

# ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ : Εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες Μεσογειακές χώρες-Εξέλιξη και e-Marketing**



**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:**  
**ΠΑΤΣΙΚΑΣ ΣΤΕΛΙΟΣ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΕΣ :**

**ΠΕΝΘΕΡΟΥΔΑΚΗ ΗΛΕΚΤΡΑ**

**Α.Μ.13940**

**ΓΑΛΑΝΗ ΑΡΤΕΜΙΣ Α.Μ. 13782**

**ΑΘΗΝΑ 2014**

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Ο τουρισμός είναι ένας από τους πιο αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Αποτελεί μεγάλη πηγή εσόδων για πολλές χώρες οι οποίες βασίζονται σε αυτό τον τομέα. Οι περισσότερες χώρες όπως και η Ελλάδα δεν επαρκούν μόνο στο κομμάτι του μαζικού τουρισμού αλλά επεκτείνονται και στο τομέα του εναλλακτικού τουρισμού. Ο τομέας αυτός χαρακτηρίζει μεγάλη άνθηση τα τελευταία χρόνια και θεωρείται σημαντικός παράγοντας προσέλευσης τουριστών.

Κύριος στόχος της πτυχιακής μας είναι να αναφέρουμε και να αναλύσουμε για τον τουρισμό και ειδικότερα για τον εναλλακτικό τουρισμό. Τις έννοιες του, τις υποκατηγορίες στις οποίες χωρίζεται ο εναλλακτικός τουρισμός και τις ανταγωνίστριες Μεσογειακές και τις μορφές που αναπτύσσει η κάθε μία ξεχωριστά. Στη συνέχεια αναφέρουμε μερικά από τα μεγαλύτερα προγράμματα στήριξης τα οποία προσφέρουν μεγάλα χρηματικά ποσά για την ενίσχυση και τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Επίσης αναλύουμε τις προοπτικές εξέλιξης, τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα και τα σημεία κλειδιά για ένα επιτυχημένο E- marketing στον τουρισμό.

Τα αποτελέσματα της μελέτης μας δείχνουν ότι ο τουρισμός με το πέρασμα των χρόνων βελτιώνεται και εξελίσσεται, μπαίνει στη σφαίρα της ανταγωνιστικότητας και διαμορφώνεται σύμφωνα με τη ζήτηση και τις ανάγκες των τουριστών. Υπάρχουν πολλές χώρες οι οποίες προσπαθούν να ανταγωνιστούν την Ελλάδα όχι μόνο για τον ήλιο, τις θάλασσες και τη διασκέδαση που παρέχει αλλά και για την φυσικούς της πόρους και την πολιτιστική της κληρονομία. Γι' αυτό το λόγο η Ελλάδα θα πρέπει να δώσει μεγαλύτερη έμφαση στο τομέα του εναλλακτικού τουρισμού, να διαχειριστεί σωστά τους πόρους που διαθέτει έτσι ώστε να καταφέρει να αυξήσει το εισόδημα της. Τρόπος ο οποίος μπορεί να την βγάλει και από την παγκόσμια οικονομική κρίση αφού αποτελεί ιδανικό τουριστικό προορισμό.

Λέξεις κλειδιά : Εναλλακτικός Τουρισμός, Μεσογειακές χώρες, Επενδυτικά προγράμματα , Διαδικτυακό Μάρκετινγκ

## **ABSTRACT**

Tourism is one of the most significant fields of global economy. It constitutes a source of income for many countries, such as Greece. Most of these countries have expanded in Alternative Tourism (AT), too. This field is fast growing the last years and it has led to an influx of tourists.

The primary purpose of this paper is to provide an analysis of Alternative Tourism. It focuses on the Mediterranean countries and it presents the fundamental concepts of Alternative Tourism. It also presents in detail the financial support that is provided by European Union (EU) in order to corroborate this product. Furthermore, this paper analyzes the perspectives, the advantages and disadvantages, and the crucial points for a successful e-marketing in Alternative Tourism.

The results of our thesis show that Alternative Tourism is constantly developing, it gains in competitiveness and it is formed by the needs and the demand of the tourists. There are many countries which compete with Greece not only in the field of natural beauty but also in the aspect of cultural heritage. Thus, Greece must focus on Alternative Tourism in order to augment its tourist industry and maybe in this way, find the solution to the economic crisis that it faces.

KEY WORDS: Alternative Tourism, Mediterranean countries, Investment Plans , E-marketing

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:

1.1 Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού.....	6
1.2 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα.....	6
1.3 Ιστορική αναδρομή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού .....	6
1.3.1 Η πρώτη τουριστική περίοδος.....	7
1.3.2 Η δεύτερη τουριστική περίοδος.....	8
1.3.3 Η Τρίτη τουριστική περίοδος.....	9
1.3.4 Η τέταρτη τουριστική περίοδος.....	10
1.3.5 Η σύγχρονη τουριστική περίοδος.....	13

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:

2.1 Αγροτουρισμός.....	15
2.2 Οικοτουρισμός.....	16
2.3 Συνεδριακός τουρισμός.....	17
2.4 Πολιτιστικός τουρισμός.....	18
2.5 Μαθησιακός τουρισμός.....	21
2.6 Θρησκευτικός τουρισμός.....	22
2.7 Ιαματικός-Τουρισμός Υγείας.....	24
2.8 Κοινωνικός τουρισμός.....	25
2.9 Θαλάσσιος τουρισμός.....	26
2.10 Αθλητικός τουρισμός.....	29
2.11 Γεωτουρισμός.....	31
2.12 Ορεινός-Ορειβατικός τουρισμός.....	32
2.13 Χιονοδρομικός τουρισμός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων.....	33
2.14 Περιπατητικός τουρισμός.....	33

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

3.1 Εισαγωγή.....	35
3.1.1 Τουρκία.....	35
3.1.2 Τυνησία.....	38
3.1.3 Ισπανία.....	40
3.1.4 Αίγυπτος.....	45
3.1.5 Ιταλία.....	46
3.1.6 Κύπρος.....	48
3.1.7 Μάλτα.....	51
3.1.8 Γαλλία.....	53

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:

4.1 Εισαγωγή.....	58
4.2 Σχεδιασμός προβολής για προοπτικές εξέλιξης του εναλλακτικού τουρισμού.....	59
4.3 Επενδυτικά προγράμματα – Προγράμματα στήριξης.....	65

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:

5.1 Εισαγωγή.....	74
5.2 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα του E-Marketing.....	74
5.2.1 Πλεονεκτήματα του e- Marketing.....	74
5.2.2 Μειονεκτήματα του e- Marketing.....	75
5.3 Σημεία κλειδιά για ένα επιτυχημένο e- Marketing στον τουρισμό.....	76
5.3.1 Προωθητικά εργαλεία.....	76

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6:

Βιβλιογραφία.....	85
-------------------	----

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ορισμός και Ιστορική αναδρομή Εναλλακτικού τουρισμού**

## **1.1 Ορισμός Εναλλακτικού Τουρισμού**

Με τον όρο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν χωρίς να καταστρέφουν τα φυσικά κάλλη μίας περιοχής.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με την φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών, ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα.<sup>1</sup>

## **1.2. Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα.**

Τα σημαντικότερα είδη τουρισμού που συνθέτουν αυτό που ονομάζουμε εναλλακτικό τουρισμό είναι:

- ❖ Αγροτουρισμός
- ❖ Οικοτουρισμός
- ❖ Επαγγελματικός τουρισμός
- ❖ Πολιτιστικός τουρισμός
- ❖ Μαθησιακός τουρισμός
- ❖ Θρησκευτικός τουρισμός
- ❖ Τουρισμός υγείας
- ❖ Κοινωνικός τουρισμός
- ❖ Θαλάσσιος τουρισμός
- ❖ Αθλητικός τουρισμός
- ❖ Γεωτουρισμός
- ❖ Ορεινός-ορειβατικός τουρισμός
- ❖ Χιονοδρομικός τουρισμός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων
- ❖ Περιπατητικός τουρισμός<sup>2</sup>

## **1.3 Ιστορική αναδρομή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

Στην ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου, που με όλες τις λεπτομέρειες αναφέρεται στην τουριστική βιβλιογραφία, υπάρχουν αναφορές που αποδεικνύουν ότι μερικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναπτύχθηκαν από τους πρώτους χρόνους των

<sup>1</sup> Μανώλης Σφακιανάκης (2000), <<Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού>>, Εκδότης: Έλλην

<sup>2</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki/ΕναλλακτικόςΤουρισμός>

θεωρουμένων, με τα σημερινά κριτήρια, τουριστικών δραστηριοτήτων και μάλιστα μερικές από αυτές αποτελούσαν και τη μοναδική, τότε, τουριστική δραστηριότητα.

Πριν όμως από τη χρονολόγηση αυτών των εναλλακτικών μορφών και επειδή πολλοί συγγραφείς, όπως ήδη αναφέρθηκε, χαρακτηρίζουν όλες τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού σαν «νέες» κρίνεται σκόπιμο να διευκρινιστεί ότι ο όρος αυτός χρησιμοποιήθηκε στη δεκαετία του 1970 για να περιγράψει τις, πράγματι νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που στην ολότητά τους αποτελούν το λεγόμενο ήπιο ή μαλακό ή εναλλακτικό τουρισμό που δημιουργήθηκε για να αντιμετωπιστεί ο σκληρός μαζικός τουρισμός και οι δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του, όπως και ο απανθρωπισμός του βιομηχανοποιημένου και πακεταρισμένου τουρισμού.

Κατά συνέπεια, όλες οι εναλλακτικές τουριστικής μορφής δεν είναι νέες. Στις 90 περίπου μορφές τουρισμού που προσδιορίζει ο S.W. Boyd υπάρχουν και κύριες (επικρατούσες σε έναν τόπο) και εναλλακτικές μορφές. Και μερικές από αυτές έχουν ρίζες που χάνονται στην αρχαιότητα, ενώ άλλες δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια. Και όλες βάσει της αρχής της εναλλακτικότητας και των γενικών τουριστικών χαρακτηριστικών τους, μπορούν να αλληλοαντικαθίστανται και να χαρακτηρίζονται ανάλογα με το μέγεθος τους στο τοπικό περιβάλλον, κύριες ή εναλλακτικές.

### **1.3.1 Η πρώτη τουριστική περίοδος**

Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα και εξελίχθηκαν στα προ Χριστού χρόνια, παράλληλα με το όλο τουριστικό φαινόμενο, είναι ο τουρισμός αναψυχής, ο επαγγελματικός τουρισμός (επαγγελματικά ταξίδια και συνεδριακός τουρισμός), ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός, ο αθλητικός και ο ιαματικός τουρισμός.

Ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύχθηκε στην Αρχαία Ελλάδα με το θεσμό των Αμφικτιονικών που, ως γνωστό, ήταν συγκεντρώσεις αντιπροσώπων των γειτονικών ελληνικών φύλων και αργότερα των γειτονικών πόλεων - κρατών για επίλυση θρησκευτικών, πολιτικών, πολεμικών, φορολογικών, τοπικών και κοινού ενδιαφέροντος προβλημάτων. Η πρώτη Αμφικτιονία ήταν εκείνη των Θερμοπυλών το 1522 π.Χ. ενώ αργότερα γινόταν σε τακτά χρονικά διαστήματα Αμφικτιονίες στους Δελφούς, στη Βοιωτία, στον Πόρο και στη Δήλο.

Στην τελευταία προ Χριστού χιλιετία αναπτύσσεται κυρίως στην Αρχαία Ελλάδα ο αθλητικός και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Ο αθλητικός τουρισμός ήταν τα ταξίδια των Αρχαίων Ελλήνων για να μεταβούν στους τόπους των μεγάλων πανελληνίων πανηγυρικών αγώνων που γινόταν για να τιμήσουν τους θεούς τους. Τέτοιοι αγώνες ήταν τα Ολύμπια, οι γνωστοί Ολυμπιακοί αγώνες, που γινόταν στην Ολυμπία προς τιμήν του Δία, τα Πύθια που γινόταν στους Δελφούς προς τιμήν του Απόλλωνα, τα Ίσθμια που γινόταν στον Ισθμό της Κορίνθου προς τιμή του Ποσειδώνα και τα Νεμέα που γινόταν στη Νεμέα προς τιμήν της Δήμητρας.

Ο θρησκευτικός τουρισμός ήταν τα ταξίδια των Αρχαίων Ελλήνων για να μεταβούν στις μεγάλες θρησκευτικές εορτές προς τιμήν των θεών τους. Τέτοιες γιορτές ήταν οι Διονυσιακές γιορτές προς τιμήν του Διονύσου, τα Ελευσίνια μυστήρια προς τιμή της Δήμητρας και της Περσεφόνης, τα Παναθήναια προς τιμήν της Αθηνάς και πλήθος άλλων μικρότερων γιορτών προς τιμή άλλων θεών ή ημιθέων ή και θνητών ηρώων.

Χαρακτηριστική είναι η σύνδεση αθλητικού και θρησκευτικού τουρισμού της εποχής εκείνης αφού οι αθλητικοί αγώνες γινόταν προς τιμή των Θεών.

Οι πρώτοι ταξιδιώτες-τουρίστες και πρωτοπόροι του περιηγητικού τουρισμού θεωρούνταν ο Ηρόδοτος (480-421 π.Χ.) και ο Πausanias ο Περιηγητής (2ος π.Χ. αιώνας) που εκτός από γεωγράφοι και ιστορικοί, ήταν και οι πρώτοι συγγραφείς τουριστικών οδηγών. Όσον αφορά τον ιαματικό τουρισμό και αυτός αναπτύχθηκε στην Αρχαία Ελλάδα και η ύπαρξη και η χρήση των ιαματικών πηγών για θεραπευτικούς σκοπούς αναφέρεται από πολλούς ιστορικούς, γεωγράφους και φιλοσόφους της εποχής (Αριστοτέλης, Στράβων, Πλούταρχος, Ηρόδοτος, Ιπποκράτης κ.λπ.). Είναι γνωστά τα Ασκληπεία, τα πρώτα κέντρα υγείας, που δημιουργήθηκαν γύρω από τις θερμομεταλλικές πηγές. Η λουτροθεραπεία παίρνει μεγάλες διαστάσεις κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους και ιδρύονται οι πρώτες λουτροπόλεις.

Σαν μορφή πολιτιστικού τουρισμού σε συνδυασμό με τουρισμό αναψυχής μπορούν να θεωρηθούν τα ταξίδια επίσκεψης των επτά θαυμάτων του τότε γνωστού κόσμου μεταξύ των οποίων και η Αρχαία Έφεσος, την οποία επισκεπτόταν ετησίως 700.000 τουρίστες για διασκέδαση και πολιτιστικές δραστηριότητες.

### 1.3.2 Η δεύτερη τουριστική περίοδος

Η περίοδος από τη γέννηση του Χριστού μέχρι και το πρώτο μισό του 19 αιώνα (1850) περιλαμβάνει, ως γνωστόν, μικρότερες ιστορικές περιόδους, οι κυριότερες των οποίων είναι:

- Η μετά Χριστό περίοδος της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας μέχρι την πτώση της (300 μ.Χ.)
- Η περίοδος της Βυζαντινής αυτοκρατορίας στην Ανατολική Ευρώπη (300 - 1453 μ.Χ.)
- Η περίοδος του Μεσαίωνα στη Δυτική Ευρώπη (300- 1308 μ.Χ.)
- Η περίοδος της Αναγέννησης (1305 - 1618)<sup>25</sup>
- Η ευρύτερη περίοδος της Γαλλικής επανάστασης και των Ναπολεόντειων πολέμων.

Κατά τη διάρκεια των περιόδων αυτών, που από πολλούς συγγραφείς θεωρούνται τουριστικά ανενεργές, δεν παρουσιάστηκαν νέες μορφές τουρισμού, αλλά δεν έπαψε να υπάρχει τουριστική δραστηριότητα. Κυρίως με τη μορφή του προϋπάρχοντος θρησκευτικού, αθλητικού, ιαματικού τουρισμού και των επαγγελματικών ταξιδιών. Οι επικρατούσες τότε συνθήκες των συνεχών πολέμων μεταξύ των Κρατών της Ευρώπης και των συνεχών εθνικών ανακατατάξεων, της διάσπαρτης κοινωνικής αναταραχής, της ανασφάλειας των ταξιδιών λόγω της έντονης ληστρικής και πειρατικής δράσης, του καθεστώτος της φεουδαρχίας, του θεοκρατισμού με τους σχολαστικούς κανόνες και τους δογματικούς τύπους που επέβαλε η Δυτική Εκκλησία, της έλλειψης δρόμων, συγκοινωνιακών μέσων, του τουριστικής υποδομής και διαθέσιμου εισοδήματος και της γενικής κατάστασης όπου οι μεμονωμένοι άνθρωποι αλλά και ολόκληροι λαοί επεδίωκαν απλώς να επιβιώσουν, όλες αυτές οι συνθήκες δεν επέτρεπαν να εκδηλωθεί μια σοβαρή τουριστική δραστηριότητα.

Οι ίδιες όμως συνθήκες επέβαλαν να δημιουργηθούν έργα, να εκδηλωθούν ενέργειες και να καθιερωθούν διαδικασίες και πρακτικές, που αν και εξυπηρετούσαν σκοπούς μη τουριστικούς, απεδείχθησαν εκ των υστέρων σαν οι πρώτοι θεμέλιοι λίθοι της μελλοντικής τουριστικής υποδομής (οδικά δίκτυα, θαλάσσια ταξίδια, καταλύματα, καινούργιοι τόποι).

Κατά την μετά Χριστό περίοδο της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας ολοκληρώθηκε και λειτούργησε το πρώτο οργανωμένο και εποπτευόμενο οδικό δίκτυο, με θέσεις ανάπαυσης κάθε 40-50 χιλιόμετρα που χρησιμοποιούσαν οι κρατικοί υπάλληλοι και οι στρατιωτικοί αλλά αργότερα και οι απλοί πολίτες που δια διάφορους λόγους ταξίδευαν. Την ίδια περίοδο κατασκευάζονταν πανδοχεία κατά μήκος του οδικού δικτύου με δυνατότητα διαμονής και διατροφής ανθρώπων και ζώων, ενώ για πρώτη φορά θεσπίζονται οι ημέρες αργίας και ανάπαυσης. Ο ιαματικός



τουρισμός κατά κύριο λόγο, αλλά και ο αθλητικός και θρησκευτικός τουρισμός ήταν σε ανάπτυξη ενώ οι κάτοικοι πολλών ρωμαϊκών πόλεων αρχίζουν να εκδηλώνουν πολιτιστικές δραστηριότητες, επισκεπτόμενοι τις τότε πολιτιστικές πόλεις της Ελλάδας και της Ανατολής.

Κατά τη Βυζαντινή περίοδο στην Ανατολική Ευρώπη δεν υπήρξε αυτοτελής τουριστική δραστηριότητα. Στην αρχή της περιόδου επικρατούσαν οι μετακινήσεις κληρικών για διάδοση της νέας χριστιανικής θρησκείας και τα μοναστήρια και οι ξενώνες των εκκλησιών πρόσφεραν υπηρεσίες διαμονής και διατροφής που αργότερα απολάμβαναν και άλλοι κρατικοί υπάλληλοι και απλοί ταξιδιώτες.

Χαρακτηριστική άνοδο στις μετακινήσεις πιστών στους Αγίους τόπους προκάλεσε η εύρεση του Τίμιου Σταυρού και ο ευπρεπισμός του Λόφου της Σταύρωσης.

Στη Δυτική Ευρώπη κατά την περίοδο του Μεσαίωνα (300-1308 μ.Χ.) αλλά και κατά την περίοδο της Αναγέννησης (1308-1618) λόγω των συνθηκών που επικρατούσαν και που αναφέρθηκαν παραπάνω, δεν μπορεί επίσης να γίνει σοβαρός λόγος για τουριστική ανάπτυξη.

Τα ταξίδια που γινόταν τότε ήταν κυρίως τα ταξίδια προσκυνητών προς τους Αγίους Τόπους, τα ταξίδια των εμπόρων και αργότερα τα ταξίδια των εξερευνητών. Πρέπει όμως να τονιστεί ότι τα ταξίδια αυτά ήταν δύσκολα, ακριβά και επικίνδυνα. Κάθε ταξίδι ήταν σωστό κατόρθωμα και το επιχειρούσαν μόνον οι τολμηροί, οι πλούσιοι και οι τυχοδιώκτες που συνήθως ήταν έμποροι, σταυροφόροι και προσκυνητές, διπλωμάτες και κατάσκοποι, ιεραπόστολοι, αρχαιολόγοι και γεωγράφοι και θησαυροθήρες.

Στην περίοδο από 1618 μέχρι το 1850, το ευρωπαϊκό σκηνικό δεν άλλαξε πολύ από τουριστική άποψη. Η Γαλλική επανάσταση και οι Ναπολεόντειοι πόλεμοι προκάλεσαν πολιτικές, εθνικές, κοινωνικές και οικονομικές ανακατατάξεις αλλά η τουριστική άνοιξη δεν ήλθε. Παρόλα αυτά πρέπει να σημειωθεί ότι στην περίοδο αυτή εμφανίζονται τα οργανωμένα πλέον ξενοδοχεία, γενικεύεται η χρήση του ατμοκίνητου σιδηροδρόμου, γίνονται οδικά δίκτυα που συνδέουν τις πόλεις μεταξύ τους, εμφανίζονται τα πρώτα εστιατόρια, γράφονται πολλοί τουριστικοί οδηγοί και εκδηλώνεται η επιθυμία όλων και περισσότερων ανθρώπων και όχι μόνο των προνομιούχων, να ταξιδέψουν. Οι προσπάθειες οργάνωσης των ταξιδιών γίνονται πραγματικότητα και δειλά-δειλά εμφανίζονται οι πρώτες μορφές του οργανωμένου τουρισμού και των τουριστικών πακέτων.

### **1.3.3 Η Τρίτη τουριστική περίοδος**

Από τα χαρακτηριστικά της περιόδου από το 1850 μέχρι το 1950, τα οποία περιγράφονται αναλυτικά στην ιστορία της εξέλιξης του τουριστικού φαινομένου. Θα μπορούσε κάποιος να σταχυολογήσει τα παρακάτω, για να τα συσχετίσει με τις νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που εμφανίστηκαν ή που ενισχύθηκαν.

1. Η καθιέρωση του λεγόμενου «Grand Tour» που από νωρίτερα είχε αρχίσει, του ταξιδιού δηλαδή που έκαναν οι γόννοι των αριστοκρατικών και πλουσίων οικογενειών της Γαλλίας, της Μεγάλης Βρετανίας και αργότερα των ΗΠΑ, για να συμπληρώσουν την ακαδημαϊκή τους μόρφωση και την κοινωνική τους συγκρότηση, επισκεπτόμενοι τις ιστορικές πόλεις της Ευρώπης που εθεωρούντο τότε κέντρα γραμμάτων και εμπορίου, όπως το Παρίσι, η Ρώμη, η Φλωρεντία κ.λπ. Τα ταξίδια αυτά ήταν μια μορφή περιηγητικού τουρισμού, με έντονα τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού και του μορφωτικού τουρισμού. Παρόμοια σχεδόν ήταν τα ταξίδια που οργάνωναν αργότερα πολλά Ευρωπαϊκά Πανεπιστήμια, στα πλαίσια μορφωτικών και εξερευνητικών προγραμμάτων, με αποστολές στους αρχαιολογικούς χώρους για

ανασκαφές ή σε άλλα μέρη για μελέτη διαφόρων ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

II. Η αλματώδης ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων και η παράλληλη ανάπτυξη των οδικών δικτύων. Η χρήση του σιδηροδρόμου αποτελεί συνήθη τακτική, το αυτοκίνητο μπαίνει σιγά-σιγά στην αγορά των μετακινήσεων, ενώ στο τέλος της περιόδου εμφανίζεται δυναμικά το αεροπλάνο. Τα ταξίδια, εμπορικά ή τουριστικά, γίνονται ασφαλέστερα, γρηγορότερα και οικονομικότερα και προ παντός προσιτά στο ευρύ κοινό.

III. Η θεαματική ανάπτυξη των ξενοδοχείων από απόψεως κατασκευής, μεγέθους και χωρητικότητας, πλήθους, βοηθητικών εγκαταστάσεων, εξοπλισμού αλλά και από απόψεως εξυπηρέτησης του πελάτη.

IV. Η καθιέρωση του θεσμού των πληρωμένων διακοπών, πρώτα στη Γαλλία (1936) και μετά στις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες. Αυτό επιτρέπει στο μέσο εργαζόμενο πολίτη να ταξιδεύει ευκολότερα.

V. Η εμφάνιση των πρώτων οργανωτών ταξιδιών (Tour operators και ταξιδιωτικών γραφείων) με πρωτοπόρο τον Thomas Cook που εμπορευματοποιεί σε μεγάλη κλίμακα τα τουριστικά πακέτα. Ο οργανωμένος τουρισμός εδραιώνεται και λόγω της χαμηλής σχετικά τιμής των πακέτων, προαναγγέλλεται ο μαζικός τουρισμός.

VI. Η ίδρυση και οργάνωση παράκτιων και ορεινών θέρετρων, η ανάπτυξη λουτροπόλεων και η καθιέρωση ορισμένων περιοχών σαν τουριστικών προορισμών της νέας μόδας (Κυανή ακτή, Ιταλία, Ισπανία κ.λπ.). Ο παράκτιος, ο ορεινός ο φυσιολατρικός τουρισμός, διαφοροποιούνται από τον γενικό περιηγητικό τουρισμό και εμφανίζονται σαν νέες μορφές τουρισμού.

VII. Η γενίκευση του θεσμού των εκθέσεων σε πολλές ευρωπαϊκές πόλεις και η εμφάνιση των Διεθνών Εκθέσεων που προσελκύουν μεγάλο πλήθος επισκεπτών των οποίων οι τουριστικές δραστηριότητες συγκροτούν τον εκθεσιακό τουρισμό, μια νέα εναλλακτική μορφή τουρισμού.

VIII. Η δυναμική είσοδος των ΗΠΑ στην τουριστική αρένα που δίδει μεγαλύτερη διάσταση στο τουριστικό φαινόμενο. Τα θαλάσσια ταξίδια με τα καινούργια μεγάλα και ταχυκίνητα πλοία μεταξύ Ευρώπης και ΗΠΑ, επιτρέπουν την εμφάνιση του διηπειρωτικού τουρισμού που σήμερα στηρίζουν αποκλειστικά τα αεροπλάνα.

IX. Η συνειδητοποίηση της οικονομικής και κοινωνικής διάστασης του τουρισμού, που αφυπνίζει και τα κράτη που σπεύδουν να ιδρύσουν Δημόσιους Τουριστικούς Φορείς και τους τουριστικούς επιχειρηματίες που προσπαθούν να παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα, αλλά και τους πολίτες που διεκδικούν πλέον δυναμικά το κοινωνικό αγαθό του τουρισμού.

#### **1.3.4. Η τέταρτη τουριστική περίοδος**

Η περίοδος αυτή που αρχίζει από το τέλος του Β' Παγκόσμιου πόλεμου και ειδικά για τη χώρα μας από το 1950 και για άλλους τελειώνει το 1980 και για άλλους η περίοδος αυτή συνεχίζεται μέχρι σήμερα.

Είναι η περίοδος του τουριστικού boom. Της γρήγορης δηλαδή αύξησης ή άνθησης ή έκρηξης ή γιγάντωσης (με την ευρεία έννοια του όρου) του τουριστικού φαινομένου. Η

γιγάντωση αυτή έχει αποδειχθεί και εκφράζεται με αριθμούς και αιτιολογείται από τη μελέτη των πολιτικών, κοινωνικών, οικονομικών, τεχνολογικών, πολιτιστικών και ψυχολογικών παραγόντων ή αιτίων που την προκάλεσαν.

Υπενθυμίζοντας αυτούς τους αριθμούς και τους παράγοντες, σημειώνεται περιληπτικά ότι η γενική εκτίμηση της ποσοτικής αύξησης του τουρισμού, από το 1950 μέχρι το 1980, είναι ότι τα τουριστικά μεγέθη δεκαπλασιάστηκαν ή και εικοσιπλασιάστηκαν ενώ σαν κυριότερη αιτία αυτής της αύξησης μπορούν να αναφερθούν οι εξής:

i. Η ανάπτυξη των συγκοινωνιών και όλων των μεταφορικών μέσων (αυτοκινήτων, πλοίων, σιδηροδρόμων) κυρίως όμως η χρήση των αεριωθουμένων αεροσκαφών που με τη μεγάλη ταχύτητα τους ελαχιστοποίησαν η χρονοαπόσταση μεταξύ των τόπων προέλευσης και προορισμού των τουριστών.

ii. Η αύξηση των ημερών των πληρωμένων διακοπών και το υποχρεωτικό της χορήγησής τους. Στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες σήμερα, χορηγούνται στους εργαζομένους 5 κατά μέσο όρο εβδομάδες διακοπών, παραπάνω από τις 8- 14 επίσημες αργίες και τα 52 σαββατοκύριακα του χρόνου. Στις ΗΠΑ μάλιστα χορηγούνται και 13 ημέρες ασθενείας οι οποίες και μεταφέρονται στον επόμενο χρόνο αν δε χρησιμοποιηθούν τον προηγούμενο

iii. Η αύξηση των εισοδημάτων των εργαζομένων και η σχετική μείωση των τιμών πολλών τουριστικών προϊόντων και κυρίως εκείνων του οργανωμένου τουρισμού (τουριστικών πακέτων).

iv. Το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης των πολιτών και η αύξηση του αριθμού εκείνων με πανεπιστημιακή εκπαίδευση, δεδομένου ότι συγκριτικές μελέτες έδειξαν ότι η τουριστική δραστηριότητα των ανθρώπων αυξάνεται ανάλογα με την εκπαίδευσή τους.

v. Η διεύρυνση του εύρους ηλικιών των ανθρώπων που κάνουν τουρισμό και η είσοδος στην τουριστική αγορά των «ενεργών» συνταξιούχων, των ανθρώπων της 3ης ηλικίας και ομάδων πληθυσμού που είχαν αποκλεισθεί από την αγορά αυτή τα προηγούμενα χρόνια (φτωχοί και άτομα με ειδικές ανάγκες).

vi. Η αναγνώριση του τουρισμού σαν κοινωνικού αγαθού και η ανάληψη της υποχρέωσης της πολιτείας να προωθήσει την τουριστική ανάπτυξη και να κάνει τα τουριστικά προϊόντα προσιτά σε όλους.

vii. Η ευρεία εμπορευματοποίηση του τουρισμού από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, για κερδοσκοπικούς φυσικά λόγους, οι οποίοι εφαρμόζουν όλους τους νόμους και τα μέσα της αγοράς, των πωλήσεων και του marketing για να αυξήσουν τον αριθμό των τουριστών / πελατών τους.

viii. Η αύξηση των κοινωνικών, οικογενειακών, ατομικών αναγκών και των ψυχοσωματικών επιβαρύνσεων και συμπλεγμάτων που ωθούν τους ανθρώπους να κάνουν τουρισμό, οι οποίοι ζώντας κυρίως σε αστικά κέντρα με το πρότυπο της κυψελοειδούς ζωής, καταπιέζονται και ασφυκτιούν και η μόνη διέξοδός τους είναι να αναζητήσουν, μέσω του τουρισμού, την ελευθερία τους στην εξοχή, στη θάλασσα, στα βουνά, στις ρίζες τους, στο παρελθόν τους, για να βρουν την πνευματική και σωματική τους ισορροπία.

Όμως ο τουρισμός παρααναπτύχθηκε. Και πολλές φορές άναρχα, ανεξέλεγκτα, ληστρικά και ανησυχητικά. Παραστράτησε και παραμορφώθηκε. Έχασε τη ανθρωπρέπεια, την ομορφιά και το στοιχείο της ελευθερίας του. Έγινε μια σκληρή, απρόσωπη και υλιστική βιομηχανία. Ο τουρισμός «χάριν του ειδέναι» έγινε τουρισμός «χάριν του κερδίζειν»

Το νέο πρόσωπο του τουρισμού το ονόμασαν μαζικό τουρισμό που στην πράξη σημαίνει υπερβολική συγκέντρωση τουριστών (τουριστικού φορτίου) σε ένα τόπο (τουριστικό προορισμό) και κατά τη διάρκεια της τουριστικής εποχής (χρονική και τοπική υπερφόρτωση), με αποτέλεσμα να καταστρέφεται το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, να μειώνεται η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και να επιβαρύνεται ο ντόπιος πληθυσμός.

Και για να επανέλθουμε στο θέμα μας, δηλαδή στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού κατά την περίοδο αυτή, πρέπει να επισημάνουμε ότι όλες σχεδόν οι προϋπάρχουσες εναλλακτικές μορφές ακολούθησαν τη γενική πορεία της γιγάντωσης του τουρισμού. Μερικές μορφές όπως για παράδειγμα ο παράκτιος τουρισμός στις θερμές και νησιωτικές χώρες, ο χιονοδρομικός τουρισμός στα χειμερινά θέρετρα της Ευρώπης και ο θρησκευτικός τουρισμός κατά τη διάρκεια μεγάλων θρησκευτικών εκδηλώσεων, συχνά ταυτίζονται με το μαζικό τουρισμό. Άλλες μορφές μεγεθύνθηκαν χωρίς να γιγαντωθούν και ελάχιστες (αν κάποιες) διατήρησαν το προηγούμενο μέγεθός τους. Πολλές επίσης μορφές άλλαξαν τα χαρακτηριστικά τους, ολοκληρούμενες ή και διαφοροποιούμενες. Και φυσικά υπήρξαν και νέες μορφές τουρισμού.

Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται στις ΗΠΑ το 1960 και καθιερώνεται σαν εναλλακτική μορφή τουρισμού με δύο παραλλαγές (αγροτουρισμός και αγροτικός τουρισμός).

Ο ιαματικός τουρισμός γίνεται μέρος του ευρύτερου τουρισμού υγείας που παίρνει τη σημερινή μορφή του κατά την περίοδο αυτή. Από τον επαγγελματικό τουρισμό, ο τουρισμός κινήτρων καθιερώνεται στις ΗΠΑ μετά το 1960 στην προσπάθεια αύξησης των πωλήσεων.

Ο τουρισμός του διεθνούς jet set καθιερώνεται με την καθιέρωση των αεριωθουμένων αεροσκαφών από τα οποία πήρε και το όνομά του.

Ο τουρισμός των ορεινών σπορ (καταβάσεις ποταμών - αιωροπτερισμός) αναπτύχθηκε παράλληλα με την εμφάνιση και τη βελτίωση των μηχανικών μέσων με τα οποία εξασκείται.

Ο θαλάσσιος τουρισμός γίνεται προσιτός και στο μέσο τουρίστα λόγω μείωσης των τιμών των προϊόντων του. Ο περιπατητικός τουρισμός αναπτύσσεται θεαματικά μετά το 1970 και επισημοποιείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση μετά τη χάραξη και σήμανση των 8 Ευρωπαϊκών μονοπατιών (E1 έως E8) εκ των οποίων τα E4 και E6 καταλήγουν στη χώρα μας.

Την ίδια περίοδο παρατηρείται η τάση μετακίνησης ή ταξιδιών προς τις θερμές περιοχές κυρίως εκ μέρους των ηλικιωμένων και των συνταξιούχων, οι οποίοι εξασκούν τον τουρισμό παραχείμασης.

Τέλος πρέπει να επισημανθεί ότι το 1970 όλοι μιλούσαν για τον κοινωνικό τουρισμό, ο οποίος πράγματι αναπτύχθηκε. Δε μιλούσαν για τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες που καθιερώθηκε στην επόμενη τουριστική περίοδο. Ούτως εχόντων των πραγμάτων η εξέλιξη του τουρισμού με τις διάφορες μορφές του, έφθασε στο έτος 1980 το οποίο συνδέθηκε με την αναθεώρηση της τουριστικής ιδέας και της μέχρι τότε τουριστικής πρακτικής. Και τότε άρχισε η τελευταία τουριστική περίοδος, η λεγόμενη σύγχρονη τουριστική περίοδος.

### 1.3.5 Η σύγχρονη τουριστική περίοδος

Μαζικοποίηση τουρισμού υπάρχει, όχι όταν ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται, αλλά όταν οι τουρίστες ανισοκατανέμονται στο χρόνο και στον τόπο. Και πρέπει να διευκρινιστεί ότι κανένας δεν υποστήριξε ποτέ ότι αυτό καθαυτό το τουριστικό φορτίο πρέπει να περιοριστεί. Η αύξηση του αριθμού των τουριστών πάντα είναι επιθυμητή. Η συνεχής τουριστική ανάπτυξη πάντα είναι επιθυμητή. Δεν είναι όμως επιθυμητή ούτε η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια της θερινής μόνο περιόδου και μόνο στους τουριστικούς προορισμούς και ούτε η άναρχη, ανεξέλεγκτη και απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη. Γιατί η εκδήλωση της τουριστικής δραστηριότητας μόνο κατά τη θερινή περίοδο δημιουργεί το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας και η συγκέντρωση των τουριστών σε ορισμένους μόνο τόπους, τους τουριστικούς προορισμούς, έχει σαν αποτέλεσμα οι τόποι αυτοί να υπερεκμεταλλεύονται τουριστικά, συχνά άναρχα και ανεξέλεγκτα, να υπερεκμεταλλεύονται από τους τουριστικούς επιχειρηματίες, συχνά ληστρικά και εξαντλητικά και τελικά να αποστερούνται τους πόρους τους, συχνά οριστικά και μη αναστρέψιμα, για να εγκαταλειφθούν τότε και να αναζητηθούν νέοι προορισμοί που παράγουν νέα τουριστικά προϊόντα. Οι επιχειρηματίες φεύγουν με τα κέρδη τους και ο ντόπιος πληθυσμός και ο τόπος τους μένουν με τα σημάδια της καταστροφής.

Σήμερα ο μαζικός τουρισμός κατηγορείται και χαρακτηρίζεται σαν τερατούργημα και σαν μια τουριστική τακτική που δεν έχει στην ουσία κανένα αντισταθμιστικό όφελος για τον τουριστικό προορισμό, τον ντόπιο πληθυσμό και το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον.

Ο τουριστικός προορισμός υπερφορτώνεται από τουριστικές εγκαταστάσεις, που δεν ανήκουν στο ντόπιο πληθυσμό αλλά ανήκουν και διευθύνονται από μητροπολικά κέντρα που επιδιώκουν μόνο το κέρδος, για τη μεγιστοποίηση του οποίου εφαρμόζουν νόμους και κανόνες της αγοράς και του marketing που επιτείνουν το πρόβλημα της μαζικοποίησης και από αυτό το κέρδος ελάχιστο μόνο ποσοστό χρησιμοποιείται τοπικά προς όφελος της τοπικής ανάπτυξης και του ντόπιου πληθυσμού. Και ακόμη χειρότερα, δεν χρησιμοποιούνται τα τοπικά προϊόντα, αλλά συχνά εισάγονται ξένα, προερχόμενα από τους τόπους των επιχειρηματιών για να ενισχύουν τις αγορές τους. Χρησιμοποιούνται όμως, και μάλιστα καταχρηστικά, οι πόροι που δεν εισάγονται. Ο κάτοικος ενός ελληνικού νησιού π.χ. υδροδοτείται ορισμένες μόνο ώρες την ημέρα, όταν ο τουρίστας του κοντινού ξενοδοχείου ξοδεύει όσο νερό θέλει και όπως θέλει, ακόμη και για να παίξει.

Ο ντόπιος πληθυσμός χρησιμοποιείται τόσο όσο το απαιτούν οι ανάγκες των επιχειρηματιών. Συνήθως μερικά και εποχιακά. Και βεβαίως αυξάνεται η απασχόληση και οι εργαζόμενοι έχουν ένα πρόσθετο εισόδημα (επιχείρημα των υποστηρικτών των επιχειρηματιών) αλλά μακροχρόνια το μόνο που κερδίζουν είναι να υπηρετούν ξένα συμφέροντα. Ο τόπος αναπτύσσεται τόσο και μόνο όσο το απαιτούν οι ανάγκες εξυπηρέτησης των τουριστών.

Οι φυσικοί και οι πολιτιστικοί πόροι εμπορευματοποιούνται και υπερεκμεταλλεύονται χωρίς να λαμβάνονται μέτρα προστασίας και αειφορίας τους. Και όλα αυτά γίνονται δεκτά από την πολιτεία χάριν του άμεσου, καθαρού και χειροπιαστού συναλλαγματικού οφέλους το οποίο δυστυχώς σήμερα δεν αποτελεί, υποχρεωτικά, εθνικό εισόδημα αφού μπορεί να μεταφέρεται όπου επιθυμούν οι επιχειρηματίες μέσα στο χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι δυσμενείς επιδράσεις αυτού του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον και στο ντόπιο πληθυσμό και τα αδιέξοδα που δημιούργησε η τουριστική ανάπτυξη που εξυπηρετεί το είδος αυτό του τουρισμού, άρχισαν να γίνονται ορατές και μετρήσιμες στη δεκαετία του 1970 και αργότερα έγιναν πιεστικές και απαράδεκτες.

Τότε πολλές ομάδες ανθρώπων έκρουσαν τον κώδωνα του κινδύνου και προσπάθησαν να πάρουν προστατευτικά μέσα. Στις ομάδες αυτές περιλαμβάνονταν μελετητές και ερευνητές τουρισμού, καθηγητές και συγγραφείς, οικολόγοι, οι οπαδοί του Πράσινου Κινήματος (πράσινοι), διάφορες περιβαλλοντικές οργανώσεις, γιατροί και άνθρωποι που ανησυχούσαν για τους κινδύνους της υγείας που ενυπάρχουν στο μαζικό τουρισμό (ηλιοθεραπεία, αφροδίσια νοσήματα, AIDS κ.λπ.), κοινωνιολόγοι που ανησυχούσαν για την αλλοίωση των τοπικών κοινωνιών, άνθρωποι που απέρριπταν το τουριστικό μπουύγιο, τον τουρισμό των 4S και τον «κονσερβοποιημένο» οργανωμένο τουρισμό και πολλοί θεωρητικοί που έβλεπαν να αλλοιώνεται η τουριστική ιδέα, η ανθρωπρέπεια του και το στοιχείο της ελευθερίας του τουριστικού κινήματος.

Όλοι αυτοί οι άνθρωποι χωρίς να αμφισβητούν τις πολλές πράγματι ευμενείς επιδράσεις του τουρισμού και χωρίς να επιδιώκουν να μειωθεί ο ρυθμός και η ενθάρρυνση της τουριστικής ανάπτυξης, πρότειναν να επανεξεταστεί και να επαναξιολογηθεί ο τρόπος εκδήλωσης και άσκησης του τουριστικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα πρότειναν να ληφθούν άμεσα μέτρα αντιμετώπισης του τερατουργήματος του μαζικού τουρισμού.

Έτσι δημιουργήθηκε μια τάση, που αργότερα έγινε συμπεριφορά πολλών τουριστών, τουριστικών φορέων και μελετητών, που άρχισαν να αναζητούν πιο φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον και πιο ανθρωποκεντρικές μορφές τουρισμού, μορφές που στο σύνολό τους συγκροτούν το λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό (Alternative Tourism).

Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών, στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές, και να μην οδηγούνται από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες (τους tours operators - ξενοδόχους) που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή ίδια οφέλη. Δυστυχώς οι μεγάλοι του τουρισμού συχνά επικυριαρχούν και διαμορφώνουν το τουριστικό γίνεσθαι χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους τις τοπικές ανάγκες.

Έτσι στη σύγχρονη τουριστική περίοδο, υπάρχει η τάση περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης του εναλλακτικού ήπιου τουρισμού. Ειδικότερα, καταβάλλεται προσπάθεια να ενθαρρυνθούν αντιστοιχικές μορφές τουρισμού και μορφές που μπορούν να αναπτυχθούν εκτός κεκορεσμένων τουριστικών προορισμών και εκτός τουριστικών θέρετρων. Η προσπάθεια αυτή γενικεύεται τα τελευταία χρόνια και καταβάλλεται όχι μόνον από τις ομάδες πληθυσμού που προαναφέρθηκαν, αλλά και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την Ευρωπαϊκή Ένωση, τους Εθνικούς τουριστικούς φορείς αλλά και από πολλούς ιδιωτικούς φορείς.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Μανώλης Σφακιανάκης (2000), <<Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού>>, Εκδότης: Έλλην

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ανάλυση Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού

### 2.1 Αγροτουρισμός

Αγροτουρισμός ονομάζεται η εναλλακτική εκείνη μορφή τουρισμού η οποία αναπτύσσεται σε μη τουριστικά κορεσμένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες, οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» των περιοχών αυτών να υφίστανται αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Ως δραστηριότητα αναπτύσσεται από τους μόνιμους κάτοικους των περιοχών του πρωτογενούς τομέα, οι οποίοι χρησιμοποιούν τον αγροτουρισμό ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος. Τα άτομα που επιλέγουν την εναλλακτική αυτή μορφή του τουρισμού είναι άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους τη «φόρμουλα των 3Φ» (Φύση-Φιλία-Φιλοξενεία) και απορρίπτουν ή δεν νιώθουν ότι τους εκφράζει εκείνη των 3S (Sun-Sea-Sand) του μαζικού τουρισμού, όπως αυτή έχει εξελιχθεί στις μέρες μας. Τα άτομα αυτά τις περισσότερες φορές έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (φυσιολάτρες, παρατηρητές πουλιών, παρατηρητές χλωρίδας και πανίδας, ορειβάτες κ.ά.) και είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του αγροτουριστικού προϊόντος είναι:

- η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος και η γνωριμία με τα χαρακτηριστικά φυσικά τοπία, τα τοπία φυσικού κάλλους και την πανίδα και χλωρίδα των εκάστοτε περιοχών
- η επαφή και η γνωριμία με την τοπική αγροτική πολιτιστική κληρονομιά, τα ήθη και τα έθιμα των κατοίκων, η συμμετοχή σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις κτλ.
- η προσφορά διαφοροποιημένων, υψηλής ποιότητας τουριστικών προϊόντων (για παράδειγμα βιολογικών παραδοσιακών προϊόντων, προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης, προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης)
- η παρατήρηση των γεωργικών δραστηριοτήτων και πιθανώς η συμμετοχή σε αυτές
- η άσκηση παράλληλων τουριστικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο (ορειβασία, πεζοπορία, ανεμόπτερο πλαγιάς κτλ.)

Τα είδη των αγροτουριστικών καταλυμάτων είναι τα εξής :

- μικρές ξενοδοχειακές μονάδες-ξενώνες
- ενοικιαζόμενα δωμάτια στα σπίτια των αγροτικών οικογενειών
- ανεξάρτητες αγροτικές κατοικίες παραδοσιακής αρχιτεκτονικής που εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον
- κάμπινγκ σε αγροκτήματα, τα οποία δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα στην Ελλάδα σε αντίθεση με ορισμένες περιοχές της Ευρώπης

Όπως είναι φανερό, η απαιτούμενη υποδομή του αγροτουρισμού. Είναι μικρής κλίμακας, συγκρινόμενη με εκείνη του μαζικού τουρισμού. Ο αγροτουρισμός δεν απαιτεί εξελιγμένη τουριστική υποδομή, τουλάχιστον στα πρώτα στάδια ανάπτυξης του. Παράλληλα, η προσφορά των αγροτικών προϊόντων είναι άφθονη, καθώς αυτά είναι κατά κύριο λόγο ελεύθερα αγαθά (αέρας, νερό, φύση).<sup>4</sup>



<sup>4</sup> Λεωνίδας Παπακωνσταντινίδης(1993), <<Αγροτουρισμός>>, Εκδότης: Δωρικός

## 2.2 Οικοτουρισμός

Ως οικοτουρισμός ορίζεται ο περιβαλλοντικά υπεύθυνος τουρισμός και η επίσκεψη σε φυσικές περιοχές, που αποσκοπεί στην απόλαυση και εκτίμηση της φύσης(και των πολιτισμικών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος) και ο οποίος προάγει στη διατήρηση της φύσης, έχει χαμηλή επίδραση επισκεπτών και παρέχει χρήσιμη ενεργή κοινωνικο-οικονομική ανάμιξη του ντόπιου πληθυσμού.

Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά την μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες δαντελωτές ακτές, επιβλητικά βουνά, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα «προικίζουν» την ελληνική γη με εντυπωσιακά τοπία, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της χώρας καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού εναλλακτικού τουρισμού.

Επισκεπτόμενος διάφορες περιοχές της χώρας, ο φυσιολάτρης-περιηγητής έχει την ευκαιρία:

- να περιπλανηθεί στα αισθητικά δάση ή να εξερευνήσει τους εθνικούς δρυμούς όχι μόνο στην ορεινή ενδοχώρα αλλά και σε ορισμένα νησιά ή κοντά σε ποταμούς ή λίμνες
- να απολαύσει τα υπέροχα μνημεία της φύσης, τα φαράγγια, τα σπήλαια και τους καταρράκτες
- να παρατηρήσει και να θαυμάσει τα σπάνια είδη πουλιών που φωλιάζουν ή καταφεύγουν στα παράκτια οικοσυστήματα και τους υγρότοπους (βραχώδεις ακτές, αμμώδεις παραλίες, αμμοθίνες, δέλτα ποταμών, λίμνες, έλη κτλ.)
- να μελετήσει την εξαιρετική ποικιλία της χλωρίδας στην ελληνική ύπαιθρο
- να συμμετάσχει σε δραστηριότητες extreme σπορ (κανό-καγιάκ, rafting, monocraft, hydro speed, ποδήλατο βουνού κ.ά.) που τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν θεαματική άνοδο στην Ελλάδα
- τέλος, να διαμείνει σε πρότυπες αγροτουριστικές μονάδες, που αναπτύσσονται σε όλη την επικράτεια και δίνουν την δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει την τοπική αρχιτεκτονική, πολιτιστική και γαστρονομική παράδοση, αλλά και τα προϊόντα, τις αγροτικές ασχολίες και την καθημερινή ζωή των κατοίκων κάθε περιοχής.

Οι επισκέπτες των οικολογικά ευαίσθητων περιοχών οφείλουν να τηρούν προσεκτικά τις απαιτήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος από την ρύπανση, την αποφυγή κάθε ενόχλησης των φυσικών βιοτόπων και διατάραξης της ισορροπίας των οικοσυστημάτων.

Τα κυριότερα μέρη που μπορεί ο επισκέπτης να χαρεί την φύση και να ζήσει οικολογικά είναι:

- εκβολές ποταμού Έβρου, Ν. Έβρου
- λίμνη Λαγκαδά, Ν. Θεσσαλονίκης
- εκβολές ποταμού Αλιάκμονα, Ν. Θεσσαλονίκης
- λίμνη Μικρή Πρέσπα, Ν. Φλώρινας
- Πίνδος, Ν. Ιωαννίνων
- Όλυμπος, Ν. Πιερίας
- Παρνασσός, Ν. Βοιωτίας
- Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου, Ν. Αιτωλοακαρνανίας
- Πάρνηθα, Ν. Αττικής<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>



## 2.3 Συνεδριακός τουρισμός

Ως επαγγελματικός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός που αναπτύσσεται κατά την διάρκεια επαγγελματικών ταξιδιών. Έχει μερικότερες διακρίσεις ανάλογες με το κριτήριο του σκοπού για τον οποίο γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι. Αν σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε ένα συνέδριο, τότε ονομάζεται συνεδριακός τουρισμός. Αν σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε μία έκθεση, τότε πρόκειται για τον τουρισμό εκθέσεων. Αντίστοιχα, στην περίπτωση σεμιναρίων έχουμε τον τουρισμό σεμιναρίων, συμποσίων τον τουρισμό συμποσίων κτλ. Τέλος, αν το ταξίδι είναι ένα τουριστικό πακέτο που δίδεται στους επαγγελματίες σαν δώρο-αμοιβή για την καλή τους απόδοση, τότε πρόκειται για τον τουρισμό κινήτρων, αφού τα τουριστικά πακέτα είναι κίνητρα που ωθούν τους επαγγελματίες σε μεγαλύτερες από τις συνηθισμένες αποδόσεις.

Ο επαγγελματικός τουρισμός αντιπροσωπεύει μία σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο. Η αγορά αυτή αφορά συνήθως επισκέπτες υψηλού εκπαιδευτικού και οικονομικού επιπέδου, οι οποίοι κινούνται σε καταλύματα υψηλών κατηγοριών, είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα, αλλά απαιτούν και πολύ υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Ο χρόνος παραμονής τους στον τουριστικό προορισμό κυμαίνεται συνήθως από 3 έως 5 ημέρες, ενώ υπάρχει η πιθανότητα παράτασης της παραμονής τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με την μορφή κάποιων άλλων μορφών τουρισμού. Βασικό ρόλο προς αυτήν την κατεύθυνση διαδραματίζει η ικανότητα ενός τόπου να προσελκύσει την προσοχή του επισκέπτη-επαγγελματία.

Η περίοδος αιχμής του επαγγελματικού τουρισμού σημειώνεται κυρίως τους μήνες Φεβρουάριο-Μάιο και Σεπτέμβριο-Νοέμβριο, οπότε και συνήθως διοργανώνονται τα περισσότερα συνέδρια, εκθέσεις κτλ.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού σε ένα τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας κτλ. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή μίας έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών. Για την εξυπηρέτηση αυτών λειτουργούν σήμερα σε ολόκληρη την Ελλάδα αυτοτελή ή μέσα σε ξενοδοχεία συνεδριακά κέντρα και συνεδριακές εγκαταστάσεις και εκθεσιακοί χώροι.

### Τα κυριότερα συνεδριακά κέντρα στην Ελλάδα είναι:

1. Ζάππειο Μέγαρο
2. Ευγενίδιο Ίδρυμα
3. Πολεμικό Μουσείο
4. Μέγαρο Μουσικής
5. Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών
6. Πάντειο Πανεπιστήμιο
7. Κολέγιο Αθηνών
8. Κέντρο Δημόκριτος
9. Πολιτιστικό Κέντρο «Ελληνικός Κόσμος»
10. Πανεπιστήμιο Πειραιώς
11. Συνεδριακό Κέντρο ΔΕΘ
12. Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών

### 13.Ολυμπιακό Συνεδριακό Κέντρο Αρχαίας Ολυμπίας

Τα κυριότερα εκθεσιακά κέντρα της Ελλάδας είναι:

1. ο εκθεσιακός χώρος της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης
2. Ζάππειο Μέγαρο
3. Εθνικά Στάδια ανά την χώρα ( Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας, ΟΑΚΑ, Αλεξάνδρειο Στάδιο της Θεσσαλονίκης)
4. ο εκθεσιακός χώρος του Οργανισμού Λιμένος Πειραιώς
5. ιδιωτικά εκθεσιακά κέντρα, όπως το Εκθεσιακό Κέντρο Αθηνών <sup>6</sup>



## 2.4 Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με την επίσκεψη σε ένα τόπο με στόχο την επαφή με τα πολιτιστικά στοιχεία αυτού (αρχαιολογικά, βυζαντινά, κλασικά ή νεότερα μνημεία, ιστορία, τέχνες, λαογραφία κτλ.). Συνήθως δεν εμφανίζεται μόνος του, εκτός των περιπτώσεων εκπαιδευτικών εκδρομών σχολείων, αλλά πραγματοποιείται συμπληρωματικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού, προσφέροντας γνώση και ποικιλία στο τουριστικό προϊόν.

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα παλαιότερα και δημοφιλέστερα είδη τουρισμού. Από τους περασμένους αιώνες άτομα ή ομάδες περιηγητών, αναζητώντας τη γνώση, την εμπειρία, την προσωπική ανακάλυψη, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό ή θρησκευτικό ενδιαφέρον, σε μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες. Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μίας περιοχής καθώς και στη σημερινή δημιουργία.

Επίσης, περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε δραστηριότητες είτε παθητικές, όπως παρακολούθηση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων (μουσικών συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων κ.ά.), επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, περιηγήσεις σε πολιτιστικές διαδρομές, είτε ενεργητικές, όπως εκμάθηση τοπικής μαγειρικής, τέχνης ή συμμετοχή σε λαογραφικές δραστηριότητες. Μία άλλη σημαντική παράμετρος που χαρακτηρίζει αυτή την μορφή τουρισμού, είναι η στενή και ουσιαστική επαφή που αποκτούν οι επισκέπτες με τον τοπικό πληθυσμό, τα ήθη και τις παραδόσεις του, σε συνδυασμό με τα πολιτισμικά δρώμενα στην περιοχή.

### Αρχαιολογικοί χώροι

Πυκνό πλέγμα αρχαιολογικών χώρων καλύπτει ολόκληρη την ελληνική επικράτεια. Μετά τη δημιουργία του νέου ελληνικού κράτους άρχισε να εκδηλώνεται αυξημένο ενδιαφέρον για την ανάδειξη της εθνικής κληρονομιάς. Ανασκαφική δραστηριότητα παρουσιάστηκε ήδη από το δεύτερο μισό του 19ου αιώνα τόσο από την ελληνική Αρχαιολογική Υπηρεσία όσο και από τις

<sup>6</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>

ξένες αρχαιολογικές. Σχολές (Γαλλική Αρχαιολογική Σχολή, Γερμανικό Αρχαιολογικό Ινστιτούτο). Την εποχή αυτή βέβαια το ενδιαφέρον στρεφόταν κυρίως προς τις θέσεις των κλασικών χρόνων. Έτσι οι αποστολές των ξένων αρχαιολογικών σχολών ανάσκαψαν σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, εντοπισμένους ήδη από καιρό (π.χ. Δελφούς και Δήλο η Γαλλική Αρχαιολογική Σχολή, Ολυμπία το Γερμανικό Αρχαιολογικό Ινστιτούτο). Από ελληνικής πλευράς, πρωτοπόρος υπήρξε ο Έφορος Αρχαιοτήτων Χρ. Τσουντας, ο οποίος ανέδειξε πολλές θέσεις των προϊστορικών και πρωτοϊστορικών χρόνων, ανασκάπτοντας στις Μυκήνες (ανάκτορο, θολωτοί και θαλαμοειδείς τάφοι), στις Κυκλάδες και στη Θεσσαλία (νεολιθικές ακροπόλεις Διμηνίου και Σέσκλου). Σταδιακά το ενδιαφέρον των ερευνητών στράφηκε και σε άλλες περιόδους του ελληνικού πολιτισμού και από τις αρχές του 20ου αι. άρχισαν να ανασκάπτονται και θέσεις των προϊστορικών, πρωτοϊστορικών, ρωμαϊκών και βυζαντινών χρόνων. Παρά τη δραστηριότητα που αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια του μεσοπόλεμου, μόνο μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου προχώρησαν ουσιαστικά οι ανασκαφικές έρευνες και κατέστη δυνατό έπειτα από κατάλληλες εργασίες συντήρησης και αναστήλωσης να δημιουργηθούν οι πρώτοι οργανωμένοι αρχαιολογικοί χώροι. Η οργανωμένη και συστηματική αρχαιολογική δραστηριότητα κατά το β΄ μισό του 20ου αι. είχε ως αποτέλεσμα να αναδειχθούν και να καταστούν επισκέψιμοι για το κοινό αρχαιολογικοί χώροι, που καλύπτουν την περίοδο από την Παλαιολιθική εποχή έως τους νεώτερους χρόνους. Οι αρχαιολογικοί χώροι τελούν υπό την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού μέσω των κατά τόπους Εφορειών της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας. Λειτουργούν με βάση συγκεκριμένο ωράριο, χειμερινό ή θερινό, και για την είσοδο σε αυτούς απαιτείται η έκδοση εισιτηρίου.

### Μουσεία

Σε όλη τη χώρα λειτουργούν σήμερα περισσότερα από 200 κρατικά ή εποπτευόμενα από το Υπουργείο Πολιτισμού και 107 μη δημόσια μουσεία. Επισκεπτόμενοι τα μουσεία αυτά, έχετε την ευκαιρία να θαυμάσετε μοναδικά επιτεύγματα της τέχνης και της επιστήμης, όπως αναπτύχθηκαν στον ελληνικό χώρο για περισσότερα από 6.000 χρόνια. Το σύνολο των ελληνικών μουσείων και συλλογών κατανέμονται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Αρχαιολογικά Μουσεία και Συλλογές
- Βυζαντινά Μουσεία και Συλλογές
- Ιστορικά και Λαογραφικά Μουσεία
- Μουσεία Ελληνικής Τέχνης (αρχαίας, βυζαντινής, νεώτερης)
- Μουσεία Ασιατικής Τέχνης
- Εικαστικά Μουσεία και Πινακοθήκες
- Μουσεία Θεάτρου
- Μουσεία Κινηματογράφου και Φωτογραφίας
- Μουσεία Μουσικής
- Ναυτικά Μουσεία
- Μουσεία Φυσικής Ιστορίας
- Μουσεία Επιστήμης και Τεχνολογίας

### Κάστρα

Η ανάγκη φρούρησης και άμυνας των οικισμών οδήγησε στην κατασκευή οχυρώσεων, ήδη από τους προϊστορικούς χρόνους. Ακροπόλεις (όρος χρησιμοποιούμενος για τους προϊστορικούς και αρχαίους χρόνους) ή κάστρα (όρος χρησιμοποιούμενος για τους μεσαιωνικούς και νεώτερους χρόνους) κατασκευάζονταν ανάλογα με τις απαιτήσεις και τα ιστορικά δεδομένα κάθε εποχής. Πρόδρομες μορφές οχυρωμένων ακροπόλεων συναντώνται στον ελληνικό χώρο στους νεολιθικούς οικισμούς του Σέσκλου και του Διμηνίου της Θεσσαλίας (5η χιλιετία π.χ. περίπου). Οχυρωμένες ακροπόλεις, με εντυπωσιακή και μνημειώδη

τοιχοδομία, εμφανίζονται κατά τους μυκηναϊκούς χρόνους (1600-1150 π.χ. περίπου). Αποτελούσαν τον τόπο κατοικίας του ανώτατου άρχοντα και παράλληλα το διοικητικό, οικονομικό και θρησκευτικό κέντρο των μυκηναϊκών βασιλείων. Οι σημαντικότερες έχουν αποκαλυφθεί έως σήμερα σε Μυκήνες, Τίρυνθα, Θήβα και Αθήνα. Την παράδοση των μυκηναϊκών ακολουθούν οι ακροπόλεις των αρχαίων ελληνικών πόλεων. Καταλαμβάνουν κατά κανόνα την κορυφή φυσικά προστατευμένων λόφων και οχυρώνονται με τείχη. Στο χώρο των ακροπόλεων αυτών κατασκευάζονται επί το πλείστον οικοδομήματα που σχετίζονται με τη λατρεία των θεών. Γύρω από αυτές εκτείνεται ο οικισμός (το άστυ), που συχνά περιβάλλεται με οχύρωση.

Για τις ακροπόλεις των προαναφερόμενων περιόδων, δείτε τον κατάλογο των αρχαιολογικών χώρων της χώρας. Την παράδοση των αρχαίων ακροπόλεων ακολούθησαν τα κάστρα που κατασκευάστηκαν κατά τους μεσαιωνικούς και νεώτερους χρόνους. Σε αρκετές περιπτώσεις μάλιστα διαπιστώνεται συνεχιζόμενη κατοίκηση από τους αρχαίους έως τους νεώτερους χρόνους (π.χ. Ακρόπολη Αθήνας, Ακρόπολη Κορίνθου / Ακροκόρινθος). Και τα κάστρα που προστάτευαν τις πολιτείες των βυζαντινών χρόνων κατασκευάζονταν σε κορυφές λόφων. Τα τείχη τους ακολουθούσαν τις ανωμαλίες του εδάφους, ενώ κατά διαστήματα προέβαλλαν από αυτά ορθογώνιοι ή στρογγυλοί πύργοι. Κάστρα όμοια με τα βυζαντινά έκτισαν και οι Φράγκοι στα εδάφη του ελληνικού χώρου που κατέλαβαν μετά το 1204. Πολλά φραγκικά κάστρα και πύργοι σώζονται στην Πελοπόννησο (τα πιο γνωστά στο Χλεμούτσι, την Καρύταινα, το Μιστρά και το Γεράκι). Οι Οθωμανοί, μετά την κατάληψη και των τελευταίων βυζαντινών κέντρων στα μέσα του 15ου αι., δεν προχώρησαν στην κατασκευή νέων κάστρων. Αρκέστηκαν απλώς να επισκευάσουν τα ήδη υπάρχοντα ή να κατασκευάσουν συμπληρωματικά έργα. Ιδιαίτερη μνεία πρέπει να γίνει στα κάστρα που έκτισαν οι Βενετοί στις περιοχές του ελληνικού χώρου που κατέλαβαν κατά τους μεσαιωνικούς χρόνους. Πρόκειται για έργα επιβλητικά, με επιμελημένη τοιχοποιία, μνημειώδεις πύλες και χαρακτηριστικό γλυπτό διάκοσμο, χτισμένα σε χαμηλούς λόφους ή πεδινές παραθαλάσσιες εκτάσεις. Τα γνωστότερα ενετικά φρούρια βρίσκονται στην Κρήτη (Ηράκλειο, Χανιά, Ρέθυμνο), στην Κέρκυρα κ.α.

### Άλλα μνημεία

Εκτός από τα αρχαία, βυζαντινά και μεταβυζαντινά μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους, σημαντικοί πόλοι έλξης για τους επισκέπτες είναι και τα ποικίλα κτίσματα διαφόρων χρήσεων και μορφών, που εξυπηρετούσαν σε άλλες εποχές τις πρακτικές, λειτουργικές και κοινωνικές ανάγκες των κατοίκων: γεφύρια, ανεμόμυλοι, περισσότερες, υδρόμυλοι, κρήνες, ηρώα και ανδριάντες, ιστορικά και δημόσιας χρήσης κτήρια, ακόμη και παλιά βιομηχανικά κτίσματα που σήμερα έχουν αλλάξει χρήση, σας περιμένουν να τα ανακαλύψετε και να τα θαυμάσετε.

### Εκδηλώσεις

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με εξαιρετικά πλούσια πολιτιστική παράδοση και λαϊκό πολιτισμό. Έτσι, ο επισκέπτης σ' αυτήν έχει πολλές ευκαιρίες να εμπλουτίσει το ταξίδι του, παρακολουθώντας τις πολυποίκιλες πολιτιστικές ή αθλητικές εκδηλώσεις, που πραγματοποιούνται σε κάθε περιοχή της χώρας, να συμμετάσχει στα δρώμενα, τα οποία συνδέονται με γοητευτικά έθιμα και να γνωρίσει άγνωστες αλλά ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες πτυχές της ελληνικής λαϊκής κληρονομιάς.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>

## 2.5 Μαθησιακός τουρισμός

Μαθησιακός τουρισμός είναι ο τουρισμός που αναφέρεται στην μάθηση. Συγκεκριμένα, είναι κάθε μορφή τουρισμού που έχει σαν τουριστικό προϊόν τη μάθηση ή που η τουριστική πελατεία έχει θεσμική σχέση με τη μάθηση.

Οι κυριότερες μορφές μαθησιακού τουρισμού είναι:

### ❖ ο εκπαιδευτικός τουρισμός :

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός έχει σαν κύριο τουριστικό προϊόν τη μάθηση. Οι τουρίστες, δηλαδή, μεταβαίνουν σε ένα τουριστικό προορισμό για να εκπαιδευτούν και κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσής τους έχουν και τουριστικές δραστηριότητες. Ή κάνουν τουρισμό, ένα οποιοδήποτε είδος τουρισμού, και κατά τη διάρκεια των διακοπών τους έχουν και εκπαιδευτικές δραστηριότητες.

Μορφές εκπαιδευτικού τουρισμού είναι τα διάφορα εκπαιδευτικά ταξίδια στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό, που οργανώνουν διάφοροι εκπαιδευτικοί οργανισμοί. Είναι επίσης η συμμετοχή σπουδαστών ή φοιτητών σε εκπαιδευτικές αποστολές (ανασκαφές, διάφορες έρευνες, πρακτικές ασκήσεις κλπ.), όπως και η συμμετοχή σε εκπαιδευτικά σεμινάρια, σε σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης και σε διάφορες εκπαιδευτικές συγκεντρώσεις, αν και εφόσον η συμμετοχή προϋποθέτει μετακίνηση προς τον τόπο που λαμβάνουν χώρα.

### ❖ ο μαθητικός, σπουδαστικός, φοιτητικός τουρισμός :

Αυτές οι μορφές τουρισμού έχουν σαν κύριο χαρακτηριστικό τους, το ότι η τουριστική τους πελατεία αποτελείται από μαθητές, σπουδαστές ή φοιτητές. Είναι στην ουσία τουρισμός νέων. Είναι επίσης εκπαιδευτικός τουρισμός, αφού η τουριστική πελατεία αποτελείται από νέους που έχουν θεσμική σχέση με την εκπαίδευση (φοιτούν σε κάποιο εκπαιδευτικό ίδρυμα). Κατά τη διάρκεια του μαθητικού, σπουδαστικού, φοιτητικού τουρισμού, οι μαθητές, σπουδαστές και φοιτητές αντίστοιχα ταξιδεύουν στα πλαίσια διαφόρων προγραμμάτων με την μαθησιακή τους ιδιότητα. Χωρίς την ιδιότητα αυτή, όταν ταξιδεύουν, απλά κάνουν τουρισμό νέων.

Τα παραπάνω ταξίδια εκδηλώνονται συνήθως με την μορφή του κατασκηνωτικού τουρισμού ή με την μορφή εκδρομών (2-5 ημέρες) ή και μεγάλων εκδρομών (άνω των 5 ημερών).<sup>8</sup>



<sup>8</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>

## 2.6 Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες.

Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια, τα μοναστήρια, με την αξιόλογη εικονογράφηση τους, με ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση με την θρησκευτική λατρεία. Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά κυρίως ευσεβείς περιηγητές, φιλέρευνους τουρίστες, αλλά και θαυμαστές της βυζαντινής τέχνης, οι οποίοι, μέσα από πολιτιστικά οδοιπορικά στον ελληνικό χώρο, έρχονται σε επαφή με την πνευματικότητα της ορθοδοξίας.

Σε πολλές περιοχές της χώρας, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συναντήσει, επίσης, κτίσματα και μνημεία λατρείας διαφορετικών δογμάτων και θρησκειών, που συνυπάρχουν σε ένα διαρκή διάλογο, αναδεικνύοντας το σπάνιο ιστορικό και πολιτισμικό παλίμψηστο του ελληνικού χώρου.

Ο θρησκευτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

- προσκυνητές τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο, επισκέπτονται μία περιοχή αποκλειστικά για την επίσκεψη στον θρησκευτικό χώρο
- τουρισμός θρησκευτικής κληρονομιάς, του οποίου οι τουρίστες ταξιδεύουν ομαδικά και συνδυάζουν το ταξίδι τους και με άλλες τουριστικές δραστηριότητες

Τα γενεσιουργά αίτια του θρησκευτικού τουρισμού:

- το πανανθρώπινο θρησκευτικό συναίσθημα, το οποίο παρακινεί τους τουρίστες να μεταβαίνουν σε τόπους των θρησκευτικών εκδηλώσεων για να ικανοποιήσουν τις θρησκευτικές τους ανάγκες
- η διασπορά των θρησκευτικών μνημείων-τόπων λατρείας σε διαφορετικούς τόπους από τους τόπους που διαμένουν οι θρησκευόμενοι
- ο χαρακτηρισμός των μεγάλων χριστιανικών γιορτών σαν ημερών αργίας, γεγονός που επιτρέπει στους εργαζόμενους να απομακρύνονται από τις εργασίες τους, όπως και στους γονείς με παιδιά σχολικής ηλικίας
- η επιθυμία επιστροφής στις ρίζες, τάση που τα τελευταία χρόνια συνεχώς ενδυναμώνεται
- η επιθυμία φυγής από τα αστικά κέντρα, η οποία ενισχύεται από την πιεστική, αγχώδη, και κουραστική ζωή της πόλης και από τις ψυχοσωματικές επιβαρύνσεις του αστικού περιβάλλοντος.

Εκκλησίες – Μοναστήρια

Οι εκκλησίες, χώροι προορισμένοι να καλύψουν τις ανάγκες της χριστιανικής λατρείας, αποτελούν χαρακτηριστικό και αναπόσπαστο στοιχείο του ελληνικού τοπίου. Από τα λιτά, μονόχωρα ξωκλήσια έως τους επιβλητικούς εγγεγραμμένους σταυροειδείς ναούς, οι εκκλησίες ακολουθούν συγκεκριμένους αρχιτεκτονικούς τύπους που καθιερώθηκαν σταδιακά, από τους πρώτους αιώνες διάδοσης του χριστιανισμού και εξής. Η διακόσμηση τους, ζωγραφική, ψηφιδωτή ή άλλη αντανακλά πάντα το ορθόδοξο δόγμα ακολουθώντας συγκεκριμένα τεχνοτροπικά ρεύματα και καθιερωμένα εικονογραφικά προγράμματα.

Σημαντικοί αρχιτέκτονες, κτίστες ή ζωγράφοι έχουν συμβάλει ανά τους αιώνες στην κατασκευή και διακόσμηση των ελληνικών εκκλησιών, πολλές από τις οποίες αποτελούν πλέον διατηρητέα μνημεία.

Οι παλαιότερες εκκλησίες στον ελληνικό χώρο, οι σημαντικότερες από τις οποίες συναντώνται σε Θεσσαλονίκη, Νέα Αγχίαλο, Νικόπολη, Αθήνα και Κόρινθο, χρονολογούνται στους πρώτους βυζαντινούς αιώνες (4ος – 6ος αι. μ.χ.). Κατά την περίοδο αυτή σημαντικοί αρχαιοελληνικοί ναοί, όπως ο Παρθενώνας, το Ερεχθείο ή το «Θησείο» στην Αθήνα, μετατράπηκαν και λειτούργησαν ως εκκλησίες, ενώ πολλοί χριστιανικοί ναοί χτίστηκαν κοντά ή στη θέση γνωστών ειδωλολατρικών κέντρων (π.χ. σε Δαφνί, Ελευσίνα, Δελφούς, Επίδαυρο, Δήλο). Εκκλησίες χτίστηκαν όμως και σε χώρους συνδεδεμένους με πρόσωπα ή συμβάντα σημαντικά για τους χριστιανούς, όπως π.χ. οι χώροι ταφής μαρτύρων. Οι ελληνικές εκκλησίες παρουσιάζουν έντονα τοπικό χαρακτήρα κατά την επόμενη, μεσοβυζαντινή περίοδο (7ος αι. μ.χ. - 1204), διαφέροντας αρκετά από τα αντίστοιχα μνημεία στην Κωνσταντινούπολη. Οι πιο αξιόλογες συναντώνται στην Αττική, τη Βοιωτία, την Αργολίδα, τη Μάνη κ.α. Ορισμένες από αυτές αποτελούν Καθολικά μονών, δηλαδή τους κεντρικούς ναούς των μοναστηριών στα οποία εντάσσονται.

Οι εκκλησίες της υστεροβυζαντινής περιόδου (1204-1453) συνεχίζουν τους παραδοσιακούς αρχιτεκτονικούς τύπους. Σε Άρτα, Βέροια, Καστοριά, Θεσσαλονίκη και Μιστρά σώζονται ορισμένοι από τους πιο σημαντικούς ναούς που κτίστηκαν αυτή την περίοδο. Οι εκκλησίες, που κατασκευάστηκαν αυτή την εποχή σε περιοχές υπό φραγκική ή ενετική κατοχή, υιοθέτησαν αρκετά δυτικά στοιχεία, αρχιτεκτονικά ή διακοσμητικά. Οι εκκλησίες, που κατασκευάζονται στον ελληνικό χώρο κατά τους αιώνες της οθωμανικής κυριαρχίας, είναι ιδιαίτερα λιτές. Εξαιρεση αποτελούν οι ναοί σε περιοχές που βρίσκονταν υπό ενετική ή δυτική εν γένει κυριαρχία (Κρήτη, Επτάνησα). Μετά τον Αγώνα της Ανεξαρτησίας η οικονομική δυσπραγία δεν επέτρεψε την οικοδόμηση μεγαλόπρεπων εκκλησιών. Εξαιρεση αποτελεί η Μητρόπολη Αθηνών, που χτίστηκε στα μέσα του 19ου αι., για να λειτουργήσει ως ο κεντρικός ναός στην πρωτεύουσα του νεοσύστατου ελληνικού κράτους. Ωστόσο από το τέλος του 19ου και κυρίως κατά τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα παρατηρείται μια νέα άνθηση στην εκκλησιαστική αρχιτεκτονική.

Όπως οι εκκλησίες, έτσι και τα μοναστήρια είναι στενά συνδεδεμένα με την ιστορία και την παράδοση της Ελλάδας. Ως μοναστήρι χαρακτηρίζεται το σύνολο των οικημάτων μέσα στα οποία διαβιούν μοναχοί ή γενικότερα τα μέλη μιας θρησκευτικής κοινότητας. Οι μονές απαρτίζονται συνήθως από ένα κεντρικό ναό (το λεγόμενο Καθολικό), παρεκκλήσια, τα κελιά των μοναχών, ξενώνες, την τράπεζα (τραπεζαρία), το μαγειρείο, τη βιβλιοθήκη κ.ά. Ο θεσμός του μοναχισμού πρωτοεμφανίστηκε τον 4ο αι. μ.Χ. με τους αναχωρητές (ή ασκητές) στην έρημο της Αιγύπτου, και γρήγορα εξαπλώθηκε σε άλλες περιοχές της τότε βυζαντινής αυτοκρατορίας. Η μεγάλη ακμή του από τον 10ο αι. μ.χ. συνδυάστηκε με την ίδρυση πολλών μοναστηριών.

Η μεγαλύτερη μοναστηριακή κοινότητα στον ελληνικό χώρο βρίσκεται στο Άγιο Όρος, το γνωστό και ως περιβόλι της Παναγίας. Οι πρώτοι μοναχοί εγκαταστάθηκαν εκεί τον 5ο αι. μ.χ. Το πρώτο κοινόβιο όμως ιδρύθηκε τον 10ο αι., όταν ο Όσιος Αθανάσιος ο Αθωνίτης θεμελίωσε τη Μονή Μεγίστης Λαύρας (963), η οποία διατηρεί έκτοτε πρωτεύουσα θέση μεταξύ των άλλων αθωνικών ιδρυμάτων.



Η ιδιαιτερότητα του Αγίου Όρους έγκειται στο ότι αποτελεί αυτοδιοίκητο τμήμα του ελληνικού κράτους, υπαγόμενο πολιτικά στο Υπουργείο Εξωτερικών και θρησκευτικά στην δικαιοδοσία του Οικουμενικού Πατριαρχείου της Κωνσταντινούπολης. Και οι είκοσι αθωνικές μονές λειτουργούν κοινοβιακά, επιβάλλουν δηλαδή κοινή λειτουργία, προσευχή, στέγη, σίτιση και εργασία στους μοναχούς. Οι τελευταίοι εκλέγουν και τον επικεφαλής της κάθε μονής, τον Ηγούμενο, που διατηρεί το τίτλο του δια βίου. Πλήθος κειμηλίων (χειρόγραφα, ιστορικά έγγραφα, χρυσόβουλα, φορητές εικόνες κ.ά.) έχουν θησαυριστεί στις μονές του Αγίου Όρους, το οποίο αποτελεί ακόμη άβατο για το γυναικείο πληθυσμό. Εκτός αυτών όμως και τα ίδια τα μοναστήρια αποτελούν πολιτιστικά μνημεία μοναδικά, όχι μόνο για την Ορθοδοξία και την Ελλάδα, αλλά για ολόκληρο τον κόσμο.

Το δεύτερο μεγαλύτερο και σημαντικότερο μοναστικό συγκρότημα του ελληνικού χώρου είναι τα Μετέωρα. Οι πρώτοι ερημίτες εγκαταστάθηκαν εκεί τον 11ο αι. Οι παλαιότερες μονές όμως ανάγονται στο 14ο αι. Από τα 24 αρχικά μοναστήρια σήμερα λειτουργούν μόνο τα έξι, ενώ τα υπόλοιπα είναι ερειπωμένα. Από αυτά οι μονές Μεταμορφώσεως του Σωτήρος, Βαρλαάμ, Αγ. Νικολάου Ανάπαυσα και Αγ. Τριάδος φιλοξενούν άνδρες μοναχούς ενώ οι μονές Ρουσσάνου και Αγ. Στεφάνου είναι γυναικείες. Οι μονές των Μετεώρων έχουν χαρακτηριστεί από την UNESCO ως μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς. Σημαντικά μοναστικά μνημεία αποτελούν η Μονή Δαφνίου στην Αττική (11ος αι.), ο Όσιος Λουκάς στη Φωκίδα (11ος αι.), η Νέα Μονή Χίου (11ος αι.) κ.ά.<sup>9</sup>



## 2.7 Τουρισμός υγείας

Τουρισμός υγείας είναι ο τουρισμός όπου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία.

Τα προγράμματα υγείας είναι: διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους/ φυσικές μεθόδους και προγράμματα που σχετίζονται και επηρεάζουν την υγεία, όπως υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής επανένταξης κτλ.

Ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει μερικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα τις εξής:

- i. Θεραπευτικός τουρισμός
- ii. Ιαματικός τουρισμός
- iii. Τουρισμός φυσιοθεραπείας
- iv. Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης

<sup>9</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>



v. Τουρισμός ομορφιάς

vi. Θερμαλισμός ή θερμαλιστικός τουρισμός

Η φύση εκτός από τα σπάνια τοπία και τις ιδιαίτερες φυσικές ομορφιές «χάρισε» στην Ελλάδα και πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες. Τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου της χώρας, ενώ οι θεραπευτικές τους ιδιότητες ήταν γνωστές ήδη από τους αρχαίους χρόνους. Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ τα νερά των συγκεκριμένων πηγών διαφέρουν από τα συνηθισμένα, είτε λόγω της υψηλής θερμοκρασίας είτε λόγω της παρουσίας σπάνιων δραστικών συστατικών. Τα νερά αυτά χαρακτηρίζονται ως μεταλλικά εξαιτίας της θερμοκρασίας ή της γενικής τους χημικής σύστασης. Εκτός από τις ψυχρές μεταλλικές πηγές υπάρχουν και οι θερμοπηγές με τις οποίες οικοδομήθηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία (θερμαλισμός).

Η γεωγραφική κατανομή των πηγών δεν είναι τυχαία, καθώς συνδέεται είτε με τεκτονικά γεγονότα, όπως για παράδειγμα στις περιπτώσεις των πηγών του Καϊιάφα, της Κυλλήνης και του Λαγκαδά, είτε με ηφαιστειακές δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα στις περιπτώσεις των πηγών των Μεθάνων, της Μήλου, της Λέσβου, της Σαμοθράκης και της Λήμνου.

Η υδροθεραπεία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την αντιμετώπιση πολλαπλών παθήσεων, όπως είναι τα αρθρικά και οι ρευματοπάθειες και διακρίνεται σε δύο είδη:

➤ την εσωτερική, η οποία περιλαμβάνει την ποσιθεραπεία (πόση ιαματικών νερών), εισπνοθεραπεία (εισπνοή των αερίων ή των σταγονιδίων των μεταλλικών νερών) και τις πλύσεις (στομαχικές, ρινικές, γυναικολογικές)

➤ την εξωτερική, η οποία περιλαμβάνει τα λουτρά, τις καταιονήσεις (για ορισμένο χρόνο το σώμα δέχεται το θερμομεταλλικό νερό, που έρχεται με ψηλή ή χαμηλή πίεση), τις υδρομαλάξεις (το σώμα δέχεται την πίεση του νερού), την υδροκινησιοθεραπεία (συνδυασμός λουτροθεραπείας και κινησιοθεραπείας, όσο το σώμα βρίσκεται στο νερό) και την πηλοθεραπεία (εφαρμογή πηλού, που έχει «ωριμάσει» σε σημεία του σώματος με διάφορες παθήσεις).

### Η πελατεία του Τουρισμού Υγείας

➤ Τουρισμό υγείας κάνουν οι άνθρωποι που έχουν προβλήματα υγείας ή που θέλουν να μάθουν να ζουν υγιεινά, αλλά παράλληλα έχουν και τουριστικές ανάγκες και προσπαθούν κατά την διάρκεια των διακοπών τους να επιτύχουν και την καλή αντιμετώπιση των προβλημάτων υγείας και την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών.

➤ Η ημεδαπή πελατεία, που κατά κανόνα κάνει ιαματικό τουρισμό, αποτελείται από άτομα μέσης και τρίτης ηλικίας με προβλήματα υγείας και από τους συνοδούς τους. Για τα άτομα αυτά η ανακούφιση της υγείας τους έχει πρωταρχική σημασία και η παροχή τουριστικών υπηρεσιών είναι απλή επιβοηθητική.

➤ Στον τουρισμό υγείας ικανοποιούνται και πρόσθετες ανάγκες που έχουν άτομα νεώτερης ηλικίας και μεγαλύτερων σωματικών δυνατοτήτων. Πολλές φορές μάλιστα οι υπόλοιπες ανάγκες πλην αυτών της υγείας, έχουν πρωταρχική σημασία, σε αντίθεση με τον ιαματικό τουρισμό. Στον τουρισμό υγείας επίσης αντιμετωπίζονται ανάγκες που ικανοποιεί η συμβατική ιατρική.<sup>10</sup>

## 2.8 Κοινωνικός τουρισμός

Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (BITS:Bureau Internationale la Tourisme Social), κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών που

<sup>10</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>

προκύπτουν από την επιδοτούμενη από την πολιτεία, βάσει ορισμένων προγραμμάτων, συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση στο σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη κατά προτεραιότητα, διαφόρων τομέων του τουρισμού ορίζει τον κοινωνικό τουρισμό σαν τη διευκόλυνση, εκ μέρους των κρατών-μελών, της πρόσβασης στον τουρισμό ομάδων ατόμων, που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους υγείας έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές. Και στα μέτρα που προτείνει είναι και τα μέτρα περιορισμού των εμποδίων που συναντούν τα άτομα, με ειδικές ανάγκες στην πρόσβασή τους στον τουρισμό εντάσσοντας τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες ή τον τουρισμό για όλους όπως ονομάζεται, στον κοινωνικό τουρισμό.

Ο γενικός χαρακτηρισμός των δικαιούχων του κοινωνικού τουρισμού είναι «κοινωνικά στρώματα με χαμηλά εισοδήματα» (ορισμός BITS) ή «ομάδες ατόμων που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους υγείας, έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές» (ορισμός της Ε.Ε.)

Κάτω από αυτούς τους χαρακτηρισμούς μπορούν να υπαχθούν διάφορες κατηγορίες ατόμων, όπως:

- εργαζόμενοι και συνταξιούχοι με χαμηλό εισόδημα
- άνεργοι
- άτομα με ειδικές ανάγκες συμπεριλαμβανομένων και των υπερηλίκων
- πολύτεκνοι των οποίων το εισόδημα είναι συνήθως ανεπαρκές λόγω των μεγάλων οικογενειακών δαπανών
- πολιτικοί πρόσφυγες, αγρότες και αγρότισσες των οποίων η πρόσβαση στον τουρισμό είναι δύσκολη ή δεν έχουν την απαιτούμενη πληροφόρηση και εμπειρία
- ανύπαντρες μητέρες και γυναίκες ή άντρες εν χηρεία που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα οικονομικά προβλήματα
- η νεολαία, για τα προγράμματα της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, που δεν έχει δικό της εισόδημα και αντιμετωπίζει δαπάνες σπουδών
- οι ασφαλισμένοι του ΙΚΑ, για τα προγράμματα της Εργατικής Εστίας, που κατά κανόνα είναι χαμηλόμισθοι και χαμηλοσυνταξιούχοι.<sup>11</sup>



## 2.9 Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ο τουρισμός ο οποίος σχετίζεται με την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων στη θάλασσα. Συνήθως αφορά την κολύμβηση και την αναψυχή στην

<sup>11</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>

παραλία, αλλά με την εναλλακτική του έννοια εμπεριέχει και λοιπές δραστηριότητες, όπως θαλάσσια σπορ, παρακολούθηση βυθού κλπ.

Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, τα 15.000 χιλιόμετρα των ελληνικών ακτών, το πλήθος των νησιών, οι προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το ενδιαφέρον και εναλλασσόμενο τοπίο καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων θαλάσσιου τουρισμού.

Το πλεονέκτημα αυτό ενισχύεται τόσο από την ναυτική παράδοση χιλιετηρίδων, όσο και από τις ευνοϊκές για θαλάσσιους πλόες συνθήκες (τα ελληνικά πελάγη θεωρούνται ασφαλή από την σκοπιά των ναυτικών κινδύνων, οι αποστάσεις μεταξύ των ακτών είναι μικρές, ενώ εξίσου ευνοϊκές είναι και οι συνθήκες που σχετίζονται με την ένταση των ανέμων και τις θερμοκρασίες περιβάλλοντος και θάλασσας).

«Θαλάσσια σπορ»

Θαλάσσιο-σκι: Το θαλάσσιο σκι «γεννήθηκε» γύρω στο 1900, από μια παρέα νεαρών που διασκέδαζε στα νερά μιας λίμνης των Η.Π.Α. Γρήγορα η μόδα εξαπλώθηκε, ενώ με την εμφάνιση όλο και πιο δυνατών μηχανών στα σκάφη, αυξήθηκε η ταχύτητα, η δυσκολία αλλά και η δημοφιλία του αθλήματος. Στην Ελλάδα, ο Ναυτικός Όμιλος Βουλιαγμένης (στην περιοχή της Αττικής) ήταν το πρώτο σωματείο, που το 1957 ίδρυσε τμήμα θαλάσσιου σκι, ενώ το 1963 ιδρύθηκε η Ελληνική Ομοσπονδία Θαλάσσιου Σκι, με στόχο τη διάδοση του αθλήματος στη χώρα. Το θαλάσσιο σκι είναι πλέον από τα πιο διαδεδομένα σύγχρονα σπορ του νερού και δεν χρειάζεται ιδιαίτερη εξάσκηση όταν γίνεται ερασιτεχνικά. Σε όλη την Ελλάδα υπάρχουν ιδιωτικές σχολές εκπαίδευσης, οι οποίες λειτουργούν σε οργανωμένες παραλίες ή στις εγκαταστάσεις μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων.

Ιστιοπλοΐα: Η ιστιοπλοΐα είναι ένα άθλημα που συνδέεται άρρηκτα τον ελληνικό λαό, μέσα από τη μακρόχρονη ιστορία της χώρας και τη μακραίωνη θαλασσινή παράδοσή της. Σήμερα, είναι ένα από τα δημοφιλέστερα αθλήματα και χιλιάδες Έλληνες ασκούνται συστηματικά (ως πρωταθλητές ή απλοί αθλητές) σε όλους τους τύπους ιστιοπλοϊκών σκαφών.

Ιστιοσανίδα (Windsurfing): Η ιστιοσανίδα (windsurfing) είναι ένα συναρπαστικό άθλημα για όλους τους ανθρώπους, ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου. Δεν απαιτεί ιδιαίτερη σωματική δύναμη, τουλάχιστον στην αρχή, τον κυριότερο ρόλο παίζει η σωστή τεχνική. Εκτός από διασκέδαση και ολυμπιακό άθλημα, το windsurfing έχει γίνει και επαγγελματικό σπορ από το 1985, καθώς και άθλημα επιδείξεων και αγώνων σε κλειστούς χώρους, όπου δημιουργούνται τεχνητά οι απαραίτητες συνθήκες.

Καθώς στην Ελλάδα, οι καιρικές συνθήκες είναι ιδανικές (ήπιο κλίμα, κατάλληλη ένταση ανέμων κ.λπ.) το άθλημα έχει γνωρίσει θεαματική ανάπτυξη και ολοένα και περισσότεροι Έλληνες ασχολούνται συστηματικά με αυτό. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, πραγματοποιούνται σε διάφορα σημεία της χώρας ευρωπαϊκοί και παγκόσμιοι αγώνες (τουρνουά) και πρωταθλήματα, μερικοί από τους οποίους είναι από τους σημαντικότερους διεθνώς. Στις περισσότερες οργανωμένες παραλίες της χώρας, έχετε τη δυνατότητα να χαρείτε το άθλημα της ιστιοσανίδας ή να πάρετε μαθήματα από εξειδικευμένους εκπαιδευτές. Ενδεικτικά (και μόνο) σημεία, όπου μπορεί κάποιος να κάνει οργανωμένα windsurfing είναι:

-Αττική: στις παραλίες Αναβύσσου, Βάρκιζας, Λαυρίου, Λούτσας, Ραφήνας, Σχοινιά (Μαραθώνα) και Γαλάζια Ακτή (Μαραθώνα)

-Κυκλάδες: στην Πάρο (παραλίες Χρυσή Ακτή, Νέα Χρυσή Ακτή, Τσουκαλιά, Σάντα Μαρία και Πούντα), στη Μύκονο (παραλίες Φτελιά και Καλαφάτης), στη Νάξο (παραλίες Άγιος Γεώργιος και Μικρή Βίγλα), στην Ίο (παραλία Μυλόποτας), στη Σαντορίνη κ.α.

-Δωδεκάνησα: στη Ρόδο (παραλίες Τριάντα, Φανές, Πρασσονήσι και Θεολόγος), στην Κάρπαθο (Όρμος του Διαβόλου), στην Κω κ.α.

-Πάτρα (Πελοπόννησος): στις παραλίες Δρέπανο και Ζαχάρω

-Ιόνια νησιά: στη Λευκάδα (παραλία Βασιλική), στη Ζάκυνθο

-Κρήτη

-Σποράδες: στην Σκιάθο

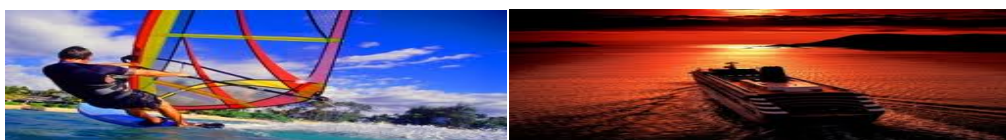
-Μακεδονία: στο νομό Θεσσαλονίκης (παραλίες Αγία Τριάδα και Νέα Μηχανιώνα και στη λίμνη Βόλβη), στη Χαλκιδική (παραλία Sunny Beach)

**Καταδυτικός-τουρισμός:** Η ιδιαίτερη καθαρότητα των ελληνικών θαλασσών και ο τεράστιος πλούτος του βυθού, αποτελούν πόλο έλξης για όσους αναζητούν τη μαγεία της υποβρύχιας εξερεύνησης. Με μάσκα επιτρέπεται παντού η ελεύθερη κατάδυση, αλλά η κατάδυση με τη χρήση φιαλών ατμοσφαιρικού αέρα (80% άζωτο + 20% οξυγόνο) απαγορεύεται σε περιοχές με υποθαλάσσιες αρχαιότητες. Στην Ελλάδα λειτουργούν δεκάδες σχολές καταδύσεων, που υπόκεινται σε ειδική άδεια του υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας. Όλοι οι αυτοδύτες υποχρεούνται να συμφωνούν και να τηρούν τους κανονισμούς και τους περιορισμούς του νόμου 5351/32 περί αρχαιοτήτων.

Υποβρύχιες δραστηριότητες με καταδυτικό εξοπλισμό επιτρέπονται από την ανατολή μέχρι τη δύση του ηλίου. Ειδικότερα, οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να γνωρίζουν ότι απαγορεύεται: -το ψάρεμα με εξοπλισμό αυτόνομης κατάδυσης (το ψαροντούφεκο με μπουκάλες). -η φωτογράφιση, η αφαίρεση ή η μεταφορά αρχαιοτήτων. Σε περίπτωση εντοπισμού αρχαίων πρέπει αμέσως να το αναφέρετε στην πλησιέστερη αρχαιολογική υπηρεσία του υπουργείου Πολιτισμού (ή στην Εφορεία Εναλίων Αρχαιοτήτων), λιμενική ή αστυνομική αρχή. -η χρήση και κατοχή (πάνω σε πλοίο) ειδικού εξοπλισμού ανεύρεσης αρχαιοτήτων.

«Κρουαζιέρες»

Η Ελλάδα, ως τουριστικός προορισμός, αποτελεί ιδιυλλιακό χώρο για να πραγματοποιήσετε ολιγοήμερες ή πολυήμερες κρουαζιέρες, καθώς διαθέτει πολλά νησιά και λιμάνια που μπορείτε να επισκεφθείτε, αλλά και ιδανικό κλίμα, το οποίο επιτρέπει ένα ευχάριστο ταξίδι τις περισσότερες εποχές του χρόνου. Επιπλέον, μια κρουαζιέρα στις ελληνικές θάλασσες σας δίνει την ευκαιρία να επισκεφθείτε σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, μοναδικές εκκλησίες και μοναστήρια, μνημεία νεώτερων χρόνων, εξαιρετικά ενδιαφέροντα μουσεία και παραδοσιακούς οικισμούς αλλά και να απολαύσετε τις φυσικές ομορφιές πολλών περιοχών της χώρας. Στην Ελλάδα λειτουργούν αρκετές εταιρείες, που διοργανώνουν κρουαζιέρες στις ελληνικές θάλασσες και νησιά, ενώ και ξένες εταιρείες δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό.<sup>12</sup>



<sup>12</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>

## 2.10 Αθλητικός Τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται και συγκεκριμένα επιδίδονται σε ένα ή περισσότερα αγώνισμα. Η μορφή αυτή του τουρισμού ονομάζεται ειδικότερα αθλητικός τουρισμός ανάπαυσης ή αναψυχής.

Όταν οι ασχολούμενοι με τον αθλητισμό (αθλητές, προπονητές, συνοδοί, βοηθητικό προσωπικό, οπαδοί) ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε αθλητικούς αγώνες, αλλά προ, ενδιάμεσα και μετά τους αγώνες αναπτύσσουν τουριστικές δραστηριότητες, τότε προκύπτει η εναλλακτική μορφή του αθλητικού τουρισμού επιδόσεων ή άμιλλας.

Η Ελλάδα, χώρα όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, είναι ιδανική για την ανάπτυξη αθλητικών δραστηριοτήτων καθώς και για την τέλεση αθλητικών αγώνων. Τις τελευταίες δεκαετίες, στη χώρα διοργανώνονται όλο και συχνότερα μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις σε πολλά σπορ (παγκόσμια πρωταθλήματα, πανευρωπαϊκοί αγώνες, σημαντικά διεθνή τουρνουά κ.ά.) με κορυφαίο γεγονός τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004, στην Αθήνα. Οι αθλητικές αυτές διοργανώσεις συνέβαλαν σημαντικά στην κατασκευή, σε όλη την επικράτεια, πολλών σύγχρονων μεγαλύτερων ή μικρότερων αθλητικών εγκαταστάσεων, σταδίων και προπονητικών κέντρων για ένα ευρύ φάσμα αθλημάτων, όπου σήμερα οι κάτοικοι αλλά και οι επισκέπτες κάθε περιοχής έχουν την δυνατότητα να ασκηθούν στο αγαπημένο τους σπορ (στίβος, ποδόσφαιρο, βόλεϊ, μπάσκετ, τένις, γκολφ, κτλ).

### **«Σπορ και Αθλήματα»**

#### Γκολφ

Είναι ένα από τα αθλήματα, που τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται ραγδαία στην Ελλάδα και αποκτούν ολοένα και περισσότερους φίλους. Σήμερα, σε όλη η χώρα λειτουργούν πέντε γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών (18 οπών), που βρίσκονται στην Αθήνα (Γλυφάδα), την Κέρκυρα, τη Ρόδο, τη Χαλκιδική και τη Χερσόνησο Κρήτης, καθώς και ένα γήπεδο 9 οπών στην Ελούντα Κρήτης, στα οποία εξασκούνται συστηματικά περισσότεροι από 1.300 παίκτες.

#### Ιππασία

Το άθλημα της ιππασίας ξεκίνησε στην Ελλάδα λίγο πριν τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, με πρωτοβουλία μιας ομάδας ανωτέρων αξιωματικών του στρατού και απλών «φιλιππων», όταν ιδρύθηκε ο Ελληνικός Ιππικός Όμιλος (Ε.Ι.Ο.) σε ένα κτήμα στον Χολαργό Αττικής. Μεταπολεμικά, ο Ε.Ι.Ο. μετακινήθηκε σε νέες εγκαταστάσεις στον Παράδεισο Αμαρουσίου (Αττικής), συγκεντρώνοντας το ενδιαφέρον πολλών Αθηναίων που διέθεταν τις προϋποθέσεις να ασχοληθούν με την ιππασία. Αποτέλεσε, έτσι, τον πρώτο σημαντικό πυρήνα ανάπτυξης της αγωνιστικής ιππασίας στην Ελλάδα. Από τότε μέχρι τις μέρες μας, η ιππασία αναπτύσσεται συνεχώς στη χώρα και θεωρείται ένα από τα ανερχόμενα αθλήματα, με μεγάλη απήχηση στον κόσμο και κυρίως στην νεολαία. Κάθε χρόνο νέοι όμιλοι ιδρύονται, νέα μέλη εγγράφονται και νέοι ιππείς εμφανίζονται στους αγωνιστικούς στίβους. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι, σήμερα, λειτουργούν πάνω από 50 περίπου ιππικοί όμιλοι (και σχολές ιππασίας), από τους οποίους οι 46 είναι αναγνωρισμένοι από την Ελληνική Ομοσπονδία Ιππασίας. Η αθλητική δύναμη της ιππασίας ανέρχεται σε 2.450 αθλητές και 1000, περίπου, αθλητικά άλογα. Εκτός από την αγωνιστική ιππασία, μπορεί κάποιος να συμμετάσχει και σε προγράμματα ιππασίας τόσο για αρχάριους όσο και για εμπειρότερους αναβάτες, τα οποία πραγματοποιούνται σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους και αγροκτήματα (ιππικά κέντρα), που βρίσκονται σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Εκεί, ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό με εκπαιδευμένα άλογα θα σας

αποκαλύπτει τα πρώτα βασικά μυστικά της ιππασίας, τηρώντας όλους τους κανόνες ασφάλειας, ενώ έχετε την ευκαιρία να κάνετε και ιππικές διαδρομές, διάρκειας μερικών ωρών, σε φυσικά μονοπάτια και πανέμορφους ορεινούς όγκους.

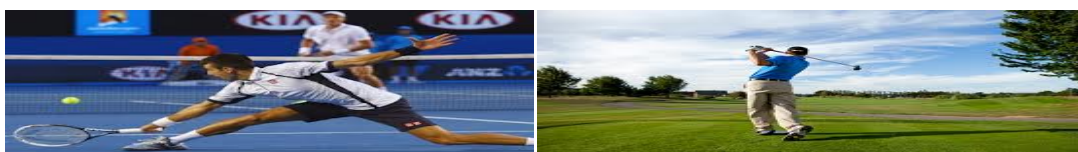
## Τένις

Στη σύγχρονη υπερεκατονταετή ιστορία του ελληνικού αθλητικού και ολυμπιακού κινήματος ελάχιστα αθλήματα δηλώνουν διαρκώς «παρών» και ανάμεσά τους εξέχουσα θέση κατέχει η αντισφαίριση (τένις). Αρχικά, εμφανίστηκε ως άθλημα της αστικής κοινωνίας στις παραμονές των Α' Ολυμπιακών Αγώνων του 1896 (Αθήνα), στους οποίους και συμμετείχε συμβάλλοντας ενεργά στην αναγέννησή τους, αλλά σήμερα, είναι ένα εξαιρετικά δημοφιλές άθλημα και εκατοντάδες χιλιάδες Έλληνες ασκούνται σ' αυτό σε ερασιτεχνική ή επαγγελματική βάση. Το ήπιο κλίμα της χώρας βοηθά σημαντικά στην εξάσκηση του σπορ, ενώ εκτός από τα γήπεδα που διαθέτουν οι κατά τόπους σύλλογοι αντισφαίρισης, πολλές ξενοδοχειακές μονάδες έχουν, επίσης, ειδικές εγκαταστάσεις για τένις.

## Αιωροπτερισμός – Αλεξίπτωτο πλαγιάς (parapente)

Στον αιωροπτερισμό ο πιλότος είναι «κρεμασμένος» (δεμένος με ειδική ζώνη) κάτω από το αιωρόπτερο (μία πτητική κατασκευή, που αποτελείται από πανί dacron και σωλήνες αλουμινίου αεροπορικού κράματος), με τέτοιο τρόπο ώστε το σώμα του να αιωρείται στο κενό σαν εκκρεμές. Μετακινώντας το βάρος του κατάλληλα και αξιοποιώντας τα ανοδικά ρεύματα του αέρα, ο πιλότος ακολουθεί την επιθυμητή κατεύθυνση, κινούμενος σε τρεις άξονες: τον διαμήκη, τον εγκάρσιο και τον κάθετο. Ανάλογα με το βαθμό εκπαίδευσης του, μπορεί να φτάσει σε ύψος 5.000 μέτρων και να παραμείνει στον αέρα επί 10 συνεχείς ώρες. Το άθλημα ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970 στις Η.Π.Α. και την Αυστραλία, γνωρίζοντας σημαντική ανάπτυξη. Τα επόμενα χρόνια, το άθλημα έγινε γνωστό σε παγκόσμιο επίπεδο και σήμερα είναι ιδιαίτερα δημοφιλές σε πάνω από πενήντα χώρες, σε όλο τον πλανήτη. Από το 1985 έχει χαρακτηριστεί ως ολυμπιακό άθλημα, αλλά ακόμα δεν έχει περιληφθεί ως αγώνισμα στο πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων. Στην Ελλάδα, εμφανίστηκε το 1978 και το 1999 εντάχθηκε στην Ελληνική Αεραθλητική Ομοσπονδία (ΕΛ.Α.Ο.). Σήμερα, στη χώρα ο αιωροπτερισμός γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής, με αποτέλεσμα να υπάρχουν, πλέον, πολλά σωματεία, που ασχολούνται με το άθλημα και μπορούν να παράσχουν υπηρεσίες εκπαίδευσης στους ενδιαφερομένους.

Το αλεξίπτωτο πλαγιάς (parapente) έλαβε το όνομά του από τις γαλλικές λέξεις parachute (αλεξίπτωτο) και pente (πλαγιά). Η ιστορία του ξεκινά τη δεκαετία του 1960 από ένα πρόγραμμα της αμερικανικής N.A.S.A., αλλά οι ουσιαστικές του βάσεις τέθηκαν στα μέσα της δεκαετίας του 1980, στη Γαλλία. Το άθλημα απαιτεί καλή φυσική κατάσταση, άριστη τεχνική, ψυχική και πνευματική διαύγεια, παρατηρητικότητα, αλλά και γνώσεις μετεωρολογίας και αεροδυναμικής, που παρέχονται από ειδικούς εκπαιδευτές. Ανάλογα με τον καιρό, το αλεξίπτωτο πλαγιάς μπορεί να φτάσει μέχρι ύψους 4.000 μέτρων και να διανύσει απόσταση 2-2,5 χλμ. Οι πτήσεις διαρκούν μερικές ώρες και οι ταχύτητες που αναπτύσσονται κυμαίνονται ανάμεσα στα 48 και 60 χλμ / ώρα. Η Ελλάδα διαθέτει ιδανικό κλίμα για πτήσεις με αλεξίπτωτο πλαγιάς, καθώς όσο πιο ξηρό είναι το κλίμα μιας περιοχής ή μιας χώρας, τόσο καταλληλότερο για την ανάπτυξη του αθλήματος.<sup>13</sup>



<sup>13</sup> <http://www.mountain-sports.gr/athlitikos-toyrismos>



## 2.11 Γεωτουρισμός

### Γεωπολιτιστικά μονοπάτια & Γεωμυθότοποι

Ο γεωτουρισμός θεωρείται μια νέα μορφή πολιτιστικό-περιβαλλοντικού τουρισμού, που μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πόλο προσέλκυσης τουριστών ειδικού ενδιαφέροντος. Κύριος στόχος του είναι η σύνδεση των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος με τη γεωλογική κληρονομιά κάθε τόπου, τα πολιτιστικά μνημεία και τις παραδόσεις του.

Μεμονωμένες περιπτώσεις ανάδειξης και αξιοποίησης γεωλογικών μνημείων υπάρχουν σε ολόκληρη την Ευρώπη. Κυριότερο παράδειγμα γεωτουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αποτελεί το απολιθωμένο δάσος Λέσβου και οι πολλαπλές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αυτό, από το μουσείο Φυσικής Ιστορίας της περιοχής (εκπαιδευτικές δραστηριότητες, διοργάνωση εκδηλώσεων και διεθνών συνεδρίων κ.τ.λ.). Το παράδειγμα αυτό αποδεικνύει τις θετικές επιδράσεις του γεωτουρισμού στην περιφερειακή αναπτυξιακή διαδικασία (αύξηση εισοδημάτων, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συγκράτηση του πληθυσμού, προσέλκυση επιστημονικού ενδιαφέροντος).

Η ανάπτυξη του γεωτουρισμού απαιτεί τη δημιουργία των απαραίτητων υποδομών (ενημερωτικά περίπτερα, σήμανση διαδρομών, δημιουργία κέντρων περιβαλλοντικής ενημέρωσης-εκπαίδευσης κ.τ.λ.) καθώς και παραγωγή γεωτουριστικών προϊόντων (ενημερωτικοί οδηγοί, αναμνηστικά είδη κ.τ.λ.). Για την ανταλλαγή εμπειριών και απόψεων σχετικά με το θέμα αυτό και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών συστάθηκε το δίκτυο ευρωπαϊκών γεωπάρκων, στο οποίο συμμετέχει και η Ελλάδα.

Ενδεικτικά, αναφέρονται άλλα παραδείγματα περιοχών αξιολογού γεωτουριστικού δυναμικού:

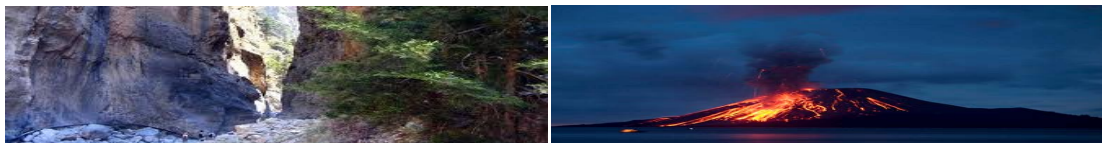
- Το φαράγγι της Σαμαριάς Κρήτης
- Τα Μετέωρα
- Το ηφαίστειο της Σαντορίνης.

### Γεωμυθολογικά μονοπάτια

Ο ελλαδικός χώρος βρίσκεται στο μέτωπο σύγκρουσης της ευρασιατικής και της αφρικανικής πλάκας (ελληνικό τόξο), και είναι μια από τις πιο ενεργές περιοχές του γήινου φλοιού, τόσο από τεκτονική, όσο και σεισμική άποψη.

Παράλληλα, αρκετά στοιχεία της ελληνικής μυθολογίας σχετίζονται με γεωλογικά φαινόμενα.

Γεωλογικά φαινόμενα ή τόποι γεωλογικού ενδιαφέροντος οι οποίοι σχετίζονται με κάποιο μυθικό πρόσωπο-ήρωα, μπορούν να ενταχθούν σε ε ιδική κατηγορία δραστηριοτήτων γεωτουρισμού, στη δημιουργία γεωμυθολογικών διαδρομών. Για τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω, ο ελλαδικός χώρος ευνοεί την ανάπτυξη των γεωμυθολογικών διαδρομών.<sup>14</sup>



<sup>14</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>

## 2.12 Ορεινός-Ορειβατικός Τουρισμός

Στον ορεινό τουρισμό υπάγεται ο τουρισμός ορεινών αθλημάτων (απλή ορειβασία, τεχνητή ορειβασία, αναρριχήσεις), ο τουρισμός της ορεινής ποδηλασίας και ο τουρισμός ορεινών κατασκηνώσεων. Ο ορειβατικός τουρισμός είναι υπάλληλη έννοια του ορεινού τουρισμού και περιλαμβάνει μόνο την ορειβασία και τις αναρριχήσεις.

Επειδή το κύριο χαρακτηριστικό του ορεινού τουρισμού είναι ότι αναπτύσσεται στις ορεινές περιοχές κρίνεται σκόπιμο να οριστούν οι περιοχές αυτές σύμφωνα με τον γεωγραφικό κατακόρυφο διαμελισμό.

- i. Λοφώδεις περιοχές, είναι εκείνες που καλύπτονται από λόφους χαμηλούς και ομαλούς με ύψος 300 έως 500 μέτρα, βατούς και προσπελάσιμους καθ'όλη τη διάρκεια του έτους
- ii. Μέσες ορεινές ή ημιορεινές περιοχές, που καλύπτονται από βουνά ύψους μέχρι 1500 μέτρα με στρογγυλές κορυφές και όχι απότομες πλαγιές, βατές και προσπελάσιμες όλο το έτος εκτός από τον χειμώνα, οπότε οι βόρειες ημιορεινές περιοχές είναι δυνατόν να καλύπτονται από χιόνια
- iii. Ορεινές περιοχές, που είναι αυτές που καλύπτονται από βουνά με υψόμετρο πάνω από 1500 μέτρα και είναι εύκολα προσπελάσιμες μόνο κατά την διάρκεια του καλοκαιριού.<sup>15</sup>



## 2.13 Χιονοδρομικός Τουρισμός και Τουρισμός Χειμερινών Αθλημάτων

Χιονοδρομικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες.

Τις τελευταίες δεκαετίες, η χιονοδρομία και το άθλημα του σκι έγιναν εξαιρετικά δημοφιλή στην Ελλάδα. Σήμερα, στο ηπειρωτικό τμήμα της χώρας λειτουργούν, συνολικά, 19 χιονοδρομικά κέντρα σύγχρονων προδιαγραφών, που αποτελούν σημαντικούς πόλους για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων χειμερινού τουρισμού και είναι ιδιαίτερα προσφιλή τόσο στους Έλληνες, όσο και στους ξένους επισκέπτες της χώρας.

Τουρισμός χειμερινών αθλημάτων (χιονοδρομικών ή παγοδρομικών) είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι η ενασχόλησή τους με τα χειμερινά αθλήματα. Σαν χειμερινά αθλήματα εννοούνται τα

<sup>15</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>



χιονοδρομικά και παγοδρομικά αθλήματα, τα αθλήματα δηλαδή που διεξάγονται πάνω στο χιόνι ή στον πάγο.

### Κατάλογος με τα χιονοδρομικά κέντρα ανά την Ελλάδα



## 2.14 Περιπατητικός Τουρισμός

Ο περιπατητικός τουρισμός ορίζεται ως η πραγματοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων, που αφορούν τη διενέργεια περιπατητικών εκδρομών διαμέσου περιοχών αξιόλογης αισθητικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας.

Η πεζοπορία σαν φυσική σωματική δραστηριότητα είναι συμφυής της ανθρώπινης σωματικής οντότητας, εύκολη στην εξάσκησή της και προσιτή σε όλους.

Η πεζοπορία γίνεται σε βατές λοφώδεις και ημιορεινές περιοχές με σκοπό την ήπια σωματική άθληση μέσα σε ένα παρθένο φυσικό περιβάλλον και με τη δυνατότητα περιήγησης και επίσκεψης αξιοθέατων περιοχών που βρίσκονται κοντά στα μονοπάτια της πεζοπορίας.

Ο περιπατητικός τουρισμός αλληλοσυνδέεται σε πολλές περιπτώσεις με τον οικοτουρισμό. Η βασική διαφορά των δύο έγκειται στο ότι ο οικοτουρισμός προϋποθέτει τη συμμετοχή του επισκέπτη για τη διατήρηση του τοπίου και της οικολογικής ισορροπίας, ενώ ο περιπατητικός τουρισμός όχι. Η Ελλάδα άργησε να δημιουργήσει ολοκληρωμένο δίκτυο αυτοκινητοδρόμων, πέραν των βασικών οδικών αρτηριών που διέσχιζαν τη χώρα. Μέχρι τότε, η επικοινωνία πραγματοποιούταν, κυρίως, μέσω των μονοπατιών, τα οποία οι γεροντότεροι κάτοικοι των ορεινών χωριών αναφέρουν ακόμα σαν «δημοσιά» (δημόσιος, κεντρικός δρόμος), διότι γι' αυτούς αποτελούσε τη σημαντικότερη οδική πρόσβαση. Παρόλο που κάποια από τα παλιά μονοπάτια και τα πετρόκτιστα καλντερίμια, αληθινά έργα τέχνης, έχουν γίνει ασφαλτοστρωμένοι δρόμοι, τα περισσότερα από αυτά ξεγλιστρούν ανάμεσα στους δρόμους και συνεχίζουν να υπάρχουν και να διατρέχουν βουνά, λόγγους και χαράδρες. Έτσι, τα τελευταία χρόνια, με διάφορες χρηματοδοτήσεις και από ποικίλους φορείς (δήμους ορειβατικούς συλλόγους, ιδιώτες κ.α.) συντηρήθηκαν, αναβίωσαν και σηματοδοτήθηκαν μεγάλα τμήματά τους σε όλη την Ελλάδα, δημιουργώντας ένα ευρύ δίκτυο συνολικού μήκους, περίπου, 3.500 χλμ. Το κυριότερο τμήμα τους καταλαμβάνουν οι επεκτάσεις των Ευρωπαϊκών Μονοπατιών Μεγάλων Διαδρομών E4, E6 και κατηγορίας O (3.000 χλμ.), ενώ εκτός από αυτά έχουν διαμορφωθεί ακόμα 500 χλμ. μικρότερων μονοπατιών, που παρουσιάζουν εφάμιλλο ενδιαφέρον.

- Μονοπάτι E4 (-GR): Ξεκινά από τα Πυρηναία Όρη και φθάνει στην Ελλάδα, μέσω της πρώην Γιουγκοσλαβίας. Το ελληνικό τμήμα του E4, διασχίζει τη βόρεια και κεντρική Ελλάδα, την Πελοπόννησο, καταλήγει στο Γύθειο και συνεχίζεται στο νησί της Κρήτης. Προσφέρει, έτσι, τη δυνατότητα στον πεζοπόρο ή τον ορειβάτη να γνωρίσει όλη την ποικιλία του ελληνικού τοπίου και τον πλούτο της ελληνικής φύσης.
- Μονοπάτι E6: Το ελληνικό τμήμα του έχει δύο σκέλη. Το πρώτο ξεκινά από την περιοχή των Πρεσπών και μέσω Καστοριάς, Ιωαννίνων και Δωδώνης φθάνει ως την πόλη της Ηγουμενίτσας. Το δεύτερο σκέλος ξεκινά από την περιοχή της Φλώρινας, διασχίζει τις ορεινές περιοχές της δυτικής, κεντρικής και ανατολικής Μακεδονίας (κατά μήκος των συνόρων της Ελλάδας με τη FYROM και τη Βουλγαρία) και φθάνει ως την πόλη της Αλεξανδρούπολης, στην περιοχή της Θράκης.

Που μπορώ να κάνω trekking: (trekking είναι πεζοπορία μέσα σε μονοπάτια και διαδρομές στο βουνό, με συνοδεία επαγγελματιών οδηγών βουνού)

- Ευρυτανία -Άγραφα, Χελιδόνα, Καλιακούδα, Κρέντης
- Καστοριά - Καταρράκτες
- Τζουμέρκα - Καλαρρύτες
- Πελοπόννησος - Φαράγγι Λούσιου, Ταΰγετος, Χελμός
- Κρήτη - Φαράγγι Σαμαριάς, Φαράγγι Αγ. Ειρήνης, νότια παράλια, Λευκά Όρη, Ψηλορείτης, Λασιθιώτικα Όρη
- Κυκλάδες
- Ιθάκη
- Ζαγοροχώρια - Φαράγγι Βίκου, Βοϊδομάτης, Βραδέτο, Όρος Γκαμήλα, Δρακόλιμνη
- Όλυμπος
- Γρεβενά - Βάλια Κάλντα, Ορλιακας, Λίμνες Φλέγγας
- Κέρκυρα - Λίμνη Κορισίων
- Χελμός
- Καλάβρυτα - Φαράγγι Βουραϊκού
- Ορεινή Πέλλα- Καιμακτσαλάν, Τζένα Πίνοβο
- Ξάνθη- Καταρράκτης Λειβαδίτη, Στενά Νέστου, Κούλα, Γυφτόκαστρο<sup>16</sup>



<sup>16</sup> Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), <<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:Ανταγωνίστριες Μεσογειακές Χώρες**

### **3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους αποτελώντας, κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλει στη συνολική ανάπτυξη των χωρών.

Αποτελεί σημαντική πηγή πλούτου για κάθε χώρα και αυτός είναι ο λόγος που κάθε κυβέρνηση προσπαθεί με έργα και αποφάσεις να τον ενισχύσει. Τα ταξίδια φέρνουν τους ανθρώπους διαφορετικών πολιτισμών σε επαφή μεταξύ τους. Λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα του εναλλακτικού τουρισμού, μπορεί να δημιουργηθεί σιωπηρά ένα κλίμα κατανόησης ανάμεσα στους ανθρώπους και τους πολιτισμούς και να προωθήσουν πολιτιστικές ανταλλαγές ανάμεσα στους <<φιλοξενούμενους>> και τους <<οικοδεσπότες>>. Ο ανταγωνισμός στον τουρισμό εκτείνεται παγκοσμίως ενώ η “γειτονία” της Ελλάδας και οι τουριστικές τάσεις αλλάζουν.

Γνωρίζουμε όλοι ότι στη λεκάνη της Μεσογείου υπάρχουν πολλές χώρες που προσφέρουν το τουριστικό πακέτο των 3s (Sea, Sun, Sand) ενώ οι πιο δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί αποτελούν η Κύπρος, η Τουρκία, η Αίγυπτος, η Μάλτα, η Ιταλία, η Ισπανία, η Τυνησία και η Γαλλία (νότια Γαλλία).

Τα πράγματα για τον Ελληνικό τουρισμό ήταν καλά για αρκετές δεκαετίες και μάλιστα χωρίς να απαιτείται ιδιαίτερος σκοπός. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια η κατάσταση άλλαξε. Ο παγκόσμιος τουριστικός ανταγωνισμός είναι σκληρός. Ως εκ τούτου απαιτείται πολύ μεγάλη προσπάθεια ώστε να ανέβουν οι δείκτες ποιότητας, επαγγελματισμού και διαφήμισης των τουριστικών προορισμών. Πρωτεύων σημασία έχει η ανάδειξη των δυνατοτήτων των δυνατών σημείων ενός τουριστικού προορισμού για να γίνει πιο ανταγωνιστικό.

#### **3.1.1 ΤΟΥΡΚΙΑ**



Η Τουρκία είναι μια αναπτυσσόμενη χώρα όπου βρίσκεται στη νοτιοδυτική Ασία. Η χερσόνησος της Ανατολίας βρίσκεται ανάμεσα στη Μαύρη θάλασσα και τη Μεσόγειο θάλασσα όπου συγκροτεί το βασικό τμήμα της χώρας. Η Τουρκία συνορεύει δυτικά με την Ελλάδα και τη Βουλγαρία, ανατολικά με τη Γεωργία, την Αρμενία, το Αζερμπαϊτζάν και το Ιράν και νότια με το Ιράκ και τη Συρία. Η γεωγραφική θέση της Τουρκίας, γέφυρα μεταξύ Ευρώπης και Ασίας θέλουν τη Τουρκία να αναπτύσσει τον τουρισμό της σε μεγάλο βαθμό, καθώς δίνει τη προτεραιότητα στις ειδικές μορφές του εναλλακτικού τουρισμού.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%BA%CE%AF%CE%B1>

Μία από τις μορφές αυτές είναι ο θρησκευτικός τουρισμός αφού η Τουρκία είναι κατάλληλα προικισμένη διότι πολλές περιοχές της όπως ο Πόντος, Ταρσός, Αντιόχεια στα σύνορα με Συρία βρίθουν χριστιανικών μνημείων. Η τουριστική βιομηχανία αναμένει ο θρησκευτικός τουρισμός να προσελκύσει στη χώρα 600.000 επισκέπτες κατ' έτος με προορισμό τις μεγάλες μητρόπολης της αρχαιότητας ή στις «Επτά Εκκλησίες της Αποκαλύψεως» στην Εφεσό, στην Σμύρνη, στην Πέργαμο στη Θυάτειρα , στην Σάρδεις, στη Φιλαδέλφεια και στην Λαοδείσια. Είναι γνωστό βέβαια τόσο από τη θρησκεία τους όσο και από τις χώρες που συνορεύει ότι ο θρησκευτικός τουρισμός ενδιαφέρει και το Ισλάμ καθώς εκεί βρίσκονται σημαντικά έργα Ισλαμικής τέχνης αλλά και ιερές πόλεις του Ισλάμ όπως η Κόνια και η Ούρφα.

Η περιοχή που βασίζεται στον θρησκευτικό χριστιανικό τουρισμό είναι η Αντιόχεια στα σύνορα με τη Συρία. Η πόλη της Antakya, στη θέση μιας από τις σημαντικότερες μητρόπολης του Ελληνιστικού κόσμου έχει στη περιφέρειά της σημαντικά χριστιανικά μνημεία λατρείας. Στη πόλη και στα γύρω χωριά επιβιώνουν ακόμη Ελληνορθόδοξοι πληθυσμοί και αυτό τη κάνει τη μόνη περιοχή που θυμίζει το Οθωμανικό εθνικό μωσαϊκό και γι' αυτό προωθείται στην ίδια τη Τουρκία ως «Πόλη της θρησκευτικής συμβίωσης». Βέβαια δεν θα μπορούσαμε να κλείσουμε την παράγραφο αυτή χωρίς να αναφερθούμε στον τόπο λατρείας, την Αγία Σοφία η οποία βρίσκεται στην Κωνσταντινούπολη και περιλαμβάνεται στα δέκα κορυφαία μνημεία του κόσμου. Η Αγία Σοφία χτίστηκε σαν βυζαντινή εκκλησία, στην συνέχεια χρησιμοποιήθηκε σαν μουσουλμανικό τζαμί και σήμερα λειτουργεί μόνο σαν μουσείο.<sup>18</sup>

Επίσης μία ακόμη μορφή εναλλακτικού τουρισμού δέουσας σημασίας για τη Τουρκία είναι ο οικοτουρισμός καθώς η Τουρκία μέσα σε 1400 τετραγωνικά χιλιόμετρα έχει τέσσερις βιότοπους με μοναδικά οικοσυστήματα που είναι πλούσια σε χλωρίδα και πανίδα. Αυτά είναι η λίμνη EGIRDİR οι οποία φιλοξενεί στο βυθό της οχτώ διαφορετικά ενδημικά είδη ψαριών μερικά από αυτά είναι το Corpio, το Leusiscus κ.α. Γύρω από τη λίμνη υψώνονται πλαγιές και κορυφές του βουνού φιλοξενώντας εκεί λιγοστούς χρυσαετούς καθώς και 171 ήδη πουλιών. Ακόμη το Εθνικό πάρκο της λίμνης Kovada αποτελεί την υγρή καρδιά του ομώνυμου εθνικού πάρκου που δημιουργήθηκε το 1970 καθώς φιλοξενεί στα νερά της ψάρια όπως π.χ. τα Tinca tinca αλλά και παραμετρικά της λίμνης παρατηρείται η πλούσια ορνιθοπανίδα με 153 είδη πουλιών.

Εντυπωσιακά πλούσια είναι και χλωρίδα που αριθμεί περισσότερο από 500 καταγεγραμμένα είδη φυτών, κυρίως λουλούδια στα οποία περιλαμβάνονται και 73 είδη άγριας ορχιδέας. Ακόμη ένα οικοσύστημα ιδιαίτερου ενδιαφέροντος είναι το φαράγγι της Yazilli. Είναι σηματοδοτημένο μονοπάτι που περνάει πάνω από στενά γεφύρια κινείται συνεχώς μέσα στο εκπληκτικής ομορφιάς φαράγγι παράλληλα με το ποτάμι που κατεβάζει ερμητικά τα πλούσια νερά του δημιουργώντας ψηλούς καταρράκτες. Το σχεδόν ονειρικό σκηνικό συμπληρώνει η πυκνή βλάστηση από πεύκα, κυπαρίσσια, πλατάνια, βελανιδιές καθώς και αρκετά πλούσια είναι η ορνιθοπανίδα και η πανίδα καθώς περιλαμβάνει ασβούς, σκίουρους, λαγούς, πέρδικες, γεράκια κ.α.

<sup>18</sup> <http://www.turkishgreeknews.org/axiotheata-tis-toyrkias-0>

<http://www.turkishgreeknews.org/diakopes-stin-konstantinoypoli-5561.html?page=0%2C6>

Το τελευταίο και σημαντικότερο οικοσύστημα αποτελεί το προστατευμένο δάσος Kasnak Mesesi στις πλαγιές του βουνού Davras, έχει χαρακτηριστεί από 1987 προστατευμένο αφού στα 13000 στρέμματα φιλοξένει πολλά θηλαστικά τα οποία βρίσκονται ήδη στη κόκκινη λίστα των υπό εξαφάνιση ειδών όπως ο γκρίζος λύκος, ο ασιατικός λύγκας κ.α. καθώς και διάφορα είδη πουλιών όπως όρνεα, αετοί, γυπαετοί. Αυτά τα τέσσερα οικοσυστήματα αποτελούν σημαντικό προορισμό για τους λάτρεις του οικοτουρισμού αφού μπορούν να εξερευνήσουν και να θαυμάσουν την ομορφιά τους και ιδιαίτερα για παρατηρητές πουλιών, βοτανολόγους και βιολόγους καθώς επίσης και για οικοτουρίστες που θέλουν να συνδυάσουν μαζί τον οικοτουρισμό και τον αθλητικό τουρισμό κάνοντας ορειβασία, αναρρίχηση στα βουνά, καγιάκ, rafting κ.α. τέτοια αθλήματα.<sup>19</sup>

Μία άλλη εναλλακτική μορφή τουρισμού για τη Τουρκία δοκιμασμένη και με επιτυχία είναι εκείνη του τουρισμού υγείας και ο ιαματικός τουρισμός που προωθούν ιδιωτικές κλινικές στα θέρετρα της χώρας. Οι τουρίστες μεταβαίνουν σε αυτές για ιατρικές εγχειρίσεις που γίνονται σε μικρότερο κόστος απ' ότι στην Ευρώπη και παράλληλα συνδυάζουν τις διακοπές τους. Κυρίως για εγχειρίσεις καρδιάς, οφθαλμολογικές επεμβάσεις, μεταμοσχεύσεις οργάνων αλλά και για τα ιαματικά λουτρά. Διαθέτει 2000 πηγές που διατηρούνται στα εδάφη και τις έχει εκμεταλλευτεί πλήρως όπως και τα λουτρά της. Το καθένα από αυτά έχει διαφορετικές θεραπευτικές ιδιότητες που τα καθιστά μοναδικά. Τα πιο δημοφιλή και με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα είναι το χωρίο Yolluyazi που υπάρχουν οι περίφημες θερμές πηγές Danbat και ο νομός Amasya που προσφέρει πλούτο από ιαματικές πηγές στο κέντρο της πόλης αλλά και σε κοντινές επαρχίες όπως Goynucek και Hamamozu.<sup>20</sup>

Βέβαια δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε και το πολιτιστικό κομμάτι της Τουρκίας καθώς είναι και αυτό το κομμάτι του τουρισμού που αυξάνει τα ποσοστά προσέλευσης στη χώρα. Η Κωνσταντινούπολη θεωρείται το σημαντικότερο πολιτιστικό κέντρο της Τουρκίας και αυτό γιατί έχει πολλές εκκλησίες και μουσεία στις συνοικίες της. Ο οικισμός Τσινίλι στο ανάκτορο του Τοπ-Καπι μετατράπηκε σε αρχαιολογικό μουσείο που περιλαμβάνει συλλογές ισλαμικής τέχνης και είναι ένα από τα μεγαλύτερα μουσεία του είδους στον κόσμο αφού διαθέτει πάνω από 1.000.000 εκθέματα από το γεωγραφικό χώρο της Μεσογείου, των Βαλκανίων, της Μέσης Ανατολής και άλλων χωρών. Επίσης στην πόλη βρίσκεται το μουσείο Μοντέρνας Τέχνης που φιλοξενεί σημαντικά έργα τέχνης στη ζωγραφική, στη γλυπτική και στη φωτογραφία. Αξιοσημείωτο είναι και η Αγία Σοφία με τους τέσσερις μιναρέδες δίπλα από τη περιοχή του παλιού Ιππόδρομου της Κωνσταντινούπολης όπου σήμερα αποτελεί δημόσιο πάρκο και ονομάζεται πλατεία Σουλτάν Αχμέτ. Στο Μπαλουκλί αξίζει κανείς να επισκεφτεί την εκκλησία της Ζωοδόχου Πηγής όπου το νερό της θεωρείται θαυματουργό και ήταν έθιμο ο αυτοκράτορας να γνωρίζει εκεί τη μέλλουσα βασίλισσά. Όπως και ο ναός της Αγίας Ειρήνης με χαρακτηριστικά ρωμαϊκής βασιλικής που λειτουργεί επίσης σαν μουσείο. Ακόμη στη βόρεια είσοδο του ιππόδρομου είναι κτισμένο το λεγόμενο Γερμανικό σιντριβάνι με στοιχεία νεοβυζαντινής αρχιτεκτονικής.

Επιπλέον ένα σημαντικό αξιοθέατο είναι το τέμενος του Σουλεϊμάν αφιερωμένο στο Σουλεϊμάν Α' τον Μεγαλοπρεπή. Η Καπαδικία λεγόμενη και ως Goreme πρόκειται για μία μικρή πόλη

<sup>19</sup> [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)

[www.nocomments.gr](http://www.nocomments.gr)

<sup>20</sup> <http://voria.gr/index.php?module=news&func=display&sid=144839>

κυριολεκτικά λαξευμένη σε ηφαιστειακό βράχο που αποτελεί την πύλη προς το Εθνικό Πάρκο Goreme, ένα εκπληκτικό μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς της Unesco με εκκλησίες-σπηλιές που υπάρχουν από τον 10<sup>ο</sup> και 11<sup>ο</sup> αιώνα. Ακόμη κατά μήκος του Βοσπόρου υπάρχουν τα κάστρα Ρούμελι Χισάρ στην Ευρωπαϊκή Τουρκία και το Ανατόλου Χισάρ στην Ασιατική ακτή.<sup>21</sup>

Ιδιαίτερη ανάπτυξη έχει και ο αθλητικός τουρισμός στη Τουρκία. Διαθέτει ένα από τα μεγαλύτερα σε χωρητικότητα στάδιο το οποίο είναι το Ολυμπιακό Στάδιο Ατατούρκ όπου εξυπηρετεί αθλήματα του στίβου και ποδοσφαιρικούς αγώνες, έχοντας χαρακτηριστεί ως γήπεδο πέντε αστέρων κατά τα πρότυπα της UEFA αλλά και για τις εγκαταστάσεις των γηπέδων γκολφ όπου εκεί που δεν υπάρχει τίποτα κατασκευάζουν γήπεδα γκολφ. Στην περιοχή Μπέλεκ όπου φιλοξενεί τα περισσότερα γήπεδα γκολφ υπάρχει το μεγαλύτερο γήπεδο με το όνομα Κουσαντασι και έχει έκταση περίπου 6.400 μέτρα και έχει περίπου 130 μέτρα αλλαγές υψώματος με θέα τα γύρο βουνά. Επίσης λαμβάνουν χώρα ορισμένοι αγώνες ιστιοπλοΐας οι οποίοι διεξάγονται στο Βόσπορο όπως και στη θάλασσα του Μαρμαρά.

Σε στάδιο ανάπτυξης είναι και οι μαρίνες για μικρά σκάφη, κίνηση η οποία κάνει την Τουρκία ιδιαίτερα ανταγωνιστική απέναντι στην Ελλάδα και έχει σκοπό μετά από μία δεκαετία ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού και αφού παραμένει 6<sup>η</sup> σε παγκόσμιες αφίξεις να αναπτύξει και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως λιμάνια για κρουαζιερόπλοια, μαρίνες, αεροδρόμια κ.α.<sup>22</sup>



### 3.1.2 ΤΥΝΗΣΙΑ



Η Τυνησία (επίσημα: Δημοκρατία της Τυνησίας) είναι μία χώρα στις Μεσογειακές ακτές της βόρειας Αφρικής. Είναι το μικρότερο και πιο ανατολικό από τα κράτη που εκτείνονται κατά μήκος της οροσειράς του Άτλαντα και συνορεύει με την Αλγερία στα δυτικά και τη Λιβύη στα νοτιοανατολικά. Το 40% της χώρας καταλαμβάνει η έρημος Σαχάρα και το υπόλοιπο περιλαμβάνει γόνιμα εδάφη και προσβάσιμες ακτές. Η γεωγραφία της χώρας έπαιξε σημαντικό ρόλο στους αρχαίους χρόνους, αρχικά με τη Καρχηδόνα, πόλη των Φοινίκων και αργότερα σαν Αφρικανική επαρχία, καθώς αποτελούσε τον σιτοβολώνα της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας. Η χώρα είναι γνωστή στους τουρίστες τόσο για τον πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό όσο και για τον γαστρονομικό, ιαματικό και τον αθλητικό τουρισμό.<sup>23</sup>

Η Τυνησία διαθέτει μεγάλη πολιτιστική κληρονομία αφού χιλιάδες χρόνια τώρα, μεγάλοι πολιτισμοί σφράγισαν την ιστορική κληρονομία της Τυνησίας. Τολμηροί και εφευρετικοί οι

<sup>21</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%BA%CE%AF%CE%B1>

<sup>22</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%89%CE%BD%CF%83%CF%84%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%8D%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B7#>

<sup>23</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki>



Φοίνικες την έκαναν δεύτερη πατρίδα τους με την ίδρυση της Καρχηδόνας ως κέντρο μιας πλούσια αυτοκρατορίας που συνέδεσε τις τέσσερις γωνίες της Μεσογείου. Οι Ρωμαίοι εξέφρασαν την ενθουσιώδη φύση τους χτίζοντας αμφιθέατρα, ναούς, υδραγωγεία και βίλες, καλοδιατηρημένα μνημεία μέχρι και σήμερα. Οι μεδίνες της Τυνησίας και ιδιαίτερα της Τύνιδας, η οποία αποτελεί παγκόσμια κληρονομιά, συντηρούν την μνήμη της αραβο-οθωμανικής εποχής με τα τζαμιά, τα παλάτια, τα πλουσιοπάροχα διακοσμημένα κεραμίδια με φιλιγκράν και ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής θολωτά στενά δρομάκια.

Μερικά από τα πιο γνωστά μνημεία της Τυνησίας είναι το Al-Zaytina τζαμί που καλύπτει πάνω από 5.000 τ.μ. το παλάτι Dar Ben Abdollah που είναι από τα πιο καλοδιατηρημένα παλάτια του 18<sup>ου</sup> αιώνα και το Musee National du Bardo χτισμένο το 13<sup>ο</sup> αιώνα και πρόσφατα πλήρως ανακαινισμένο. Αυτό το υπέροχο παλάτι δεν είναι μόνο ένα εξαιρετο παράδειγμα της αραβο-μουσουλμανικής αρχιτεκτονικής αλλά στεγάζει επίσης Εθνικό μουσείο της Τύνιδας. Ακόμη η Σούσα και το λιμάνι El Kantaoui είναι λιμάνι και πόλη της αρχαιότητας. Είναι η Τρίτη μεγαλύτερη πόλη της Τυνησίας. Η καλοδιατηρημένη Medina της, τα θαυμάσια τείχη και τα εξαιρετικά μνημεία της χρονολογούνται από το μεσαίωνα. Γειτονεύει με το λιμάνι El Kantaoui πρωτοπόρο σταθμό για τον τουρισμό και κυρίως για τον εναλλακτικό τουρισμό αφού διαθέτει γήπεδα γκολφ και ιστιοπλοϊκό λιμάνι. Βέβαια δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε και την παράδοση που έχει η Τυνησία από αμνημονεύτων χρόνων στην αγγειοπλαστική δημιουργούνται τεράστια βάζα αποθήκευσης, φλυτζάνια, πιάτα με μορφές εμπνευσμένα από τη καθημερινότητα της καθώς και χαλιά χρησιμοποιώντας συνθέσεις από τη φύση.

Ο τουρισμός η οποίος αναπτύσσεται στην Τυνησία είναι ο γαστρονομικός τουρισμός. Ο γαστρονομικός τουρισμός δεν είναι ο τουρισμός που προσελκύει περισσότερους τουρίστες στις μεσογειακές χώρες και αυτό εξαιτίας το ότι οι γεύσεις και τα φαγητά είναι οικία στις χώρες της λεκάνης της μεσογείου. Παρόλα αυτά η Τυνησία είναι μία χώρα που παρέχει αυτό τον τουρισμό αφού έχει μαγειρική παράδοση και αρκετά επηρεασμένη από τις αραβο-οθωμανικές χώρες. Για παράδειγμα θεωρούν το κουσκούς ένα από τα καλύτερα πιάτα τους και έχουν μεγάλη ποικιλία στις ζύμες όπως <<δαχτυλίδια>> από αμύγδαλο και ροδόνηρο, μπουκίτσες μπακλαβαδάκια με ψιλοκομμένα αμύγδαλα κ.α.

Κλείνοντας για την Τυνησία η οποία είναι μια χώρα διαφορετικής ομορφιάς από αυτές της Μεσογείου και αυτό λόγω του συνδυασμού θάλασσας και ερήμου αναπτύσσονται κα πολλές δραστηριότητες αθλητικού τουρισμού όπως είναι η κατάδυση, η χρήση ενός καταμαράν ή ενός σκι νερού ή η ιστιοσανίδα και για εκτός θάλασσας είναι το κάρτινγκ άμμου, παραπέντε, πεζοπορία, αντισφαίριση, ποδοσφαίριση.<sup>24</sup>



<sup>24</sup> <http://www.taxidia-prosfores.gr/odiporiko-tinisia-fotografies/>  
<http://www.clickatlife.gr/story?id=2285090>  
<http://www.pamepaketo.gr/package/Guideltem.do?guid=18>  
[http://tourismlobby.blogspot.gr/2010/03/blog-post\\_24.html#.UveJ4fmSwxQ](http://tourismlobby.blogspot.gr/2010/03/blog-post_24.html#.UveJ4fmSwxQ)

### 3.1.3 ΙΣΠΑΝΙΑ



Το Βασίλειο της Ισπανίας είναι ένα κράτος της νοτιοδυτικής Ευρώπης, που καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος της Ιβηρικής χερσονήσου. Προς Βορρά ορίζεται από τον Βισκαϊκό κόλπο και με τη Γαλλία από την οποία την χωρίζει η μεγάλη οροσειρά των Πυρηναίων. Επίσης επί των Πυρηναίων και Βορειοανατολικά συνορεύει με την Ανδόρρα. Ανατολικά και νότια βρέχεται από τη Μεσόγειο Θάλασσα και νοτιοδυτικά βρέχεται από τον Ατλαντικό Ωκεανό. Δυτικά συνορεύει με την Πορτογαλία. Η Ισπανία έχει έκταση 504.782 χ.λ.μ. και πρωτεύουσα της είναι η Μαδρίτη. Έχει μεγάλη ανάπτυξη στον τουρισμό της και αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς παγκοσμίως, αφού διαθέτει γλυκό κλίμα, εξαιρετικές παραλίες, πλήθος μνημείων και σημαντικό πολιτισμό. Είναι η χώρα που αναπτύσσει τις περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού και αυτές είναι ο πολιτιστικός τουρισμός με δέουσα σημασία για τη χώρα, ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο αθλητικός και ο γαστρονομικός τουρισμός. Επίσης στη Μαδρίτη βρίσκονται τα κεντρικά γραφεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (*World Tourism Organization, WTO*).<sup>25</sup>

Η πρωτεύουσα της Ισπανίας η Μαδρίτη όπως και οι άλλες πόλεις αποτελούν την καρδιά του πολιτισμού, της τέχνης και της ζωγραφικής από τον Βελάσκουεθ, τον 17ο αιώνα, τον Γκόγια τον 18ο και 19ο αιώνα, μέχρι τον Πικάσο, τον Νταλί και τον Μιρό, τον 20 αιώνα. Ενώ η Μαδρίτη διαθέτει σύγχρονες υποδομές, έχει διατηρήσει την όψη και την αισθητική πολλών από τις ιστορικές γειτονίες και οδούς. Τα αξιοθέατά της περιλαμβάνουν το Βασιλικό Παλάτι της Μαδρίτης, το Βασιλικό Θέατρο με την αποκατεστημένη Λυρική Σκηνή του, του 1850, το πάρκο Μπούν Ρετίρο το οποίο ιδρύθηκε το 1631, το κτίριο της Εθνικής Βιβλιοθήκης το οποίο περιέχει κάποια από τα ιστορικά αρχεία της Ισπανίας, μεγάλος αριθμός εθνικών μουσείων, και το Χρυσό Τρίγωνο της Τέχνης, το οποίο βρίσκεται κατά μήκος της Πασέο δελ Πράδο και το οποίο αποτελείται από τρία μουσεία τέχνης: το Μουσείο Πράδο με τη ναυαρχίδα του μεγάλου της στόλου της τέχνης είναι βέβαια το διασημότερο μουσείο, το Μουσείο Τέχνης Βασίλισσα Σοφία, μουσείο μοντέρνας τέχνης, και το Μουσείο Thyssen-Bornemisza το οποίο συμπληρώνει τις ελλείψεις των άλλων δύο μουσείων. Η *Plaza de Cibeles* με το παλάτι και το σιντριβάνι της έχουν γίνει το μνημείο σύμβολο της πόλης. Τα μουσεία της, οι πινακοθήκες, τα ιδρύματα και οι γκαλερί της αποτελούν δείγματα μιας εξελιγμένης αισθητικής και μιας μακρόχρονης καλλιτεχνικής παράδοσης, και είναι από τα σημαντικότερα στην Ευρώπη και στον κόσμο.

Επίσης και η Βαρκελώνη είναι μια πόλη που με την πρώτη ματιά σε εντυπωσιάζει, από τα μεσαιωνικά κτίρια της συνοικίας *Barrio Gotico* στο κέντρο της Πόλης και το μοντερνισμό του *Antonio Gaudí*, μέχρι τα υπερ-ντιζαϊνάτα κτίρια της *Μπαρτσελονέτα*. Τα παιδιά της πόλης είναι ο *Σαλβαδόρ Νταλί*, ο *Χουάν Μιρό*, ο *Αντόνι Γκαουντί* και για ένα διάστημα και ο *Πάμπλο Πικάσο* οι οποίοι αφήσανε μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά ο καθένας με τα έργα του. Σημαντικότερα αξιοθέατα είναι η ημιτελής εκκλησία *Σαγράδα Φαμίλια* του *Γκαουντί* που δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμα ίσως ένα από το πιο επιβλητικά κτίρια στον κόσμο γιατί έχει τόσες πολλές λεπτομέρειες με ασυνήθιστες γραμμές και σχέδια όπως και *Casa Batlló* με τα

<sup>25</sup> <http://el.wikipedia.org/wiki>



χρωματιστά μωσαϊκά, ένα από τα πιο ιδιαίτερα κτίρια στην Ευρώπη. Το Parc Guell, το ψυχεδελικό πάρκο που σχεδίασε ο Γκαουντί στα δυτικά της πόλης. Επιπλέον ο λόφος του Montjuic, με τα περισσότερα μουσεία να βρίσκονται εκεί. Την πλατεία Placa de Sant Felip Neri, μία από τις πιο ρομαντικές πλατείες της γοθικής συνοικίας, καθώς και το γοθικού ρυθμού ναό Santa Maria del Mar. Καθώς επίσης και πολλά μουσεία όπως το Museu Picasso εκτός του ότι φιλοξενεί 3.500 έργα του μεγάλου ζωγράφου, στεγάζεται και σε ένα μεγαλοπρεπές μεσαιωνικό κτίριο περιτριγυρισμένο από όμορφους κήπους. Το Fundació Joan Miró είναι ένα μουσείο αφιερωμένο στον υπερρεαλισμό και την εικονοπλαστική δύναμη των έργων του διάσημου Καταλανού ζωγράφου Χουάν Μιρό. Στο λόφο Montjuic βρίσκεται το Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) που καλύπτει εικαστικά 100 χρόνια Καταλανικής τέχνης και το Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) είναι το μουσείο σύγχρονης τέχνης της Βαρκελώνης που φιλοξενεί εκθέσεις με θέμα την αρχιτεκτονική και τη σύγχρονη τέχνη, αλλά και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις γύρω από τη μουσική, το χορό και το θέατρο.

Στο νότιο τμήμα της Ισπανίας βρίσκουμε την Ανδαλουσία μία περιοχή με μεγάλη παράδοση αφού εκεί γεννήθηκε το φλαμενγκο, οι ταυρομαχίες, ο <<Φίγκαρο>>, ο Φεδερίκο Γκαρθία Λόρκα και ο Πάμπλο Πικάσο. Σημαντικά μνημεία και μουσεία όπως ο Καθεδρικός Ναός της Santa Maria, ηλικίας 600 ετών, το Alcazar, ένα σύμπλεγμα παλατιών με εκπληκτικούς κήπους, το Μουσείο Ταυρομαχιών ( Museo Taurino ) όπου μπορεί εκεί κανείς να δει μεταξύ άλλων πίνακες, γλυπτά, φωτογραφίες, μανδύες και εντυπωσιακά κοστούμια ταυρομάχων. Στο πάρκο Maria Luisa υπάρχουν, το Αρχαιολογικό Μουσείο (Museo Arqueologico) με αναφορές στην ιστορία της πόλης και το Λαογραφικό Μουσείο (Museo de Artesy Costumbres Populares) με αναφορές στη παραδοσιακή μουσική και ένδυση καθώς επίσης και στη διακόσμηση της αρχαίας Σεβίλλης.

Εκτός από τα φεστιβάλ και τις εκδηλώσεις της καλοκαιρινής Μαδρίτης, πραγματοποιείται η διάσημη Photo Espana σε ένα πλήθος γκαλερί και πολιτιστικών χώρων, με τη φωτογραφία να είναι ο πρωταγωνιστής αυτού του μοναδικού και διεθνώς αναγνωρισμένου φεστιβάλ. Σε όποια κοινότητα και σε όποια πόλη της Ισπανίας ταξιδέψεις θα διακρίνεις το πλούσιο πολιτιστικό κομμάτι της.

Τόπος λατρείας και προσέλευσης πολλών τουριστών με ενδιαφέρον για τον θρησκευτικό τουρισμό αποτελεί και η Ισπανία. Οι Ισπανοί είναι κατά το μεγαλύτερο μέρος τους χριστιανοί Ρωμαιοκαθολικοί, αν και η δύναμη της Εκκλησίας έχει μειωθεί αρκετά τα τελευταία χρόνια. Μερικές πόλεις από στις οποίες ο θρησκευτικός τουρισμός υπερισχύει είναι αυτή της Άβιλα η πόλη των Ύμνων και των Αγίων (Ciudad de los Cantos y los Santos), με τις αμέτρητες εκκλησίες, τα μοναστήρια και με τα τεράστια τείχη της να την αγκαλιάζουν και να την εγκλωβίζουν μέσα σε ένα μεσαιωνικό παραμύθι. Ο θρησκευτικός τουρισμός ανθεί στην Άβιλα, η οποία κατέχει το ρεκόρ του μεγαλύτερου αριθμού εκκλησιών αναλογικά με τους κατοίκους της σε όλη την Ισπανία, και το σίγουρο είναι ότι σε κάθε γωνιά του δρόμου θα βρίσκεσαι μπροστά στη λαξευτή πόρτα ενός ναού. Αξίζει όμως να επισκεφτείς τον Καθεδρικό Ναό της Άβιλα, που αποτελεί και κομμάτι του Τείχους, καθώς έχει σχεδιαστεί και για στρατιωτική χρήση με ένα μοναδικό γοθικό χαρακτήρα.

Αξιοσημείωτες επίσης είναι η Βασιλική του Σαν Βιθέντε με το μοναδικό Κενοτάφιο των Αγίων Αδερφών Μαρτύρων ρωμανικής τέχνης, η Εκκλησία του Σαν Πέδρο και φυσικά το Βασιλικό

Μοναστήρι του Αγίου Θωμά, που η επιβλητική γοθική αρχιτεκτονική του αντικατοπτρίζει τη σκοτεινή του φήμη ως έδρα της Ιεράς Εξέτασης. Επίσης η Διαδρομή του Αγίου Ιακώβου έχει ανακηρυχθεί μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ουνέσκο. Είναι η διαδρομή που διανύουν οι προσκυνητές που προσέρχονται από όλη την Ισπανία και την Ευρώπη για να αποτίσουν φόρο τιμής στα ιερά λείψανα του Αποστόλου Ιακώβου του Πρεσβύτερου. Ακόμη Málaga - Μάλαγα είναι μια περιοχή η οποία αξίζει να επισκεφτείς το Ο Καθεδρικός Ναός της Μάλαγας και την Εκκλησία του Αγίου Ιωάννη του Βαφτιστή είναι ένας χριστιανικός ναός μεγάλης ιστορικής αξίας για την πόλη. Κατασκευάστηκε το 1487 όταν κατακτήθηκε η πόλη από τους Καθολικούς Βασιλιάδες.

Η Ριμπέρα Σάκρα αποτελείται από το νότιο τμήμα της επαρχίας του Λούγο και το βόρειο της επαρχίας της Ορένσε. Εδώ συγκεντρώνεται μεγάλος αριθμός μοναστηριών και ναών που ορθώνονται στα εντυπωσιακά φαράγγια και στις απόκρημνες πλαγιές. Επί του παρόντος είναι επισκέψιμα 18 μοναστήρια μεταξύ των οποίων ξεχωρίζουμε το πρόσφατα εγκαινιασμένο Parador de San Estevo de Ribas de Sil. Αυτές είναι μόνο μερικές από τις περιοχές με θρησκευτικά μνημεία και αξιοθέατα.

Θα ήταν αδύνατο σε μία τέτοια χώρα με τόσο μεγάλη παράδοση στον τουρισμό και με τέτοια πλήθος συγκριτικών πλεονεκτημάτων έναντι άλλων χωρών να μην υπάρχει σημαντική ανάπτυξη και της αγροτουριστικής δραστηριότητας. Με τη συνδρομή της πολιτείας ο Ισπανικός αγροτουρισμός οργανώνεται συστηματικά και φιλοξενεί μεγάλο μέρος της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης αφού έχει δημιουργήσει καλές υποδομές προσέλκυσης τουριστών.

Αγροτουριστικά καταλύματα προσφέρονται στα ορεινά και εντός των δασωδών εκτάσεων χωρία των Πυρηναίων, στα χωρία της χώρας των Βάσκων και στα χωρία των λιγότερο αναπτυγμένων χωρίων της Ισπανίας όπως π.χ. Αστούρια, Καντάβρια. Τα είδη των καταλυμάτων διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή όπως και το είδος των αγροτουριστικών υπηρεσιών επίσης. Παρέχουν ζωή στην ύπαιθρο κοντά σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις και ενασχόληση με αγροτικές εργασίες, επίσκεψη στη φύση και γνωριμία με τη χλωρίδα και πανίδα της περιοχής, ψυχαγωγία και επαφή με τα αγροτικά θρησκευτικά και παραδοσιακά-εθιμικά δρώμενα. Επίσης προσφέρουνε γαστρονομικές απολαύσεις με εδέσματα και τοπικά προϊόντα προωθώντας έτσι την τοπική κουζίνα τους. Τέτοια είναι APARTAMENTOS EL MIRADOR DE BERCHULES, ALOJAMIENTO LOS OLIVOS και CASA TORREJÓN.

Ένας άλλος κλάδος του αγροτουρισμού είναι και ο οινοτουρισμός εφόσον η Ισπανία φημίζεται για τα εξαιρετικά κρασιά της. Τα διάσημα ισπανικά κρασιά και η περιοχή από την οποία προέρχονται, οφείλουν το όνομά τους στο όνομα του ποταμού Oja, παραποτάμου του Έβρου, που σε μεγάλο μέρος διαρρέει τα εδάφη της. Οι αμπελώνες της περιοχής εκτείνονται σε 43.000 εκτάρια, μία από τις μεγαλύτερες και σημαντικότερες οινοπαραγωγικές περιοχές ολόκληρης της Ευρώπης. Μόνο στη Rioja υπάρχουν πάνω από 20.000 αμπελουργοί που παράγουν κυρίως κόκκινο κρασί και σε μικρότερο ποσοστό ροζέ και άσπρο. Το κλίμα της περιοχής είναι ιδανικό για την αμπελοκαλλιέργεια, αφού αυτή βρίσκεται μεταξύ Ατλαντικού και Μεσογείου και συνδυάζει το κατάλληλο ύψος βροχοπτώσεων με το ήπιο κλίμα και τις σταθερές θερμοκρασίες. Το έδαφος επίσης προσφέρεται ιδιαίτερα, καθώς είναι εύφορο και πλούσιο σε ασβέστιο και άργιλο. Περισσότεροι ακόμη όμως είναι οι επισκέπτες και οι «οινο-τουρίστες»

μιας και η πολιτεία επενδύει πολύ έξυπνα μέρος των εσόδων της από την αγροτική παραγωγή και την οινοπαραγωγή στην ανάπτυξη του «οινο-τουρισμού».

Κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι το οινοποιείο «Ysios» με την ιδιαίτερη αρχιτεκτονική του Καλατράβα, το ιστορικό και εκκεντρικό οινοποιείο και ξενοδοχείο «Marques de Riscal» σχεδιασμένο από τον γνωστό αρχιτέκτονα Φρανκ Τζέρι, τα φουτουριστικά οινοποιεία «Daríen» και «Antíon» και, τέλος, το εντυπωσιακό οινοποιείο «Cune» του Γάλλου Μαζιέρες σε σχήμα γιγαντιαίου βαρελιού.<sup>26</sup>

Μια άλλη μορφή εναλλακτικού τουρισμού στην Ισπανία είναι ο οικοτουρισμός. Η βόρεια πλευρά της Ιβηρικής χερσονήσου που αντικρίζει τον Ατλαντικό, είναι η «Πράσινη Ισπανία» ενώ η Νότια Ισπανία είναι ξηρή, άνυδρη, με χώματα στεγνά και σκληρά, τόσο η Βόρεια χώρα είναι πλούσια και θαλερή. Επίσης είναι η χώρα που διαθέτει πλούσια χλωρίδα και πανίδα, στοιχεία που την κάνουν ελκυστικό προορισμό για τους λάτρεις των οικοσυστημάτων.

Η Ισπανία διαθέτει τη μεγαλύτερη έκταση άγριας, αδάμαστης φύσης στην Ευρώπη. Μερικά από τα πιο σπάνια πλάσματα της ηπείρου, ανάμεσά τους λύκοι, αρκούδες και τα υπέροχα γενειοφόρα αρπακτικά επιβιώνουν εδώ. Η ποικιλομορφία είναι πραγματικά συναρπαστική.

Οι βόρειες επαρχίες Κανταβρία, Αστούριες και Γαλικία είναι δροσερές και πράσινες. Οι εντατικές μέθοδοι καλλιέργειας άργησαν να εμφανιστούν, κάτι που βοήθησε στη διατήρηση των αγριολούλουδων. Οι ορχιδέες, οι βερόνικες, τα πετρόχορτα και οι ακιλεγίες φυτρώνουν παντού. Στα Picos de Eurora έχουν καταγραφεί τουλάχιστον 40 διαφορετικά είδη ορχιδεών, ενώ επιβιώνουν επίσης σπάνιες πεταλούδες, ακόμη μερικά από τα πιο παλαιά δάση με οξιές και βελανιδιές υπάρχουν ακόμα στη Sierra de Ancares.

Στα ισπανικά Πυρηναία και συγκεκριμένα οι πλαγιές του Val d'Aran είναι διάσημες για τις πολλές ορχιδέες και τις σπάνιες πεταλούδες τους. Το Parque Nacional del Valle de Ordesa διαθέτει γεντιανές, εντελβάις, ανεμώνες, αλπικά τριαντάφυλλα και βιολέτες. Υπάρχουν επίσης ελάφια, κάπροι, αετοί, όρνεα, αλεπούδες και ερμίνες. Το Parque Nacional de Aigüestortes y Lago de San Mauricio έχει αίγαγρους, βίδρες, αετούς, αγριόγαλους και το σπάνιο γυπαετό το γενειοφόρο.

Στη κεντρική Ισπανία και συγκεκριμένα στη περιοχή της Μεσέτα είναι ένα τοπίο με εκτεταμένα σταροχώρα, αμπελώνες και μονοπάτια προβάτων σε γυμνές πεδιάδες. Υπάρχει πολύ μικρή ποικιλία της πανίδας και χλωρίδας, μολονότι θα συναντήσουμε συχνά τους κάτασπρους πελαργούς. Παρόλο που η Μεσόγειος φημίζεται για το κλίμα της στις περιοχές εκείνες που υπάρχουν βαλτότοποι που εξασφαλίζουν ένα σημαντικό καταφύγιο για αγριοπούλια και μεταναστευτικά πτηνά-τουρλιά και κερκινέζια καθώς και μικρότερους κομπογιάννηδες και κεφαλάδες, που αφθονούν στο Αϊγκοναμόλς ντελ Εμπορντά της Καταλονίας και το Δέλτα του Έβρου.

<sup>26</sup> <http://www.europages.gr/CASA-TORREJON/00000003896627-000019932001.html>

Υπάρχουν πέντε εθνικοί δρυμοί στην ηπειρωτική Ισπανία:

- Η Covadonga (στα Πίκος ντε Εουρόπα)
- Η Ordesa y Monte Perdido (στα Πυρηναία)
- Η Aigüestortes i Estany de Sant Maurici (στα Πυρηναία)
- Η Tablas de Daimiel (στην Καστίγια-Λα Μάντσα)
- Η Doñana (στην Ανδαλουσία)

Προσελκύοντας εκατομμύρια τουρίστες τα τελευταία χρόνια, η Ισπανία δικαιωματικά κατατάσσεται στην τρίτη θέση παγκοσμίως με βάση τις αφίξεις. Με υπερσύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών και οργανωμένα ταξιδιωτικά πρακτορεία, έχει καταφέρει να θεωρείται ως ένας από τους πιο αξιολητευτούς συνεδριακούς τουριστικούς προορισμούς. Η Βαρκελώνη κατατάσσεται στην πέμπτη θέση παγκοσμίως ως συνεδριακός προορισμός και η Μαδρίτη στη δέκατη, ενώ η Ισπανία συγκαταλέγεται μεταξύ των χωρών εκείνων της Ευρώπης, που κρατούν τα σκήπτρα στον συνεδριακό τουρισμό. Η Ισπανία έχει αναπτύξει σημαντικά μία σειρά από ανταγωνιστικές εξειδικευμένες υποδομές, όπως μητροπολιτικό συνεδριακό κέντρο, υπερσύγχρονα ξενοδοχεία με αίθουσες συνεδρίων και εκθεσιακά κέντρα κατάλληλα για μεγάλες διοργανώσεις διεθνούς χαρακτήρα.<sup>27</sup>

Τόπος τουριστικού προορισμού αποτελεί η Ισπανία και για τους λάτρεις του αθλητικού τουρισμού. Διαθέτει πολλές εγκαταστάσεις και λαμβάνουν χώρα εκεί πολλά αθλήματα μερικά εκ των οποίων είναι το γκολφ με μεγάλο αριθμό γηπέδων που φτάνει στα 207 και είναι οργανωμένα ως θέρετρα με υποδομές για καλαθοσφαίριση, ιππασία, και squash. Μερικά από αυτά τα γήπεδα είναι το Ολυμπιακό Στάδιο Βαρκελώνης γνωστό και με το παλιό του όνομα Μοντζουίκ είναι ένα γήπεδο με χωρητικότητα 55.926 θεατές και βρίσκεται στο λόφο Μοντζουίκ της Βαρκελώνης. Τη δεκαετία του 60 χρησιμοποιήθηκε ελάχιστα, λόγω της κακής του κατάστασης. Το 1975 χρησιμοποιήθηκε για αγώνες φόρμουλα ένα. Το 1989 ανακατασκευάστηκε έτσι ώστε να γίνει κατάλληλο για τους Ολυμπιακούς αγώνες του 1992. Εκεί έγινε και η τελετή λήξης των αγώνων. Επίσης το Θιουάτ Εσπορτίβα Ζοάν Γκαμπέρ είναι ένα προπονητικό κέντρο και ακαδημία που αποτελεί βάση του καταλανικού ποδοσφαιρικού συλλόγου, Μπαρτσελόνα, η οποία άνοιξε επίσημα την 1η Ιουνίου 2006, και ονομάστηκε προς τιμήν του Ζοάν Γκαμπέρ, του ιδρυτή της ομάδας. Βρίσκεται στο Σαντ Ζοάν Ντεσπί και καλύπτει έκταση μεγέθους 136.839 χρησιμοποιείται από το 2006 για την προπόνηση και τους αγώνες των ομάδων νέων και από τον Ιανουάριο του 2009 για την προπόνηση της πρώτης ομάδας. Έχει χρησιμοποιηθεί επίσης από πολλά από τα υπόλοιπα τμήματα του συλλόγου στα οποία περιλαμβάνονται το Μπάσκετ, το Χάντμπολ και το Φούτσαλ που χρησιμοποιούν εγκαταστάσεις όπως το κλειστό γήπεδο.

Το Παλάου Μπλαουγκράνα είναι το κλειστό γυμναστήριο στο οποίο αγωνίζεται η ομάδα καλαθοσφαίρισης της Μπαρτσελόνα. Εγκαινιάστηκε στις 23 Οκτωβρίου 1971 για λογαριασμό της ποδοσφαιρικής ομάδας καθώς περιείχε γυμναστήρια και κολυμβητήρια, όμως στη συνέχεια με ειδικό αίτημα της ομάδας καλαθοσφαίρισης, της παραχωρήθηκε ένα χρόνο

<sup>27</sup> [www.touristorama.com](http://www.touristorama.com)

αργότερα. Στο Παλάου Μπλαουγκράνα η μπασκετική ομάδα της Μπαρτσελόνα έχει κατακτήσει 9 πρωταθλήματα Ισπανίας, 6 κύπελλα Ισπανίας 1 σούπερ καπ και την Euroleague του 2003, που αποτελεί και τον μοναδικό ευρωπαϊκό τίτλο της ομάδας. Βρίσκεται σε καίριο σημείο της Βαρκελώνης, κοντά στην πλατεία Rablas, σε πολύ μικρή απόσταση από το ποδοσφαιρικό γήπεδο Camp Nou που χρησιμοποιεί η ποδοσφαιρική ομάδα της πόλης. Το Παλάου Μπλαουγκράνα έχει χωρητικότητα 8.250 θέσεων.<sup>28</sup>

Η ισπανική κουζίνα είναι γνωστή για την Paella (Παέγια) (που φτιάχνεται με ρύζι, κοτόπουλο, θαλασσινά και λαχανικά), την Tortilla de patatas (Τορτίγια) (ομελέτα με πατάτες), τα tapas, μικρές μερίδες φαγητών, όπως ελιές, κρέας ή ψάρι, σαλάτα, πατάτες ή ψωμί που μπορείς να τα απολαύσεις σε κάθε γωνία της χώρας αλλά και τη σανγκρία (κόκκινο κρασί με φρούτα). Η Crema Catalana (Κρέμα Καταλάνα) είναι ένα από τα πιο γνωστά γλυκά της Ισπανίας.<sup>29</sup>



### **3.1.4 ΑΙΓΥΠΤΟΣ**



Η Αίγυπτος είναι ένα κράτος της βορειοανατολικής Αφρικής. Καλύπτει μια έκταση 1.001.450 km και συνορεύει δυτικά με την Λιβύη νότια με το Σουδάν βορειοανατολικά με την Λωρίδα της Γάζας και το Ισραήλ .Βρέχεται ανατολικά από την Ερυθρά Θάλασσα και βόρεια από την Μεσόγειο. Είναι μια από τις πιο πολυπληθείς χώρες της Αφρικής και η μεγαλύτερη πλειοψηφία των κατοίκων ζει στις όχθες του ζωοδότη ποταμού Νείλου, μια έκταση 40.000km και είναι η μονή αρδεύσιμη εύφορη περιοχή της χώρας .Η Αίγυπτος θεωρείται από τις αρχαιότερους τουριστικούς προορισμούς στο κόσμο ο οποίος δεχόταν επισκέπτες αιώνες ολόκληρους πριν τους πρώτους χριστιανικούς χρόνους. Κατά βάση ο τουρισμός της είναι πολιτιστικός αλλά εδώ και δυο δεκαετίες καταβάλλει μεγάλες προσπάθειες για την ανάπτυξη και άλλων μορφών τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός, ο θρησκευτικός , ο αθλητικός όπως επίσης και στον επαγγελματικό.<sup>30</sup>

Ο πολιτιστικός τουρισμός της χώρας είναι φημισμένος για τους αρχαιολογικούς χώρους της αφού αποτελεί τον βασικό πυλώνα τις τουριστικής ανάπτυξης (αυτό δεν συμβαίνει μόνο λόγω της ιστορίας που κουβαλάει και των μνημείων που έχει αλλά επειδή οι αρχαιολογικοί χώροι της Αιγύπτου εκτείνονται κατά μήκος του ποταμού Νείλου από το βορειότερο μέχρι το νοτιότερο άκρο της χώρας και αυτό τους κάνει εύκολα προσβάσιμους).

<sup>28</sup> <http://el.wikipedia.org>

<sup>29</sup> [http://www.oneman.gr/keimena/diaskedash/oneman\\_food/article1493483.ece](http://www.oneman.gr/keimena/diaskedash/oneman_food/article1493483.ece)

<sup>30</sup> <http://el.wikipedia.org>

Επίσης από αρχαιολογικών χρόνων η Αίγυπτος ήταν τόπος προορισμός ορισμένων ελλήνων φιλόσοφων και επιστημόνων εξαιτίας του ότι οι αιγύπτιοι ιερείς των πυραμίδων ήταν γνώστες της αστρονομίας και των μαθηματικών. Επίσης ήταν προορισμός λόγω των αρχαίων συγγραμμάτων σε μορφή πάπυρου που πολλοί έλληνες μελετητές έδιναν το παρόν στη βιβλιοθήκη της Αλεξανδρείας, που με την μεγάλη πυρκαγιά που έγινε καταστράφηκε πολύτιμο υλικό. Κλείνοντας για το πολιτισμικό κομμάτι της Αιγύπτου αξίζει να αναφέρουμε κάποια από τα μνημεία που αποτελούν πόλο έλξης για τουρίστες όπως είναι οι πυραμίδες της Γκίζας το μνημείο της σφίγγας η βιβλιοθήκη της Αλεξανδρείας το αρχαιολογικό μουσείο του Καιρού και βεβαίως δεν θα μπορούσα να παραλείψω το μουσείο του μεγάλου μας ποιητή Καβάφη στην Αλεξάνδρεια λόγω του ότι γεννήθηκε εκεί και στίπτι ου στεγάζεται το μουσείο με διάφορα αντικείμενα του όπως σπάνια έργα τέχνης κ.α.<sup>31</sup>



### 3.1.5 ΙΤΑΛΙΑ

Η Ιταλία είναι χώρα της νότιας Ευρώπης που ως χερσόνησος σε σχήμα μπότα εκτείνεται από τις Άλπεις βόρεια μέχρι το κέντρο της Μεσογείου, έχοντας δύο μεγάλα νησιά, τη Σικελία και την Σαρδηνία. Στο έδαφος της Ιταλίας υπάρχουν κ δυο ανεξάρτητα κράτη, το Σαν Μαρίνο και το Βατικανό. Συνορεύει δυτικά με τη Γαλλία, βόρεια με την Ελβετία και την Αυστρία, ανατολικά με τη Σλοβενία ενώ βρέχεται δυτικά από τη Τυρηνικό πέλαγος κ ανατολικά από το Αδριατικό και Ιόνιο πέλαγος. Η μεγάλη δύναμη της Ιταλίας είναι η τουριστική της βιομηχανία, αφού παρέχει δυνατότητες για κάθε είδος τουρισμού. Οι μορφές τουρισμού που αναπτύσσει αυτή η χώρα είναι ο πολιτιστικός, ο αγροτουριστικός, ο χειμερινός, ο θρησκευτικός και ο θαλάσσιος.<sup>32</sup>

Η ιστορία αυτής της χώρας χάνεται από τα βάθη των προϊστορικών χρόνων και από τον 8<sup>ο</sup> π.χ. αιώνα άρχισε η δημιουργία Ελληνικών αποικιών κυρίως στις ακτές της νότιας Ιταλίας και Σικελίας. Επίσης από τον 3<sup>ο</sup> π.χ. αιώνα αρχίζει η ένδοξη εποχή της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας. Περνώντας μέσα από τα σκοτεινά χρόνια του Μεσαίωνα αρχίζει η φωτεινή περίοδος της Αναγέννησης που φέρνει στις πόλεις- κράτη μια περίοδο πραγματικής ευμάρειας οικονομικής,

<sup>31</sup> <http://www.boutrostours.gr/article.asp?artid=8>

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%AF%CE%B3%CF%85%CF%80%CF%84%CE%BF%CF%82>

[http://www.toursi.gr/modules.php?name=News&new\\_topic=3](http://www.toursi.gr/modules.php?name=News&new_topic=3)

<sup>32</sup> <http://el.wikipedia.org>

πολιτιστικής όπως επίσης και την άνθιση των γραμμάτων, των επιστημών κ της αρχιτεκτονικής που μέχρι σήμερα κατατάσσουν την Ιταλία στις πρώτες χώρες του παγκόσμιου πολιτισμού .

Λόγω του σπουδαίου πολιτιστικού της χαρακτήρα οι πόλεις της Ιταλίας είναι γνωστές και ως <<Πόλεις-Τέχνης>>. Μερικές από αυτές είναι η Ρώμη ,η Φλωρεντία, το Μιλάνο, η Βενετία, το Τορίνο, η Περούτζια και η Νάπολη. Οι πόλεις είναι πλούσιες σε μνημεία, εκκλησίες, κάστρα και μουσεία .Διατηρούν όλες μια παράδοση ιστορική, καλλιτεχνική και αρχιτεκτονική που διηγείται ιστορία αιώνων αλλά και των ανθρώπων που ζήσανε εκεί. Αρχικά στη πρωτεύουσα της Ιταλίας τη Ρώμη συναντάμε ένα μεγάλο μέρος της ταυτότητας αυτού του τόπου, όπως είναι το Κολοσσαίο το οποίο άρχισε να κτίζεται το 72 μ. χ. και ολοκληρώθηκε το 80 μ. χ Ακόμη είναι ο Πύργος της Πίζας κ το Βατικανό με τα αξιόλογα εκθέματα της μακραίωνης κ τεράστιας συλλογής της Ρωμαιοκαθολικής Εκκλησίας και αριστουργήματα της Αναγέννησης.

Επίσης η ίδια η πόλη χαρακτηρίζεται από πολλά μουσεία και μνημεία που υπάρχουν σε κεντρικές πλατείες της πόλης καθώς και η ίδια η πόλη από μόνη της αποτελεί ένα τεράστιο μεγαλοπρεπές μουσείο. Επιπρόσθετα η Ρώμη διαθέτει το μεγαλύτερο δημόσιο πάρκο, το Villa Borghese, βόρεια της piazza di Spagna το οποίο διαθέτει λίμνες, μουσεία, ναούς, σιντριβάνια και αγάλματα και αποτελεί έναν δημοφιλή προορισμό κυρίως για το μουσείο Gallery Borghese που συμπεριλαμβάνει το γλυπτό αριστούργημα του Bernini <<την αρπαγή της Περσεφόνης>>. Βέβαια δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε μια ιστορική πόλη της βόρειας Ιταλίας , η Madonna di Campiglio στην οποία βρίσκεται ένα από τα μεγαλύτερα δικαστήρια Αναγέννησης της Ευρώπης, το οποία ορίστηκε πρόσφατα Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της για την Αναγεννησιακή αρχιτεκτονική του. Αυτά είναι μόνο λίγα από τα πολιτιστικά στοιχεία της Ιταλίας αφού όπως αναφέραμε κ παραπάνω η κάθε πόλη έχει τον δικό της πολιτιστικό χαρακτήρα.<sup>33</sup>

Η Ιταλία αποτελεί προορισμό του θρησκευτικού τουρισμού αφού είναι η χώρα της πνευματικότητας και της πίστewς όντας η καρδιά της χριστιανοσύνης. Είναι από αιώνων ο σκοπός εκείνων που κάνουν την πίστη κ τη θρησκεία σκοπό της ζωής τους. Είναι τόπος προσκυνηματικός και από τους σημαντικότερους στον κόσμο αφού όπως αναφέρει το υπουργείο Πολιτισμού της χώρας, διαθέτει πάνω από 30.000 εκκλησίες.

Εν συνεχεία η Ρώμη θεωρείται η πρωτεύουσα του χριστιανισμού όπου εκεί βρίσκεται η Βασιλική εκκλησία του Αγίου Πέτρου στο Βατικανό όπου είναι χτισμένη πάνω από το σημείο ταφής του Απόστολου Πέτρου και χαρακτηρίζεται μια από τα μεγαλύτερες εκκλησίες του κόσμου. Επίσης ένας άλλος σημαντικός προορισμός είναι το Τορίνο όπου φυλάσσεται η Ιερή Σινδώνη που σύμφωνα με την παράδοση περιέβαλε το Σώμα του Χριστού κατά την ταφή του και εκεί αποτυπώθηκε η μορφή του Ιησού.<sup>34</sup>

Η Ιταλικές ακτές είναι πλούσιες σε κόλπους, τουριστικά λιμάνια κ μεγάλες αμμώδης παραλίες που είναι κατάλληλες για όλες τις ανάγκες των ανθρώπων. Η Ιταλία επίσης είναι η χώρα των λιμνών αφού αριθμεί πάνω από 1000 Λίμνες ασύγκριτης ομορφιάς η κάθε μια με διαφορετικά χαρακτηριστικά. Κάποιες από αυτές τις λίμνες είναι η Garda, η Maggiore και η Como οι οποίες

<sup>33</sup> <http://el.wikipedia.org>

<http://www.taxidologio.gr/rome.html>

<sup>34</sup> <http://www.clickatlife.gr/taksidi/story/9907>



είναι γνωστές στον κόσμο σαν τον ιδανικό προορισμό για θαλάσσια σπορ. Οι κυριότερες λίμνες είναι καλά εξοπλισμένες και πλήρεις κατασκευαστικών υποδομών. Οι ακτές των λιμνών επιτρέπουν τα λουτρά (κολύμπι) και εκτός από χαλάρωση κ ξεκούραση μπορεί κανείς να διασκεδάσει με σπορ του νερού όπως είναι το θαλάσσιο σκί, κανό, wind surf, ιστιοπλοΐα, υποβρύχιες καταδύσεις αλλά και αθλητικό ψάρεμα (αγώνες ψαρέματος).

Πλούσια σε οικοσυστήματα σχηματισμένα σε βάθος χιλιετών είναι οι λίμνες που βρίσκονται στο Αλπικό περιβάλλον (ορεινές λίμνες) που έχουν εξαιρετική ομορφιά. Η Ιταλία αποτελεί ιδανικό τόπο τουρισμού για όποιον αγαπά τη φύση λόγω του πλούτου κ των εναλλαγών του Ιταλικού τοπίου. Έχει μεγάλο αριθμό πάρκων και επιτυχημένο παράδειγμα οικοτουρισμού αποτελεί το πάρκο Αμπρούτζο, μία προστατευμένη περιοχή με 21 χωρία και 20 χιλιάδες κατοίκους την οποία επισκέπτονται 2 εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο.

Ο Ιαματικός τουρισμός κ ο τουρισμός υγείας αποτελούν μεγάλο κεφάλαιο εθνικού τουρισμού. Αυτό παρατηρείται από την εποχή των Ρωμαϊκών χρόνων λόγω των ιαματικών θέρετρων που αποτελούν ακόμη κ τώρα ένα σημαντικό στοιχείο της Ιταλικής ζωής. Αυτό διαπιστώνεται κ από το γεγονός ότι κάθε δημόσιος υπάλληλος της χώρας δικαιούταν 12 ημέρες ιαματικής θεραπείας εκτός της κανονικής άδειας. Στη χώρα υπάρχουν συνολικά 430 ιαματικά κέντρα υδροθεραπείας κ άλλες μορφές δεν αναπτύχθηκαν εκτός από 5 κέντρα θαλασσοθεραπείας από τα οποία τα 4 βρίσκονται στην Αδριατική κ το 1 στη Puglia. Οι κυριότερες λουτροπόλεις της Ιταλίας είναι το Montecatini η οποία θεωρείται μία από τις πιο γνωστές κ οργανωμένες πόλεις της χώρας, Abano, Chianciano, Salsomaggiore, Ischia, Fiuggi και Sirmione.<sup>35</sup>



### **3.1.6 ΚΥΠΡΟΣ**

Η Κύπρος είναι νησιώτικη χώρα της ανατολικής Μεσογείου, μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και βρίσκεται ανατολικά της Ελλάδας, νότια της Τουρκίας και δυτικά της Συρίας. Είναι το τρίτο μεγαλύτερο σε έκταση νησί της Μεσόγειου και αποτελεί πόλο έλξης της τουριστικής βιομηχανίας. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται ιδιαίτερα στην Κύπρο είναι: ο αγροτουρισμός, ο θρησκευτικός, ο αθλητικός, ο πολιτιστικός, ο συνεδριακός κ ο ιαματικός τουρισμός.<sup>36</sup>

<sup>35</sup> <http://www.arttravel.gr/index.php?category=11&article=5024>

<sup>36</sup> <http://el.wikipedia.org>



Μια από της πιο αναπτυγμένες μορφές τουρισμού , στην Κύπρο είναι ο αθλητικός τουρισμός .Αυτό συμβαίνει όχι μόνο επειδή συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη της οικονομίας αλλά κ επειδή διαθέτη και παρέχει στο έπακρον φυσικά πλεονεκτήματα , πολύ καλές καιρικές συνθήκες αλλά κ ένα μεγάλο αριθμό σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων αλλά κ οργανωμένες και καλά σχεδιασμένες διαδρομές για όσους αρέσκονται στις ποδηλασίες. Το πάρκο της Αθαλάσσης ,λίγα χιλιόμετρα νότια της Λευκωσίας προσφέρει ένα καλό χώρο για πεζοπορία ,τρέξιμο και ποδηλασία .

Επίσης το νησί έχει φιλοξενήσει στο παρελθόν αρκετές αθλητικές εκδηλώσεις όπως Βαλκανικούς Αγώνες , κολύμβηση νέων κ.τ.λ. λόγω των εγκαταστάσεων που προσφέρονται όπως το ολυμπιακό κολυμβητήριο της Λάρνακας και το Παφιακό Αθλητικό κέντρο. Ακόμα θεωρείται ένας προορισμός που διαλέγουν οι αθλητές από Ελλάδα κ Ευρώπη σαν ένα μέρος προετοιμασίας λόγω του κατάλληλου κλίματος κ τις κατάλληλες προδιαγραφές που διαθέτει για την προπόνηση τους.<sup>37</sup>

Ο αγροτουρισμός είναι διαδεδομένος στην Κύπρο λόγω του μεγάλου αριθμού εκτάσεων γης και των πολυαριθμών παραδοσιακών χωριών που διαθέτει. Ο τουρισμός αυτός δίνει την ευκαιρία στον επισκέπτη να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες , τα τοπικά προϊόντα , την παραδοσιακή κουζίνα , τα πολιτιστικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση .Επίσης η δραστηριότητα αυτή φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με την φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο στις οποίες μπορεί να συμμετέχει.

Σήμερα στην Κύπρο λειτουργούν 75 καταλύματα σε 38 γραφικά χωριά όπως είναι το χωριό Λόφου που διατηρεί την παράδοση του και είναι λίγο έξω από την Λεμεσό και στο Παλαιοχώρι το οποίο ανήκει στην επαρχία της Λεμεσού και υπάρχει ένας ξακουστός ξενώνας το ‘ Αρχοντικό Της Ρουσιάς. Ακόμα η Κύπρος αποτελεί προορισμό για τους αγροτουρίστες αφού συνδυάζει τον αμιγή τουρισμό ο οποίος συμπεριλαμβάνει όλες τις αγροτικές εργασίες και τον αγροτουρισμό όπου οι τουρίστες πέρα από τις πάνω δραστηριότητες μπορούν να ικανοποιούν κάποιες προσωπικές ανάγκες τους που εξειδικεύονται στον αγροτουρισμό της περιοχής όπως για παράδειγμα ο τουρισμός υγείας , αθλητισμού και φυσιολατρίας .

Η γεωγραφική θέση του νησιού σε συνδυασμό με την δυνατότητα επικοινωνίας των περισσότερων κατοίκων της είναι δυο ακόμα συνιστώσες τουριστικής έλξης . Παρόλα αυτά ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια μορφή η οποία πρόσφατα άρχισε να αναπτύσσεται και φαίνεται να έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης αφού καθιστά ιδανικό τόπο συγκέντρωσης ανθρώπων από τα τέσσερα σημεία του ορίζοντα .Έτσι στη Λευκωσία την πρωτεύουσα της Κύπρου βρίσκεται ένα από τα πιο διεθνή συνεδριακά κέντρα αλλά και αρκετά ξενοδοχεία για την πραγματοποίηση διεθνών συνεδριών. Αυτό συμβαίνει διότι έχει να αντιμετωπίσει μια εξαιρετική φήμη σε ότι αφορά την ποιότητα ,τον επαγγελματισμό και την πρώτη τάξεως εξυπηρέτηση .<sup>38</sup>

Η γειτονική μας χώρα ίσως είναι μια από τις λίγες χώρες στον κόσμο που ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί ν αποτελεί εξαιρετική πηγή εσόδων , καθώς αποτελούσε πάντα

<sup>37</sup> <http://www.cyprushighlights.com/index.php>

<sup>38</sup> <http://www.mykypros.com/cgi-bin/hweb?-A=82529.viewspecials.html&-V=specials&w=>

προσκυνηματικό χώρο και προορισμό για τους θρησκευτικούς τουρίστες από την εποχή της πολυθειστικής ειδωλολατρίας. Παρόλα αυτά αποτελεί προορισμό όχι μόνο από το πλήθος των αγίων που έχουν παρουσιαστεί, τα πολυάριθμα ιερά προσκυνήματα, τους ιερούς ναούς και άλλους θρησκευτικούς χώρους αλλά και για τα μοναστήρια της που έχουν θαυμάσια τεκμήρια τέχνης και τεχνικής, χτισμένα από τον 10 αιώνα, όπου συνδυάζουν την ελληνική ορθόδοξη παράδοση με την εξέλιξη της αρχιτεκτονικής και της ζωγραφικής στον ελληνικό χώρο. Κάποιες από τις εκκλησίες με σημαντική ιστορία είναι αυτή του Τιμίου Προδρόμου και του Τιμίου Σταυρού στην Κυπερούντα της Λεμεσού.<sup>39</sup>

Η Μεγαλόνησος έχει μια πολύ μεγάλη πολιτιστική κληρονομία την οποία αναδεικνύει μέσα από την παράδοση και την ιστορία της. Η ιστορία της είναι 11 χιλιετών και είναι διάσπαρτη με αρχαιολογικά μνημεία και μουσεία που παρουσιάζουν τεράστιο ενδιαφέρον. Στις μέρες μας ο πολιτιστικός τουρίστας δεν θέλει να δει μόνο κάποια αξιοθέατα και να ενημερωθεί μέσα από φυλλάδια αλλά να κατανοήσει και να εκτιμήσει την κουλτούρα της τοπικής κοινωνίας και τον πολιτισμό ενός άλλου λαού, θέλει να νιώσει να νιώσει την ιστορία του και να αισθανθεί ότι ζει μέσα σε ένα άλλο πολιτιστικό πλαίσιο. Μερικά από τα αξιοθέατα -μουσεία - μνημεία που δείχνουν την ιστορία αυτού του τόπου είναι η Πέτρα Του Ρωμιού που σύμφωνα με την μυθολογία η θεά Αφροδίτη γεννήθηκε και αναδύθηκε από την θάλασσα, ακόμα το σημαντικότερο μουσείο είναι το Βυζαντινό Μουσείο –Πινακοθήκη στη Λεμεσό και αλλά πολλά με μεγάλη ιστορία και ενδιαφέρουσες εκκλησίες με αρχιτεκτονική κατασκευή.<sup>40</sup>

Η Κύπρος διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον καθώς, παρά την μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας όπως στην περιοχή της Αθαλάσσης που με τον εθνικά δασικά πάρκα δημιουργήθηκαν τα μονοπάτια της φύσης και οι βατικανοί κήποι.

Η χώρα είναι πλούσια σε σπήλαια, φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, επιβλητικά βουνά, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα που <<προικίζουν>> την κυπριακή γη με εντυπωσιακά τοπία, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της καθιστούν την Κύπρο ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού εναλλακτικού τουρισμού. Παρόλα αυτά στην χώρα είναι πολύ λίγες οι περιπτώσεις όπου έγινε σωστή εκμετάλλευση των οικοσυστημάτων της περιοχής και είναι σχεδόν κανόνας παρά εξαίρεση η αλλοίωση του οικοσυστήματος χωρίς καμία σχεδόν ουσιαστική παρέμβαση και αξιοποίηση του, προς όφελος του τουρισμού.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η λίμνη της περιοχής Παραλιμνίου η οποία με τη σωστή εκμετάλλευση αλλά και με το συνασπισμό διαφόρων φορέων του τουρισμού θα μπορούσε να αποτελέσει πόλο έλξης ξένων τουριστών αλλά και ντόπιων περιηγητών.<sup>41</sup>

Ο τουρισμός υγείας είναι η ραγδαία αναπτυσσόμενη τάση των ανθρώπων να ταξιδεύουν σε άλλες χώρες με σκοπό να λάβουν ιατρικές υπηρεσίες για την αποκατάσταση της υγείας τους. Ο τουρισμός αυτός έχει αναπτυχθεί μόνο σε λίγες χώρες και έχει αξιοποιηθεί πλήρως από αυτές. Η Κύπρος ως νησί έχει πολλά πλεονεκτήματα που μπορεί να το καθιερώσουν ως ένα

<sup>39</sup> <http://www.cyprushighlights.com/index.php>

<sup>40</sup> [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)

<sup>41</sup> <http://natureofcyprus.org/>

προορισμό τουρισμού υγείας. Το επίπεδο υγείας της θεωρείται πολύ υψηλό και το ιατρικό σύστημα είναι συγκριτικά πολύ ευνοϊκό με αυτό των άλλων αναπτυγμένων χωρών . Επίσης ένας άλλος ιδιαίτερος τομέας του τουρισμού υγείας με υψηλό δυναμικό για την ανάπτυξη στο νησί , είναι αυτός της ευεξίας που συμπεριλαμβάνει της θαλασσοθεραπείες , τα παραδοσιακά λουτρά , χαμάμ, θεραπείες ομορφιάς και αρωματοθεραπείες .Αυτές οι επιλογές είναι μόνο μερικές από αυτές που προσφέρει η Μεγαλόνησος. Επίσης στο τομέα της ευεξίας έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης αφού οι τουρίστες θέλουν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με την δυνατότητα να νιώσουν υγιείς. Υπάρχουν αρκετά καταλύματα τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για αυτό το σκοπό, όπως οι μονάδες λουτροθεραπείας και θαλασσοθεραπείας στα πολυτελή ξενοδοχεία .

Συνάμα το νησί διαθέτει από μόνο του φυσικό πλούτο όπως ο μεγάλος αριθμός ιαματικών πηγών με ευεργετικές δυνατότητες και θεραπευτικά νερά όπως στους Αγίους Αναργύρους στην Πάφο , στην Κυπερούντα και σε άλλες περιοχές του.<sup>42</sup>



### **3.1.7 ΜΑΛΤΑ**

Η Μάλτα είναι ένα μικρό και πυκνοκατοικημένο νησιώτικο κράτος που αποτελείται από ένα αρχιπέλαγος επτά νησιών στο μέσο της Μεσογείου. Το νησί λόγω της γεωγραφικής του θέσης αποτελεί την καρδιά της Μεσογείου. Για αυτό το λόγω το νησί και τα υπόλοιπα νησιά που την πλαισιώνουν είχαν διαφόρους κατακτητές στο πέρασμα των αιώνων και αποτελεί κράμα πολιτισμών με χιλιετή ιστορία. Από τα επτά νησιά που την αποτελούν κατοικούνται μόνο κλίματος και των θαλασσών που προσφέρει όσο και τον εναλλακτικό όπως ο πολιτιστικός – εκπαιδευτικός ,ο θρησκευτικός ο οικοτουρισμός και ο θαλάσσιος .<sup>43</sup>

Η Μάλτα η οποία είναι το μεγαλύτερο νησί από τα επτά νησιά του συμπλέγματος αποτελεί σπάνιο σταυροδρόμι πολιτισμών και μετράει περισσότερο από 7.000 χρόνια ιστορίας. Είναι ένα νησί με εξαιρετικά ενδιαφέρον πολιτιστικό και εκπαιδευτικό τουρισμό.

Αποτελεί προορισμό για ανθρώπους που ενδιαφέρονται για την ιστορία του και την αρχιτεκτονική του αφού το κάθε μνημείο, παλάτι, αξιοθέατο, κάστρο είχε δημιουργηθεί από ανθρώπους που πολιόρκησαν το νησί με διαφορετική κουλτούρα κ αρχιτεκτονική. Κάποιοι από τους λαούς που πέρασαν από το σύμπλεγμα αυτών των νησιών είναι οι Φοίνικες, υπήρξε έδρα

<sup>42</sup> <http://www.philenews.com/el-gr/f-me-apopsi-eponymes-gnomes/385/161075/i-kypros-os-enas-axiologos-proorismos-tourismou-ygeias>

<sup>43</sup> <http://el.wikipedia.org>

του τάγματος του Αγίου Ιωάννα της Ιερουσαλήμ κ εν συνεχεία μέρος της Βρετανικής Αυτοκρατορίας .Αυτοί είναι μόνο μερικοί λαοί από τους οποίους εγκαταστάθηκαν εκεί και βέβαια επηρέασαν τόσο πολύ τα νησιά που όπου και αν κοιτάξεις είναι ορατές στο νησί και κυρίως στη Μάλτα οι Μεσαιωνικές πόλεις (με την χαρακτηριστική παλιά πρωτεύουσα Mdina) μέχρι τα mini cooper και τα άλλα αγγλικά αυτοκίνητα που θα δείτε στο νησί. Εκτός αυτού έχουν επηρεάσει τη γλώσσα ,τη θρησκεία και την κουλτούρα του λαού.

Επίσης πρέπει να αναφέρουμε ότι πολλά από τα αξιοθέατα που βρίσκονται στο νησί στη νοτιοανατολική πλευρά του Μεγάλου Λιμανιού όπου βρίσκονται οι Χερσόνησοι Vittoriosia και Senglea με τα κάστρα τους ,η περιοχή των Τριών Πόλεων, το Μέγαρο του ιεροεξεταστή, το Ναυτικό Μουσείο, το προάστιο Paolo λόγω των σημαντικών αρχαιολογικών του χώρων και βέβαια δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τη πρωτεύουσα της χώρας τη Βαλέτα η οποία χτίστηκε κατόπιν σχεδίου (τον 16<sup>ο</sup> αιώνα) και παραμένει μέχρι σήμερα από τις πιο όμορφες και αριστοκρατικές πόλεις και αποτελεί Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO. Επίσης μία από τις σημαντικότερες γιορτές τους είναι η Νίκη των Μαλτέζων κατά των Οθωμανών για τη Άλωση του Κάστρου στις 23 Αυγούστου.

Το γεγονός ότι η Μάλτα αποτέλεσε σταυροδρόμι για πολλά έθνη και μέρος που κάποιοι εγκαταστάθηκαν εκεί για κάποιο χρονικό διάστημα, μαζί με την κουλτούρα τους, τη γλώσσα τους, και τα ήθη και έθιμα τους έφεραν μαζί τους και τις θρησκευτικές πεποιθήσεις τους. Έτσι από τη Μάλτα πέρασε ο Μουσουλμανισμός και ο Χριστιανισμός με τα διάφορα δόγματα του. Η θρησκεία που επικράτησε στη Μάλτα είναι ο Ρωμαιοκαθολικισμός που ακολουθείται από την πλειοψηφία των κατοίκων (περίπου το 98%) και το υπόλοιπο 2% του πληθυσμού είναι οπαδοί άλλων δογμάτων. Στο νησί γίνονται πολλές γιορτές, λιτανείες και λειτουργίες που πραγματοποιούνται κάθε χρόνο στο τέλος του καλοκαιριού.

Επιπρόσθετα θα πρέπει να παρατηρήσουμε και τον θαλάσσιο τουρισμό της Μάλτας αφού ζς νησί βρέχεται παντού από θάλασσα και είναι πολύ προσβάσιμη με επιβατικά πλοία κ κρουαζιερόπλοια. Οι θαλάσσιες μεταφορές εξυπηρετούνται από το λιμάνι της Βαλέτας καθώς και από ένα πρόσφατα κατασκευασμένο λιμάνι στο κόλπο Μαρσάξλοκ στις νοτιοανατολικές ακτές της Μάλτας το οποίο αναμένεται να αυξήσει σημαντικά τις εμπορικές ανταλλαγές. Τακτικά δρομολόγια συνδέουν τα νησιά μεταξύ τους αλλά και τη χώρα με την Ιταλία και την Αφρική. Πολλά επίσης πλοία σταθμεύουν στο λιμάνι για ανεφοδιασμό, κατά το ταξίδι τους στη Μεσόγειο.

Με βασικό πλεονέκτημα τη γεωγραφική της θέση η Μάλτα θα μπορούσε να αναπτύξει και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο οικολογικός εφόσον διαθέτει οικότοπους με ενδιαφέρουσα χλωρίδα και πανίδα οι οποίοι θα πρέπει να προστατευτούν. Όπως επίσης και οι πηγές νερού από η ανάπτυξη επιτρέπεται αλλά με αυστηρούς ελέγχους με σκοπό να μην επηρεάζονται τα υδάτινα αποθέματα με μόλυνση. Ακόμη ο αγροτουρισμός, παρόλο που η χώρα δεν διαθέτει αρκετά γόνιμο έδαφος, εντούτοις καλλιεργείται το 41% της συνολικής έκτασης κ σε συνδιασμό με τα παραδοσιακά χωριά που διατηρούν τον παραδοσιακό

αρχιτεκτονικό χαρακτήρα και με τα παραδοσιακά ήθη και έθιμα θα μπορούσε να ήταν πόλος έλξης για πολλούς τουρίστες.<sup>44</sup>



### **3.1.8 ΓΑΛΛΙΑ**



Η Γαλλία είναι μία χώρα της δυτικής Ευρώπης, συνορεύει βόρεια με το Βέλγιο και το Λουξεμβουργο, βορειοανατολικά με τη Γερμανία, ανατολικά με την Ελβετία και την Ιταλία, νότια με την Ισπανία και την Ανδόρα και βρέχεται βορειοδυτικά από την βόρεια θάλασσα, δυτικά από τη Μάγχη και τον Ατλαντικό και νότια από τη Μεσόγειο θάλασσα. Εμείς βέβαια θα ασχοληθούμε περισσότερο με το νότιο τμήμα της Γαλλίας αφού το αντικείμενο της εργασίας μας είναι η χώρα που βρέχεται από τη Μεσόγειο. Επειδή η χώρα βρίσκεται σε κομβικό σημείο και συνορεύει με αρκετές χώρες αποτελεί προσορισμό για τους τουρίστες τόσο του μαζικού όσο και του εναλλακτικού τουρισμού. Η χώρα προσφέρει μεγάλη ποικιλία πολύ πλούσιας κληρονομιάς, κουλτούρας και διακοπών, έχει επεκταθεί σε πολλά τμήματα της τουριστικής αγοράς όπως ο πολιτιστικός, ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο χειμερινός και ιαματικός.<sup>45</sup>

Η Γαλλία κατέχει, μία μεγάλη εμπειρία στον αγροτουρισμό αφού η ανάπτυξη του είναι από τις σημαντικότερες στον Ευρωπαϊκό χώρο. Η ανάπτυξη του ξεκίνησε το 1952 με την ίδρυση της οργάνωσης <<Agriculture et Tourisme>> που έχει σκοπό την ενημέρωση των αγροτών που ήθελαν να ασχοληθούν με αυτόν το τομέα του τουρισμού. Φυσικά αυτό δεν θα μπορούσε να επιτευχθεί εάν η Γαλλία δεν διέθετε αυτές τις μεγάλες εκτάσεις γης, τα καλοδιατηρημένα γραφικά χωριά της και τις οργανωμένες φάρμες οι οποίες παρουσιάζουν στους επισκέπτες τον τρόπο ζωής των αγροτών, τον τρόπο με τον οποίο δουλεύουν τη γη και φυσικά τα ντόπια προϊόντα τους. Είναι ευρέως γνωστό ότι στη νότια Γαλλία παράγουνε σύμφωνα με εκτιμήσεις ειδικών εξαιρετικά κρασιά σε ποιότητα και γεύση αφού έχουν μεγάλες εκτάσεις γης με αμπέλια. Βέβαια σημαντικός παράγοντας για να επιτευχθεί αυτό είναι τόσο οι κλιματολογικές όσο και οι γεωγραφικές συνθήκες του τόπου. Στα άκρα του νότου αρκετά κοντά στα σύνορα με την Ισπανία βρίσκεται η μεγάλη ονομασία προέλευσης Cotes de Roussillon μια περιοχή που φαίνεται στο επίπεδο που μπορούν να φτάσουν ποιοτικά τα “Κρασιά του Ήλιου” που φωτίζονται και αερίζονται από τη Μεσόγειο.

<sup>44</sup> [www.athinorama.gr](http://www.athinorama.gr)

[www.rodiki.gr](http://www.rodiki.gr)

[www.livepedia.gr](http://www.livepedia.gr)

<sup>45</sup> <http://el.wikipedia.org>

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι αναπτυσσόμενος σε όλες τις περιοχές της Γαλλίας. Ξεκινώντας από το νότιο κομμάτι της το Μονπελιε είναι μία από τις ομορφότερες πόλεις της Γαλλίας, μόλις 10 χιλιόμετρα από τη Μεσόγειο θάλασσα. Αποτελεί σημαντική πανεπιστημιούπολη με την παλαιότερη ιατρική σχολή στην Ευρώπη, φοιτητής της οποίας υπήρξε ο Αδαμάντιος Κοραΐς. Εκεί υπάρχει και ο επιβλητικός καθεδρικός του Αγίου Πέτρου και η ρομαντική Αγία Άννα. Θαυμάστε τη θέα της πόλης από το πάρκο Ρεγού και την αψίδα του θριάμβου. Απολαύστε τη μοντέρνα συνοικία Αντιγόνη , εμπνευσμένη αρχιτεκτονικά από την Αρχαία Ελλάδα

Η Καρκασσόν ή Κάρσα όπως την αποκαλούν οι κάτοικοι της βρίσκεται στην Νότια Γαλλία και είναι μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς και προστατεύεται από την UNESCO. Η γέφυρα Ποντ Βιε σε οδηγεί στην καστροπολιτεία και βρίσκεται στο μεσαιωνικό κομμάτι της πόλης. Ο Πίντε ο ψηλότερος πύργος, το κάστρο στην κορυφή του λόφου, οι τοιχογραφίες με αναπαράσταση από μάχες Φράγκων και Σαρακηνών, το μουσείο (με θώρακες όπλα, χρυσοποίκιλτους σταυρούς), η Εκκλησία του Αγίου Λαζάρου και τα μνημεία αμέτρητα εκεί. Ο ποταμός Ωντ χωρίζει την πανέμορφη πόλη σε δυο τμήματα ,την Κάτω Πόλη που ιδρύθηκε τον 13ο αιώνα και δεξιά, τη Σιτέ. Εδώ τα οχυρωμένα τείχη του μεσαίωνα με την <<έσω>> πόλη και τους πύργους της, καθιστούν την πόλη ένα μνημειακό θαύμα της Γαλλίας. Η Νιμ, ιδρύθηκε από τον αυτοκράτορα Αύγουστο σύμφωνα με τα ρωμαϊκά πρότυπα. Εκεί θα δούμε το ρωμαϊκό αμφιθέατρο (Les Arenes) ,του 1ου αι μΧ, ένα από τα πιο καλοδιατηρημένα ρωμαϊκά αμφιθέατρα στον κόσμο.

Η Λυών είναι πόλη της νοτιοανατολικής Γαλλίας, πρωτεύουσα της περιφέρειας του Ρον-Αλπ και του νομού του Ροδανού. Είναι η τρίτη μεγαλύτερη πόλη της Γαλλίας, μετά το Παρίσι και τη Μασσαλία. Το εντυπωσιακό ιστορικό κέντρο της πόλης χωρίζεται, ουσιαστικά, σε τέσσερις μεγάλες περιοχές – χρονικές περιόδους: το λόφο Fouvière, ή λόφο που προσεύχεται, ο οποίος στεφανώνει την παλιά, μεσαιωνική πόλη, το Croix Rousse, ή λόφο που δουλεύει και το Presqu'île, τη λωρίδα γης ανάμεσα στους δύο ποταμούς, με το αμάλγαμα κτιρίων, αρχιτεκτονικών μορφών και ιστορικών μνημείων που καλύπτουν μια ευρύτατη χρονολογικά περίοδο, από τον 16ο έως τον 19ο αιώνα. Κτισμένη το 1896, με στοιχεία ρομανέσκ και βυζαντινής αρχιτεκτονικής, αξίζει μια περιήγηση στο εσωτερικό της, για να θαυμάσετε τα εντυπωσιακά βιτρό και τα ψηφιδωτά που κοσμούν τους τοίχους της.

Η μεγαλύτερη σε ηλικία συνοικία της πόλης φιλοξενεί και έναν από τους μεγαλύτερους σε έκταση αρχαιολογικούς χώρους της Γαλλίας: το ρωμαϊκό θέατρο, το ωδείο και το Μουσείο Γαλλο-Ρωμαϊκού πολιτισμού αποτυπώνουν εύγλωττα τη μακραίωνη Ιστορία του Lugdunum πριν γίνει Λυών. Ο καθεδρικός ναός της πόλης είναι αφιερωμένος στον Άγιο Ιωάννη τον Βαπτιστή και αποτελεί έδρα του Αρχιεπισκόπου της Λυών. Πρόκειται για έναν ρωμαιοκαθολικό ναό που άρχισε να οικοδομείται υπό τους επισκόπους Ποθίνο και Ειρηναίο, τον δωδέκατο αιώνα στα ερείπια μιας εκκλησίας που βρισκόταν εκεί από τον 6ο κίόλας αιώνα. Οι εργασίες ανέγερσης του έγιναν κατά περιόδους ώσπου το 1476 έλαβε τελικά τη σημερινή του μορφή. Οι διαστάσεις του ναού είναι 80 μέτρα μήκος, 20 μέτρα πλάτος και 32,5 μέτρα ύψος.

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το εκκλησιαστικό (μουσικό) όργανο που διαθέτει καθώς έχει κατασκευαστεί από αναγνωρισμένους τεχνίτες της εποχής και έχει πλήθος δυνατοτήτων και εξάισια ακουστική. Μετά τον καθεδρικό της Λυών η Βασιλική της Παναγίας του Φουβιέρ, οικοδόμημα που αποτελεί σήμα κατατεθέν για την πόλη. Χτίστηκε μεταξύ 1872 και 1896 για να

συμβολίσει την επικράτηση των χριστιανικών αξιών έναντι του σοσιαλιστικού ρεύματος που κυριαρχούσε στην πόλη έως και το 1870. Από αρχιτεκτονικής άποψης θα μπορούσε κάποιος να πει ότι είναι εμπνευσμένη από την Βασιλική της Αγίας Καρδιάς του Παρισιού (Basilique du Sacré-Coeur).

Το νοσοκομείο Hôtel-Dieu είναι ένα από τα παλαιότερα εν λειτουργία νοσοκομεία σε ολόκληρη τη Γαλλία και βρίσκεται στην δυτική όχθη του ποταμού Ροδανού. Εκτιμάται ότι η χρονολογία ανέγερσής του τοποθετείται στα 1184 και αρχικά χρησιμοποιούταν ως σημείο συνάντησης και φιλοξενίας κληρικών που επισκέπτονταν την πόλη. Το 1454 όμως η εξέχουσα προσωπικότητα και γιατρός Maître Martin Conras μετέτρεψε το κτίριο σε ένα πλήρως λειτουργικό και οργανωμένο νοσοκομείο ένα από τα σημαντικότερα σε ολόκληρη τη χώρα. Με δεδομένο ότι η Λυών αποτελούσε ανέκαθεν σταυροδρόμι εμπορίου και ταξιδιών πολλοί περαστικοί χρησιμοποίησαν τις υπηρεσίες αυτού του νοσοκομείου και ακόμα περισσότεροι εξέχοντες γιατροί θήτευσαν εδώ. Αυτές είναι κάποιες από τις περιοχές οι οποίες βρίσκονται κοντά στη Μεσόγειο.

Δεν θα μπορούσε όμως να κλείσει το πολιτιστικό κομμάτι της Γαλλίας χωρίς να αναφερθούμε και στο Παρίσι ή αλλιώς η πόλη του φωτός, πρωτεύουσα της Γαλλίας που αποτελεί κάρμα πολιτιστικών μνημείων και είναι μία από τις ιστορικότερες πόλεις της Ευρώπης. Η γαλλική πρωτεύουσα έχει μεγάλο αριθμό ιστορικών και θρησκευτικών κτηρίων, μουσείων, πάρκων και θεάτρων. Στο Παρίσι βρίσκονται περίπου 160 μουσεία, 200 μόνιμες εκθέσεις τέχνης (γκαλερί), 100 θέατρα, 600 κινηματογράφοι. Η προσφορά σε πολιτιστικές εκδηλώσεις περιλαμβάνει κονσέρτα, εκθέσεις, φεστιβάλ μουσικής και κινηματογράφου, επιδείξεις μόδας αλλά και αθλητικές εκδηλώσεις. Το Ανάκτορο Φονταινμπλώ (Fontainebleau) μπήκε, το 1979, στον κατάλογο της UNESCO ως πολιτιστικό μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς και το ίδιο συνέβη με το παλάτι των Βερσαλλιών το 1981 και την όχθη του ποταμού Σηκουάνα το 1991. Σημαντικότερα αξιοθέατα είναι ο Πύργος του Άιφελ, η Αψίδα του Θριάμβου, η Σακρέ Κερ στη Μονμάρτη, η Παναγία των Παρισίων, το μνημείο της Βαστίλλης, η Πλατεία Βαντόμ, η Πλας ντε Βοζ, τα μουσεία του Λούβρου περιλαμβάνει πάνω από 30.000 εκθέματα, από την αρχαιότητα μέχρι τον 19ο αιώνα, του Ορσέ, όπου στεγάζει αντικείμενα γαλλικής τέχνης της χρονικής περιόδου 1848 - 1914, φιλοξενεί μία πλούσια συλλογή ιμπρεσιονιστικών έργων, καθώς και εξαιρετικά ενδιαφέρουσες προσωρινές εκθέσεις. Του Πικάσο όπου είναι αφιερωμένο, όπως το λέει και ο τίτλος του, στον μεγάλο Ισπανό ζωγράφο. Εκτίθενται περίπου 250 έργα του Πικάσο, πίνακες αλλά και γλυπτά, το μουσείο του Ροντέν. Το Μπωμπουάρ με εκθέματα σύγχρονης τέχνης, το πανεπιστήμιο της Σορβόνης, καθώς και το παλάτι των Βερσαλλιών λίγα χιλιόμετρα έξω από το Παρίσι.<sup>46</sup>

Μεγάλη ανάπτυξη οικότουρισμού γνωρίζει και η Γαλλία και αυτό γιατί έχει πολλούς πράσινους χώρους. Διαθέτει πάρκα, κήποι, δάση που στολίζουν την ατμόσφαιρα της γαλλικής πρωτεύουσας. Οι μεγαλύτεροι χώροι πρασίνου είναι τα δάση Bois de Vincennes και Bois de Boulogne (Δάσος της Βουλώνης), οι οποίοι καλύπτουν μια έκταση περίπου 10 τετρ. χιλ. και 8,5 τετρ. χιλ. και βρίσκονται στο νοτιοανατολικό και δυτικό άκρο του Παρισιού αντιστοίχως. Και

<sup>46</sup> <http://www.point4travel.gr/lyon/>

<http://www.athens-travel.gr/el/proorismoi/item/15-karkason-notia-gallia>

<http://travel.in2life.gr/article.aspx?mid=163167>

<http://el.wikipedia.org>



τα δυο δάση περιλαμβάνουν ιππόδρομο, νησάκια, λίμνες, κήπους και άλλους πόλους έλξης, για παράδειγμα το ζωολογικό κήπο του Βενσέν (Vincennes) ή το μουσείο επιστημών Exploradome στη Βουλώνη.

Άλλοι σημαντικοί χώροι πρασίνου είναι οι φημισμένοι κήποι του Λουξεμβούργου (Jardins du Luxembourg), που περιλαμβάνουν και το Ανάκτορο του Λουξεμβούργου, ο Βοτανικός κήπος *Jardin des Plantes*, με διάφορα μουσεία (Μουσείο Φυσικής Ιστορίας) και θερμοκήπια και με έναν από τους πιο παλαιούς ζωολογικούς κήπους στον κόσμο (Ménagerie du Jardin des Plantes, έτος έναρξης λειτουργίας το 1794), η περιοχή *Tuileries*, με το Ανάκτορο του Κεραμεικού, το πάρκο *Buttes-Chaumont*, το οποίο περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, μια μικρή σπηλιά, το πάρκο *Parc de la Villette* με το περίφημο *Cité des Sciences et de l'Industrie*, τα πάρκα *Monceau* και *Montsouris* και πολλοί άλλοι χώροι πρασίνου.

Όσo και εκτός του Δήμου του Παρισιού (Ville de Paris), στην ευρύτερη περιοχή της πόλης (région parisienne) συναντά κανείς αξιόλογους και μεγάλους χώρους πρασίνου: το δάσος του Μεντόν (forêt de Meudon), με έκταση 1.100 εκτάρια (11.000 στρέμματα), απέχει περίπου 6 χλμ. νοτιοδυτικά του Παρισιού και στεγάζει άγρια πανίδα, όπως αλεπούδες και αγριογούρουνα. Σε αυτό υπάρχει, επίσης, και το Αστεροσκοπείο της Meudon, ένα από τα πιο σημαντικά αστρονομικά κέντρα στον κόσμο.<sup>47</sup>

Πηγή προσέλκυσης τουριστών αποτελεί και ο θρησκευτικός τουρισμός στην Γαλλία. Η Γαλλία διαθέτει ένα μεγάλο φάσμα ναών από τους οποίους οι πιο γνωστοί είναι Η Παναγία των Παρισίων, γνωστή και ως Νοτρ Νταμ είναι ο μητροπολιτικός χριστιανικός ναός της πόλης του Παρισιού και αποτελεί ένα από τα πλέον θαυμαστά αρχιτεκτονικά μνημεία του λεγόμενου οξυκόρυφου ή γοθικού ρυθμού. Βρίσκεται στο νησί Ιλ ντε λα Σιτέ του ποταμού Σηκουάνα, στο κέντρο της γαλλικής πρωτεύουσας. Η κατασκευή του άρχισε το 1163 και τον θεμέλιο λίθο έθεσε ο Πάπας Αλέξανδρος Γ΄ και ο Βασιλέας Λουδοβίκος Ζ΄ της Γαλλίας. Η χωρητικότητα του ναού είναι 9.000 άτομα. Επίσης η εκκλησία του Αγίου Σουλπικίου (*Saint Sulpice*). Η σημερινή εκκλησία άρχισε να χτίζεται το 1649 και ολοκληρώθηκε τον 18ο αιώνα. Η βασιλική της *Ιερής Καρδιάς* (*Basilique de Sacré-Coeur*) είναι ρωμαιοκαθολική εκκλησία στον λόφο της Μονμάρτρης, στο υψηλότερο σημείο της πόλης. Άρχισε να χτίζεται το 1876 και ολοκληρώθηκε το 1914.

Κλείνοντας η Βασιλική Σαιν–Ντενί βρίσκεται στο βόρειο προάστιο του Παρισιού, Σαιν-Ντενί (Σεν-Σαιν-Ντενί), δίπλα στον τάφο του Αγίου Διονυσίου, πρώτου επισκόπου του Παρισιού, ο οποίος αποκεφαλίστηκε στο λόφο της Μονμάρτρης το 250 μ. Χ. Ο Καθεδρικός Ναός της Ρενς (γαλλικά: Reims) βρίσκεται στην πόλη Ρενς της Γαλλίας, βορειοανατολικά του Παρισιού, στην περιοχή του διαμερίσματος Καμπανίας – Αρδενών και είναι αφιερωμένος στην Παναγία (Νοτρ Νταμ). Ο ναός ήταν ήδη από το 290 μ. Χ. έδρα επισκοπής. Η Παναγία της Σαρτρ, ή Καθεδρικός Ναός της πόλης Σαρτρ στη Γαλλία αποτελούσε από τον Μεσαίωνα μεγάλο και σπουδαίο ιερό προσκύνημα των πιστών που προσέρχονταν για να προσκυνήσουν το ιερό άγαλμα της Παναγίας που φέρονταν μέσα σε ειδική κρύπτη, την λεγόμενη «Παναγία υπό την Γην», και που ανάγεται στην επισκοπική θητεία του Φυλμπέρ.

<sup>47</sup> <http://el.wikipedia.org>

Μπορεί η Γαλλία να μπήκε αργά στον χώρο του σκι και των χειμερινών διακοπών, κατάφερε όμως να εξελιχθεί σε χρόνο ρεκόρ. Το μυστικό κρύβεται σε 2 λέξεις, Γαλλικές Άλπεις. Εκτός από την εξαιρετική ομορφιά που θα συναντήσετε, εξαιρετικές είναι και οι εγκαταστάσεις όλων των χιονοδρομικών κέντρων και φυσικά των ξενοδοχείων, που προσφέρουν άμεση πρόσβαση στις πίστες. Μερικά από τα μεγαλύτερα χιονοδρομικά κέντρα βρίσκονται σε περιοχές όπως η Val d' Isere που έχει τα πιο δημοφιλή χειμερινά θέρετρα του πλανήτη. Κι αυτό γιατί έχει το προνόμιο να διαθέτει μία από τις καλύτερες φυσικές περιοχές για σκι. Με 2 παγετώνες, 300χλμ. διαδρομών, 2 snow parks και με ένα από τα υψηλότερα ρεκόρ χιονιού στην Ευρώπη, οι δυνατότητες του βουνού για σκι και snowboard, μοιάζουν απεριόριστες. Επίσης η πόλη Chamonix που με το πέρασμα των χρόνων, εξελίχθηκε σε ένα γεμάτο ζωντάνια θέρετρο που προσελκύει τους λάτρεις του σκι, του snowboard, του βουνού και της περιπέτειας απ' όλο τον κόσμο. Πολλοί το επισκέπτονται κυρίως για τις διάσημες πίστες του: με το ψηλότερο δίκτυο lifts στην Ευρώπη (3842 μ.), τη μεγαλύτερη σε μήκος ελεύθερη διαδρομή σκι στον κόσμο (Vallee Blanche) και ένα snow park το Chamonix αποτελεί την απόλυτη πρόκληση για τους λάτρεις του χιονιού.

Επίσης και ο Les 2 Alpes έχει αποκτήσει ένα θρυλικό όνομα από τους σκιέρ και τους οπαδούς του σνόουμπορντ που αναζητούν νέες συγκινήσεις. Ωστόσο, ο αληθινός θησαυρός βρίσκεται στο βουνό. Στα 3600 μέτρα ο παγετώνας προσφέρει τη δυνατότητα για σκι καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, ακόμα και τον Αύγουστο! Το Snow Park είναι εξαιρετικό και το σκι εκτός πίστας είναι ένα από τα καλύτερα της Ευρώπης. Μπορείτε να διαλέξετε από μια ποικιλία διαδρομών ή να ανακαλύψετε καινούρια μονοπάτια παρέα με έναν οδηγό. Αυτές είναι μερικές από τις περιοχές τις Γαλλίας η οποίες είναι γνωστές για την προέλευση τουρισμού στους χειμερινούς μήνες του χρόνου.<sup>48</sup>

Η τελευταία μορφή εναλλακτικού τουρισμού που θα αναφέρουμε γι' αυτή τη χώρα είναι ο υγείας-ιαματικός τουρισμός. Ο θεραπευτικός τουρισμός στη Γαλλία αποτελεί παράδοση για τη χώρα λόγω των ιαματικών πηγών που διαθέτει. Διαθέτει 1200 εγκαταστάσεις θεραπευτικής αγωγής που εκτιμάται ότι λειτουργούν. Έχουν αναπτυχθεί 100 συμπλέγματα πηγών διασκορπισμένα σε 40 διοικητικά διαμερίσματα. Διαθέτει 50 κέντρα τουριστικής υγείας από τα οποία εξειδικεύονται στη θαλασσοθεραπεία και 20 στον ιαματικό τουρισμό. Από τα μεγαλύτερα ιαματικά-θερμαλιστικά κέντρα είναι το Ais Les Bains, το οποίο ασχολείται με άτομα τα οποία έχουν βλάβη στις φωνητικές χορδές, το Les Celestins Vichy Spa γνωστό για τα ιαματικά λουτρά του κ.α. Επίσης εκτιμάται ότι ο αριθμός τουριστών ξεπερνάει το 1.000.000 (600.000 για ιαματικά κέντρα υδροθεραπείας, 200.000 για κέντρα θαλασσοθεραπείας και 200.000 για θέρετρα που παρέχουν διάφορες μορφές υδροθεραπείας).



<sup>48</sup> [http://www.mayfairtravel.gr/france/contentpage\\_gr\\_6485.htm](http://www.mayfairtravel.gr/france/contentpage_gr_6485.htm)

<http://el.ski-france.com/>

<http://www.lifespeed.gr/articles/4976>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Προγράμματα Στήριξης - Επενδυτικά Προγράμματα**

### **4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο τουρισμός αποτέλεσε εδώ και δεκαετίες μία από τις κυριότερες ατμομηχανές που οδήγησαν την Ελλάδα σε πορεία ανάπτυξης και προόδου. Σήμερα, που και πάλι βιώνουμε δύσκολες συνθήκες, ο τουρισμός ανάγεται σε καίριο πυλώνα για την οικονομία και σημαντικό μοχλό ανάπτυξης.

Παρά τη σημασία του τουρισμού και την ουσιαστική συμβολή του στο ακαθάριστο προϊόν της χώρας, υπάρχουν και οι Κασσάνδρες που δηλώνουν ότι στέρεψαν οι προοπτικές ανάπτυξης για τον τουρισμό. Ένα έχω να πω: Πλανώνται πλάνην οικτρά. Οι προοπτικές δεν είναι απλά καλές, είναι ανεξάντλητες. Φτάνει όλοι εμείς που δραστηριοποιούμαστε στον τουρισμό μαζί βεβαίως με τις αρμόδιες αρχές και όλους τους Έλληνες, να κεφαλαιοποιήσουμε τα πλεονεκτήματα και να πραγματοποιήσουμε τις ευκαιρίες σε πραγματικότητες, επανατοποθετώντας έτσι το προϊόν μας σε μια καλύτερη βάση.

Το μεσογειακό κλίμα της Ελλάδας είναι ιδανικό για τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Σήμερα μία από τις βασικές προτεραιότητες της Ελληνικής Πολιτείας είναι να δημιουργήσει μία δυναμική και βιώσιμη τουριστική υποδομή για όλες τις εποχές του χρόνου που θα ανταποκρίνεται στις προκλήσεις του 21ου αιώνα.

Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερα από 15.000 χιλιόμετρα παραλίας, 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Οι επισκέπτες ανακαλύπτουν ποικίλες επιλογές σε τομείς όπως η ιστιοπλοΐα και οι κρουαζιέρες, τα ταξίδια κινήτρων και τις αποδράσεις σαββατοκύριακου, που παρουσιάζουν νέες ευκαιρίες σε εξειδικευμένες (niche markets) και ελκυστικές αγορές.

Παρθένες παραλίες, επιβλητικά βουνά, πλούσια ιστορία και παραδόσεις, θεαματικά τοπία και φημισμένη φιλοξενία είναι τα στοιχεία που προσελκύουν επισκέπτες από όλο τον κόσμο στον τόπο που γεννήθηκε η δημοκρατία.

Ο τουρισμός αποτελεί το 18% του ΑΕΠ της Ελλάδας, απασχολεί περισσότερα από 900.000 άτομα και είναι η μεγαλύτερη πηγή άδηλων πόρων της χώρας. Σήμερα, λειτουργούν περισσότερα από 9.000 ξενοδοχεία στην Ελλάδα. Το γεωγραφικό εύρος των τουριστικών προορισμών είναι ιδιαίτερα μεγάλο, εξαιτίας του γεγονότος ότι η Ελλάδα διαθέτει πάνω από 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Επιπλέον, η μεγάλη ποικιλία σε φυσικά τοπία, ο μεγάλος αριθμός ιστορικών μνημείων και χωριών και η δυνατότητα πολλών δραστηριοτήτων υποδηλώνουν ότι οι ευκαιρίες ουσιαστικά είναι απεριόριστες.

Παράλληλα με τα θετικά τουριστικής ανάπτυξης, άρχισαν να εμφανίζονται και αρνητικά. Σημαντικότερη αρνητική επίπτωση η χωρίς όρους και κανόνες ανάπτυξη, που σήμαινε κατασκευή τουριστικών υποδομών διαμονής, εστίασης, ψυχαγωγίας, χωρίς όμως χωροταξικό σχεδιασμό, και αξιολόγηση της φέρουσας ικανότητας της κάθε περιοχής. Ως αποτέλεσμα καταγράφηκε η ανεξέλεγκτη δόμηση, η απουσία των απαραίτητων υποδομών διαχείρισης των αποβλήτων και απορριμμάτων της δραστηριότητας, η προβληματική διαχείριση και διαθεσιμότητα νερού κ.α.. Αν παράλληλα λάβουμε υπόψη και την εύθραυστη ισορροπία των παράκτιων και νησιωτικών οικοσυστημάτων, στις οποίες κυρίως αναπτύχθηκε το συγκεκριμένο

μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, τότε μπορούμε να κατανοήσουμε τα περιβαλλοντικά προβλήματα που καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε σήμερα στις ίδιες περιοχές.

Πέρα από την περιβαλλοντική υποβάθμιση του προϊόντος μεταλλάχθηκε και το ανθρώπινο κεφάλαιο που ασχολούνταν με το τουρισμό. Έχασε τον αυθορμητισμό της φιλοξενίας που διέθετε και εστίασε περισσότερο στο πρόσκαιρο εύκολο, γρήγορο και μεγάλο κέρδος, χωρίς αναστολές απέναντι στη καταστροφή του περιβάλλοντος, την αλλοίωση του κοινωνικού ιστού, την απώλεια της τοπικής και επαγγελματικής ταυτότητας, οδηγώντας μάλιστα ολόκληρες κοινωνίες σε μία εποχιακή μαλθακότητα που συναρτούνταν με την εποχικότητα του τουρισμού.

Η Ελλάδα για την ανάπτυξη της οικονομίας και συγκεκριμένα του τουρισμού, θα πρέπει να θέσει ως στόχο την διόρθωση της περιβαλλοντολογικής καταστροφής που έχει προκαλέσει η εύκολη και γρήγορη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων αλλά και ο τρόπος αντιμετώπισης των τουριστών έτσι ώστε να επιτύχει στην ανάπτυξη τόσο του μαζικού όσο και του εναλλακτικού τουρισμού. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την άρτια τουριστική υποδομή και την ανάπτυξη περαιτέρω των εναλλακτικών τουριστικών δυνατοτήτων της για να αποτελέσει προορισμό διακοπών για όλο το χρόνο.

Το μεσογειακό κλίμα της χώρας είναι ιδανικό για δραστηριότητες, όπως γκολφ και οδοιπορία, και εκτιμάται ότι ένα εκατομμύριο Ευρωπαίοι θεωρούν την Ελλάδα ως υποψήφιο προορισμό δεύτερης κατοικίας. Υποτομείς του εναλλακτικού τουρισμού οι οποίοι παρουσιάζουν επενδυτικό ενδιαφέρον είναι τα θέρετρα ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης κατοικιών δεύτερης κατοικίας, γήπεδα γκολφ, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας και ευεξίας, η αναβάθμιση και κατασκευή νέων μαρίνων, τα συνεδριακά κέντρα, η ανάπτυξη αγροτουριστικών προϊόντων, ο θρησκευτικός τουρισμός, τα ιαματικά κέντρα και κέντρα θαλασσοθεραπείας, ο γαστρονομικός τουρισμός και πλήθος θεματικών επιλογών σχετικά με την πολιτισμική και ιστορική κληρονομιά της Ελλάδας.<sup>49</sup>

## **4.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΓΙΑ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ένα ολοκληρωμένος σχεδιασμός προβολής για προοπτικές εξέλιξης του Εναλλακτικού Τουρισμού, μετά από συνεχή παρατηρήσεις, έρευνες αγορών και επαρκή γνώση και αποτύπωση του Εναλλακτικού Τουριστικού προϊόντος, τόσο ως προς την σύνθεση, την ποιότητα καθώς και την φέρουσα ικανότητα του πρέπει να περιλαμβάνει:

Σύνθεση στοχευμένων αγορών με γεωγραφική, πολιτισμική και πληθυσμιακή ανάλυση και ειδικούς στόχους διαφοροποιημένους :

- 1) για τις παραδοσιακές και ώριμες αγορές
- 2) τις πάσχουσες – πληγείσες αγορές
- 3) τις αναδυόμενες - νέες αγορές.

Επεκτείνοντας τους ορίζοντες μας ενώ αναγκαίες είναι οι ειδικές πολιτικές για την διατήρηση της τουριστικής κίνησης κατά τα επόμενα χρόνια στην εσωτερική αγορά.

<sup>49</sup> <http://my.aegean.gr/web/article3020.html>

- Σχεδιασμός και προγράμματα προβολής τόσο για το βασικό τουριστικό προϊόν μας θα συνεχίσει να αποτελεί τον κύριο πόλο τουριστικής προσέλκυσης για τα εναλλακτικά τουριστικά προϊόντα μας και τους συνδυασμούς τους.
- Αναπτυξιακή προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Η διατήρηση ανταγωνιστικών τιμών στους πελάτες
- Η διαρκής τουριστική προβολή στις συγκεκριμένες χώρες προέλευσης των τουριστών
- Η διαρκής τουριστική διαφήμιση μέσω και του διαδικτύου πέραν των λοιπών διαφημιστικών μέσων (τηλεόραση, έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος κλπ)
- Η συνέχιση στενής συνεργασίας με καταξιωμένους tour operators που αποδεδειγμένα φέρουν τουρίστες
- Η προβολή σε μεγάλες τουριστικές εκθέσεις τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό με στόχο την προσέλευση επισκεπτών – τουριστών
- Η προβολή σε τουριστικούς οδηγούς κ έντυπα που απευθύνονται στο λεγόμενο εσωτερικό τουρισμό
- Η προσπάθεια επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου πέρα των μηνών Απριλίου - Οκτώβριου
- Η αντιμετώπιση της παραξενοδοχείας και η αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών των διάφορων καταλυμάτων
- Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος να είναι για την προσέλκυση τουρισμού με υψηλό εισοδηματικό, κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο

Η σημερινή οικονομία είναι μία οικονομία ιδιαίτερα ρευστή και εύθραυστη και επειδή στο σημερινό μεταβαλλόμενο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον, <κάθε τι , επηρεάζει κάθε τι>, χρειάζεται ένας προσεκτικός συνδυασμός επιλογών, μέσα από μία ισορροπημένη βάση.

Για να επιτευχθεί ο στόχος της μεγαλύτερης προσέλκυσης επισκεπτών-τουριστών στη περιοχή, παρουσιάζεται μία σειρά δράσεων και δραστηριοτήτων χαμηλού συγκριτικά κόστους.

## **1.ΚΕΝΤΡΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ – ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ**

Άμεση σύσταση ειδικών κέντρων στους δήμους με στελέχωση από επιλεγμένα άτομα και κατόπιν συγκεκριμένης εκπαίδευσης (παρακολούθηση ειδικών πιστοποιημένων σεμιναρίων) για πλήρη τουριστική ενημέρωση και πληροφόρηση για την προσέλκυση και εξυπηρέτηση επισκεπτών τουριστών στις περιοχές. Οργανωμένη παροχή πληροφοριών προς ΜΜΕ (δελτία Τύπου, συνεντεύξεις, αρθρογραφία) για αύξηση επισκεψιμότητας όλων των περιοχών. Ενημέρωση, πληροφόρηση και συμβουλευτική συνδρομή σε όλες τις εκδηλώσεις των δήμων (τοπικοί φορείς, σύλλογοι αθλητικοί- εκπαιδευτικοί- ψυχαγωγικοί).

**ΠΡΟΤΑΣΗ** : Πρέπει να ιδρυθούν και να λειτουργήσουν κέντρα ενημερώσεις και πληροφόρησης επισκεπτών σε κάθε Νομό. Στελέχωση με ομάδες συντονισμού υλοποίησης.

## **2.ΛΟΓΟΤΥΠΟ - FILE - ΟΜΑΔΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ**

Σχεδιασμός λογότυπου που θα γίνει το σήμα της τουριστικής προβολής των δήμων. Προκήρυξη διαγωνισμού ή ανάθεση σε καλλιτεχνικές σχολές (σχολή Καλών Τεχνών, Βακαλό, Άκτο κλπ ) με σκοπό την υλοποίηση του σχεδιασμού. Ειδικός σχεδιασμένος έγχρωμος φάκελος με το λογότυπο των Δήμων, που θα περιέχει πλήρες ενημερωτικό έντυπο υλικό (στις 4 κύριες γλώσσες και στα Ελληνικά) για όλες τις ευρύτερες περιοχές, καθώς και το σύνολο των επιχειρήσεων και θα διανέμεται ευρύτατα σε χώρους εκδηλώσεων, προβολής, τουριστικών γραφείων κλπ

ΠΡΟΤΑΣΗ : Επειδή το κόστος προβλέπεται αρκετά υψηλό λόγω της ποσότητας που θα χρειαστεί, πρέπει να αναζητηθούν και να βρεθούν χορηγοί που θα συμμετέχουν στην διαδικασία ( πηγές για χορηγία, ΕΟΤ ,Τράπεζες , εταιρείες αναψυκτικών , κινητής τηλεφωνίας κ.λπ. ) . Θετικό σημείο για την εύρεση των χορηγών είναι η ιστορία που κουβαλάει μέσα της η λέξη ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.

## **3.ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΔΙΚΤΥΟΥ**

Αναμόρφωση ιστοσελίδας με πλήρη αναφορά και στοιχεία για την ύπαρξη και δράση των Επιχειρήσεων και Φορέων της κάθε περιοχής. Διαρκής αναφορά σε υπηρεσίες/προϊόντα όλων των επιχειρήσεων (προσφορές, εκπτώσεις, νέα προϊόντα κλπ). Συνεχή ενημέρωση, ανανέωση.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Επειδή η ιστοσελίδα είναι η βιτρίνα κάθε Δήμου, η οποία ταξιδεύει σε όλη την υφήλιο, η δημιουργία ή η αναμόρφωση της ιστοσελίδας πρέπει να σχεδιάζεται και να προτείνεται από το γραφείο ενημέρωσης και πληροφόρησης από ειδικούς ανθρώπους με ειδικές και αισθητικές γνώσεις.

## **4.ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ- ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**

Στοχευμένη δημοσιότητα σε κάθε τοπικό τύπο. Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε εφημερίδες ευρείας κυκλοφορίας. Τουριστικά έντυπα, προωθητικά φυλλάδια, αφίσες, ειδικά αυτοκόλλητα. Δημιουργία σειράς πρωτότυπων τουριστικών χαρτών με περιεχόμενο τις επιλεγμένες μορφές του τουρισμού. Προβολή από καλλιτεχνικές φωτογραφίες από αξιοθέατα των Δήμων στα λεωφορεία των ΚΤΕΛ ή ΤΑΞΙ (όλες τις εποχές με αντίστοιχα θέματα για προσέλκυση του εσωτερικού τουρισμού) και στα περίπτερα της Αθήνας και του Πειραιά ή άλλων μεγάλων πόλεων .

ΠΡΟΤΑΣΗ : Να σχεδιάζονται και να προτείνονται από το γραφείο ενημέρωσης και πληροφόρησης από ειδικούς ανθρώπους με ειδικές και αισθητικές γνώσεις.

## 5. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Συμμετοχή των Δήμων σε διάφορες τουριστικές εκθέσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό σε συνεργασία με το ΚΕΔΚΕ , ΕΟΤ , Υπουργείο Τουρισμού. Σχεδιασμός ειδικού περιπτέρου προβολής και υλικό προβολής.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Άμεση συμμετοχή και των επαγγελματιών κάθε Δήμου ( ξενοδοχεία, κάμπινγκ, τουριστικά συγκροτήματα )

## 6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΗΜΕΡΙΔΩΝ – ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Για την ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού είμαστε σε θέση να υλοποιήσουμε πρόγραμμα σειράς επιστημονικών ημερίδων ή συνεδρίων σε ενδεικτικά θέματα Τοπικής Αυτοδιοίκησης – Τουριστικής Ανάπτυξης , Τουρισμός και Περιβάλλον , Πράσινη Ενέργεια , Περιφερειακή Ανάπτυξη. Ενημερωτικά σ' ότι αφορά στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία του ICCA (ICCA είναι ένας από τους πιο σημαντικούς οργανισμούς στον κόσμο των διεθνών συναντήσεων ) , στο 2006 η χώρα μας βρισκόταν στην 19<sup>η</sup> θέση της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς , έχοντας φιλοξενήσει 111 συνέδρια προδιαγραφών ICCA . Εξ αυτών το 50% και συγκεκριμένα τα 55 συνέδρια διοργανώθηκαν στην Αθήνα , κατατάσσοντάς την στην 20<sup>η</sup> θέση μεταξύ 352 πόλεων- συνεδριακών προορισμών.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Μπορούμε με υπεύθυνη στρατηγική για το προϊόν που λέγεται Συνεδριακός Τουρισμός και με την παράλληλη συνδρομή των Δήμων να ενισχύσουμε το Συνεδριακό Τουρισμό στο τόπο μας ως μία σημαντική συνιστώσα τουριστικής ανάπτυξης μπαίνοντας δυνατά στο παιχνίδι της συνεχής ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος για την προσέλκυση επισκεπτών – τουριστών με υψηλό εισοδηματικό , κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο. Έχοντας και σημαντικά πλεονεκτήματα εν σχέση με άλλες χώρες (ιστορικό παγκοσμίως γνωστό όνομα, αξιοθαύμαστο φυσικό περιβάλλον ) είμαστε σε θέση να δημιουργήσουμε Γραφείο Συνεδρίων και επισκεπτών – τουριστών βάζοντας για τα καλά τη χώρα μας στο Διεθνή Συνεδριακό χάρτη.

## 7. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Οι χώροι που διαθέτει η χώρα μας είναι σε θέση να προσφέρουν πληθώρα αθλητικών γεγονότων , όπως αγώνες ιστιοπλοΐας , ταχυπλόων , κωπηλασίας, ποδηλάτου , αγώνες beach soccer , beach volley σε πανελλήνιο και διεθνές επίπεδο. Διοργάνωση ετήσιων Μαθησιακών αγώνων σε Πανελλήνιο επίπεδο αλλά και σε Διεθνή με σκοπό την γνωριμία των μαθητών - τουριστών με τα αθλήματα που διαθέτει η κάθε περιοχή. Η διενέργεια του Μαραθώνιου δρόμου (ολυμπιακό άθλημα ) με αφετηρία τον Δήμο Μαραθώνα είναι η καλύτερη διαφήμιση προσελκύοντας κάθε χρόνο χιλιάδες αθλητές και επισκέπτες – τουρίστες.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Διενέργεια περισσότερων αθλητικών γεγονότων. Φιλοξενία αθλητών με χαμηλό κόστος σε κατασκηνώσεις. Ουσιαστική αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό υφισταμένων τουριστικών καταλυμάτων.



## 8. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΑΣΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Έχοντας σαν μοχλό το φυσικό περιβάλλον που διαθέτει η χώρα μας προσφέροντας τοπία με ποικιλία και αντιθέσεις ( ορεινοί όγκοι, δασικές εκτάσεις, φυσικά ποτάμια, σπήλαια ) , λαμβάνοντας δε υπ' όψιν μας ότι ο άνθρωπος και το φυσικό περιβάλλον είναι έννοιες αλληλένδετες η αναζήτηση και η ανακάλυψη διαφόρων δραστηριοτήτων στην φύση όπως , ορεινά μονοπάτια , ποδηλασία βουνού , ιππασία , παιχνίδια στην φύση , κατέβασμα σε σπήλαια , περίπατοι στο πράσινο κ.λ.π μας δίνουν την δυνατότητα άμεσης και ουσιαστικής παρέμβασης στο πρόγραμμα αυτό.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Παρέμβαση στους ορεινούς όγκους με την καταγραφή – αποτύπωση και δημιουργία υλικού προβολής του δικτύου μονοπατιών . Σηματοδότηση με απλά σημάδια και ταμπέλες . Δημιουργία Περιβαντολογικών Πάρκων , ζωολογικών πάρκων κ.λ.π. Σαν χώρα η Ελλάδα έχει την δυνατότητα να δημιουργήσουμε μια από τις πιο σημαντικές υποδομές υπαίθριας και δασικής αναψυχής.

## 9. ΕΚΠΤΩΤΙΚΟ ΧΩΡΙΟ/ CAMPUS

Για την ανάπτυξη και ενίσχυση της εμπορικής ζωής , είμαστε σε θέση να καταστήσουμε σε πολλές πόλεις της Ελλάδας σύγχρονα εμπορικά εκπαιδευτικά χωριά πολλαπλών δραστηριοτήτων , με εκπαιδευτικές τιμές και διαρκής προσφορές . Πρέπει να λειτουργούν ως πόλο έλξης πελατών όλων των ηλικιών, σε συνάρτηση με την ψυχαγωγία. Αυτό προϋποθέτει άμεση συνεργασία με τους εμπορικούς συλλόγους της κάθε περιοχής , ενημέρωση – σεμινάρια μεταξύ των επαγγελματιών φορέων , βοήθεια και ενίσχυση των πρωτοβουλιών από τις Δημοτικές Αρχές.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Σκοπός της ιδέας αυτής είναι να λειτουργήσει ως μοχλός ανάπτυξης της εμπορικής ζωής. Στην υλοποίηση της θα πρέπει και οι Δήμοι με άμεσες παρεμβάσεις στα κέντρα κάθε πόλης ( πλατεία , πεζοδρομήσεις , εξασφάλιση χώρων στάθμευσης, καθαριότητα κ.λ.π. ) να συνδράμουν στην επιτυχία της . Παράλληλα θα πρέπει οι έμποροι να επαναπροσδιορίσουν τα ωράρια λειτουργίας των εμπορικών καταστημάτων τους και να ανανεώσουν τα καταστήματα τους δίνοντας μια νέα πιο σύγχρονη αισθητική μορφή. Τα προς ενοικίαση καταστήματα σε συνεννόηση με τους ιδιοκτήτες τους και με κάποιο πρόγραμμα χρηματοδότησης που μπορεί να παρέχουν οι Δήμοι να ντύνουν τις βιτρίνες τους με αυτοκόλλητες αφίσες (δείτε εκπαιδευτικό χωριό στα Σπάτα ) έτσι ώστε να μην δίνετε η εντύπωση στους επισκέπτες αλλά και στους μόνιμους κατοίκους η άσχημη εικόνα της εγκατάλειψης. Διαφήμιση του όλου προγράμματος μέσω του έντυπου τύπου, λεωφορεία , ταξί , μετρό και Εθνικών Οδών. Προσέλκυση επώνυμων εταιρειών για ενίσχυση της προβολής. Εύρεση χορηγών.

## 10. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ

Δημιουργία τουριστικών πακέτων σε συνεργασία με τους Δήμους και τα εκάστοτε τοπικά τουριστικά γραφεία για τις διάφορες μορφές τουρισμού. Να επιδιωχθεί η ανάδειξη του συνόλου των τουριστικών χώρων της κάθε περιοχής και των παρεχόμενων υπηρεσιών .

ΠΡΟΤΑΣΗ : Άμεση συνεργασία με τα Τουριστικά Γραφεία για τον σχεδιασμό χρονοδιαγράμματος του προγράμματος .

## **11. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ / ΣΧΟΛΙΚΟΥ**

Δημιουργούμε και αναπτύσσουμε μόνιμους τρόπους και κανάλια επικοινωνίας με σχολεία και Σχολές , για επαναλαμβανόμενη προσέλκυση μαθητών – φοιτητών από το εξωτερικό, στηριζόμενοι στην Ιστορία , το αρχαιολογικό ενδιαφέρον , την πολιτιστική κληρονομία , τις φυσικές ομορφιές και την υπέροχη ακτογραμμή που διαθέτει η χώρα μας.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Πρώτο βήμα η διενέργεια εκπαιδευτικών εκδρομών στους αρχαιολογικούς χώρους από τα σχολεία κάθε Δήμου. Ενημέρωση και προσέλκυση Ελλήνων μαθητών – φοιτητών και από άλλους νομούς της χώρας καθώς και ξένων μαθητών – φοιτητών από όλο τον κόσμο , με σκοπό την φιλοξενία και την ξενάγηση με μια μικρή συμμετοχή ή με αντίστοιχη φιλοξενία εκ μέρους των. Υπάρχουν ήδη προγράμματα και οι επαφές μπορούν να γίνουν μέσω των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων.

## **12. ΧΟΡΗΓΙΕΣ**

Για την σωστή ολοκλήρωση και επιτυχία των προτάσεων μας , χρειάζεται στοχευμένο πρόγραμμα εύρεσης χορηγών που θα υποστηρίζουν οικονομικά και επικοινωνιακά τα πλάνα προβολής.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Άμεσος σχεδιασμός εύρεσης χορηγών.

## **13. ΕΙΔΙΚΑ EVENT**

Δυνατότητα για θεματικές εκδηλώσεις (αθλητική διοργάνωση , φεστιβάλ μουσικής , θεάτρου , χάπενινγκ , υψηλού prestige και προβολής προσανατολισμένη στην ευρύτατη δημοσιότητα των αντίστοιχων Τοπικών Αυτοδιοικήσεων και των τοπικών κοινωνιών που θα προσελκύσουν και έχουν την κάλυψη από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης . Για παράδειγμα δυνατό γεγονός της χώρας μας είναι η σε ετήσια βάση διεξαγωγή του Μαραθωνίου δρόμου.

ΠΡΟΤΑΣΗ : Ζητούνται αντίστοιχα δυνατά επικοινωνιακά Events .

## **14. ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΑ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ /WORK SHOP**

Εργαστηριακά σεμινάρια εξειδικευμένα που θα απευθύνονται κατά περίπτωση , δηλαδή α) σε απασχολούμενους στις Τοπικές Αυτοδιοικήσεις για τον εμπλουτισμό της γνώσης τους για να μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον χώρο του πολιτισμού , της εκπαίδευσης , της τεχνολογίας κλπ και β) σε επιχειρηματίες Τουριστικής δραστηριότητας με σκοπό την

απόκτηση σύγχρονης επιστημονικής τουριστικής γνώσης και να γεννηθεί κοινή αντίληψη για την τουριστική αξιοποίηση της χώρας.

**ΠΡΟΤΑΣΗ** : Αναζήτηση φορέων για την κάλυψη των εργαστηριακών σεμιναρίων. Χρηματοδοτικά πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης με σκοπό την κάλυψη των σεμιναρίων.

## **15. ΟΜΑΔΑ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ**

Εκτός από το αρμόδιο Υπουργείο Τουρισμού να δημιουργηθεί μια ειδική λειτουργική ομάδα με σκοπό την υλοποίηση των παραπάνω προτάσεων , την επίβλεψη της σωστής λειτουργίας και την προώθηση για την τουριστική αναβάθμιση ολόκληρης της Ελλάδος.

**ΠΡΟΤΑΣΗ** : Για τον καλύτερο σχεδιασμό και την αποτελεσματικότητα των προτάσεων , πρέπει το ποιοτικό επίπεδο της οργανωτικής ομάδος να παρουσιάζει :

- ΕΠΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΚΑΤΑΡΤΗΣΗ
- ΕΠΑΓΓΕΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΡΤΗΣΗ
- ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΗ ΣΥΝΑΦΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ
- ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η ομάδα σαν κύριο έργο θα έχει το σχεδιασμό των δράσεων , την υλοποίηση των επιλεγμένων ενεργειών και την επίλυση των καταγεγραμμένων προβλημάτων της χώρας. Συνεργασία με τις υπηρεσίες των Δήμων αλλά και τους Τοπικούς Φορείς αντίστοιχα για την αντιμετώπιση των κυκλοφοριακών προβλημάτων , της ρύπανσης των χώρων , των αποχετεύσεων , την αισθητική υποβάθμιση , συντήρηση – αναβάθμιση των μαρίνων , αξιοποίηση αθλητικών εγκαταστάσεων κ.λπ. Θα ιδρύσει και θα πλαισιώσει με εκπαιδευμένο προσωπικό κέντρα ενημέρωσης και πληροφορίας σε κάθε Δήμο.<sup>50</sup>

## **4.3. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ**

Η συμβολή του τουριστικού τομέα μπορεί να είναι καθοριστικής σημασίας για την Ελλάδα. Αντιπροσωπεύει άλλωστε το 20% του ΑΕΠ. Η Ελλάδα μπορεί, αξιοποιώντας τους πόρους που διαθέτει, να αναβαθμίσει τη θέση της στην διεθνή αγορά τουριστικών επιχειρήσεων.

Η προβολή με τον καλύτερο τρόπο της πολιτιστικής μας κληρονομίας και του φυσικού μας περιβάλλοντος σε συνδιασμό με την αντιμετώπιση παγίων διαρθρωτικών αδυναμιών του τουριστικού κλάδου είναι ουσιώδους σημασίας. Για αυτό άλλωστε έχει δημιουργηθεί αυτόνομο Υπουργείο Τουρισμού. Μεγάλης σημασίας είναι επίσης η συνεργασία του δημοσίου με τον ιδιωτικό τομέα. Οι επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου μπορούν με τις πρωτοβουλίες τους και τις ιδέες τους να συμβάλουν στην αναβάθμισή της θέσεως της Ελλάδας στην Διεθνή τουριστική αγορά. Για να επιτευχθεί αυτό δεν αρκούν όμως μόνο οι πόροι και τα χρηματικά

<sup>50</sup> [http://site.marathon.gr/attachments/265\\_tour.pdf](http://site.marathon.gr/attachments/265_tour.pdf)

διαθέσιμα από τους ιδιώτες, χρειάζονται οικονομική ενίσχυση τόσο από την Ελλάδα και κατ'επέκταση από το Υπουργείο Τουρισμού όσο και από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω των επενδυτικών προγραμμάτων και των προγραμμάτων στήριξης.

Η Ελλάδα ενισχύεται με σημαντικούς πόρους από τα Διαρθρωτικά Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Περιφερειακής Πολιτικής. Η στήριξη αυτή πραγματοποιείται μέσω α) του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης β) των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών και γ) του Ταμείου Συνοχής. Οι πόροι αυτοί δημιουργούν τις προϋποθέσεις για υψηλότερη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη, οδηγούν σε πραγματική σύγκλιση με τις υπόλοιπες οικονομίες των κρατών μελών και συμβάλουν στην αντιμετώπιση των βασικών ελλείψεων της οικονομίας, κυρίως στους τομείς των υποδομών, της ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού και της παραγωγικότητας στον τουριστικό κλάδο.

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε και θα αναλύσουμε μερικά από τα σημαντικότερα και πιο γνωστά προγράμματα στήριξης για τα έτη 2013 - 2014 .

## **1. Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξη για τον Τουρισμό**

Με το χωροταξικό πλαίσιο οι αρμόδιοι φορείς στοχεύουν στην δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων υψηλής ποιότητας (υψηλότερη κατηγορία αστεριών) στην αναβάθμιση των υφιστάμενων εγκαταστάσεων καθώς και στον περιορισμό της διάσπαρτης δόμησης μικρών ξενοδοχείων σε έκτος σχεδίου περιοχές.

Ακόμα είναι η αύξηση της αρτιότητας των οικοπέδων όπου μπορούν να κατασκευάζονται ξενοδοχειακά συγκροτήματα. Πλέον στις << ανεπτυγμένες >> τουριστικά περιοχές θα επιτρέπεται η ίδρυση μονάδων μόνο 5 ή 4 αστεριών ενώ το όριο αρτιότητας αυξάνεται από τα 15 στα 20 στρέμματα και με πυκνότητα 8 ή 9 κλινών ανά στρέμμα ,αντίστοιχα. Για τις << αναπτυσσόμενες >> περιοχές η αρτιότητα αυξάνεται από 8 στα 10 στρέμματα, ενώ έκπληξη αποτελεί η ρύθμιση που αφορά στις οριζόντιες ως <<περιοχές με περιθώρια ανάπτυξης ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού >> όπου η αρτιότητα αυξάνεται από τα 4 ή 8 στρέμματα που ίσχυαν στα 15.

Τα νησιά (πλήν Κρήτης και Εύβοιας) διακρίνονται σε τρεις ομάδες (I, II και III).

- **Στην Ομάδα I**, περιλαμβάνονται τα ανεπτυγμένα και αναπτυσσόμενα νησιά: Αίγινα, Αλόνησος, Αμοργός, Άνδρος, Αντίπαρος, Αστυπάλαια, Ζάκυνθος, Θάσος, Θήρα, Ιθάκη, Ικαρία, Ίος, Κάλυμνος, Κάρπαθος, Κάσος, Κέα, Κέρκυρα, Κεφαλονιά, Κύθηρα, Κύθνος, Κως, Λέρος, Λευκάδα, Λέσβος, Λήμνος, Μήλος, Μύκονος, Νάξος, Πάρος, Πάτμος, Πόρος, Ρόδος, Σαμοθράκη, Σάμος, Σέριφος, Σίφνος, Σκιάθος, Σκόπελος, Σκύρος, Σπέτσες, Σύμη, Σύρος, Τήνος, Ύδρα, Φολέγανδρος και Χίος. Για τα νησιά αυτά ισχύουν οι κατευθύνσεις των αντίστοιχων κατηγοριών ενώ προωθούνται πολιτικές ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης μέσω οργανωμένων υποδοχέων τουριστικών δραστηριοτήτων ήπιας ανάπτυξης
- **Στην Ομάδα II**, περιλαμβάνονται τα κατοικημένα νησιά που δεν περιλαμβάνονται σε αυτά της πρώτης ομάδας και τα οποία παρουσιάζουν προβλήματα ανάπτυξης.

- **Στην Ομάδα III**, περιλαμβάνονται τα ακατοίκητα νησιά και οι βραχονησίδες, όπου επιτρέπεται μόνο η δημιουργία οργανωμένων υποδοχέων τουριστικών δραστηριοτήτων ήπιου χαρακτήρα και μόνο εφόσον η έκταση του νησιού είναι μεγαλύτερη από 300 στρ. και απέχει απόσταση μεγαλύτερη των 10 ναυτ. μιλίων από τα θαλάσσια σύνορα της χώρας.

Με το χωροταξικό πλαίσιο δεν αποκλείονται –πλέον- από την τουριστική ανάπτυξη, οι περιοχές για τις οποίες ισχύουν ειδικά διατάγματα προστασίας (προστατευόμενες περιοχές, NATURA κλπ) όπου οι παρεμβάσεις επιτρέπονται αλλά με εφαρμογή των ειδικών διαταγμάτων και υπουργικών αποφάσεων που ισχύουν.

Μία επίσης σημαντική ρύθμιση είναι αυτή που αφορά στον μέγιστο επιτρεπόμενο συντελεστή δόμησης για τους «οργανωμένους υποδοχείς πρότυπου χαρακτήρα», οι οποίοι πλέον θα καθορίζονται ανάλογα με την συνολική έκταση και όχι ανάλογα με την περιοχή. Έτσι για εκτάσεις από 300 έως 2000 στρ. ορίζεται μέγιστος μεικτός συντελεστής 0,05 για εκτάσεις από 2000 έως 4000 στρ. συντελεστής 0,03 και για μεγαλύτερες εκτάσεις 0,01. Αντίστοιχα για τους «οργανωμένους υποδοχείς ήπιας ανάπτυξης» ο συντελεστής δόμησης που θα μπορεί να εφαρμοστεί δεν θα υπερβαίνει το 0,05.

Παράλληλα, με το ειδικό χωροταξικό του τουρισμού, επιχειρείται να προωθηθεί ένα μοντέλο πολυθεματικού τουρισμού με ειδικές μορφές και ανάλογη κατηγοριοποίηση για όλη την χώρα. Την εξυπηρέτηση αυτού του στόχου θα υποστηρίξουν οι προβλέψεις για τον τουρισμό κρουαζιέρας, τον καταδυτικό τουρισμό και τα “υποβρύχια μουσεία”, τα χιονοδρομικά κέντρα και τις εγκαταστάσεις γκολφ, όπως επίσης και για τους παραδοσιακούς και τους εγκαταλελειμμένους οικισμούς, τον αγροτουρισμό και τον οίνο-τουρισμό.<sup>51</sup>

## **2. Leader 313 - Ενθάρρυνση Τουριστικών Δραστηριοτήτων**

Το Μέτρο αφορά στην ενθάρρυνση της τουριστικής δραστηριότητας και ειδικότερα στην ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων τα οποία αφορούν στη βελτίωση και οργάνωση του τουριστικού προϊόντος, στην ενίσχυση της απασχόλησης, στην αύξηση της επισκεψιμότητας των περιοχών παρέμβασης, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου καθώς και την προβολή - προώθηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των περιοχών παρέμβασης. Ιδιαίτερη βαρύτητα αποδίδεται στην προώθηση ίσων ευκαιριών σε νέους, γυναίκες και ειδικές ομάδες πληθυσμού.

Μέσω του προγράμματος δύνανται να ενισχυθούν επενδυτικά σχέδια Πολύ Μικρών επιχειρήσεων, καθώς και παρεμβάσεις Δημοσίου χαρακτήρα (από ΟΤΑ Α' βαθμού και τα νομικά τους πρόσωπα, άλλους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και ιδιωτικούς φορείς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα) σε περιοχές που ανήκουν στον Άξονα 4 του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007 - 2013

Ανάλογα με την περιοχή υλοποίησης της επένδυσης τα ποσοστά ενίσχυσης κυμαίνονται από 35% έως 60% του επιλέξιμου επενδυτικού προϋπολογισμού, ο οποίος για παρεμβάσεις ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας στον κλάδο του τουρισμού και κάποιων παρεμφερών υπηρεσιών (π.χ. εστίαση, αναψυχή, εναλλακτικός τουρισμός) μπορεί να κυμανθεί έως € 600.000 για υποδομές διανυκτέρευσης και έως € 300.000 για τις λοιπές δραστηριότητες.

<sup>51</sup> [www.noisisdev.gr](http://www.noisisdev.gr)

Για τις παρεμβάσεις δημόσιου χαρακτήρα, ο ανώτατος προϋπολογισμός ανέρχεται σε € 100.000, με ποσοστό επιχορήγησης 70% για την προβολή και προώθηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των περιοχών, ενώ για τις λοιπές παρεμβάσεις δημοσίου χαρακτήρα (κέντρα τουριστικής πληροφόρησης, σήμανση αξιοθέατων, ποδηλατικές διαδρομές) ο ανώτατος προϋπολογισμός ανέρχεται σε € 300.000 με ποσοστό επιχορήγησης σε 100%.<sup>52</sup>

### 3. Επενδυτικός Νόμος

Ο Επενδυτικός Νόμος προβλέπει κίνητρα επιχορήγησης, επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης και φορολογικής απαλλαγής ή μίγμα αυτών κατ' επιλογή του Επενδυτή.

Η ένταση των ενισχύσεων κυμαίνεται από 15% έως 60%, ανάλογα με το μέγεθος της αιτούσας επιχείρησης, το είδος και την περιοχή εγκατάστασης της επένδυσης και το ύψος του αιτούμενου προϋπολογισμού. Η Ελληνική Επικράτεια έχει διαχωριστεί σε τρεις γεωγραφικές ζώνες, όπως καθορίζονται από τον Εγκεκριμένο Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων, οι οποίες κατά κύριο λόγο διαφοροποιούν το ποσοστό της ενίσχυσης.

Επιπλέον, προβλέπεται προκαταβολή έως το 100% της επιδότησης για τα επενδυτικά σχέδια που θα εγκριθούν μέσω του Επενδυτικού Νόμου, ως το τέλος του έτους 2014.

Στο καθεστώς ενισχύσεων του Νόμου υπάγονται επενδυτικά σχέδια σε όλους τους τομείς της Οικονομίας, πλην συγκεκριμένων εξαιρέσεων.

Ενδεικτικά επιδοτούνται:

- Ξενοδοχειακές μονάδες άνω των 3\*, Μονάδες Τουρισμού Υγείας, Θεματικά Πάρκα, Κέντρα αποκατάστασης – αποθεραπείας κ.α.
- Μεταποιητικές μονάδες (βιομηχανίες και βιοτεχνίες αγροτικών προϊόντων, τροφίμων, μετάλλων, φαρμάκων, ενδυμάτων, επίπλων κ.α.)
- Μονάδες Logistics,
- Μονάδες Παραγωγής Ηλεκτρικής Ενέργειας από Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (εκτός Φ/β και ηλιοθερμικών),
- Γεωργικές και Κτηνοτροφικές Εκμεταλλεύσεις (Θερμοκήπια, Κτηνοτροφικές και Πτηνοτροφικές μονάδες κ.α.)
- Τηλεπικοινωνίες, Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, Εκδόσεις κ.α.
- Μονάδες Ανακύκλωσης

Τα επενδυτικά σχέδια διακρίνονται στις ακόλουθες ομάδες:

#### Γενικά Επενδυτικά Σχέδια

**α. Γενικής Επιχειρηματικότητας:** περιλαμβάνεται το σύνολο των επενδυτικών σχεδίων που μπορούν να υπαχθούν στις διατάξεις του νόμου και δεν εντάσσονται σε άλλη κατηγορία.

**β. Τεχνολογικής Ανάπτυξης:** περιλαμβάνονται επενδυτικά σχέδια τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων με την χρησιμοποίηση τεχνολογικών και οργανωτικών καινοτομιών.

<sup>52</sup> [www.noisisdev.gr](http://www.noisisdev.gr)

**γ. Περιφερειακής Συνοχής:** περιλαμβάνονται επενδυτικά σχέδια σε παραγωγικές δραστηριότητες που αξιοποιούν τοπικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, αντιμετωπίζουν τοπικές ανάγκες και περιφερειακά προβλήματα με περιβαλλοντικά βιώσιμες τεχνολογικές εφαρμογές, εισάγουν τεχνολογίες εξοικονόμησης ενέργειας και αξιοποίησης υδάτινων πόρων και συμβάλλουν στη φιλική προς το περιβάλλον ανασυγκρότηση, ανάπτυξη και ανάπτυξη περιοχών οικονομικής δραστηριότητας.

## **Ειδικά Επενδυτικά Σχέδια**

**α. Επιχειρηματικότητας των Νέων:** στην κατηγορία αυτή ανήκουν επενδυτικά σχέδια που υποβάλλονται για την ίδρυση και τη λειτουργία μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, στο εταιρικό κεφάλαιο των οποίων συμμετέχουν με ποσοστό άνω του 50% φυσικά πρόσωπα που δεν έχουν υπερβεί το τεσσαρακοστό έτος της ηλικίας τους και ασκούν αποκλειστικά την διαχείριση της εταιρίας.

**β. Μεγάλα Επενδυτικά Σχέδια:** αφορά επενδυτικά σχέδια ύψους τουλάχιστον πενήντα εκατομμυρίων (50.000.000) ευρώ, υπολογιζόμενα με συναλλαγματικές ισοτιμίες που ισχύουν κατά το χρόνο χορήγησης της ενίσχυσης.

**γ. Ολοκληρωμένα Πολυετή Επιχειρηματικά Σχέδια:** επενδυτικά σχέδια υλοποίησης ολοκληρωμένων πολυετών (2-5 ετών) επιχειρηματικών σχεδίων επιχειρήσεων, για τις οποίες έχει παρέλθει τουλάχιστον πενταετία από τη σύσταση τους, ελάχιστου συνολικού κόστους 2.000.000 ευρώ, που περιλαμβάνουν τον τεχνολογικό, διοικητικό, οργανωτικό και επιχειρησιακό εκσυγχρονισμό και ανάπτυξη, καθώς και τις αναγκαίες ενέργειες κατάρτισης των εργαζομένων.

**δ. Συνέργειας και Δικτύωσης:** επενδυτικά σχέδια που υποβάλλονται από σχήματα συνέργειας και δικτύωσης δέκα τουλάχιστον επιχειρήσεων, υπό μορφή Κοινοπραξίας και αποσκοπούν στην υλοποίηση προγραμμάτων, τα οποία είτε αξιοποιούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των επιχειρήσεων, είτε αξιοποιούν υποδομές που δημιουργούνται με εθνική και κοινοτική χρηματοδότηση, είτε συντελούν στην προσαρμογή στο σύγχρονο οικονομικό και τεχνολογικό περιβάλλον συγκεκριμένων και γεωγραφικά προσδιορισμένων παραγωγικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.

## **Διάρκεια Υποβολής Προτάσεων**

- Καθ' όλη τη διάρκεια του έτους με αξιολόγηση δύο φορές το έτος (από Μάιο και από Νοέμβριο).
- Οι αιτήσεις υπαγωγής για τον Α' κύκλο του έτους 2014 θα ολοκληρωθούν στις 28 Φεβρουαρίου 2014 μετά από Ανακοίνωση του Υπουργείου Ανάπτυξης & Ανταγωνιστικότητας λόγω των αλλαγών νομικού πλαισίου της Ε.Ε. για τις κρατικές ενισχύσεις, που θα τεθούν σε εφαρμογή από το 2ο εξάμηνο του 2014. Οι ημερομηνίες έναρξης και λήξης της περιόδου υποβολής αιτήσεων υπαγωγής για τον Β' Κύκλο του 2014 θα καθοριστούν με Υπουργική Απόφαση.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> [www.noisisdev.gr](http://www.noisisdev.gr)



#### 4. ΤΕΠΙΧ - Νησιωτική Τουριστική Επιχειρηματικότητα, χαμηλότοκα και άτοκα δάνεια για τις νησιωτικές περιοχές της χώρας

Το νέο Μέσο Χρηματοοικονομικής Τεχνικής με την επωνυμία «**ΤΕΠΙΧ – Νησιωτική Επιχειρηματικότητα (ΤΑΝΕ)**», χρηματοδοτείται κατά 70% από το Ταμείο Επιχειρηματικότητας (ΤΕΠΙΧ), το οποίο έχει συσταθεί ως ανεξάρτητη χρηματοδοτική μονάδα στο πλαίσιο λειτουργίας της ΕΤΕΑΝ ΑΕ. Μέσω της λειτουργίας του «ΤΑΝΕ», πρόκειται να βοηθηθούν οι φορείς επιχειρηματικότητας που δραστηριοποιούνται στην αλυσίδα του **τουριστικού προϊόντος στην νησιωτική Ελλάδα**, οι οποίοι, αντιμέτωποι με σοβαρά προβλήματα ρευστότητας, θα μπορούν να χρηματοδοτήσουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητές τους, με ευνοϊκούς όρους ενόψει μιας θετικής από πλευράς τουρισμού χρονιάς.

Ειδικότερα, η παρούσα Δράση αποσκοπεί στην στήριξη των **πολύ μικρών και μικρών τουριστικών επιχειρήσεων των νησιωτικών περιοχών της χώρας** (Παράρτημα 2) και στην κάλυψη των κενών ρευστότητας της χρηματοπιστωτικής αγοράς, με επιδίωξη την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της χώρας και ειδικότερα:

- στην αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών των τουριστικών μονάδων που δραστηριοποιούνται στις νησιωτικές περιοχές,
- στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς των επιχειρήσεων,
- στην καλύτερη ανταπόκριση της τουριστικής περιόδου και
- στην, εν τέλει, εξασφάλιση προοπτικών βιωσιμότητας για το νησιωτικό ελληνικό τουρισμό.

Η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα θα καλύπτει το **30% του Επιχειρηματικού Σχεδίου**, ενώ το **ΤΕΠΙΧ μέσω της παροχής δανείων θα καλύπτει το 70%** του επιχειρηματικού σχεδίου.

Περιφέρειες: Όλη η Ελλάδα<sup>54</sup>

#### 5. Έως 60% επιδότηση για τουρισμό, εστίαση, μεταποίηση και παροχή υπηρεσιών

Επιχειρήσεις και ιδιώτες που θέλουν να ξεκινήσουν δική τους επιχείρηση ωφελούνται από το πρόγραμμα Leader, ένα από τα μεγαλύτερα προγράμματα του ΕΣΠΑ, που βρίσκεται αυτήν την περίοδο σε πλήρη εξέλιξη.

Το τοπικό πρόγραμμα του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης είναι ενεργό σε 6 περιοχές της Ελλάδας, ενώ άμεσα θα «ανοίξει» για υποβολή αιτήσεων και σε άλλες περιοχές. Τα ποσοστά επιδότησης υφιστάμενων αλλά και νέων επιχειρήσεων κυμαίνονται από 50% έως 60%.

Δικαίωμα συμμετοχής έχουν και οι αγρότες που θέλουν να διαφοροποιήσουν τη δουλειά τους και να επεκταθούν σε συμπληρωματικά ή νέα αντικείμενα δραστηριότητας.

<sup>54</sup> [www.antagonistikotita.gr](http://www.antagonistikotita.gr)

## Ποιες επιχειρήσεις λαμβάνουν επιδότηση από το Leader

Μέσω του προγράμματος Leader ενισχύονται επενδύσεις που αφορούν, μεταξύ άλλων:

- **Κατασκευή παραδοσιακών προϊόντων.** Αφορά μικρές βιοτεχνικές μονάδες παραγωγής ειδών, όπως χειροτεχνήματα από μέταλλο ή ξύλο, κεραμικής – υφαντουργίας, αλλά και άλλων ειδών από ξύλο, όπως καρέκλες, έπιπλα και έπιπλα κουζίνας.
- **Μεταποίηση – συσκευασία γεωργικών προϊόντων.** Μονάδες μεταποίησης-τυποποίησης γεωργικών προϊόντων. Προτεραιότητα δίνεται σε δημητριακά, κρασί, οπωροκηπευτικά, κρέας, γάλα και αυγά.
- **Επεξεργασία τροφίμων και δασοκομικών υλών.** Μικρές βιοτεχνίες επεξεργασίας ειδών διατροφής και δασοκομικών υλών μετά την άμεταποίηση. Παραδείγματα αποτελούν οι: αρτοποιία, παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής, παραγωγή αλευροειδών προϊόντων, παραγωγή αλκοολούχων ποτών και η παραγωγή ζαχαρωδών προϊόντων από φρούτα και λαχανικά.
- **Ενοικιαζόμενα δωμάτια.** Μικρά τουριστικά καταλύματα, μέχρι 40 κλινών.
- **Αγροτουρισμός.** Επίσκεψιμα αγροκτήματα έκτασης τουλάχιστον 20 στρεμμάτων.
- **Εστίαση.** Παραδοσιακά εστιατόρια, ταβέρνες, αναψυκτήρια, παραδοσιακά καφενεία.
- **Παροχή υπηρεσιών.** Από το Leader επιδοτούνται και άλλες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Ενδεικτικά αναφέρονται τα κομμωτήρια, κουρεία, δραστηριότητες φυσικής ευεξίας, καλλιτεχνική και λογοτεχνική δημιουργία και ερμηνεία, επισκευή υποδημάτων & δερμάτινων ειδών, λιανικό εμπόριο οινοπνευματωδών και άλλων ποτών και παντοπωλεία.
- **Τουρισμός της υπαίθρου.** Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση του τουρισμού της υπαίθρου που έχουν να κάνουν με εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ειδικές μορφές τουρισμού, χώρους αθλοπαιδιών και χώρους γευσιγνωσίας.

## Ενεργά προγράμματα Leader ανά την Ελλάδα

«Ανοιχτό» για υποβολή αιτήσεων είναι το πρόγραμμα Leader σε 6 περιοχές της Ελλάδας: Ν. Καρδίτσας, Ν. Θεσσαλονίκης, Ν. Πελοποννήσου, Ν. Σερρών, Ν. Φωκίδας, Ν. Άρτας και Πρέβεζας

Στα τελευταία στάδια της διαδικασίας για την έκδοση της προκήρυξης βρίσκεται το Leader και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας, όπως Λάρισα, Ηράκλειο, Ρέθυμνο, Μεσολόγγι, Ναύπακτος, Λακωνία και Αργολίδα.<sup>55</sup>

## 6. Προσέγγιση LEADER για τα νησιά των Κυκλάδων

Στο πλαίσιο του LEADER προκηρύχθηκαν για το Νομό των Κυκλάδων τα προγράμματα οικονομικής ενίσχυσης. Συγκεκριμένα, το τοπικό πρόγραμμα “Προσέγγισης Leader” αφορά τα νησιά: Θήρα, Ίος, Κέα, Μήλος, Μύκονος, Σέριφος, Σίφνος, Σύρος, Τήνος. Η 2η πρόσκληση ενδιαφέροντος για την υποβολή επενδυτικών προτάσεων είναι ενεργή μέχρι τις 08 Ιανουαρίου 2014.

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε επιχειρήσεις, υποψήφιους επενδυτές και δημόσιους φορείς που επιθυμούν να επενδύσουν σε μεταποίηση γεωργικών προϊόντων, βιοτεχνίες, τουριστικά καταλύματα, ταβέρνες, παραδοσιακά καφενεία, δράσεις ενημέρωσης, πολιτιστικές δραστηριότητες κλπ.

<sup>55</sup> [www.startup.gr](http://www.startup.gr)

Οι επενδύσεις θα πρέπει να υλοποιηθούν σε συγκεκριμένες περιοχές των Κυκλάδων από νέες ή υφιστάμενες επιχειρήσεις. Οι επιλέξιμες επενδύσεις δύναται να αφορούν ενδεικτικά εκσυγχρονισμούς υποδομών διανυκτέρευσης, ιδρύσεις, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμούς επισκέψιμων αγροκτημάτων, βιοτεχνικών μονάδων, μονάδων μεταποίησης γεωργικών προϊόντων και επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση του τουρισμού της υπαίθρου.

Παράλληλα, προβλέπεται ίδρυση και εκσυγχρονισμός τοπικών κέντρων τουριστικής πληροφόρησης (γραφεία, περίπτερα ενημέρωσης και πληροφόρησης). Επιπροσθέτως, αφορά σήμανση αξιοθέατων- μνημείων, ενίσχυση πολιτιστικών εκδηλώσεων και εκδηλώσεων ανάδειξης και διατήρησης της τοπικής κληρονομιάς και τέλος, στήριξη πολιτιστικών φορέων.

Στόχοι του προγράμματος :

1. Διαφοροποίηση του οικονομικού περιβάλλοντος της περιοχής
2. Εμπλουτισμός και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος
3. Προώθηση της έννοιας της ποιότητας στην παραγωγή προϊόντων και στην παροχή υπηρεσιών
4. Προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς
5. Ενίσχυση της ελκυστικότητας των νησιών ως χώρων μόνιμης κατοικίας

Στο πλαίσιο του τοπικού προγράμματος έχουν εγκριθεί συνολικά για όλες τις δράσεις αυτού πιστώσεις δημόσιας δαπάνης ύψους 5.530.160,00 Ευρώ από τα οποία τα 5.253.652,00 Ευρώ αποτελούν την κοινοτική συμμετοχή που καλύπτεται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΑΤΑΑ) και τα 276.508,00 Ευρώ αποτελούν την εθνική συμμετοχή που καλύπτεται από πιστωτές του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων (ΠΔΕ)

Η καταληκτική ημερομηνία για την επιλεξιμότητα των δαπανών των έργων του τοπικού προγράμματος είναι η 31<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2015.<sup>56</sup>

## **7. Πιλοτικό πρόγραμμα “i-Set” – Νέο πεδίο ανάπτυξης των αγροτουριστικών επιχειρήσεων**

Οι μικρές αγροτουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διεισδύσουν στις διεθνείς αγορές με τη βοήθεια του Διαδικτύου. Για τον σκοπό αυτό η Αγροτουριστική συμμετέχει στο Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα «e-Ten», ως εταίρος στο Έργο i-Set “integrated Suite for e-Tourism”, που έχει σαν αντικείμενο να αναπτύξει νέες μεθόδους (ηλεκτρονικά εργαλεία) για τη διαχείριση και οργάνωση των μικρών επιχειρήσεων φιλοξενίας, έτσι ώστε να επιτύχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω της πρόσβασης στο Διαδίκτυο και της εξοικείωσης με τις δυνατότητες που παρέχει.

Για την επίτευξη των στόχων του Προγράμματος, το ηλεκτρονικό εργαλείο “i-Set” θα δοκιμαστεί πιλοτικά σε εικοσιπέντε επιλεγμένους ξενώνες σε κάθε μία από τις τέσσερις χώρες (Ιταλία, Ελλάδα, Ισπανία, Κύπρος) που συμμετέχουν στο πρόγραμμα αυτό. Η Αγροτουριστική επέλεξε 25 πρότυπες και αναπτύξιμες μονάδες από διαφορετικές περιοχές της χώρας και

---

<sup>56</sup> [www.koinignomi.gr](http://www.koinignomi.gr)

ειδικότερα από του Νομούς Ιωαννίνων, Άρτας, Τρικάλων, Αρκαδίας, Κορινθίας, Σερρών, Ευρυτανίας, Μαγνησίας, Εύβοιας, Ηρακλείου κ.α.

Τα πλεονεκτήματα από τη συμμετοχή στο πιλοτικό αυτό Πρόγραμμα συνοψίζονται ως εξής:

- Εύκολη και δωρεάν ασύρματη πρόσβαση στο διαδίκτυο «HotSpot» για τους επισκέπτες του ξενώνα καθ' όλη τη διάρκεια του Προγράμματος
- Πρόσβαση σε λύσεις e-business (e-booking, newsletters κλπ) μέσω της ηλεκτρονικής πύλης i-SeT
- Συμμετοχή στο Δίκτυο που θα δημιουργηθεί μέσω του προγράμματος με τη συμμετοχή των επιχειρήσεων και από τις τέσσερις χώρες.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> <http://agrotourism.wordpress.com>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Το Internet marketing αναφέρεται και ως online marketing ή e-marketing, είναι το μάρκετινγκ των προϊόντων ή των υπηρεσιών διαμέσου του Internet. Το Internet έχει δημιουργήσει πολλά μοναδικά οφέλη στο μάρκετινγκ όπως τα χαμηλά κόστη στη διανομή της πληροφορίας και το παγκόσμιο προσέλκυση κοινού.

Με το e-marketing δεν εννοούμε την απλή δημιουργία και την προώθηση ενός δικτυακού χώρου, ούτε και την τοποθέτηση ενός banner σε ένα άλλο site. Το e-marketing απαιτεί όπως και το παραδοσιακό μάρκετινγκ ένα συμπαγές σχέδιο μάρκετινγκ με στρατηγικές βασισμένες τόσο στην έρευνα, όσο και στην κοινή λογική. Επιπλέον, το διαδικτυακό μάρκετινγκ δεν συνιστά μια απομονωμένη δραστηριότητα της παραδοσιακής διαδικασίας μάρκετινγκ μιας επιχείρησης και θα πρέπει να τοποθετηθεί μέσα στο γενικό πλαίσιο της συνολικής επικοινωνίας μάρκετινγκ μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Το αποτελεσματικό μάρκετινγκ Διαδικτύου απαιτεί μια ευρεία στρατηγική που συμφωνεί με το επιχειρησιακό πρότυπο μιας δεδομένης επιχείρησης και τους στόχους πωλήσεων με τη λειτουργία και την εμφάνιση ιστοχώρου της, που εστιάζουν στην αγορά στόχων της μέσω της κατάλληλης επιλογής της διαφήμισης του τύπου, των μέσων, και του σχεδίου.

Οι βασικοί στόχοι του e-marketing θα πρέπει να αφορούν τη χρήση των εργαλείων αυτού για καλύτερη προώθηση και προβολή του τουριστικού προορισμού ή της ξενοδοχειακής επιχείρησης και τη γνώση για αποτελεσματική χρήση αυτών ώστε να αποδώσουν κέρδη στην επιχείρηση ή τον οργανισμό.

Ωστόσο, το διαδικτυακό μάρκετινγκ διαφέρει σε πολλά σημεία από το παραδοσιακό μάρκετινγκ. Μερικές δραστηριότητες του μάρκετινγκ διευκολύνονται σε μεγάλο βαθμό από τη χρήση του διαδικτύου, ενώ ταυτόχρονα η χρήση αυτού έχει καταστήσει την εκτέλεση άλλων. Για παράδειγμα, με η χρήση του διαδικτύου γίνεται πιο εύκολη την στοχευμένη διαφήμιση, ενώ παράλληλα η διατήρηση της προσοχής του καταναλωτή είναι περιπλοκότερο ζήτημα, καθώς με ένα κλικ μπορεί να εγκαταλείψει τον δικτυακό χώρο. Το δικτυακό μάρκετινγκ επομένως, προσφέρει ταυτόχρονα νέες ευκαιρίες και προκλήσεις για μία επιχείρηση.<sup>58</sup>

### **5.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΙΩΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ E-MARKETING**

#### **5.2.1 Πλεονεκτήματα του e-Marketing**

Τα βασικότερα πλεονεκτήματα εφαρμογής του διαδικτυακού μάρκετινγκ μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου σε μία επιχείρηση είναι τα παρακάτω:

<sup>58</sup> Πέτρος Τομάρας, Εισαγωγή στο Marketing και την έρευνα αγοράς, Εκδόσεις: Πέτρος Τομάρας

- Αύξηση των πωλήσεων.
- Μείωση κόστους λειτουργιών επιχείρησης.
- Άμεση επικοινωνία με τους πελάτες. Δυνατότητα δομημένης παρουσίασης προϊόντων και υπηρεσιών και ολοκληρωμένης εικόνας αυτών στους πελάτες, με αποτέλεσμα την μείωση του κύκλου πωλήσεων και τη μείωση του κόστους ενημέρωσης και επικοινωνίας.
- Δίνεται η δυνατότητα σε κάθε μεγέθους επιχείρηση να απευθυνθεί στην παγκόσμια αγορά.
- Δυνατότητα μετρήσεων αποτελεσματικότητας και διεξαγωγής ερευνών.
- Αναβάθμιση της εξυπηρέτησης πελατών και μείωση του κόστους υποστήριξης.
- On line και ανά πάσα στιγμή εξυπηρέτηση πελατών
- Δυνατότητα εφαρμογής του relationship marketing με αποτέλεσμα την αύξηση της αφοσίωσης του πελάτη και την καλύτερη επικοινωνία επιχείρησης και πελατών.
- Υποστήριξη του πελάτη πριν την πώληση (ενημέρωση μέσω του διαδικτύου).
- Υποστήριξη μετά την πώληση (επίλυση προβλημάτων, συνεχής παροχή υπηρεσιών εξυπηρέτησης πελατών).
- Εισαγωγή νέου προϊόντος, δοκιμή προϊόντος.
- Αναβάθμιση της εικόνας της επιχείρησης και του προϊόντος.
- Ευελιξία προσαρμογής της επιχείρησης στις αλλαγές της αγοράς (τιμολογιακή πολιτική, δοκιμές προϊόντων κ.α.) λόγω της εύκολης και ταχύτατης ενημέρωσης ενός διαδικτυακού τόπου.
- On line παράδοση προϊόντων, όπως λογισμικό, ηλεκτρονικά περιοδικά κ.α.
- On line συνεργασία και καθημερινή επικοινωνία με άλλες επιχειρήσεις που μπορεί να αποτελούν το δίκτυο διανομής, τους μεσάζοντες, τους αντιπροσώπους και τους πωλητές της επιχείρησης.
- Δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με προμηθευτές ανεξαρτήτου τοποθεσίας.
- Άμεση παρακολούθηση ανταγωνιστικών προϊόντων και στρατηγικών διαδικτυακού μάρκετινγκ αυτών.
- Χαμηλότερο κόστος προϊόντων και συντομότερος χρόνος παράδοσης.<sup>59</sup>

### 5.2.2 Μειονεκτήματα του e-Marketing

Η εξέλιξη και η ανάπτυξη του μάρκετινγκ στην Ελλάδα και σε πολλές άλλες χώρες δεν υπήρξε τόσο μεγάλη και ραγδαία όσο αναμενόταν. Οι κυριότεροι προβληματισμοί κι προβλήματα αυτού είναι τα εξής:

- Δεν έχουν όλοι οι υποψήφιοι πελάτες ή η αγορά στόχος πρόσβαση στο διαδίκτυο, με αποτέλεσμα το διαδικτυακό μάρκετινγκ να λειτουργεί και να χρησιμοποιείται μόνο ως συμπληρωματικό του παραδοσιακού. Πολλές φορές η προώθηση δικτυακών τρόπων γίνεται και αυτή σε παραδοσιακά μέσα (ραδιόφωνα, τηλεόραση) λόγω του μεγάλου κοινού τους.

<sup>59</sup> Βλαχοπούλου Μάρω (2003) *e Marketing, Διαδικτυακό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις: Rosili

- Οι συναλλαγές ολοκληρώνονται με την φυσική παράδοση, ακόμα και προϊόντων που δεν έχουν υλική υπόσταση (π.χ. λογισμικό υπολογιστών) λόγω επιθυμίας του αγοραστή.
- Το διαδίκτυο δεν διαθέτει κάποιο κεντρικό σύστημα ταξινόμησης και ελέγχου και η οργάνωση στις μηχανές αναζήτησης και δεν διευκολύνει πάντα στον εντοπισμό των επιθυμητών πληροφοριών από τους χρήστες.
- Μειώνεται η επικοινωνία ανθρώπου με άνθρωπο, ο οποίος είναι ουσιαστικά κρυμμένος από τις πληροφορίες που προβάλλει η ιστοσελίδα.
- Ο δικτυακός χώρος πέρα από την κατασκευή του είναι απαραίτητη και η παρακολούθηση και ανανέωση του περιεχομένου του. Αυτές οι ενέργειες μαζί με την προώθηση της ιστοσελίδας αποτελούν επιπλέον κόστος για μια επιχείρηση.
- Κόστος και χρόνος για την εκπαίδευση του προσωπικού ή και του ίδιου του επιχειρηματία.
- Η ανεπαρκής δυνατότητα ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων στο διαδίκτυο οδηγεί πολλούς χρήστες στην χρησιμοποίηση του για μια απλή περιήγηση, και όχι στην πραγματοποίηση κάποιας αγοράς.
- Σημαντικές αλλαγές στις συναλλαγματικές ισορροπίες μεταξύ των κρατών. Τεράστια ποσά συναλλάγματος φεύγουν από τις Ευρωπαϊκές χώρες και πηγαίνουν στις ΗΠΑ, όπου βρίσκονται και τα περισσότερα και διασημότερα ηλεκτρονικά καταστήματα.
- Έλλειψη πλήρους νομοθετικής κάλυψης σε θέματα που προκύπτουν από το ηλεκτρονικό εμπόριο και την χρήση του διαδικτύου από τις επιχειρήσεις.<sup>60</sup>

## 5.3 ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ E-MARKETING ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

### 5.3.1 Προωθητικά εργαλεία

❖ **Δημιουργία site** : Η κατασκευή του site είναι ο κύριος τρόπος με τον οποίο μια επιχείρηση διατηρεί παρουσία στο διαδίκτυο. Πριν την κατασκευή του site είναι απαραίτητο, να καθορίσει η επιχείρηση τους στόχους που θέλει να εκπληρώσει μέσα από αυτό. Για μια τουριστική επιχείρηση θα πρέπει να δοθεί απάντηση σε ερωτήσεις όπως:

- θέλει να αυξήσει τις κρατήσεις της;
- θέλει να αυξήσει τις πωλήσεις σε non peak season;
- θέλει το site να παρέχει απλά πληροφορίες;
- θέλει να προωθήσει προϊόντα και υπηρεσίες για λογαριασμό άλλων τουριστικών πρακτόρων.

Ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία ενός site από την πλευρά του μάρκετινγκ είναι το domain name. Το διαδικτυακό domain name είναι η αποκλειστική web διεύθυνση που μπορεί να αγοράσει η επιχείρηση μέσα από διάφορες online υπηρεσίες εγγραφής domain ονομάτων. Η τιμή εγγραφής για το domain name είναι \$70 για τα πρώτα δύο χρόνια και η τιμή ανανέωσης για κάθε χρόνο \$35. Το domain name πρέπει να είναι εύκολο στην απομνημόνευση και να υποδηλώνει το αντικείμενο της επιχείρησης και το λόγο της online παρουσίας της. Το επιχειρησιακό όνομα είναι συνήθως η προτιμότερη λύση και θα πρέπει να χρησιμοποιείται όταν αυτό είναι δυνατό.

<sup>60</sup> Βλαχοπούλου Μάρω (2003) *e Marketing, Διαδικτυακό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις: Rosili

Διάφορα στοιχεία που περικλείονται στα sites βοηθούν την ενίσχυση της κίνησης ή παρακινούν τις επαναλαμβανόμενες επισκέψεις. Αυτά είναι:

#### *Δωρεάν προσφορές.*

Οι δωρεάν προσφορές είναι ένας καλός τρόπος να προσελκυσθεί κίνηση στο site. Οι προσφορές θα πρέπει να σχετίζονται με τα προϊόντα ή υπηρεσίες της επιχείρησης. Για παράδειγμα η δωρεάν προσφορά για ένα ξενοδοχείο μπορεί να είναι ένα σαββατοκύριακο για δύο ή για ένα γήπεδο γκολφ ένα golf screen saver.

#### *Κουπόνια:*

Κουπόνια αξίας που μοιράζονται κάθε μέρα ή κάθε εβδομάδα ενθαρρύνουν τους χρήστες να επισκέπτονται συχνά το site. Οι πελάτες τυπώνουν τα κουπόνια και τα εξαργυρώνουν όταν επισκεφτούν το ξενοδοχείο. Αυτή είναι μια αποδοτική τεχνική μάρκετινγκ γιατί παρακινεί τους πελάτες να επισκέπτονται τόσο τα web sites όσο και τις επιχειρήσεις.

#### *Διαγωνισμοί:*

Οι διαγωνισμοί είναι πολύ δημοφιλείς online ιδίως αν σχετίζονται με βραβεία για να εξασφαλιστούν συχνές επισκέψεις. Το περιεχόμενο των διαγωνισμών θα πρέπει να ανανεώνεται συχνά ή να σχεδιάζεται έτσι ώστε οι χρήστες να μπορούν να συμμετέχουν σε αυτό κατά τακτά χρονικά διαστήματα. Οι διαγωνισμοί αποτελούν ένα αποτελεσματικό εργαλείο για να εξασφαλίσει η επιχείρηση την άδεια των πελατών να επικοινωνεί μέσω e-mail μαζί τους.

#### *Interactive Tours:*

Τα interactive tours ξεναγούν τους επισκέπτες μέσα από ένα εικονικό (virtual) ταξίδι, στο χώρο του ξενοδοχείου, στο γήπεδο του γκολφ ή γενικά στο web site της επιχείρησης. Το εικονικό ταξίδι μπορεί να είναι τόσο απλό όσο ένα ταξίδι με εικόνες στα δωμάτια του ξενοδοχείου ή ένα ολοκληρωμένο (streaming video) ταξίδι στην τουριστική επιχείρηση. Τα interactive ταξίδια είναι ένας ενδιαφέρον τρόπος παροχής πληροφοριών σχετικά με την ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων.

❖ **Mail** : το e-mail είναι μια από τις γρηγορότερα αναπτυσσόμενες μεθόδους επικοινωνίας Στην online κοινότητα το e-mail είναι ένας εξαιρετικά αποτελεσματικός τρόπος για το χτίσιμο και τη διατήρηση σχέσεων.

Ως εργαλείο μάρκετινγκ το e-mail είναι ο πιο αποδοτικός από άποψη κόστους, τρόπος ανάπτυξης ενός εξελισσόμενου διαλόγου με τους πελάτες. Το κόστος αυτής της μορφής επικοινωνίας είναι ασήμαντο συγκρινόμενο για παράδειγμα με το κόστος μιας υπεραστικής τηλεφωνικής κλήσης ή της αποστολής ενός fax. Ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα του e-mail είναι η ταχύτητα με την οποία πραγματοποιείται η επικοινωνία. Χρειάζονται κάποια δευτερόλεπτα για να σταλεί ένα μήνυμα σε οποιοδήποτε σημείο στον κόσμο. Οι οικονομίες κλίμακας που επιτυγχάνονται είναι αξιοσημείωτες. Ένα μήνυμα e-mail μπορεί να σταλεί σε εκατομμύρια ανθρώπους ανά τον κόσμο, στιγμιαία.

❖ **Banner Ads** : Τα banner ads είναι μικρά διαφημιστικά που τοποθετούνται στα web sites. Αποτελούν την πιο διαδεδομένη μέθοδο online διαφήμισης. Τα banner ads διατίθενται σε διάφορα μεγέθη αλλά το πιο σύνηθες είναι να φτάσουν στα 468 επί 60 pixels. Τα περισσότερα banners διαφημιστικά έχουν ένα μήνυμα που προτρέπει τον χρήστη να κλικ (πατήσει) πάνω σε αυτό. Κατά αυτό τον τρόπο εμφανίζεται το web site του διαφημιζόμενου. Άλλα είναι στατικά και απλά παίζουν το logo και το σλόγκαν της διαφημιζόμενης εταιρείας.



Ο σκοπός των banner ads είναι να κάνει κάποιον να πατήσει πάνω σε αυτό. Προσφορές και δώρα είναι συνήθως αποτελεσματικά αφού συνήθως παρακινούν την περιέργεια των χρηστών.

❖ **Sponsorships (χορηγίες)** : Οι χορηγίες είναι μια άλλη μορφή διαφήμισης και συνήθως αφορούν τη δυνατή σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των χορηγών και των ιδιοκτητών του site. Οι χορηγοί μπορεί να δωρίσουν λεφτά, να αναλάβουν την ανάπτυξη, διατήρηση και φιλοξενία του site ή να προσφέρουν άλλα προϊόντα και υπηρεσίες, στο πλαίσιο μιας σχέσης που αποδίδει οφέλη και στις δύο πλευρές. Με άλλα λόγια η μια εταιρεία συνήθως η πιο γνωστή αναλαμβάνει χορηγός ενός web site το οποίο παρέχει την κατάλληλη διαφήμιση εξαιτίας του στησίματος του ή των πληροφοριών που αυτό παρέχει. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους μια επιχείρηση μπορεί να διαφημιστεί μέσω των χορηγών:

- E-zines και Newsletters
- Sites με κοινό περιεχόμενο
- Online συνεδρίες συζητήσεων
- Εκδηλώσεις

❖ **Links ή Associate και Affiliate Programs** : Η ανάπτυξη μας link στρατηγικής είναι ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία του internet μάρκετινγκ. Αποτελεί μια πολύ χρονοβόρα διαδικασία αλλά τα αποτελέσματα της είναι εντυπωσιακά. Οι δύο κυριότεροι λόγοι για τους οποίους η ανάπτυξη μας link στρατηγικής κρίνεται τόσο σημαντική είναι:

· Αν τα links τοποθετηθούν σωστά μπορούν να προκαλέσουν ιδιαίτερη αύξηση στην κίνηση στο site.

Όσα περισσότερα links διαθέτει η επιχείρηση τόσο μεγαλύτερη η δημοτικότητα της. Επομένως ο αριθμός των links της επιχείρησης θα επηρεάσει την τοποθέτηση της στις μηχανές αναζήτησης. Ένα πλεονέκτημα των links είναι ότι η κίνηση που δημιουργείται από αυτά δεν υποχωρεί εύκολα όπως με άλλα εργαλεία internet μάρκετινγκ. Τα links παραμένουν ενεργά για μεγάλο χρονικό διάστημα. Όταν ένα link τοποθετείται σε κάποιο web site οι άνθρωποι θα το βλέπουν και θα υποκινούνται να πατήσουν ( click through ) για να επισκεφθούν το διαφημιζόμενο site. Για όσο καιρό το site που φιλοξενεί το link λαμβάνει καινούργια κίνηση θα αυξάνεται και η κίνηση στο site της επιχείρησης. Το ιδανικό για μια επιχείρηση είναι να συνδεθεί με όλα τα **sites** που συγκεντρώνουν υψηλή κίνηση και το περιεχόμενο τους σχετίζεται με το προϊόν ή υπηρεσία που αυτή προσφέρει, γιατί αυτά τα sites συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον της αγοράς στόχου της.

Θα πρέπει όμως πρώτα να αναπτύξει στρατηγική ώστε να εντοπίσει αυτά τα sites και να αποφασίσει για την τοποθέτηση των αντίστοιχων links. Για μια τουριστική επιχείρηση θα ήταν χρήσιμη η αναζήτηση κάποιων sites με βάση τη γεωγραφική περιοχή που την ενδιαφέρει. Οι άνθρωποι που ψάχνουν πληροφορίες για τη διαμονή τους ή για διάφορες δραστηριότητες που επιθυμούν να αναπτύξουν κατά τη διαμονή τους σε μια περιοχή, κατά πάσα πιθανότητα θα επισκεφθούν το δημοτικό web site. Η απόκτηση links σε γεωγραφικά sites που προωθούν τουρισμό στην περιοχή που εδρεύει η επιχείρηση μπορεί να αποφέρει ιδιαίτερα θετικά αποτελέσματα.

- **Affiliate Προγράμματα**

Ένας άλλος τρόπος με τον οποίο μια επιχείρηση μπορεί να ωφεληθεί από τα links είναι η ανάπτυξη ενός affiliate προγράμματος. Τα προγράμματα αυτά ξεκίνησαν το 1996 όταν η Amazon.com άρχισε να πληρώνει web sites για να παραπέμπουν πελάτες στο δικό της site. Όποιος αποφάσιζε να συμμετάσχει στο συμμαχικό πρόγραμμα της Amazon, συμπεριλάμβανε ένα link στο site του που οδηγούσε τους επισκέπτες στο Amazon.com. Εάν κάποιος επισκέπτης πραγματοποιούσε μια αγορά από εκεί τότε το συμμαχικό site λάμβανε ένα ποσοστό από την πώληση. Σήμερα βλέπουμε πολλά sites να ακολουθούν τα βήματα της Amazon. Αυτά τα συμμαχικά προγράμματα που είναι γνωστά και ως Associate ή Referral προγράμματα αποτελούν πλέον κοινή πρακτική στην αγορά του internet. Τύποι Affiliate προγραμμάτων.

- **Affiliate προγράμματα βασιζόμενα σε προμήθεια**

Ο πιο συνήθης τύπος Affiliate προγραμμάτων είναι αυτός που βασίζεται σε προμήθεια. Δίνουν τη δυνατότητα στα web sites να κερδίσουν ένα ποσοστό από τις πωλήσεις από τα links που φιλοξενούν. Η προμήθεια κυμαίνεται συνήθως από 1% ως 15%. Πολλές φορές το ποσό της προμήθειας αυξάνεται για sites που συγκεντρώνουν αυξημένη κίνηση. Το Travel.Now.com είναι ένα από τα πιο δημοφιλή Affiliate προγράμματα σχετικό με τον τουρισμό.

- **Flat-Fee Affiliate προγράμματα**

Τα flat-fee ή referral προγράμματα πληρώνουν στα web sites ένα καθορισμένο ποσό για κάθε νέο επισκέπτη που «στέλνουν» στο φιλοξενούμενο site μέσα από τα links που υπάρχουν σε αυτά. Για να κατατεθεί η πληρωμή θα πρέπει ο επισκέπτης που έρχεται στο site, από τα links, να αναλάβει συγκεκριμένη δράση. Πολύ συχνά η ζητούμενη δράση είναι να πραγματοποιηθεί κάποια αγορά. Πολλά όμως flat-fee προγράμματα δεν προϋποθέτουν αγορά αλλά η ζητούμενη δράση είναι η πραγματοποίηση κράτησης, η παραγγελία μπροσούρας, η αναζήτηση επιπλέον πληροφοριών κ.α. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί αυτό του Hotelguide.com. Οι συμμετέχοντες σε αυτό το πρόγραμμα τοποθετούν ένα link στο site τους που ενθαρρύνει τον χρήστη να επισκεφθεί το HotelGuide.com. web site και να πραγματοποιήσει κράτηση σε κάποια από τα ξενοδοχεία που περιλαμβάνονται σε αυτό.

❖ **E-zines** : Τα e-zines είναι η online εκδοχή των περιοδικών. Περιέχουν πληροφορίες σχετικά με ένα συγκεκριμένο θέμα στη μορφή άρθρων περιοδικού. Πολλά offline περιοδικά παρέχουν επίσης μια online εκδοχή. Κάποια e-zines είναι βασισμένα σε web site και κάποια άλλα σε e-mail. Στα πρώτα η πρόσβαση γίνεται μέσω του web site τους ψάχνοντας (browsing) από σελίδα σε σελίδα. Δίνουν την εντύπωση και την αίσθηση ενός παραδοσιακού περιοδικού. Συνήθως δεν υπάρχει χρέωση για το διάβασμα των e-zines που βασίζονται σε web site, σε ορισμένα όμως υπάρχει συνδρομική χρέωση. Πολλά τέτοιου είδους περιοδικά σχετίζονται με την τουριστική βιομηχανία. Άλλα είναι πιο γενικά αλλά ιδανικά για τουριστικές πληροφορίες και ιστορίες.

Τα e-zines που βασίζονται σε e-mail δεν είναι τόσο όμορφα όσο τα e-zines που βασίζονται σε web site. Συνήθως είναι πιο περιορισμένα γύρω από ένα θέμα και ως τέτοια εξυπηρετούν καλύτερα το μηχανισμό της άμεσης στόχευσης. Και σε αυτό το είδος των e-zines υπάρχουν κάποια που σχετίζονται με την τουριστική αγορά.

Όσοι ενδιαφέρονται για αυτά τα e-zines εγγράφονται συνδρομητές και το e-zine παραδίδεται απευθείας στο e-mail box τους. Εάν μια επιχείρηση επιλέξει να διαφημίζεται σε αυτό το μέσο τότε είναι σίγουρο ότι οι συνδρομητές του συγκεκριμένου e-zine θα δουν το URL της και τη διαφήμιση των προϊόντων της. Για αυτό το λόγο αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο μάρκετινγκ για τους online μαρκετίστες.

Οι τρόποι με τους οποίους το μάρκετινγκ μας επιχείρησης μπορεί να χρησιμοποιήσει τα e-zines είναι πολλοί :

- · *Χορηγία*
- · *άμεση διαφήμιση*
- · *υποβολή άρθρων*
- · *αποστολή δελτίων τύπου*
- · *έναρξη του δικού της e-zine*

Ένα μεγάλο πλεονέκτημα από τη χρήση των e-zines είναι η χρονική διάρκεια της διαφήμισης. Τα e-zines που παραδίδονται στις διευθύνσεις e-mail διαβάζονται από τους αποδέκτες και πολλές φορές αποθηκεύονται για μελλοντική αναφορά. Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι ότι τα ezines συχνά μοιράζονται με φίλους και συνεργάτες. Το διαφημιστικό μπορεί να περαστεί σε διάφορους ανθρώπους μετά την παραλαβή του από τον συνδρομητή. Το διαφημιστικό όμως κόστος της επιχείρησης υπολογίζεται με βάση τους συνδρομητές του e-zine. Άρα η επιχείρηση κερδίζει επιπλέον θεατές χωρίς να επιβαρύνεται το διαφημιστικό της κόστος.

❖ **Newsgroups** : Τα newsgroups είναι ομάδες συζητήσεων στο internet που οργανώνονται γύρω από ένα συγκεκριμένο θέμα. Υπολογίζεται ότι περισσότεροι από 10 εκατομμύρια άνθρωποι συμμετέχουν σε συζητήσεις που λαμβάνουν χώρα στα Usenet newsgroups και ο αριθμός τους που συνεχώς αυξάνεται υπολογίζεται σε πάνω από 100.000. Τα Usenet εξυπηρετούν την ανταλλαγή πλήθους πληροφοριών πάνω σε οποιοδήποτε θέμα μπορεί κάποιος να φανταστεί. Πολλά newsgroups έχουν μετατραπεί σε εξαιρετικά κλειστές και δεμένες κοινότητες με πολύ πιστά μέλη. Αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο μάρκετινγκ εφόσον όταν βρεθεί το newsgroup που σχετίζεται με το προϊόν ή την υπηρεσία της επιχείρησης κατά πάσα πιθανότητα τα μέλη του θα αποτελούν μέλη και της αγοράς στόχου της.

Τα πλεονεκτήματα με τα οποία μπορούν να επωφεληθούν οι online μαρκετίστες από τη συμμετοχή τους σε newsgroups είναι:

- *Επικοινωνία με πιθανούς πελάτες*: μπορεί αμέσως η επιχείρηση να επικοινωνήσει με χιλιάδες από τους στοχευμένους πιθανούς πελάτες της με ένα μήνυμα.
- *Επικοινωνία με υπάρχοντες πελάτες*: η επιχείρηση μπορεί να προσφέρει στους πιστούς πελάτες της πολύτιμες πληροφορίες
- *Έρευνα αγοράς*: η επιχείρηση μπορεί χρησιμοποιώντας τα newsgroup να βρει τις τελευταίες τάσεις της αγοράς (ειδικά μια τουριστική επιχείρηση να ενημερωθεί για τις τελευταίες ταξιδιωτικές τάσεις), που ψάχνουν οι άνθρωποι και τι συζητούν

- Ενίσχυση της φήμης: απαντώντας σε ερωτήσεις των μελών ενός newsgroup και βοηθώντας τους στην επίλυση πιθανών προβλημάτων η επιχείρηση ενισχύει τη φήμη της ως ειδικού στο χώρο της.
- Αύξηση της κίνησης: η επιχείρηση μπορεί να κατευθύνει ανθρώπους στο web site της προβάλλοντας το ως πηγή πληροφοριών.

Τα newsgroups οργανώνονται κατά κατηγορίες. Κάθε κατηγορία έχει έναν αριθμό υποκατηγοριών και κάθε υποκατηγορία έναν αριθμό υπό-υποκατηγοριών. Για παράδειγμα κάτω από την κατηγορία τύπου rec (συζητήσεις για θέματα αναψυχής ταξιδιών και ελεύθερου χρόνου) υπάρχει η υποκατηγορία rec.travel. Σε αυτήν, η συζήτηση εκτυλίσσεται γύρω από κάθε είδος ταξιδιού. Κάτω από αυτή την κατηγορία υπάρχουν υπό-υποκατηγορίες όπως: rec.travel.resorts, rec.travel.resorts.all-inclusive, rec.travel resorts.all-inclusive.Hawai στις οποίες τα θέματα των συζητήσεων γίνονται πα εξειδικευμένα. Οι άνθρωποι που διαβάζουν τα newsgroups δεν εκτιμούν τα μηνύματα που δεν σχετίζονται με το θέμα τους ειδικά αν πρόκειται για διαφημίσεις. Η επιχείρηση επομένως θα πρέπει να επιλέξει προσεκτικά το newsgroup στο οποίο θα αποστείλει μηνύματα έτσι ώστε να ταιριάζει το θέμα αυτού με το προϊόν ή την υπηρεσία που πουλάει. Για παράδειγμα εάν μια επιχείρηση πουλάει golf clubs ένα ιδανικό newsgroup για αυτήν θα ήταν το rec.sport.golf. Δυνατότητες αναζήτησης newsgroups παρέχουν οι δύο ηγετικοί browsers Mozilla Firefox και Microsoft Internet Explorer.

❖ **Web Traffic Analysis:** Όπως ήδη αναφέρθηκε ένα από τα κλειδιά επιτυχίας του internet marketing είναι η δυνατότητα άμεσης συλλογής πληροφοριών για τους χρήστες του site. Οι online μαρκετίστες μπορούν με διάφορους τρόπους να συλλέξουν αυτές τις πολύτιμες πληροφορίες. Χρησιμοποιώντας τις έχουν τη δυνατότητα είτε να αναλάβουν την κατάλληλη δράση που θα αυξήσει την κίνηση στο site είτε να πραγματοποιήσουν τις απαιτούμενες αλλαγές που θα «ταράξουν» καλύτερα το site με τις προτιμήσεις της αγοράς στόχου. Βεβαίως η συλλογή αυτών των στοιχείων δεν θα πρέπει να παραβιάζει τα δικαιώματα διαφύλαξης των προσωπικών δεδομένων (privacy) του κάθε πελάτη. Είναι κρίσιμης σημασίας η ανάπτυξη μιας privacy πολιτικής από την επιχείρηση και κάθε κίνηση για συγκέντρωση στοιχείων πρέπει να έγκειται σε αυτήν. Κάποιοι από τους τρόπους συλλογής στοιχείων για τους πελάτες είναι οι ακόλουθοι:

- *Παρακολούθηση των ερωτήσεων που λαμβάνει η επιχείρηση με e-mail και των παραπόνων.*

Είναι σημαντικό για την επιχείρηση να παρακολουθεί τις ερωτήσεις και τα παράπονα που λαμβάνει από τους επισκέπτες στο site της. Τα παράπονα δεν είναι «εχθρός», της επιχείρησης. Είναι ένα βοηθητικό εργαλείο που δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να βελτιώσει το site της. Το ίδιο και αν μια ερώτηση εμφανίζεται πολλές φορές θα πρέπει να ληφθεί υπόψη πιο ολοκληρωτικά και πιο εμφανώς στο site. Άλλωστε είναι η πηγή με βάση την οποία η επιχείρηση μπορεί να μάθει τι είναι σημαντικό για τους πελάτες της

- *Παροχή online ερωτηματολογίων.*

Η επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει online ερωτηματολόγια με τα οποία θα έχει τη δυνατότητα να συγκεντρώνει πληροφορίες για τους επισκέπτες στο site της. Ερωτήσεις με απάντηση ναι/όχι ή ερωτήσεις πολλαπλών απαντήσεων είναι ευκολότερες στην ανάλυση τους παρόλο που ερωτήσεις τύπου συμπληρώστε τα <<κενά>> μπορεί να δώσουν σημαντικές πληροφορίες. Οι επισκέπτες θα χρειασθούν ένα κίνητρο για να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια. Η παροχή πληροφοριών η συμμετοχή σε διαγωνισμό ή ένα δώρο μπορεί να λειτουργήσουν ως κίνητρο.

- *Αποστολή ερωτηματολογίων με e-mail.*

Το πλεονέκτημα της χρήσης online ερωτηματολογίων είναι η ευκολία με την οποία τα δεδομένα αυτά μπορούν να συγκεντρωθούν και να αναλυθούν. Το μειονέκτημα όμως είναι ότι οι online φόρμες είναι παθητικές, περιμένουν μέχρι κάποιος να έρθει σε αυτές. Τα ερωτηματολόγια μέσω e-mail εν αντιθέσει είναι ενεργητικά. Ο αποδέκτης μπορεί να τα συμπληρώσει και να απαντήσει χωρίς να χρειασθεί να χρησιμοποιήσει ένα web browser, αλλά τα e-mail ερωτηματολόγια είναι πιο χρονοβόρα στην ανάλυσή τους.

- *Εξέταση των αρχείων παραγγελιών.*

Ένας άλλος τρόπος για να συγκεντρώσει η επιχείρηση στοιχεία για τους επισκέπτες του site της είναι η ανάλυση των αρχείων παραγγελιών. Από τη στιγμή που κάποιος πελάτης τοποθετήσει μια παραγγελία, η διεύθυνση e-mail του ή οποιαδήποτε άλλη πληροφορία μπορεί να συλλεχθεί και να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργηθεί το προσωπικό προφίλ του επισκέπτη.

- *Μελέτη των log files.*

Όλοι οι web servers καταγράφουν σε μια λίστα τα μεμονωμένα αρχεία που έχουν ζητήσει οι επισκέπτες ενός web site. Όλα τα log files περιέχουν τα HTML αρχεία, τις ενσωματωμένες σε αυτά εικόνες και οποιοδήποτε άλλο σχετικό αρχείο μεταβιβάστηκε μέσω του server. Αυτά τα αρχεία αναλύονται από εργαλεία web traffic analysis και προκύπτουν σημαντικά δεδομένα όπως:

- Ο αριθμός των επισκεπτών στην αρχική σελίδα (home page).
- Από πού έρχονται οι επισκέπτες όσον αφορά στην IP διεύθυνση τους.
- Που ήταν οι επισκέπτες στο διαδίκτυο πριν επισκεφθούν το συγκεκριμένο site.
- Από ποια σελίδα εισήλθαν στο site.
- Ποιες σελίδες επισκέφθηκαν.
- Πόση ώρα έμειναν στο site.
- Από ποια σελίδα αφήσανε το site.
- Που ακριβώς πήγαν αφού αφήσανε το site.
- Πόσες φορές η κάθε σελίδα του site ζητήθηκε.
- Τι ώρα, μέρα, εποχή, οι επισκέπτες μπήκαν στο site.
- Ποιο browser και ποια έκδοση αυτού χρησιμοποιούν οι επισκέπτες.
- Ποιες διαφημίσεις στο site συγκεντρώνουν τη μεγαλύτερη θέαση.
- Λεπτομερείς πληροφορίες για δημογραφικά στοιχεία των επισκεπτών.

Οι επιχειρήσεις μπορούν να αγοράσουν λογισμικό web traffic analysis το οποίο όμως θα πρέπει να τοποθετηθεί στον server που φιλοξενεί το web site της. Αν η επιχείρηση φιλοξενεί μόνη της το web site θα πρέπει οπωσδήποτε να καταφύγει σε αυτή τη λύση. Αν όμως πληρώνει έναν ISP για να φιλοξενεί το web site τότε αυτός μπορεί να παρέχει κάποιου είδους λογισμικό ανάλυσης.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Shams Tabrez, Άμεσο Μάρκετινγκ στον Τουρισμό [www.vementimes.com](http://www.vementimes.com).  
[http://www.go-online.gr/ebusiness/specials\\_article.html?article\\_id=823](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials_article.html?article_id=823)

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Στην εργασία αυτή γίνεται η προσπάθεια να κατανοήσουμε ότι ο τουρισμός είναι ένα δυναμικό φαινόμενο το οποίο συνεχώς εξελίσσεται και διαφοροποιείται χρονικά και τυπικά παίρνοντας διάφορες μορφές αρεστές στην εκάστοτε τουριστική ζήτηση και προσφορά. Αυτή η διαφοροποίηση πρέπει πάντοτε να γίνεται μέσα σε ορισμένα πλαίσια. Να είναι ανθρωποκεντρική, φιλική προς το περιβάλλον, ποιοτική και να εξασφαλίζει την προσπελασιμότητα στον τουρισμό όλων ανεξαιρέτως των ανθρώπων. Και οι μορφές τουρισμού που προκύπτουν από τέτοια διαφοροποίηση, είναι σίγουρα οι μελλοντικές μορφές τουρισμού. Είναι υποχρέωση όλων, παραγωγών και καταναλωτών των τουριστικών προϊόντων και των υπεύθυνων διαχειριστών του τουρισμού, να στραφούν προς αυτή την κατεύθυνση προς τον ευμορφισμό του τουρισμού.

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού αποτελεί μια ευκαιρία με την οποία μπορούμε :

A) Να διαμορφώσουμε σε μεγάλο βαθμό το τουριστικό μας προϊόν

B) Να εμπλουτίσουμε το υπάρχον τουριστικό προϊόν και

Γ) Να αξιοποιήσουμε τουριστικά κάποιες απομονωμένες και προβληματικές περιοχές.

Η ολοκληρωμένη προσέγγιση που επιχειρείται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνει μια νέα και μακροχρόνια αναπτυξιακή προοπτική σαν αντιστάθμισμά στην αβεβαιότητα και αστάθεια της τουριστικής ζήτησης.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Τουριστική ανάπτυξη δεν σημαίνει απλά πληρότητα σε ξενοδοχειακές μονάδες. Σημαίνει επισκέψεις σε μουσεία, σε αρχαιολογικούς χώρους, σε ιστορικά και πολιτισμικά μνημεία, σε εθνικά πάρκα και εθνικούς δρυμούς, περιηγήσεις σε τόπους φυσικού κάλλους, κατανάλωση και πωλήσεις παραδοσιακών προϊόντων, ανάπτυξη και ενίσχυση βιοτεχνιών. Γνωριμία με την φύση και τους ανθρώπους, με τις συνήθειες τους, τις παραδόσεις και τα έθιμα τους.

Η Ελλάδα γενικότερα έχει αρκεστεί στο να πουλάει ήλιο και παραλία. Πλέον αυτά τα προσφέρουν και οι ανταγωνιστές σε καλύτερη ποιότητα και χαμηλότερες τιμές. Είναι καιρός να προβάλλει πλέον άλλη θεματολογία στον υποψήφιο αγοραστή ή και να προσπαθήσει να τραβήξει τον τουρίστα με διαφορετικά κίνητρα από αυτά του απλού παραθεριστή που απλά διαμένει σε κάποια τουριστική μονάδα και απολαμβάνει απλά τον ήλιο.

Μέχρι τώρα όλα ήταν προσαρμοσμένα για την ικανοποίηση του τύπου “μαζικού τουρίστα” με επακόλουθο να παραμερίζονται οι ανάγκες του “εναλλακτικού τουρίστα” ο οποίος επιθυμεί να έχει έναν πιο ενεργό ρόλο και θέλει να έχει δραστηριότητες να γνωρίσει νέα πράγματα και να ζήσει νέες εμπειρίες. Ας αρχίσουμε λοιπόν να καλύπτουμε τις ανάγκες του εναλλακτικού τουρίστα ώστε να επιτύχουμε τη ζητούμενη τουριστική ανάπτυξη προς όφελος όλης της χώρας.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΕΙΑ**

### **❖ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 :**

- 1) Μανώλης Σφακιανάκης (2000), <<Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού>>, Εκδότης: Έλλην
- 2) <http://el.wikipedia.org/wiki/ΕναλλακτικόςΤουρισμός>

### **❖ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 :**

- 1) Λεωνίδας Παπακωνσταντινίδης(1993),<<Αγροτουρισμός>>, Εκδότης: Δωρικός
- 2) Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008),<<Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός>>
- 3) <http://www.mountain-sports.gr/athlitikos-toyrismos>

### **❖ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 :**

- 1) <http://voria.gr/index.php?module=news&func=display&sid=144839>
- 2) <http://el.wikipedia.org>
- 3) [http://www.oneman.gr/keimena/diaskedash/oneman\\_food/article1493483.ece](http://www.oneman.gr/keimena/diaskedash/oneman_food/article1493483.ece)
- 4) <http://www.cyprushighlights.com>
- 5) <http://www.mykypros.com/cgi-bin/hweb?-A=82529,viewspecials.html&-V=specials&w=>
- 6) <http://www.sigmalive.com/inbusiness/news/services/54670>
- 7) <http://natureofcyprus.org/>
- 8) <http://traveldailynews.gr/news/category/8>
- 9) <http://www.philenews.com/el-gr/f-me-apopsi-eponymes-gnomes/385/161075/i-kypros-os-enas-axiologos-proorismos-tourismou-ygeias>
- 10) [el.wikipedia.org](http://el.wikipedia.org)
- 11) <http://www.taxidologio.gr/rome.html>
- 12) [www.clickatlife.gr](http://www.clickatlife.gr)
- 13) [www.arttravel.gr](http://www.arttravel.gr)
- 14) <http://www.turkishgreeknews.org/axiotheata-tis-toyrkias-0>
- 15) <http://www.turkishgreeknews.org/diakopes-stin-konstantinoypoli-5561.html?page=0%2C6>
- 16) <http://www.taxidia-prosfores.gr/odiporiko-tinisia-fotografies/>
- 17) <http://www.clickatlife.gr/story?id=2285090>
- 18) <http://www.pamepaketo.gr/package/Guideltem.do?guid=18>
- 19) [http://tourismlobby.blogspot.gr/2010/03/blog-post\\_24.html#.UveJ4fmSwxQ](http://tourismlobby.blogspot.gr/2010/03/blog-post_24.html#.UveJ4fmSwxQ)
- 20) <http://www.boutrostours.gr/article.asp?artid=8>
- 21) [http://www.toursi.gr/modules.php?name=News&new\\_topic=3](http://www.toursi.gr/modules.php?name=News&new_topic=3)

### **❖ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 :**

- 1) <http://my.aegean.gr/web/article3020.html>
- 2) [http://site.marathon.gr/attachments/265\\_tour.pdf](http://site.marathon.gr/attachments/265_tour.pdf)



- 3) Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό και Επιχειρηματικό Περιοδικό <<Χρήμα και Τουρισμός>> , Τεύχος 201
- 4) [www.noisisdev.gr](http://www.noisisdev.gr)
- 5) [www.antagonistikotita.gr](http://www.antagonistikotita.gr)
- 6) [www.startup.gr](http://www.startup.gr)
- 7) [www.koinignomi.gr](http://www.koinignomi.gr)
- 8) <http://agrotourism.wordpress.com>

#### ❖ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 :

- 1) Πέτρος Τομάρας, Εισαγωγή στο Marketing και την έρευνα αγοράς, Εκδόσεις: Πέτρος Τομάρας
- 2) Σοφία Γ. Αρέθα *ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ*, Πανεπιστήμιο Πειραιά, 2003
- 3) Βλαχοπούλου Μάρω (2003) *e Marketing, Διαδικτυακό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις: Rosili
- 4) [http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article\\_id=823](http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=823) Η τεχνολογία στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις: Δικτυακή παρουσία και λύσεις λογισμικού (20 Μαΐου 2008))