



ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΠΟΛΕΩΝ

Σεπτέμβριος 2015

INSETE



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ



ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ (άρθρο 8 Ν. 1599/1986)

Η ακρίβεια των στοιχείων που υποβάλλονται με αυτή τη δήλωση μπορεί να ελεγχθεί με βάση το αρχείο άλλων υπηρεσιών (άρθρο 8 παρ. 4 Ν. 1599/1986)

ΠΡΟΣ ⁽¹⁾ :	ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ						
Ο - Η Όνομα:	ΘΕΟΦΙΛΟΣ	Επώνυμο:	ΚΥΡΑΤΣΟΥΛΗΣ				
Όνομα και Επώνυμο Πατέρα:	ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΥΡΑΤΣΟΥΛΗΣ						
Όνομα και Επώνυμο Μητέρας:	ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΚΥΡΑΤΣΟΥΛΗ						
Ημερομηνία γέννησης ⁽²⁾ :	ΕΙΚΟΣΙ ΜΙΑ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ ΧΙΛΙΑ ΕΝΝΙΑΚΟΣΙΑ ΕΒΔΟΜΗΝΤΑ ΤΡΙΑ						
Τόπος Γέννησης:	ΑΘΗΝΑ						
Αριθμός Δελτίου Ταυτότητας:	ΑΕ 533246	Τηλ:	2107219886				
Τόπος Κατοικίας:	ΑΘΗΝΑ	Οδός:	Λ. ΒΑΣ. ΓΕΩΡΓΙΟΥ Β'	Αριθ:	51	ΤΚ:	11634
Αρ. Τηλεομοιοτύπου (Fax):			Δ/νση Ηλεκτρ. Ταχυδρομείου (Email):	tkyratsoulis@realis.gr			

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις⁽³⁾, που προβλέπονται από τις διατάξεις της παρ. 6 του άρθρου 22 του Ν. 1599/1986, δηλώνω ότι:

ως νόμιμος εκπρόσωπος της Θ. ΚΥΡΑΤΣΟΥΛΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε., δηλώνω υπεύθυνα και εν γνώσει των συνεπειών του νόμου ότι το παραδοτέο «Μελέτη για τον Τουρισμό Πόλεων» αποτελεί πρωτότυπο έργο και δεν έχουν χρησιμοποιηθεί άλλες πηγές πέραν από αυτές στις οποίες γίνεται αναφορά. Όπου υπάρχει αναπαραγωγική δεδομένων, πινάκων και παραθεμάτων, αυτό δηλώνεται ρητά.

ΤΜΗΜΑ ΔΕΣΦΑΛΕΩΝ
ΘΕΩΡΗΘΗΚΕ

Το ίδιο χειρόγραφο της υπογραφής
του Ε. Ν. ΚΥΡΑΤΣΟΥΛΗΣ (4)
κάτοχου υπ' αριθ. Α.Τ. 533246
κδοθέντος την 11.5.07
υπό Τ. Α. ΣΤΑΥΡΑΚΗ
αριθ. 301 / 2007

Ημερομηνία: 20/9/2011

Ο - Η Δηλ.

(Υπογραφή)

- (1) Αναγράφεται από τον ενδιαφερόμενο πολίτη ή Αρχή ή η Υπηρεσία του δημόσιου τομέα, που απευθύνεται η αίτηση.
- (2) Αναγράφεται ολογράφως.
- (3) «Όποιος εν γνώσει του δηλώνει ψευδή γεγονότα ή αρνείται ή αποκρύπτει τα αληθινά με έγγραφη υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον τριών μηνών. Εάν ο υπαίτιος αυτών των πράξεων σκόπευε να προσπορίσει στον εαυτόν του ή σε άλλον περιουσιακό όφελος βλάπτοντας τρίτον ή σκόπευε να βλάψει άλλον, τιμωρείται με κάθειρξη μέχρι 10 ετών.
- (4) Σε περίπτωση ανεπάρκειας χώρου η δήλωση συνεχίζεται στην πίσω όψη της και υπογράφεται από τον δηλούντα ή την δηλούσα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΟΨΗ	4
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
2. ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΠΟΛΕΩΝ	11
2.1. Τι είναι ο τουρισμός πόλεων;	11
2.2. Η διεθνής εμπειρία	12
2.3. Ο τουρισμός πόλεων στην Ελλάδα	15
3. ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΕΩΝ	20
3.1. Γενικά	20
3.2. Ειδικά θέματα αστικού τουρισμού και βιώσιμης ανάπτυξης	23
3.3. Μελέτες περίπτωσης σε διεθνές επίπεδο	28
4. ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	37
4.1. Ανάλυση SWOT	37
4.2 Ανάλυση PEST	39
4.3. Προτάσεις και κατευθύνσεις για την ενίσχυση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην Αθήνα & Θεσσαλονίκη	40
ΑΝΑΦΟΡΕΣ	44

ΣΥΝΟΨΗ

Η παρούσα “Μελέτη για τον Τουρισμό Πόλεων” αποτελεί επιστημονική συμβολή προς το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) στο πλαίσιο του θεματικού τομέα «Ειδικές μορφές τουρισμού» του Υποέργου 8 «Οργάνωση και Λειτουργία θεματικών τομέων του ΙΝΣΕΤΕ για την ενίσχυση της θεσμικής ικανότητας του ΣΕΤΕ, Δράσεις Συντονισμού και Διοίκησης των Υποέργων της Πράξης» της Πράξης «Ενίσχυση της θεσμικής και επιχειρησιακής ικανότητας του ΣΕΤΕ», (Υποέργο 8 - Κωδικός ΟΠΣ Πράξης: MIS 485414).

Στόχος της μελέτης είναι η αναγνώριση και αξιολόγηση των βασικών τάσεων και προκλήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό πόλεων (αστικό τουρισμό) και η διασύνδεσή τους με θέματα βιώσιμης ανάπτυξης, τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο. Ο σύντομος χρονικά χαρακτήρας αυτών των εξορμήσεων (εξ’ όρου ο εναλλακτικός όρος “city break”), συγκριτικά με την εκτεταμένη διάρκεια των παραδοσιακών διακοπών παραθερισμού, επιβεβαιώνεται από την:

- Ραγδαία αύξηση της αγοράς των city-breaks (58%) κατά την περίοδο 2009-2014, με πόλεις όπως το Παρίσι και η Νέα Υόρκη να υποδέχονται περισσότερα από 18 εκατομμύρια επισκέπτες, για το 2013 (IPK International, 2014).
- Αναδυόμενη τάση προσθήκης ημερών αναψυχής σε τουριστικούς προορισμούς στους οποίους ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους (BridgeStreet Global Hospitality, 2014).

Σε κάθε περίπτωση, η ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων επηρεάζεται από παγκόσμιες τάσεις της τουριστικής αγοράς και εμπεριέχει εξειδικευμένες προκλήσεις για τις ίδιες τις πόλεις και την διακυβέρνησή τους, όπως η:

- Εξατομικευμένη Προσέγγιση της Τουριστικής Εμπειρίας
- Συνεχής Εξάπλωση της Οικονομίας του Διαμοιρασμού (Sharing Economy)
- Ενεργός Συμμετοχή των Τοπικών Κοινωνιών:
- Ενισχυμένη Ευφυΐα των Αστικών Προορισμών
- Διαφοροποίηση των Καναλιών Διάχυσης της Τουριστικής Πληροφορίας
- Διακυβέρνηση για τη Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη

Καθώς εκτιμάται ότι τόσο η Αθήνα κατά κύριο λόγο, όσο και η Θεσσαλονίκη ανήκουν στους ευνοημένους προορισμούς από το 2013, στα ζητήματα που επηρεάζουν τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού πόλεων στην Ελλάδα, περιλαμβάνονται:

- Η δυναμική που θα προσδώσουν στην ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων η αξιοποίηση της δημόσιας περιουσίας ως μέσο για τη συγκέντρωση εσόδων και την αποπληρωμή τμήματος του χρέους.
- Η διαρκής αντιμετώπιση θεμάτων που σχετίζονται με την έξαρση συνθηκών κρίσης εντός και εκτός της χώρας, όπως η αύξηση της εγκληματικότητας σε διάφορες περιοχές της πόλης, η συσσώρευση του αδιάθετου κτιριακού αποθέματος, η συγκέντρωση στην

ευρύτερη περιοχή των κέντρων των πόλεων μεγάλου αριθμού ατόμων από τρίτες χώρες, κ.λπ.

- Η προοπτική για την ολοκλήρωση ή την έναρξη μεγάλων έργων όπως το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, το Ελληνικό και το Μετρό στη Θεσσαλονίκη, που εκτιμάται ότι θα δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία για το τουριστικό προϊόν της κάθε πόλης.
- Οι συνέπειες για τον τουριστικό τομέα και την ξενοδοχεία από την ανεξέλεγκτη εξάπλωση της αστικής μίσθωσης ως τουριστικής, δεδομένου ότι εκτιμάται ότι για την περίοδο 2009-2014 περίπου 75 χιλιάδες επισκέπτες παρέμειναν σε τέτοια καταλύματα εντός Αθηνών, σύμφωνα με την καταγραφή ενός από τους παρόχους (Airbnb, 2015).
- Η περαιτέρω επέκταση της συνδεσιμότητας των αεροδρομίων των δύο πόλεων μέσω αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους.
- Η επικοινωνιακή διαχείριση της εικόνας των αστικών κέντρων εντός και εκτός του διαδικτύου κατά τη διάρκεια μιας περιόδου αμφιλεγόμενης δημοσιότητας για τη χώρα σε διεθνές επίπεδο.
- Η εξωστρέφεια των προωθητικών ενεργειών που θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τόσο τα γεω-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών (π.χ. αγορές Millennials, αναδυόμενων αγορών BRICS, κ.λπ.) όσο και τα ψυχογραφικά γνωρίσματα τους που καθορίζουν τη ζήτηση εκ μέρους τους για συγκεκριμένες υπηρεσίες.
- Η ανάγκη να υπάρχουν εγκαίρως και με έγκυρο τρόπο επαρκή δεδομένα για την ανάλυση του τουριστικού τομέα σε επίπεδο αστικού προορισμού.

Στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης και σύμφωνα με τους πρόσφατα προτεινόμενους στόχους προς την Γενική Συνέλευση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (UN, 2014) για την περαιτέρω προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης και την εφαρμογή της Agenda 21, επανεπιβεβαιώνεται ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα από τους βασικούς τομείς προτεραιότητας. Προς την κατεύθυνση αυτή, κινούνται και οι κατευθυντήριες οδηγίες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού σε ότι αφορά στον Οδικό Χάρτη για την Τουριστική Ανάπτυξη σε περιόδους κρίσεων (WTO, 2009), οι οποίες οργανώνονται σε τρεις βασικούς άξονες:

- Αντοχή (“Resilience”)
- Ενθάρρυνση (“Encouragement”)
- «Πράσινη» οικονομία

Σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η σύνδεση μεταξύ βιώσιμης ανάπτυξης και τουρισμού πόλεων (ή αστικού τουρισμού) είναι περιορισμένη (Hinch, 1996; Timur et al., 2009) καθώς παραδοσιακά επικρατεί η άποψη ότι οι πόλεις αποτελούν πηγή προέλευσης των τουριστικών ροών και η μη αστικές περιοχές, οι τουριστικοί προορισμοί. Ειδικότερα, τα θέματα βιώσιμης ανάπτυξης που συνδέονται με τον τουρισμό πόλεων αναπτύσσονται γύρω από τρεις αλληλεξαρτώμενους άξονες:

- Τουριστικούς πόρους: εγκαταστάσεις (πολιτισμού, αθλητισμού, αναψυχής), φυσικά και κοινωνικό – πολιτισμικά χαρακτηριστικά.

- Τουριστικές υπηρεσίες: ξενοδοχεία, εμπορικές εγκαταστάσεις και αγορές.
- Υποδομές: προσβασιμότητα και στάθμευση, μεταφορές, ενέργεια και προστασία περιβάλλοντος.

Βάσει σχετικών αναφορών (Hinch, 1996), καθώς οι επισκέπτες έχουν την ανάγκη να νιώθουν ότι φιλοξενούνται από ένα προορισμό, οι προορισμοί που αδυνατούν να παράσχουν αυθεντική φιλοξενία βρίσκονται σε δυσχερή θέση σε ότι αφορά στον ανταγωνισμό.

Εκτιμάται ότι μία κομβική μετακίνηση προς τα ΔΜΜ είναι ένα σημαντικός τρόπος για τη μείωση των εκπομπών CO₂ ενός αστικού προορισμού. Παρόλα αυτά, η υλοποίηση της προσέγγισης αυτής απαιτεί δέσμευση τόσο από την πλευρά των επισκεπτών όσο και από τους φορείς διαχείρισης των τουριστικών προορισμών (DMOs) καθώς αναδεικνύεται η διάσταση της διαχείρισης της ζήτησης καθώς και την συμμετοχής των διάφορων εμπλεκόμενων φορέων. Πρόσφατα και για αστικούς προορισμούς (πχ. Σαν Φραντζίσκο, Βαρκελώνη), σημαντική διάσταση στη χρήση των ΔΜΜ είναι ο ανταγωνισμός στη χρήση τους μεταξύ επισκεπτών και κατοίκων με επιπτώσεις τόσο στην τουριστική εμπειρία όσο και ικανότητα των ΔΜΜ να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στη ζήτηση.

Επίσης, κρίνεται σκόπιμο να αναδειχθεί η διαφαινόμενη σύγχρονη τάση ουσιαστικής διασύνδεσης της τουριστικής εμπειρίας και φιλοξενίας με το εκάστοτε τουριστικό προορισμό, γεγονός που εκτιμάται ότι αποτελεί τη βάση προς την κατεύθυνση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Ειδικότερα, χαρακτηριστικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν:

- Αφενός, η διαμόρφωση νέων και ολοκληρωμένων εμπορικών ξενοδοχειακών “brands” που σχετίζονται με την τοπικότητα, τις αυθεντικές και βιωματικές εμπειρίες και την ελαχιστοποίηση στην κατανάλωση των πόρων και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την τουριστική δραστηριότητα. Στο πλαίσιο αυτό αναγνωρίζονται ενδεικτικά “brands” όπως τα Curio & Canopy (Hilton), Hotel Indigo (Intercontinental Hotel Group), Element (Westin), “1” (Starwood).
- Αφετέρου, μεγάλα έργα αστικής αναζωογόνησης περιοχών μέσω τουριστικών αναπτύξεων από ιδιωτικά επενδυτικά κεφάλαια σε συνεργασία με τοπικούς DMOs κυρίως σε κορεσμένους ή αναπτυσσόμενους τουριστικούς προορισμούς, όπως ενδεικτικά:
 - Συνεργασία μεταξύ Marriott International, Tourism Council Western Australia και Metropolitan Redevelopment Authority στο πλαίσιο της στρατηγικής “Destination Perth” για την ανάπτυξη ξενοδοχειακής μονάδας “Ritz-Carlton” στην περιοχή του Elizabeth Quay, Perth.
 - Πρόγραμμα τουριστικής αναζωογόνησης του ώριμου τουριστικού προορισμού Magaluf, Majorca από την Melia Hotels International (MHI).

Παράλληλα, οι υπεύθυνοι για τη λήψη αποφάσεων κρίνεται σκόπιμο να προωθήσουν την δημιουργία δικτύων βιώσιμου αστικού τουρισμού (Timur et al., 2009) ως πεδία αλληλεπίδρασης των πολλών και ποικίλων εμπλεκόμενων φορέων που έχουν διαφορετικούς στόχους, καθώς και διαφορετικά ενδιαφέροντα και βαθμό ισχύος στην διαδικασία βιώσιμου αστικού τουρισμού.

Συμπερασματικά, η έννοια της βιωσιμότητας αφορά κυρίως και εν τέλει στην παροχή ολοκληρωμένης και υψηλού επιπέδου τουριστικής εμπειρίας (ιδιαίτερα στο πλαίσιο των σύγχρονων καταναλωτικών προτύπων) και άρα στη δημιουργία ανταγωνιστικού και ανθεκτικού (“resilient”) τουριστικού τομέα.

Ορισμένες από τις καλές πρακτικές σε διεθνές επίπεδο εκτιμάται ότι είναι:

- Η δυναμική που αναπτύσσεται για τα προγράμματα βιώσιμης αστικής τουριστικής ανάπτυξης μέσω της υλοποίησης στρατηγικών μάρκετινγκ, όταν αυτές συνεισφέρουν στην ενημέρωση ομάδων ενδιαφέροντος σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- Η πιστοποίηση στο πλαίσιο ειδικών προτύπων βιώσιμου τουρισμού που επιτρέπει στους εμπλεκόμενους φορείς να επιδείξουν υπευθυνότητα, διαφάνεια και επαγγελματισμό.
- Η υλοποίηση προγραμμάτων περιβαλλοντικής αναβάθμισης και αστικής αναγέννησης περιοχών στο πλαίσιο του μετασχηματισμού τους ως θεματικές τουριστικές ζώνες.
- Η συνεχής διασύνδεση της ζωής των κατοίκων και της τοπικής κοινότητας (ιδιαίτερα νέων ηλικιακά ομάδων) με τουριστικές περιοχές παρά τον εκσυγχρονισμό και μετασχηματισμό τους από τις παραδοσιακές αξίες, υποδομές και δραστηριότητες.
- Η προώθηση της έννοιας της «ευφυούς» πόλης σε τεχνολογικό και οργανωτικό επίπεδο.

Στο πλαίσιο αυτό, η προώθηση του βιώσιμου αστικού τουρισμού για τις μητροπολιτικές περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, αρχικά θα πρέπει να κινηθεί στο πλαίσιο εκπόνησης ενός **εξειδικευμένου στρατηγικού και επιχειρησιακού σχεδιασμού**. Ο στρατηγικός σχεδιασμός θα πρέπει να συμβάλει στους άξονες προτεραιότητας, όπως ορίζονται στο πλαίσιο της διακήρυξης της Κωνσταντινούπολης (2012) για τον αστικό τουρισμό:

- Αναγνώριση των σημαντικών θετικών οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων του αστικού τουρισμού στην εθνική και τοπική οικονομία.
- Ενσωμάτωση του αστικού τουρισμού σαν βασικό συστατικό της κυβερνητικής πολιτικής σε όλα τα επίπεδα.
- Εδραίωση νέων, αποτελεσματικών εργαλείων για την καλύτερη συνεργασία μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων στον κλάδο του τουρισμού.

- Ανάδειξη της σημασίας του ανθρώπινου κεφαλαίου και της επένδυσης των επαγγελματική κατάρτιση.
- Ανάπτυξη καινοτόμων στρατηγικών για την ανάπτυξη νέων προϊόντων με υψηλή προστιθέμενη αξία, απευθυνόμενα σε εξειδικευμένες αγορές.
- Προώθηση μέτρων και πρακτικών για την ενθάρρυνση, ανάπτυξη και αναγνώριση πολιτικών και πρωτοβουλιών βιώσιμης ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο.

Παράλληλα, βασικοί άξονες δράσης που κρίνεται σκόπιμο να αποτελέσουν αντικείμενο περαιτέρω εξειδίκευσης σε βραχυχρόνιο ορίζοντα είναι η:

1. **Χρηματοδότηση:** κρίνεται εξαιρετικά κρίσιμη η διασύνδεση του επόμενου Ευρωπαϊκού προγραμματικού πλαισίου με τις κατευθύνσεις που θα τεθούν από τον στρατηγικό και επιχειρησιακό σχεδιασμό. Παράλληλα, είναι ιδιαίτερης σημασίας η αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων χρηματοδότησης όπως τα ΣΔΙΤ αλλά και η διερεύνηση των τάσεων και προτιμήσεων των ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων τόσο σε επίπεδο διαχείρισης και προώθησης των προορισμών όσο και των τουριστικών υποδομών.
2. **Ολοκληρωμένη διακυβέρνηση και διαχείριση:** Τόσο η πολυπλοκότητα της τουριστικής εμπειρίας όσο και της λειτουργίας των πόλεων απαιτεί την συνεργασία του συνόλου των εμπλεκόμενων φορέων που είναι επιφορτισμένοι με την διαμόρφωση πολιτικών και στρατηγικής καθώς και την άσκηση των επιμέρους εκτελεστικών αρμοδιοτήτων τόσο σε οριζόντιο όσο και τομεακό επίπεδο. Παράλληλα, έχει ήδη αναφερθεί ότι η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας είναι ιδιαίτερης σημασίας για την προώθηση του βιώσιμου αστικού τουρισμού. Ο κατακερματισμός ή/ και η επικάλυψη των αρμοδιοτήτων, η ελλιπής εφαρμογή αυτών, ο πολύ μεγάλος αριθμός συναρμόδιων φορέων, καθώς και η απουσία διακυβέρνησης σε μητροπολιτικό επίπεδο αποτελούν σημαντικά θέματα που θα πρέπει να αντιμετωπισθούν στη βάση ενός νέου οργανωτικού μοντέλου για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη.
3. **Προώθηση της έννοιας της ευφυούς πόλης - τεχνολογική διείσδυση/ ICT:** Η προσέγγιση αυτή αφορά στην ολιστική θεώρηση των πόλεων ως «συστήματα των συστημάτων», προώθηση της ολοκλήρωσης υποδομών και διαδικασιών, έμφαση στην μείωση εκπομπών CO₂, προώθηση της χρήσης της ψηφιακής τεχνολογίας για την αύξηση της δυναμικότητας των υφιστάμενων υποδομών και υπηρεσιών, συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και τέλος την αναγνώριση τεσσάρων βασικών αξόνων δράσης (δομημένο περιβάλλον, ενέργεια, κινητικότητα και ICT).
4. **Εφαρμογή δεικτών και παρακολούθηση δεδομένων:** Η εφαρμογή του Συστήματος Ευρωπαϊκών Τουριστικών Δεικτών για βιώσιμους προορισμούς (European Tourism Indicator System for sustainable destinations) για την περίπτωση της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, εκτιμάται ότι θα συμβάλει στην αξιολόγηση του βαθμού ενσωμάτωσης της βιώσιμης ανάπτυξης στους συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς καθώς και στην σύγκριση του βαθμού αυτού με την διεθνή εμπειρία (“benchmarking”) με στόχο

την αξιολόγηση της υλοποίησης ειδικών προτεραιοτήτων, δράσεων και ενεργειών καθώς και τον σχεδιασμό νέων για την διαρκή ενίσχυση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Παράλληλα, θα μπορούσε να αποτελέσει προκαταρκτικό στάδιο για την πιστοποίηση ως βιώσιμους τουριστικούς προορισμούς όπως πχ., του Global Sustainable Tourism Council.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα “Μελέτη για τον Τουρισμό Πόλεων” αποτελεί επιστημονική συμβολή προς το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) στο πλαίσιο του θεματικού τομέα «Ειδικές μορφές τουρισμού» του Υποέργου 8 «Οργάνωση και Λειτουργία θεματικών τομέων του ΙΝΣΕΤΕ για την ενίσχυση της θεσμικής ικανότητας του ΣΕΤΕ, Δράσεις Συντονισμού και Διοίκησης των Υποέργων της Πράξης» της Πράξης «Ενίσχυση της θεσμικής και επιχειρησιακής ικανότητας του ΣΕΤΕ», (Υποέργο 8 - Κωδικός ΟΠΣ Πράξης: MIS 485414).

Η παρούσα τεχνική έκθεση συντάχθηκε από τον:

- κ. Θ. Κυρατσούλη, Οικονομολόγος, MSc. - σύμβουλος τουριστικής ανάπτυξης.

Στόχος της μελέτης είναι η αναγνώριση και αξιολόγηση των βασικών τάσεων και προκλήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό πόλεων (αστικό τουρισμό) και η διασύνδεση τους με θέματα βιώσιμης ανάπτυξης, τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο.

Ειδικότερα, αντικείμενο της παρούσας έκθεσης είναι η:

- Συνοπτική επισκόπηση της έννοιας της αστικού τουρισμού σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, με έμφαση στην αναγνώριση σύγχρονων τάσεων και προκλήσεων.
- Εισαγωγή στην έννοια του βιώσιμου αστικού τουρισμού υπό την έννοια όχι μόνο της προστασίας του δομημένου, πολιτισμικού και φυσικού περιβάλλοντος, αλλά κυρίως σε ότι αφορά στην σχέση του με την υψηλής ποιότητας τουριστική εμπειρία και τη δημιουργία σταθερών θέσεων απασχόλησης.
- Προκαταρκτική αναγνώριση και συνοπτική παρουσίαση μελετών περιπτώσεων για συγκεκριμένες θεματικές ενότητες που άπτονται του βιώσιμου αστικού τουρισμού, λαμβάνοντας υπόψη τη δυνατότητα μεταφοράς τους στην εθνική πραγματικότητα.
- Κριτική συσχέτιση και αξιολόγηση των διεθνών τάσεων και προκλήσεων στον τομέα του βιώσιμου αστικού τουρισμού, με τους στρατηγικούς στόχους, τις κατευθύνσεις πολιτικής και τους άξονες δράσεις σε εθνικό επίπεδο για τα μητροπολιτικά κέντρα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης (μέσω των αναλυτικών εργαλείων SWOT και PEST)
- Αναγνώριση ειδικών θεμάτων τουριστικής ανάπτυξης προς περαιτέρω διερεύνηση και μελέτη με στόχο την εκπόνηση συγκεκριμένων (κατάλληλα κοστολογημένων και με σαφές χρονοδιάγραμμα) προτάσεων για δράση προς την κατεύθυνση της ενίσχυσης της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για τις μητροπολιτικές περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

2. ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΠΟΛΕΩΝ

2.1. Τι είναι ο τουρισμός πόλεων;

Ο τουρισμός πόλεων (city tourism) – ή εναλλακτικά αστικός τουρισμός - αναδεικνύεται σταδιακά από τα μέσα της δεκαετίας του '80 σε έναν από τους πλέον δυναμικούς κλάδους της τουριστικής οικονομίας. Ως η τουριστική δραστηριότητα που ορίζεται από “ταξίδια προς τα αστικά κέντρα με συνήθως σύντομη διάρκεια” (UNWTO, 2012), προσδιορίζεται από δύο αλληλένδετες οντότητες: αφενός τους φορείς που γεωγραφικά εντάσσονται εντός των ορίων του αστικού χώρου με διάφορους στόχους, στρατηγικές και πολιτικές, και αφετέρου τους δυνητικούς επισκέπτες που ενώ δεν κατοικούν εντός της εκάστοτε πόλης, διαμορφώνουν ποικίλες εντυπώσεις για την εικόνα και τα χαρακτηριστικά της. (European Commission, 1999).

Η ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων προέκυψε αρχικά ως αποτέλεσμα της σωρευτικής επίδρασης επιμέρους φαινομένων όπως η εξάπλωση της δραστηριότητας των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους και η ανάδειξη των στοιχείων ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς στον αστικό σχεδιασμό των Ευρωπαϊκών πόλεων. Καθώς μάλιστα τα αστικά κέντρα διαθέτουν ένα μεγάλο εύρος διαθέσιμων έλξεων, καταλυμάτων και λοιπών τουριστικών ανωδομών, η ικανότητα τους να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες διαφορετικών ομάδων ταξιδιωτών ήταν εμφανής εξαρχής (UNWTO, 2012).

Αυτό όμως που διαφοροποιεί το παρελθόν από το παρόν, είναι ότι ο τουρισμός πόλεων αναγνωρίζεται σήμερα ως μια ιδιαίτερη πτυχή της αστικοποίησης του πληθυσμού τόσο στις αναπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Καθώς το 75% του παγκόσμιου πληθυσμού αναμένεται ότι θα έχει εγκατασταθεί σε αστικά κέντρα έως το 2050, ο τουρισμός πόλεων δεν είναι σκόπιμο να ερμηνευθεί αποκλειστικά ως οικονομικό φαινόμενο (UNWTO, 2014). Οι καταναλωτές που επιλέγουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του τουρισμού πόλεων, αξιοποιούν τις σύγχρονες δυνατότητες για την πραγματοποίηση ταξιδιών σε διεθνές επίπεδο και επιδιώκουν να βιώσουν αυθεντικές εμπειρίες της καθημερινής ζωής σε άλλες πόλεις. Ο δε σύντομος χρονικά χαρακτήρας αυτών των εξορμήσεων (εξ' όρου ο εναλλακτικός όρος “city break”), συγκριτικά με την εκτεταμένη διάρκεια των παραδοσιακών διακοπών παραθερισμού, επιβεβαιώνεται από την:

- Ραγδαία αύξηση της αγοράς των city-breaks (58%) κατά την περίοδο 2009-2014, με πόλεις όπως το Παρίσι και η Νέα Υόρκη να υποδέχονται περισσότερα από 18 εκατομμύρια επισκέπτες, για το 2013 (IPK International, 2014).
- Αναδυόμενη τάση προσθήκης ημερών αναψυχής σε τουριστικούς προορισμούς όταν ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους (BridgeStreet Global Hospitality, 2014).

2.2. Η διεθνής εμπειρία

Σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ολοένα και περισσότεροι Οργανισμοί Προώθησης-Διαχείρισης Προορισμού (Destination Marketing-Management Organizations - DMOs) σε αστικά κέντρα αναλαμβάνουν να αξιολογήσουν τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού πόλεων (UNWTO, 2012). Ελλείψει όμως ενός διεθνούς κοινού αναγνωρισμένου μεθοδολογικού πλαισίου, η εξέταση των οικονομικών επιπτώσεων εξειδικεύεται ενίοτε σε επίμερους θέματα (π.χ. στην ενίσχυση της απασχόλησης) ενώ λαμβάνει υπόψη διεργασίες που διασυνδέουν τον τουριστικό τομέα με άλλες παραγωγικές δραστηριότητες.

Στις ΗΠΑ για παράδειγμα, αναφέρεται η υφιστάμενη σχέση μεταξύ δομικών αλλαγών που λαμβάνουν χώρα στην τουριστική οικονομία¹ και της αναπτυξιακής επίδρασης που αυτή επιφέρει σε άλλους οικονομικούς κλάδους των αστικών κέντρων και των αντίστοιχων περιφερειακών ζωνών. Σύμφωνα με το Oxford Economics (2014), μια αύξηση της τάξεως του 10% επί των θέσεων απασχόλησης της τουριστικής οικονομίας των πόλεων των ΗΠΑ, τείνει να ακολουθείται εντός δύο ετών από μια επιπρόσθετη αύξηση της τάξεως του 1,5% επί των θέσεων απασχόλησης σε λοιπούς κλάδους της τοπικής οικονομίας.

Ως απόρροια αυτής της αλληλεπίδρασης παρατηρείται η εντατικοποίηση των συνεργασιών μεταξύ των DMOs και θεσμικών φορέων με αντικείμενο την οικονομική ανάπτυξη (Economic Development Organizations), σε τομείς όπως η εγκατάσταση υποδομών ψηφιακής τεχνολογίας και η προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων καθώς και εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού.

Η δυναμική του τουρισμού πόλεων ως παράγοντας δημιουργίας θέσεων εργασίας ιδιαίτερα για τα νεότερα τμήματα του πληθυσμού, έχει επίσης αναγνωριστεί στις περιπτώσεις των της Νότιας και Ανατολικής Ευρώπης. Είναι δεδομένο ότι ο οικονομικός και κοινωνικός ιστός αυτών των πόλεων έχει δεχτεί ισχυρές πιέσεις κατά τη διάρκεια της τρέχουσας οικονομικής κρίσης. Για αυτό, εκτιμάται ότι η εξωστρέφεια που χαρακτηρίζει τον τουρισμό προσφέρει γόνιμο πεδίο δράσης για τις αρμόδιες αρχές. Το βασικό διακύβευμα είναι η ανάδειξη της τουριστικής διάστασης σε κάθε προσπάθεια προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς και της σύγχρονης καθημερινότητας, ώστε οι πόλεις της Νότιας και Ανατολικής Ευρώπης να ενισχύσουν την εικόνα τους ως πυρήνες κοινοτομίας και ανταγωνιστικότητας στο διεθνές περιβάλλον (Global Cities Initiative and Centre for London, 2013).

Προς αυτήν την κατεύθυνση συγκλίνει η συστηματική αξιοποίηση των στοιχείων που καθιστούν ελκυστικό έναν τουριστικό προορισμό εντός ενός ευρύτερου πλαισίου πρακτικών προβολής του εκάστοτε τόπου. Τίθεται μάλιστα το ζήτημα αν οι έλξεις και τα μηνύματα που προδιαθέτουν το ταξίδι σε έναν τόπο δύνανται να επηρεάσουν τις διαθέσεις

¹ Στις ΗΠΑ είναι διαδεδομένος ο όρος Visitors Economy

και τις αποφάσεις άλλων ομάδων ενδιαφέροντος. Η διεθνής εμπειρία καταδεικνύει ότι μια βασική προϋπόθεση για τη διεύρυνση της συμμετοχής του ιδιωτικού τομέα στον προϋπολογισμό και τις δράσεις των DMOs είναι η ύπαρξη ενός κοινού οράματος, που θα προσεγγίζει την οντότητα κάθε πόλης ολιστικά και θα αντανακλά τις προσδοκίες και τα συμφέροντα πολλών φορέων της τοπικής οικονομίας (DMAI, 2014).

Κύριο συμπέρασμα από παραδείγματα τόσο στις ΗΠΑ όσο και στην Ευρώπη (π.χ. Βαρκελώνη και Άμστερνταμ), είναι ότι οι συνεργατικές πρακτικές για την προώθηση των πόλεων (city marketing) χρήζουν λεπτομερούς σχεδιασμού σε δύο παράλληλα επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο αφορά στη διατύπωση σαφών στόχων που θα εξασφαλίζουν τη συναίνεση όλων των εμπλεκόμενων φορέων και θα διασφαλίζουν την μακροπρόθεση αφοσίωση τους στην οριοθετημένη στρατηγική. Το δεύτερο επίπεδο αφορά στην επεξεργασία των πτυχών της τουριστικής εμπειρίας υπό το πρίσμα επιπρόσθετων αναγκών του κάθε τόπου. Εδώ, η ανάλυση υπεισέρχεται στις δράσεις επικοινωνιακού και μη χαρακτήρα, μέσω των οποίων όλες οι μονάδες της τουριστικής οικονομίας συνεισφέρουν στη διαμόρφωση θετικής εικόνας εκ μέρους ομάδων ενδιαφέροντος όπως δυνητικοί κάτοικοι, επενδυτές, εργαζόμενοι, σπουδαστές, κ.λπ.

Σε κάθε περίπτωση, η ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων επηρεάζεται από παγκόσμιες τάσεις της τουριστικής αγοράς και εμπεριέχει εξειδικευμένες προκλήσεις για τις ίδιες τις πόλεις και την διακυβέρνησή τους. Μολονότι η διεύρυνση της ψηφιακής τεχνολογίας βρίσκεται στο επίκεντρο των αναδυόμενων τάσεων και προκλήσεων, η εξέλιξη του τουρισμού πόλεων είναι συνυφασμένη με την διαχείριση πολύπλοκων ζητημάτων όπως:

- **Η Εξατομικευμένη Προσέγγιση της Τουριστικής Εμπειρίας:** Καθώς οι ταξιδιώτες διαθέτουν πλέον εκτεταμένες πηγές πληροφόρησης εντός και εκτός του διαδικτύου, αναζητούν τη βέλτιστη σχέση ποιότητας/τιμής βάσει του εκάστοτε διαθέσιμου εισοδήματος και θέτουν ως προτεραιότητα την βιωματική ερμηνεία αυθεντικών και πρωτότυπων εμπειριών. Λόγω της ιδιαίτερης εξοικείωσης της με το διαδίκτυο και τις εφαρμογές για κινητές συσκευές, η εν λόγω συμπεριφορά συχνά ταυτίζεται με την γενιά των Millennials (στην οποία ανήκουν εκείνοι που γεννήθηκαν μεταξύ του 1980 και του 1999, 18 – 35 ετών). Είναι όμως δεδομένο ότι οι προσδοκίες των ταξιδιωτών είναι αυξημένες για όλες τις δημογραφικές ομάδες, κάτι που πλέον σχετίζεται και με την ανάδειξη της θεματικής οργάνωσης της τουριστικής εμπειρίας (Peak and Skift, 2014).
- **Η Συνεχής Εξάπλωση της Οικονομίας του Διαμοιρασμού (Sharing Economy):** Στη διαμόρφωση αυθεντικών και πρωτότυπων εμπειριών για τους επισκέπτες εκτιμάται ότι έχει συμβάλει η εξάπλωση της παροχής ταξιδιωτικών υπηρεσιών μέσα από τα κανάλια της οικονομίας του διαμοιρασμού. Ιδιαίτερα εντός των αστικών προορισμών, κάθε ταξιδιώτης είναι πλέον σε θέση να εντοπίσει και να επιλέξει

μεταξύ μεμονωμένων παρόχων υπηρεσιών μεταφοράς, διαμονής, επισιτισμού και ξεναγήσεων. Εν προκειμένω, η βασική πρόκληση έγκειται αφενός (α) στη μεγιστοποίηση των ωφελειών προς την τοπική κοινωνία, και αφετέρου (β) στη διασφάλιση συνθηκών υγιούς ανταγωνισμού.

- **Η Ενεργός Συμμετοχή των Τοπικών Κοινωνιών:** Μολονότι η εξάπλωση της οικονομίας του διαμοιρασμού έχει διευρύνει τη δραστηριοποίηση των τοπικών κοινωνιών στην τουριστική ανάπτυξη (και στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών), ο άναρχος τρόπος ανάπτυξης εκτιμάται ότι είναι δυνατό να συμβάλει στην υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος των αστικών προορισμών. Για αυτόν τον λόγο, η ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας είναι σκόπιμο να λαμβάνει χώρα υπό το πρίσμα προγραμμάτων εθελοντικών πρωτοβουλιών και ειδικών εκδηλώσεων. Σε διεθνές επίπεδο, τέτοιου είδους καινοτόμες πρωτοβουλίες (πχ. “greeters” programs) αποτελούν πλέον σύνηθες φαινόμενο στο χαρτοφυλάκιο των DMOs, ενώ η υλοποίηση τους γίνεται με γνώμονα την ανάδειξη των λιγότερο προβεβλημένων έλξεων κάθε αστικού προορισμού και των πλέον αυθεντικών στοιχείων της τουριστικής εμπειρίας.
- **Η Ενισχυμένη Ευφυΐα των Αστικών Προορισμών:** Η αλληλεπίδραση κατοίκων και επισκεπτών εντός ενός αστικού τουριστικού προορισμού δεν περιορίζεται στο πεδίο των εθελοντικών πρωτοβουλιών αλλά είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τεχνολογικές εφαρμογές που διαχέουν τα εγγενή πλεονεκτήματα των ‘ευφυών’ πόλεων στις λειτουργίες της τουριστικής οικονομίας και τις πτυχές της τουριστικής εμπειρίας. Σύμφωνα με τα συμπεράσματα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (2014), η έννοια του ‘ευφυούς (“smart”) αστικού προορισμού’ προσδιορίζει ένα περιβάλλον, εντός του οποίου η καινοτομία και η τεχνολογία βρίσκονται κατ’εξοχήν σε συνέργεια με τις δραστηριότητες και τις υπηρεσίες της πόλης, ούτως ώστε να παρέχουν οφέλη και διευκολύνσεις στον μόνιμο πληθυσμό αλλά και να εμπλουτίζουν την εμπειρία των επισκεπτών. Κρίσιμες παράμετροι για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ‘ευφυών’ λύσεων είναι να ανταποκρίνονται σε πραγματικές ανάγκες των διαφορετικών χρηστών του αστικού χώρου και να είναι εύκολες τόσο ως προς την κατανόηση όσο και ως προς την εφαρμογή τους (Torosophy, 2015).
- **Η διαφοροποίηση των Καναλιών Διάχυσης της Τουριστικής Πληροφορίας:** Στο πλαίσιο της διείσδυσης των νέων τεχνολογιών στον τουριστικό τομέα, ένα σημαντικό μερίδιο της σχετικής πληροφορίας πληροφοριών παράγεται και διαχέεται τόσο από τους επισκέπτες όσο και τους κατοίκους κάθε πόλης. Δεδομένου του εύρους και της έκτασης των καναλιών διάχυσης της τουριστικής πληροφορίας (π.χ. Επίσημες και ανεπίσημες ιστοσελίδες προορισμών, πλατφόρμες του ιδιωτικού τομέα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μηχανές ανάρτησης σχολίων και αξιολόγησης παρόχων τουριστικών υπηρεσιών, κ.λπ.), καμία πόλη δεν είναι σε θέση να ελέγξει απόλυτα τη ροή δεδομένων που την αφορούν. Εντούτοις, οι DMOs προσεγγίζουν την επαφή με τους χρήστες και την ενημέρωση όλων των θεμάτων

που επηρεάζουν τον τουριστικό τομέα βάσει συγκεκριμένων στρατηγικών κατευθύνσεων, ενώ διαθέτουν εξειδικευμένο σχέδιο επικοινωνιακής διαχείρισης για ειδικές περιστάσεις (π.χ. για περιόδους κρίσης ή διενέργειας εκδηλώσεων διεθνούς εμβέλειας).

- **Διακυβέρνηση για τη Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη:** Όλα τα προηγούμενα παραδείγματα συμπίπτουν ως προς την διαπίστωση ότι η διαχείριση των αναδυόμενων τάσεων και προκλήσεων λαμβάνει χώρα σε πολλά επίπεδα, ιδιαίτερα στην περίπτωση του τουρισμού πόλεων, ο οποίος ενσωματώνει ένα εκτεταμένο δίκτυο φορέων του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Ουσιαστικά, η διαπίστωση αυτή αφορά στο σύνολο των θεμάτων που διαμορφώνουν τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού πόλεων. Για παράδειγμα, ο τουριστικός τομέας χρειάζεται ισχυρή εκπροσώπηση σε τοπικό επίπεδο προκειμένου να παίξει αποφασιστικό ρόλο στην εκπόνηση και την υλοποίηση σχεδίων αστικής αναγέννησης. Στην περίπτωση του Ηνωμένου Βασιλείου, η δυναμική του τουριστικού τομέα ως παράγοντα αστικής αναγέννησης τροφοδοτείται από τη στενή σχέση που υφίσταται με τον κλασικό και σύγχρονο πολιτισμό. Ανάλογα με τον τύπο και το μέγεθος του αστικού προορισμού, ο τουριστικός τομέας έχει διαδραματίσει ουσιαστικό ρόλο σε προγράμματα αξιοποίησης της αρχιτεκτονικής και ιστορικής κληρονομιάς από την περίοδο της Βιομηχανικής Επανάστασης και της Βικτωριανής Εποχής (π.χ. Μάντσεστερ, Μπέρμιγχαμ, κ.λπ.) αλλά και της επαναπροώθησης των παράκτιων προορισμών ως κέντρα διεξαγωγής δημοφιλών φεστιβάλ και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων (π.χ. Κάρντιφ, Μπλάκπουλ, κ.λπ.). Σε άλλες περιπτώσεις όπως το Άμστερνταμ στην Ολλανδία και η Κοπεγχάγη στη Δανία, η δυναμική αυτή είναι τόσο ισχυρή, που προσδίδει στον τουρισμό ηγετικό ρόλο σε κάθε προσπάθεια ανάδειξης των στοιχείων που καθιστούν ελκυστική και ενδιαφέρουσα την ευρύτερη περιοχή της κάθε πόλης. Αντίθετα, έως πρόσφατα καλά παραδείγματα τουριστικής ανάπτυξης όπως η Βαρκελώνη – όπου πρόσφατα παρατηρείται δυσφορία της τοπικής κοινωνίας για την υπερσυγκέντρωση επισκεπτών σε δημοφιλείς περιοχές και έλξεις – καταδεικνύουν την ανάγκη για ύπαρξη κατάλληλων δομών και διαδικασιών διακυβέρνησης και διαχείρισης σε επίπεδο τουριστικού προορισμού.

2.3. Ο τουρισμός πόλεων στην Ελλάδα

Ένα βασικό συμπέρασμα από την ανάλυση έως τώρα είναι ότι ο τουρισμός πόλεων αντιμετωπίζεται ότι ως μία εν δυνάμει κυρίαρχη μορφή τουρισμού επιπλέον του πρωταγωνιστικού μοντέλου των διακοπών σε παραθαλάσσιους και ηλιόλουστους προορισμούς. Το δίκτυο των υπηρεσιών και των παραγόντων που επηρεάζουν την τουριστική εμπειρία στα αστικά κέντρα είναι σύνθετο, εκτεταμένο και συχνά ενεργεί ως φορέας καινοτομίας, γεγονός που θέτει τον τουρισμό πόλεων στο επίκεντρο ποικίλων διεργασιών της οικονομικής ανάπτυξης. Είναι επομένως αναγκαίο κάθε αναπτυξιακή

πολιτική σχετικά με τον τουρισμό πόλεων να λάμβάνει υπόψη την εν λόγω πολυπλοκότητα και να συντονίζει την ωφέλιμη λειτουργία του με λοιπές παραγωγικές δραστηριότητες.

Στην Ελλάδα, η χάραξη τουριστικής πολιτικής για τα αστικά κέντρα λαμβάνει χώρα σε τρία επίπεδα. Στο εθνικό επίπεδο το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης (ΕΠΧΣΑΑ) για τον Τουρισμό σε συνδυασμό με το αναπτυξιακό πλαίσιο που θέτει το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς και τις κατευθύνσεις για την προώθηση και προβολή του Ελληνικού τουρισμού, έχουν προσδιορίσει ένα κοινό σημείο αναφοράς για την ανάπτυξη της αγοράς των city-breaks. Σε αυτά τα έγγραφα το πεδίο ανάλυσης του τουρισμού πόλεων ταυτίζεται με τα αστικά – μητροπολιτικά συγκροτήματα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης (ΕΟΤ, 2013; ΥΠΕΚΑ, 2013; ΥΠΤΟΥΡ, 2013). Αξίζει να σημειωθεί ότι σε αυτήν την προσέγγιση τα παραπάνω έγγραφα συμπίπτουν με τους στρατηγικούς στόχους όπως έχουν διατυπωθεί από τον ΣΕΤΕ (2013), και οι οποίοι αντανakλούν τη σχέση του τουρισμού με ποικίλες εκφάνσεις της καθημερινότητας στην πόλη, όπως η πολιτιστική κληρονομιά, η νυχτερινή ζωή, οι αγορές, οι εκδηλώσεις πολιτισμού-αθλητισμού, κ.λπ.

Αντίστοιχου τύπου εξειδίκευση εκ μέρους των φορέων του δημόσιου τομέα υφίσταται σε επίπεδο χάραξης περιφερειακής πολιτικής. Τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας προσδιορίζουν τους άξονες προτεραιότητας και τα είδη δράσεων που θα συντελέσουν στην βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων μέχρι το 2020 (Περιφέρεια Αττικής, 2014; Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, 2014), ενώ το Νέο Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθήνας-Αττικής μαζί με το υπό αναθεώρηση Ρυθμιστικό Σχέδιο Θεσσαλονίκης εμπλουτίζουν τις κατευθύνσεις χωρικού σχεδιασμού που ισχύουν βάσει του ΕΠΧΣΑΑ για τον Τουρισμό (ΟΡΣΑ, 2014; ΟΡΣΘ, 2013). Σε αυτό το επίπεδο υφίστανται πάντως ιδιαιτερότητες όσον αφορά στη σχέση του χωροταξικού σχεδιασμού και των εργαλείων αναπτυξιακής πολιτικής. Το Νέο Ρυθμιστικό της Αθήνας δεν περιλαμβάνει τα νησιά του Αργοσαρωνικού, τα οποία όμως υπάγονται στον αναπτυξιακό πρόγραμμα της Περιφέρειας Αττικής. Επίσης, το ΠΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας συσχετίζει τις αναπτυξιακές προτεραιότητες 7 περιφερειακών ενοτήτων, ενώ το Ρυθμιστικό Σχέδιο Θεσσαλονίκης επικεντρώνεται αποκλειστικά στην μητροπολιτική ζώνη της συμπρωτεύουσας.

Τέλος, σε τοπικό επίπεδο, ο σχεδιασμός και η υλοποίηση κατά κύριο λόγο δράσεων προώθησης και προβολής των αστικών προορισμών είναι κατακερματισμένος. Εκτιμάται ότι η μεταρρύθμιση του Καλλικράτη μέσω της κατάργησης της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης έχει περιορίσει τις επικαλύψεις μεταξύ συναφών δράσεων και αρμοδιοτήτων. Δεδομένης της ανάγκης να τηρούνται οι κατευθύνσεις της εθνικής στρατηγικής του ΕΟΤ, οι Περιφέρειες και οι Δημοτικές Αρχές αναλαμβάνουν να προωθήσουν τις περιοχές της αρμοδιότητας τους βάσει των διαθέσιμων πόρων και των εκάστοτε προτεραιοτήτων. Πχ. ο Δήμος της Αθήνας και η αναπτυξιακή του εταιρεία επενδύουν συστηματικά από το 2008 στη λειτουργία του Athens Convention & Visitors Bureau. Το επιχειρησιακό σχέδιο του συγκεκριμένου οργανισμού για την περίοδο 2013-2015 έδινε μέριμνα σε διάφορους τομείς

όπως το ερευνητικό υπόβαθρο του Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού, την ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας, την αξιοποίηση διαφορετικών B2B καναλιών μάρκετινγκ, την ενίσχυση της παρουσίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κ.λπ. (ΕΑΤΑ, 2014). Παράλληλα με τέτοιου τύπου δράσεις, κάθε δήμος συνεχίζει να είναι αρμόδιος σε τομείς όπως η καθαριότητα και η διαχείριση των κοινόχρηστων χώρων, που επηρεάζουν την καθημερινότητα στην πόλη για τους κατοίκους αλλά και τους επισκέπτες.

Όλα τα παραπάνω εξετάζονται στην παρούσα μελέτη υπό το πρίσμα μιας γενικότερα ευνοϊκής συγκυρίας για τον τουρισμό πόλεων στην Ελλάδα. Παράλληλα, εκτιμάται ότι τόσο η Αθήνα κατά κύριο λόγο, όσο και η Θεσσαλονίκη ανήκουν στους ευνοημένους προορισμούς από το 2013. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο ρυθμός αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων το 2014 στα αεροδρόμια της Αθήνας (29,4%) και της Θεσσαλονίκης (16,6%) ήταν υψηλότερος του αντίστοιχου ρυθμού για το σύνολο της χώρας (15,4%). Είδικα η δυναμική της Αθήνας, που σε μεγάλο βαθμό απορρέει από την αγορά των ΗΠΑ (στοιχεία του Ελευθέριος Βενιζέλος), παρέμεινε ανεπηρέαστη από το κλίμα ανησυχίας που επικράτησε στη χώρα κατά το πρώτο εξάμηνο του 2015. Την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2015, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στο Ελευθέριος Βενιζέλος αυξήθηκαν την κατά 26,5% έναντι 2,9% στην Θεσσαλονίκη και 6,9% στο σύνολο της χώρας (στοιχεία του ΣΕΤΕ).

Θετικά είναι τα δείγματα και από τις υπηρεσίες διαμονής. Για τα αθηναϊκά ξενοδοχεία, η μέση πληρότητα αυξήθηκε κατά 21% το 2014 σε σύγκριση με το 2013 ενώ συνολικά το 58% των τουριστών είχε μια καλύτερη ή μια πολύ καλύτερη εμπειρία από ότι προσδοκούσε πριν από την επίσκεψη του στην Αθήνα (Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών-Αττικής & Αργοσαρωνικού, 2015a). Επίσης, η αύξηση των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης την ίδια περίοδο άγγιξε το 17%, ενώ τα ξενοδοχεία 5, 4 και 3 αστέρων κατέγραψαν βελτιώσεις στην πληρότητα τους της τάξεως του 8,9%, 13,3% και 13,1% αντίστοιχα (Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης). Εάν ληφθεί υπόψη και η αισιοδοξία που καταγράφεται τα δύο τελευταία χρόνια για την σταδιακή αύξηση τόσο των πληροτήτων όσο και των τιμών στα ξενοδοχεία της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης (GBR Consulting Q1/2014-Q3/2015), ο τουρισμός πόλεων αναδεικνύεται σε ένα κεντρικό άξονα της τουριστικής πολιτικής προκειμένου να επαληθευθούν οι θετικές προοπτικές.

Άλλωστε, εκτιμάται ότι έως το 2014 ο τουρισμός πόλεων στην Ελλάδα αποσπούσε μερίδιο αγοράς μόλις 1,1% από τα 63 εκ. ταξίδια city breaks που λαμβάνουν χώρα σε ετήσια βάση στην Ευρώπη, και τα οποία αποφέρουν συνολικά έσοδα της τάξεως των 46 δισ. ευρώ (ΣΕΤΕ, 2014). Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να διερευνηθεί το ζήτημα του ποσοστού της εγχώριας αγοράς των city breaks που απορροφάται άτυπα μέσω βραχυχρόνιων μισθώσεων στο πλαίσιο της οικονομίας του διαμοιρασμού, δεδομένου ότι οι τιμές μάλιστα των διαμερισμάτων σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη έχουν υποστεί σωρευτικά απώλειες της τάξεως του 38% από το 2008 έως το 2014 (Τράπεζα της Ελλάδος, 2015).

Σημαντικό ζητούμενο για τον ξενοδοχειακό κλάδο και στις δύο πόλεις είναι η ενίσχυση των αεροπορικών αφίξεων να συνδυαστεί με αντίστοιχη αύξηση των πληροτήτων, των τιμών των δωματίων και των εσόδων ανά διαθέσιμο δωμάτιο. Κάθε βήμα προς αυτήν την κατεύθυνση θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα έναντι άλλων Ευρωπαϊκών πόλεων (Ένωση Ξενοδοχείων Αθηνών-Αττικής & Αργοσαρωνικού, 2015β) και θα καταστήσει επωφελείς και βιώσιμες όσες επενδυτικές πρωτοβουλίες έλαβαν χώρα στα χρόνια πριν και κατά τη διάρκεια της κρίσης. Οι πρωτοβουλίες αυτές έχουν αναβαθμίσει το ξενοδοχειακό προϊόν του τουρισμού πόλεων στην Ελλάδα. Ενδεικτικά μάλιστα έχουν συντελέσει στο να αποτελείται από κλίνες 4 και 5 αστέρων το 55% όσων ξενοδοχειακών κλινών βρίσκονται στον κεντρικό τομέα της Αθήνας αλλά και από κλίνες 3, 4 και 5 αστέρων το 75,5% όσων ξενοδοχειακών κλινών βρίσκονται στην Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης (στοιχεία του ΞΕΕ το 2015). Η ουσιαστική αναβάθμιση του ξενοδοχειακού προϊόντος έχει ουσιαστική οικονομική επίδραση στην περιοχή της Αττικής, δεδομένης της λειτουργίας των περισσότερων μονάδων σε δωδεκάμηνη βάση αλλά και των ευρύτερων υποδομών που δημιουργήθηκαν στα χρόνια πριν και μετά την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 (π.χ. μεταφορικό δίκτυο, συνεδριακές εγκαταστάσεις, Νέο Μουσείο Ακρόπολης, κ.λπ.). Σε αυτήν την περιφέρεια συγκεντρώνονται τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρήσεων στους κλάδους της εστίασης και των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων, ενώ η μέση δυναμικότητα των ξενοδοχείων καθώς και η απασχόληση σε αυτά είναι ανώτερη του μέσου όρου της χώρας (IOBE, 2013α).

Σε κάθε περίπτωση, οι θετικές ενδείξεις για την ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων στην Ελλάδα δεν αναιρούν την ανάγκη για αντιμετώπιση των προκλήσεων που απορρέουν από τις τάσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς όσο και από την εγχώρια πραγματικότητα. Θετικό είναι το γεγονός ότι στην παρούσα οικονομική συγκυρία οι Περιφέρειες Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας συνεχίζουν να απορροφούν επαρκείς και υψηλότερους πόρους από όλες τις άλλες περιφέρειες μέσω των συγχρηματοδοτούμενων και εθνικών έργων του προγράμματος δημοσίων επενδύσεων για τον τουρισμό (IOBE, 2013β). Στα ζητήματα που επηρεάζουν τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού πόλεων στην Ελλάδα, περιλαμβάνονται:

- Η δυναμική που θα προσδώσουν στην ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων η αξιοποίηση της δημόσιας περιουσίας ως μέσο για τη συγκέντρωση εσόδων και την αποπληρωμή τμήματος του χρέους.
- Η διαρκής αντιμετώπιση θεμάτων που σχετίζονται με την έξαρση συνθηκών κρίσης εντός και εκτός της χώρας, όπως η αύξηση της εγκληματικότητας σε διάφορες περιοχές της πόλης, η συσσώρευση του αδιάθετου κτιριακού αποθέματος, η συγκέντρωση στην ευρύτερη περιοχή των κέντρων των πόλεων μεγάλου αριθμού ατόμων από τρίτες χώρες, κ.λπ.

- Η προοπτική για την ολοκλήρωση ή την έναρξη μεγάλων έργων όπως το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, το Ελληνικό και το Μετρό στη Θεσσαλονίκη, που εκτιμάται ότι θα δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία για το τουριστικό προϊόν της κάθε πόλης.
- Οι συνέπειες για τον τουριστικό τομέα και την ξενοδοχεία από την ανεξέλεγκτη εξάπλωση της αστικής μίσθωσης ως τουριστικής, δεδομένου ότι εκτιμάται ότι για την περίοδο 2009-2014 περίπου 75 χιλιάδες επισκέπτες παρέμειναν σε τέτοια καταλύματα εντός Αθηνών, σύμφωνα με την καταγραφή ενός από τους παρόχους (Airbnb, 2015).
- Η περαιτέρω επέκταση της συνδεσιμότητας των αεροδρομίων των δύο πόλεων μέσω αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους.
- Η επικοινωνιακή διαχείριση της εικόνας των αστικών κέντρων εντός και εκτός του διαδικτύου κατά τη διάρκεια μιας περιόδου αμφιλεγόμενης δημοσιότητας για τη χώρα σε διεθνές επίπεδο.
- Η εξωστρέφεια των προωθητικών ενεργειών που θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τόσο τα γεω-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών (π.χ. αγορές Millennials, αναδυόμενων αγορών BRICS, κ.λπ.) όσο και τα ψυχογραφικά γνωρίσματα τους που καθορίζουν τη ζήτηση εκ μέρους τους για συγκεκριμένες υπηρεσίες.
- Η ανάγκη να υπάρχουν εγκαίρως και με έγκυρο τρόπο επαρκή δεδομένα για την ανάλυση του τουριστικού τομέα σε επίπεδο αστικού προορισμού.

3. ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΕΩΝ

3.1. Γενικά

Σύμφωνα με τους πρόσφατα προτεινόμενους στόχους προς την Γενική Συνέλευση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (UN, 2014) για την περαιτέρω προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης και την εφαρμογή της Agenda 21, επανεπιβεβαιώνεται ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα από τους βασικούς τομείς προτεραιότητας καθώς προβλέπεται ρητά:

- έως το 2030, η αναθεώρηση και εφαρμογή πολιτικών για την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού, ο οποίος δημιουργεί απασχόληση, προωθηθεί τα τοπικά πολιτισμικά χαρακτηριστικά και προϊόντα.
- η ανάπτυξη και εφαρμογή κατάλληλων εργαλείων για την παρακολούθηση των επιπτώσεων του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη
- έως το 2030, η αύξηση των ωφελειών στα μικρά νησιωτικά και στα αναπτυσσόμενα κράτη από την βιώσιμη χρήση των θαλάσσιων πόρων, συμπεριλαμβανομένου της βιώσιμης διαχείρισης της αλιείας, των ιχθυοκαλλιεργειών και της τουριστικής δραστηριότητας.

Προς την κατεύθυνση αυτή, κινούνται και οι κατευθυντήριες οδηγίες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού σε ότι αφορά στον Οδικό Χάρτη για την Τουριστική Ανάπτυξη σε περιόδους κρίσεων (WTO, 2009), οι οποίες οργανώνονται σε τρεις βασικούς άξονες:

1. Αντοχή (“Resilience”)
 - Συγκέντρωση στη διατήρηση θέσεων εργασιών και στην υποστήριξη του κλάδου
 - Κατανόηση της αγοράς – άμεση και στοχευμένη ανταπόκριση.
 - Προώθηση της καινοτομίας και της τεχνολογίας.
 - Ενίσχυση της περιφερειακής και διαπεριφερειακής συνεργασίας.
2. Ενθάρρυνση (“Encouragement”)
 - Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας κυρίως σε ΜΜΕ
 - Αναθεώρηση φορολογικών εμποδίων και των κανονισμών VISA
 - Βελτίωση τουριστικής προώθησης και κεφαλαιοποίηση σημαντικών εκδηλώσεων και γεγονότων.
 - Ενσωμάτωση του τουρισμού σε προγράμματα αναπτυξιακής βοήθειας.
3. «Πράσινη» οικονομία
 - Δημιουργία «πράσινων» θέσεων εργασίας και ανάπτυξη δεξιοτήτων
 - Αποτελεσματική ανταπόκριση στην Κλιματική Αλλαγή.
 - Ενσωμάτωση του Τουρισμού σε όλες τις πολιτικές «πράσινης» οικονομίας.
 - Ενθάρρυνση επενδύσεων σε τουριστικές υποδομές, φιλικών προς το περιβάλλον.
 - Προώθηση φιλικής προς το περιβάλλον «κουλτούρας» προς τους προμηθευτές, τους καταναλωτές και τις τοπικές κοινωνίες.

Σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η σύνδεση μεταξύ βιώσιμης ανάπτυξης και τουρισμού πόλεων (ή αστικού τουρισμού) είναι περιορισμένη (Hinch, 1996; Timur et al., 2009) καθώς παραδοσιακά επικρατεί η άποψη ότι οι πόλεις αποτελούν πηγή προέλευσης των τουριστικών ροών και η μη αστικές περιοχές, οι τουριστικοί προορισμοί. Η γενική διαπίστωση – όπως έχει ήδη αναφερθεί – ανατρέπεται από το γεγονός ότι οι πόλεις:

- Χαρακτηρίζονται από σημαντικούς πληθυσμούς, προσελκύοντας με αυτό τον τρόπο μεγάλο αριθμό ταξιδιωτών που επισκέπτονται φίλους και συγγενείς.
- Αποτελούν ταξιδιωτικούς κόμβους που εξυπηρετούν ως πύλες εισόδου/ εξόδου σε άλλους προορισμούς.
- Είναι εμπορικά, βιομηχανικά και χρηματοοικονομικά κέντρα.
- Συγκεντρώνουν υπηρεσίες σχετιζόμενες με την υγεία, την εκπαίδευση, την διακυβέρνηση, τη θρησκεία, κλπ.
- Παρέχουν είναι μεγάλο εύρος πολιτισμικών, καλλιτεχνικών και ψυχαγωγικών εμπειριών.

Βάσει σχετικών αναφορών (Hinch, 1996), καθώς οι επισκέπτες έχουν την ανάγκη να νιώθουν ότι φιλοξενοούνται από ένα προορισμό, οι προορισμοί που αδυνατούν να παράσχουν αυθεντική φιλοξενία βρίσκονται σε δυσχερή θέση σε ότι αφορά στον ανταγωνισμό. Η φιλοξενία αντιπροσωπεύει το κοινωνικό κεφάλαιο που σχετίζεται με τον προορισμό και στο πλαίσιο αυτό έχει άμεση σχέση με την βιωσιμότητα του αστικού τουρισμού. Παράλληλα, το φυσικό και πολιτισμικό κεφάλαιο ενός προορισμού χρίζει ιδιαίτερης προστασίας καθώς η υποβάθμισή του θα συμβάλει όχι μόνο στην υποβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας αλλά και σε έλλειμμα βιωσιμότητας της ίδιας της πόλης. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να διερευνηθεί ο βαθμός στον οποίο η έμφαση που δίνεται τα βασικά σημεία κερδοφορίας της τουριστικής δραστηριότητας συγκεντρώνονται στα δευτερογενή στοιχεία του αστικού τουρισμού (πχ. ξενοδοχεία και εστιατόρια, εμπορικές αγορές) και βρίσκονται εκτός του πεδίου των βασικών τουριστικών πόρων (πχ. πολιτισμός, αθλητισμός, αναψυχή, φυσικό και κοινωνικό – πολιτισμικά χαρακτηριστικά ενός τόπου).

Πρόσφατα αναγνωρίζεται ότι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη όντως συνδέεται με αστικούς προορισμούς (Scott et al., 2010) καθώς η προώθησή της δύναται να επιφέρει πολλαπλά οφέλη όπως την αποκατάσταση περιοχών ειδικού ενδιαφέροντος (φυσικού και πολιτισμικού) στις πόλεις, τον περιορισμό των επιπτώσεων που προκύπτουν από τις μεταφορές των επισκεπτών, τη δυνατότητα για παροχή εκπαίδευσης για την προώθηση φιλικών προς το περιβάλλον συμπεριφορών τόσο από τους επισκέπτες όσο και από τους μόνιμους κατοίκους καθώς και την βελτίωση των οικονομικών επιδόσεων επιχειρήσεων που ενσωματώνουν βιώσιμες πρακτικές (Hingham and Lueck, 2002). Εξίσου σημαντικά, επιτρέπει τη διατήρηση «της ιστορικής συνέχειας των αστικών περιοχών έτσι ώστε οι επόμενες γενεές κατοίκων όσο και ταξιδιωτών και επισκεπτών, να συνεχίζουν να βιώνουν

τις περιβαλλοντικές, οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές πτυχές αυτών των περιοχών» (Savage et al., 2004).

Παράλληλα, η διεθνής βιβλιογραφία ολοένα και περισσότερο αντιμετωπίζει τον βιώσιμο αστικό τουρισμό ως μία αναπτυξιακή στρατηγική για την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού καθώς αυτή θα πρέπει να συμβάλει στην ευημερία τόσο του τοπικού πληθυσμού όσο και των άμεσα ενδιαφερόμενων: την τοπικής τουριστικής βιομηχανίας αλλά και των επισκεπτών (Van der Borg, 1992) – ως ένα αναπόσπαστο τμήμα της αναπτυξιακής στρατηγικής της πόλης – αγγίζοντας τομείς όπως το προϊόν, η τιμή, η διανομή και η προώθηση. Ειδικότερα, τα θέματα βιώσιμης ανάπτυξης που συνδέονται με τον τουρισμό πόλεων αναπτύσσονται γύρω από τρεις αλληλεξαρτώμενους άξονες:

- Τουριστικούς πόρους: εγκαταστάσεις (πολιτισμού, αθλητισμού, αναψυχής), φυσικά και κοινωνικό – πολιτισμικά χαρακτηριστικά.
- Τουριστικές υπηρεσίες: ξενοδοχεία, εμπορικές εγκαταστάσεις και αγορές.
- Υποδομές: προσβασιμότητα και στάθμευση, μεταφορές, ενέργεια και προστασία περιβάλλοντος.

Εντέλει οι βασικοί στόχοι του βιώσιμου αστικού τουρισμού περιγράφονται συγκεντρωτικά στον παρακάτω πίνακα:

Οικονομία	Περιβάλλον	Κοινωνία – πολιτισμός (κοινότητα)	Βιώματα
Διασφάλιση μακροχρόνιας επιχειρηματική κερδοφορία	Διατήρηση και εξέταση επαναχρησιμοποίησης των παλαιών κτιρίων στο κέντρο της πόλης	Παροχή μακροχρόνιων και καλά αμοιβόμενων ευκαιριών απασχόλησης	Διασφάλιση ότι οι εμπειρίες των επισκεπτών είναι αξιομνημόνευτες
Συνέχιση της ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας της πόλης	Διαφύλαξη του συνόλου των φυσικών περιοχών της πόλης	Διασφάλιση ότι οι κάτοικοι έχουν έλεγχο κατά τη λήψη αποφάσεων που σχετίζονται με τουριστική ανάπτυξη	Εξασφάλιση υγεία και ασφάλεια για τους επισκέπτες.
Διατήρηση και αύξηση των πόρων για την τουριστική προώθηση της πόλης	Περιορισμός στη κίνηση αυτοκινήτων από τους τουρίστες για τον έλεγχο της ατμοσφαιρικής ρύπανσης και της συμφόρησης της πόλης	Ανάπτυξη βιώσιμης τουριστικής βιομηχανίας όπως όλες οι επιχειρήσεις ακολουθούν πράσινες πρακτικές	Παροχή ισχυρών κινήτρων για την επίσκεψη της πόλης

Πίνακας: Οι διαστάσεις των στόχων της βιώσιμης αστικής τουριστικής ανάπτυξης

Αντίθετα, τα βασικά εμπόδια για την προώθησή του είναι διεθνώς (Timur et al., 2009), τα εξής:

- Αντιδράσεις στον τουριστικό σχεδιασμό και ανάπτυξη καθώς και στην διαμόρφωση σχετικής πολιτικής.
- Αντιδράσεις στις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης ή ελλιπή κατανόησή τους.
- Τα κόστη που συνδέονται με την τουριστικό σχεδιασμό και ανάπτυξη και την διαμόρφωση πολιτικής
- Την μεγάλη ποικιλία της τουριστικής βιομηχανίας και το μεγάλο αριθμό των εμπλεκόμενων φορέων.
- Τα ποικίλα και συχνά συγκρουόμενα οφέλη και συμφέροντα των εμπλεκόμενων φορέων
- Η πολυπλοκότητα του τουριστικού σχεδιασμού και ανάπτυξη συμπεριλαμβανομένου του μεγάλου αριθμού των συναρμόδιων φορέων της δημόσιας διοίκησης.
- Η εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος
- Απουσία ή έλλειψη διακυβέρνησης, ηγεσίας, ενημέρωσης και συντονισμού.

3.2. Ειδικά θέματα αστικού τουρισμού και βιώσιμης ανάπτυξης

Στην συγκεκριμένη ενότητα, γίνεται προσπάθεια ανάδειξης ορισμένων, ειδικών θεμάτων αστικού τουρισμού και βιώσιμης ανάπτυξης με συνοπτικό τρόπο κυρίως σε ότι αφορά στους τομείς των μεταφορικών υποδομών, των τουριστικών πόρων, των παρόχων τουριστικών υπηρεσιών καθώς και σε θέματα διακυβέρνησης και διαχείρισης ενός τουριστικού προορισμού. Παρόλο που η παρακάτω παρουσίαση κρίνεται ως συνοπτική, εκτιμάται ότι αναδεικνύει με σχετικά ολοκληρωμένο τρόπο τις βασικές λειτουργίες του τουριστικού προϊόντος ενός αστικού προορισμού με σκοπό να αποτελέσει τη βάση επιλογής των μελετών περίπτωσης αλλά παράλληλα και το πλαίσιο προκαταρκτικής αξιολόγησης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της Αθήνας/ Θεσσαλονίκης από την άποψη της βιώσιμης ανάπτυξης.

3.2.1. Μεταφορές

Σύμφωνα με την Διεθνή Ένωση Δημόσιων Μέσων Μεταφοράς, τα Δημόσια Μέσα Μεταφοράς (ΔΜΜ) σε αστικό, περιαστικό και περιφερειακό επίπεδο μετακίνησαν περισσότερους από 60 δις επιβάτες το 2008 εντός της ΕΕ-27, ισοδύναμο σε 120 μετακινήσεις ανά κάτοικο ετησία. Τα ΔΜΜ χρησιμοποιούνται ευρύτατα από ταξιδιώτες ιδιαίτερα σε αστικούς προορισμούς και αφενός αποτελούν ένα από τα περισσότερο φιλικά προς τον χρήστη μέσα μεταφοράς ενώ αφετέρου παίζουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο για τις αστικές περιοχές και συμβάλλουν στην βιώσιμη ανάπτυξη (Le-Klahn, 2015). Παράλληλα, η μετακίνηση με ΔΜΜ δίνει την δυνατότητα για συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας καθώς και

ευκαιρίες για αλληλεπίδραση (Stradling et al., 2007) μεταξύ κατοίκων και επισκεπτών. Τα ΔΜΜ έχουν δύο βασικούς ρόλους σε ότι αφορά στην τουριστική δραστηριότητα σε ένα προορισμό: (α) σαν μέσα μετακίνησης που παρέχουν πρόσβαση σε τουριστικά αξιοθέατα και υποδομές καθώς και (β) σαν τουριστικό αξιοθέατο αφ' εαυτό. Σύμφωνα με την διεθνή βιβλιογραφία, βασικό χαρακτηριστικό των ταξιδιωτών – χρηστών των ΔΜΜ είναι η νεαρή ηλικία, στοιχείο ιδιαίτερα ενδιαφέρον υπό το πρίσμα της σημαντικότητας αύξησης της ζήτησης για ταξίδια από επισκέπτες μεταξύ 18-35 χρόνων (millennials). Τα Μέσα Μεταφοράς σταθερής τροχιάς (τράμ, τρένο και μετρό/ υπόγειος σιδηρόδρομος) θεωρούνται ως περισσότερα εύχρηστα σε αντίθεση με τα λεωφορεία. Επομένως, ένα αποτελεσματικό και συνεπές σύστημα δημόσιων μεταφορών είναι σημαντικό αλλά το σημαντικότερο είναι η ευχρηστία του συστήματος αυτού, η οποία επηρεάζει σε μεγαλύτερο βαθμό την ικανοποίηση που αντλείται από την επίσκεψη σε ένα τουριστικό προορισμό παρά θέματα απόδοσης ή ασφάλειας (Thomson & Schofield, 2007).

Στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης, εκτιμάται ότι μία κομβική μετακίνηση προς τα ΔΜΜ είναι ένα σημαντικός τρόπος για τη μείωση των εκπομπών CO₂ ενός αστικού προορισμού. Παρόλα αυτά, η υλοποίηση της προσέγγισης αυτής απαιτεί δέσμευση τόσο από την πλευρά των επισκεπτών όσο και από τους φορείς διαχείρισης των τουριστικών προορισμών (DMOs) καθώς αναδεικνύεται η διάσταση της διαχείρισης της ζήτησης καθώς και την συμμετοχής των διάφορων εμπλεκόμενων φορέων. Πρόσφατα και για αστικούς προορισμούς (πχ. Σαν Φραντζίσκο, Βαρκελώνη), σημαντική διάσταση στη χρήση των ΔΜΜ είναι ο ανταγωνισμός στη χρήση τους μεταξύ επισκεπτών και κατοίκων με επιπτώσεις τόσο στην τουριστική εμπειρία όσο και ικανότητα των ΔΜΜ να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στη ζήτηση.

3.2.2. Τουριστικοί πόροι: δομημένο, πολιτισμικό και φυσικό περιβάλλον

Το δομημένο περιβάλλον αποτελεί την πιο απτή διάσταση της έλξης μίας πόλης ως τουριστικός προορισμός. Στοιχεία όπως η μοναδική αρχιτεκτονική, τα ιστορικά κτίρια και γειτονιές, τα αθλητικά και πολιτισμικά κέντρα ακόμα και βιομηχανικές και οικιστικές περιοχές, όλα συνδεδεμένα μεταξύ τους παίζουν εξαιρετικά σημαντικό ρόλο για την δημιουργία της ενιαίας και μοναδικής ταυτότητας ενός τόπου τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους κατοίκους της πόλης. Ειδικότερα και σύμφωνα με τον Burtenshaw et al. (1991), αναγνωρίζονται τρεις κύριες κατηγορίες αστικού χώρου που παίζουν τον ρόλο τουριστικών έλξεων: ιστορικές συνοικίες που προωθούνται με ενιαία θεματικό τρόπο, (όπως το Westminster/Covent Garden/Bloomsbury στο Λονδίνο); πολιτισμικές χωρικές ενότητες που συνήθως έχουν ένα εύρος πολιτισμικών και ψυχαγωγικών υπηρεσιών όπως θέατρα, μουσεία, γκαλερί (πχ. Les Halles-Beaubourg στο Παρίσι) καθώς και γραμμικές facilities όπως εμπορικοί δρόμοι, εμπορικά κέντρα, όχθες ποταμών καθώς και διαδρομές σε επιλεγμένες ενότητες της πόλης. Παράλληλα, όσο πιο έντονη διαφοροποίηση παρουσιάζει ο αστικός χώρος (εργασιακοί χώροι, κατανάλωση, αναψυχή και ψυχαγωγία), τόσο μεγαλύτερη είναι η ευκαιρία για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος από τους επισκέπτες

και τους κατοίκους. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον από τουριστικής άποψης παρουσιάζουν επίσης και μεμονωμένοι θύλακες της πόλης (Judd, 2003) οι οποίοι προσφέρουν διαφοροποιημένες εμπειρίες αλλά παράλληλα αποτελούν και «ιδιαιτερες» μεταβατικές συνοικίες (πχ. περιοχές εγκατάστασης μειονοτήτων, προσφύγων ή έντονης φτωχοποίησης), οι οποίες είναι ελκυστικές ακριβώς γιατί έχουν αναπτυχθεί τυχαία και άναρχα.

Στο πλαίσιο αυτό, απειλές για την απώλεια αυτής της ιδιαίτερης ταυτότητας εκτιμάται ότι αποτελούν οι σύγχρονες τάσεις για ομοιογενοποίηση του αστικού και αρχιτεκτονικού σχεδιασμού τόσο μεταξύ όσο και εντός των ίδιων των πόλεων, οι οποίες αντικαθιστούν ελεύθερους χώρους ή τοπόσημα.

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία (Swarbrooke, 2015), σημαντικό έλλειμμα υπάρχει στην ενσωμάτωση της διάστασης της βιώσιμης ανάπτυξης στους φορείς που λειτουργούν τουριστικά αξιοθέατα - όχι απαραίτητα εντός αστικών περιοχών, το οποίο έρχεται σε αντίθεση με την πρόσφατη γενική τάση που παρατηρείται στους κλάδους των μεταφορών, των tour operators και του ξενοδοχειακού κλάδου. Σε ότι αφορά στην οικονομική βιωσιμότητα, καθώς πολλά αξιοθέατα, ιδιαίτερα στην Ευρώπη, στηρίζονται στην κρατική χρηματοδότηση για τη λειτουργία τους, πιθανή παύση αυτής εκτιμάται ότι θα συμβάλλει στην υποβάθμιση της λειτουργίας τους καθώς και της τουριστικής δραστηριότητας ολοκλήρου του προορισμού. Παράλληλα, τυχόν εποχική λειτουργία τους δεν συμβάλλει στη διατήρηση σταθερών θέσεων εργασίας ενώ τέλος, η έννοια της φέρουσας ικανότητας προσαρμόζεται – εκτός από την προστασία του ίδιου του μνημείο - προς την κατεύθυνση της διατήρησης υψηλής ποιότητας τουριστικής εμπειρίας.

Παράλληλα, το φυσικό περιβάλλον μίας πόλης αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της ως τουριστικός προορισμός και σημαντική τουριστική έλξη όπως προκύπτει από πολλές μελέτες περίπτωσης (πχ. Μάλαγα - Ισπανία, Λιουμπλιάνα - Σλοβενία). Στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης, τα κόστη και οφέλη από την αντικατάσταση ελεύθερου χώρου από δίκτυα μεταφορών θα πρέπει να αξιολογηθούν προσεκτικά καθώς από την μία πλευρά συμβάλουν στην ανάδειξη των τουριστικών υποδομών αλλά από την άλλη, στην υποβάθμιση των φυσικών έλξεων. Παράλληλα, η προοπτική αξιοποίησης των περιοχών αυτών για λόγους τουρισμού και αναψυχής παραμένει πάντα ισχυρή, είτε στην περίπτωση μεγάλων εκδηλώσεων (πχ. Ολυμπιακοί Αγώνες), είτε στην περίπτωση βαθμιαίας αλλαγής εξαιτίας της εντατικής εκμετάλλευσής τους για αναψυχή. Τέτοιου είδους ανεξέλεγκτη ανάπτυξη, είναι δυνατό να υποβαθμίσει αυτούς τους φυσικούς πόρους με αποτέλεσμα την απώλεια της ισορροπίας μεταξύ της φυσικής και δομημένης διάστασης του αστικού περιβάλλοντος και την υποβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας.

Τέλος, σημαντικό ρόλο παίζει το πολιτισμικό περιβάλλον ενός αστικού τουριστικού προορισμού, καθώς οι επισκέπτες προσελκύονται από τα πολιτισμικά πρότυπα και μοτίβα,

τις παραδόσεις και τον τρόπο ζωής που συνδέεται με ένα τόπο (Inskeep, 1991). Προς την κατεύθυνση του βιώσιμου αστικού τουρισμού είναι η ανάγκη διατήρησης της αυθεντικότητας των τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και αντίστοιχων γεγονότων που παρουσιάζουν τουριστικό ενδιαφέρον (Hinch, 1996).

3.2.3. Τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες.

Η ενσωμάτωση της διάστασης της βιώσιμης ανάπτυξης σε μεμονωμένους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών και υπηρεσιών φιλοξενίας αποτελεί μία εδραιωμένη τάση (Κοκκώσης και Κυρατσούλης, 2003) ανεξάρτητα από το είδος του τουριστικού προορισμού. Προς την κατεύθυνση έχουν συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό η ενσωμάτωση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κατά την λειτουργία των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα, η περιβαλλοντική τεχνολογία καθώς και τα εργαλεία περιβαλλοντικής διαχείρισης είτε με την μορφή συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης (πχ. ISO 14001, EMAS) είτε με την μορφή προϊόντικών συστημάτων περιβαλλοντικής πιστοποίησης (πχ. Ecolabel, BREEAM, LEED).

Παράλληλα, πρόσφατα έχουν αναπτυχθεί εργαλεία αξιολόγησης και “benchmarking” για τη λειτουργία ξενοδοχειακών μονάδων σε ότι αφορά στις επιδόσεις τους στην κατανάλωση νερού και ενέργειας καθώς και εκπομπών CO₂ (Hotel Sustainability Tool 2015; Cornell Hospitality Report, Bohdanowicz – Godfrey et al., 2015).

Στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, κρίνεται σκόπιμο να αναδειχθεί η διαφαινόμενη σύγχρονη τάση ουσιαστικής διασύνδεσης της τουριστικής εμπειρίας και φιλοξενίας με το εκάστοτε τουριστικό προορισμό, γεγονός που εκτιμάται ότι αποτελεί τη βάση προς την κατεύθυνση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Ειδικότερα, χαρακτηριστικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν:

- Αφενός, η διαμόρφωση νέων και ολοκληρωμένων εμπορικών ξενοδοχειακών “brands” που σχετίζονται με την τοπικότητα, τις αυθεντικές και βιωματικές εμπειρίες και την ελαχιστοποίηση στην κατανάλωση των πόρων και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την τουριστική δραστηριότητα. Στο πλαίσιο αυτό αναγνωρίζονται ενδεικτικά “brands” όπως τα Curio & Canopy (Hilton), Hotel Indigo (Intercontinental Hotel Group), Element (Westin), “1” (Starwood).
- Αφετέρου, μεγάλα έργα αστικής αναζωογόνησης περιοχών μέσω τουριστικών αναπτύξεων από ιδιωτικά επενδυτικά κεφάλαια σε συνεργασία με τοπικούς DMOs κυρίως σε κορεσμένους ή αναπτυσσόμενους τουριστικούς προορισμούς, όπως ενδεικτικά:
 - Συνεργασία μεταξύ Marriott International, Tourism Council Western Australia και Metropolitan Redevelopment Authority στο πλαίσιο της

στρατηγικής “Destination Perth” για την ανάπτυξη ξενοδοχειακής μονάδας “Ritz-Carlton” στην περιοχή του Elizabeth Quay, Perth.

- ο Πρόγραμμα τουριστικής αναζωογόνησης του ώριμου τουριστικού προορισμού Magaluf, Majorca από την Melia Hotels International (MHI).

3.2.4. Διακυβέρνηση και διαχείριση

Τα θέματα διακυβέρνησης και διαχείρισης για την περίπτωση του βιώσιμου αστικού τουρισμού δεν διαφέρουν από αυτά που αφορούν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη γενικά, όπως έχουν πολλάκις αναλυθεί από τη σχετική βιβλιογραφία. Τα τέσσερα βασικά οργανωτικά πρότυπα για την περίπτωση του βιώσιμου αστικού τουρισμού (Hinch, 1996) είναι τα κάτωθι, ενώ στην πραγματικότητα παρατηρούνται μικτές μορφές οργάνωσης:

- Ελεύθερη αγορά
- Κρατικός έλεγχος
- Ιδιωτική πρωτοπορία/ ηγεσία
- Κανονιστική σύμπραξη

Στο πλαίσιο αυτό, ενδιαφέρον παρουσιάζουν θέματα πιστοποίησης και δεικτών βιώσιμης ανάπτυξης, αξιολόγησης του κύκλου ζωής, νομοθεσίας και κανονιστικού πλαισίου καθώς και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Ειδικότερα, στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης εμπειρογνωμοσύνης και δεδομένης της ελληνικής πραγματικότητας, κρίνεται σκόπιμο να γίνει ειδική αλλά συνοπτική αναφορά σε δύο συγκεκριμένες έννοιες: στα (α) Όρια της αποδεκτής αλλαγής (“Limits of Acceptable Change”) και στην (β) τοπική κοινωνία και συμμετοχικότητα.

Όρια αποδεκτής αλλαγής (“Limits of Acceptable Change”)

Σε αντίθεση με την έννοια της Φέρουσας Ικανότητας Τουριστικών Προορισμών που εξακολουθεί να έχει αντικείμενο ως διαχειριστικό εργαλείο κυρίως για την περίπτωση περιοχών φυσικού ενδιαφέροντος ή ευαίσθητων προορισμών (ΙΝΣΕΤΕ, 2014), σημαντικό ενδιαφέρον για τους αστικούς προορισμούς, παρουσιάζει η έννοια των “Ορίων της Αποδεκτής Αλλαγής” (Limits of Acceptable Change). Η συγκεκριμένη έννοια αναγνωρίζει τόσο τον δυναμισμό του αστικού περιβάλλοντος (συμπεριλαμβανομένης της δομημένης, πολιτισμικής και φυσικής διάστασής του) καθώς και την ανάγκη για συμβιβασμό μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, δίνοντας έμφαση όχι στον περιορισμό της εκάστοτε αλλαγής αλλά στην διαχείριση αυτής. Παρόλα αυτά, η εφαρμογή της εν λόγω έννοιας εξαρτάται από την οργανωτική προσέγγιση σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης σε κάθε προορισμό.

Τοπική κοινωνία και συμμετοχικότητα

Παράλληλα, ένα από τα βασικά ζητούμενα για τη βιωσιμότητα της πόλης όσο και της τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται εντός αυτής, είναι η διατήρηση της αίσθησης κοινότητας σε ένα αστικό προορισμό (Hinch, 1996), με την έννοια της τοπικότητας, των κοινών δεσμών μεταξύ των κατοίκων, της κοινωνικής αλληλεπίδρασης καθώς και των κοινών αξιών. Καθώς ο βιώσιμος αστικός τουρισμός θεωρείται ότι συμβάλλει στη διατήρηση του κοινωνικού κεφαλαίου της πόλης και επομένως στη διατήρηση του φυσικού και πολιτισμικού κεφαλαίου ενός αστικού προορισμού, είναι αναγκαίο οι διαφορετικές ομάδες εμπλεκόμενων φορέων να αποκτήσουν κοινή ερμηνεία και κατανόηση του φαινομένου με στόχο την προώθηση της αποτελεσματικότητας κατά τη λήψη αποφάσεων.

Στο πλαίσιο αυτό, οι υπεύθυνοι για τη λήψη αποφάσεων κρίνεται σκόπιμο να προωθήσουν την δημιουργία δικτύων βιώσιμου αστικού τουρισμού (Timur et al., 2009) ως πεδία αλληλεπίδρασης των πολλών και ποικίλων εμπλεκόμενων φορέων που έχουν διαφορετικούς στόχους, καθώς και διαφορετικά ενδιαφέροντα και βαθμό ισχύος στην διαδικασία βιώσιμου αστικού τουρισμού.

3.3. Μελέτες περίπτωσης σε διεθνές επίπεδο

Στην παρούσα ενότητα πραγματοποιείται συνοπτική παρουσίαση ορισμένων μελετών περίπτωσης σε διεθνές επίπεδο, αντιπροσωπευτικών των θεματικών ενοτήτων που σχετίζονται με τον τουρισμό πόλεων και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Εκτός από την αναφορά στο εκάστοτε αστικό τουριστικό προορισμό και στην συγκεκριμένη θεματική (πχ. place branding, μάρκετινγκ, μεταφορές και προσβασιμότητα, πιστοποίηση και αριστεία, τεχνολογία, χωροταξικός σχεδιασμός) γίνεται συνοπτική παρουσίαση στο περιεχόμενο της περίπτωσης, στους στόχους του εκάστοτε προγράμματος, στην τρόπο εφαρμογής του, στα αποτελέσματα και στην αξιολόγηση από την υλοποίησή του ενώ τέλος, γίνεται προκαταρκτική αλλά έμπειρη εκτίμηση της δυνατότητας μεταφοράς τους στην ελληνική πραγματικότητα.

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: Βαρκελώνη, κεντρική συνοικία Raval	ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ: ταυτότητα τόπου («place branding») – πολιτισμός
ΘΕΜΑ: η αξιοποίηση των ιδιαίτερων κοινωνικών και πολιτισμικών στοιχείων μίας πόλης για τον καθορισμό εναλλακτικών διαφορετικών “ιστοριών” σε σχέση με την ταυτότητα ενός τόπου.	
ΣΤΟΧΟΙ: Η δημιουργία μοναδικής και αυθεντικής ταυτότητας για συγκεκριμένη συνοικία (με έντονα χαρακτηριστικά υποβάθμισης - απώλεια πληθυσμού κατά 40% μεταξύ 1970-1986) – η προώθηση της έννοιας της «δημιουργικής» πόλης.	
ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Η συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης παρουσιάζει τα θετικά αποτελέσματα στην ταυτότητα μίας εξαιρετικά υποβαθμισμένης συνοικίας της κεντρικής Βαρκελώνης μέσω αποκεντρωμένων δράσεων πολιτισμικού χαρακτήρα στην βάση της	

δημιουργικότητας, της μοναδικότητας και της αυθεντικότητας. Στην προσπάθεια συνέβαλλαν με καταλυτικό ρόλο πολιτισμικά ιδρύματα και ομάδες καθώς και μεμονωμένοι δημιουργοί. Ειδικότερα, βασικές δράσεις που πραγματοποιήθηκαν ήταν οι εξής:

- Αλλαγή επωνυμίας συγκεκριμένης συνοικίας από την σύγχρονη “Chinatown” σε μεσαιωνική “Raval”
- Εγκατάσταση πολιτισμικών κέντρων και δημιουργία πολιτισμικών clusters εντός της συνοικίας και επομένως των σχετικών υποδομών, με την υποστήριξη της τοπικής αυτοδιοίκησης.
- Προσέλκυση επιπλέον δημιουργικών και καλλιτεχνικών κέντρων όπως θέατρα, γκαλερί και εκδοτικοί οίκοι.
- Πραγματοποίηση σύγχρονων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων προσαρμοσμένων σε προφίλ των επισκεπτών (πχ. «Sonar Barcelona Festival of Advanced Music and New Media Art”), με την υποστήριξη της τοπικής αυτοδιοίκησης.
- Ad hoc ενσωμάτωση της νέας ταυτότητας σε έργα πολιτισμικού χαρακτήρα (πχ. έργα λογοτεχνίας, μιούζικαλ, κινηματογραφικές ταινίες).
- Προώθησης της “street art” ως μέσο έκφρασης της αυθεντικής ταυτότητας της συνοικίας.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: Προσέλκυση πάνω από 18.8 εκ. επισκέπτες ετησίως - 4^η τη τάξη συνοικία σε επίπεδο εμπορικότητας

ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ: Η σύμπραξη της τοπικής αυτοδιοίκησης, πολιτισμικών κέντρων και εκπροσώπων του πολιτισμού για την δημιουργία διακριτής ταυτότητας (brand) συγκεκριμένης συνοικίας ως πολυπολιτισμική “Αυθεντική Βαρκελώνη” με “bohemian” χαρακτηριστικά, εμπλουτίζοντας το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν της πόλης.

ΜΑΘΗΜΑΤΑ: Η αποσύνδεση της δημιουργίας ταυτότητας μίας πόλης αποκλειστικά από την δημιουργία υποδομών ή την ενίσχυση της αστικής διακυβέρνησης.

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ: εκτιμάται ότι η συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης έχει σημαντικές δυνατότητες μεταφοράς σε περιοχές της μητροπολιτικής Αθήνας και Θεσσαλονίκης με κύριο χαρακτηριστικό την υποβάθμιση, την πολυπολιτισμικότητα και την αυθεντική ταυτότητα.

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: City Brain Project (Rotterdam, Malmo, Helsinki, Bilbao, Dalian);	ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ
ΘΕΜΑ: Η σύνθεση πορισμάτων και η αξιολόγηση στρατηγικών και καινοτόμων ενεργειών σε σχέση με την προβολή των εκάστοτε πόρων, την ενίσχυση της ταυτότητας των αστικών περιοχών και την ενδυνάμωση των δομών διακυβέρνησης για βιώσιμη ανάπτυξη.	
ΣΤΟΧΟΙ: Η ανάδειξη βέλτιστων πρακτικών βιώσιμης αστικής ανάπτυξης βάσει της διαχείρισης ποικίλων φορέων και παραμέτρων αλλά και της έντονης πολιτικής χροιάς που χαρακτηρίζει τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ανίστοιχων δράσεων.	
ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Η συγκεκριμένη μελέτη συνοψίζει μια σειρά από διδάγματα της διεθνούς εμπειρίας όσον αφορά στην προώθηση πρακτικών βιώσιμης αστικής ανάπτυξης και πιο συγκεκριμένα:	

<ul style="list-style-type: none"> • Τα αποτελέσματα από την υλοποίηση ενός στρατηγικού σχεδίου για την διαχείριση των υδάτινων πόρων και την αντιμετώπιση των προκλήσεων που επιφέρει η κλιματική αλλαγή στην ευρυθμία και ελκυστικότητα των πόλεων (Rotterdam). • Τους παράγοντες που επηρεάζουν την εκπόνηση στρατηγικών μάρκετινγκ με γνώμονα την επίλυση κοινωνικών συγκρούσεων υπό τη σκιά αμφιλεγόμενων αποτελεσμάτων από την πρόοδο της βιώσιμης αστικής ανάπτυξης (Malmo). • Τις προκλήσεις για την επικαιροποίηση στρατηγικών βιώσιμης ανάπτυξης και προγραμμάτων αστικής αναγέννησης λόγω της διαμόρφωσης νέων κοινωνικών και πολιτικών συνθηκών σε μια πόλη ή μητροπολιτική ζώνη (Helsinki). • Την σωρευτικά θετική επιρροή που δύναται να ασκήσει σε πρακτικούς και επικοινωνιακούς όρους για το φυσικό περιβάλλον και τον κοινωνικό ιστό η υιοθέτηση ενός οράματος με σαφή στρατηγικό προσανατολισμό (Bilbao). • Τους κινδύνους που εμπεριέχει η χρήση αποκλειστικά ποσοτικών κριτηρίων για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων συναφών προγραμμάτων (Dalian).
<p>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: Η αποτίμηση των διαφορετικών αναγκών και προσεγγίσεων που αναπτύσσονται μεταξύ αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων περιοχών</p>
<p>ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ: Η εικοσαετής αφοσίωση της πόλης του Bilbao επί της αναδιαμόρφωσης του αστικού ιστού και των ποικίλων δομών (π.χ. απολύμανση τοπικού ποταμού, αποκλιμάκωση δραστηριοτήτων μεγάλης περιβαλλοντικής επιβάρυνσης σε συγκεκριμένες ζώνες, ανάπτυξη νέου συστήματος δημόσιων μεταφορών, κ.λπ.) στο πλαίσιο μιας σαφούς στρατηγικής μάρκετινγκ ως απόρροια του “Guggenheim effect”.</p>
<p>ΜΑΘΗΜΑΤΑ: Η δυναμική που αναπτύσσεται για τα προγράμματα βιώσιμης αστικής ανάπτυξης μέσω της υλοποίησης στρατηγικών μάρκετινγκ, όταν αυτές συνεισφέρουν στην ενημέρωση ομάδων ενδιαφέροντος σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.</p>
<p>ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ: εκτιμάται ότι η συγκεκριμένη μελέτη περιπτώσεων έχει σημαντικά συμπεράσματα για τις περιοχές της μητροπολιτικής Αθήνας και Θεσσαλονίκης σε σχέση τόσο με την μακροκρόνια αξιοποίηση της κληρονομιάς έργων μεγάλης κλίμακας και πρόσθετης αξίας όσο και με τη διενέργεια συντονισμένων προσπαθειών για την αναβάθμιση υποδομών και την άμβλυση περιβαλλοντικών και κοινωνικών προβλημάτων.</p>

<p>ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: Ljubljana, Σλοβενία http://www.ljubljana.si/en/green-capital/</p>	<p>ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ: Διακυβέρνηση και στρατηγική, αριστεία, παρακολούθηση δεδομένων</p>
<p>ΘΕΜΑ: η προώθηση του βιώσιμου αστικού τουρισμού ως μέσο για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και την εδραίωση της πόλης ως ελκυστικός τουριστικός προορισμός</p>	
<p>ΣΤΟΧΟΙ: εκπόνηση και υλοποίηση ολοκληρωμένης στρατηγικής της πόλης ως βιώσιμος τουριστικός προορισμός</p>	
<p>ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Ειδικότερα, βασικές δράσεις που πραγματοποιήθηκαν ήταν οι εξής:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εκπόνηση ολοκληρωμένης στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη (δημόσιες 	

<p>μεταφορές, ενεργειακή αποδοτικότητα, διαχείριση στερεών αποβλήτων, διαφύλαξη υδατικών πόρων, διατήρηση φύσης και βιοποικιλότητας)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Συμμετοχική διακυβέρνηση στο πλαίσιο κοινού οράματος “Ljubljana 2025” • Πιλοτική εφαρμογή δεικτών βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της ΕΕ (“European Tourism Indicator System for sustainable destinations”). • Πιλοτική εφαρμογή “Global Sustainable Tourism Review” , Green destinations standard - http://greendestinations.info/gstr/ • Επιμέρους τομεακές δράσεις και έργα όπως πολυκομβικό δίκτυο ποδηλασίας (Bicikelj – self service bike –borrowing system), “mobility shops – MOBILNICA”, πολυχρηστική έξυπνη κάρτα μεταφορών και υπηρεσιών πόλης “Urbana”.
<p>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1.000.072 διανυκτερεύσεις (2014), αύξηση 6% σε σχέση με 2013. Αύξηση 21% (Δεκ. 2014 vis a vis 2013). • Διπλασιασμός διανυκτερεύσεων εντός της πόλης εντός πρόσφατης δεκαετίας.
<p>ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Βραβείο WTTC 2015 “Tourism for Tomorrow” σε επίπεδο προορισμού – μοναδικός αστικός τουριστικός προορισμός που έχει λάβει σχετική βράβευση. • Βραβείο «European Mobility week», 2003 και 2013. • «Πράσινη» πρωτεύουσα της Ευρώπης, 2016. • Ολοκληρωμένη διακυβέρνηση με στόχο την εδραίωση της πόλης ως βιώσιμος αστικός τουριστικός προορισμός
<p>ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Η ενίσχυση των βασικών οικονομικών μεγεθών του τουρισμού μέσω της τοποθέτησης («posititioning) και εδραίωσης της ταυτότητας της πόλης ως πρότυπου βιώσιμου τουριστικού προορισμού. • Η σημασία ολοκληρωμένης στρατηγικής προς την επίτευξη των στόχων της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. • Η εφαρμογή δεικτών βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης σε επίπεδο αστικού τουριστικού προορισμού.
<p>ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ: εκτιμάται ότι παρουσιάζει ενδιαφέρον η πολιτική εφαρμογή δεικτών βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για τις μητροπολιτικές περιοχές της Αθήνας και Θεσσαλονίκης</p>

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: 22@ Barcelona	ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ
ΘΕΜΑ: Η αναδιαμόρφωση μιας βιομηχανικής περιοχής με έκταση 2 χιλιάδες στρέμματα σε ζώνη καινοτομίας για εργαζόμενους και κατοίκους.	
ΣΤΟΧΟΙ: Η χρήση του αστικού χώρου ως εργαστήριο εντός του οποίου εταιρείες από διαφορετικούς τομείς εξειδίκευσης (π.χ. Πληροφορική, Ενέργειας, Μεταφορές, κ.λπ) αναπτύσσουν καινοτόμες προτάσεις και τις δοκιμάζουν πιλοτικά.	

ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Ειδικότερα, βασικές δράσεις που πραγματοποιήθηκαν ήταν οι εξής:

- Ανάπτυξη τεχνολογίας για τον νυχτερινό φωτισμό των δρόμων μέσω εξοπλισμού που συλλέγει και επεξεργάζεται πληροφορίες για διάφορες παραμέτρους (π.χ. θερμοκρασία, υγρασία, θόρυβο, ρύπανση, κ.λπ.).
- Χρήση ανιχνευτών για την πλέον αποτελεσματική εξυπηρέτηση βασικών αναγκών της πόλης (προσδιορισμός όγκου απορριμμάτων για την κατανομή των απορριματοφόρων, προσδιορισμός διαθέσιμων θέσεων σε χώρους πάρκινγκ, προσδιορισμός επιπέδων όχλησης και ρύπανσης ανά γεωγραφική ζώνη, κ.λπ.).
- Επιτυχής ενσωμάτωση του τουριστικού τομέα στο ευρύτερο οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό γίνεσθαι της πόλης
- Εγκατάσταση και λειτουργία συνεταιρικής πλατφόρμας του δημόσιου-ιδιωτικού τομέα η οποία προάγει την χρήση ηλεκτρικών αυτοκινήτων από τους κατοίκους.
- Εγκατάσταση και λειτουργία σταθμών φόρτισης σε επιλεγμένα ξενοδοχεία για την ενθάρρυνση της χρήσης ηλεκτρικών μοτοποδηλάτων από τους τουρίστες.
- Εγκατάσταση και λειτουργία ενός συστήματος αυτόματης συλλογής απορριμμάτων, διαχωρισμού των απορριμμάτων ανάμεσα σε οργανικά και ανόργανα, και ευέλικτης μεταφοράς και κομποστοποίησης του.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: 14 τομείς καινοτομίας με έργα και πρακτικές που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα, τις δημόσιες μεταφορές, τις ανακυκλώσιμες πηγές ενέργειας, την διαχείριση απορριμμάτων, κ.λπ.

ΜΑΘΗΜΑΤΑ

- Η κατανόηση της έντονης συσχέτισης του τουρισμού με το σύνολο των δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα στον αστικό χώρο.
- Η έμφαση στην αναζήτηση καινοτόμων και μη βλαβερών για το φυσικό περιβάλλον λύσεων όσον αφορά στις μετακινήσεις των κατοίκων και των τουριστών εντός της πόλης.

ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ

- Πιστοποιητικό 'Biosphere World Class Destination'
- Σχεδιασμός και υλοποίηση έργων με σκοπό την παράλληλη επίτευξη στόχων σε περισσότερους από έναν τομείς (π.χ. δίκτυο μεταφορών και περιορισμός ρύπανσης)

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ: εκτιμάται ότι παρουσιάζει ενδιαφέρον ο συσχετισμός προτάσεων για τον τουρισμό και άλλους τομείς υπηρεσιών στις πόλεις της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης που δύνανται να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής των κατοίκων τόσο των επισκεπτών όσο και των κατοίκων.

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: This is MY Athens; community involvement	ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ: διοργάνωση εκδηλώσεων
---	--

ΘΕΜΑ: Η αναδιοργάνωση σε online και offline επίπεδο ενός προγράμματος διεξαγωγής εθελοντικών περιηγήσεων στην πόλη από τους κατοίκους προς τους τουρίστες.

ΣΤΟΧΟΙ: Η ενίσχυση της συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας στα δρώμενα της τουριστικής ανάπτυξης και η εύρυθμη διαχείριση όλων των λειτουργικών και βιωματικών χαρακτηριστικών της τουριστικής εμπειρίας πριν, κατά τη διάρκεια, και μετά τη διεξαγωγή του ταξιδιού και της περιήγησης

ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Ειδικότερα, βασικές δράσεις που πραγματοποιήθηκαν ήταν οι εξής:

- Ολική αναδιαμόρφωση της ιστοσελίδας του παλαιού προγράμματος με αυτοματοποιημένες διαδικασίες για την άμεση και ευέλικτη επικοινωνία των επισκεπτών με τους Athens Locals.
- Ενσωμάτωση στην νέα ιστοσελίδα καινοτόμων πρακτικών βάσει των διδαγμάτων της διεθνούς εμπειρίας (π.χ. προσωποποιημένα προφίλ των Athens Locals, θεματική συσχέτιση των επισκεπτών και των Athens Locals βάσει συγκεκριμένων τύπων εμπειριών, ενσωμάτωση των social media λογαριασμών στα προφίλ των Athens Locals, σύστημα βαθμολόγησης της εμπειρίας και παράθεσης σχολίων από τους επισκέπτες, σύστημα καταγραφής και επεξεργασίας δεικτών για τα αποτελέσματα του αναβαθμισμένου προγράμματος.
- Ανάδειξη των ιδιαίτερων στιγμών της τουριστικής Αθήνας μέσω της συνεργασίας εκπροσώπων του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα καθώς και της κοινότητας των Athens Locals στο πλαίσιο της διενέργειας μιας συνάντησης εργασίας και της εφαρμογής της μεθοδολογίας του Experience Design.
- Αποτύπωση των τύπων ταξιδιωτών που συνδέονται στενότερα με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τουριστικής Αθήνας, καθώς και προβολή των αντίστοιχων τύπων ταξιδιωτών μέσω της διεξαγωγής ενός Blogger Campaign και της κυλιόμενης άφιξης και παραμονής στην Αθήνα σε διάστημα δύο μηνών.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: Αξιοποίηση της κληρονομιάς του TBEX Europe 2014, που έλαβε χώρα στην Αθήνα τον Οκτώβριο του 2014, μέσω της άφιξης 8 bloggers και της παραγωγής εξειδικευμένου περιεχομένου για την τουριστική Αθήνα στα Social Media.

ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ: Διασύνδεση των 6 τύπων ταξιδιωτών (Cultural Buff; Connoisseur; More for less Explorer, Night Owl, Luxury Seeker, Outdoor Enthusiast) με τα κοινά-στόχους που εκπροσωπούν οι Bloggers της σχετικής καμπάνιας.

ΜΑΘΗΜΑΤΑ:

- Τα οφέλη που προκύπτουν για την εικόνα και την προβολή της πόλης στο διαδίκτυο μέσω της επικοινωνιακής αλληλεπίδρασης των κατοίκων και των επισκεπτών.
- Η προσέγγιση της τουριστικής αγοράς μέσω εξειδικευμένων προτάσεων για μοναδικές εμπειρίες.

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ: εκτιμάται ότι υπάρχει σημαντική δυνατότητα μεταφοράς της τεχνογνωσίας της Αθήνας και στην περίπτωση της Θεσσαλονίκης

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: Δανία

<http://www.sustainableeventsdenmark.org/>

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ: Διακυβέρνηση, ΣΔΙΤ, βιώσιμες εκδηλώσεις, πιστοποίηση

ΘΕΜΑ: η δημιουργία πρωτοβουλίας για την βιώσιμη διοργάνωση εκδηλώσεων μέσω της σύμπραξης δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και ειδικότερα της κεντρικής διοίκησης,

επαγγελματικών ενώσεων και επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα (πχ. SAS airlines) καθώς και DMOs σε εθνικό και τοπικό επίπεδο (Copenhagen, Aarhus, Aalborg)

ΣΤΟΧΟΙ: βασικοί στόχοι της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας ήταν η:

- προώθηση του εθνικού συστήματος πιστοποίησης ISO20121 για την διοργάνωση βιώσιμων εκδηλώσεων με ιδιαίτερη έμφαση στην σχετική πιστοποίηση της Δανικής Προεδρίας της E.E., 2012.
- Διάχυση της αναγνώρισης των εμπορικών και οικονομικών ωφελειών από την διοργάνωση βιώσιμων εκδηλώσεων και εκθέσεων όπως η:
 - Εξοικονόμηση κεφαλαίων: Oracle Open World (2010), \$858,638
 - Κινητοποίηση εργαζομένων: 81% επιθυμεί να εργάζεται για οργανισμούς που δείχνουν υπευθυνότητα (MCI)
 - Αύξηση χορηγιών: προσέλκυση €15 εκ. στο πλαίσιο του Συνεδρίου για την Κλιματική Αλλαγή (COP15) που πραγματοποιήθηκε στην Κοπενχάγη το 2009, από οργανισμούς που ήθελαν η εταιρική τους ταυτότητα να συνδεθεί με τη βιώσιμη ανάπτυξη

ΕΦΑΡΜΟΓΗ: η εφαρμογή της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας περιελάμβανε την:

- Εκπόνηση πρωτοκόλλου (οδικού χάρτη) για την πραγματοποίηση βιώσιμων εκδηλώσεων.
- Σχετική πιστοποίηση της Δανικής προεδρίας καθώς και την πιστοποίηση (100+) παράλληλων εκδηλώσεων και εκθέσεων στο πλαίσιο αυτής (συμπ. προγραμμάτων «πράσινων» προμηθειών, ανταλλαγής (offsetting) εκπομπών CO2).
- Ανάπτυξη σχετικών διακρατικών δικτύων

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ:

- εξοικονόμηση > €40εκ κατά την διάρκεια της Δανικής Προεδρίας
- 30% των μετακινήσεων με δημόσια μέσα μεταφοράς
- 50% των υλικών για τα γεύματα, τοπικά προϊόντα (<350 χλμ)
- 70% των VIP μετακινήσεων μέσω εναλλακτικών καυσίμων

ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ:

- η πιστοποίηση εμπορικών εκδηλώσεων και εκθέσεων βάσει προτύπων βιώσιμης ανάπτυξης
- η εκπόνηση και υπογραφή πρωτοκόλλου για την διοργάνωση βιώσιμων εκδηλώσεων

ΜΑΘΗΜΑΤΑ:

- Ηγεσία: Ο πρώτος οργανισμός παγκοσμίως που πιστοποιήθηκε κατά ISO 20121
- Αξία των προτύπων: Η πιστοποίηση υποστήριξε την εκπόνηση μίας στρατηγικής προσέγγισης, την παροχή κατευθύνσεων ενώ επέτρεψε στους διοργανωτές εκθέσεων να επιδείξουν υπευθυνότητα, διαφάνεια και επαγγελματισμό.
- Κληρονομιά – Συνεργασία: η συγκεκριμένη πρωτοβουλία αποτέλεσε τον καταλύτη για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης στους τομείς του αστικού τουρισμού και του MICE σε παγκόσμιο επίπεδο.

- ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ: εκτιμάται ότι υπάρχει σημαντική δυνατότητα μεταφοράς, πιθανά αναδεικνύοντας την πολιτισμική διάσταση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και αξιοποιώντας τα δημόσια μέσα μεταφοράς για την μητροπολιτική περιοχή της Αθήνας.

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: Σιγκαπούρη, παραποτάμια θεματική ζώνη τουρισμού (Savage et al., 2004)	ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ: πολεοδομικός σχεδιασμός, αστική αναγέννηση
ΘΕΜΑ: Αστική αναγέννηση μέσω της ανάπτυξης θεματικών τουριστικών ζωνών	
ΣΤΟΧΟΙ:	
<ul style="list-style-type: none"> • η διασφάλιση των πολλαπλών ρόλων και λειτουργιών της πόλης της Σιγκαπούρης μέσω της ανάπτυξης θεματικών τουριστικών ζωνών • η εξισορρόπηση της προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς με τις οικονομικές και κοινωνικές απαιτήσεις. 	
ΕΦΑΡΜΟΓΗ: στο πλαίσιο της στρατηγικής για την μετατροπή της Σιγκαπούρης σε «Τουριστική πρωτεύουσα του 21 ^{ου} αιώνα» και της οριοθέτησης θεματικής τουριστικής ζώνης για την παραποτάμια έκταση (εμβαδού 82ha), προβλέπονται τα εξής:	
<ul style="list-style-type: none"> • Οριοθέτηση βασικής θεματικής τουριστικής ζώνης ως “night zone” αναδεικνύοντας το όραμα «Πόλη που ποτέ δεν κοιμάται» στο πλαίσιο της ανάμιξης στοιχείων αστικής ιστορίας με σύγχρονες χρήσεις γης. • Οριοθέτηση 3 επιμέρους ζωνών σχεδιασμού: (α) εστίαση, (β) κέντρο εκδηλώσεων και αγορά, (γ) διαμονή και φιλοξενία. • Υλοποίηση προγράμματος περιβαλλοντικής αναβάθμισης της περιοχής στο πλαίσιο της ανάδειξης της ως τουριστική ζώνη. • Έργα ανάπτυξης τουριστικών υποδομών και επαναχρησιμοποίησης κτιριακών εγκαταστάσεων. 	
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: ΝΑ	
ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Η υλοποίηση προγράμματος περιβαλλοντικής αναβάθμισης της παραποτάμιας περιοχής στο πλαίσιο του μετασχηματισμού της ως τουριστική ζώνη. • Η συνεχής διασύνδεση της ζωής των κατοίκων και της τοπικής κοινότητας (ιδιαίτερα νέων ηλικιακά ομάδων) με την συγκεκριμένη περιοχή παρά τον εκσυγχρονισμό και μετασχηματισμό της από τις παραδοσιακές αξίες, υποδομές και δραστηριότητες. 	
ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Η πιθανή απώλεια της αυθεντικότητας του τόπου (τόσο σε επίπεδο υποδομών όσο και δραστηριοτήτων) από την υλοποίηση έργων θεματικής (εν προκειμένω τουριστικής) ενίσχυσης ενός αστικού προορισμού. • Ο ανάγκη μετασχηματισμού της έννοιας της αυθεντικότητας ενός τόπου (όπως ορίζεται από τις παραδοσιακές υποδομές, πχ. κτίρια και δραστηριότητες) προς την 	

κατεύθυνση της συνεχούς σχέσης του με τον τοπικό πληθυσμό σε σύγχρονο πλαίσιο.

- Η ανάγκη διατήρησης της κοινωνικής μνήμης των κατοίκων ενός προορισμού σε περιπτώσεις αλλαγών χρήσεων καθώς και παροχής κινήτρων για τη διατήρηση του αρχικού πληθυσμού σε περιπτώσεις αστικού μετασχηματισμού.

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ: Εκτιμάται ότι είναι σκόπιμο να διερευνηθεί η δυνατότητα μεταφοράς του εργαλείου των θεματικών τουριστικών ζωνών σε περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης με αδιάθετο και υποβαθμισμένο κτιριακό απόθεμα και ιδιαίτερους τουριστικούς πόρους.

4. ΣΥΝΘΕΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

4.1. Ανάλυση SWOT

Στην παρούσα ενότητα γίνεται συνοπτική περιγραφή των δυνατοτήτων, αδυναμιών, ευκαιριών και προκλήσεων που αφορούν στην προώθηση του αστικού τουρισμού και της βιώσιμης ανάπτυξης για τα μητροπολιτικές περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. Παρόλο που οι δύο προορισμοί δεν παρουσιάζουν ενιαία εικόνα τόσο σε επίπεδο υποδομών και υπηρεσιών όσο και σε επίπεδο τουριστικής προσφοράς και ζήτησης, κρίνεται σκόπιμο η σχετική ανάλυση να είναι κοινή κυρίως γιατί τα σημεία που θα αντιμετωπισθούν θα σχετίζονται με πολιτικές και στρατηγικές για την προώθηση του βιώσιμου αστικού τουρισμού και όχι με επιμέρους δράσεις ή ενέργειες (πχ. μεμονωμένες υποδομές, υπηρεσίες, έλξεις, κλπ.). Στις ελάχιστες περιπτώσεις που κατά την αξιολόγηση, η διαφορά μεταξύ των δύο προορισμών κρίνεται ως εξαιρετικά σημαντική (σε τέτοιο βαθμό που να επηρεάζονται οι προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης σε σημαντικό βαθμό) τότε αυτή θα αναφέρεται ρητά.

Δυνατότητες	Αδυναμίες
<ul style="list-style-type: none">• Η λειτουργία σύγχρονων υποδομών αερομεταφορών πλησίον των πόλεων.• Η πρόσφατη θετική εικόνα στις αφίξεις επισκεπτών και η ανθεκτικότητά της απέναντι στην πολιτική αστάθεια.• Η λειτουργία αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.• Το αναπτυσσόμενο δίκτυο δημόσιων μέσων μεταφοράς (ιδιαίτερα, σταθερής τροχιάς) για την περίπτωση της Αθήνας.• Το εκτεταμένο και διασκορπισμένο πολιτισμικό απόθεμα (προϊστορικά, κλασσικά, βυζαντινά και νεώτερα μνημεία) εντός του αστικού ιστού όσο και στον περιαστικό χώρο.• Η σύγχρονη ζωή (“pop” κουλτούρα) της πόλης καθώς και η ύπαρξη γειτονιών με ιδιαίτερο και αυθεντικό χαρακτήρα.• Η θετική προβολή των πόλεων ως τουριστικών προορισμών “city break”, με έμφαση στην Αθήνα.• Η υλοποίηση εργασιών αναβάθμισης	<ul style="list-style-type: none">• Οι ελλειπείς υποδομές περιβαλλοντικής προστασίας.• Η απουσία εύχρηστου συστήματος δημόσιων μέσων μεταφοράς για την πόλη της Θεσσαλονίκης.• Η μη εφαρμογή συστήματος παρακολούθησης τουριστικών δεικτών σε επίπεδο τουριστικού προορισμού (τόσο γενικά όσο και ειδικότερα για τον βιώσιμο τουρισμό).• Η επικάλυψη αρμοδιοτήτων και ο ελλιπής συντονισμός των συναρμόδιων φορέων που σχετίζονται με τις υπηρεσίες που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν (συμπ. του χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού).• Ο περιορισμένος βαθμός ευχρηστίας των πόλεων για ΑΜΕΑ.• Η απουσία προγραμμάτων διαχείρισης τουριστικών ροών για συγκεκριμένα τουριστικά αξιοθέατα.

<p>ξενοδοχειακών μονάδων</p> <ul style="list-style-type: none"> • Η παρουσία θαλάσσιου μετώπου. 	
Ευκαιρίες	Προκλήσεις
<ul style="list-style-type: none"> • Η εδραίωση του brand των πόλεων (κυρίως της Αθήνας) ως προορισμού “city break” διεθνούς εμβέλειας. • Η ενίσχυση της τουριστικής εμπειρίας των πόλεων μέσω σχεδιασμού και υλοποίησης ολοκληρωμένων προγραμμάτων “experience design”. • Η επέκταση της διάρκειας παραμονής μέσω διασύνδεσης της τουριστικής εμπειρίας με τον περιαστικό χώρο (πολιτισμικοί πόροι, θαλάσσιο μέτωπο). • Η κεφαλαιοποίηση στις προτιμήσεις συγκεκριμένων ομάδων επισκεπτών (πχ. “Millennials”) σε σχέση με το αυθεντικό και το βιωματικό. • Η οργανωμένη/ υπό όρους ενσωμάτωση του αδιάθετου οικιστικού αποθέματος για τουριστική χρήση. • Εκπόνηση εξειδικευμένης στρατηγικής αστικής αναγέννησης και υλοποίηση σχετικών έργων μέσω ΣΔΙΤ. • Η ενίσχυση της τουριστικής εμπειρίας από την πραγματοποίηση Μεγάλων Αθλητικών Γεγονότων Διεθνούς εμβέλειας και ο εμπλουτισμός τους με άλλα διεθνή γεγονότα (Iron Man, Tough Mudder και Spartan Race). • Ο εμπλουτισμός του πολιτισμικού τουριστικού προϊόντος με την αύλη κληρονομιά, την “pop κουλτούρα”, το “storytelling”, τον βιωματικό τουρισμό καθώς και τις μαθησιακές εμπειρίες. • Η εφαρμογή δεικτών βιώσιμων αστικού τουρισμού σε επίπεδο τουριστικού προορισμού. • Η κεφαλαιοποίηση σε υφιστάμενα, καινοτόμα προγράμματα συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας καθώς και η περαιτέρω 	<ul style="list-style-type: none"> • Η διαμόρφωση ολοκληρωμένης στρατηγικής για την προώθηση του βιώσιμου αστικού τουρισμού. • Η ενίσχυση της λειτουργίας DMOs με ιδιαίτερη έμφαση στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. • Η χρηματοδότηση δράσεων βιώσιμου αστικού τουριστικού – η διερεύνηση εναλλακτικών χρηματοδοτικών εργαλείων και δυνατοτήτων ΣΔΙΤ. • Η ανάπτυξη εύχρηστου δικτύου δημόσιων μέσων μεταφοράς (ιδιαίτερα σταθερής τροχιάς) για την περίπτωση της Θεσσαλονίκης και η περαιτέρω ενίσχυση αυτού της Αθήνας. • Η ενσωμάτωση ιδιαίτερου χαρακτήρα - «περιθωριακών» συνοικιών στο τουριστικό προϊόν των πόλεων. • Η εφαρμογή προγραμμάτων διαχείρισης τουριστικών ροών για συγκεκριμένα τουριστικά αξιοθέατα και διαδρομές. • Η ενίσχυση της ενσωμάτωσης της ευφυΐας και της τεχνολογίας στην ζωή των πόλεων με έμφαση στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (πολιτισμός, θαλάσσιο μέτωπο). • Η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού από ευρωπαϊκές μητροπόλεις σε θέματα που σχετίζονται με τον αστικό τουρισμό και τη βιώσιμη ανάπτυξη (Βαρκελώνη, Κοπενχάγη, Λιουμπλιάνα)

<p>ενίσχυση/ επέκτασή τους.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Η διερεύνηση της δυνατότητας περαιτέρω προώθησης του ΑΤΤΙΚΟ ΜΕΤΡΟ ως ανεξάρτητο τουριστικό αξιοθέατο. • Η προώθηση των προτύπων (standards) βιώσιμων τουριστικής ανάπτυξης τόσο σε επίπεδο τουριστικού προορισμού όσο και σε μεμονωμένους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών (φιλοξενία, εστίαση, κλπ). 	
--	--

4.2 Ανάλυση PEST

<p style="text-align: center;">Πολιτικό</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αυξανόμενη αναγνώριση οικονομικής και κοινωνικής σημασίας αστικού τουρισμού σε διεθνές, Ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο. • Αυξανόμενη αναγνώριση συμβολής τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη σε διεθνές, Ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο. • Εκπόνηση Ευρωπαϊκού Συστήματος Δεικτών Τουρισμού για βιώσιμους προορισμούς (“ETIS”). • Ανάγκη διαχείρισης θεμάτων που σχετίζονται με την κρίση χρέους καθώς και τις ιδιαίτερες γεωπολιτικές συνθήκες στην ΝΑ Μεσόγειο (ανεργία, μεταναστευτικές ροές). • Ενισχυμένος ρόλος ΣΕΤΕ και άρα αυξημένη δυνατότητα υποστήριξης κατά την λήψη αποφάσεων. 	<p style="text-align: center;">Οικονομικό</p> <ul style="list-style-type: none"> • Σημαντική δυναμική Αθήνας (κυρίως) και Θεσσαλονίκης (δευτερευόντως) ως προορισμοί “city break” και ανάγκη για περαιτέρω ενίσχυσή τους. • Περιορισμός οικονομικών πόρων μέσω Ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών εργαλείων. • Περιορισμός χρηματοδότησης για την διαχείριση και προώθηση τουριστικών προορισμών σε διεθνές/ εθνικό επίπεδο. • Σημαντική συμβολή τουρισμού σε ΑΕΠ και απασχόληση. • Ανάγκη για λήψη ανταποδοτικών, συγκροτημένων επιχειρηματικών αποφάσεων. • Ανάγκη για προσέλκυση και προώθηση τουριστικών επενδύσεων σε εθνικό επίπεδο. • Εμφάνιση και εγκαθίδρυση νέων οικονομικών μοντέλων (πχ. οικονομία «διαμοιρασμού»). • Εκτεταμένο αδιάθετο οικιστικό κτιριακό απόθεμα με σημαντική απώλεια αξίας ιδιαίτερα για την μητροπολιτική περιοχή της Αθήνας.
<p style="text-align: center;">Κοινωνικό</p>	<p style="text-align: center;">Τεχνολογικό</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Εκτεταμένη κοινωνική αποδοχή τουρισμού ως κινητήριο δύναμη ελληνικής οικονομίας. • Ραγδαία μεταβαλλόμενες καταναλωτικές ανάγκες επισκεπτών – ταξιδιωτών και νέες αναπτυσσόμενες γεωγραφικές αγορές (πχ. Ασία). • Παρουσία οργανωμένου Destination Management Organization για την περιοχή της Αθήνας – απουσία για την περιοχή της Θεσσαλονίκης. • Μεταβαλλόμενο τουριστικό προϊόν στο πλαίσιο σύγχρονων τάσεων (πχ. οικονομία «διαμοιρασμού», βιώσιμος τουρισμός). • Αυξανόμενες αντιδράσεις τοπικών κοινωνιών στην τουριστική δραστηριότητα και υποβάθμιση τουριστικής εμπειρίας από αυξανόμενες ροές επισκεπτών σε ώριμους αστικούς τουριστικούς προορισμούς (πχ. Βαρκελώνη, Βερολίνο, Σαν Φραντζίσκο.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Εξαιρετικά υψηλή ψηφιακή διείσδυση στον τομέα του τουρισμού σε διεθνές επίπεδο – περιορισμένη σε εθνικό επίπεδο. • Εξάπλωση της έννοιας της ευφυούς πόλης σε διεθνές επίπεδο – εξαιρετικά περιορισμένη σε εθνικό επίπεδο.
--	--

4.3. Προτάσεις και κατευθύνσεις για την ενίσχυση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην Αθήνα & Θεσσαλονίκη

Στο πλαίσιο της παραπάνω ανάλυσης, γίνεται κατανοητό ότι η προώθηση του βιώσιμου αστικού τουρισμού στις μητροπολιτικές περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης σχετίζονται με την:

- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους ως τουριστικοί προορισμοί διεθνούς εμβέλειας τόσο στο πλαίσιο των σύγχρονων καταναλωτικών προτύπων, όσο και στο πλαίσιο των οργανωτικών μοντέλων ανάπτυξης, διαχείρισης και προώθησης των τουριστικών προορισμών τόσο σε εθνικό όσο και διεθνές επίπεδο.
- Πρόληψη καθώς και την έγκαιρη και αποτελεσματική διευθέτηση ζητημάτων που ήδη αντιμετωπίζουν ώριμοι αστικοί τουριστικοί προορισμοί σε διεθνές επίπεδο όπως οι αντιδράσεις των τοπικών κοινωνιών στη τουριστική δραστηριότητα, η ανεξέλεγκτη εξάπλωση του φαινομένου των βραχυχρόνιων αστικών μισθώσεων ως τουριστικές, η περιβαλλοντική υποβάθμιση, η υποβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας από τις αυξανόμενες ροές επισκεπτών, κλπ.

- Διασφάλιση σταθερών θέσεων απασχόλησης του τουριστικού τομέα και τον υποστηρικτικού αυτού κλάδων.

Επίσης, υπενθυμίζεται ότι η έννοια της βιωσιμότητας αφορά κυρίως και εν τέλει στην παροχή ολοκληρωμένης και υψηλού επιπέδου τουριστικής εμπειρίας (ιδιαίτερα στο πλαίσιο των σύγχρονων καταναλωτικών προτύπων) και άρα στη δημιουργία ανταγωνιστικού και ανθεκτικού (“resilient”) τουριστικού τομέα και όχι απλά στην μονοδιάστατη ανάγκη διαφύλαξης ή/ και ανάδειξης του πολιτισμικού, δομημένου και φυσικού περιβάλλοντος.

Αξίζει να αναφερθεί ότι βάσει της παραπάνω αξιολόγησης καθώς και της σχετικής βιβλιογραφικής έρευνας, ο βιώσιμος αστικός τουρισμός για τις μητροπολιτικές περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, δεν φαίνεται να έχει απασχολήσει - σε σημαντικό τουλάχιστον βαθμό – τόσο τους φορείς διαμόρφωσης πολιτικής όσο και τους ερευνητές του τουρισμού. Παράλληλα, εκτιμάται ότι εκτιμάται ότι τα υφιστάμενα θεσμοθετημένα κείμενα στρατηγικής και πολιτικής αν και αποτελούν επαρκή βάση, χρίζουν σημαντικής εξειδίκευσης ή/και αναθεώρησης (τόσο σε επίπεδο στόχευσης όσο και περιεχομένου) λόγω ότι:

- δεν αναγνωρίζουν επαρκώς τις σύγχρονες προκλήσεις και τάσεις του αστικού τουρισμού αλλά και την ιδιαίτερη σημασία της συγκεκριμένης δραστηριότητας για την λειτουργία των πόλεων,
- βασίζονται πλέον, σε μη ισχύοντα (επί το δυσμενέστερο) κοινωνικό – πολιτικά δεδομένα,
- διατυπώνουν γενικές ή/ και ασαφείς στρατηγικές κατευθύνσεις τουλάχιστον σε ότι αφορά στον κλάδο του τουρισμού,
- έχουν περισσότερο τομεακό (σε επίπεδο χωροταξικού σχεδιασμού) παρά ολοκληρωμένο (πχ. τεχνολογική διείσδυση/ ICT, χρηματοδότηση, branding - marketing) χαρακτήρα.
- έχουν ελλιπή σύνδεση με τις υφιστάμενες χρηματοδοτικές πηγές.

Επομένως, η προώθηση του βιώσιμου αστικού τουρισμού για τις μητροπολιτικές περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, αρχικά θα πρέπει να κινηθεί στο πλαίσιο εκπόνησης ενός **εξειδικευμένου στρατηγικού και επιχειρησιακού σχεδιασμού**.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός θα πρέπει να συμβάλει στους άξονες προτεραιότητας, όπως ορίζονται στο πλαίσιο της διακήρυξης της Κωνσταντινούπολης (2012) για τον αστικό τουρισμό:

- Αναγνώριση των σημαντικών θετικών οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων του αστικού τουρισμού στην εθνική και τοπική οικονομία.
- Ενσωμάτωση του αστικού τουρισμού σαν βασικό συστατικό της κυβερνητικής πολιτικής σε όλα τα επίπεδα.

- Εδραίωση νέων, αποτελεσματικών εργαλείων για την καλύτερη συνεργασία μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων στον κλάδο του τουρισμού.
- Ανάδειξη της σημασίας του ανθρώπινου κεφαλαίου και της επένδυσης των επαγγελματική κατάρτιση.
- Ανάπτυξη καινοτόμων στρατηγικών για την ανάπτυξη νέων προϊόντων με υψηλή προστιθέμενη αξία, απευθυνόμενα σε εξειδικευμένες αγορές.
- Προώθηση μέτρων και πρακτικών για την ενθάρρυνση, ανάπτυξη και αναγνώριση πολιτικών και πρωτοβουλιών βιώσιμης ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο.

Τελικά, να προβλέπει τη διατύπωση κοστολογημένων και χρονολογημένων δράσεων και ενεργειών στο πλαίσιο των:

- Μεγάλων έργων ανάπλασης της Αθήνας – Αττικής και της Θεσσαλονίκης, προγραμματιζόμενων ή υιοθετούμενων από αρμόδιες ή τις κατά περίπτωση εμπλεκόμενες πολεοδομικές αρχές (όπως η αξιοποίηση της Φαληρικής ακτής στην Αθήνα).
- Έργων και ρυθμίσεων μικρότερης κλίμακας που προτείνονται σε μελέτες ανάπτυξης και βελτίωσης του αστικού τουρισμού, καθώς και από την ΚΥΑ 67659/2013 - ΕΠΧΣΑΑ για τον Τουρισμό ειδικά για την μητροπολιτικές περιοχές.
- Αναγκαίων παρεμβάσεων και δράσεων που προκύπτουν από τις προτάσεις της μελέτης Tourism Strategy Plan and Growth Roadmap (ΣΕΤΕ – McKinsey, 2013) με έμφαση στην ενίσχυση της Αθήνας ως αστικού τουριστικού προορισμού σύντομης διάρκειας (City Break) και συνεδριακού τουρισμού (MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).
- Προτάσεων έργων και παρεμβάσεων για την Αρχαιολογική περιοχή της Αθήνας (πχ. δυνατότητα τουριστικής αξιοποίησης και δημιουργίας δικτύου υποδομών φιλοξενίας στο πλαίσιο της Ενοποίησης των Αρχαιολογικών Χώρων της Αθήνας).

Παράλληλα, βασικοί άξονες δράσης που κρίνεται σκόπιμο να αποτελέσουν αντικείμενο περαιτέρω εξειδίκευσης σε βραχυχρόνιο ορίζοντα είναι η:

- 1. Χρηματοδότηση:** κρίνεται εξαιρετικά κρίσιμη η διασύνδεση του επόμενου Ευρωπαϊκού προγραμματικού πλαισίου με τις κατευθύνσεις που θα τεθούν από τον στρατηγικό και επιχειρησιακό σχεδιασμό. Παράλληλα, είναι ιδιαίτερης σημασίας η αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων χρηματοδότησης όπως τα ΣΔΙΤ αλλά και η διερεύνηση των τάσεων και προτιμήσεων των ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων τόσο σε επίπεδο διαχείρισης και προώθησης των προορισμών όσο και των τουριστικών υποδομών.
- 2. Ολοκληρωμένη διακυβέρνηση και διαχείριση:** Τόσο η πολυπλοκότητα της τουριστικής εμπειρίας όσο και της λειτουργίας των πόλεων απαιτεί την συνεργασία του συνόλου των εμπλεκόμενων φορέων που είναι επιφορτισμένοι με την διαμόρφωση πολιτικών και στρατηγικής καθώς και την άσκηση των επιμέρους

εκτελεστικών αρμοδιοτήτων τόσο σε οριζόντιο όσο και τομεακό επίπεδο. Παράλληλα, έχει ήδη αναφερθεί ότι η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας είναι ιδιαίτερης σημασίας για την προώθηση του βιώσιμου αστικού τουρισμού. Ο κατακερματισμός ή/ και η επικάλυψη των αρμοδιοτήτων, η ελλιπής εφαρμογή αυτών, ο πολύ μεγάλος αριθμός συναρμόδιων φορέων, καθώς και η απουσία διακυβέρνησης σε μητροπολιτικό επίπεδο αποτελούν σημαντικά θέματα που θα πρέπει να αντιμετωπισθούν στη βάση ενός νέου οργανωτικού μοντέλου για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη.

- 3. Προώθηση της έννοιας της ευφυούς πόλης - τεχνολογική διείσδυση/ ICT:** Η προσέγγιση αυτή αφορά στην ολιστική θεώρηση των πόλεων ως «συστήματα των συστημάτων», προώθηση της ολοκλήρωσης υποδομών και διαδικασιών, έμφαση στην μείωση εκπομπών CO₂, προώθηση της χρήσης της ψηφιακής τεχνολογίας για την αύξηση της δυναμικότητας των υφιστάμενων υποδομών και υπηρεσιών, συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και τέλος την αναγνώριση τεσσάρων βασικών αξόνων δράσης (δομημένο περιβάλλον, ενέργεια, κινητικότητα και ICT) (Birmingham Smart City Commission, 2014).
- 4. Εφαρμογή δεικτών και παρακολούθηση δεδομένων:** Η εφαρμογή του Συστήματος Ευρωπαϊκών Τουριστικών Δεικτών για βιώσιμους προορισμούς (European Tourism Indicator System for sustainable destinations) για την περίπτωση της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, εκτιμάται ότι θα συμβάλει στην αξιολόγηση του βαθμού ενσωμάτωσης της βιώσιμης ανάπτυξης στους συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς καθώς και στην σύγκριση του βαθμού αυτού με την διεθνή εμπειρία (“benchmarking”) με στόχο την αξιολόγηση της υλοποίησης ειδικών προτεραιοτήτων, δράσεων και ενεργειών καθώς και τον σχεδιασμό νέων για την διαρκή ενίσχυση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Παράλληλα, θα μπορούσε να αποτελέσει προκαταρκτικό στάδιο για την πιστοποίηση ως βιώσιμους τουριστικούς προορισμούς.

ΑΝΑΦΟΡΕΣ

1. European Commission: Towards Quality Urban Tourism. Luxembourg, 1999. http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/towards_quality_tourism_rural_urban_coastal/iqm_urban_en.pdf
2. (UNWTO) United Nations World Tourism Organization: Global report on City Tourism. Madrid, 2012. http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf
3. (UNWTO) United Nations World Tourism Organization: New Paradigms in City Tourism Development, Technical Note of the 3rd Global Summit on City Tourism. Barcelona, 2014. http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/technical_note_en_1.pdf
4. IPK International: ITB World Travel Trends Report 2014/2015. Munich, 2014. http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_de/itb_itb_berlin/itb_itb_academy/ITB_2015_WTTR_Report_A4_4.pdf
5. BridgeStreet Global Hospitality: The Bleisure Report. BridgeStreet.com, 2014. <http://skift.com/wp-content/uploads/2014/10/BGH-Bleisure-Report-2014.pdf>
6. Oxford Economics: Destination Promotion: An Engine of Economic Development. Philadelphia, 2014. http://www.destinationmarketing.org/sites/destinationmarketing.org/files/Economic%20Engine%20-%20Master%20Report_0.pdf
7. Global Cities Initiative and Centre for London: Europe's Cities in a Global Economy – Trends, Challenges and Opportunities, Conference Background Paper. London, 2013. <http://centreforlondon.org/wp-content/uploads/2013/10/Europes-Cities-in-a-Global-Economy-Clark-Moonen-Oct-2013.pdf>
8. (DMAI) Destination Marketing Association International: A Strategic Road Map for the Next Generation of Global Destination Marketing – Phase 1. Washington, 2014. <http://www.destinationmarketing.org/sites/destinationmarketing.org/files/DestinationNEXT%20Report%20Phase%201%20July%2022%202014%5B2%5D.pdf>
9. Peak and Skift: The Rise of Experiential Travel. Skift.com, 2014. <http://skift.com/wp-content/uploads/2014/06/skift-peak-experiential-traveler-report1.pdf>
10. Toposophy: 15 Destination Marketing Trends to Watch in 2015. Athens, 2015. <http://www.toposophy.com/resources/resource/?rid=2>
11. (ΕΟΤ) Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού: Στρατηγική Προώθησης και Προβολής 2014-2015-2016. Αθήνα, 2013. <http://www.gnto.gov.gr/el/%CE%9C%CE%95%CE%9B%CE%95%CE%A4%CE%95%CE%A3>
12. (ΥΠΕΚΑ) Υπουργείο Παραγωγικής Ανασυγκρότησης, Περιβάλλοντος και Ενέργειας: Κοινή Υπουργική Απόφαση 67659.2013, Έγκριση Τροποποίησης Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και της Στρατηγικής Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων Αυτού. ΦΕΚ 3155 Β.

13. (ΥΠΤΟΥΡ) Υπουργείο Τουρισμού: Σχέδιο Κατευθύνσεων Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής 2014-2020 στον Τομέα του Τουρισμού. Αθήνα, 2013. <http://www.mintour.gov.gr/userfiles/de145b9b-fc1f-4650-91eb-b6315a192e52/%CE%A5%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%20%CE%A3%CE%A7%CE%95%CE%94%CE%99%CE%9F%20%CE%9A%CE%91%CE%A4%CE%95%CE%A5%CE%98%CE%A5%CE%9D%CE%A3%CE%95%CE%A9%CE%9D%202014-2020.pdf>
14. (ΣΕΤΕ) Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων: Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021. Αθήνα, 2013.
15. Περιφέρεια Αττικής: ΠΕΠ Αττικής 2014-2020. Αθήνα, 2014. http://www.eysped.gr/el/Pages/egkekrimenaprogram14_20.aspx
16. Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας: ΠΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας 2014-2020. Αθήνα, 2014. http://www.eysped.gr/el/Pages/egkekrimenaprogram14_20.aspx
17. (ΟΡΣΑ) Οργανισμός Ρυθμιστικού Σχεδίου και Προστασίας Περιβάλλοντος Αθήνας: Νόμος 4277/2014, Νέο Ρυθμιστικό Σχέδιο Αθήνας – Αττικής και Άλλες Διατάξεις. ΦΕΚ 156 Α
18. (ΟΡΣΘ) Οργανισμός Ρυθμιστικού Σχεδίου και Προστασίας Περιβάλλοντος Θεσσαλονίκης: Σχέδιο Νόμου Νέου Ρυθμιστικού Σχεδίου Θεσσαλονίκης. Θεσσαλονίκη, 2013. <http://www.orth.gr/default.aspx?pageid=224>
19. (ΕΑΤΑ) Εταιρεία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών: Στρατηγικό και Επιχειρησιακό Σχέδιο Γραφείου Συνεδρίων & Επισκεπτών Δήμου Αθηναίων. Αθήνα, 2013. <http://bit.ly/1NwdfQh>
20. Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών-Αττικής & Αργοσαρωνικού: Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής. Αθήνα, 2015.
21. Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης: Έρευνα Ικανοποίησης Πελατών. Θεσσαλονίκης, 2015. <http://www.tovima.gr/files/1/2015/03/30/Customer%20Satisfaction%20Survey%202014%20-%20PDF%20-%20optimised.pdf>
22. GBR Consulting: Βαρόμετρο Αναλύσεις. Αθήνα, 2014-2015. <http://www.gbrconsulting.gr/greek/sectors/tourism/barometer.html>
23. ΙΝΣΕΤΕ: Μύθοι και Αλήθειες για τον Ελληνικό Τουρισμό. Αθήνα, 2014. http://insete.gr/images/statistics/141021_13th_SETTE_Conference-Aris_Ikkos-1.pdf
24. ΙΝΣΕΤΕ: Οικονομοτεχνική έκθεση – Αξιολόγηση Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό. Αθήνα, 2014.
25. Τράπεζα της Ελλάδος: Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2014 – Εξελίξεις και Προοπτικές της Αγοράς Ακινήτων. Αθήνα, 2015.
26. Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών-Αττικής & Αργοσαρωνικού: Δελτίο Τύπου 11 Ιουνίου 2015 – Η Αθήνα Παραμένει η Φτηνότερη Πρωτεύουσα της Ευρώπης, 2015β. <http://www.all-athens-hotels.com/attica/webpage/press-releases>
27. (ΙΟΒΕ) Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών: Η Απασχόληση στον Τουριστικό Τομέα. Αθήνα, 2013α. http://iobe.gr/research_dtl.asp?RID=20
28. (ΙΟΒΕ) Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών: Η Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία. Αθήνα, 2013β.

29. Airbnb: Airbnb's Positive Impact in Athens. San Francisco, 2015.
<http://blog.airbnb.com/airbnbs-positive-impact-in-athens/>
30. United Nations: Report of the Open Working Group of the General Assembly on Sustainable Development Goals. 2014.
http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/68/970
31. Thomas D. Hinch (1996), "Urban tourism; perspectives on sustainability", *Journal of Sustainable Tourism*, 4:2, 95-110.
32. (WTO) World Tourism Organization: Roadmap for recovery – T&T; a primary vehicle for job creation and economic recovery. Madrid, 2009.
33. Higham, J.; Lueck, M. Urban ecotourism: a contradiction in terms? *Journal of Ecotourism*, v. 1, n. 1, p. 36-51, 2002.
34. Savage, V. R.; Huang, S.; Chang, T. C. The Singapore River thematic zone: sustainable tourism in an urban context. *The Geographical Journal*, v. 170, n. 3, p. 212-225, 2004.
35. Scott, N.; Cooper, C. Innovation for sustainable urban tourism: some thoughts on best practice. *RAP, Rio de Janeiro* 44(5): 1171-190, Set./out. 2010
36. Timur, S.; Getz D. Sustainable Tourism Development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development* (17): 220-232 (2009).
37. Van der Borg J. 1992. Tourism and the city: some guidelines for a sustainable tourism development strategy. In *Tourism and the Environment*, Briassoulis H, van der Straaten J (eds). Kluwer: Dordrecht; 121–131.
38. Inskip, E. *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold, New York 1991.
39. Sawbrooke, J. Built attractions and sustainability in *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Hall, Gossling and Scott (eds). London – New York, 2015.
40. Le- KLahn, D-T. Public Transport in *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Hall, Gossling and Scott (eds). London – New York, 2015.
41. Stradling, S., Carreno, M., Rye, T. and Noble, A. (2007) 'Passenger perceptions and the ideal urban bus journey experience', *Transport Policy*, 14: 283–92.
42. Thompson, K. and Schofield, P. (2007) 'An investigation of the relationship between public transport performance and destination satisfaction', *Journal of Transport Geography*, 15: 136–44.
43. Κοκκώσης Χ. Κυρατσούλης, Θ. Προς μία βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη: ο ρόλος του ιδιωτικού τομέα. Αγορά Χωρίς Σύνορα, Ινστιτούτου Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων. Αθήνα, 2003.
44. Chong, H. and Ricaurte E. *Hotel Sustainability Tool 2015*, Cornell Hospitality Report, vol. 15, No. 9. New York, 2015.
45. Bohdanowicz - Godfrey, P., Zientara, P. Environmental management and online environmental performance assessment tools in the hotel industry; theory and practice in *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Hall, Gossling and Scott (eds). London – New York, 2015.

46. Ulldemolins, J.R. Culture and authenticity in urban regeneration processes: place branding in central Barcelona. *Urban Studies*, 2014.
47. Danish Sustainable Events Initiative. Driving change through collaboration; event sustainability report for Danish 2012 EU Presidency. March, 2013. http://www.sustainableeventsdenmark.org/assets/2013/05/EU2012_Danish_presidency_sustainability_report.pdf
48. Burtenshaw D, Bateman M and Ashworth G J. *The European city: a Western perspective* David Fulton Publishers. London, 1991.
49. Judd D R. Visitors and the spatial ecology of the city in Hoffman L M, Fainstein S F and Judd D R eds *Cities and visitors* Blackwell, Oxford, 2003.
50. Savage V.R., Huang S., Chang T.C. The Singapore River thematic zone: sustainable tourism in an urban context. *The Geographical Journal*, September 2004.
51. DG Enterprise and Industry (2013), "European Tourism Indicator System Toolkit for Sustainable Destinations". http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/documents_indicators/eu_toolkit_indicators_en.pdf
52. Birmingham Smart City Commission, *The Roadmap to a smarter Birmingham*. Birmingham, March 2014.

INSETE

Ινστιτούτο ΣΕΤΕ
Λεωφ. Αμαλίας 34
105 58 Αθήνα
www.insete.gr



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ



**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
"ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ"**
Προσανατολισμός στον Άνθρωπο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης