμα και οι εφαρμογές διαχείρισης επισκεπτών όπως: Εφαρμογές που αφορούν την είσοδο των επισκεπτών στον αρχ. χώρο, στο μουσείο ή στην έκθεση (ηλεκτρονικό εισιτήριο). Συνδυάζεται με την προκράτηση/προπώληση εισιτηρίων μέσω διαδικτύου. Συστήματα ασφάλειας των χώρων και των εκθεμάτων. Εφαρμογές διαχείρισης, ταξινόμησης κλπ του υλικού.

51. Τέτοιο είναι το νέο αρχαιολογικό μουσείο στην γερμανική πόλη Chemnitz. Επίσης βλ. την πρωτοβουλία των αμερικανικών μουσείων για το θέμα www.museumsandtheweb.com

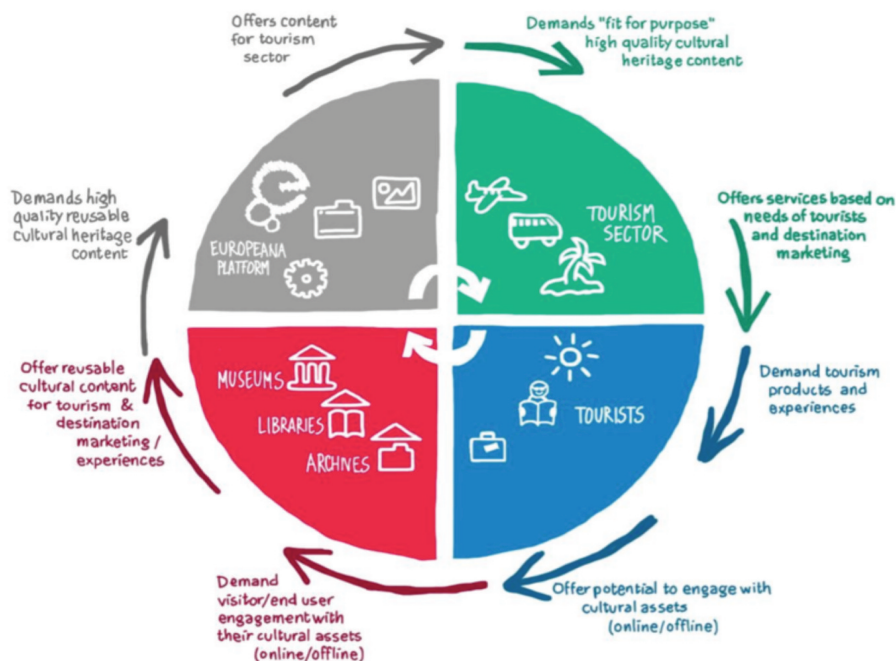
νικά/εκπαιδευτικά χαρακτηριστικά, η γνώση που κάθε μουσείο αναπτύσσει σε σχέση με μεθόδους παρουσίασης είναι διαθέσιμη στο διαδίκτυο και η κοινωνία των στελεχών των μουσείων διεθνώς είναι πολύ ανοιχτή προκειμένου να μοιραστεί την γνώση που διαθέτει.

Πρέπει να επισημανθεί επίσης ότι οι ΨΕ αποτελούν προσφιλέσ πεδίο για τις νεότερες ηλικίες που συχνά δεν επιδεικνύουν μεγάλο ενδιαφέρον για ΠΤ. Αυτού του τύπου οι εφαρμογές μπορούν να καταστήσουν ελκυστικά στις νεότερες ηλικίες τα μουσεία, τα μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους εφόσον σχεδιαστούν κατάλληλα. Στην αγορά πλέον παρουσιάζονται όλο και περισσότερες ΨΕ πολιτιστικού περιεχομένου για αυτές τις ηλικιακές ομάδες, ώστε η οικογενειακή επίσκεψη σε έναν προορισμό ΠΤ να γίνεται απόλαυση για όλη την οικογένεια και όχι μόνο για τους ενήλικες.

Ευρωπαϊκές και εθνικές πολιτικές

Σε σειρά κειμένων πολιτικής των οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης προκρίνεται η προώθηση και η εμβάθυνση των σχέσεων συνεργασίας μεταξύ τουρισμού και πολιτισμού για την ανάπτυξη ΨΕ όπως σε αποφάσεις του Ευρωκοινοβουλίου (κείμενο που εγκρίθηκε στις 08/09/2015), σε κείμενα της Europeana Foundation (βλ. συνέχεια) και σε προγράμματα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Η ΕΕ χρηματοδοτεί την ανάπτυξη παρόμοιων εφαρμογών είτε μέσω των ανταγωνιστικών προγραμμάτων της (λ.χ. το πρόγραμμα ενίσχυσης της έρευνας και της καινοτομίας Horizon 2020) είτε μέσω του ΕΣΠΑ. Ο τομέας των ΨΕ αποτελεί στην “Ευρώπη 2020” άρα και στο ΕΣΠΑ **κύριο τομέα προτεραιότητας**, εντάσσεται δε στους Θεματικούς στόχους (ΘΣ) 1 και 2 που αφορούν την ανάπτυξη της καινοτομίας και την χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)⁵².



Europeana for Tourism, Policy recommendations, December 2014

52. Βλ. κείμενο ΣΕΣ/ΕΣΠΑ σελ. 10-13 αλλά και σε όλο το κείμενο.

Μια ενδιαφέρουσα συμβολή στην προώθηση των ΨΕ στον ΠΤ αποτελεί το κείμενο: *Europeana for Tourism, Policy recommendations, December 2014*, όπου, μεταξύ άλλων πολύ ενδιαφερουσών προτάσεων, προτρέπονται οι δημόσιες αρχές που διαχειρίζονται την πολιτιστική κληρονομιά να συνεργαστούν με τον τουριστικό τομέα και τις τοπικές αρχές στην ανάπτυξη ΨΕ κατάλληλων για χρήση από επισκέπτες του ΠΤ. Στο εν λόγω δημοσίευμα αναπαρίσταται αυτή η σχέση:

Ο τομέας του ΠΤ αποτελεί προνομιακό πεδίο για την επιδίωξη χρηματοδότησης της ανάπτυξης ΨΕ από εξειδικευμένες εταιρείες, αρκεί να διατυπωθούν με σαφήνεια οι ανάγκες της Πολιτείας αλλά και του τουριστικού τομέα.

Το Υπ. Πολιτισμού, που είναι ο κάτοχος μεγάλου μέρους του πολιτιστικού περιεχομένου της χώρας, θα πρέπει να αποκτήσει μια πιο ευέλικτη πολιτική στην διάθεση αυτού του περιεχομένου (βλ. σχετικά τις προτάσεις της McKinsey & Company για το ΤΑΠΑ) και στις συνεργασίες με τον επιχειρηματικό τομέα.

Ο τομέας ανάπτυξης των ΨΕ προσφέρεται επίσης για την εξασφάλιση συμπληρωματικής χρηματοδότησης από τις μεγάλες επιχειρήσεις κινητής τηλεφωνίας αλλά και χορηγίας από όλο τον ιδιωτικό τομέα.

Τέλος οι ΨΕ αποτελούν ένα μοναδικό μέσο αξιοποίησης του πολιτιστικού αποθέματος της χώρας (με χαμηλό σχετικά κόστος επένδυσης και σύντομους χρόνους απόκρισης), που αφορά είτε την πολιτιστική κληρονομιά είτε την σύγχρονη δημιουργία και μπορεί να αποτελέσει σημαντικό εργαλείο στην προβολή του ΠΤ, εντάσσοντας προϊόντα της στο υλικό που θα χρησιμοποιηθεί για το μάρκετινγκ της χώρας συνολικά, των περιφερειών της και των επιμέρους προορισμών ΠΤ.

Παραδείγματα εφαρμογών υπάρχουν πολλά από εταιρείες του εξωτερικού αλλά και του εσωτερικού.

Σταχυολογούνται ενδεικτικά μερικά:

- ✓ Αρχαιολογικός χώρος της Αρχαίας Aquilleia. Αναπαράσταση σε 3D των χώρων.
- ✓ Ακρόπολις και άλλοι χώροι από την ελληνική εταιρεία Moptil
- ✓ Γαλλική εταιρεία Furet Company με πληθώρα εφαρμογών www.furetcompany.com
- ✓ Γαλλική εταιρεία Histoverly με μια ενδιαφέρουσα εφαρμογή σε μνημείο www.histoverly.com
- ✓ Συνεργασία της (δημόσιας) υπηρεσίας χαρτογραφικών δεδομένων της Γαλλίας IGN, www.ign.fr με την γαλλική εταιρεία Intuitart για την ανάπτυξη εφαρμογών γιγαντοχαρτών για εκθέσεις.

6. Συμπεράσματα - Προτάσεις

Η εκτενής και επίκαιρη ακόμα μελέτη του EOT Marketing plan for Greece- Cultural Tourism 2007, θέτει ως στόχο **“Η Ελλάδα να αποτελέσει έναν από τους πρώτους πολιτιστικούς προορισμούς της Ευρώπης”**.

Η υλοποίηση αυτού του στόχου προϋποθέτει την υιοθέτησή του και από τους τρεις συντελεστές που έχουν ρόλο στο εγχείρημα: την πολιτεία, τους παράγοντες της αγοράς και την κοινωνία των πολιτών. Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση για όλες τις περιφέρειες της χώρας ενός τουριστικού προϊόντος όπως ο Πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα έργο φιλόδοξο, σύνθετο, μεγάλης έκτασης: ένα μεγάλο εθνικό εγχείρημα.

Και αυτό θα μπορούσε να συντελεστεί αξιοποιώντας τις υπάρχουσες δημόσιες υποδομές της χώρας, με σχετικά μικρές επενδύσεις στους αρχαιολογικούς χώρους και στα κέντρα των πόλεων, με μία βελτίωση των προσβάσεων και των υπηρεσιών στους αρχαιολογικούς χώρους και με την αξιοποίηση του υφιστάμενου ξενοδοχειακού δυναμικού (με μικρές βελτιωτικές επενδύσεις λόγω της επέκτασης της τουριστικής περιόδου και τις ανάγκες αναβάθμισης πολλών ξενοδοχείων κατά μια κατηγορία).

Επίσης μικρές επενδύσεις στις πληροφορίες που διατίθενται στο διαδίκτυο από όλους τους ιδιώτες παρόχους τουριστικών υπηρεσιών και τους δημόσιους φορείς πολιτισμού θα συνέβαλαν ουσιαστικά στην αύξηση της τουριστικής ροής με παράλληλη εξομάλυνση της εποχικότητας.

Λαμβανομένου υπόψη ότι η κάθε νέα θέση εργασίας στον τουρισμό, λ.χ. σε μια νέα ξενοδοχειακή μονάδα, απαιτεί επένδυση περί τα 150.000 € και τουλάχιστον μια τριετία από την αρχική υποβολή μέχρι την ολοκλήρωση μιας τουριστικής μονάδας, η επένδυση σημαντικά χαμηλότερων πόρων σε ένα έργο όπως το αναφερόμενο, θα επιφέρει αύξηση του ΑΕΠ και δημιουργία θέσεων εργασίας με λιγότερους (αναλογικά) πόρους και σε πολύ μικρότερο χρονικό διάστημα από μια επένδυση στον τομέα Η&Θ.

Αν τεθεί λ.χ. σαν στόχος για την επόμενη πενταετία η προσέλκυση 1,5 εκ επιπρόσθετων επισκεπτών ΠΤ το χρόνο, θα μπορούσε να δημιουργήσει επιπλέον καθαρή τουριστική δαπάνη της τάξεως των 1,1 δις € ετησίως και να δημιουργήσει 30 χιλιάδες νέες άμεσες θέσεις εργασίας με επενδύσεις αρκετά κάτω του 1 δις €. Οι επενδύσεις που θα απαιτούνταν για την δημιουργία ίδιων θέσεων εργασίας σε νέες ξενοδοχειακές μονάδες 4 αστέρων στο παραδοσιακό προϊόν Η&Θ θα ήταν της τάξεως των 4,5 δις € και σε διάστημα που θα ξεπερνούσε την πενταετία.

Να σημειωθεί εδώ ότι οι επενδυτικοί πόροι που απαιτούνται για την ανάπτυξη του ΠΤ είναι επιλέξιμοι να χρηματοδοτηθούν από το ΕΣΠΑ, σε αντίθεση με τις τουριστικές επενδύσεις που περιορίζονται τόσο από τους κανονισμούς του ΕΣΠΑ όσο και από τους κανονισμούς κρατικών ενισχύσεων της ΓΔ Ανταγωνισμού.

Η σχεδίαση προϊόντων ΠΤ όπως αναφέρθηκε και στα επιμέρους κεφάλαια αποτελεί ένα δύσκολο εγχείρημα για τους εξής λόγους:

- Η σχεδίαση προϊόντων Πολιτιστικού Τουρισμού απαιτούν την δημιουργία δομών για τον συντονισμό και τη συνεργασία μεταξύ των βασικών συντελεστών που είναι καινοφανής για τα ελληνικά δεδομένα. Προϋποθέτουν κλίμα συναίνεσης, επίτευξης στόχων και θετικής αντιμετώπισης της ανάπτυξης από τους φορείς και το πολιτικό προσωπικό, κλίμα που θα πρέπει να καλλιεργηθεί κατάλληλα.
- Η καμπάνια για την προβολή και την προώθηση του νέου προϊόντος είναι πολυσύνθετη και καθότι είναι εστιασμένη σε συγκεκριμένο κοινό και επαγγελματίες, απαιτεί φαντασία και ευρηματικότητα από τους σχεδιαστές της και άριστη συνεργασία όλων των συντελεστών ιδιωτικού και ευρύτερου δημόσιου τομέα. Χρήσιμες προτάσεις υπάρχουν στην μελέτη του ΕΟΤ-2007 όπου αναδεικνύεται και η δυνατότητα για μια ευρύτατη κινητοποίηση των εν δυνάμει συμμάχων της χώρας που αφορούν στην συγκεκριμένη μορφή τουρισμού.
- Οι προτάσεις για την καμπάνια-ομπρέλα που τιτλοφορείται στην εν λόγω μελέτη *“Η Ελλάδα να αποτελέσει έναν από τους πρώτους πολιτιστικούς προορισμούς της Ευρώπης”* εστιάζονται σε 3 τομείς:
 - Ανάδειξη των μνημείων πολιτισμού σε εμπειρίες μάθησης και αναψυχής (edutainment)
 - Αύξηση της παρουσίας της χώρας ως προορισμού ΠΤ στο διαδίκτυο και στους φακέλους εργασίας εξειδικευμένων “μεσολαβητών”⁵³
 - Επικοινωνία του βελτιωμένου και δελεαστικού προορισμού πολιτισμού που αποτελεί η Ελλάδα.

Ο κάθε τομέας αναλύεται σε επιμέρους δράσεις – προτείνονται συνολικά 51 επιμέρους δράσεις που αναλύονται διεξοδικά στην μελέτη.

- Θα απαιτηθούν πολλές και διαφορετικού τύπου δράσεις για την κατάρτιση των εργαζομένων καθώς και για την ενημέρωση των λοιπών επαγγελματιών όλης της αλυσίδας αξίας⁵⁴ του νέου προϊόντος προκειμένου να επιτευχθεί η απαραίτητη ποιοτική αναβάθμιση των υποδομών και των υπηρεσιών.
- Θα χρειαστεί κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού (άρα και πρόσθετη δαπάνη για τις νέες προσλήψεις) και ικανοποιητική δαπάνη για την προβολή και την προώθηση του προϊόντος. Εφόσον όμως η καμπάνια προώθησης γίνει στοχευμένα, με συντονισμό όλου του δυναμικού που διαθέτουν οι οργανισμοί που προβάλλουν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο τον ελληνικό τουρισμό⁵⁵, με αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρει το διαδίκτυο, το όλο κόστος της προβολής θα μπορούσε να αποτελέσει μικρό μέρος αυτών που παραδοσιακά διατίθεται για την προβολή της χώρας.

53. Εξειδικευμένα ταξ. γραφεία του εξωτερικού (βλ §2.3), τα 16 γραφεία του ΕΟΤ στο εξωτερικό, αεροπορικές εταιρείες, το πλήθος-σε διεθνές επίπεδο- των ΜΚΟ που ασχολούνται με τον πολιτισμό, τα μουσεία ανά τον κόσμο που διαθέτουν εκθέματα του ελληνικού πολιτισμού, τα ξένα ΑΕΙ με ανάλογα τμήματα ιστορίας, αρχαιολογίας και ελληνικής γλώσσας. Η κινητοποίηση που μπορεί να πραγματοποιηθεί είναι πραγματικά ανεξάντλητη!

54. Αλυσίδα αξίας στον τουρισμό- βλέπε Παράρτημα 1.

55. Εκτός του ΕΟΤ (Visit Greece) και του Marketing Greece, ανθρώπινο δυναμικό και ιστοσελίδες διαθέτουν πλήθος οργανισμών και ΜΚΟ που θα μπορούσαν να συμμετάσχουν στην κινητοποίηση με τον κατάλληλο συντονισμό: [this is Athens](#) του Δήμου Αθηναίων, αντίστοιχα και για [Θεσσαλονίκη](#) και τις υπόλοιπες πόλεις τουριστικού ενδιαφέροντος, [Διάζωμα](#), [Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού](#) και πολλοί άλλοι παρόμοιοι οργανισμοί όπως ιδιωτικά μουσεία, επιμέρους αρχαιολογικοί χώροι και φυσικά η ιστοσελίδα του Υπ. Πολιτισμού [“Οδυσσέας”](#) που χρειάζεται ανασχεδίαση και εμπλουτισμό.

Ο Τουρισμός στην Ελλάδα πραγματοποιείται ουσιαστικά σε 5 περιφέρειες που καλύπτουν το 85% των διανυκτερεύσεων, έξω οι 3 είναι νησιωτικές: Κρήτη, Ν. Αιγαίο, Ιόνια, Κ. Μακεδονία, Αττική. Το πολιτιστικό απόθεμα που υπάρχει σε αυτές τις περιφέρειες, ιδιαίτερα στις 2 πρώτες, αξιοποιείται ήδη, αν και υπάρχουν ακόμα μεγάλα περιθώρια περαιτέρω αξιοποίησης τους εφόσον συνδυαστεί με συγκεκριμένο σχέδιο επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

Οι 3 πρώτες περιφέρειες έχουν τη δυνατότητα να σχεδιάσουν ενδογενώς νέα προϊόντα ΠΤ, συνεργάζονται με τις υπηρεσίες της πολιτείας που διαχειρίζονται τα διάφορα μνημεία και σε πρώτη φάση δεν κρίνεται σκόπιμη η εστίαση της προσοχής κεντρικών φορέων για την υποστήριξη τους στο θέμα. Η Αττική και η ΚΜ αποτελούν χωριστή περίπτωση που απαιτούν άλλη αντιμετώπιση.

Υπάρχουν όμως 7 περιφέρειες χαμηλών τουριστικών επιδόσεων αλλά με αξιοποιήσιμα μνημεία και καλές υποδομές μεταφορών: Ήπειρος, Δ.Ελλάδα, Θεσσαλία, ΑΜΘ, Στερεά Ελλάδα, Β. Αιγαίο, Πελοπόννησος⁵⁶. Οι εν λόγω περιφέρειες θα χρειαστούν υποστήριξη από φορείς του κέντρου για τη σχεδίαση προϊόντων ΠΤ και σε πρώτη φάση οι προσπάθειες ανάπτυξης του ΠΤ προτείνεται να εστιαστούν εκεί, μαζί με την Αττική και την περιοχή της Θεσσαλονίκης.

Η Αθήνα, όπως αναφέρθηκε και στην παρουσίαση των ΠΕΠ ανά περιφέρεια, διαδραματίζει έναν πολύ κομβικό ρόλο στο τουριστικό γίνεσθαι της χώρας. Αν και μετά την διετία 2011-12 υπάρχει εκ νέου μια ανάκαμψη του τουριστικού ρεύματος, εν τούτοις δεν αποτελεί ακόμα εμβληματικό προορισμό ΠΤ. Κάτι απολύτως εφικτό με δεδομένες τις δυνατότητες που προσφέρει: κλίμα, υποδομές, καταλύματα, μνημεία, πολιτιστικό γίνεσθαι, πληθώρα δυνατοτήτων ημερήσιων εκδρομών, πλούσιο εμπορικό κέντρο, ασφαλή, ζωντανή και ευχάριστη για τον επισκέπτη ατμόσφαιρα.

Η Θεσσαλονίκη αν και προωθεί πιο εστιασμένα τον ΠΤ και το City Break, έχει ακόμα πολλές δυνατότητες ανάπτυξης και στους δύο τομείς καθώς και στον τομέα της κρουαζιέρας. Διαθέτει όλα τα χαρακτηριστικά για να εξελιχθεί σε έναν προσφιλή (trendy) προορισμό.

Ο Πολιτιστικός Τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μια από τις ευεργετικές ενέσεις που χρειάζεται η οικονομία της χώρας. Αυτό που διακρίνει αυτόν τον τουρισμό από τον τουρισμό Η&Θ είναι ότι χρειάζεται λίγες αλλά εστιασμένες και “έξυπνες” επενδύσεις, που μπορούν να αποδώσουν άμεσα καρπούς. Ενδεικτικά αναφέρονται δράσεις όπως:

- η ανάρτηση και η συνεχής ενημέρωση στο διαδίκτυο ποιοτικών πληροφοριών και αφηγήσεων (storytelling) για τους χώρους και τις εκδηλώσεις πολιτισμού,
- η ανάρτηση και η συνεχής ενημέρωση στο διαδίκτυο ποιοτικών πληροφοριών από τον ιδιωτικό τομέα για όλες τις υπόλοιπες υπηρεσίες προς τους επισκέπτες – μεταφορές, εστίαση, εκδρομές, χώροι άθλησης, υπηρεσίες υποστήριξης,

56. Οι περιφέρειες αυτές δεν διαθέτουν μεν όσο πλούσιο ξενοδοχειακό δυναμικό όσο οι 5 “μεγάλες” αλλά σε πρώτη φάση μπορούν να δεχτούν σε καταλύματα 4&5 αστέρων έναν αριθμό επισκεπτών μεγαλύτερων απαιτήσεων (βλ πίνακα 6.1 σελ 104 στο ΕΟΤ 2015).

- η βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχονται στους επισκέπτες στους δημόσιους χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς,
- η βελτίωση της αισθητικής, της σήμανσης και της καθαριότητας στις πόλεις και στις προσβάσεις προς τους χώρους πολιτισμού,
- η ποιοτική αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών στα καταλύματα χαμηλότερης κατηγορίας (από 3* και κάτω) και στους άλλους κρίκους της αλυσίδας αξίας του τουρισμού.

Όλες οι ανωτέρω δράσεις και έργα χρηματοδοτούνται από τα 20 ΕΠ του ΕΣΠΑ, και εφόσον ενταχθούν σε ολοκληρωμένα σχέδια δράσης, η έγκρισή τους μπορεί να πραγματοποιηθεί και πολύ ταχύτερα από ότι στο παρελθόν.

Οι νέοι κανονισμοί του ΕΣΠΑ ενθαρρύνουν την δημιουργία παρόμοιων ολοκληρωμένων σχεδίων δράσης μέσα από εργαλεία όπως είναι η Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (ΤΑΠΤΟΚ), η Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ) και η Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη (ΒΑΑ) ανάλογα με το είδος της περιοχής: ΤΑΠΤΟΚ για μικρότερους δήμους, ΟΧΕ για επίπεδο Περιφέρειας και ΒΑΑ για αστικά συγκροτήματα.

Τα ανωτέρω εργαλεία διευκολύνουν την εφαρμογή ολοκληρωμένων σχεδίων καθόσον δίνουν την δυνατότητα χρηματοδότησης του κάθε σχεδίου και από τα 3 ευρωπαϊκά ταμεία του ΕΣΠΑ: Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) για έργα υποδομής, Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) για δράσεις επαγγελματικής κατάρτισης, Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ) για δράσεις που σχετίζονται με ενίσχυση γεωργικών εκμεταλλεύσεων σε αγροτικές περιοχές.

Καθόσον δε ο πολιτιστικός τουρισμός κατεξοχήν συνδυάζει τον αγροτικό τομέα (παραγωγή προϊόντων για την εστίαση), τις υποδομές (ανάδειξη μουσείων, χώρων & μνημείων) και την κατάρτιση, τα εν λόγω εργαλεία αποτελούν πρώτης τάξεως ευκαιρία για την αξιοποίησή τους σε πρωτοβουλίες ανάπτυξης ΠΤ.

Προϋπόθεση όλων των ανωτέρω είναι η συνεννόηση μεταξύ των κύριων συντελεστών που θα καταλήγει σε συγκεκριμένα σχέδια δράσης για κάθε περιφέρεια αλλά που θα εντάσσονται στο εθνικό σχέδιο Πολιτιστικού Τουρισμού. Ένα σχέδιο που θα συνδέσει την επιχειρηματικότητα με την υλική και την άυλη πολιτιστική κληρονομιά, που θα αναδεικνύει τη νέα αισιοδοξία που χρειάζεται η χώρα για να ξεκινήσει πάλι η οικονομία της, που θα αξιοποιήσει και θα κινητοποιήσει τις ζωντανές δυνάμεις της κοινωνίας σε μια νέα εξωστρέφεια χωρίς αυτοπεριορισμούς και συμπλέγματα, με θετική διάθεση προκειμένου να μοιραστούμε με την διαδίκτυωμένη διεθνή κοινότητα την ιστορία μας και τη σύγχρονη δημιουργικότητά μας.

Βιβλιογραφία

Ποιος είναι ο πελάτης μας; SETE Intelligence, Οκτ. 2015

UNESCO Tourism, Culture & Sustainable Development, 2006

Μύθοι και αλήθειες για τον ελληνικό Τουρισμό ΙΝΣΕΤΕ 2014

Marketing plan for Greece- Cultural Tourism, April 2007/THR, PRC,MRB

Handbook on Tourism Product Development UNWTO 2011

Σχεδιασμός Στρατηγικής του ΤΑΠΑ με στόχο την Προβολή και Αξιοποίηση της Ελληνικής Πολιτιστικής Κληρονομιάς, PWC -The restructuring of the Greek Hospitality Industry, May 2014

Greece 10 years ahead, McKinsey & Company, 2011

The Impact of Culture on Tourism, OECD, 2009

Η έξυπνη οικονομία- Πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα, Σοφία Λαζαρέτου, Τράπεζα της Ελλάδος, Working Paper 175, Φεβρ. 2014.

Europeana for Tourism, Policy recommendations, Europeana Foundation, December 2014.

Transforming the world with culture, White Paper, Europeana Foundation, September 2015

European Parliament, 2014/2149(INI) - 08/09/2015 Text adopted by Parliament, single reading

Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης, Αλέξης Χατζηδάκης, ΕΟΤ, Σεπτ. 2015

The Impact of Online Content on European Tourism, Tourism Economics, November 2013

Συλλογικός Τόμος της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών με θέμα: “ Ανταγωνιστικότητα για ανάπτυξη: Προτάσεις πολιτικής” Αθήνα 2014.

Παραρτήματα

1. Αλυσίδα Αξίας στον Τουρισμό	72
2. Επισκέψεις μουσείων κατά μήνα, 2014	73
3. Επισκέψεις αρχαιολογικών χώρων κατά μήνα, 2014	79
4. Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, 2013-2014	84
5. Στοιχεία κρουαζιέρας, 2013-2014	86
6. Εναλλακτικές πολιτιστικές και βιωματικές περιηγήσεις στην πόλη	87
7. Θέσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος ως δυνητικός τουριστικός προορισμός	90
8. Η συμβολή του σωματείου Διάζωμα στην αναστήλωση των αρχαίων θεάτρων	96

Παράρτημα 2

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΤΑ ΜΗΝΑ, ΕΤΟΥΣ 2014													
Admissions to museums by month: 2014													
ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	137.307	165.127	261.474	374.213	460.457	419.222	499.414	559.529	488.087	421.586	200.351	167.584	4.154.351
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ	151	373	136	368	616	376	128	336	387	543	315	304	4.033
ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	89	257	0	200	394	315	28	53	201	373	206	262	2.378
<i>Αιγίου</i>	62	116	84	168	170	61	34	185	68	158	64	42	1.212
<i>Θέρμου</i>	0	0	52	0	52	0	66	98	118	12	45	0	443
ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	731	967	1.252	2.842	3.031	1.479	1.804	2.151	1.796	2.420	1.048	808	20.329
<i>Άργους</i>	42	32	82	131	157	40	0	0	0	0	0	0	484
<i>Ναυπλίου</i>	689	935	1.170	2.711	2.874	1.439	1.804	2.151	1.796	2.420	1.048	808	19.845
ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	108	83	135	63	117	52	73	109	74	101	0	81	996
<i>Τρίπολης</i>	108	83	135	63	117	52	73	109	74	101	0	81	996
ΝΟΜΟΣ ΑΡΤΑΣ	328	504	597	648	899	877	1.040	1.156	633	678	466	305	8.131
<i>Άρτας</i>	48	47	55	88	229	258	177	149	108	40	55	73	1.327
<i>Ναός Παρηγορήτισσας</i>	280	457	542	560	670	619	863	1.007	525	638	411	232	6.804
ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	98.459	109.099	167.668	189.039	230.845	206.033	230.700	240.422	220.619	218.645	132.774	117.918	2.162.221
<i>Ακρόπολης</i>	51.580	62.038	101.930	113.336	142.886	137.411	158.581	167.594	145.498	141.016	83.219	72.320	1.377.409
<i>Εθνικό Ιστορικό Μουσείο</i>	1.236	972	1.624	1.056	1.091	1.283	1.099	1.247	1.302	1.203	1.180	1.267	14.360
<i>Εθνική Πνακοθήκη - Μουσείο Αλ. Σούτς</i>	648	522	447	275	352	220	213	413	462	459	474	622	5.107
<i>Μπενάκη</i>	16.141	12.988	14.496	9.612	15.113	9.316	7.989	5.359	7.418	10.253	12.506	10.934	132.125
<i>Βυζαντινό και Χριστιανικό Αθηνών</i>	2.382	2.165	2.436	3.977	9.064	5.022	4.590	4.425	5.227	5.552	2.224	4.781	51.845
<i>Εθνικό Αρχαιολογικό Αθηνών</i>	19.209	22.234	35.741	49.044	46.843	42.845	48.072	51.405	49.047	48.448	24.507	21.720	459.115
<i>Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης</i>	1.725	1.379	2.151	1.758	2.794	2.051	2.126	2.158	2.322	2.383	2.116	1.458	24.421
<i>Επιγραφικό Αθηνών</i>	649	519	287	400	632	653	428	299	521	429	760	748	6.325
<i>Καναλλοπούλου</i>	1.106	1.385	1.755	2.124	2.991	2.373	3.229	2.940	2.679	2.488	1.702	302	25.074
<i>Βυζαντινό Κυθήρων</i>	0	0	0	64	27	95	68	84	108	88	0	0	534
<i>Λαυρίου</i>	50	141	128	120	262	124	116	117	112	190	121	85	1.566
<i>Μεγάρων</i>	31	118	98	127	168	103	46	20	262	98	0	37	1.108
<i>Μονή Δαφνίου</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Μονή Καισαριανής</i>	548	838	1.895	3.305	3.245	893	446	481	683	1.792	1.576	823	16.525
<i>Νομισματικό Αθηνών</i>	1.565	1.206	1.193	1.008	1.472	1.188	1.078	1.111	1.461	1.312	0	953	13.547
<i>Αρχαιολογικό Πειραιώς</i>	498	1.166	1.199	1.011	1.228	692	694	652	1.075	1.549	0	897	10.661
<i>Πόρου</i>	14	20	77	181	611	427	377	415	397	147	0	0	2.666
<i>Σαλαμίνας</i>	54	215	104	254	120	111	139	119	122	152	0	64	1.454
<i>Σπεσών</i>	15	138	323	648	551	395	458	589	508	202	0	63	3.890
<i>Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης (Τζαμί Τζιστά</i>	1.008	1.055	1.784	739	1.395	831	951	994	1.415	884	2.389	844	14.289

Παράρτημα 2

ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ	912	1.920	1.593	2.257	2.783	759	807	833	1.060	1.906	1.375	936	17.141
Αιγίου	93	156	178	217	218	63	84	71	29	147	231	73	1.560
Πάτρας	819	1.764	1.415	2.040	2.565	696	723	762	1.031	1.759	1.144	863	15.581
ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	1.949	1.536	1.886	3.653	3.886	2.884	2.876	2.591	3.701	3.339	1.788	1.269	31.358
Αρχαιολογική συλλογή Διατόμου Θηβών	153	208	227	225	193	279	183	120	212	651	167	183	2.801
Ιερά Μονή Οσίου Λουκά	1.539	1.081	1.289	3.105	3.129	2.300	2.471	2.247	3.210	2.450	1.191	622	24.814
Αρχαιολογικό Σηραταρίου	38	41	155	60	106	68	53	32	35	72	256	99	1.015
Αρχαιολογικό Χαϊρωνείας	219	206	235	263	458	237	169	192	244	166	174	365	2.928
ΝΟΜΟΣ ΔΡΑΜΑΣ	289	112	125	172	152	201	201	117	127	73	95	594	2.258
Δράμας	289	112	125	172	152	201	201	117	127	73	95	594	2.258
ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	702	552	1.489	15.827	38.735	51.135	69.157	68.507	59.206	36.444	4.526	1.537	347.817
Αρχοντικό Νικολαΐδη (Πάτμος)	0	0	0	124	108	115	212	539	180	48	0	0	1.306
Αστυπάλαιας	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αρχαιολογικό Καστελορίζου	4	0	25	73	0	0	0	0	0	0	0	0	102
Λαογραφικό Καστελορίζου (Τζαμί)	0	0	0	92	188	287	395	460	364	272	0	0	2.058
Καλύμνου	0	0	0	0	0	0	526	720	587	267	39	0	2.139
Αρχαιολογικό Καραβάθου	0	11	10	8	0	93	336	322	264	81	2	0	1.127
Κω	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ναός Παναγίας Κάστρου Ρόδου	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αρχαιολογικό Νισύρου	0	0	0	0	322	285	427	705	412	150	0	0	2.301
Παλάτι Μεγάλου Μαγίστρου-Ιπποτών Ρόδου	560	391	1.148	12.082	28.492	38.600	51.232	50.328	44.589	27.019	3.449	1.016	258.906
Κοσμητική Συλλογή Ρόδου	138	150	306	3.448	9.625	11.755	16.029	15.433	12.830	8.607	1.036	521	79.878
Σύμης	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΕΒΡΟΥ	0	0	0	360	1.978	1.439	1.596	2.346	641	0	0	0	8.360
Σαμοθράκης	0	0	0	360	1.978	1.439	1.596	2.346	641	0	0	0	8.360
ΝΟΜΟΣ ΕΥΒΟΙΑΣ	196	344	353	1.773	987	1.603	1.523	2.464	1.758	1.155	236	62	12.454
Ερέτριας	58	191	147	1.288	635	810	501	946	795	935	179	0	6.485
Καρύστου	16	9	11	93	104	138	92	88	134	67	0	14	766
Σκύρου	0	68	118	324	113	593	825	1.287	655	77	0	0	4.060
Χαλκίδας	122	76	77	68	135	62	105	143	174	76	57	48	1.143
ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	253	0	0	0	0	0	1.306	1.800	1.107	652	0	0	5.118
Ζακύνθου	253	0	0	0	0	0	1.306	1.800	1.107	652	0	0	5.118
ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ	2.210	3.591	9.153	21.592	16.698	15.643	19.258	22.970	18.628	15.800	4.289	2.794	152.626
Αρχαία Ολυμπία	1.975	3.196	8.378	20.078	14.539	13.658	16.613	19.772	16.563	14.119	3.444	2.641	134.976
Μουσειακή συλλογή Ήλιδας	71	174	166	230	497	395	173	336	113	272	434	15	2.816
Μουσείο Ιστορίας Ολυμπιακών Αγώνων	164	221	609	1.284	1.662	1.650	2.472	2.862	1.952	1.409	411	138	14.834
ΝΟΜΟΣ ΗΜΑΘΙΑΣ	558	737	1.102	1.764	1.311	294	261	420	916	838	999	940	10.140

Παράρτημα 2

ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
<i>Βυζαντινά Βεραιάς</i>	200	387	688	778	854	119	103	152	302	462	526	392	4.963
<i>Αρχαιολογικό Βεραιάς</i>	358	350	414	986	457	175	158	288	614	376	473	548	5.177
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	1.303	1.148	2.847	11.734	23.699	23.592	33.228	39.269	34.163	22.136	4.088	1.735	198.942
<i>Ηρακλείου</i>	1.303	1.148	2.847	11.734	23.699	23.592	33.228	39.269	34.163	22.136	4.088	1.735	198.942
<i>Αρχαιολογική Συλλογή Αρχαίων</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	219	119	709	347	421	533	510	491	378	218	0	268	4.213
<i>Ηγουμενίτσας</i>	219	119	709	347	421	533	510	491	378	218	0	268	4.213
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	12.286	25.267	29.330	46.817	41.853	34.963	39.813	51.098	38.662	38.973	22.265	14.032	395.359
<i>Βυζαντινού Πολιτισμού</i>	2.067	7.602	8.360	12.946	9.743	4.783	5.096	5.653	5.639	6.718	3.456	6.945	78.408
<i>Αρχαιολογικό Θεσσαλονίκης</i>	4.217	7.974	9.355	11.976	11.385	10.949	8.309	12.933	9.452	9.751	7.639	2.166	106.006
<i>Λευκού Πύργου</i>	6.002	9.691	11.615	22.495	20.725	19.331	26.408	32.512	23.571	22.504	11.170	4.921	210.945
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	1.488	1.595	4.816	4.666	3.895	1.633	2.807	2.646	2.164	2.243	1.954	2.216	32.123
<i>Βυζαντινά Ιωαννίνων</i>	822	314	2.900	2.788	2.056	877	1.315	1.824	1.155	1.151	833	811	16.946
<i>Αρχαιολογικό Ιωαννίνων</i>	666	1.281	1.916	1.878	1.839	756	1.492	822	1.009	1.092	1.121	1.405	15.277
<i>Κόνιτσας (Φωτ. Έκθεση)</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	324	433	353	900	1.442	2.779	4.338	5.768	3.867	952	332	584	22.072
<i>Θάσου</i>	24	36	113	239	1.050	2.176	3.823	5.171	3.373	449	58	17	16.529
<i>Καβάλας</i>	300	339	205	589	340	512	422	446	322	418	251	551	4.695
<i>Φιλίππων</i>	0	58	35	72	52	91	93	151	172	85	23	16	848
ΝΟΜΟΣ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	553	890	765	667	740	276	69	111	121	369	0	53	4.614
<i>Αρχαιολογικό Καρδίτσας</i>	542	756	765	430	740	288	56	84	110	291	0	27	4.089
<i>Ναός Απόλλωνα (Μητρόπολη Καρδίτσας)</i>	11	134	0	237	0	8	13	27	11	78	0	26	545
ΝΟΜΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Καστοριάς</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	289	430	907	3.294	6.404	6.080	8.098	10.495	8.373	4.328	390	747	49.835
<i>Ασιατικής Τέχνης</i>	222	217	340	1.718	2.108	2.549	4.143	5.893	4.062	1.760	369	270	23.651
<i>Κέρκυρας</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Ναός Αντιβουωνιώτισσας</i>	27	213	266	614	2.011	1.081	1.613	1.611	1.281	739	0	222	9.678
<i>Παλαιόπολης Κέρκυρας (Μον Ρεπά)</i>	40	0	301	962	2.285	2.450	2.342	2.891	3.030	1.829	21	255	16.506
ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
<i>Αργασολίου</i>	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
ΝΟΜΟΣ ΚΙΛΙΚΙΑΣ	35	57	73	68	16	14	40	11	34	22	22	2	394
<i>Κιλίκης</i>	35	57	73	68	16	14	40	11	34	22	22	2	394
ΝΟΜΟΣ ΚΟΖΑΝΗΣ	68	129	644	849	1.410	310	191	631	482	309	0	125	5.148
<i>Αιανής</i>	68	129	644	849	1.410	310	191	631	482	309	0	125	5.148
ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	135	102	113	383	474	235	289	341	353	291	0	34	2.750
<i>Ισθμίας</i>	135	102	113	383	474	235	289	341	353	291	0	34	2.750
ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	464	597	1.268	6.794	17.622	17.924	22.777	28.962	23.330	13.093	1.342	636	134.809

Παράρτημα 2

ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
Αρχαιολογική Συλλογή Ανάφης	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Άνδρου	0	10	11	36	257	255	943	1.120	676	201	9	15	3.533
Αρχαιολογική Συλλογή Αιμαργού	0	0	0	0	136	85	207	845	73	86	0	0	1.432
Θήρας Νέο	233	237	663	3.749	8.041	7.942	8.423	8.495	10.047	6.461	646	271	55.208
Θήρας Παλαιά	70	60	165	1.075	2.465	2.360	2.550	2.790	3.250	2.100	240	130	17.255
Ίου	0	0	0	0	160	111	309	374	252	97	15	0	1.318
Κέας	0	13	0	39	74	364	500	1.222	477	192	25	59	2.965
Κιρλώλου	0	0	0	0	0	0	445	890	195	96	0	0	1.626
Μήλου	5	25	21	94	641	461	1.962	3.596	1.059	203	67	24	8.158
Μυκάνου	33	29	61	490	1.501	1.211	1.047	1.443	1.339	895	67	0	8.116
Νάξου	10	20	30	450	2.250	2.531	2.669	3.500	2.800	1.200	101	20	15.581
Πάρου	72	92	104	401	1.637	1.464	1.559	2.088	1.746	596	85	38	9.882
Αρχαιολογική Συλλογή Σερφίου	0	0	0	6	40	108	143	182	45	0	0	0	524
Σίφνου	0	3	2	48	51	162	396	542	309	69	3	0	1.585
Σύρου	18	0	135	276	172	634	1.068	1.344	683	682	51	57	5.120
Τήνου	23	108	76	130	197	236	556	531	379	215	33	22	2.506
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	535	498	1.057	1.743	1.634	1.660	3.072	3.399	1.964	1.801	856	673	18.892
Διρού Νεολιθικό	41	19	117	165	257	387	973	1.434	394	229	31	28	4.075
Μονεμβασιές	183	228	411	583	510	426	438	600	553	564	222	174	4.892
Πύργος Πικουλάκη	16	34	55	91	94	113	136	198	152	110	27	10	1.036
Σπάρτης	295	217	474	904	773	734	1.525	1.167	865	898	576	461	8.889
ΝΟΜΟΣ ΛΑΡΙΣΑΣ	366	272	1.120	1.155	957	1.098	547	646	660	1.007	0	426	8.254
Αρχοντικό Σφόρτς	366	272	1.120	1.155	957	1.098	547	646	660	1.007	0	426	8.254
Λάρισας	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	432	349	913	2.922	6.124	3.704	3.673	4.659	5.556	4.828	1.085	329	34.574
Αγίου Νικολάου	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ιεράπετρας	108	40	43	129	340	280	290	410	430	355	145	125	2.695
Ναός Παναγίας Κεράς Λασιθίου	272	292	817	2.619	4.719	2.840	2.715	3.450	4.439	3.975	895	152	27.185
Σητείας	52	17	53	174	1.065	584	688	799	687	498	45	52	4.694
ΝΟΜΟΣ ΛΕΣΒΟΥ	0	0	154	937	2.135	1.517	2.314	2.860	2.329	872	103	145	13.366
Αρχοντικό Βαρελιτζάινας	0	0	0	119	871	578	511	703	799	188	0	0	3.789
Αρχαιολογική Συλλογή Έρεσσού	0	0	0	19	24	0	0	0	0	0	0	0	43
Λήμνου	0	0	0	322	254	358	898	1.057	594	284	0	0	3.767
Μνημείο Ταραί Χαϊμάμ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40
Μυτιλήνης Νέο	0	0	84	392	746	405	625	854	936	360	103	145	4.650
Μυτιλήνης Παλαιά	0	0	70	85	240	176	280	204	0	0	0	0	1.055
Αρχαιολογική Συλλογή Νάπτης	0	0	0	0	0	0	0	42	0	0	0	0	42
ΝΟΜΟΣ ΛΕΥΚΑΔΑΣ	0	33	269	543	491	649	930	728	755	303	160	87	4.948
Λευκάδας	0	33	269	543	491	649	930	728	755	303	160	87	4.948
ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	813	1.727	5.807	6.703	4.679	1.483	966	1.250	1.406	3.430	1.736	2.958	32.958
Αμυρού	36	122	289	169	51	116	25	58	75	36	114	144	1.235

Παράρτημα 2

ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ Σ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΙΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ Σ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	777	1.605	5.518	6.534	4.628	1.367	941	1.192	1.331	3.394	1.622	2.814	31.723
Βόλου	573	828	1.719	2.750	2.695	2.073	4.079	6.097	3.323	3.439	2.033	666	30.275
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	298	182	705	1.238	1.096	683	914	1.704	1.162	1.084	507	188	9.761
Αρχαία Μεσσήνης	17	7	67	82	64	61	82	135	77	59	0	0	651
Κτήριο "Κ. Τσικλητήρα"	0	0	5	5	2	0	0	0	0	0	0	0	12
Κτήριο "Πασά"	223	222	397	598	708	545	1.316	1.911	0	857	1.427	377	8.581
Μουσείο Μεσσηνίας (Καλαμάτα)	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35
Πύλου	0	0	0	0	161	227	919	1.140	1.382	858	0	0	4.687
Πύργος Μουρτζίνου (Καρδαμύλη)	0	417	545	827	664	557	848	1.207	702	581	99	101	6.548
Χώρας Τριφυλλίας	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	288	363
ΝΟΜΟΣ ΞΑΝΘΗΣ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	288	363
Αβδήρων	650	350	850	1.100	1.500	1.450	1.850	1.800	3.601	3.099	1.500	1.000	18.750
Πέλλας	650	350	850	1.100	1.500	1.450	1.850	1.800	3.601	3.099	1.500	1.000	18.750
ΝΟΜΟΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	407	325	675	1.046	1.395	2.055	2.093	3.198	2.363	1.506	737	544	16.344
Δίου	407	325	675	1.046	1.395	2.055	2.093	3.198	2.363	1.506	737	544	16.344
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ	89	31	150	213	492	607	1.150	1.420	970	191	104	130	5.547
Νικόπολης	89	31	150	213	492	607	1.150	1.420	970	191	104	130	5.547
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	196	257	291	1.251	1.989	2.111	2.625	3.211	2.620	2.389	419	252	17.611
Ρεθύμνου	196	257	291	1.251	1.989	2.111	2.625	3.211	2.620	2.389	419	252	17.611
ΝΟΜΟΣ ΡΟΔΟΠΗΣ	493	660	1.036	998	1.615	362	207	301	147	195	636	891	7.541
Αρχοντικό Ταβανιώτη (Μαρώνεια)	5	0	106	279	331	60	81	130	57	85	52	0	1.186
Κοιστηνής	488	660	930	719	1.284	302	126	171	90	110	584	891	6.355
ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	57	49	46	529	1.954	2.602	4.470	5.796	3.887	1.221	62	21	20.694
Πυθαγορείου	13	40	31	232	770	1.031	1.720	2.622	1.663	508	62	21	8.713
Σάμου	44	9	15	297	1.184	1.571	2.750	3.174	2.224	713	0	0	11.981
ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	155	52	471	381	690	466	492	2.601	2.929	4.229	2.647	3.070	18.183
Αμφίπολης	155	52	471	381	690	466	492	2.601	2.929	4.229	2.647	3.070	18.183
ΝΟΜΟΣ ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	656	975	1.318	1.207	1.321	785	285	1.625	892	348	974	443	10.829
Αρχαιολογική Συλλογή Αταλάντης	0	6	123	5	90	186	38	148	199	16	45	3	859
Αρχαιολογική Συλλογή Ελάτειας	52	7	7	33	0	48	0	14	0	4	7	6	178

Παράρτημα 2

ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ Σ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ Σ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
Λαμία	265	759	857	853	751	344	161	858	575	221	627	244	6.515
Υπάτης Βυζαντινό	339	203	331	316	480	207	86	605	118	107	295	190	3.277
ΝΟΜΟΣ ΦΛΩΡΙΝΑΣ	79	154	110	245	482	204	92	124	71	201	0	95	1.857
Φλώρινας	79	154	110	245	482	204	92	124	71	201	0	95	1.857
ΝΟΜΟΣ ΦΩΚΙΔΑΣ	6.618	6.755	15.797	27.821	22.875	18.685	19.420	20.119	21.389	19.228	6.924	6.124	191.755
Άμφισσας	128	253	265	82	223	16	109	136	52	177	0	0	1.441
Δελφών	6.490	6.502	15.532	27.739	22.652	18.669	19.311	19.963	21.337	19.051	6.924	6.124	190.314
ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	5	4	15	55	90	158	104	3.151	1.707	906	120	2	6.317
Μονή Ζυγού Ουρανούπολης	5	4	15	55	90	158	104	218	267	207	28	2	1.153
Πολυγύρου	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Πύργος Προσφορίου	0	0	0	0	0	0	0	2.933	1.440	699	92	0	5.164
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	790	999	1.704	4.526	5.655	5.211	6.289	6.733	6.350	5.699	1.463	1.023	46.442
Κισάμου	62	82	53	363	850	707	897	979	909	802	243	130	6.077
Βυζαντινό Χανίων	187	148	252	847	921	710	806	782	864	758	295	153	6.723
Αρχαιολογικό Χανίων	541	769	1.399	3.316	3.884	3.794	4.586	4.972	4.577	4.139	925	740	33.642
ΝΟΜΟΣ ΧΙΟΥ	283	224	658	1.211	1.670	1.228	1.866	3.766	2.588	1.166	413	437	15.510
Νέας Μονής Χίου	137	56	199	567	810	567	785	1.564	954	336	60	150	6.185
Παλατάκι Ιουστινιανού	110	80	160	170	140	0	0	374	664	233	122	60	2.113
Βυζαντινό Χίου (Μιστζιλιέ Τζαμί)	30	32	99	161	317	316	508	1.104	583	357	177	104	3.788
Αρχαιολογικό Χίου	6	56	200	313	403	345	573	724	387	240	54	123	3.424

ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟ Σ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ Σ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
1.ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ	64.454	110.965	178.445	210.232	196.925	129.288	154.219	179.149	146.063	150.970	92.772	89.758	1.703.240
2.ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΕΝΔΙΑΟΥ ΕΙΣΠΗΡΙΟΥ	3.957	2.950	5.586	17.575	26.319	25.410	29.265	31.597	34.821	24.640	6.261	4.290	212.671

Πηγή: Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων (ΤΑΠ)
Source: Archaeological Receipts Fund

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ).

Παράρτημα 3

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΚΑΤΑ ΜΗΝΑ, ΕΤΟΥΣ 2014													
Admissions to archaeological sites by month: 2014													
ΑΡΧ. ΧΩΡΟΙ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ	146.302	165.477	337.879	784.333	1.177.867	1.243.825	1.491.132	1.573.454	1.461.308	1.087.631	296.211	187.742	9.953.161
ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	147	235	230	900	801	227	302	303	433	484	335	95	4.492
Αρχ.Χώρος Καλυδώνιας	28	39	34	25	50	54	11	27	48	55	36	41	448
Αρχ.Χώρος Ονιδίων	19	0	0	492	335	38	103	144	125	151	85	8	1.440
Αρχ.Χώρος Παλαίρου	0	0	0	59	58	0	125	47	41	0	0	27	357
Αρχ.Χώρος Πλευρώνας	91	109	159	339	347	102	40	50	186	195	114	7	1.739
Ρωμαϊκές Θέρμες Αγ. Θωμά	9	87	37	45	11	33	23	35	33	83	100	12	508
ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	14.409	18.363	58.937	127.380	126.225	109.003	128.503	144.271	124.549	95.624	29.051	21.006	997.321
Επίδαυρος	5.275	8.045	26.877	56.464	48.719	45.433	53.054	60.789	53.316	40.457	9.970	7.924	416.323
Λέρινα	77	140	171	298	327	205	241	259	251	262	128	136	2.495
Μυκίνες & Θησαυρός Ατρέα	6.157	7.478	25.789	54.459	49.674	36.858	44.404	51.037	47.189	36.659	10.279	7.373	377.336
Τίρυνθα	500	400	1.200	3.200	2.600	1.650	2.050	2.900	1.850	1.900	450	200	18.900
Φρούριο Παλαμίδιου	2.400	2.300	4.900	12.959	24.905	24.857	28.754	29.286	21.963	16.346	8.224	5.373	182.267
ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	17	12	44	43	63	53	34	34	91	62	90	0	543
Αρχ. Χώρος ναού Αλέας Αθηνάς	17	12	44	43	63	53	34	34	91	62	90	0	543
ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	92.399	104.977	171.131	308.954	391.732	400.792	471.729	475.370	455.901	443.774	186.766	114.887	3.618.412
Ακρόπολη	40.398	49.420	80.282	135.403	167.846	171.172	196.886	192.912	187.755	200.886	87.500	52.974	1.563.434
Αμφικράτειο	96	148	399	817	719	459	158	128	148	103	232	146	3.553
Αρχαία Αγορά	10.007	13.556	24.427	45.510	46.082	42.781	46.873	48.187	49.333	39.482	20.078	12.790	399.106
Βιβλιοθήκη Αδριανού	2.010	1.531	2.489	7.005	8.237	8.161	9.549	10.192	13.453	8.988	4.652	3.189	79.456
Βραυρώνα	568	417	506	468	897	647	1.063	1.288	1.566	1.852	1.424	213	10.909
Ελευσίνα	2.718	3.136	4.641	3.444	5.107	2.621	1.745	1.951	2.571	6.892	4.765	1.687	41.278
Θεάτρο Διονύσου	12.899	7.904	13.123	35.750	45.912	48.672	75.315	71.806	50.224	50.265	20.795	15.686	448.351
Κεραμεικός	2.022	6.817	6.542	7.077	6.118	8.388	9.645	10.609	10.667	12.756	2.581	3.213	86.435
Μαραθώνιας	298	352	785	929	1.997	857	797	3.943	1.148	1.160	742	577	12.985
Ναός Απόλλωνα Αίγινας	452	349	744	1.060	845	1.074	973	1.194	1.100	1.201	564	260	9.816
Ναός Αφαίας Αίγινας	1.777	1.884	3.274	5.605	7.062	7.424	6.277	8.163	7.192	7.190	3.143	1.646	60.837
Ολυμπείο	11.201	11.349	17.682	39.972	68.000	76.497	89.581	91.009	95.532	79.879	27.660	14.227	622.599
Ραμνούντα	0	0	546	720	836	858	837	856	1.189	913	699	544	7.998
Ρωμαϊκή Αγορά	1.735	1.450	2.471	6.750	8.860	8.374	8.886	8.165	8.390	8.580	3.098	1.827	68.586
Σούνιο	6.218	6.664	13.210	18.444	23.214	22.807	23.144	25.567	25.633	23.627	8.833	5.908	203.269
ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ	195	481	392	535	888	289	290	313	341	551	508	124	4.907
Αρχ. Χώρος Βουντένης	142	446	321	488	793	164	114	117	112	471	424	100	3.692
Φρούριο Πίου	53	35	71	47	95	125	176	196	229	80	84	24	1.215

Παράρτημα 3

ΑΡΧ. ΧΩΡΟΙ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	121	31	236	194	202	129	114	54	88	257	198	238	1.862
<i>Ορχομενός (Τάφος Μινύου)</i>	121	31	236	194	202	129	114	54	88	257	198	238	1.862
ΝΟΜΟΣ ΔΑΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	524	595	1.691	41.550	164.064	217.712	260.683	254.361	246.117	135.925	3.919	1.111	1.328.252
<i>Ασκληπιείο Κω</i>	95	43	113	5.175	26.613	32.874	43.991	44.921	40.119	16.879	420	287	211.530
<i>Ιαλισός</i>	0	0	44	5.605	21.500	26.400	26.800	23.100	26.750	15.800	820	100	146.719
<i>Κάμειρος</i>	112	166	263	6.622	24.714	29.884	32.258	30.135	34.115	19.056	391	143	177.859
<i>Αρχ. Χώρος Κάστρου Κω</i>	80	74	131	3.862	16.134	25.333	27.552	28.714	30.614	14.071	297	87	146.949
<i>Λίνδος</i>	237	312	1.140	20.286	75.103	100.507	127.494	124.905	111.034	66.539	1.991	494	630.042
<i>Ρωμαϊκή Οικία Κω</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Τεϊλή Ρόδου-Παλάτι Ιπποτών</i>	0	0	0	0	0	2.714	2.788	2.586	3.485	3.580	0	0	15.153
ΝΟΜΟΣ ΕΒΡΟΥ	74	72	104	390	690	557	1.423	8.081	1.598	103	0	139	13.231
<i>Μεσημβρία ζώνη</i>	74	72	104	390	690	247	200	5.854	913	103	0	139	8.786
<i>Αρχ. Χώρος Σαμοθράκης</i>	0	0	0	0	0	310	1.223	2.227	685	0	0	0	4.445
ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	74	172	200	502	1.820	2.932	3.428	3.440	3.599	1.498	195	87	17.947
<i>Φραυύριο Ζακύνθου</i>	74	172	200	502	1.820	2.932	3.428	3.440	3.599	1.498	195	87	17.947
ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ	7.539	5.513	16.022	53.233	58.031	61.605	78.244	76.021	70.622	54.288	15.198	8.638	504.954
<i>Αρχαία Ολυμπία</i>	6.814	4.937	14.492	50.032	53.926	57.495	72.993	66.329	65.574	51.032	14.021	7.745	464.990
<i>Κάστρο, Χλερούτσι Ηλείας</i>	191	217	391	775	1.358	1.943	1.884	2.933	1.741	750	253	118	12.554
<i>Ναός Επικουρείου Απόλλωνα</i>	594	359	1.139	2.426	2.747	2.167	3.767	6.759	3.307	2.506	924	775	27.410
ΝΟΜΟΣ ΗΜΑΘΙΑΣ	5.000	7.943	16.027	20.840	28.527	19.993	15.554	19.004	19.646	17.683	9.842	15.248	195.307
<i>Ανάκτορο Βεργίνας</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Βασιλικό Τάφο Βεργίνας</i>	5.000	7.943	16.027	20.840	28.527	19.993	15.554	19.004	19.646	17.683	9.842	15.248	195.307
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	4.369	4.410	9.632	60.052	121.309	128.767	162.733	170.732	158.486	101.621	12.762	3.359	938.232
<i>Αγία Τριάδα</i>	84	128	145	862	1.372	1.160	1.235	1.377	1.508	1.264	173	39	9.347
<i>Γόρτυνα</i>	192	270	1.034	4.739	9.735	8.889	8.622	9.150	11.326	6.588	738	201	61.484
<i>Κνωσός</i>	3.709	3.596	6.798	41.196	83.142	92.664	120.480	122.988	112.912	70.403	10.118	2.493	670.499
<i>Μάλια</i>	78	105	427	2.844	6.698	6.397	7.796	8.901	7.480	6.108	340	106	47.280
<i>Μάταλα</i>	0	0	0	1.818	5.170	5.975	7.623	8.581	6.758	4.641	156	0	40.722
<i>Τύλιος</i>	14	0	87	365	601	434	304	389	472	446	18	127	3.257
<i>Φαισός</i>	292	311	1.141	8.228	14.591	13.248	16.673	19.346	18.030	12.171	1.219	393	105.643
<i>Φραυύριο Κούλε Ηρακλείου</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΠΡΩΤΙΑΣ	0	0	0	4	0	7	391	777	172	51	0	0	1.402
<i>Αρχ. Χώρος Γτάνων</i>	0	0	0	0	0	0	356	300	83	21	0	0	760
<i>Αρχ. Χώρος Διμοκάστρου</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Αρχ. Χώρος Ελέας</i>	0	0	0	4	0	7	16	421	25	13	0	0	486
<i>Αρχ. Χώρος Ντόλιανης</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Αρχ. Χώρος Πύργου Ράγιου</i>	0	0	0	0	0	0	19	56	64	17	0	0	156
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	548	717	1.103	1.586	1.776	674	848	1.024	1.654	3.420	903	299	14.552
<i>Ρωμαϊκή Αγορά</i>	548	717	1.103	1.586	1.776	674	848	1.024	1.654	3.420	903	299	14.552

Παράρτημα 3

ΑΡΧ. ΧΩΡΟΙ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	522	1.458	4.595	6.651	5.179	2.589	3.700	5.900	4.230	2.832	1.427	2.525	41.608
<i>Δωδώνη</i>	522	1.458	4.595	6.651	5.179	2.589	3.700	5.900	4.230	2.832	1.427	2.525	41.608
ΝΟΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	1.240	1.200	2.230	3.900	7.800	4.750	4.130	4.880	7.700	8.050	1.700	800	48.380
<i>Αρχ. Χώρας Φιλίππων</i>	1.240	1.200	2.230	3.900	7.800	4.750	4.130	4.880	7.700	8.050	1.700	800	48.380
ΝΟΜΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	0	50	290	245	0	0	44	299	16	378	0	271	1.593
<i>Αρχ. Χώρας Άργους Ορεστικού</i>	0	50	290	245	0	0	44	299	16	378	0	271	1.593
ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	39	94	247	8.276	16.104	22.382	42.720	50.066	47.469	21.495	0	79	208.971
<i>Φρούριο Αγγελοκάστρου</i>	39	94	247	8.276	16.104	22.382	42.720	50.066	47.469	21.495	0	79	208.971
<i>Φρούριο Κέρκυρας</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΚΟΖΑΝΗΣ	0	0	0	0	0	0	0	133	6	14	0	0	153
<i>Αρχ. Χώρας αρχαίας πόλης Αιανής</i>	0	0	0	0	0	0	0	67	3	0	0	0	70
<i>Αρχ. Χώρας Βασιλικής Νεκρόπολης</i>	0	0	0	0	0	0	0	66	3	14	0	0	83
ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	4.672	4.275	9.087	20.784	25.714	22.978	18.578	18.951	24.181	26.887	8.056	3.393	187.556
<i>Ακροκόρινθος</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Αρχαία Κόρινθος</i>	4.071	3.627	7.762	17.715	22.572	20.768	16.382	16.483	21.350	21.951	6.375	2.763	161.819
<i>Αρχαία Νεμέα</i>	463	495	965	2.011	1.688	1.105	1.223	1.027	1.406	2.931	1.290	454	15.058
<i>Αρχαία Σικυών</i>	0	0	0	0	296	147	195	192	129	166	0	18	1.143
<i>Αρχαίο Στάδιο Νεμέας</i>	138	153	360	1.068	1.158	958	778	1.249	1.296	1.839	391	158	9.536
ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	593	743	2.949	22.597	60.868	66.920	80.530	80.729	83.766	43.028	4.390	764	447.877
<i>Αρχ.Χώρας Αγ. Ανδρέα Σίφνου</i>	9	43	34	174	226	676	905	1.353	894	183	21	9	4.527
<i>Αρχ.Χώρας Αγ. Ειρήνης Κέας</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Ακρωτήρι Θήρας</i>	350	400	2.300	14.300	33.400	35.600	43.200	42.900	44.600	25.100	3.100	600	245.850
<i>Αρχαία Θήρα</i>	169	192	307	2.291	7.572	7.444	8.088	8.458	9.985	5.195	460	134	50.295
<i>Δήλος</i>	12	30	183	5.418	18.089	19.857	21.022	19.015	23.667	11.443	772	17	119.525
<i>Ιερό Ποσειδώνια & Αμφιπύργος Τήνου</i>	11	68	31	34	214	161	213	346	259	148	8	4	1.497
<i>Κατακόμβες Μήλου</i>	36	8	35	330	980	2.739	6.136	7.443	3.425	640	0	0	21.772
<i>Αρχ.Χώρας Σκάρκου Ίου</i>	0	0	0	0	0	0	308	537	233	102	19	0	1.199
<i>Υψηλή Ανδρου</i>	0	0	0	0	0	0	13	73	28	27	0	0	141
<i>Φυλακική Μήλου</i>	6	2	59	50	387	443	645	604	675	190	10	0	3.071
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	1.370	1.550	6.158	15.040	13.613	11.372	15.179	19.552	14.588	11.211	2.814	1.368	113.815
<i>Μυστράς</i>	1.370	1.550	6.158	15.040	13.613	11.372	15.179	19.552	14.588	11.211	2.814	1.368	113.815
ΝΟΜΟΣ ΛΑΡΙΣΗΣ	0	0	0	0	0	75	0	0	0	0	0	0	75
<i>Αρχ. Χώρας Περαρβιτικής Τρίπολης</i>	0	0	0	0	0	75	0	0	0	0	0	0	75
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	528	491	1.771	23.949	82.595	98.528	113.554	126.654	111.180	65.369	1.834	410	626.863
<i>Γουρνιά</i>	44	28	237	805	2.025	1.667	2.069	2.210	1.945	1.672	0	0	12.702
<i>Ανάκτορο Ζάκρου</i>	91	48	167	685	1.666	1.351	1.781	2.335	2.201	1.565	149	65	12.104
<i>Λατώ</i>	28	72	118	1.072	2.145	1.866	1.990	2.536	2.302	2.499	124	64	14.836
<i>Αρχ. Χώρας Παλαικάστρου</i>	34	6	19	106	128	64	129	189	168	151	16	24	1.034

Παράρτημα 3

ΑΡΧ. ΧΩΡΟΙ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
<i>Σπήλαιο Ψυχρού (Δικταίο άντρο)</i>	274	185	392	5818	24.810	31.571	37.508	38.892	34.950	18.408	891	240	193.939
<i>Σπιναλόγκα</i>	44	131	808	15.198	51.145	61.373	69.230	79.609	66.650	40.712	602	0	387.502
<i>Φρούριο Καζάρμα Σητείας</i>	13	21	30	265	676	616	847	883	964	362	52	17	4.746
ΝΟΜΟΣ ΛΕΣΒΟΥ	0	0	0	1.814	4.049	4.579	7.188	7.992	6.938	1.891	149	0	34.600
<i>Αρχαίο θέατρο Μυτιλήνης</i>	0	0	0	0	0	0	0	65	121	94	9	0	289
<i>Κάστρο Μυτιλήνης</i>	0	0	0	531	1.303	926	1.641	1.895	1.970	806	140	0	9.212
<i>Φρούριο Μήθυμνας</i>	0	0	0	1.283	2.746	3.653	5.547	6.032	4.847	991	0	0	25.099
ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	359	39	2.579	3.499	2.971	499	189	199	291	402	83	0	11.110
<i>Διμήνη</i>	116	0	2.336	3.073	2.633	366	149	160	169	317	0	0	9.319
<i>Σέσκλο</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Αρχ.Χώρος Φθιώτιδων Θηβών (Ν. Αγ)</i>	243	39	243	426	338	133	40	39	122	85	83	0	1.791
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	801	673	4.732	15.412	7.182	6.850	8.955	12.615	8.956	5.747	2.621	1.053	75.597
<i>Ανάκτορο- Παλάτι Νέστορα</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Αρχ. Χώρος Αρχαίας Μεσσήνης</i>	609	445	3.203	13.518	5.061	4.178	5.471	7.312	5.646	3.869	1.743	783	51.838
<i>Κάστρο Μεθώνης</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Κάστρο Καλαμάτας</i>	0	75	89	351	353	449	807	1.905	560	373	350	105	5.417
<i>Φρούριο Πύλου</i>	192	153	1.440	1.543	1.768	2.223	2.677	3.398	2.750	1.505	528	165	18.342
ΝΟΜΟΣ ΠΕΛΛΑΣ	249	150	200	950	1.700	1.000	1.100	1.100	1.870	930	300	180	9.729
<i>Αρχ. Χώρος Πέλλας</i>	249	150	200	950	1.700	1.000	1.100	1.100	1.870	930	300	180	9.729
ΝΟΜΟΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	1.291	535	1.266	3.184	6.663	8.974	12.726	16.219	12.096	5.146	1.537	1.112	70.749
<i>Αρχ. Χώρος Δίου</i>	882	287	814	2.350	4.465	5.705	6.579	8.092	6.114	3.580	1.096	745	40.709
<i>Κάστρο Πλαταμώνα</i>	409	248	452	834	2.198	3.269	6.147	8.127	5.982	1.566	441	367	30.040
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ	185	315	576	1.833	3.565	4.919	7.770	11.616	5.067	1.717	172	359	38.094
<i>Κασσώπη</i>	21	24	4	0	0	429	705	886	789	0	0	0	2.858
<i>Νεκρομαντείο Αχέροντα</i>	164	291	572	1.833	3.565	4.490	7.065	10.730	4.278	1.717	172	359	35.236
<i>Αρχ. Χώρος Νικόπολης</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΡΟΔΩΠΗΣ	0	0	0	0	0	0	79	291	119	71	15	0	575
<i>Αρχ. Χώρος Μαρώνειας</i>	0	0	0	0	0	0	79	291	119	71	15	0	575
ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	39	51	60	343	3.232	3.225	4.049	5.677	4.378	677	66	24	21.821
<i>Ευπαλίνιο Όρυγμα Σάμου</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Ηραίο Σάμου</i>	39	51	60	343	3.232	3.225	4.049	5.677	4.378	677	66	24	21.821
ΝΟΜΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	485	367	762	1.001	1.009	570	703	1.340	824	796	249	565	8.671
<i>Σπήλαιο Θεόπετρας</i>	485	367	762	1.001	1.009	570	703	1.340	824	796	249	565	8.671
ΝΟΜΟΣ ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	0	10	0	0	0	0	0	1.290	0	11	0	0	1.311
<i>Αρχ.Χώρος Νέου Μοναστ. Προέρνα</i>	0	10	0	0	0	0	0	1.290	0	11	0	0	1.311
ΝΟΜΟΣ ΦΛΩΡΙΝΑΣ	0	0	81	168	323	234	55	25	7	1	0	0	894
<i>Αρχ.Χώρος Αγ. Παντελεήμονα</i>	0	0	81	168	323	234	55	25	7	1	0	0	894

Παράρτημα 3

ΑΡΧ. ΧΩΡΟΙ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
Αρχ. Χώρος Πετρών	0	0	0	0	0	91	0	0	0	0	0	0	91
ΝΟΜΟΣ ΦΩΚΙΔΑΣ	7.925	8.821	22.589	34.305	31.969	30.831	35.077	39.037	36.349	29.563	9.522	7.956	293.944
Αρχ. Χώρος Δελφών	7.925	8.821	22.589	34.305	31.969	30.831	35.077	39.037	36.349	29.563	9.522	7.956	283.944
ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	583	1.128	1.954	4.155	7.013	9.689	10.243	12.006	7.772	3.715	1.238	1.378	60.874
Όλυμθος	42	52	138	556	826	1.161	1.315	1.674	1.785	1.063	168	129	8.909
Σπήλαιο Πετραλώνων	541	1.076	1.816	3.599	6.187	8.528	8.928	10.332	5.987	2.652	1.070	1.249	51.965
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.335	230	264	2.829
Άιπερα	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.204	0	224	1.428
Αρχ. Χώρος Αρμένιων	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.110	194	38	1.342
Μοναστηράκι	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21	36	2	59
ΝΟΜΟΣ ΧΙΟΥ	5	6	4	64	190	121	287	3.098	208	24	41	10	4.058
Αρχ. Χώρος Αρχοντικού Ψαρών	1	0	0	0	0	2	37	272	42	0	32	0	386
Αρχ. Χώρος Εμπορίου	4	6	4	64	190	119	250	2.826	166	24	9	10	3.672

ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ (JANUARY)	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ (FEBRUARY)	ΜΑΡΤΙΟΣ (MARCH)	ΑΠΡΙΛΙΟΣ (APRIL)	ΜΑΪΟΣ (MAY)	ΙΟΥΝΙΟΣ (JUNE)	ΙΟΥΛΙΟΣ (JULY)	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ (AUGUST)	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ (SEPTEMBER)	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ (OCTOBER)	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ (NOVEMBER)	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ (DECEMBER)	ΣΥΝΟΛΟ (TOTAL)
1. ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΕΛΕΥΘΕΡΗΣ ΕΙΣΟΔΟΥ	63.206	95.095	209.823	374.933	334.638	322.343	404.677	428.828	358.798	232.383	92.118	84.719	3.001.561
2. ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ	18.065	13.293	25.043	70.287	118.295	124.432	162.475	178.305	152.433	119.607	35.899	23.143	1.041.277

Πηγή: Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων (ΤΑΠ)
Source: Archaeological Receipts Fund

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

Παράρτημα 4


ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΑΝΗ CAMPINGS													
ΕΤΗ 2013 - 2014													
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ	2013						2014						
	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			ΠΑΗΡΟ-ΤΗΤΑ %			ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ			ΠΑΗΡΟ-ΤΗΤΑ %			
	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΠΑΗΡΟ-ΤΗΤΑ %	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓ.	ΠΑΗΡΟ-ΤΗΤΑ %	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	13,007,272	57,058,282	70,065,554	799,067	45.20%	13,049,668	60,901,973	73,951,641	802,883	47.30%	802,883	20,912	34,40%
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	844,519	851,113	1,695,632	27,187	27.50%	771,913	909,677	1,681,590	20,912	34.40%	20,912	1,171	18.90%
ΝΟΜΟΣ ΔΡΑΜΑΣ	70,307	9,828	80,135	1,150	20.70%	64,008	9,433	73,441	1,171	18.90%	1,171	18.90%	
ΝΟΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	211,875	743,383	955,258	12,335	43.00%	195,131	778,728	973,859	12,206	44.10%	12,206	44.10%	
ΝΟΜΟΣ ΕΒΡΟΥ	331,027	64,781	395,808	10,873	15.50%	270,851	83,346	354,197	4,704	27.40%	4,704	27.40%	
ΝΟΜΟΣ ΞΑΝΘΗΣ	90,486	15,560	106,046	1,405	21.10%	111,174	15,062	126,236	1,407	25.10%	1,407	25.10%	
ΝΟΜΟΣ ΡΟΔΟΠΗΣ	140,824	17,561	158,385	1,424	32.30%	130,749	23,108	153,857	1,424	31.30%	1,424	31.30%	
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1,990,614	5,484,542	7,475,156	78,206	43.40%	2,074,872	5,850,424	7,925,296	79,551	44.40%	79,551	44.40%	
ΝΟΜΟΣ ΗΜΑΘΙΑΣ	60,689	9,360	70,049	1,318	16.10%	74,010	13,405	87,415	1,318	20.10%	1,318	20.10%	
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	1,093,721	924,735	2,018,456	15,670	42.70%	1,177,883	1,067,034	2,244,917	16,700	46.00%	16,700	46.00%	
ΝΟΜΟΣ ΚΙΛΙΚΙΑΣ	18,830	6,753	25,583	710	10.50%	19,673	8,109	27,782	731	11.40%	731	11.40%	
ΝΟΜΟΣ ΠΕΛΛΗΣ	74,718	8,386	83,104	1,701	16.20%	74,936	8,829	83,765	1,764	16.00%	1,764	16.00%	
ΝΟΜΟΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	176,685	775,798	952,483	13,827	34.80%	164,350	774,134	938,484	16,158	29.10%	16,158	29.10%	
ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	127,660	22,535	150,195	2,268	19.30%	132,708	25,947	158,655	2,268	20.40%	2,268	20.40%	
ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	438,311	3,736,975	4,175,286	42,712	53.70%	431,312	3,952,966	4,384,278	40,612	56.50%	40,612	56.50%	
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	271,500	45,404	316,904	5,465	18.70%	264,417	38,559	302,976	5,416	17.80%	5,416	17.80%	
ΝΟΜΟΣ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	2,150	4	2,154	1,033	0.70%	2,163	70	2,233	1,081	0.70%	1,081	0.70%	
ΝΟΜΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	88,218	29,662	117,880	1,770	21.60%	99,856	22,930	122,786	1,673	22.90%	1,673	22.90%	
ΝΟΜΟΣ ΚΟΖΑΝΗΣ	123,834	9,298	133,132	1,503	27.20%	124,755	10,017	134,772	1,503	27.60%	1,503	27.60%	
ΝΟΜΟΣ ΦΛΩΡΙΝΗΣ	57,298	6,440	63,738	1,159	18.10%	37,643	5,542	43,185	1,159	12.30%	1,159	12.30%	
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	1,034,651	773,954	1,808,605	35,608	26.60%	1,033,333	919,727	1,953,060	27,125	29.50%	27,125	29.50%	
ΝΟΜΟΣ ΚΑΡΔΙΤΣΗΣ	116,473	4,405	120,878	1,907	21.60%	123,083	5,481	128,564	1,939	22.70%	1,939	22.70%	
ΝΟΜΟΣ ΛΑΡΙΣΗΣ	176,164	24,157	200,321	11,198	19.30%	185,553	41,477	227,030	2,503	29.10%	2,503	29.10%	
ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	575,609	586,943	1,162,552	18,558	29.90%	561,024	643,597	1,204,621	18,741	30.60%	18,741	30.60%	
ΝΟΜΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	166,405	158,449	324,854	3,945	24.70%	163,673	229,172	392,845	3,942	29.50%	3,942	29.50%	
ΗΠΕΙΡΟΣ	620,646	228,163	848,809	12,519	26.40%	663,329	274,525	937,854	16,675	27.40%	16,675	27.40%	
ΝΟΜΟΣ ΑΡΤΗΣ	44,497	4,467	48,964	747	20.30%	45,325	4,176	49,501	747	20.40%	747	20.40%	
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΠΡΟΤΙΑΣ	71,630	42,993	114,623	1,909	27.00%	83,488	56,207	139,695	5,701	23.40%	5,701	23.40%	
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	375,536	46,133	421,669	5,169	25.10%	422,093	55,424	477,517	5,586	27.90%	5,586	27.90%	
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	128,983	134,570	263,553	4,694	30.50%	112,423	158,718	271,141	4,641	30.80%	4,641	30.80%	
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	655,934	7,067,410	7,723,344	79,399	57.60%	571,291	7,361,327	7,932,618	96,147	54.20%	96,147	54.20%	
ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	144,605	2,476,566	2,621,171	26,554	61.90%	125,686	2,654,772	2,780,458	25,317	66.20%	25,317	66.20%	
ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	270,727	3,802,764	4,073,491	39,928	59.60%	256,574	3,941,518	4,198,092	55,270	54.10%	55,270	54.10%	
ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	122,145	605,282	727,427	8,843	46.00%	85,742	609,966	695,708	11,455	36.20%	11,455	36.20%	
ΝΟΜΟΣ ΛΕΥΚΑΔΟΣ	118,457	182,798	301,255	4,074	39.90%	103,289	155,071	258,360	4,105	34.10%	4,105	34.10%	
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	825,422	631,959	1,457,381	19,071	29.10%	829,799	750,560	1,580,359	18,482	31.70%	18,482	31.70%	
ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΙΑΣ ΚΑΙ ΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	220,046	43,466	263,512	3,324	27.30%	219,224	58,550	277,774	3,392	28.50%	3,392	28.50%	
ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ	377,573	168,567	546,140	7,452	28.10%	401,572	187,210	588,782	7,200	30.50%	7,200	30.50%	
ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ	227,803	419,926	647,729	8,295	30.80%	209,003	504,800	713,803	7,890	34.30%	7,890	34.30%	

Παράρτημα 4

ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	804,143	376,159	1,180,302	23,443	21.10%	784,241	507,980	1,292,221	24,983	21.90%
ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	73,581	21,271	94,852	1,189	23.30%	60,752	30,429	91,181	1,181	22.40%
ΝΟΜΟΣ ΕΥΒΟΙΑΣ	410,598	203,716	614,314	13,166	22.40%	415,601	272,784	688,385	15,355	22.60%
ΝΟΜΟΣ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	78,716	3,737	82,453	1,365	18.30%	77,916	3,747	81,663	1,379	17.90%
ΝΟΜΟΣ ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	175,965	28,474	204,439	4,888	17.30%	162,776	34,026	196,802	4,241	16.50%
ΝΟΜΟΣ ΦΘΑΚΙΔΟΣ	65,283	118,961	184,244	2,835	22.90%	67,196	166,994	234,190	2,827	29.00%
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	1,362,969	850,751	2,213,720	34,423	25.30%	1,352,322	1,073,454	2,425,776	32,546	27.30%
ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	410,518	271,364	681,882	9,490	28.90%	422,430	402,251	824,681	9,491	34.30%
ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	89,551	11,423	100,974	3,101	11.70%	98,280	12,705	110,985	3,169	12.40%
ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	332,850	301,306	634,156	8,610	25.50%	307,890	328,275	636,165	8,369	25.40%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	175,804	54,746	230,550	6,258	18.40%	185,132	69,623	254,755	4,444	21.00%
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	354,246	211,912	566,158	6,964	31.40%	338,590	260,600	599,190	7,073	32.10%
ΑΤΤΙΚΗ	2,198,984	4,233,258	6,432,242	54,382	37.30%	2,312,159	5,512,637	7,824,796	55,067	45.10%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ	1,580,792	3,359,461	4,940,253	34,469	41.80%	1,678,336	4,458,403	6,136,739	34,728	51.70%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	250,113	551,598	801,711	9,225	28.90%	252,236	645,040	897,276	9,708	32.10%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	22,080	105,655	127,735	1,117	35.80%	27,691	123,534	151,225	1,086	42.50%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	345,999	216,544	562,543	9,571	24.50%	353,896	285,660	639,556	9,545	27.70%
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	345,148	1,147,375	1,492,523	24,260	32.90%	360,229	1,292,826	1,653,055	24,183	35.90%
ΝΟΜΟΣ ΛΕΣΒΟΥ	160,039	349,966	510,005	8,261	30.30%	166,599	456,021	622,620	8,381	36.20%
ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	111,857	700,779	812,636	13,245	37.60%	123,321	729,724	853,045	13,012	39.00%
ΝΟΜΟΣ ΧΙΟΥ	73,252	96,630	169,882	2,754	24.80%	70,309	107,081	177,390	2,790	25.60%
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	1,127,643	16,191,989	17,319,632	225,235	53.80%	1,124,949	16,723,316	17,848,265	218,954	55.30%
ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	628,991	14,705,449	15,334,440	194,788	56.70%	593,981	14,907,581	15,501,562	188,066	57.60%
ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	498,652	1,486,540	1,985,192	30,447	38.50%	530,968	1,815,735	2,346,703	30,888	43.90%
ΚΡΗΤΗ	925,099	19,176,205	20,101,304	179,869	60.60%	906,814	19,686,961	20,593,775	182,842	62.00%
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	314,052	8,658,402	8,972,454	77,232	64.20%	326,721	8,770,111	9,096,832	69,517	66.60%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	114,600	2,861,960	2,976,560	31,436	54.40%	112,714	2,924,998	3,037,712	36,108	56.70%
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	198,176	3,253,456	3,451,632	28,616	60.20%	173,865	3,431,974	3,605,839	26,514	64.10%
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	298,271	4,402,387	4,700,658	42,585	59.00%	293,514	4,559,878	4,853,392	50,703	56.80%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

Παράρτημα 5

		ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ 2013 - 2015 ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΧΩΡΑΣ					
α/α	ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	2015		2014		2013	
		Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας (χωρίς αναχωρήσεις)	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας (χωρίς αναχωρήσεις)	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας (χωρίς αναχωρήσεις)
1	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	621	980.149	606	1.055.556	711	1.302.581
2	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	636	791.927	512	742.553	582	778.057
3	ΜΥΚΟΝΟΣ	600	649.914	441	610.207	485	587.501
4	ΚΕΡΚΥΡΑ	407	647.347	395	672.368	480	744.673
5	ΚΑΤΑΚΟΛΟ	242	459.882	251	584.879	307	763.966
6	ΡΟΔΟΣ	340	342.063	314	311.182	373	409.991
7	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	170	219.805	160	242.951	177	270.020
8	ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ-ΙΘΑΚΗ	112	149.227	79	88.032	100	135.659
9	ΠΑΤΜΟΣ	192	124.476	156	109.429	177	113.339
10	ΧΑΝΙΑ (ΣΟΥΔΑ)	59	96.612	38	33.304	47	124.205
11	ΒΟΛΟΣ	57	67.096	53	57.825	31	20.227
12	ΝΑΥΠΛΙΟ	62	46.075	46	26.050	54	23.732
13	ΛΑΥΡΙΟ	55	44.815	30	30.493	20	13.504
14	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	31	38.549	16	17.951	6	3.128
15	ΑΓ.ΝΙΚΟΛΑΟΣ	52	37.762	66	46.432	52	43.817
16	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	35	26.356	31	19.720	18	14.585
17	ΧΙΟΣ	42	25.229	36	16.963	33	9.924
18	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	53	24.894	53	34.150	56	42.423
19	ΣΥΡΟΣ	53	21.986	53	24.012	37	9.396
20	ΚΩΣ	41	18.277	79	42.040	86	64.756
21	ΙΤΕΑ	83	17.851	50	8.309	88	8.141
22	ΣΥΜΗ	36	16.728	48	24.050	16	3.715
23	ΛΗΜΝΟΣ	41	15.787	24	7.657	19	4.777
24	ΜΗΛΟΣ	28	15.394	17	10.362	9	2.962
25	ΚΑΒΑΛΑ	22	12.783	26	13.087	14	6.995
26	ΣΑΜΟΣ	19	10.893	23	24.865	25	38.676
27	ΓΥΘΕΙΟ	23	10.448	20	18.144	40	48.200
28	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ	38	10.391	39	22.068	29	11.621
29	ΣΚΙΑΘΟΣ	23	8.220	14	4.563	11	3.158
30	ΖΑΚΥΝΘΟΣ	8	5.742	13	10.953	34	34.143
31	ΝΑΞΟΣ	23	4.738	16	780	16	1.023
32	ΠΑΡΟΣ	25	3.679	65	7.048	88	7.071
33	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	6	3.090	13	3.096	14	4.650
34	ΠΥΛΟΣ	11	3.080	9	1.435	13	4.133
35	ΠΑΤΡΑ	3	1.090	2	745	2	1.278
36	ΡΕΘΥΜΝΟ	11	1.076	18	4.220	5	1.336
37	ΚΥΘΗΡΑ	4	1.050	2	395	20	862
38	ΠΡΕΒΕΖΑ	5	967	4	1.112	4	908
39	ΑΝΔΡΟΣ	2	838	0	0	1	727
40	ΣΚΟΠΕΛΟΣ	8	735	4	585	6	645
41	ΣΗΤΕΙΑ	1	444	4	2.802	1	910
42	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ (ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ)	1	278	0	0	1	474
ΣΥΝΟΛΟ:		4281	4.957.743	3826	4.932.373	4288	5.661.889

Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος.

Παράρτημα 6

Εναλλακτικές Πολιτιστικές & Βιωματικές Περιηγήσεις στην Πόλη

Big Olive

Θεματικές περιηγήσεις σεμιναριακού τύπου με θέμα την αρχιτεκτονική, ιστορία και λογοτεχνία σε συνδυασμό με γαστρονομικές εμπειρίες στην πόλη. Περιηγητές με μεταπτυχιακούς και διδακτορικούς τίτλους προσφέρουν εξειδικευμένες εμπειρίες με ιδιαίτερο χαρακτήρα, άποψη και το στοιχείο του *gamification**. Απευθύνεται σε Έλληνες και διεθνείς επισκέπτες. Οι περιηγήσεις λαμβάνουν χώρα σε αστικά τοπία.

Ιδιαίτερο προϊόν η περιήγηση “The Grand Tour of Athens” που αποτελεί μια προσπάθεια σύγχρονης περιήγησης στην πόλη με τον τρόπο που υπέδειξαν οι ξένοι περιηγητές του 17ου και 18ου αι. Μέγιστος αριθμός ατόμων group 12

Alternative Athens

Πολιτιστικές περιηγήσεις στην Αθήνα που περιλαμβάνουν εξορμήσεις σε τοπικά μαγαζιά, γαστρονομικές περιηγήσεις, βραδινές βόλτες σε αθηναϊκά bar και ειδικά διαμορφωμένες ξεναγήσεις ανάλογα με τις προτιμήσεις του επισκέπτη. Μία καινοτομία των εν λόγω ξεναγών είναι τα γεύματα σε σπίτια Αθηναίων μαγειρεύουν ελληνικά γεύματα για τους επισκέπτες. Μέγιστος αριθμός ατόμων group 12. Ξεναγήσεις στα Αγγλικά και Γαλλικά.

Discover Greek Culture

Πολιτιστικές περιηγήσεις και ανασκαφικές εμπειρίες με έμφαση στους μύθους και την κληρονομιά της Ελλάδας. Ποικιλία από θεματικές για διαφορετικά κοινά. Αποκλειστικές tour και μη. Οι περιηγήσεις μπορούν να διαρκέσουν από μισή ημέρα μέχρι τρεις.

Dopios.com

Ντόπιοι, μη διαπιστευμένοι ξεναγοί έρχονται σε επαφή με επισκέπτες μέσω μιας δυναμικής πλατφόρμας. Οι επισκέπτες επιλέγουν τον ντόπιο και την εμπειρία που τους ταιριάζει και έχουν τη δυνατότητα να συζητήσουν μαζί του μέσω προσωπικού μηνύματος online πριν από την περιήγηση και να διαμορφώσουν την ξενάγηση ανάλογα με τις προτιμήσεις. Προσφέρεται και παραλαβή από το αεροδρόμιο με ντόπιο οδηγό ο οποίος κάνει μία εισαγωγή στην ιστορία του προορισμού. Η εν λόγω πλατφόρμα βασίζεται στη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου και στην ανταλλακτική οικονομία όπου εστιάζει στην εμπειρία και στο περιεχόμενο που δημιουργούν οι χρήστες (reviews, feedback). Ο κάθε ντόπιος ορίζει τον αριθμό του group και την τιμή (η οποία πολλές φορές είναι και συμβολική)

Athens Insiders

Θεματικές περιηγήσεις που συνδυάζουν τοπικά μυστικά και γνώμες με αξιοθέατα της Αθήνας. Προσφέρει επίσης γαστρονομικές εμπειρίες με μαθήματα μεσογειακής μαγειρικής. Επίσης προσφέρεται η δυνατότητα συμπλήρωσης μιας online φόρμας όπου ο επισκέπτης καταγράφει τις προτιμήσεις και τα ενδιαφέροντα του και η περιήγηση διαμορφώνεται ειδικά για αυτόν (tailor made). Δυνατότητα ξενάγησης στα Αγγλικά, Ισπανικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ιταλικά. Μέγιστος αριθμός Group 8 άτομα.

**Η εφαρμογή στοιχείων παιχνιδιού (σκορ με πόντους, ανταγωνισμός, κανόνες, κουίζ, κυνήγι θησαυρού κ.λπ) σε άλλες δραστηριότητες καθώς και σαν στοιχείο Online και offline μαρκετινγκ/προώθησης με στόχο να τονώσει την σχέση πελατών/επισκεπτών με ένα προϊόν ή μία υπηρεσία*

Παράρτημα 6

ATA, Alternative Tours of Athens

Περιηγήσεις στην πόλη με θεματικό όπως street art, photography, κοινωνικά κινήματα καθώς και πιο συγκεκριμένες εμπειρίες όπως το Grassroots exarchia που συνδυάζει τέχνη, street art και αρχιτεκτονική. Επιπλέον προσφέρει σεμιναριακές εμπειρίες με ποικίλες θεματικές

Beyond Athens (περισσότερο re-seller ήδη υπάρχοντων εμπειριών)

Εναλλακτικές περιηγήσεις σε κρυφά και εξεζητημένα σημεία της πόλης. Στόχος είναι ο επισκέπτης να γίνει ένα με τους ντόπιους και να ζήσει μία διασκεδαστική και εκπαιδευτική εμπειρία. Το gamification είναι χαρακτηριστικό των Tour. Επίσης στην εν λόγω πλατφόρμα υπάρχουν προτάσεις για διαμονή σε βίλλες κοντά στην Αθήνα

Cultour

Πλατφόρμα η οποία παρέχει περιεχόμενο σχετικά με δραστηριότητες στην Αθήνα και στην Ελλάδα που αφορούν τον τομέα του πολιτισμού και τουρισμού. Επίσης συνδυάζει την παροχή περιεχομένου με κείμενα, άρθρα

για την ιστορία της Ελλάδας και ερμηνεύει μνημεία και σημαντικά πολιτιστικά αξιοθέατα. Εκτός από πληροφορίες και εφόσον υπάρξει αίτημα η εν λόγω πλατφόρμα βοηθά τον επισκέπτη να σχεδιάσει τη διαδρομή του στην Αθήνα.

Περιηγήσεις και δραστηριότητες με ποδήλατα και scooter

Scooterise

Βιωματικές εμπειρίες πάνω σε scooter με πολιτιστικές, γαστρονομικές και lifestyle θεματικές. Προσφέρεται δυνατότητα να νοικιάσεις scooter πριν την άφιξη (μέσω e-shop της πλατφόρμας). Εστιάζει σε δραστηριότητες με ομάδες και στην ενδυνάμωση των σχέσεων των μελών τους

Athensbybike

Περιήγηση με ποδήλατο στην Αθήνα. Με στάσεις σε πολιτιστικά αξιοθέατα και αφήγηση ιστοριών του τόπου. Αν κάποιος δεν θέλει περιήγηση παρέχεται η δυνατότητα ενοικίασης επαγγελματικού ποδηλάτου

Athensbiketours

Περιηγήσεις με ποδήλατα στην Πόλη και στα περίξ

Let's meet in Athens

Περιήγηση στα στενάκια και αξιοθέατα της Αθήνας με διαδραστικές αφηγήσεις. Παρέχεται και η δυνατότητα ενοικίασης ηλεκτρικού ποδηλάτου

Solebike

Ενοικίαση και περιήγηση με ηλεκτρικό ποδήλατο στην Αθήνα. Έμφαση στην ανάδειξη του προορισμού άλλα και στο ποδήλατο ως φυσική ύλη

PameVolta

Βιωματικές περιηγήσεις με ποδήλατα, 4X4 jeep, rafting και άλλου είδους θεματικές όπως οικοτουρισμός, yoga και massage. Συνδυασμός τουρισμού περιπέτειας και δημιουργίας.

Παράρτημα 6

Περιηγήσεις σε συνδυασμό με μεταφορά

Welcome Pick-ups

Κάνοντας κράτηση, ντόπιοι οδηγοί σε παραλαμβάνουν από το αεροδρόμιο ακριβώς την ώρα που θέλεις. Πριν την άφιξη του ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να παραγγείλει τυχόν απαραίτητα εφόδια για το ταξίδι του, τα οποία φέρνει ο οδηγός που τον παραλαμβάνει. Στη συνέχεια ο οδηγός κάνει μία σύντομη εισαγωγή για τον προορισμό και ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να ρωτήσει ό,τι θέλει και να πάρει τοπικές συμβουλές. Δυναμικός και φιλικός προς τον χρήστη ιστότοπος και εφαρμογή για κινητό

Tour-Story

Η περιήγηση έχει ως σημείο έναρξης τον Πειραιά από όπου οι επισκέπτες μεταφέρονται στην Ακρόπολη και μετέπειτα περιηγούνται στην πόλη. Το ίδιο λεωφορείο επιστρέφει τους επισκέπτες στο λιμάνι → Απευθύνεται σε τουρισμό κρουαζιέρας με περιορισμένο χρόνο, παρέχει ελεύθερη ασύρματη σύνδεση στο ίντερνετ μέσα στο λεωφορείο.

Athens Taxi Tour

Παραλαβή από το αεροδρόμιο με ταξί που μπορεί να συνδυαστεί με ολόημερη περιήγηση

Πηγή: Postscriptum S.A.

Παράρτημα 7

ΘΕΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΩΣ ΝΕΟΙ ΔΥΝΗΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

Στον κατάλογο που ακολουθεί περιλαμβάνονται μερικοί αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία και μουσεία στα οποία το Υπουργείο Πολιτισμού πραγματοποίησε έργα συντήρησης, αναστήλωσης ή/και αναβάθμισης κατά κύριο λόγο από το ΕΣΠΑ 2007-13 αλλά και κατά το Γ' ΚΠΣ (2000-06) η και προγενέστερα.

Μερικοί από τους κατωτέρω αρχαιολογικούς χώρους κ.λπ. απέκτησαν πλέον έναν ολοκληρωμένο χαρακτήρα και μπορούν να προβληθούν ως νέοι προορισμοί επίσκεψης στο κοινό. Προηγουμένως όμως θα πρέπει οι χώροι που θα επιλεγούν να εξεταστούν από τους ενδιαφερόμενους (τουριστικές επιχειρήσεις, τοπικούς φορείς επιχειρήσεων κ.λπ.) και σε συνεργασία με τις κατά τόπους εφορείες του Υπ. Πολιτισμού και κυρίως τους ΟΤΑ α' & β' βαθμού, να αποτυπωθούν τα απαραίτητα έργα υποστήριξης (σήμανση, χώροι στάθμευσης) προκειμένου οι χώροι να καταστούν ελκυστικοί και φιλικόι προς τους επισκέπτες. Επίσης πολλοί από τους χώρους προσφέρονται για εγκατάσταση Ψηφιακών Εφαρμογών καθότι διαθέτουν πλούσια ιστορία για αφήγηση.

Οι χώροι με **έντονα γράμματα** παρουσιάζουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον ως εν δυνάμει τουριστικοί προορισμοί και μπορούν να εξεταστούν κατά προτεραιότητα από τον τουριστικό κλάδο. Στους περισσότερους οι επεμβάσεις έχουν ολοκληρωθεί πρόσφατα.

Πειραιάς

- Αρχαιολογικό Μουσείο Πειραιά -πολύ κοντά στο λιμάνι με ενδιαφέροντα εκθέματα

Σαντορίνη

- Αρχαιολογικός χώρος Αρχαίας πόλης Θήρας
- Αρχαιολογικό Μουσείο Σαντορίνης

Κέρκυρα

- **Μουσείο Ασιατικής Τέχνης**
- Αρχαιολογικό Μουσείο Κέρκυρας (Ολοκληρώθηκε η ανακαίνιση του κτιρίου, εντός του έτους προβλέπεται η ολοκλήρωση της επανέκθεσης)
- **Κτήμα Mon Repos:** Μουσείο Παλαιόπολης Κέρκυρας, Αρχαιολογικός χώρος Ηραίου, Ναός στο Καρδάκι, Ι.Ν. Σωτήρος Χριστού.
- Παλαιόπολη Κέρκυρας : Αρχαία Αγορά, χώρος λιμενικών εγκαταστάσεων, χώρος ρωμαϊκών λουτρών κλπ
- **Παλιό Φρούριο Κέρκυρας**

Κατάκολο

- **Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου** (στεγάζεται στην ανακαινισμένη παλαιά Αγορά του Πύργου, η έκθεση παρουσιάζει την ιστορική και αρχαιολογική εξέλιξη του νομού Ηλείας)

Παράρτημα 7

- Μητροπολιτικός Ι.Ν. Αγίου Νικολάου στον Πύργο Ηλείας (αποκατεστημένο μνημείο στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ)
- Αρχαιολογικός χώρος και Μουσείο Αρχαίας Ήλιδος
- Αρχαιολογικός χώρος και Μουσεία Αρχαίας Ολυμπίας

Ρόδος

- Αρχαιολογικός χώρος Καμείρου (έχει ολοκληρωθεί παρέμβαση στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007 – 2013 με αναβάθμιση των υποδομών του χώρου: αναψυκτήριο, τουαλέτες).

Ηράκλειο

- Ενετικό Φρούριο «Κούλε» Ηρακλείου
- Ι.Ν. Αγίου Πέτρου Δομηνικανών στην πόλη του Ηρακλείου
- Αγία Αικατερίνη Σιναϊτών στην πόλη του Ηρακλείου (λειτουργεί έκθεση κειμηλίων)
- Αρχαιολογικό Μουσείο Μεσσαράς (Ολοκληρώθηκε το κτίριο, προβλέπεται η λειτουργία περιοδικής έκθεσης μέχρι να ολοκληρωθεί η μόνιμη έκθεση που θα υλοποιηθεί στο πλαίσιο ΕΣΠΑ 2014 – 2020)
- Αρχαιολογικός χώρος Γόρτυνας

Κεφαλονιά

- Φισκάρδο: Αρχαιολογικός χώρος ρωμαϊκού νεκροταφείου Φισκάρδου
- Αρχαιολογικός χώρος Σάμης
- Αρχαϊκός Ναός Σκάλας
- Ρωμαϊκή Έπαυλη Αγίας Ευφημίας
- Αρχαιολογικοί χώροι Λακίθρας – Μαζαρακάτας

Πάτμος

- Ιερά Μονή Ζωοδόχου Πηγής Πάτμου
- Αρχοντικό Νικολαΐδη (αποκαταστάθηκε στο πλαίσιο του Γ' Κ.Π.Σ με πρόβλεψη για έκθεση, χώρο εκδηλώσεων και πωλητήριο)

Χανιά

- Αρχαιολογικός χώρος Απτέρας με αρχαίο θέατρο
- Ενετικές οχυρώσεις και βυζαντινό τείχος Χανίων
- Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Χανίων (Ολοκληρώθηκε το κτίριο, προβλέπεται η λειτουργία περιοδικής έκθεσης μέχρι να ολοκληρωθεί η μόνιμη έκθεση που θα υλοποιηθεί στο πλαίσιο ΕΣΠΑ 2014 – 2020)

Βόλος

- Αρχαιολογικό Μουσείο Βόλου
- Αρχαίο θέατρο Δημητριάδος
- Αρχαιολογικοί χώροι προϊστορικών οικισμών Διμηνίου - Σέσκλου

Παράρτημα 7

Ναύπλιο

- Αρχαιολογικό Μουσείο Ναυπλίου (ανακαινίστηκε ως κτίριο και έκθεση στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)
- Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα
- Κάστρο Ακροναυπλίας (ολοκληρώθηκαν παρεμβάσεις για την βελτίωση της προσβασιμότητας και την ανάδειξη επιμέρους θέσεων στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007 – 2013)
- Κάστρο Παλαμηδίου
- Αρχαιολογικός χώρος Τίρυνθας
- Αρχαιολογικός χώρος μυκηναϊκής ακρόπολης Μιδέας και μυκηναϊκό νεκροταφείο Δενδρών
- Άργος: Ακρόπολη Λάρισας, Βυζαντινό Μουσείο Άργους
- Ιερά Μονή Ζωοδόχου Πηγής Αρείας Ναυπλίου (3 χλμ ΒΔ Ναυπλίου)

Λαύριο

- Αρχαιολογικό Μουσείο Λαυρίου
- Σούριζα: αρχαία μεταλλεία και αρχαία λατομεία
- Θορικός: Αρχαίο Θέατρο και κατάλοιπα της κλασικής πόλης
- Τεχνολογικό Πάρκο Λαυρίου
- Αρχαιολογικός χώρος Σουνίου
- Αρχαιολογικός χώρος Βραυρώνας

Καλαμάτα

- **Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Καλαμάτας** (ολοκληρώθηκε στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)
- Κάστρο Καλαμάτας
- Μέγαρο Χορού Καλαμάτας
- Αρχαιολογικός χώρος και Μουσείο Αρχαίας Μεσσήνης
- **Μοναστηριακό Συγκρότημα Μεταμόρφωσης του Σωτήρος (Ανδρομονάστηρο)**
- Κάστρο Ανδρούσας

Αγ. Νικόλαος

- Αρχαιολογικό Μουσείο Αγ. Νικολάου (κτίριο και περιοδική έκθεση ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007 – 2013, προβλέπεται η υλοποίηση της μόνιμης έκθεσης στο ΕΣΠΑ 2014-2020)
- Αρχαιολογικός χώρος Γουρνιών

Θεσσαλονίκη

- Μουσείο Λευκού Πύργου
- **Ροτόντα, Αρχαία Αγορά, Ανάκτορα Γαλερίου και λοιπά τμήματα της ρωμαϊκής και βυζαντινής πόλης που έχουν αναδειχθεί στο ιστορικό κέντρο της στα πλαίσια ευρωπαϊκών προγραμμάτων**
- **Επταπύργιο και Άνω Πόλη**
- **Μονή Λαζαριστών και κρατικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης**

Παράρτημα 7

Χίος

- Μετζητιέ Τζαμί
- Κάστρο Χίου
- Νέα Μονή Χίου
- Ι.Μ. Παναγίας Κρήνας

Μυτιλήνη

- Κάστρο Μυτιλήνης
- Αρχαιολογικός χώρος Κλοπεδής
- Αρχαιολογικός χώρος προϊστορικού οικισμού Θερμής
- Μουσείο Τεριάντ
- Περιήγηση στην πόλη της Μυτιλήνης όπου έχουν αναδειχθεί τμήματα της αρχαίας πόλης (αρχαίο θέατρο, Ρωμαϊκές θέρμες, ρωμαϊκή οικία, οικία Μενάνδρου, ρωμαϊκή έπαυλη, ιερό Κυβέλης, κλπ)
- Καθολική Εκκλησία Μεταστάσεως Θεοτόκου στην πόλη της Μυτιλήνης

Σύρος

- Εκκλησιαστικό συγκρότημα Αγ. Γεωργίου στην Άνω Σύρο

Κως

- Ρωμαϊκή Έπαυλη Casa Romana (Αποκατεστημένο μνημείο στο οποίο φιλοξενείται έκθεση)
- Περιήγηση στην πόλη της Κω όπου έχουν αναδειχθεί ως οργανωμένοι αρχαιολογικοί χώροι τμήματα της αρχαίας πόλης προκειμένου να ενοποιηθούν σε οργανωμένο περίπατο (κεντρικό τμήμα αρχαίας αγοράς, νότιο τμήμα αρχαίας αγοράς, κλπ)
- Αρχαιολογικό Μουσείο Κω (αποκαταστάθηκε το κτίριο και είναι σε φάση ολοκλήρωσης η έκθεση)
- Αρχαιολογικός χώρος Ασκληπιείου Κω (λειτουργεί και η επανέκθεση της επιγραφικής συλλογής, η οποία ολοκληρώθηκε στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007 - 2013)

Σύμη

- Ι.Μ. Ρουκουνιώτη στη Σύμη (αποκατεστημένο μνημείο στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007 - 2013)
- Αρχαιολογικό Μουσείο Σύμης (αποκατεστημένο κτιριακό συγκρότημα στο οποίο ολοκληρώθηκε έκθεση για την διαχρονική ιστορία του νησιού)

Λήμνος

- Κάστρο Μύρινας

Μήλος

- Αρχαιολογικό Μουσείο Μήλου (κτίριο και επανέκθεση ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)
- Αρχαίο Θέατρο Μήλου (αποκατεστημένο μνημείο στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007 - 2013)

Παράρτημα 7

- Κατακόμβες Μήλου
- Φυλακωπή Μήλου (ο αρχαιολογικός χώρος αναδείχθηκε στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)

Καβάλα

- Αρχαιολογικό Μουσείο Καβάλας (κτήριο και επανέκθεση ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)
- Μεσαιωνικό Τείχος και ακρόπολη Καβάλας
- **Αρχαιολογικό Μουσείο Θάσου**
- **Αρχαιολογικός χώρος και μουσείο Φιλίππων** (κτίριο και επανέκθεση ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ καθώς και συγκεκριμένα μνημεία του χώρου)

Σάμος

- Αρχαιολογικό Μουσείο Πυθαγορείου (η επανέκθεση ολοκληρώθηκε στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ) και περιήγηση στον περιβάλλοντα χώρο όπου έχουν αναδειχθεί τμήματα της αρχαίας πόλης (ΕΣΠΑ 2017 - 2013)
- Αρχαιολογικός χώρος Ηραίου (ο χώρος αναδείχθηκε στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)
- **Ευπαλίνειο Όρυγμα**

Μονεμβασία

- Μονεμβασία (**Ακρόπολη Μονεμβασίας**, τείχος Μονεμβασίας, Ι.Ν. Αγίας Άννας, Μυρτιδιώτισσας, κλπ). Συνεχείς παρεμβάσεις ανάδειξης στα πλαίσια ευρωπαϊκών προγραμμάτων.

Ζάκυνθος

- Πύργος Δομενεγίνη (το μνημείο αναδείχθηκε στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ)
- Ι.Ν. Παναγίας Βουγιάτου (το μνημείο αναδείχθηκε στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)
- Ι.Ν. Σπηλιώτισσας Ζακύνθου (το μνημείο αναδείχθηκε στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 20127 -2013).
- Ι.Ν. Αγ Σπυρίδωνα στο Αργάσι

Νάξος

- Αρχαιολογικός χώρος Υρίων
- Αρχαιολογικός χώρος Σαγκρίου και οικισμός Χαλκί
- Αρχαιολογικό Μουσείο Νάξου (δεν έχει γίνει καμία παρέμβαση αναβάθμισης στο πλαίσιο ευρωπαϊκών προγραμμάτων)

Ηγουμενίτσα

- **Αρχαιολογικό Μουσείο Ηγουμενίτσας** (κτίριο και επανέκθεση ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)
- **Αρχαιολογικός χώρος Γιτάνων και Ντόλιανης**
- **Νεκρομαντείο**

Πύλος

- Νιόκαστρο: Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Πύλου στο ισόγειο του κτιρίου Μαιζώ-νος, Ι.Μ. Μεταμόρφωσης Σωτήρος

Παράρτημα 7

- Κάστρο Μεθώνης
- Ανάκτορο Νέστορος (Νέο στέγαστρο)

Πάτρα

- Κάστρο Πάτρας
- Αγ. Ανδρέας Πάτρας
- Ι.Ν. Παντάνασσας Πάτρας
- **Φρούριο Ρίου**
- **Κάστρο Χλεμούτσι** (βρίσκεται κοντά στο λιμάνι της Κυλλήνης)

Ρέθυμνο

- **Αρχαιολογικό μουσείο Ρεθύμνου**
- **Περιήγηση στην πόλη**
- **Κάστρο Ρεθύμνου- Φορτέτζα**

Κύθηρα

- Αρχαιολογικό Μουσείο Κυθήρων (κτίριο και επανέκθεση ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007 - 2013)
- Παλαιόπολη

Πρέβεζα

- Αρχαιολογικό Μουσείο Νικόπολης (κτήριο και επανέκθεση ολοκληρώθηκαν στο πλαίσιο του Γ'Κ.Π.Σ)
- Αρχαιολογικός χώρος Νικόπολης (έχουν πραγματοποιηθεί παρεμβάσεις για την ανάδειξη του ρωμαϊκού Ωδείου, των τειχών, των παλαιοχριστιανικών βασιλικών, του μνημείου του Αυγούστου, κλπ στο πλαίσιο ευρωπαϊκών προγραμμάτων).
- **Αρχαιολογικός Χώρος Κασσώπης**

Άνδρος

- Αρχαιολογικό Μουσείο Άνδρου
- Αρχαιολογικός χώρος Υψηλής Άνδρου

Αλεξανδρούπολη και Σαμοθράκη

- Αρχαιολογικός χώρος Ζώνης
- Βυζαντινό Μουσείο Διδυμοτείχου (νέο)
- Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Αλεξανδρούπολης (το κτήριο και η περιοδική έκθεση ολοκληρώνονται εντός του 2016. Η έκθεση προγραμματίζεται να υλοποιηθεί στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2014 - 2020)
- **Κάστρο Σαμοθράκης** (η ανάδειξη του χώρου ολοκληρώθηκε στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007 - 2013)
- **Ιερό μεγάλων Θεών και Αρχαιολογικό Μουσείο Σαμοθράκης** (η αποκατάσταση του κτιρίου ολοκληρώθηκε. Η έκθεση προγραμματίζεται να υλοποιηθεί στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2014 - 2020)

Παράρτημα 8

Η ΠΡΟΟΔΟΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ

ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΜΝΗΜΕΙΟΥ	ΓΕΩΦΥΣΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ	ΑΠΑΛΛΟΤΡΙΩΣΕΙΣ	ΑΝΑΣΚΑΦΕΣ	ΜΕΛΕΤΕΣ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ
Αρχαίο Θέατρο Αβδήρων					
Αρχαίο Θέατρο Αιγείρας					
Μικρό θέατρο Αμβρακίας					
Αρχαίο θέατρο Αμφιραρείου			*		
Αρχαίο θέατρο Αμφιπόλης					
Αρχαίο θέατρο Απτέρας					
Αρχαίο θέατρο Άσκηρς			*		
Αρχαίο θέατρο Αχαρνών					
Ρωμαϊκό θέατρο Γόρτυνας					
Αρχαίο θέατρο Γπάνων					
Αρχαίο θέατρο Γυθείου			*	*	
Αρχαίο θέατρο Δελφών					
Αρχαίο θέατρο Δήλου					
Αρχαίο θέατρο Δημητριάδος					
Αρχαίο θέατρο Διονύσου					
Αρχαίο θέατρο Διονύσου (Ικαρίας Αττικής)					
Ρωμαϊκό ωδείο του Δίου					
Αρχαίο θέατρο Δωδώνης					
Αρχαίο θέατρο Ζέας					
Αρχαίο θέατρο Επιδαύρου					
Μικρό θέατρο αρχαίας Επιδαύρου					
Αρχαίο θέατρο Εφέτριας					
Ωδείο Ηρώδου του Αττικού					
Αρχαίο θέατρο Θάσου					
Αρχαίο θέατρο Θήρας					
Αρχαίο θέατρο Θορικού					
Αρχαίο θέατρο Τεράπινας					
Αρχαίο θέατρο Καβιρείου Θήβας				*	
Αρχαίο θέατρο Καλυδώνιας					
Αρχαίο θέατρο Καρθαίας Κέας					
Αρχαίο θέατρο Κασσώπης					
Θέατρο Κουφονησίου Λεύκης					
Αρχαίο θέατρο Λάρισας					
Αρχαίο θέατρο Λίνδου					
Αρχαίο θέατρο Μακύνειας					
Αρχαίο θέατρο Μαρώνειας					
Αρχαίο θέατρο Μεγαλόπολης					
Αρχαίο θέατρο Μεσσήνης					
Αρχαίο θέατρο Μήλου					
Αρχαίο θέατρο Μιέζας					
Αρχαίο θέατρο Μικροθηβών					
Ρωμαϊκό θέατρο Νικόπολης					
Ρωμαϊκό ωδείο Νικόπολης					
Αρχαίο θέατρο Ονιαδών					
Αρχαίο θέατρο Ορχομ. Αρκαδίας					
Αρχαίο θέατρο Ορχομ. Βοιωτίας					
Αρχαίο θέατρο Πλατινάς					
Αρχαίο θέατρο Πλευρώνας					
Αρχαίο θέατρο Σικιώνας				*	
Αρχαίο θέατρο Στράτου					
Αρχαίο θέατρο Σπάρτης					
Αρχαίο θέατρο Τραχώνων					*
Αρχαίο θέατρο Φιλίππων					
Αρχαίο θέατρο Φερών					
Ρωμαϊκό θέατρο Χερσονήσου					

Με (*) σημειώνονται οι εργασίες σε αρχαία θέατρα, για τα οποία έχει ήδη υπογραφεί Προγραμματική Σύμβαση και οι εργασίες αναμένεται να ξεκινήσουν άμεσα.

Η συμβολή του σωματείου Διάζωμα στην αναστήλωση των αρχαίων θεάτρων.