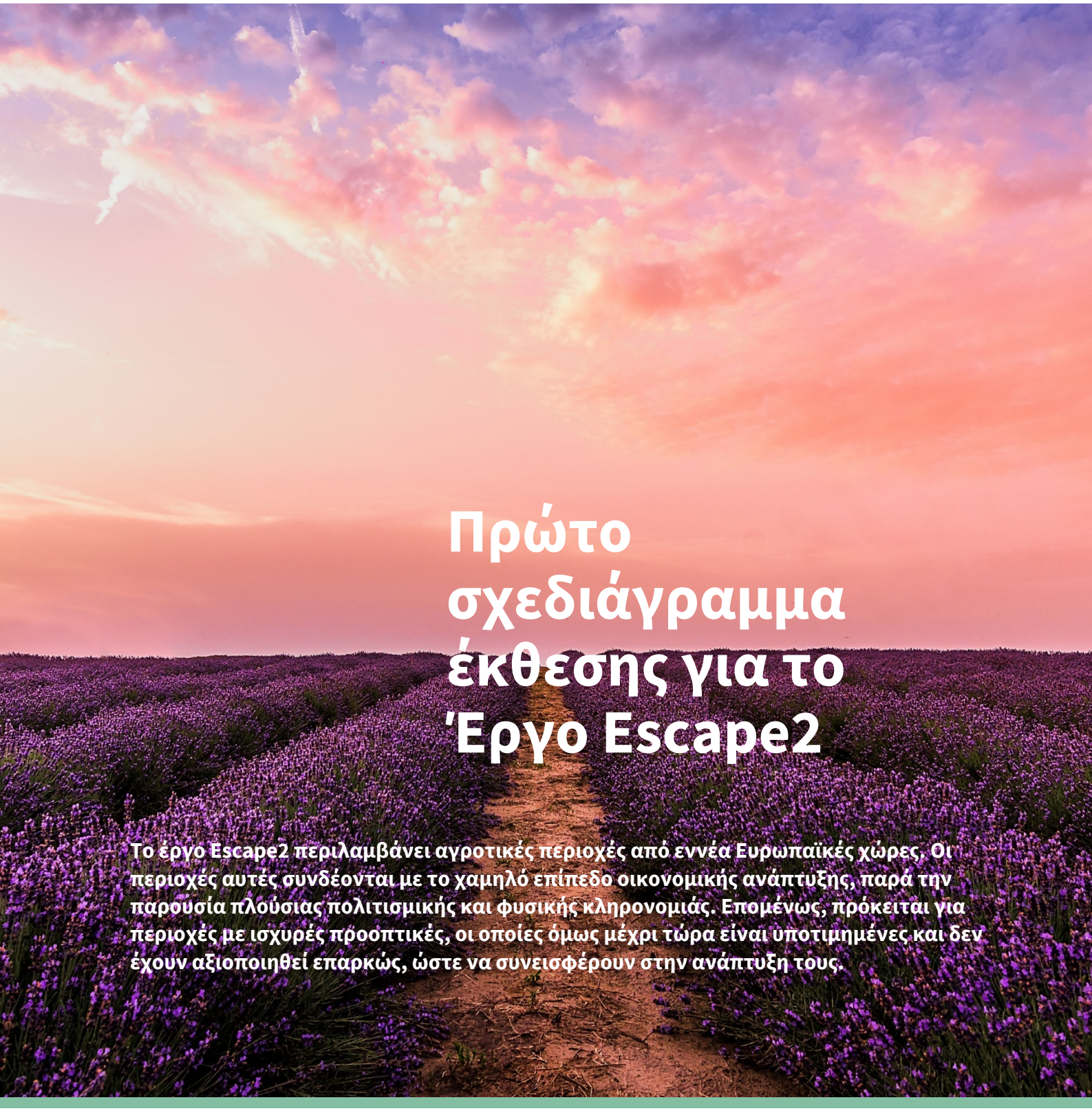
Escape2

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Πρώτο σχεδιάγραμμα έκθεσης για το Έργο Escape2

Το έργο Escape2 περιλαμβάνει αγροτικές περιοχές από εννέα Ευρωπαϊκές χώρες. Οι περιοχές αυτές συνδέονται με το χαμηλό επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης, παρά την παρουσία πλούσιας πολιτισμικής και φυσικής κληρονομιάς. Επομένως, πρόκειται για περιοχές με ισχυρές προοπτικές, οι οποίες όμως μέχρι τώρα είναι υποτιμημένες και δεν έχουν αξιοποιηθεί επαρκώς, ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη τους.

Αριθμός Έργου: 2020-1-ES01-KA202-082418
Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την δημιουργία του παρόντος υλικού δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο την άποψη των συντακτών και η Επιτροπή δεν δύναται να καταστεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ 4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ 6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ 7
ESCAPE2 7
Δημιουργία της έκθεσης 8
Στόχοι αυτής της έκθεσης 8
Η σημασία της συγκριτικής αναζήτησης/έρευνας/έκθεσης 8
Σχέδιο της έκθεσης 8
ΑΓΡΟΤΙΚΟ 10
ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ 11
Αγροτικός Τουρισμός 15
Αγροτικός Τουρισμός 16
ΤΥΠΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 21
ΤΥΠΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 22
Αγροτουρισμός 22
Οικοτουρισμός - οικολογικός τουρισμός 22
Πράσινος τουρισμός 24
Τουρισμός περιπέτειας 24
Αθλητικός τουρισμός 24
Ιαματικός τουρισμός ή τουρισμός υγείας 24
Αγροτικός - πολιτιστικός τουρισμός 24
Περιστατικός τουρισμός 25
Επιστημονικός τουρισμός 25
Τουρισμός στο χωριό 25
Αγροτικό τοπίο σε συνδυασμό με παραθαλάσσιες περιοχές 25
Τουρισμός που βασίζεται στις αγροτικές κοινότητες 25
Ανάλυση της κατάστασης και σημεία ενδιαφέροντος 30
Βουλγαρία: Τραν – Agritour 30
Ελλάδα: Βοιωτία – Athens Lifelong Learning Institute 35
Ιρλανδία: Λειτριμ – Momentum 41
Ιταλία: Όρος Dauni – Meridaunia 51
Πορτογαλία: Ria Aveiroand Baixo Vouga Lagunar – Aproximar 58
Ρουμανία: Βόρεια Περιοχή της Ρουμανίας – IASI 64
Σλοβακία: Δυτική και Κεντρική Σλοβακία - New Edu 70
Ισπανία: La Ribera – Consorci De La Ibera 74
Τουρκία: Αδραμύττιο - K-GEM 77
Συμπεράσματα της Έκθεσης 83
ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ 84
ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ 85
Τελικές Συστάσεις 86

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Είναι προφανές ότι ο τουρισμός αποτελεί στρατηγική ανάπτυξης των Ευρωπαϊκών αγροτικών περιοχών.

Το έργο Escape2 περιλαμβάνει αγροτικές περιοχές σε εννέα Ευρωπαϊκές χώρες. Οι περιοχές αυτές συνδέονται με ένα πιο χαμηλό επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης, παρά την παρουσία πλούσιας πολιτισμικής και φυσικής κληρονομιάς. Επομένως, πρόκειται για περιοχές με ισχυρές προοπτικές, οι οποίες όμως μέχρι τώρα δεν έχουν αξιοποιηθεί επαρκώς, ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη τους.

Οι εταίροι του έργου είναι:

- **Βουλγαρία - Τραν - Agritour**
- **Ελλάδα - Βοιωτία - Athens Institute for Lifelong Learning**
- **Ιρλανδία - Leitrim - Momentum**
- **Ιταλία - Όρος Dauni - Meridaunia**
- **Πορτογαλία - Λιμνοθάλασσα Αβέιρο και Περιοχή Baixo Vouga Lagunar - Aproximar**
- **Ρουμανία - Βορειοδυτική Περιφέρεια - EASI**
- **Σλοβακία - Κεντρική και Δυτική Περιφέρεια - New Edu**
- **Ισπανία - Ριμπέρα - Consortia de la Ribera**
- **Τουρκία - Αδραμύττιο - K- GEM**

Ένας τομέας που μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη αυτών των περιοχών είναι ο θεματικός και αειφόρος τουρισμός.

Οι αγροτικές περιοχές των χωρών που συμμετέχουν στο Escape 2 έχουν κοινά χαρακτηριστικά τα οποία θα αναλυθούν εκτενέστερα στη συνέχεια.

Σε γενικές γραμμές μερικά από τα κοινά χαρακτηριστικά των περιοχών είναι τα εξής:

1. **Ελλιπής ανάπτυξη των τουριστικών υπηρεσιών**
2. **Χαμηλός αριθμός πολιτικών που στοχεύουν στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα**
3. **Άγνοια των κατοίκων για τα προσόντα του τόπου**
4. **Ελλιπής και ανεπαρκής κατάρτιση των εργαζομένων στον κλάδο του τουρισμού**
5. **Ελλιπής ή ανεπαρκής ορισμός των μερών της αγοράς που προσελκύουν διάφορους τύπους επισκεπτών**
6. **Χαμηλή δημοτικότητα των τουριστικών επωνυμιών (χαμηλή αναγνωρισιμότητα, αναποτελεσματική προώθηση κλπ.)**
7. **Απουσία συνεργασίας μεταξύ των τοπικών φορέων / εμπλεκόμενων μερών / υπεύθυνων φορέων για τη δημιουργία πολιτικής**
8. **Απουσία τουριστικών προϊόντων προσαρμοσμένων στην αγορά**

Πρόκειται για περιοχές, όπου τα τουριστικά επαγγέλματα αντιμετωπίζουν διάφορα εμπόδια. Στα εμπόδια αυτά περιλαμβάνονται τα περιορισμένα πλαίσια ανάπτυξης του τουρισμού στις περιοχές αυτές, η έλλειψη οργανωμένων και αποτελεσματικών τουριστικών προτάσεων, καθώς και η απουσία τουριστικής αγοράς και οι χαμηλής ποιότητας υπηρεσίες, κλπ.

Αυτή η έκθεση αναφέρει τις συνθήκες οι οποίες αν ληφθούν υπόψη συμβάλλουν στην κάλυψη των αναγκών και την αντιμετώπιση των προβλημάτων που έχουν εντοπιστεί.

Η ανάλυση που ακολουθεί αποτελεί τη βάση μιας κοινής στρατηγικής που ανταποκρίνεται στις ανάγκες όλων των χωρών που συμμετέχουν στο Escape2 και δημιουργεί τις συνθήκες που απαιτούνται για την αποτελεσματική επίδραση στις τοπικές κοινότητες και την οικονομία.

Οι δραστηριότητες του έργου στοχεύουν στην επίτευξη των στόχων και των κύριων προσδοκώμενων αποτελεσμάτων. Περιλαμβάνουν συναντήσεις με τοπικούς φορείς, των οποίων η πρόσβαση σε γνώσεις και πληροφορίες είναι δύσκολη και επομένως χρειάζονται σωστή πληροφόρηση, εκπαίδευση και στήριξη, ώστε να σχεδιάσουν και να προσαρμόσουν στην περιοχή δραστηριοποίησής τους μια τουριστική στρατηγική.

Τελικός στόχος είναι η δημιουργία κατευθυντήριων οδηγιών, ώστε να επιτευχθεί μια κοινή μεθοδολογία που θα συμβάλλει στην ανάπτυξη και τη διατήρηση του αγροτικού τουρισμού (που σέβεται τον τόπο, την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά), θα επιφέρει θετικά αποτελέσματα στο διακρατικό δίκτυο που δημιουργήθηκε μέσω του έργου και θα εστιάζει στην ανάπτυξη ποιοτικού αγροτικού τουρισμού.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ESCAPE2

Το έργο ESCAPE2 περιλαμβάνει κάποιες αγροτικές περιοχές σε εννέα Ευρωπαϊκές χώρες: Βουλγαρία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Σλοβακία, Ισπανία και Τουρκία. Υπάρχουν πολλές περιοχές σε αυτές τις χώρες με χαμηλό επίπεδο παραγωγικότητας και απασχόλησης αλλά πλούσια τοπία και κληρονομιά. Δυστυχώς, οι προοπτικές αυτές που έχουν δεν αξιοποιούνται στο έπακρο. Ο κύριος λόγος είναι η τρέχουσα οικονομική κατάσταση των αγροτικών και ορεινών περιοχών των Ευρωπαϊκών χωρών, οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις παραμένουν ανεκμετάλλευτες. Δεν υπάρχουν αναπτυγμένα θεματικά προϊόντα, ιδιαίτερα στις περιοχές της νότιας και ανατολικής Ευρώπης, οι οποίες χαρακτηρίζονται από χαμηλότερη επισκεψιμότητα, και δεν συμπεριλαμβάνονται στην τουριστική αγορά. Το έργο αυτό ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένες ανάγκες αυτών των αγροτικών περιοχών, όπως:

- απουσία εμπειριών αγροτικού τουρισμού, βασισμένες σε στρατηγικές και πολιτικές που θέτουν τον τουρισμό ως βασικό στοιχείο της οικονομικής ανάπτυξης,
- έλλειψη επίγνωσης των οικονομικών προοπτικών που διαθέτουν οι αγροτικές περιοχές και των τουριστικών αλυσίδων, - έλλειψη ποιοτικών τουριστικών εγκαταστάσεων ή υπηρεσιών,
- ανάγκη συμμετοχής και καλύτερης επικοινωνίας όλων των εμπλεκόμενων μερών σε όλα τα επίπεδα (σε ολόκληρη την τουριστική αλυσίδα),
- έλλειψη συνεργασίας μεταξύ των τοπικών φορέων / εμπλεκόμενων μερών / φορέων δημιουργίας πολιτικής,
- απουσία ορισμού του επιθυμητού μέρους της αγοράς (τα είδη επισκεπτών),
- έλλειψη αποτελεσματικών δραστηριοτήτων μάρκετινγκ και ολοκληρωμένου σχεδίου προώθησης που στοχεύει στην προσέλκυση των τουριστών, των ανθρώπων που επιζητούν την ενασχόληση με δραστηριότητες φυσικής κατάστασης και αθλήματα υπαίθριων χώρων, την φυσική κατάσταση και την αποφυγή της ρουτίνας της καθημερινότητας.

Η πανδημία έφερε πολλές αλλαγές στη ζωή μας. Δεν επηρεάστηκαν μόνο οι αποφάσεις της καθημερινής μας ζωής αλλά και τα σχέδια μας για τις διακοπές και ο γενικότερος τρόπος ζωής μας. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι νιώθουν την ανάγκη να περάσουν ποιοτικό χρόνο στη φύση, εξερευνώντας τις ευκαιρίες αγροτουρισμού και ανακαλύπτοντας όμορφους προορισμούς σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Η πανδημία επηρέασε όλες τις πτυχές της ζωής των ανθρώπων. Εξαιτίας της εξάπλωσης του ιού, πολλές εταιρίες ενθάρρυναν την τηλεργασία. Πολλοί αναγκάστηκαν να παραμείνουν στο σπίτι μεταφέροντας εκεί τις περισσότερες δραστηριότητές τους, όπως για παράδειγμα την εργασία, την άθληση και τη διασκέδαση. Ένας μεγάλος αριθμός ανθρώπων αποφάσισε να μετακομίσει στην εξοχική κατοικία ή να αγοράσει σπίτι στην ύπαιθρο.

Θεωρητικά, ο ιός έχει μικρότερα επίπεδα μετάδοσης στις αγροτικές περιοχές. Μιας και τα σχολεία έκλεισαν για μεγάλο χρονικό διάστημα, οι οικογένειες χρειάζονταν στιγμές χαλάρωσης και απομάκρυνσης από το αστικό τοπίο και τα μεγάλα αστικά κέντρα. Οι αγροτικές περιοχές προσελκύουν πια περισσότερο κόσμο αφού παρέχουν τις κατάλληλες συνθήκες για μια ευχάριστη εμπειρία.

Το έργο ESCAPE2 αναλύει την κατάσταση της αγοράς σε κάθε χώρα και παρέχει λύσεις και νέες προοπτικές για την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών. Ο κύριος στόχος του έργου είναι να αναπτύξει μια κοινή ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ που περιλαμβάνει όλες τις χώρες που συμμετέχουν και να επιφέρει αποτελεσματικά θετικά αποτελέσματα στις τοπικές κοινωνίες και την τοπική οικονομία. Η στρατηγική αυτή, θα δημιουργηθεί για την αντιμετώπιση της δυσμενούς τοπικής κατάστασης, την ανταλλαγή καλών πρακτικών και τον εντοπισμό των κοινών αναγκών των περιοχών στον τομέα του αγροτικού τουρισμού.

Δημιουργία της έκθεσης

Οι εκθέσεις παίζουν σημαντικό ρόλο σε κάθε έργο, αφού παρέχουν πληροφορίες που βασίζονται σε αποτελέσματα έρευνας και ανάλυσης δεδομένων. Αυτή η έκθεση θα βοηθήσει όλους τους εταίρους να κινηθούν σύμφωνα με έναν κοινό ορισμό του αγροτικού τουρισμού και των τύπων αγροτικού τουρισμού. Στο πρώτο μέρος της έκθεσης, λοιπόν, ορίζεται ο αγροτικός τουρισμός και η εξέλιξή του, αναφέρονται οι πολιτικές που σχετίζονται με αυτόν, καθώς και τα προγράμματα στην ΕΕ. Στο δεύτερο μέρος της έκθεσης, ορίζεται η έννοια και τα χαρακτηριστικά της αγοράς του αγροτικού τουρισμού στις περιοχές των χωρών που μελετήθηκαν. Σε αυτό το σημείο, περιγράφεται κάθε διαφορετικός τύπος αγροτικού τουρισμού.

Κατά τη διάρκεια του πρώτου Intellectual Output του έργου, όλοι οι εταίροι πραγματοποίησαν ανάλυση της αγοράς μέσω διαφόρων ερευνών. Μελετήθηκαν τα κύρια εμπλεκόμενα μέρη (πολιτισμική και φυσική κληρονομιά, εστίαση, στέγαση και τουριστικά γραφεία) απαντώντας συγκεκριμένες ερωτήσεις. Τα αποτελέσματα των ερευνών συγκεντρώθηκαν στο τελευταίο κομμάτι της έκθεσης. Για τη δημιουργία μιας κοινής στρατηγικής, είναι σημαντικό να διασταυρωθούν τα κοινά Σημεία Ενδιαφέροντος και να αναλυθεί η κατάσταση στην οποία βρίσκονται όλες οι περιοχές των χωρών που συμμετέχουν στο έργο. Στο τέλος, αναφέρονται τα δυνατά σημεία και οι αδυναμίες των αγροτικών περιοχών, ώστε να προσαρμοστεί η κοινή στρατηγική όσο το δυνατόν καλύτερα στα δεδομένα όλων αυτών των περιοχών.

Στόχοι αυτής της έκθεσης

Όλα τα αρχεία του IO1 συμπεριλαμβάνονται στην ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ που αποτελεί τη βάση του IO2, κυρίως για την οργάνωση του εκπαιδευτικού προγράμματος. Το δεύτερο και τρίτο output παρέχουν ειδικά διαμορφωμένα εργαλεία για την εφαρμογή της Στρατηγικής. Το περιεχόμενο και το πρόγραμμα σπουδών αναπτύσσεται βάσει των αποτελεσμάτων της χαρτογράφησης, θα εφαρμοστεί πιλοτικά και η εκπαίδευση θα ελεγχθεί για 3 μήνες, μέσω της οργάνωσης διαδικτυακών μαθημάτων που θα διεξάγονται στην πλατφόρμα του έργου. Ο κύριος στόχος της έκθεσης είναι να συνεισφέρει στην ανάπτυξη μιας κοινής ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ για τις συμμετέχουσες χώρες, ώστε να είναι αποτελεσματική η επίδραση της στις τοπικές κοινότητες και την τοπική οικονομία και να ενισχυθεί η διακρατική συνεργασία και η δικτύωση με τις τοπικές/περιφερειακές και εθνικές αρχές τουρισμού. Έτσι, το διακρατικό αυτό δίκτυο συνδέει το τοπικό δίκτυο με το εθνικό και το παγκόσμιο.

Η σημασία της συγκριτικής αναζήτησης/έρευνας/έκθεσης

Η συγκριτική έρευνα απαιτείται για τον λόγο ότι όλες οι πληροφορίες που συλλέγονται, αναλύονται και στη συνέχεια συγκρίνονται μεταξύ τους, ώστε να βρεθούν διαφορές και ομοιότητες. Αυτή η μέθοδος βελτιώνει την ποιότητα της έκθεσης αφού παρουσιάζει την ευρύτερη εικόνα της κατάστασης. Η συγκριτική έρευνα πραγματοποιείται μέσω ποσοτικής ή ποιοτικής έρευνας.

Σχέδιο της έκθεσης

Η μεθοδολογία στην οποία βασίστηκε η προετοιμασία αυτής της έκθεσης χωρίζεται σε διάφορες φάσεις, οι οποίες έχουν ως στόχο τον ορισμό της κατάστασης του τουρισμού στους αγροτικούς προορισμούς που εξετάστηκαν.
Τα βασικά βήματα της μεθοδολογίας είναι:

- Σχεδιασμός ερωτηματολογίων ανά τομέα (εστίαση, τουριστικές υπηρεσίες, διαχειριστές πολιτισμικών και φυσικών πόρων)
- Εντοπισμός των τοπικών καλών πρακτικών (παραδείγματα)
- Διαμερισμός ερωτηματολογίων σε επαρκή αριθμό επιχειρήσεων
- Συλλογή δεδομένων με τη βοήθεια των ερωτηματολογίων

- Αναγνώριση των δυνατών σημείων και των αδυναμιών των τουριστικών συστημάτων των περιοχών
- Αναγνώριση των αναγκών που διέπουν την σταθερή και αειφόρο ανάπτυξη του τουρισμού

Τα ερωτηματολόγια που έχουν χωριστεί ανάλογα με τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις, έχουν σκοπό να θέσουν ερωτήσεις, οι οποίες θα συμβάλλουν στην κατανόηση της τοπικής τουριστικής προσφοράς. Οι ερωτήσεις αυτές εστιάζουν στις υπηρεσίες που προσφέρονται, την προσβασιμότητά τους, το κόστος, την επικοινωνία και την προώθηση που επιχειρείται, τις ώρες λειτουργίας, τις επιπλέον υπηρεσίες που προσφέρονται, τους πελάτες, το εύρος κόστους των υπηρεσιών, τις γλωσσικές δεξιότητες του προσωπικού, τη χρήση του διαδικτύου και των κοινωνικών δικτύων κλπ. Στόχος είναι να δοθεί μια πλήρης εικόνα της κατάστασης.

Ο εντοπισμός των καλών πρακτικών συμβάλλει στην επισήμανση των επιτυχημένων εμπειριών που υπάρχουν, οι οποίες υποδεικνύουν έμμεσα ποια είναι τα τουριστικά επαγγέλματα της περιοχής και ποιες αγορές έχουν αναχαιτιστεί, ώστε να διευρυνθούν τα ενδιαφέροντά τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΑΓΡΟΤΙΚΟ

ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ

1.1. Ορισμός

Η ετυμολογική προέλευση του όρου «αγροτικός» προέρχεται από τη λέξη «αγρός» και αποτελεί σημασιολογικό δάνειο από την γαλλική λέξη champêtre, rural (αγροτικός) που σχετίζεται με τις καλλιεργημένες εκτάσεις στην ύπαιθρο. Ο όρος «αγροτικός» περιλαμβάνει οτιδήποτε έχει να κάνει με την ύπαιθρο ή γενικότερα οτιδήποτε βρίσκεται έξω από τις αστικές περιοχές. Σημασιολογικά συγγενικές λέξεις με αυτό το επίθετο αποτελούν λέξεις, όπως ύπαιθρος, εξοχή, γεωπονία, χωρικός, γεωργικός, βουκολικός κλπ., όροι που αναφέρονται τόσο στο παραγωγικό όσο και στο κοινωνικό σύστημα, καθώς και στη χρήση φυσικών πόρων.

«Αγροτικές περιοχές» θεωρούνται όλες οι περιοχές που βασίζονται στο επάγγελμα της γεωργίας ή στη χρήση των φυσικών και γεωργικών πόρων. Οι αγροτικές περιοχές μπορούν επίσης να οριστούν σε σύγκριση με τις «αστικές» ως: οι περιοχές που βρίσκονται εκτός των αστικών κέντρων (γειτονικά τμήματα απόστασης 1 km^2, με πυκνότητα τουλάχιστον 300 κατοίκους ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο και ελάχιστο πληθυσμό 5000 κατοίκους).

Επομένως, οι αγροτικές περιοχές χαρακτηρίζονται από μικρή πυκνότητα πληθυσμού και χαμηλά ποσοστά ανθρώπινης παρέμβασης (κτίρια, δομές, ...). Χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη φυσικών στοιχείων, όπως καρποί, δάση, βοσκότοποι κλπ.

Η κατηγοριοποίηση των περιφερειακών μονάδων για τη διευκόλυνση της συγκέντρωσης στατιστικών στοιχείων, αποτελεί ένα γεωγραφικό σύστημα, σύμφωνα με το οποίο η περιοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης χωρίζεται σε ιεραρχικά επίπεδα. Τα τρία ιεραρχικά επίπεδα είναι γνωστά ως NUTS-1 (πληθυσμός μεταξύ 3-7 εκατομμύρια κατοίκους), NUTS-2 (πληθυσμός μεταξύ 800.000-3 εκατομμύρια κατοίκους) και NUTS-3 (πληθυσμός μεταξύ 150.000-800.000 κατοίκους). Αυτή η ταξινόμηση καθιστά δυνατές τις στατιστικές συγκρίσεις μεταξύ των κρατών στα διάφορα περιφερειακά επίπεδα εντός της ΕΕ.

Οι αγροτικές περιφέρειες (NUTS 3) ορίζονται σε:

- «Κυρίως αγροτικές» αν το ποσοστό του πληθυσμού που ζει σε αγροτικές περιοχές ξεπερνά το 50%
- «Σχεδόν αγροτικές» αν το ποσοστό του πληθυσμού που ζει σε αγροτικές περιοχές είναι μεταξύ του 20-50%
- «Κυρίως αστικές» αν το ποσοστό του πληθυσμού που ζει σε αγροτικές περιοχές είναι λιγότερο από 20%

Η κατηγοριοποίηση των αγροτικών περιοχών καθορίζεται επίσης και από το μέγεθος των αστικών κέντρων.

Μια κυρίως αγροτική περιφέρεια που περιλαμβάνει ένα αστικό κέντρο το οποίο φιλοξενεί τουλάχιστον το 25% του συνολικού πληθυσμού θεωρείται σχεδόν αγροτική. Μια σχεδόν αγροτική περιφέρεια που περιλαμβάνει ένα αστικό κέντρο το οποίο φιλοξενεί τουλάχιστον το 25% του συνολικού πληθυσμού θεωρείται κυρίως αστική.

Είναι προφανές ότι δεν μπορούμε να ορίσουμε τον όρο «αγροτικός» με βάση μόνο τα στατιστικά δεδομένα ή φέρνοντας τον σε αντίθεση με την έννοια του όρου «αστικός». Οι αγροτικές περιοχές έχουν εγγενή χαρακτηριστικά τα οποία δεν σχετίζονται με την πυκνότητα του τοπικού πληθυσμού ή την απόσταση από τα μεγάλα αστικά κέντρα.

Συνοπτικά, τα στοιχεία που ορίζουν μια περιοχή ως αγροτική είναι:

- η υπεροχή του φυσικού τοπίου σε σχέση με το αστικό
- η ύπαρξη μικρών κατοικημένων κέντρων, των οποίων τα αστικά χαρακτηριστικά και η αρχιτεκτονική των κτιρίων καθορίζονται από την κύρια απασχόληση των κατοίκων και της τοπικής γεωργικής οικονομίας (στο παρόν ή το παρελθόν)
- η αραιή ή εκτεταμένη ύπαρξη ακίνητης περιουσίας έξω από τα κατοικημένα κέντρα

- η ύπαρξη γεωργικών επαγγελμάτων
- η ύπαρξη γνώσεων που συνδέονται με την παραδοσιακή γεωργική παραγωγή
- η χαμηλή επίδραση του βιομηχανικού τομέα στην τοπική οικονομία
- ο διαχωρισμός της περιοχής σύμφωνα με τη γεωργική δραστηριότητα.

1.2 Εξέλιξη και νέα κινήματα

Η έννοια του αγροτικού και η αγροτική καινοτομία έχουν αποκτήσει μια πιο σύνθετη σημασία.

Ξεκινώντας από το δεύτερο μισό του 19ου αιώνα, πραγματοποιήθηκαν πολλές διαδικασίες μετασχηματισμού της οικονομικής και κοινωνικοπολιτισμικής δομής στην ύπαιθρο, λόγω του ότι η γεωργική δραστηριότητα άρχισε να εκλείπει σε περιοχές όπου πριν κυριαρχούσε, και τη θέση της κατέλαβαν διάφορες άλλες δραστηριότητες, οι οποίες τις περισσότερες φορές ανταγωνίζονταν την ίδια τη γεωργία.

Η γεωργική δραστηριότητα άλλαξε σημαντικά μετά την εισαγωγή της μηχανοποιημένης παραγωγής και της εντατικής καλλιέργειας, οι οποίες αντικατέστησαν την παραδοσιακή καλλιέργεια για λόγους κέρδους και για τη βελτίωση της παραγωγής.

Συχνά ο όρος «αγροτικός» συνδέεται εσφαλμένα με την έννοια της οπισθοδρομικότητας, αντί με το φυσικό περιβάλλον και την ύπαρξη πρασίνου καθώς και με τη διατήρηση των πολιτιστικών αξιών και παραδόσεων.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ανάμεσα στους πιο διαδεδομένους ορισμούς του όρου «αγροτικός» ανήκει αυτός που λαμβάνει υπόψη την εκτεταμένη καλλιέργεια του εδάφους και τη χαμηλή πληθυσμιακή πυκνότητα. Αποτυπώνεται, έτσι, απλά και κατανοητά ο ορισμός του όρου, όμως δεν λαμβάνεται υπόψη η σύγχρονη πολυπλοκότητα του αγροτικού κόσμου, καθώς σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, οι περιοχές στις οποίες έχει μειωθεί ο πληθυσμός θα ορίζονταν αγροτικές.

Πολλοί παράγοντες που αποδίδονται στην παγκοσμιοποίηση, έχουν επιφέρει αλλαγές στον αγροτικό κόσμο και έχουν οδηγήσει σε ασυνήθιστες και απροσδόκητες εξελίξεις. Κάποιες από αυτές είναι η αύξηση των παραγωγικών επιλογών που είναι ανάλογες με τις απαιτήσεις της αγοράς, η οποία ξεπερνά τα όρια του τοπικού δικτύου (δίκτυο τοπικών προϊόντων για εισαγωγή στις αγορές), καθώς και η ψηφιακή αγορά. Ο αγρότης του σήμερα, λοιπόν, δεν είναι πια ο χωριάτης του 19ου αιώνα, αλλά ένας επιχειρηματίας που πρέπει να συμβαδίσει με την εποχή του.

Ο όρος «αγροτικός» έχει πια μια πιο λογοτεχνική σημασία που απέχει από την πραγματικότητα, αλλά διατηρεί το στοιχείο της υπαίθρου και θεωρείται κατάλοιπο του αγροτικού τομέα.

Στα αγροτικά μέρη μπορεί κανείς να βρει καταφύγιο στη φύση. Δεν αποτελεί σύμπτωση το γεγονός ότι η ανάγκη επανασύνδεσης με τη φύση ήταν έντονη την εποχή της εκβιομηχάνισης και της ξαφνικής αστικοποίησης στο τέλος του 19ου αιώνα. Την εποχή αυτή ακολούθησαν παρεμβάσεις στον αστικό σχεδιασμό των Ευρωπαϊκών μητροπόλεων, των οποίων ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αποτέλεσαν τα αστικά πάρκα.

Σήμερα, η επιθυμία της επαφής με τη φύση και της απομάκρυνσης από το αστικό τοπίο, έχει λάβει πρωτόγνωρη κοινωνιολογική σημασία, λόγω των αναγκών που δεν είχαν αναγνωριστεί προηγουμένως και των πιθανών παραγόντων που επιτάχυναν τη διαδικασία της μεταστροφής στην ύπαιθρο (κυρίως λόγω της πανδημίας).

Επομένως, παρατηρείται μια σταδιακή επιστροφή στην ύπαιθρο των πληθυσμών που προηγουμένως προτιμούσαν το αστικό τοπίο και την ανάπτυξη του μοντέλου του «χρήστη της υπαίθρου» (πρόκειται για άτομα που αναζητούν όλο και περισσότερο την επαφή με τη φύση).

Θα πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη ότι η έννοια του αγροτικού και η αγροτική καινοτομία βρίσκεται στην ακμή της χάρη στην συμβολή πολλών φαινομένων:

- της αναγνώρισης της υπαίθρου ως οικονομικού παράγοντα
- της αναγνώρισης των παραδόσεων ως ευκαιριών κοινωνικής συγκέντρωσης
- της αναγνώρισης των προϊόντων που καλλιεργούνται στις αγροτικές περιοχές ως μέρος της υγιεινής και σωστής διατροφής
- της αύξησης των υπαίθριων δραστηριοτήτων

Ο όρος «αγροτικός» φαίνεται ότι αρχίζει να υποδηλώνει τον μοντερνισμό. Η γεωργία ελκύει πια πολλούς νέους και νέες χάρη στην ποιότητα ζωής που προσφέρει, την ύπαιθρο και το αυξανόμενο πάθος για ζωή και εργασία στη φύση. Στους λόγους προσέλκυσης συμπεριλαμβάνονται οι νέες συνθήκες εργασίας που προσέφερε η εξέλιξη της

τεχνολογίας, χάρη στην οποία απλοποιήθηκε, επιταχύνθηκε και διευκολύνθηκε το επάγγελμα του γεωργού.

Βρισκόμαστε στην αρχή ενός φαινομένου που ορίζεται ως «Γεωργία 2.0», κατά το οποίο οι αγροτικές περιοχές επηρεάζονται από πολλές αλλαγές, όπως η:

- αναγνώριση της σημασίας της καλλιέργειας
- αύξηση του ενδιαφέροντος για την αγροτική ζωή
- επέκταση των αγροτικών δραστηριοτήτων (στοιχεία που σχετίζονται με κοινωνικές υπηρεσίες, την περιβαλλοντική εκπαίδευση, τον τουρισμό, τον αθλητισμό, την ψηφιακή απεξάρτηση κλπ.)
- εισαγωγή πιο αποτελεσματικών τεχνολογικών εργαλείων (ρομποτική) για την υποστήριξη των παραγωγικών δραστηριοτήτων
- χρήση νέων μορφών κοινωνικής επικοινωνίας που εφαρμόζονται στο εταιρικό μάρκετινγκ (γεωργική διήγηση ...)

1.3 Αγροτική ΕΕ: πολιτική και προγράμματα

Οι αγροτικές περιοχές επηρεάζονται από τα παρακάτω αρνητικά φαινόμενα:

- φυσικές δυσκολίες (προβλήματα σύνδεσης με τις αστικές περιοχές καθώς και με τον υπόλοιπο κόσμο - ψηφιακό κενό)
- κοινωνικοοικονομικά μειονεκτήματα, λόγω του χαμηλού κέρδους που επιφέρει η γεωργική και μη γεωργική δραστηριότητα

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, αναγνωρίζοντας τη στρατηγική φύση των αγροτικών περιοχών, εφαρμόζει πολιτικές που στοχεύουν στην αειφόρο ανάπτυξή τους. Η αγροτική ανάπτυξη αποτελεί ένα μεγάλο και περίπλοκο θέμα που περιλαμβάνει μεγάλο εύρος θεμάτων και ενδιαφερόντων. Για την κατανόηση και τη διάδοση αυτών των προβλημάτων σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, έχουν δημιουργηθεί ομάδες εξειδικευμένων ατόμων στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την Αγροτική Ανάπτυξη. Αυτές οι ομάδες ασχολούνται με την ανάλυση των προβλημάτων της αγροτικής ανάπτυξης, ώστε να προωθήσουν τη γνώση και να αυξήσουν την αποτελεσματικότητα της εφαρμογής των πολιτικών αγροτικής ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι αγροτικές περιοχές της Ευρώπης διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους, όσον αφορά στις γεωγραφικές, περιβαλλοντικές, φυσικές, παραγωγικές, κοινωνικοοικονομικές και θεσμικές πτυχές τους.

Ο αγροτικός τομέας θεωρείται ένας από τους μεγαλύτερους πόρους της Ευρώπης και στηρίζεται από την πολιτική αγροτικής ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία εφαρμόζεται μέσω επιχορηγήσεων της ΕΕ και έχει ως στόχο την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών και ιδιαίτερα των περιοχών που χαρακτηρίζονται από ιδιαίτερες και εκτεταμένες εδαφικές ανάγκες.

Η αγροτική ανάπτυξη αποτελεί τον «δεύτερο πυλώνα» της κοινής γεωργικής πολιτικής, η οποία ενδυναμώνει τον «πρώτο πυλώνα» που αναφέρεται στην ενίσχυση του εισοδήματος και των μέτρων μάρκετινγκ, μέσω της ενδυνάμωσης της κοινωνικής, περιβαλλοντικής και οικονομικής βιωσιμότητας των αγροτικών περιοχών.

Η πολιτική αυτή συμβάλλει στην αειφόρο ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών μέσω τριών μακροπρόθεσμων στόχων:

- προώθηση της ανταγωνιστικότητας της γεωργίας και της δασοκομίας,
- διασφάλιση της βιώσιμης διαχείρισης των φυσικών πόρων και της κλιματικής δράσης,
- ισορροπημένη ανάπτυξη της οικονομίας και των αγροτικών κοινοτήτων, συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας και της διατήρησης των θέσεων εργασίας.

Η συμβολή της πολιτικής αυτής στην επίτευξη των στόχων της ΕΕ για την αγροτική ανάπτυξη, στηρίζεται από την Ευρωπαϊκή Γεωργική Χρηματοδότηση για τη Αγροτική Ανάπτυξη.

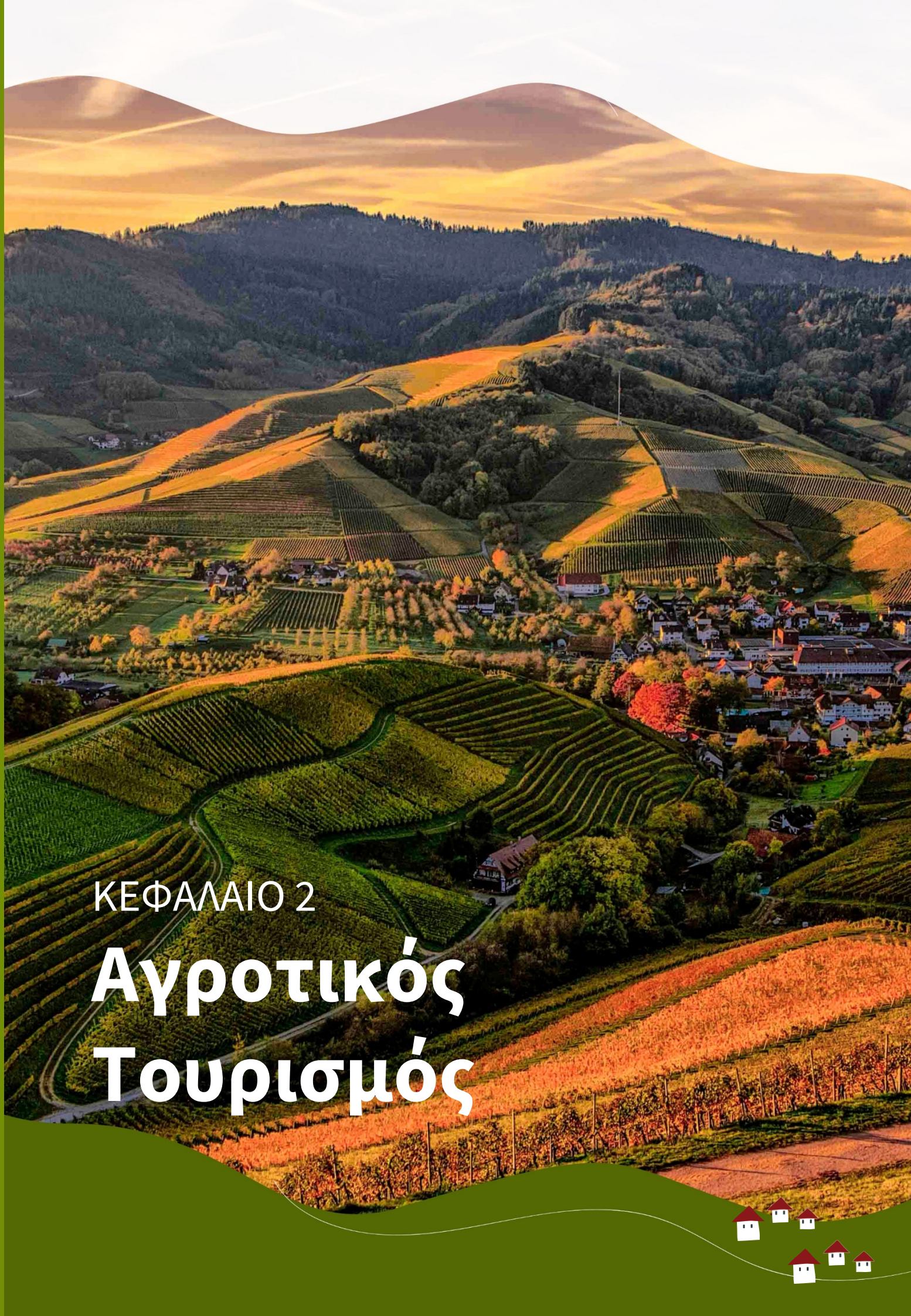
Στη βάση των πολιτικών αγροτικής ανάπτυξης που εφαρμόζονται από την ΕΕ βρίσκονται τα Προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης. Τα προγράμματα αυτά συγχρηματοδοτούνται από τον κρατικό προϋπολογισμό και εφαρμόζονται σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο.

Κάθε πρόγραμμα στοχεύει στην πραγματοποίηση τουλάχιστον τεσσάρων από τις έξι προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Γεωργικής Χρηματοδότησης για την Αγροτική Ανάπτυξη:

- διευκόλυνση της διάδοσης γνώσεων και καινοτομιών στον τομέα της γεωργίας και της δασοκομίας και στις αγροτικές περιοχές,
- βελτίωση της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας όλων των τύπων γεωργίας και προώθηση των καινοτόμων αγροτικών τεχνολογιών και της διαχείρισης της δασοκομίας,
- προώθηση του τρόπου οργάνωσης της τροφικής αλυσίδας, της ζωικής ευημερίας και διαχείριση των κινδύνων που υπάρχουν στη γεωργία,
- προώθηση της αποτελεσματικότερης χρήσης των φυσικών πόρων και υποστήριξη μιας οικονομίας που βασίζεται σε χαμηλότερη χρήση άνθρακα και είναι ανθεκτική προς την κλιματική αλλαγή στους τομείς της γεωργίας, των τροφίμων και της δασοκομίας,
- αποκατάσταση, διατήρηση και βελτίωση των οικοσυστημάτων που σχετίζονται με την γεωργία και τη δασοκομία,
- προώθηση της κοινωνικής συμπερίληψης, μείωση της φτώχειας και οικονομική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών.

ΠΗΓΕΣ

- https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Rural_area
- https://ec.europa.eu/eurostat/web/rural-development/methodology
- https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/background
- http://nala.ge/uploaded/nala/2018-04/20180410135514295439021.pdf
- https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development_en
- https://www.researchgate.net/publication/40115263_The_Evolution_of_Rural_Development_in_Europe_and_the_Role_of_EU_Policy
- https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/funding-guide/european-agricultural-fund-rural-development_en
- https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development/country_it



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Αγροτικός Τουρισμός

Αγροτικός Τουρισμός

2.1 Πολυλειτουργική γεωργία και επέκταση

Από την τελευταία δεκαετία του 20ου αιώνα, η έννοια της Πολυλειτουργικής Γεωργίας αποτελεί πυρήνα έλξης στις ανεπτυγμένες χώρες, ιδιαίτερα της Ευρώπης, χάρη στην έντονη ανησυχία που υπάρχει για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων και του περιβάλλοντος (Todorova & Ikova, 2014). Όπως προκύπτει και από το όνομα, η πολυλειτουργική γεωργία είναι μια μορφή γεωργικής δραστηριότητας που δεν σχετίζεται μόνο με την παραγωγή πόρων προς κατανάλωση.

Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης παρέχει έναν λειτουργικό ορισμό της πολυλειτουργικότητας. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, τα βασικά στοιχεία της πολυλειτουργικής γεωργίας είναι: «η εξαγωγή βασικών και μη βασικών προϊόντων που παράγονται από κοινού με τη γεωργία και το γεγονός ότι κάποια από τα μη βασικά προϊόντα διέπονται από χαρακτηριστικά εξωγενών παραγόντων ή δημοσίων αγαθών, με αποτέλεσμα οι αγορές αυτών των προϊόντων να μην υπάρχουν ή να δυσλειτουργούν» (Aguglia et al, 2009). Από αυτόν τον ορισμό προκύπτει ότι πρέπει να δημιουργηθούν διαφορετικά παραγόμενα προϊόντα, πέρα από αυτά που σχετίζονται με την καλλιέργεια της γης, ως αποτέλεσμα της γεωργικής δραστηριότητας. Εννοείται επίσης, ότι κάποια από αυτά τα προϊόντα πρέπει να θεωρηθούν θετικές εξαγωγές.

Η βασική ιδέα είναι ότι η γεωργία χαρακτηρίζεται από κοινωνικές και περιβαλλοντικές λειτουργίες, όπως η διατήρηση της βιοποικιλότητας, η συμβολή στο αειφόρο μέλλον των αγροτικών περιοχών, η συμβολή στην ενδυνάμωση του οικονομικού ιστού αυτών των περιοχών κλπ. Η πολυλειτουργική γεωργία αποτελεί βασική πηγή αγροτικής ανάπτυξης (Renting et al., 2009), καθώς βοηθά τους αγρότες να επεκτείνουν και να ενισχύσουν τα μέσα επιβίωσής τους, μέσω της ανάπτυξης επιπλέον δραστηριοτήτων, καθώς και της προσέλκυσης νέου κοινού είτε για επενδύσεις είτε για τουρισμό στις αγροτικές περιοχές.

Σύμφωνα με τους Van Huylenbroeck et al. (2007) η πολυλειτουργική γεωργία χαρακτηρίζεται από τέσσερεις λειτουργίες που κατηγοριοποιούνται χρωματικά, όπως στο διάγραμμα χ: «Πράσινες» λειτουργίες (διαχείριση τοπίου και βιοποικιλότητας), «μπλε» λειτουργίες (διαχείριση υδάτινων πόρων και έλεγχος πλημμυρών), «κίτρινες» λειτουργίες (βιωσιμότητα των αγροτικών περιοχών, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, αγροτικές υποδομές) και «λευκές» λειτουργίες (ασφάλεια τροφίμων).

Η σημασία της πολυλειτουργικής γεωργίας για τις αγροτικές περιοχές και κατά συνέπεια για τον αγροτικό τουρισμό είναι ανεκτίμητη. Όταν η γεωργική παραγωγή συνδυάζεται με την κοινωνική και περιβαλλοντική ενασχόληση, προκαλεί τη συνεργασία του φυσικού κόσμου με τους ανθρώπους, παρέχοντας, έτσι, ευκαιρίες για ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων με μέλλον και εξασφαλίζοντας την προσέλκυση νέων επισκεπτών.

2.2 Αγροτικός τουρισμός: έννοια, ορισμός και χαρακτηριστικά

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών ορίζει τον Αγροτικό Τουρισμό ως έναν «τύπο τουριστικής δραστηριότητας, κατά την οποία η εμπειρία των επισκεπτών σχετίζεται με την ενασχόληση τους με πλήθος φυσικών δραστηριοτήτων, τη γεωργία, τον αγροτικό τρόπο ζωής / την αγροτική κουλτούρα, την αλιεία και την περιήγηση σε αξιοθέατα. Οι δραστηριότητες Αγροτικού Τουρισμού λαμβάνουν χώρα σε μη αστικές περιοχές και διαθέτουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά: α) χαμηλή πυκνότητα πληθυσμού, β) αγροτικό τοπίο και χρήση της γης κυρίως για καλλιέργεια και δασοκομία και γ) παραδοσιακή κοινωνική δομή και παραδοσιακός τρόπος ζωής» (UNWTO, 2021).

Επομένως, ο αγροτικός τουρισμός βασίζεται σε ιδιωτικές υπηρεσίες, υπηρεσίες φιλοξενίας και στις παραδόσεις (γαστρονομία, ιστορία, λαογραφία, τέχνη κλπ) των περιοχών όπου αναπτύσσεται. Ο αγροτικός τουρισμός απαιτεί ένα ολοκληρωμένο και διευρυμένο προϊόν που συνδυάζει τη φιλοξενία, την εστίαση και τις δραστηριότητες. Επίσης, ο αγροτικός τουρισμός περιλαμβάνει διαφόρων ειδών δραστηριότητες, όπως το ψάρεμα και το κυνήγι, τα πανηγύρια και άλλες εκδηλώσεις κλπ. Λαμβάνοντας όλα αυτά υπόψη, ένα από τα πιο εμφανή χαρακτηριστικά του

είναι ότι αποτελεί τουριστική δραστηριότητα που μπορεί να λάβει χώρα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους σε αντίθεση με άλλα είδη τουρισμού (όπως ο καλοκαιρινός τουρισμός). Αποτελεί, έτσι, σημαντικό πλεονέκτημα για τις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται.

Είναι επίσης σημαντικό να τονιστεί ότι ακόμα ένα από τα βασικά του χαρακτηριστικά είναι η προσαρμοστικότητα, δηλαδή η ευελιξία που διαθέτει όσον αφορά στα διάφορα είδη επισκεπτών που μπορεί να προσελκύσει και τις ανάγκες που καλύπτει. Για παράδειγμα, ο αγροτικός τουρισμός μπορεί να προσφέρει συναρπαστικές δραστηριότητες τόσο για παιδιά - κατασκηνώσεις και περίπατοι - όσο και για ηλικιωμένους - παρατήρηση πτηνών, περίπατοι στη φύση, παραδόσεις κλπ.

Δεδομένης της κατάστασης κατά την πανδημία το 2020, οι αγροτικές περιοχές βίωσαν πολύ περισσότερο τις επιπτώσεις της κοινωνικής και οικονομικής κρίσης που επήλθε από τα lockdown και τα περιοριστικά μέτρα. Επομένως, είναι πολύ σημαντικό να δοθεί επιπλέον σημασία σε αυτές τις περιοχές και ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί ευκαιρία για να γίνει αυτό.

2104857600

2.3 Αγροτική τουριστική αγορά

Υπάρχει μια αυξητική τάση στις απαιτήσεις του αγροτικού τουρισμού, η οποία κορυφώθηκε κατά τη διάρκεια της πανδημίας, αφού οι τουρίστες πια επιθυμούν να επισκέπτονται μη δημοφιλείς προορισμούς, για να αποφύγουν τον συνωστισμό που αναμένεται να υπάρξει σε κοινούς τουριστικούς προορισμούς. Επιπροσθέτως, οι αγροτικές περιοχές προσφέρουν δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στη φύση, δηλαδή σε εξωτερικούς χώρους, πράγμα το οποίο μειώνει τον κίνδυνο μετάδοσης του ιού (UNWTO, 2020).

Το κοινό-στόχος είναι οι κυρίως μορφωμένοι τουρίστες, με πάνω από τον μέσο όρο οικονομική ισχύ, που αναζητούν μια ποιοτική αλλά και αυθεντική τουριστική εμπειρία (Maria-Irina, 2017). Επομένως, το αναπτυγμένο μορφωτικό επίπεδα του Ευρωπαϊκού πληθυσμού, δικαιολογεί αυτή την αυξητική τάση. Εκτός από αυτό, ο αγροτικός τουρισμός, χάρη στον πολυεπίπεδο χαρακτήρα του, ελκύει πολλά είδη τουριστών, όπως οικογένειες που επιθυμούν να ασχοληθούν με υπαίθριες δραστηριότητες και αναζητούν την ηρεμία και την ασφάλεια που προσφέρουν οι αγροτικές περιοχές.

2.4 Αγροτικός τουρισμός: ολοκληρωμένες στρατηγικές - βασικό στοιχείο για την οικονομική ανάπτυξη

Ο αγροτικός τουρισμός υποκινεί την ανάπτυξη και την εξέλιξη των τοπικών κοινοτήτων, χάρη στις υπηρεσίες και τις δραστηριότητες που προσφέρει, δημιουργώντας έτσι εργασιακές ευκαιρίες και καλύτερη κοινωνική πρόνοια στις κοινότητες αυτές. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (2020), οι τέσσερις βασικοί πυλώνες της τουριστικής ανάπτυξης είναι: η εκπαίδευση, οι επενδύσεις, η καινοτομία και η τεχνολογία. Και οι τέσσερεις έχουν τον ίδιο σκοπό και είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι μεταξύ τους, αφού η βιωσιμότητα του τουρισμού επιτυγχάνεται μόνο με τη χρήση μιας ολοκληρωμένης και πολυεπίπεδης προσέγγισης.

Σχετικά με την εκπαίδευση, οι Predag et al. (2014) αναφέρουν τη σημασία της εκπαίδευσης και της κατάρτισης των τοπικών πληθυσμών για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού. Σύμφωνα με έρευνες, η ανάπτυξη θα γίνει βιώσιμη και οι δραστηριότητες θα διατηρήσουν την αυθεντικότητά τους, μόνο αν διασφαλιστεί η κατάρτιση και η άμεση συμμετοχή των τοπικών πληθυσμών. Διαφορετικά, εξωγενείς παράγοντες θα εκμεταλλευθούν τις όλο και αυξανόμενες ευκαιρίες και κάτι τέτοιο μπορεί να οδηγήσει στην απώλεια του αγροτικού χαρακτήρα των περιοχών.

Οι επενδύσεις δεν πρέπει να εστιάζουν εξ ολοκλήρου στη δημιουργία υποδομών. Οι αγροτικές κοινότητες πρέπει να βρίσκονται στο προσκήνιο. Όπως υποστηρίζει και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, «οι εθνικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τον τουρισμό κατά την ανάπτυξη πολιτικών αγροτικής ανάπτυξης, αναγνωρίζοντας τον ρόλο αυτού του τομέα στην αγροτική οικονομία και αναπτύσσοντας πολιτικές για την προώθησή του» (ΠΟΤ, 2020). Προφανώς, όταν μιλάμε για επενδύσεις, δεν εννοούμε μόνο τις δημόσιες. Η ιδιωτική πρωτοβουλία πρέπει να αναγνωρίσει τις δυνατότητες που έχει μια αγροτική περιοχή και να αξιοποιήσει τα θετικά χαρακτηριστικά όχι μόνο του τουρισμού αλλά και όλων των άλλων σχετικών υπηρεσιών.

Η καινοτομία είναι απαραίτητη όταν σκέφτεται κανείς το αειφόρο μέλλον, του οποίου βασικό χαρακτηριστικό αποτελούν οι αγροτικές περιοχές. Τα σύγχρονα προβλήματα απαιτούν σύγχρονες λύσεις. Η καινοτομία πρέπει να στοχεύει στη δημιουργία βιώσιμων πρακτικών σχετικά με τη χρήση των πόρων, την κατανομή του πλούτου, τη διατήρηση της κληρονομιάς κλπ. Η τεχνολογία συνδέεται με την καινοτομία και είναι πολύ σημαντικό οι αγροτικές

περιοχές να αποκτούν πρόσβαση σε σύγχρονα τεχνολογικά μέσα. Η τεχνολογία συμβάλλει στον καλύτερο σχεδιασμό, την καλύτερη αξιολόγηση και διαχείριση της τουριστικής δραστηριότητας και όλων όσων συνδέονται με αυτή.

Επομένως, μια ολοκληρωμένη προσέγγιση του αγροτικού τουρισμού, αποτελεί ισχυρό εργαλείο για τις αγροτικές κοινότητες που αντιμετωπίζουν προβλήματα, όπως η ερημοποίηση και τα χαμηλά εισοδήματα. Παρ' όλα αυτά, ο βιώσιμος αγροτικός τουρισμός διατηρεί τα μοναδικά χαρακτηριστικά της αγροτικής ζωής, καθώς και τις αγροτικές αρχές, είτε πρόκειται για την απτή κληρονομιά είτε όχι. Η ισχύς του αγροτικού τουρισμού πηγάζει από τον συνδυασμό του μοντέρνου με το παραδοσιακό στοιχείο.

2.5 Καλές πρακτικές

Κάποιες έρευνες απέδειξαν ότι οι τουριστικές δραστηριότητες επιφέρουν θετικές επιπτώσεις στις αγροτικές περιοχές, όπως οικονομική ανάπτυξη, οικονομική επέκταση, δημογραφική σταθερότητα, αύξηση της οικονομικής αξίας των τροφίμων και γεωργική ανάπτυξη, βελτίωση της κοινωνικοοικονομικής ευημερίας και δημιουργία ή ανάπτυξη νέων τοπικών επιχειρήσεων. Ο τουρισμός συμβάλλει επίσης στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και στηρίζει τη βιώσιμη αγροτική ανάπτυξη και τη μείωση της μετανάστευσης (Ibănescu, Stoleriu, Munteanu, Iatu, 2018). Όλες αυτές οι θετικές επιδράσεις ήταν αποτέλεσμα διαφόρων πρωτοβουλιών και προγραμμάτων που εφαρμόστηκαν στις περιοχές, από τα οποία προέκυψαν γνώσεις που μπορούν να εκμεταλλευτούν οι τοπικοί φορείς.

Ο αγροτικός τουρισμός προωθεί τη μοναδικότητα μιας περιοχής δημιουργώντας έναν πόλο έλξης τουριστών που προσφέρει ηρεμία, επαφή με την παράδοση και αποφυγή των γρήγορων ρυθμών των αστικών κέντρων. Με την ανάπτυξη της περιοχής και των οικονομικών δραστηριοτήτων αυξάνεται η κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική επίδραση στην κοινότητα. Σήμερα ο αγροτικός τουρισμός στρέφεται σε θέματα πολλών διαστάσεων, ενώ σε μερικές χώρες παρατηρούνται διαφορές μεταξύ των περιοχών, όπως στις παραθαλάσσιες και μη παραθαλάσσιες (IVONA, 2021).

Ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί πρόκληση για τις αγροτικές περιοχές, αλλά παρ' όλα αυτά αξιοποιείται κατά το έπακρο για τη δημιουργία και τη βελτίωση των τουριστικών υποδομών, με τη χρήση ελάχιστων επιπλέον πόρων. Αυτό επιτρέπει τη βελτίωση της παραγωγικότητας, αλλά και την ενίσχυση του εισοδήματος. Επιπλέον, ο αγροτικός τουρισμός περιλαμβάνει τύπους εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο «τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος» ή ο «υπεύθυνος τουρισμός» που δίνουν έμφαση στην επαφή και την κατανόηση του τρόπου ζωής των ντόπιων κατοίκων. Τα είδη αγροτικού τουρισμού είναι διάφορα, όπως τουρισμός που σχετίζεται με την φυσική κληρονομιά, γεωργικός τουρισμός ή «επίσκεψη σε μια φάρμα, σε μια γεωργική, κηπευτική ή αγροτική επιχείρηση», τουρισμός που βασίζεται στη φύση ή οικονομικός τουρισμό (IRSHAD, 2010). Αυτοί είναι οι πιο συχνοί τύποι αγροτικού τουρισμού, όμως, διαφέρουν ανάλογα με την περιοχή και τις δραστηριότητες που προσφέρει.

Παραδείγματα καλών πρακτικών που σχετίζονται με τον αγροτικό τουρισμό εντοπίζονται σε όλες τις χώρες, ενώ κάθε περιοχή παρέχει διάφορους τύπους δραστηριοτήτων αγροτικού τουρισμού, οι οποίες προκύπτουν ανάλογα με τις προτεραιότητες των επισκεπτών. Λόγων των μέτρων που εφαρμόστηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας, αυξήθηκαν τα ποσοστά εσωτερικού τουρισμού, καθώς προτιμήθηκαν περιοχές στο εσωτερικό των χωρών ως κύρια μέρη διακοπών ή αποδράσεων τα σαββατοκύριακα. Επομένως πρέπει να χρησιμοποιούνται καλές πρακτικές που επηρεάζουν θετικά τις κοινότητες.

Για την εφαρμογή καλών πρακτικών σε ένα νέο περιβάλλον, είναι σημαντικό να πραγματοποιηθεί χαρτογράφηση των περιοχών που καλύπτουν τις ανάγκες της τοπικής κοινότητας σχετικά με τον τουρισμό, καθώς και των υπηρεσιών και των προϊόντων που προσφέρονται στους τουρίστες. Από τη χαρτογράφηση αυτή, προκύπτει μια στρατηγική για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού σε ένα χωριό ή μια περιοχή, δίνοντας έμφαση στα τοπικά χαρακτηριστικά και την φυσική ή πολιτιστική κληρονομιά. Οι καλές πρακτικές που εφαρμόζονται περισσότερες από μία φορές πρέπει να εξετάζονται προσεκτικά, ώστε να έχουν την ίδια ισχύ σε νέες κοινότητες εφαρμογής. Η πρακτική μπορεί όμως να είναι αδύνατο να εφαρμοστεί με τον ίδιο τρόπο ή στον ίδιο βαθμό σε διαφορετικές περιοχές, καθώς οι συνθήκες και το υπόβαθρο κάθε περιοχής διαφέρουν. Επιπλέον, από τις καλές πρακτικές προκύπτουν νέες ιδέες και καινοτομίες.

Το έργο Escape2 είχε ως σκοπό να συλλέξει καλές πρακτικές από κάθε χώρα-εταίρο, για τη δημιουργία μιας έκθεσης προσεγγίσεων που ενισχύουν τον τοπικό και αγροτικό τουρισμό. Οι εταίροι είχαν την ευκαιρία να παρατηρήσουν δράσεις και καλές πρακτικές που εφαρμόζονται στη χώρα τους για την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού εστιάζοντας στα πλεονεκτήματα για κάθε κοινότητα. Τα στοιχεία συγκεντρώθηκαν από διάφορες δραστηριότητες που αναπτύσσονται στις αγροτικές κοινότητες, όπως τα πολιτιστικά προγράμματα (θρησκευτικά,

ιστορικά κλπ.), οι αγροτικές δραστηριότητες (ψάρεμα, ποδηλασία, πεζοπορία κλπ.), οι αποκαταστάσεις, οι ψηφιοποιήσεις, καθώς και η διεύρυνση της σφαίρας των δραστηριοτήτων.

Στις περισσότερες από αυτές τις πρακτικές παρατηρείται συνεργασία μεταξύ των διαφόρων εμπλεκόμενων μερών για την επίτευξη κοινών στόχων. Μέσω αυτής της συνεργασίας, προκύπτουν αρκετές θέσεις εργασίας και αυξάνονται οι προοπτικές διατήρησής τους.

2.6 Δικτύωση και συνεργασία

Είναι γνωστό ότι στον τομέα του αγροτικού τουρισμού υπάρχουν πολλές μικρές επιχειρήσεις οι οποίες δεν εμπιστεύονται ούτε και συνεργάζονται εύκολα. Αυτό φαίνεται μέσα από την ανάγκη που παρατηρείται στους αγροτικούς οργανισμούς για τεχνική βοήθεια, που θα συμβάλλει στην ανάπτυξη στρατηγικών διαχείρισης. Ο αγροτικός τουρισμός χρειάζεται δίκτυα συνεργασίας που ευνοούν την ανταγωνιστικότητα αλλά και τη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων. Μέσω της συνεργασίας, οι τοπικοί φορείς ενισχύουν τις δυνατότητές τους και τις παροχές αγροτικών υπηρεσιών και μετατρέπουν τους πόρους και τις δεξιότητές τους σε τουριστικά προϊόντα. Για να είναι αποτελεσματικότερες οι συνεργασίες στις αγροτικές περιοχές, είναι απαραίτητο να υπάρξουν καινοτομίες και να δημιουργηθούν επιχειρηματικά συστήματα που λειτουργούν ανταγωνιστικά μεταξύ τους.

Τα πλεονεκτήματα του αγροτικού τουρισμού επηρεάζουν διάφορους κοινωνικούς τομείς, μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας, καθώς προσφέρουν επιπλέον εισοδήματα στους αγρότες, στις μικρές επιχειρήσεις ή οποιονδήποτε άλλο πάροχο υπηρεσιών ή προϊόντων. Επιπλέον, ο αγροτικός τουρισμός προσφέρει νέες ευκαιρίες επιχειρηματικότητας μέσω της ανάπτυξης στενών σχέσεων με τουριστικές δομές και ευκαιριών για νέες και νέους, καθώς ο αγροτικός τουρισμός συχνά θεωρείται κατάλληλος για την ενεργητικότητα και τα ενδιαφέροντα των νέων. Όλες αυτές οι δράσεις οδηγούν στη διατήρηση της αγροτικής κουλτούρας και της κληρονομιάς, στην αύξηση των πωλήσεων στα προϊόντα τέχνης και χειροτεχνιών, καθώς και στη διατήρηση του τοπίου. Σε κάποιες περιοχές, μάλιστα, επιβάλλεται η διατήρηση του ιστορικού περιβάλλοντος, ώστε να αντέξει στον χρόνο (IRSHAD, 2010).

Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, ενθαρρύνεται η συνεργασία μεταξύ των κρατών για την αγροτική ανάπτυξη και έχει αναπτυχθεί πολιτική για την εξυπηρέτηση του σκοπού αυτού. Το Ευρωπαϊκό δίκτυο αγροτικής ανάπτυξης υποδεικνύει τους κοινούς στόχους της Ευρωπαϊκής κοινότητας για την αγροτική ανάπτυξη, δίνοντας έμφαση στον αγροτικό τουρισμό. Τονίζει επίσης τις διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στις κοινότητες, καθώς και τη σημασία της διατήρησης της μοναδικότητας τους. Το δίκτυο αυτό βασίζεται στην παγκόσμια συνεργασία με σκοπό την αποτελεσματικότερη εφαρμογή καλών πρακτικών που θα ενισχύσουν τον αγροτικό τουρισμό.

Σε εθνικό επίπεδο, εφαρμόζονται πολιτικές από το κράτος που επιτρέπουν την ανάπτυξη μικρής κλίμακας συμπράξεων και τη συνεργασία μεταξύ περισσότερων κοινοτήτων μιας χώρας. Μέσω αυτών των συμπράξεων, δημιουργήθηκε μια στρατηγική για την ανάπτυξη των περιοχών, η οποία βασίζεται σε διάφορους παράγοντες, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού.

Επιπλέον, η αποκατάσταση της φυσικής και της πολιτιστικής κληρονομιάς και η διατήρηση ή η προστασία τους αποτελούν σημαντικό κόστος που πρέπει να καλυφθεί από διάφορους τύπους χρηματοδότησης ή χορηγούς. Η φυσική κληρονομιά, ωστόσο, δεν απαιτεί υψηλό κόστος, αλλά ούτε και μακροπρόθεσμα έργα διατήρησης, ενώ ταυτόχρονα, συμβάλλει στην αύξηση του αριθμού των τουριστών (IVONA, 2021).

Επομένως, ενθαρρύνεται η συνεργασία εμπλεκόμενων μερών ανά περιοχή για την ανάπτυξη του τοπικού τουρισμού. Μέσω της συνεργασίας προκύπτουν διάφορες ιδέες για την ανάπτυξη των τουριστικών δυνατοτήτων της περιοχής και επωφελούνται τα εμπλεκόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των μικρών επιχειρήσεων, των τοπικών αρχών, των τουριστικών γραφείων, των παρόχων υποδομών φιλοξενίας ή άλλων υπηρεσιών.

Διαδικτυακές πηγές

- Antonietta IVONA, Sustainability of Rural Tourism and Promotion of Local Development, Department of Economy and Finance, University of Bari, 70121 Bari, Italy; antonietta.ivona@uniba.it, Sustainability 2021
- Humaira IRSHAD, Rural tourism – an overview, Government of Alberta, October 2010
- Bogdan-Constantin Ibănescu, Oana Mihaela Stoleriu, Alina Munteanu and Corneliu Iatu, Article The Impact of Tourism on Sustainable Development of Rural Areas: Evidence from Romania, Published: 1 October 2018

Πηγές

- Aglulia et al. (2009). Diversification and multifunctionality in Italy and the Netherlands: a comparative analysis. Conference Paper. Available at: https://www.researchgate.net/publication/228764306_Diversification_and_multifunctionality_in_Italy_and_the_Netherlands_a_comparative_analysis
- Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural. Turismo no Espaço Rural. Available at https://www.dgadr.gov.pt/diversificacao/turismo-rural
- Maria-Irina, A. (2017). Ecotourism, agro-tourism and rural tourism in the European Union. Conference Paper: CACTUS 2017 - Contemporary Approaches and Challenges of Tourism Sustainability. Available at https://www.researchgate.net/publication/320272966_Ecotourism_agro-tourism_and_rural_tourism_in_the_European_Union
- Predag, V., et al. (2014). Importance of education and training local population in process of development rural tourism in Serbia. MPRA paper. Available at https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/61726
- Renting et al. (2019). Exploring multifunctional agriculture. A review of conceptual approaches and prospects for an integrative transitional framework. Journal of Environmental Management, 90(2), 112-123.
- Spataru et al. (2020). Principles of multifunctional agriculture for supporting agriculture in metropolitan peri-urban areas: The case of Greater Melbourne, Australia. Journal of Rural Studies, 74, 34-44.
- Todorova, S., Ikova, J. (2014). Multifunctional Agriculture: Social and Ecological Impacts on the Organic Farms in Bulgaria. Procedia Economics and Finance, 9, 310-320.
- UNWTO. (2020). UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development. Available at https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422173
- UNWTO. (2021). UNWTO. Available at https://www.unwto.org/rural-tourism.
- Van Huylenbroeck et al. (2007). Multifunctionality of agriculture: a review of definitions, evidence and instruments. Living Reviews in Landscape Research,1, 1-38.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΥΠΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΤΥΠΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 Μορφές αγροτικού τουρισμού

Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός αποτελεί την πιο διαδεδομένη μορφή αγροτικού τουρισμού αλλά και αυτή με τη μεγαλύτερη παράδοση, γεγονός που συμβάλλει στη σύγχυση που υπάρχει με τον όρο «αγροτικός τουρισμός». Ο αγροτουρισμός αποτελεί μεμονωμένη κατηγορία που ανήκει στη σφαίρα του αγροτικού τουρισμού και χαρακτηρίζεται από την παροχή χώρου διαμονής και/ή υπηρεσιών εστίασης σε αγροκτήματα.

Αυτός ο τύπος τουρισμού λαμβάνει χώρα σε ενεργά αγροκτήματα, καθιστώντας δυνατή τη συμμετοχή σε διάφορες γεωργικές δραστηριότητες. Ο αγροτουρισμός συνδυάζει τη γεωργική δραστηριότητα και την τουριστική δραστηριότητα των επιχειρηματιών, ενώ ταυτόχρονα η επιχειρηματική δραστηριότητα συμπληρώνει τα έσοδα της γεωργίας και της κτηνοτροφίας. Δεν είναι δυνατός ο διαχωρισμός της γεωργικής διάστασης από την τουριστική. Ο αγρότης προσφέρει υπηρεσίες χωρίς να σταματάει την κύρια δραστηριότητά του.

Η ζήτηση καθορίζεται από τον χαρακτήρα της αγροτικής ζωής, από το γεγονός ότι αφορά ένα τοπικό δίκτυο και από τις σχέσεις που μπορούν να αναπτυχθούν με τον τοπικό πληθυσμό.

Επομένως, πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που επιτρέπει στους τουρίστες να έρθουν σε επαφή με τις τοπικές παραδόσεις και τα μοναδικά στοιχεία του προορισμού, όπως τα τοπικά προϊόντα, οι χειροτεχνίες, οι εκδηλώσεις, η λαϊκή κουλτούρα κλπ.

Οικοτουρισμός - οικολογικός τουρισμός

Το 1983 ο **Héctor Ceballos Lascuráin, αρχιτέκτονας και συγγραφέας, όρισε τον οικοτουρισμό (ή οικολογικός τουρισμός) ως μια μορφή υπεύθυνου τουρισμού.** Όρισε ως οικολογικό τουρισμό την επίσκεψη σε μια φυσική περιοχή για την απόλαυση, την εκτίμηση και τη μελέτη των φυσικών της πτυχών (τα τοπία, την άγρια χλωρίδα και πανίδα), αλλά και των πολιτιστικών εκδηλώσεων που διαδραματίζονται εκεί, χωρίς να υπάρχει αλλοίωση.

Ο όρος πρέπει να επεξηγηθεί περισσότερο, ώστε να διαφοροποιηθεί από άλλους τύπους αγροτικού τουρισμού, όπως ο φυσικός τουρισμός.

Ο τουρισμός θεωρείται οικολογικός όταν εξασφαλίζεται:

1. Ελάχιστη επίδραση στο περιβάλλον.
2. Ενεργή συμμετοχή στις παραδόσεις των τοπικών κοινοτήτων.
3. Περιβαλλοντική εκπαίδευση.
4. Αύξηση των θετικών συμπράξεων στην κοινότητα υποδοχής.

Το 2000, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού έδωσε τον παρακάτω ορισμό: Ο οικολογικός τουρισμός:

1. είναι κάθε μορφής τουρισμός που βασίζεται στη φύση. Πρωταρχικό κίνητρο για τους τουρίστες αποτελεί η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης ή του πολιτισμού. Περιλαμβάνει κάποια εκπαιδευτικά και πολιτιστικά στοιχεία που αποτελούν μέρος του φυσικού τουρισμού.
2. περιλαμβάνει εκπαιδευτικά και ερμηνευτικά στοιχεία.
3. συχνά οργανώνεται σε μικρές ομάδες εταιριών. Οι πάροχοι υπηρεσιών που συνεργάζονται με την περιοχή, τείνουν να είναι μικρές τοπικές επιχειρήσεις.
4. επιθυμεί να ελαχιστοποιήσει τις αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον όσο το δυνατόν περισσότερο.
5. συμβάλλει στην προστασία των φυσικών περιοχών που χρησιμοποιούνται ως πόλοι έλξης του οικολογικού τουρισμού.

Αφορά σε τουριστικές δραστηριότητες που προτεραιότητά τους είναι η διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος όπου αναπτύσσονται και έχουν να κάνουν κυρίως με: την παρατήρηση πτηνών, παρατήρηση της πανίδας και τον βοτανικό τουρισμό.

Πράσινος τουρισμός

Πρόκειται για έναν τύπο αγροτικού τουρισμού που χαρακτηρίζεται από την άμεση σύνδεση των τουριστών με το περιβάλλον, όπως άλλωστε και η προηγούμενη κατηγορία. Σε αντίθεση όμως με την προηγούμενη, ο πράσινος τουρισμός δεν βασίζεται στις θετικές συνέργειες που δημιουργεί η ίδια η τουριστική δραστηριότητα με το περιβάλλον. Ο πράσινος τουρισμός, ή φυσικός τουρισμός, χαρακτηρίζεται από το φυσικό τοπίο και στόχος του είναι η ένταξη των τουριστών στο φυσικό περιβάλλον.

Πρόκειται για έναν τύπο αγροτικού τουρισμού που συνδέεται άμεσα με το περιβάλλον και τη φύση. Σε αυτή την κατηγορία εντάσσονται δραστηριότητες, όπως η πεζοπορία, οι ερμηνευτικοί περίπατοι, η ιππασία ή η ποδηλασία, οι γραφικές διαδρομές κλπ.

Τουρισμός περιπέτειας

Βασίζεται στην αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος για την παραγωγή του αισθήματος της ανακάλυψης και της περιπέτειας. Οι τουρίστες έρχονται σε επαφή με το περιβάλλον. Αυτός ο τύπος τουρισμού περιλαμβάνει αθλητικές δραστηριότητες που θεωρούνται επικίνδυνες (ενεργός τουρισμός, επικίνδυνος τουρισμός) όπως: ράφτινγκ, αναρρίχηση, αλεξίπτωτο πλαγιάς, μπάντζι τζάμπινγκ, 4x4, επιβίωση, κούρσα προσανατολισμού, κατάβαση φαραγγιών, ιστιοσανίδα κλπ.

Βασικό κίνητρο των τουριστών αποτελεί η επιθυμία να ζήσουν μοναδικές και συναρπαστικές εμπειρίες... ενδιαφέρονται να «βιώσουν την περιπέτεια» και όχι απλά να ανακαλύψουν το φυσικό περιβάλλον στο οποίο διαδραματίζεται η δραστηριότητα. Η ανακάλυψη του φυσικού περιβάλλοντος αποτελεί δευτερεύον κίνητρο (αν και είναι μέρος της δραστηριότητας).

Αθλητικός τουρισμός

Πρόκειται για έναν τύπο αγροτικού τουρισμού που σχετίζεται με ιδιαίτερες αθλητικές δραστηριότητες που προκαλούν το αίσθημα του κινδύνου. Αυτές οι δραστηριότητες λαμβάνουν χώρα σε εξωτερικούς χώρους, μακριά από δρόμους, σε περιοχές όπου υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένοι χώροι διαμονής για αυτόν τον σκοπό (κατασκηνώσεις, καταφύγια, ξενώνες κλπ.). Κάποιες από αυτές τις δραστηριότητες είναι: κανό, σκι, κυνήγι, ψάρεμα, ιστιοπλοΐα, μότοκρος κλπ.

Εξαιτίας του τρόπου με τον οποίο εξασκείται αυτού τους είδους ο τουρισμός, συγχέεται μερικές φορές με άλλους, όπως αυτός του τουρισμού περιπέτειας ή του φυσικού τουρισμού. Σε κάποιες περιπτώσεις συνδυάζονται: αθλητικός τουρισμός και τουρισμός περιπέτειας, φυσικός τουρισμός και τουρισμός περιπέτειας κλπ. Βασικό κίνητρο των τουριστών είναι, όμως, να εξασκήσουν κάποιο άθλημα.

Ιαματικός τουρισμός ή τουρισμός υγείας

Λαμβάνει χώρα σε αγροτικές τουριστικές περιοχές, στις οποίες υπάρχουν ιαματικά λουτρά ή ιαματικές πηγές ζεστού νερού ή ειδικά διαμορφωμένοι χώροι, τα λεγόμενα σπα. Βασικό κίνητρο των τουριστών αυτού του είδους τουρισμού είναι η υγεία και η χαλάρωση. Στην περίπτωση που υπάρχουν ιστορικά λουτρά, αποδίδεται και πολιτισμική αξία.

Αγροτικός - πολιτιστικός τουρισμός

Αυτού του είδους τουρισμός συναντάται στα αγροτικά κέντρα που κεντρίζουν το ενδιαφέρον των τουριστών χάρη στην πλούσια ιστορική και καλλιτεχνική κληρονομιά που διαθέτουν. Η κληρονομιά αυτή βασίζεται στην ύπαρξη σημαντικών μνημείων, παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, πρωτότυπων εκδηλώσεων με πολιτιστικό ενδιαφέρον, έργων τέχνης, εθνογραφικών μουσείων κλπ.

Βασικό κίνητρο των τουριστών είναι η επαφή με την τοπική κουλτούρα από κάθε άποψη: γαστρονομία, πολιτισμός, παραδόσεις, εκδηλώσεις, τρόπος ζωής, αρχιτεκτονική κλπ. Επομένως, συνδέεται με την υλική και με την πνευματική πολιτιστική κληρονομιά.

Η υλική πολιτιστική κληρονομιά είναι διαδεδομένη στις αγροτικές περιοχές, με αυξημένη συγκέντρωση στα χωριά.

Περιστατικός τουρισμός

Πρόκειται για έναν τύπο αγροτικού τουρισμού που συνδέεται περισσότερο με το αστικό περιβάλλον. Ωστόσο, κάποιες αλλαγές στη ζήτηση οδήγησαν τον περιστατικό τουρισμό στο να μεταφερθεί έξω από τον αστικό χώρο, προς το αγροτικό περιβάλλον.

Αφορά στην οργάνωση εκδηλώσεων που προσελκύουν τουρίστες στο αγροτικό περιβάλλον. Οι τουρίστες αυτοί επισκέπτονται την περιοχή για να βιώσουν την εμπειρία μιας εκδήλωσης που πραγματοποιείται σε έναν χώρο με μοναδικά χαρακτηριστικά.

Σε αυτή την κατηγορία μπορούμε να συμπεριλάβουμε τον θρησκευτικό τουρισμό, τις παραδοσιακές εκδηλώσεις, τις ιστορικές εκδηλώσεις και τις εκδηλώσεις μνήμης, τα φεστιβάλ κλπ.

Επιστημονικός τουρισμός

Πρόκειται για έναν τύπο αγροτικού τουρισμού που ξεκίνησε από την Λατινική Αμερική. Κατά τον επιστημονικό τουρισμό οι τουρίστες επιθυμούν να γνωρίσουν το ξένο, το καινούριο, το εξωτικό. Έτσι, επισκέπτονται μοναδικές περιοχές, μακριά από ανθρώπινες εγκαταστάσεις, χωρίς πρόσβαση σε ξενοδοχεία και σχετικές υπηρεσίες.

Αυτοί οι ως ένα βαθμό τουρίστες, πιο συχνά απλοί ταξιδιώτες, έχουν ως κίνητρο την ανακάλυψη και τη γνώση. Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που συνδέεται στενά με τον οικολογικό τουρισμό και τον φυσικό τουρισμό.

Φημολογείται πως αυτού του είδους ο τουρισμός αποτελεί παράδοση που συνδέεται με τις αποδράσεις των Ευρωπαίων ταξιδευτών τον 19ο αιώνα.

Τουρισμός στο χωριό

Αφορά στην ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων σε κάποια αγροτική περιοχή. Γενικά οι τουρίστες έχουν κάποια σχέση με το χωριό: συγγενείς ή δεύτερο σπίτι.

Η διαμονή πραγματοποιείται στην ιδιοκτησία των τουριστών, γι' αυτό κάποιες φορές, αυτού του είδους η δραστηριότητα δεν θεωρείται μορφή τουρισμού, παρά το γεγονός ότι επιφέρει κέρδος και συμβάλλει στην οικονομία της περιοχής όπου πραγματοποιείται.

Ο «τουρισμός της επιστροφής» αποτελεί μέρος αυτού του συγκεκριμένου είδους τουρισμού και αφορά σε μη παραλιακές περιοχές, κατά κύριο λόγο αστικές, στις οποίες καταφεύγουν οι άνθρωποι για λόγους εργασίας κλπ. Κατά την περίοδο των διακοπών οι άνθρωποι αυτοί αποφεύγουν τα αστικά κέντρα ή τις περιοχές στις οποίες ζουν και επιστρέφουν στο μέρος από όπου κατάγονται.

Αγροτικό τοπίο σε συνδυασμό με παραθαλάσσιες περιοχές

Πρόκειται για έναν τύπο αγροτικού τουρισμού που λαμβάνει χώρα σε αγροτικά περιβάλλοντα κοντά σε παραθαλάσσιες περιοχές. Τα αγροτικά αυτά μέρη δέχονται καθημερινά επισκέπτες από τα μεγάλα παραθαλάσσια τουριστικά κέντρα, οι οποίοι όμως δεν διαμένουν εκεί τη νύχτα. Αυτός ο τύπος τουρισμού είναι συχνός στις Μεσογειακές ακτές.

Οι τουρίστες αναζητούν την ηρεμία και χαλάρωση, καθώς επίσης και την επαφή με την τοπική κουλτούρα των περιοχών: γαστρονομία, εκδηλώσεις, εθνογραφία κλπ.

Τουρισμός που βασίζεται στις αγροτικές κοινότητες

Αυτό το είδος αγροτικού τουρισμού αναπτύχθηκε στη Λατινική Αμερική και την Καραϊβική από κοινοτικούς οργανισμούς με την οικονομική και την υλικοτεχνική υποστήριξη των συνεργατικών αρχών και των μη κυβερνητικών οργανισμών.

Οι τουριστικές δραστηριότητες που συνδέονται με τον τουρισμό στις αγροτικές κοινότητες υπόκεινται στη διαχείριση των τοπικών οργανισμών: συνεταιρισμοί, ενώσεις παραγωγών, σύλλογοι, ομάδες γυναικών, ιδρύματα,

επιτροπές κλπ. (Guereña 2004).

Διαθέτει έξι χαρακτηριστικά (undp 2005):

1. συνδυασμός του φυσικού πλούτου με την καθημερινότητα της αγροτικής κοινότητας.
2. προώθηση βιώσιμων παραγωγικών πρακτικών
3. προσαρμογή στην αγροτική δυναμική, διατήρηση της μοναδικότητας, της αγροτικότητας, την άνεσης και της ζεστασιάς που προσφέρουν οι αγροτικές περιοχές μιας χώρας
4. έμφαση στην τοπική διαχείριση και τη συμμετοχή και ενδυνάμωση της τοπικής οργάνωσης μέσω της συμπερίληψης διαφόρων οικογενειών ή ολόκληρης της κοινότητας
5. συμπερίληψη του τοπικού πληθυσμού στην επιχειρηματική δραστηριότητα και ενίσχυση του εισοδήματος των αγροτικών οικογενειών
6. ενίσχυση της μονιμότητας των ντόπιων κατοίκων στην περιοχή.

Οι τουρίστες επιθυμούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη αυτών των κοινοτήτων (αυτόχθονες άνθρωποι, αγροτικές κοινότητες με κίνδυνο να χαθούν κλπ. οι οποίες παρουσιάζουν αναπτυξιακές δυσκολίες), συμμετέχουν στην αγροτική ανάπτυξη και βιωσιμότητα, συνεργάζονται με τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς και ενδιαφέρονται να γνωρίσουν και να ανακαλύψουν την τοπική κουλτούρα, τα ήθη και τα έθιμα, και συμμετέχουν ενεργά σε αυτά.

3.2 Δραστηριότητες αγροτικού τουρισμού

Με τον όρο αγροτικός τουρισμός εννοούμε διάφορες δραστηριότητες φιλοξενίας, υποδοχής, εστίασης, οργάνωσης του ελεύθερου χρόνου και παροχής οποιασδήποτε άλλης υπηρεσίας που στοχεύει στην ψυχαγωγία των τουριστών, μέσω των νατουραλιστικών, περιβαλλοντικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών μιας αγροτικής περιοχής.

Επομένως, ο αγροτικός τουρισμός εξαρτάται από την περιοχή που επισκέπτονται οι τουρίστες και ως επακόλουθο από το περιεχόμενο των διαθέσιμων δραστηριοτήτων που προσφέρονται. Η βάση αυτού του είδους τουρισμού είναι το ίδιο το αγροτικό περιβάλλον.

Τα αγροτικά μέρη χαρακτηρίζονται από μια ενδιαφέρουσα, ανεπιτήδευτη, ιστορικοπολιτισμική και αρχιτεκτονική κληρονομιά, που κεντρίζει το ενδιαφέρον των ανθρώπων που ζουν κατά κύριο λόγο σε αστικές περιοχές και επιθυμούν να αφιερώσουν ένα μέρος του ελεύθερου τους χρόνου στην επαφή με τη φύση και να ξεφύγουν από τη ρουτίνα.

Ο αγροτικός τουρισμός αφορά σε οποιαδήποτε δραστηριότητα λαμβάνει χώρα σε αγροτικές περιοχές, συμβάλλει στην αειφόρο ανάπτυξη, σχετίζεται με την βέλτιστη χρήση των πόρων, τη διατήρηση και τη γενικότερη βελτίωση τους. Ταυτόχρονα, έρχεται σε αντιπαράθεση με την έννοια της μέγιστης αποδοτικότητας που συνδέεται με τον μαζικό τουρισμό.

Αποτελεί τον σημαντικότερο τύπο τουρισμού που μετατοπίζει τις ροές τουριστών από τους συνηθισμένους προορισμούς του καλοκαιρινού και παραθαλάσσιου τουρισμού, του τουρισμού στα μεγάλα αστικά κέντρα και του ψυχαγωγικού τουρισμού στις αγροτικές περιοχές. Το κοινό στο οποίο στοχεύει ο αγροτικός τουρισμός διαφέρει σημαντικά από το κοινό του τουρισμού που αποβλέπει στην προσέλκυση τεράστιου αριθμού τουριστών. Με λίγα λόγια, ο αγροτικός τουρισμός σε όρους μάρκετινγκ αποτελεί τη βαριά ουρά.

Τα τελευταία χρόνια, ο αγροτικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί χάρη στην ανάπτυξη των δομών φιλοξενίας στις αγροτικές περιοχές και στις περιοχές με έντονο φυσικό στοιχείο. Η ανάπτυξη αυτή έχει επιβραδυνθεί τα τελευταία δύο χρόνια, εξαιτίας του υγειονομικού προβλήματος που προέκυψε από την πανδημία. Ωστόσο, η κρίση αυτή οδήγησε στην παγίωση της ιδέας ότι τα αγροτικά μέρη δεν δέχονται μεγάλες ροές ατόμων, άρα αποφεύγεται ο συνωστισμός και είναι πιο ασφαλή, εύκολα προσβάσιμα και συχνά πιο φθηνά. Τονίζονται έτσι τα θετικά στοιχεία του αγροτικού τουρισμού.

Με την πάροδο του χρόνου, ο αγροτικός τουρισμός έχει οριστικοποιήσει τη θέση του στην αγορά χάρη στα απλά αλλά και περίτεχνα προϊόντα που προσφέρει.

Μεταξύ των πιο διαδεδομένων μορφών τουρισμού, που παρέχουν πολλές ευκαιρίες για διαφορετικές εμπειρίες και δραστηριότητες, βρίσκουμε τις εξής:

1) Αγροτουρισμός: σχετίζεται με την παροχή χώρων διαμονής, τις τοπικές γαστρονομικές υπηρεσίες και/ή δραστηριότητες που σχετίζονται με τη γεωργική δραστηριότητα (π.χ. παραγωγή μαρμελάδας, άρμεγμα αγελάδων, παραγωγή τυριού και λαδιού, θερισμός, διαδικασίες παραγωγής κρασιού, μελισσοκομεία κλπ.).

2) Αθλητικός τουρισμός: εστιάζει στην εξάσκηση οποιουδήποτε αθλήματος ή προπόνησης σε εξωτερικό χώρο, στο δάσος, στην ύπαιθρο, σε περιοχές με υψηλή φυσική αξία και σε αγροτικές περιοχές (π.χ. πεζοπορία, ποδηλασία, τοξοβολία, γιόγκα, βάρη, κούρσα προσανατολισμού, τρέξιμο κλπ.)

3) Τουρισμός περιπέτειας: χρησιμοποιεί το φυσικό περιβάλλον για την παραγωγή της αίσθησης της ανακάλυψης. Επομένως, απαιτεί μη πολυσύχναστους και συνηθισμένους χώρους. (π.χ. σπαρτιατικός αγώνας, παρκούρ, ράφτινγκ, ακροβατικός διάδρομος, αλεξίπτωτο πλαγιάς, αναρρίχηση, επιβίωση, βαρκάδα, σερφινγκ κλπ.).

4) Πολιτιστικός τουρισμός: βασίζεται στη γνωριμία και την άμεση επαφή με τις τοπικές παραδόσεις που συνδέονται με τη λαϊκή και την αγροτική κουλτούρα - από το θρησκευτικό αίσθημα μέχρι τις ιεροτελεστίες που συνδέονται με το πέρασμα των εποχών και με τον παραγωγικό κύκλο της φύσης (π.χ. παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής τροφίμων, συμμετοχή στις παραδοσιακές εκδηλώσεις και στα φεστιβάλ, επισκέψεις σε μουσεία και μνημεία, επισκέψεις σε συμβολικά μέρη του αγροτικού πολιτισμού, μελέτη της τοπικής γλώσσας και της τοπικής κουλτούρας, ιστορικά κυκλώματα, επισκέψεις σε αξιοθέατα αρχιτεκτονικού ή αρχαιολογικού ενδιαφέροντος κλπ.).

5) Τουρισμός για φαγητό και ποτό: βασίζεται στην άμεση και εμπειρική γνώση των τοπικών προϊόντων της περιοχής (π.χ. επισκέψεις με ξεναγό σε αγροδιατροφικές εταιρίες, τουρισμός για φαγητό, μαθήματα μαγειρικής, επισκέψεις σε κελάρια και δοκιμές κρασιών, δοκιμές προϊόντων μαγειρεμένων σε ξυλόφουρνο, δοκιμή λαδιού, μαθήματα παραδοσιακής ζαχαροπλαστικής κλπ.).

6) Οικολογικός τουρισμός: πρόκειται για έναν λιγότερο παρεμβατικό και περισσότερο βιώσιμο τύπο αγροτικού τουρισμού. Ορίζεται ως μια μορφή τουρισμού κατά την οποία λαμβάνεται υπόψη και αποτελεί προτεραιότητα η διατήρηση του φυσικού τοπίου. Επομένως, κατά τη διάρκεια οποιασδήποτε άλλης δραστηριότητας, πρώτα από όλα λαμβάνεται υπόψη το φυσικό περιβάλλον και η διατήρησή του (π.χ. περιβαλλοντική εκπαίδευση, υπαίθρια εργαστήρια πάνω στα οικοσυστήματα, παρατήρηση της χλωρίδας και της πανίδας, παρατήρηση πτηνών, αναζήτηση ζώων κλπ.).

Φαίνεται ότι η ποικιλία των δραστηριοτήτων που παρέχει ο αγροτικός τουρισμός προσελκύει πολλούς τουρίστες.

3.3 Αγροτικός τουρισμός και δίκτυα

Ο αγροτικός τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα που συμπληρώνει την γεωργία, επιτρέπει στους μικρούς παραγωγούς ή τις παραγωγικές ομάδες να επεκτείνουν και να διευρύνουν τις πηγές εισοδήματός τους, μειώνοντας την εξάρτησή τους από τη γεωργική παραγωγή. Για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού, είναι απαραίτητη η εκπαίδευση και η οργάνωση των κατοίκων της κοινότητας και η δημιουργία μόνιμων θέσεων εργασίας και αυτοαπασχόλησης.

Ο αγροτικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ενσυνείδητη χρήση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων μιας περιοχής, καθώς και από σεβασμό προς την τοπική κληρονομιά. Πρόκειται για ένα προϊόν με χαμηλές περιβαλλοντικές και κοινωνικοπολιτιστικές επιπτώσεις που στοχεύει στη συνύπαρξη και την αλληλεπίδραση των τουριστικών δραστηριοτήτων με την αγροτική κοινότητα.

Ο αγροτικός τουρισμός ελέγχεται από τους τοπικούς πληθυσμούς. Επομένως, προσφέρει έναν συνδυασμό εμπειριών ζωής των ανθρώπων της κοινότητας και επομένως προωθεί:

- τις τοπικές πρωτοβουλίες
- την τοπική διαχείριση
- την ενίσχυση και την αύξηση του εισοδήματος των παραγωγών
- την ενίσχυση της τοπικής κουλτούρας
- τη φροντίδα και τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος
- τη φροντίδα και τη διατήρηση των αρχιτεκτονικών τεχνουργημάτων
- τη συνεργασία μεταξύ των τοπικών φορέων

- την αλληλεπίδραση μεταξύ του τοπικού πληθυσμού και των τουριστών

Η ισχύς του αγροτικού τουρισμού εξαρτάται από την ικανότητα του αγροτικού πληθυσμού να αλληλεπιδρά με τους τουρίστες: να είναι φιλόξενοι, να εξηγούν τον κόσμο γύρω τους και τις ρίζες τους, να μεταδίδουν τις γνώσεις τους, να προωθούν τις δραστηριότητές τους.

ΠΗΓΕΣ

- Lane B., Kastenholtz E., 2018, “Rural Tourism- New Concepts, New Research, New Practices, Routledge
- Oriade A., Robinson P., 2017, “Rural Tourism and Enterprise – Rural Tourism and Enterprise: Management, Marketing and Sustainability”, Cabi Tourism Text
- Ercole e., 2019, “Turismo rurale. Sviluppo locale, sostenibilità, autenticità, emozioni”, Franco Angeli
- Meloni B., Pulina P., 2020, “Turismo sostenibile e sistemi rurali locali. Multifunzionalità, reti d'impresa e percorsi”, Rosenberg & Sellier
- Goetz M., Rossi A., 2011, “Tourist Experience Design”, Heopli

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Ανάλυση της κατάστασης και σημεία ενδιαφέροντος

Ανάλυση της κατάστασης και σημεία ενδιαφέροντος

Βουλγαρία: Τραν – Agritour

Χαρακτηριστικά της περιοχής

Η ανάλυση της αγοράς πραγματοποιήθηκε στην αγροτική περιοχή του Τραν, η οποία έχει πληθυσμό περίπου 2400 κατοίκων. Πρόκειται για μια μικρή πόλη στην Περιφέρεια Πέρνικ, η οποία απέχει 15 km από τα σύνορα με τη Σερβία. Η περιοχή είναι πλούσια σε πολιτιστική κληρονομιά, καθώς διαθέτει πολλά μουσεία, εκκλησίες, πάρκα φυσικής κληρονομιάς και ποτάμια. Η αγροτική περιοχή είναι κατάλληλη για οικολογικό τουρισμό και διάφορες τουριστικές δραστηριότητες. Διαθέτει όμορφα βουνά, λόφους, ποτάμια και αρχαίες εκκλησίες, τα οποία όμως αποτελούν μόνο ένα μέρος των περιοχών που μπορεί να επισκεφτεί κανείς. Η ανάλυση της αγοράς επιβεβαίωσε όλα όσα αναφέρθηκαν και ανέδειξε τις δυνατότητες αυτής της αγροτικής περιοχής. Το Τραν πρόκειται για έναν παλιό οικισμό, που ιδρύθηκε τον Μεσαίωνα. Η ύπαρξη του οικισμού κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου επιβεβαιώνεται από τη μεσαιωνική εκκλησία «St. Petka» που βρέθηκε σε νεκροταφείο της περιόδου, από τον κλίβανο κεραμικών αντικειμένων και από τα κτίρια που ανακαλύφθηκαν κατά την νεότερη κατασκευή της πόλης.

Αγροτικός Τουρισμός: πολιτική, προγράμματα και διακυβέρνηση

Στις αρχές του 2021 παρουσιάστηκε μια στρατηγική για τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς του δήμου του Τραν για το διάστημα 2021-2027. Βασικός στόχος αυτής της στρατηγικής είναι η δημιουργία ενός συστήματος προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς του δήμου και η εξασφάλιση των κατάλληλων συνθηκών, ώστε να γίνει η περιοχή παράγοντας αειφόρου ανάπτυξης και για να δημιουργηθεί μια πολιτιστική πρωτεύουσα με οικονομική και κοινωνική αξία.

Πολιτιστική και φυσική κληρονομιά

Τα επενδυτικά αγαθά που αναλύθηκαν ήταν κυρίως πολιτιστικού ενδιαφέροντος: Το 30% ήταν μουσεία, 20% βιβλιοθήκες, 10% εκπαιδευτικές φάρμες, 10% εθνικά πάρκα, 10% εκκλησίες ή μοναστήρια, 10% ιστορικά κτίρια και 10% εξωτερικοί χώροι διασκέδασης (λούνα παρκ και άλλα). Σχεδόν η πλειοψηφία των επενδυτικών αγαθών επιβεβαιώνει ότι η τοποθεσία τους είναι καλή, ενώ για το 30% θεωρείται ότι η προσβασιμότητα δεν είναι εύκολη και ότι οι κατευθυντήριες πινακίδες δεν είναι βοηθητικές. Δυστυχώς, σε κανένα από αυτά δεν εξασφαλίζεται η πρόσβαση σε ανθρώπους με αναπηρίες. Μόνο δύο από τα πολιτιστικά κτίρια που μελετήθηκαν λειτουργούν από τις 9:00 π.μ. μέχρι τις 17:00 μμ. Τα υπόλοιπα κλείνουν αργότερα - στις 18:00, 19:00 η ακόμα και στις 20:00 μμ. Όσον αφορά στις ημέρες λειτουργίας, το 20% των αξιοθέατων παραμένουν κλειστά τα σαββατοκύριακα, πράγμα που επιδρά αρνητικά στον τουρισμό. Ένα μικρό μέρος των επενδυτικών αγαθών που αναλύθηκαν χρησιμοποιούν ηχητικούς οδηγούς ή άλλα διαδραστικά εργαλεία πληροφόρησης. Τα περισσότερα από αυτά, το 70%, διαθέτουν μόνο μερικά σημεία πληροφόρησης και χάρτινα φυλλάδια με πληροφορίες για το μέρος. Το προσωπικό στο 90% μιλά Αγγλικά και το 30% μιλά μια επιπλέον ξένη γλώσσα. Οι τιμές κυμαίνονται μεταξύ 2 BGN (1 EUR) και 19 BGN (8 EUR). Το βασικό κοινό στο οποίο στοχεύουν όλα τα αξιοθέατα είναι οι οικογένειες και οι ξένοι τουρίστες. Μόνο το 10% συνεργάζεται με κάποιον άλλον οργανισμό. Τα μισά αξιοθέατα συμμετέχουν σε κάποιο δίκτυο προώθησης, όπως ιστοσελίδες, διαφημίσεις στο ραδιόφωνο και ιστοσελίδες ταξιδιωτικών γραφείων. Το 70% των επενδυτικών αγαθών χρησιμοποιεί επίσημη ιστοσελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για προώθηση.

Φιλοξενία και χώροι διαμονής

Οι ξενώνες αποτελούν τους πιο δημοφιλείς χώρους διαμονής από τα επενδυτικά αγαθά που μελετήθηκαν. Η ανάλυση της αγοράς για την εστίαση και τους χώρους διαμονής βασίστηκε στα εξής: ξενώνες, ξενοδοχεία, διαμερίσματα, μπανγκαλόου, B&B, μπιραρίες, ταβέρνες και εστιατόρια. Τα μισά από αυτά, βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές ή στην ύπαιθρο, ενώ η προσβασιμότητά και η σήμανση τους έχει χαρακτηριστεί ως ανεπαρκής. Μόνο στο 10% των χώρων που μελετήθηκαν οι υποδομές και η μετακίνηση θεωρούνται επαρκείς. Διαθέσιμοι χώροι στάθμευσης υπάρχουν μόνο για το 60% των χώρων και μόνο το 20% έχει προσαρμοστεί στις ανάγκες των ανθρώπων με αναπηρίες. Η πλειοψηφία των επενδυτικών αγαθών που μελετήθηκαν χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι ξένοι τουρίστες και οι οικογένειες αποτελούν το κοινό-στόχο. Το 10% των χώρων δέχεται επισκέπτες συγκεκριμένες εποχές του χρόνου. Το 65% των χώρων δεν δέχεται πληρωμή με κάρτα ή διαδικτυακή πληρωμή, οπότε οι πληρωμές γίνονται αναγκαστικά με μετρητά. Μόνο τρία από τα επενδυτικά αγαθά αποτελούν μέρος κάποιου προωθητικού δικτύου (Booking.com). Ο μέσος όρος τιμών για διαμονή μιας νύχτας για ένα άτομο ανέρχεται στα 26,55 EUR. Καμία από τις εγκαταστάσεις δεν περιλαμβάνεται σε κάποια τουριστική διαδρομή ή τουριστικό οδηγό.

Τουριστικά γραφεία και σύνδεσμοι

Μόνο δύο εκ των τουριστικών γραφείων που συμμετείχαν στην έρευνα δεν διαθέτουν άδεια ή πιστοποίηση. Τα μισά από αυτά παρέχουν ξεναγούς για πεζοπορίες ή άλλες υπαίθριες δραστηριότητες. Το 50% των γραφείων έχουν ήδη συνεργαστεί με άλλους οργανισμούς ή συνδέσμους. Μεταξύ των διαφόρων υπηρεσιών, προσφέρονται επίσης και: ποδηλασία σε βουνό, περιβαλλοντικά εργαστήρια, παρατήρηση της χλωρίδας και πανίδας, πολιτισμικός τουρισμός, πεζοπορία, γιόγκα, εξερεύνηση των σπηλαίων και κούρσα προσανατολισμού. Τα μισά μόνο από τα τουριστικά γραφεία διαθέτουν πολιτική ασφαλείας που καλύπτει τον κίνδυνο τραυματισμού των συμμετεχόντων/ουσών. Όλοι οι εργαζόμενοι μιλούν τουλάχιστον μια ξένη γλώσσα, ενώ τα Ρωσικά και τα Αγγλικά είναι οι πιο κοινές. Μόνο ένα τουριστικό γραφείο παρέχει τη δυνατότητα πληρωμής των υπηρεσιών μέσω κάρτας ή μεταφοράς εμβάσματος και χρησιμοποιεί τα αντίστοιχα ηλεκτρονικά εργαλεία.

Τα υπόλοιπα τουριστικά γραφεία δέχονται πληρωμή μόνο με μετρητά. Ο μέσος όρος των τιμών για μισή μέρα ανέρχεται στα 81,16 BGN (= γύρω στα 40 EUR). Θεωρείται ότι η καλύτερη διαφήμιση είναι οι συστάσεις, αν και η πλειοψηφία χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα και άλλα ηλεκτρονικά μέσα για την προώθηση των υπηρεσιών και την επικοινωνία.

Καλές Πρακτικές

Επιλέχθηκαν πέντε καλές πρακτικές που αποτελούν παραδείγματα τοπικών παραδόσεων. Το πρώτο παράδειγμα καλής πρακτικής είναι ο ζωολογικός κήπος «Zoo Alice». Μια οικογένεια που ζει σε ένα χωριό της αγροτικής περιοχής αποφάσισε να εκθρέψει διάφορα ζώα, όπως: πόνυ, μαύρους κύκνους, ρινόκερους, αλπακά, διάφορα είδη πτηνών και άλλα. Το σπίτι τους βρίσκεται σε ένα ήσυχο μέρος έξω από το χωριό, κοντά στο Borova Gora. Διαθέτει μια τεράστια αυλή με παιδική χαρά, κούνιες και σκάμμα. Όλοι οι επισκέπτες μπορούν να δουν τα ζώα που βρίσκονται μέσα στην αυλή και να τα χαϊδέψουν.

Το δεύτερο παράδειγμα είναι το «Φεστιβάλ των ρόδων», καθώς η Βουλγαρία φημίζεται για την παραγωγή ροδέλαιου. Η εκδήλωση αυτή βοηθά τις οικογένειες να ανακαλύψουν την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας τους και να διαπαιδαγωγήσουν τα παιδιά τους για τις παραδόσεις, τα τοπικά ήθη και έθιμα και τις πολιτιστικές δραστηριότητες. Πρόκειται για μια κοινωνικοπολιτιστική εκδήλωση που επιδρά θετικά στην οικονομία.

Το Μουσείο του Γιαουρτιού αποτελεί την τρίτη επιλογή καλής πρακτικής. Πρόκειται για έναν τρόπο διατήρησης του οικήματος του μουσείου, καθώς η συμβολή του είναι μεγάλη όχι μόνο στη γαστρονομία αλλά και στην παγκόσμια κληρονομιά.

Το τέταρτο παράδειγμα είναι το Φεστιβάλ Σούρβα, το οποίο αποτελεί από τα αρχαία χρόνια μέχρι και σήμερα μέρος της Βουλγαρικής λαϊκής παράδοσης.

Το τελευταίο παράδειγμα είναι ένας ξενώνας που ονομάζεται «Zelenigrad» και βρίσκεται στην περιοχή του Τραν. Περιβάλλεται από τα μεγαλύτερα μνημεία και αξιοθέατα πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής. Ο ξενώνας ανήκει σε μια οικογένεια και συμβάλλει στην ανάπτυξη του τοπικού τουρισμού.

Συμπέρασμα

- ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

Η Βουλγαρία διαθέτει πολλές προοπτικές ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών. Η φύση και το κλίμα της χώρας ευνοούν διάφορους τύπους τουρισμού. Η περιοχή του Τραν είναι πλούσια σε πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά και κατοικείται ήδη από τα αρχαία χρόνια. Ένα από τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα της περιοχής είναι το διαθέσιμο φυσικό μεταλλικό νερό στο χωριό Μπάνκια. Υπάρχουν επίσης μεταλλεύματα οικονομικής σημασίας (όπως χρυσός τραχύτης, χαλαζίας κ.α.), ενώ η περιοχή είναι πλούσια σε άργιλο που έχει εφαρμογές στην κοσμητολογία και την ιατρική.

Υπάρχουν πολλά τουριστικά αξιοθέατα στην περιοχή, τα οποία συμπεριλαμβάνονται στη λίστα με τα 100 καλύτερα τουριστικά αξιοθέατα της Βουλγαρίας, όπως η μονολιθική εκκλησία Sveta Petka, το μουσείο κεραμικής, το μουσείο γιαουρτιού, το ποτάμι Έρμα και το οικολογικό μονοπάτι του Τραν. Τα καλοδιατηρημένα πολιτιστικά μνημεία και αξιοθέατα που προβάλλουν την ιστορία της περιοχής αποτελούν ένα από τα δυνατότερα σημεία της. Η έλλειψη εγκληματικότητας αποτελεί επίσης θετικό στοιχείο.

- ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

Η Βουλγαρία πρέπει να επενδύσει στην αγορά και τη διαφήμιση, καθώς πολλές από τις επιχειρήσεις δεν διαθέτουν καν διαδικτυακή παρουσία. Στην περιοχή δεν υπάρχουν διασυνδέσεις, χορηγοί, διαφημιστές κλπ., ώστε να προωθούνται και να διαφημίζονται ενεργά τα πολιτιστικά και τα ιστορικά αξιοθέατα, η τοπική γαστρονομία, τα ήθη, τα έθιμα και οι παραδόσεις. Τα υψηλά επίπεδα ανεργίας και οι κακή κατάσταση του οδικού δικτύου και των υποδομών, αποτελούν επίσης αδυναμίες της περιοχής.

- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Προτάσεις για την Πολιτιστική και Φυσική Κληρονομιά

Μόνο στο 10% των μνημείων πολιτιστικής/φυσικής κληρονομιάς που μελετήθηκε, θεωρείται τέλεια η πρόσβαση και η μεταφορά. Λαμβάνοντας αυτό υπόψη, η πρώτη πρόταση αφορά σε ένα αίτημα στον δήμο (τον δήμαρχο ή κάποιο άλλο πρόσωπο που ασχολείται με την τοπική διοίκηση) για βελτίωση της προσβασιμότητας και του οδικού δικτύου. Η δεύτερη πρόταση αφορά στη διασφάλιση επαρκούς σήμανσης στο οδικό δίκτυο που καθοδηγεί στα αξιοθέατα. Αυτό συμβάλλει στην προσέλκυση των ξένων επισκεπτών.

Όλες οι εγκαταστάσεις που μελετήθηκαν πρέπει να βελτιώσουν την προσβασιμότητα τους στους ανθρώπους με αναπηρίες. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας τονίζει ότι σχεδόν το 15% του παγκόσμιου πληθυσμού έχει κάποια αναπηρία κάποιας μορφής. Προτείνεται να κατασκευαστούν ράμπες, επαρκείς χώροι υγιεινής, αυτόματες πόρτες εισόδου κ.α. Η διασφάλιση της πρόσβασης των ατόμων με αναπηρίες συνεπάγεται και τη βελτίωση της πρόσβασης για όλους, καθώς οι ράμπες για παράδειγμα χρειάζονται και για τις οικογένειες με καροτσάκι μωρού και για τους ποδηλάτες.

Στον ψηφιακό κόσμο που ζούμε η χρήση των νέων τεχνολογιών γίνεται όλο και πιο έντονη στην καθημερινότητά μας. Όμως, το 40% των πολιτιστικών/φυσικών χώρων που μελετήθηκαν δεν έχουν επίσημη ιστοσελίδα στο διαδίκτυο. Προτείνεται η αφιέρωση ενός μέρους του προϋπολογισμού για τη βελτίωση της ψηφιακής παρουσίας των εγκαταστάσεων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σήμερα, είναι ο πιο εύκολος και πιο γρήγορος τρόπος διαφήμισης μιας επιχείρησης, ενός μέρους, ενός ξενοδοχείου, ενός εστιατορίου κλπ.

Μιας και οι εργάσιμες ημέρες στη Βουλγαρία είναι από τη Δευτέρα μέχρι την Παρασκευή, προτείνεται τα ρεπό του προσωπικού να μην λαμβάνονται κατά τη διάρκεια του σαββατοκύριακου και οι χώροι να λειτουργούν τα Σάββατα και τις Κυριακές, καθώς τότε υπάρχει μεγαλύτερη δυνατότητα επίσκεψης. Προτείνεται επίσης οι χώροι να λειτουργούν από αργά το πρωί, από τις 10:30 - 11:00 μέχρι αργά το απόγευμα στις 20:00 - 20:30.

Οποιαδήποτε άλλη επένδυση για τη βελτίωση της πρόσβασης στις εγκαταστάσεις προτείνεται ανεπιφύλακτα. Θα μπορούσαν επίσης να προστεθούν διαδραστικά σταντ, ηλεκτρονικές εφαρμογές για κρατήσεις ξεναγών ή για την παροχή χρήσιμων πληροφοριών, καθώς μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία μιας όμορφης εμπειρίας. Η δυνατότητα πληρωμής μέσω πιστωτικής κάρτας θεωρείται σημαντική και μεγάλο πλεονέκτημα. Ο μέσος όρος τιμών για ένα κανονικό εισιτήριο ανέρχεται στα 8,42 BGN (= γύρω στα 4 EUR). Προτείνουμε την αύξηση της τιμής του εισιτηρίου κατά 10%. Τα επιπλέον χρήματα θα συμβάλλουν στην εφαρμογή κάποιων από τις προτάσεις.

Η συμμετοχή σε διαφορετικά προωθητικά δίκτυα είναι σημαντική για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Στις μέρες μας, υπάρχουν πολλές πλατφόρμες και ιστοσελίδες δικτύωσης. Υπάρχουν πολλοί τρόποι διεύρυνσης του δικτύου αλλά και προσέλκυσης νέων πελατών. Η προώθηση των επενδυτικών αγαθών πολιτιστικής/φυσικής κληρονομιάς μέσω διαφορετικών καναλιών είναι σημαντική. Σίγουρα η προώθηση με άλλα μέσα εκτός του διαδικτύου, δεν είναι αρκετή. Προτείνεται η ανάπτυξη ενός σχεδίου μάρκετινγκ για την περιοχή και ενός αποτελεσματικού σχεδίου μηνιαίων δραστηριοτήτων που θα οδηγήσουν στην προσέλκυση περισσότερων τουριστών.

Προτάσεις για τον τομέα Εστίασης και Διαμονής

Ο ρόλος της εστίασης και των χώρων διαμονής είναι πολύ βασικός για τον τουρισμό. Για αυτόν τον λόγο ο τομέας αυτός χρειάζεται βελτιώσεις καθημερινά. Οι πελάτες γίνονται όλο και πιο απαιτητικοί και οι ανάγκες τους αλλάζουν, ιδιαίτερα μετά την πανδημία. Ο τουρισμός και ο κλάδος της διαμονής χαρακτηρίζονται από μεγάλο αριθμό μικρών επιχειρήσεων φιλοξενίας, οι οποίοι παίρνουν διάφορες μορφές, όπως B&B, φιλοξενία από κάποιο ντόπιο, ξενώνας, διαμονή σε αγρόκτημα, κάμπινγκ κ.α.

Μερικές προτάσεις για τον τομέα φιλοξενίας στη Βουλγαρία σχετίζονται με την προσβασιμότητα και τη σήμανση στους δρόμους, τους χώρους στάθμευσης, τις συνεργασίες και την προώθηση των επιχειρήσεων.

Λαμβάνοντας υπόψη τα δεδομένα που συλλέχθηκαν, προτείνεται:

- Να βελτιωθούν οι διαχειριστικές δεξιότητες και η εφαρμογή των λογισμικών/συστημάτων για καλύτερη οργάνωση της διαμονής των επισκεπτών,
- Να διασφαλιστεί η προσβασιμότητα για τους ανθρώπους με ειδικές ανάγκες και αναπηρίες,
- Να γίνουν επενδύσεις στο μάρκετινγκ των επιχειρήσεων,
- Να δημιουργηθούν διάφορα «πακέτα» δραστηριοτήτων, εργαστηρίων για παραδοσιακό φαγητό ή πολιτιστικών ξεναγήσεων,
- Να προωθείται η τοπική κουζίνα από τους αγρότες της περιοχής και να δημιουργηθεί ένα προωθητικό δίκτυο μεταξύ των επισκεπτών και των παραγωγών,
- Να προκληθεί μια συναισθηματική εμπειρία στους επισκέπτες, μέσω της οργάνωσης λαογραφικών προγραμμάτων ή άλλων ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων,
- Να δημιουργηθούν χώροι για παρκάρισμα κοντά στο χώρο φιλοξενίας/εστίασης,
- Σε πολλές αγροτικές περιοχές υπάρχει πρόβλημα με την ηλεκτροδότηση και αντίστοιχα με τους παρόχους υπηρεσιών διαδικτύου. Για την προσέλκυση των τουριστών, πρέπει να δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες για τη χρήση έξυπνων συσκευών, τεχνολογιών επικοινωνίας κλπ.,
- Να γίνει έρευνα για τα σχετικά Ευρωπαϊκά ή Εθνικά έργα και για πιθανές επιχορηγήσεις, ώστε να βελτιωθούν τα αξιοθέατα και η περιοχή.
- Η συνεργασία μεταξύ των τομέων πολιτισμού, ιστορίας, παραδόσεων και τοπικών προϊόντων θα συμβάλλουν στην εγκαθίδρυση της περιοχής ως προορισμός προτίμησης για την ποιότητα του αγροτικού και πολιτιστικού τουρισμού.

Προτάσεις για τα τουριστικά γραφεία και τους συνδέσμους

Οι ξεναγοί είναι οι διαμεσολαβητές μεταξύ των ανθρώπων και της φύσης/αγροτικών περιοχών. Στη Βουλγαρία, πολύ συχνά ο ρόλος των ξεναγών υποτιμάται. Λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση της αγοράς, προτείνονται τα παρακάτω:

- Ενεργή προώθηση των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω διαφορετικών μέσων ενημέρωσης (μέσα κοινωνικής δικτύωσης, άμεση προώθηση μέσω των ξενοδοχείων, των μουσείων και των ταξιδιωτικών γραφείων)
- Παροχή ασφάλειας για την κάλυψη του κινδύνου τραυματισμού
- Επέκταση των υπηρεσιών με την προσθήκη ενδιαφερουσών δραστηριοτήτων όπως: πεζοπορία,

ποδηλασία στο βουνό, έλκηθρο τον χειμώνα, ιππασία, γιόγκα στο βουνό, συλλογή μανιταριών…

- Δημιουργία ειδικών προγραμμάτων με στάσεις σε μουσεία, σε κάποια ταβέρνα με παραδοσιακή κουζίνα, σε κάποιο μαγαζί με παραδοσιακά προϊόντα,
- Επένδυση στην πιστοποίηση και επιμόρφωση πάνω στον τουρισμό,
- Προσφορά τσαγιού ή κάποιου άλλου προϊόντος ως καλωσόρισμα.

Ελλάδα: Βοιωτία – Athens Lifelong Learning Institute

Χαρακτηριστικά της περιοχής

Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλοί αγροτικοί προορισμοί με απερίγραπτη φυσική ομορφιά και πολιτιστικό υπόβαθρο. Όμως, δεν προωθούνται όλοι στον ίδιο βαθμό και κάτι τέτοιο έχει ως αποτέλεσμα να μην αποτελούν διάσημους τουριστικούς προορισμούς. Ένας από αυτούς τους προορισμούς είναι και η Βοιωτία και για αυτόν τον λόγο, η περιοχή αυτή επιλέχθηκε για το έργο Escape2.

Η ανάλυση της αγοράς διεξήχθη στην αγροτική περιοχή της Βοιωτίας. Πρόκειται για μια περιφέρεια της κεντρικής Ελλάδας που καλύπτει έκταση με εμβαδόν 2,954 km^2 και κατοικείται από 120.432 κατοίκους. Είναι μια από τις πιο πλούσιες και γόνιμες αγροτικές περιοχές της χώρας χάρη στο σημαντικό ποσοστό πεδινών καλλιεργημένων εκτάσεων, πρόκειται κυρίως για τις πεδιάδες της Κοπαΐδας και της Θήβας. Ταυτόχρονα είναι γνωστή και για την πολιτιστική της κληρονομιά, καθώς διαθέτει πολλά αρχαιολογικά μουσεία, εκκλησίες και μοναστήρια. Οι καλυμμένες από κωνοφόρα δάση πλαγιές, τα παγκοσμίως αναγνωρισμένα μονοπάτια, οι καταρράκτες και η απροσμέτρητη χλωρίδα ενός μοναδικού οικοσυστήματος είναι μόνο μερικά χαρακτηριστικά που κάνουν τον προορισμό αυτό μοναδικό. Εκτός από αυτά, η Βοιωτία βρίσκεται πολύ κοντά στην Αθήνα, άρα η πρόσβασή στην περιοχή είναι εύκολη για τους τουρίστες, πράγμα το οποίο την καθιστά κατάλληλο προορισμό για οικολογικό τουρισμό και για εναλλακτικές τουριστικές δραστηριότητες. Όσον αφορά την έρευνα για την ανάλυση της αγοράς, υπάρχουν μερικές αγροτικές περιοχές της Βοιωτίας που θα μπορούσαν να μετατραπούν σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς.

Ο νομός Βοιωτίας αποτελείται από 4 δημοτικές κοινότητες. Ο Δήμος Θηβών αποτελείται από την πόλη της Θήβας και 16 άλλες κοινότητες, ο Δήμος Λιβαδειάς αποτελείται από τη Λιβαδειά, τα Δαυλία, την Κορώνια, Κυριακίου και τη Χαιρωνεία, ο Δήμος Διστόμου αποτελείται από το Δίστομο, την Αράχοβα και τα Αντίκυρα και ο Δήμος Ορχομενού αποτελείται από τον Ορχομενό και το Ακραίφνιο.

Αγροτικός Τουρισμός: πολιτική, προγράμματα και διακυβέρνηση

Το «Ιδιωτικό έργο για την υποστήριξη της τοπικής ανάπτυξης στη Βοιωτία μέσω του έργου LEADER» πραγματοποιήθηκε από το 2014 μέχρι το 2020 ως έργο ανάπτυξης στην περιοχή της Βοιωτίας. Στα πλαίσια του συγκεκριμένου έργου προτάθηκαν 12 δράσεις που είχαν ως στόχο την υποστήριξη προγραμμάτων κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού και το να γίνουν επενδύσεις σε διάφορους οικονομικούς τομείς της περιοχής, όπως η επεξεργασία τροφίμων, το μάρκετινγκ και/ή η ανάπτυξη γεωργικών προϊόντων, ο τουρισμός, η παροχή υπηρεσιών, η βιοτεχνική παραγωγή, οι δασοκομικές τεχνολογίες, τα τρόφιμα και οι συμπράξεις επιχειρήσεων στον αγροτικό τουρισμό. Παρ' όλα αυτά, πρέπει να αναφερθεί ότι οι εθνικές και οι Ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες στην περιοχή είναι περιορισμένες και σποραδικές.

Δεδομένα τουρισμού

Η ανάλυση που ακολουθεί προέκυψε από μια έρευνα που βασίστηκε σε ερωτηματολόγια, τα οποία απαντήθηκαν από τα εμπλεκόμενα μέρη των κλάδων ενδιαφέροντος στη Βοιωτία. Από τα 386 εμπλεκόμενα μέρη της περιοχής, απαντήθηκαν 41 ερωτηματολόγια από τους αντιπροσώπους του τουριστικού τομέα. Πιο συγκεκριμένα, 15 εμπλεκόμενοι από τον τομέα πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, 13 από την ξενοδοχειακή βιομηχανία και 13 από τον κλάδο τουριστικών γραφείων.

Πολιτιστική και φυσική κληρονομιά

Τα περισσότερα από τα επενδυτικά αγαθά που μελετήθηκαν ήταν πολιτιστικού χαρακτήρα: 5 μουσεία, 4

εκκλησίες και μοναστήρια, 4 φάρμες εκπαίδευσης, 1 βιβλιοθήκη και 1 ιστορικό κτίριο. Πολλές από αυτές τις εγκαταστάσεις βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές (6 από τις 15), κάποιες βρίσκονται σε ορεινές αγροτικές περιοχές (3 από τις 5), άλλες σε αστικά πλαίσια (5 από τις 15) και μια στην αρχαία πόλη μιας αγροτικής περιοχής. Σχετικά με την προσβασιμότητα και τη μετακίνηση, όλα τα εμπλεκόμενα μέρη ανέφεραν ότι η δημόσια συγκοινωνία και το οδικό δίκτυο ήταν σε γενικές γραμμές ικανοποιητικά και ασφαλή.

Οι συμμετέχοντες/ουσες στην έρευνα σχολίασαν ότι η σήμανση ήταν ξεκάθαρη και επεξηγηματική. Επιπλέον, 10 από τα 15 επενδυτικά αγαθά παρέχουν πρόσβαση σε ανθρώπους με αναπηρίες και ο αριθμός αυτός είναι αρκετά ικανοποιητικός. Τα μουσεία λειτουργούν όλες της μέρες του χρόνου, ενώ 3 από αυτά λειτουργούν από τις 08:00 μέχρι τις 22:00, ένα από τις 09:00 και μέχρι τις 16:00 και το τελευταίο από τις 11:00 μέχρι τις 18:00. Ένα σημαντικό θετικό χαρακτηριστικό είναι ότι τα περισσότερα μουσεία παραμένουν σε λειτουργία κατά τη διάρκεια των διακοπών, πράγμα που δίνει τη δυνατότητα στις οικογένειες να τα επισκεφτούν, κάνοντας έτσι πιο ευχάριστες τις διακοπές εκεί. Σχεδόν όλες οι εγκαταστάσεις παρέχουν στους τουρίστες και τους επισκέπτες φυλλάδια, βιβλία και εικονογραφημένα βιβλιαράκια, ενώ μία από αυτές προσφέρει επίσης και εικονογραφημένα φυλλάδια, διαδραστικό (οπτικοακουστικό) υλικό και βίντεο. Επιπλέον, οι αντιπρόσωποι και οι υπάλληλοι αυτής της εγκατάστασης διαθέτουν επαρκείς γλωσσικές δεξιότητες και όλοι τους μιλούν Αγγλικά. Η πιο συχνή μέθοδος πληρωμής που χρησιμοποιείται είναι τα μετρητά, ωστόσο, 4 από τις 15 εγκαταστάσεις απάντησαν ότι δέχονται πιστωτική ή χρεωστική κάρτα ως μέθοδο πληρωμής. Το κοινό που επιθυμούν να προσελκύσουν όλα τα αξιοθέατα είναι οι ντόπιοι κάτοικοι, οι οικογένειες και οι τουρίστες, ενώ 7 από τα 15 ανήκουν σε κάποιο δίκτυο. Σχετικά με την επικοινωνία και τις προωθητικές δραστηριότητες, τα περισσότερα ινστιτούτα χρησιμοποιούν επίσημες ιστοσελίδες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook και Instagram), έντυπο υλικό (φυλλάδια, περιοδικά και εφημερίδες), διαφημίσεις στην τηλεόραση ή το ραδιόφωνο ή συμμετέχουν σε εκθέσεις και εκδηλώσεις.

Εστίαση και διαμονή

Σύμφωνα με την ανάλυση της αγοράς για την εστίαση και τη διαμονή, οι πιο κοινές εγκαταστάσεις είναι τα εστιατόρια (7), τα ξενοδοχεία (4) και οι καφετέριες (2). Οι περισσότερες από αυτές βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές (9 από τις 13), 3 βρίσκονται σε ορεινές περιοχές και μια στο κέντρο της πόλης. Η προσβασιμότητα και η μετακίνηση είναι ικανοποιητική σε αυτές τις περιοχές. Ωστόσο, 3 εγκαταστάσεις ανέφεραν ότι αν και η ποιότητα του οδικού δικτύου είναι καλή, η σήμανση δεν είναι επαρκής και βοηθητική. Αξίζει να σημειωθεί ότι 11 από τις 13 εγκαταστάσεις προσδίνουν πρόσβαση σε ανθρώπους με αναπηρίες.

Σχετικά με τους χώρους στάθμευσης, οι περισσότερες εγκαταστάσεις διαθέτουν θέσεις πάρκινγκ για τους πελάτες τους (8 από τις 13). Τα εστιατόρια, εκτός από τις κύριες υπηρεσίες τους, προσφέρουν επίσης και: Wi-Fi, αίθουσα αφίξεων/υποδοχής, σχεδιασμό εκδρομών, εκδηλώσεις γευσιγνωσίας, χώρο στάθμευσης, χώρο καπνίσματος, κήπο. Η μέση τιμή για τα εστιατόρια είναι γύρω στα 16-20 ευρώ το άτομο. Τα ξενοδοχεία προσφέρουν υπηρεσίες, όπως καφετέριες, εστιατόρια, χώρο στάθμευσης, χώρους καπνίσματος, Wi-Fi, τηλεόραση, αίθουσες συνεδριάσεων, εκδρομές, υπηρεσίες στεγνού καθαρίσματος και σιδερώματος, υπηρεσίες καθαρισμού δωματίων και κήπο. Η μέση τιμή για τα ξενοδοχεία είναι γύρω στα 36-40 ευρώ το άτομο. Όλες οι εγκαταστάσεις παρέχουν στους τουρίστες τη δυνατότητα να πληρώσουν με μετρητά, πιστωτική και χρεωστική κάρτα. Τα εστιατόρια, τα ξενοδοχεία και οι καφετέριες στοχεύουν στο να προσελκύσουν οικογένειες, τουρίστες και τη νεολαία. Τα περισσότερα εστιατόρια ανοίγουν μεταξύ 12:00-00:00 και τα ξενοδοχεία λειτουργούν 24/7 όλον τον χρόνο. Δυστυχώς, μόνο 2 από τις εγκαταστάσεις συνεργάζονται με κάποιον οργανισμό, ενώ μόνο 3 ανήκουν σε ποιοτικό δίκτυο. Όσον αφορά στις προωθητικές δραστηριότητες, 5 από τις 13 δεν χρησιμοποιούν καμία, τα ξενοδοχεία χρησιμοποιούν κυρίως την εφαρμογή Booking για να προσελκύσουν πελάτες και επισκέπτες. Επιπλέον, η πιο κοινή μέθοδος επικοινωνίας είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook και Instagram) και μόνο 4 χρησιμοποιούν

εργαλεία ηλεκτρονικού εμπορίου. Ένα θετικό χαρακτηριστικό είναι ότι όλες οι εγκαταστάσεις που συμμετείχαν δήλωσαν ότι το προσωπικό τους μιλά αγγλικά, ενώ σε μια το προσωπικό μιλά Ισπανικά και Γαλλικά.

Τουριστικά γραφεία και σύνδεσμοι

Τα περισσότερα τουριστικά γραφεία και σύνδεσμοι στοχεύουν στη βελτίωση της περιοχής, κυρίως μέσω των πολιτιστικών εκδηλώσεων και των περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία συμμετέχει στα παρακάτω: πολιτιστικές και περιβαλλοντικές δραστηριότητες, αθλητικές εκδηλώσεις, εθελοντισμό, ενδυνάμωση της τοπικής τέχνης, θέατρο, εργαστήρια μουσικής και διαχείριση των αθλητικών εγκαταστάσεων. Κάποια από αυτά παρέχουν οργανωμένες εκδρομές, ξεναγούς πεζοπορίας, εκδρομές, παρατήρηση χλωρίδας και πανίδας, διαδρομές πεζοπορίας και επισκέψεις σε θέατρα. Μεταξύ αυτών μόνο δύο έχουν άδεια ή πιστοποίηση (ISO πιστοποιητικό ποιότητας) και μόνο δύο συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις και συνδέσμους.

Μόνο 3 τουριστικά γραφεία διαθέτουν πολιτική ασφαλείας για την κάλυψη του κινδύνου τραυματισμού, κάτι το οποίο αποτελεί αρνητικό χαρακτηριστικό, ιδιαίτερα για όσα προσφέρουν δραστηριότητες εξτρίμ σπορτ. Το προσωπικό όλων των γραφείων μιλά αγγλικά, ενώ σε 1 υπάρχει δυνατότητα επικοινωνίας και στα Γαλλικά και Γερμανικά. Σχετικά με τις μεθόδους πληρωμής, μόνο δύο δέχονται πιστωτική/χρεωστική κάρτα. Για την προώθηση των δραστηριοτήτων τους χρησιμοποιούν κυρίως ιστοσελίδες, τις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook & Instagram), διαφημίσεις σε έντυπη μορφή και διαφημίσεις μέσω του ραδιοφώνου/τηλεόρασης. Τέλος, μόνο 1 χρησιμοποιεί εργαλεία ηλεκτρονικού εμπορίου.

Καλές Πρακτικές

Καλές πρακτικές στην περιοχή της Βοιωτίας:

1. Η πρώτη είναι το «Εθνικό Πάρκο Παρνασσού», υπό την αιγίδα του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής και περιλαμβάνει τα χωριά των Δελφών, την Αράχοβα, την Αγόριανη, την Αμφίκλεια, το Πολύδροσο, την Άνω Τιθορέα και Βάργιαννη. Πιο συγκεκριμένα, το Σώμα Διαχείρισης του Εθνικού Πάρκου Παρνασσού ευθύνεται για τη διατήρηση, την προστασία και τη διαχείριση του πάρκου, που αποτελεί ένα από τα παλαιότερα εθνικά πάρκα στην Ελλάδα, καθώς ιδρύθηκε το 1938. Οι κύριοι στόχοι του Σώματος Διαχείρισης είναι η:
    - Διατήρηση των φυσικών πόρων, η βιοποικιλότητα και η γενική προστασία ολόκληρης της περιοχής.
    - Προώθηση των πληροφοριών και των προγραμμάτων ευαισθητοποίησης.
    - Προσέλκυση επισκεπτών και η προώθηση των αξιών της προστατευόμενης περιοχής.
    - Βιώσιμη χρήση των οικοσυστημάτων της προστατευμένης περιοχής και γενικότερα, η συμβατότητα με την προστασία και τη διατήρηση, καθώς και την κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής.
    - Ανάπτυξη συνεργασιών με πανεπιστήμια, κέντρα έρευνας και ΜΚΟ.

   Οι δράσεις τους χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία ονομάζεται «Επιστημονικές Δραστηριότητες – Προώθηση» και περιλαμβάνει εργαστήρια, σεμινάρια και άλλες δραστηριότητες, ενώ η δεύτερη κατηγορία, ονομάζεται «Περιβάλλον» και περιλαμβάνει γενικές πληροφορίες (περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση στα σχολεία, εργαστήρια μαθητών, ευρύτερη κατάρτιση και εθελοντικές δραστηριότητες, π.χ. εθελοντικός καθαρισμός, δενδροφύτευση κλπ.).

2. Άλλη μία καλή πρακτική στην περιοχή της Βοιωτίας είναι η «Λίμνη των Μουσών, Πάρκο Ψυχαγωγίας», που διαθέτει 40 στρέμματα πανέμορφου και μοναδικού τοπίου. Πρόκειται για ένα πραγματικό

διαμάντι στην περιοχή της Βοιωτίας, το οποίο δημιουργήθηκε ειδικά για τις οικογένειες που θέλουν να περάσουν μια μέρα στη φύση, μακριά από κάθε περισπασμό. Σε απόσταση μιας ώρας μακριά από η Θήβα, τη Λιβαδειά και την Αθήνα, το πάρκο και η γύρω περιοχή είναι ιδανικά για μια απόδραση στη φύση. Επιπλέον, η λίμνη των Μουσών διαθέτει ευκαιρίες για αθλητικές δραστηριότητες και μια ασφαλή περιοχή για παιδιά και ενήλικες, όπου μπορούν να παίξουν και να κάνουν ιππασία. Οι αρχάριοι ιππείς μπορούν να παρακολουθήσουν και μαθήματα. Το πάρκο οργανώνει επίσης και σχολικές εκδρομές, ξεναγήσεις και εκδηλώσεις και διοργανώνει γάμους, βαπτίσεις ή οποιαδήποτε άλλη κοινωνική και επαγγελματική εκδήλωση επιθυμούν οι πελάτες.

3. Άλλη μια εξαιρετική πρακτική είναι το «Skydive-Athens». Είναι η μοναδική που λειτουργεί όλο τον χρόνο και όπως φαίνεται και από την ονομασία βρίσκεται κοντά στην Αθήνα. Είναι ένα κέντρο ελεύθερης πτώσης που διαθέτει ένα αεροσκάφους 18 θέσεων, το οποίο πετά στα 4.200 m μέσα σε 12 λεπτά. Η καλή οργάνωση και οι ατμοσφαιρικές εγκαταστάσεις δημιουργούν ένα ήρεμο και επαγγελματικό περιβάλλον που προσκαλεί τους επισκέπτες να περάσουν τον χρόνο τους εκεί. Οι βασικές παροχές περιλαμβάνουν μια μεγάλη περιοχή προσγείωσης με γκαζόν και ένα αεροσκάφος με στροβιλοκινητήρα και γρήγορη απογείωση.

4. Τέλος, προσφέρεται η δραστηριότητα αλεξιπτώτου σε πλαγιά στις Πλαταιές, η οποία παρέχει στους επισκέπτες μια μοναδική εμπειρία καθώς πετάνε πάνω από την περιοχή της Βοιωτίας. Οι σχολές κατάρτισης με τους έμπειρους πιλότους που διαθέτουν και τον απαραίτητο εξοπλισμό, δίνουν στους επισκέπτες τη δυνατότητα να κάνουν μια βόλτα στα σύννεφα με άνεση και ασφάλεια. Η δραστηριότητα αυτή θεωρείται καλή πρακτική τουρισμού στην περιοχή ενδιαφέροντος.

Συμπέρασμα

- ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο γνωστούς τουριστικούς προορισμούς. Χάρη στην αναγνωρισιμότητα της χώρας και στο ότι η οικονομία της βασίζεται στον τουρισμό, έχουν ήδη εφαρμοστεί στρατηγικές και πρωτοβουλίες που λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες τόσο των διεθνών όσο και των τοπικών επισκεπτών. Η Βοιωτία είναι μια περιοχή πλούσια σε τοπίο και φυσική κληρονομιά. Πρόκειται για μια τοποθεσία που συνδυάζει βουνό και πεδιάδα εξυπηρετώντας έτσι όλα τα γούστα και αποτελώντας έναν ταξιδιωτικό προορισμό για όλες τις εποχές. Πολλοί οργανισμοί προσφέρουν αθλητικές δραστηριότητες στα βουνά, όπως πεζοπορία, ιππασία, πτώση από αλεξίπτωτο και σκι. Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της περιοχής είναι η πολιτιστική και ιστορική της κληρονομιά. Είναι διάσημη για τον μεγάλο αριθμό εκκλησιών και μοναστηριών που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, ενώ ταυτόχρονα υπάρχουν και μουσεία τα οποία αποτυπώνουν το παρελθόν της περιοχής. Άλλο ένα πλεονέκτημα είναι ότι βρίσκεται πολύ κοντά στην Αθήνα, την πρωτεύουσα της Ελλάδας.

- ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

Μια από τις βασικές αδυναμίες της περιοχής είναι ότι οι κάτοικοι ασχολούνται μόνο με την πλούσια γεωργική παραγωγή και παραβλέπουν ή δεν εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες που προσφέρει ο τουριστικός τομέας. Η περιοχή έχει μεγάλες τουριστικές προοπτικές που παρουσιάζουν την ιστορική και την σύγχρονη εικόνα της Βοιωτίας, καθώς και τις ομορφιές που προσφέρει. Επιπλέον, υπάρχει άμεση ανάγκη για επενδύσεις στις προωθητικές στρατηγικές, μέσω του μάρκετινγκ και των διαφημιστικών εργαλείων. Τέλος, η περιοχή χρειάζεται ένα οργανωμένο δίκτυο επαφών, επενδύσεις και διαφημιστές, κάτι το οποίο θα προωθούσε τα πολιτιστικά και ιστορικά μνημεία, τις παραδοσιακές δραστηριότητες και την φυσική ομορφιά.

- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Προτάσεις για την Πολιτιστική και Φυσική Κληρονομιά

Μια πρόταση που αφορά στις εγκαταστάσεις πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς που συμμετείχαν στην έρευνα είναι η χρήση σύγχρονων προωθητικών μεθόδων και μεθόδων μάρκετινγκ που θα μπορούσαν να προσελκύσουν νέους πελάτες. Στις μέρες μας, τα πάντα διαφημίζονται μέσω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τα ξεπερασμένα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την προώθηση των περισσότερων επενδυτικών αγαθών, όπως το έντυπο υλικό (φυλλάδια, περιοδικά, εφημερίδες) ή διαφημίσεις στην τηλεόραση/ραδιόφωνο δεν είναι αποτελεσματικά στην προσέλκυση νέων πελατών, ιδιαίτερα της νεολαίας.

Μια άλλη πρόταση είναι να αλλάξουν οι μέθοδοι πληρωμής. Τα περισσότερα εμπλεκόμενα μέρη απάντησαν ότι δέχονται μόνο μετρητά ως μέθοδο πληρωμής, κάτι που δημιουργεί προβλήματα αφού πολλοί τουρίστες έχουν συνηθίσει να αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες χρησιμοποιώντας κάρτα ή ακόμα και τα κινητά τους τηλέφωνα για να πραγματοποιήσουν πληρωμές σε παγκόσμια πλαίσια. Αν τα μουσεία σχεδίαζαν μια εφαρμογή για το κινητό ή μια διαδικτυακή πλατφόρμα μέσω της οποίας οι πελάτες θα μπορούσαν εύκολα να αγοράσουν εισιτήρια, οι πελάτες θα παρέμεναν πολύ ικανοποιημένοι. Το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γίνονται όλο και περισσότερο γνωστά και είναι απαραίτητο οι επιχειρήσεις να είναι ενημερωμένες για τις πιο σύγχρονες τάσεις. Υπάρχουν πολλοί τρόποι να προωθηθεί η πολιτιστική και φυσική κληρονομιά μέσω του διαδικτύου, και ο σχεδιασμός ενός αποτελεσματικού σχεδίου μάρκετινγκ είναι πολύ σημαντικός για τη λειτουργία των οργανισμών που ανήκουν σε αυτόν τον κλάδο.

Προτάσεις για τον τομέα Φιλοξενίας και Διαμονής

Η φιλοξενία και η διαμονή παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση νέων επισκεπτών στις υπανάπτυκτες περιοχές. Για την προσέλκυση νέων πελατών, οι αντιπρόσωποι του τομέα φιλοξενίας και διαμονής χρειάζεται να αυξήσουν και να βελτιώσουν τις δεξιότητες εξυπηρέτησης πελατών και να αποκτήσουν γνώσεις για τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να προσφέρουν μια ολοκληρωμένη και πολυτελέστατη εμπειρία στους πελάτες τους.

Οι βασικές προτάσεις μας για τον κλάδο Φιλοξενίας στη Βοιωτία είναι να αναπτυχθούν σχέσεις και συνεργασίες με παρόμοιους οργανισμούς, ώστε να ανταλλαχθούν ιδέες καλών πρακτικών. Κάτι τέτοιο θα επιτρέψει την επέκταση του δικτύου και ταυτόχρονα θα ενισχύσει την ανταλλαγή πληροφοριών και γνώσεων. Επιπλέον, τα ποιοτικά κυκλώματα αποτελούν σημαντικό παράγοντα που θα μπορούσε να βελτιώσει τις υπηρεσίες φιλοξενίας και διαμονής, καθώς η επίσκεψη και η παραμονή σε ένα ασφαλές και καθαρό περιβάλλον είναι αυτό που αναζητούν οι περισσότεροι πελάτες. Ταυτόχρονα, οι περισσότεροι τουρίστες επισκέπτονται συνήθως μια χώρα για οικογενειακές διακοπές και η ασφάλεια των παιδιών είναι η προτεραιότητά τους. Άλλη μια πρόταση είναι η ενεργή συμμετοχή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλεία μάρκετινγκ. Στις μέρες μας, οι περισσότεροι τουρίστες διαλέγουν τα ξενοδοχεία και άλλους τύπους διαμονής με βάσει τα σχόλια και τις κριτικές που υπάρχουν στο διαδίκτυο και πολλοί από αυτούς πραγματοποιούν κρατήσεις απευθείας από τις διαδικτυακές πλατφόρμες. Επίσης, η ενεργή αλληλεπίδραση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενημερώνει άμεσα και επαρκώς τους πελάτες για τις υπηρεσίες που παρέχονται.

Όσον αφορά στα εστιατόρια και τις καφετέριες, προτείνεται η προώθηση της τοπικής κουλτούρας μέσω της ένταξης τοπικών, σπιτικών και παραδοσιακών προϊόντων στα μενού, λόγω του ότι οι επισκέπτες συχνά επιθυμούν να έρθουν σε επαφή με κάθε πτυχή του μέρους που επισκέπτονται, συμπεριλαμβανομένης της παραδοσιακής κουζίνας και των ποιοτικών τοπικών προϊόντων. Τέλος, η δημιουργία ενός προωθητικού δικτύου στην περιοχή θα ευνοούσε πολύ αυτόν τον κλάδο.

Προτάσεις για τα τουριστικά γραφεία και τους συνδέσμους

Σχετικά με τον κλάδο των τουριστικών γραφείων και των συνδέσμων, υπάρχει μεγάλη ανάγκη για παροχή πολιτικής ασφαλείας που καλύπτει τον κίνδυνο τραυματισμού των συμμετεχόντων. Οι τουριστικοί σύνδεσμοι προσφέρουν αθλητικές δραστηριότητες, όπως πεζοπορία και οργανωμένες εκδρομές στη φύση και πρέπει απαραιτήτως να παρέχουν στους πελάτες τους μέτρα ασφαλείας και ασφάλιση. Ακόμα ένα σημαντικό βήμα είναι η ύπαρξη άδειας ή πιστοποίησης για τις υπηρεσίες τους. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να δίνεται στους πελάτες/επισκέπτες η ευκαιρία να πληρώνουν με πιστωτική/χρεωστική κάρτα. Τέλος, απαραίτητη ενέργεια αποτελεί επίσης και η αποτελεσματική προώθηση των δραστηριοτήτων και των υπηρεσιών που προσφέρονται. Τα τουριστικά γραφεία και οι σύνδεσμοι χρειάζεται να είναι πιο ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις διαδικτυακές πλατφόρμες, και να δίνουν στους πελάτες τη δυνατότητα να πληρώσουν ή να πραγματοποιούν κρατήσεις μέσω του διαδικτύου.

Ιρλανδία: Λειτριμ – Momentum

Χαρακτηριστικά της περιοχής

Η ανάλυση της αγοράς πραγματοποιήθηκε στην αγροτική περιοχή του Λέιτριμ που βρίσκεται στην Βορειοδυτική Ιρλανδία και εκτείνεται μέχρι το Μονοπάτι του Ατλαντικού (Wild Atlantic Way),το Κρυμμένο Κέντρο της Ιρλανδίας (Irelands Hidden Heartlands και τα σύνορα της Βόρειας Ιρλανδίας. Είναι γνωστό για τα όμορφα τοπία του (που διαφέρουν σημαντικά από άλλες περιοχές της Ιρλανδίας), τις λίμνες, τα ποτάμια και τα κανάλια, τις υπέροχες μικρές πόλεις και τα χωριά, την ευγένεια, τα φεστιβάλ και τις εκδηλώσεις, την ποιότητα της διαμονής, τις δραστηριότητες, την κληρονομιά και την κουλτούρα, και τον ενθουσιασμό για τον τουρισμό. Φημίζεται επίσης για τις δραστηριότητες στο νερό, την χαλαρή περιπέτεια, την κουλτούρα, τον οικολογικό τουρισμό, την καλοδιατηρημένη και γραφική ύπαιθρο, τη μουσική, τα φεστιβάλ, τα Υδάτινα Μονοπάτια (Blueways), τις κρουαζιέρες, τη φιλοξενία, τους ρυθμούς ζωής και τις χερσαίες δραστηριότητες (περπάτημα, ποδηλασία, πεζοπορία κλπ.).

Σε αυτή την έκθεση, θα δείτε πώς το Λέιτριμ αποτελεί έναν «Κρυμμένο Θησαυρό», η τοποθεσία του οποίου προσδίδει αμέτρητες ομορφιές αλλά και προκλήσεις. Μερικές από τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν για να αποτελέσει το Λέιτριμ ξεχωριστό τουριστικό προορισμό, είναι η σύναψη συνεργασιών στην περιοχή αλλά και με γειτονικές περιοχές, η σύνδεση των εμπειριών με τις ανάγκες και τα κίνητρα της αγοράς και η προώθηση μέσω εκστρατειών μάρκετινγκ και επικοινωνίας.

Το Λέιτριμ έχει τον μικρότερο πληθυσμό στην Ιρλανδία, σχεδόν 32.000 κατοίκους και βρίσκεται στην Βορειοδυτική Ιρλανδία, στην ακτή που αποτελεί κομμάτι της περιοχής των συνόρων με το Ηνωμένο Βασίλειο. Το Λέιτριμ είναι η 26η κατά σειρά μεγαλύτερη κομητεία στην Ιρλανδία, πρωτεύουσα του είναι το Κάρικ ον Σάνον και πρόκειται για μια σχετικά μικρή περιοχή. Συνορεύει με τις έξι παρακάτω κομητείες: Ντόνεγκαλ, Ροσκόμον, Φερμανά, Κάβαν, Λόνγκφορντ και Σλίγκο. Είναι γνωστό για τις λίμνες, τα βουνά και την κοιλάδα των παγετώνων στο Γκλενέιντ. Το Γκλενέιντ είναι γνωστό ως ένα μία από τις πιο ωραίες κοιλάδες παγετώνων στην Ευρώπη. Έξω από την πρωτεύουσα Κάρικ ον Σάνον, υπάρχουν άλλες 9 μικρές πόλεις και χωριά διάσπαρτες στην ύπαιθρο.

Τουριστικά δεδομένα

Τα Αξιοθέατα **Πολιτιστικής Κληρονομιάς** περιλαμβάνουν το Κάστρο του Παρκ, το Κάστρο Μέινορχαμιλτον, την Οικία του Sean MacDiarmada, το Κάστρο Lough Rynn, το Κάστρο O'Roukes, τις Σιδηροδρομικές Γραμμές Κάβαν και Λέιτριμ και τη μονή Dromahair. Περισσότερα παραδείγματα και πληροφορίες εδώ.

Φιλοξενία/Διαμονή και Εστίαση: Ard Nahoo, Glenview Self Catering Cottage, Bush Hotel, Ardvarney Lodge, W8 Village, Cryans Hotel, Landmark Hotel, Bluebell Cottage, Tawneylust Lodge. Περισσότερα παραδείγματα και πληροφορίες για τη διαμονή.

Υπάρχει διαθέσιμη η ιστοσελίδα Γεύση από Λέιτριμ, η οποία παρέχει πληροφορίες για όλα τα εστιατόρια και τις διαθέσιμες επιλογές για φαγητό, καθώς και πληροφορίες και ιδέες για γευστικά ταξίδια και εμπειρίες. Διαθέτει επίσης και μενού με τοπικά προϊόντα και πιάτα φτιαγμένα από τοπικά προϊόντα. Εδώ θα βρείτε περισσότερα από 70 εστιατόρια και 30 παραγωγούς σε όλη την περιοχή.

Τα **τουριστικά γραφεία** διαθέτουν προγράμματα ξενάγησης των επισκεπτών σε πολλές διαδρομές και

περιπάτους, από πεζοπορίες, μέχρι ιστορικούς/δασικούς περιπάτους και περιπάτους γύρω από λίμνες, κυκλικές/γραμμικές διαδρομές σε πόλεις και χωριά και μακρινούς περιπάτους. Στους παρόχους ξεναγήσεων περιλαμβάνονται οι Muddy Souls και οι Leitrim Walking Guides.

Πρόσβαση υπάρχει κυρίως μέσω του Δουβλίνου/Μπέλφαστ και το Αεροδρόμιο, τα τρένα και τα δημόσια λεωφορεία του Νοκ.

Επισκέπτες

Τα ποσοστά των επισκεπτών του Λέιτριμ από το εξωτερικό και το εσωτερικό είναι τα εξής: Ηνωμένο Βασίλειο, Μεγάλη Βρετανία και Γερμανία 27%, εσωτερικό 49% και Βόρεια Ιρλανδία 20%.

- Οι επισκέπτες από τη Μεγάλη Βρετανία ενδιαφέρονται κυρίως για την κουλτούρα, επιθυμούν αποδράσεις στη φύση ή αποτελούν Ιρλανδούς της διασποράς
- Οι επισκέπτες από τις Ηνωμένες Πολιτείες ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό ή αποτελούν Ιρλανδούς της διασποράς
- Οι επισκέπτες από τη Γερμανία επιθυμούν αποδράσεις στη φύση
- Οι επισκέπτες του εσωτερικού και της Βόρειας Ιρλανδίας επισκέπτονται κυρίως μέλη της οικογενείας τους και ταξιδεύουν για κοινωνικοποίηση και ψυχαγωγία.

Το 79% των επενδυτικών αγαθών δήλωσαν ότι επισκέπτονται το μέρος για να συνδεθούν με τη φύση και τους ανθρώπους, ενώ το 89% ότι επισκέπτονται την περιοχή για ήπιες υπαίθριες δραστηριότητες στη φύση. Το 67% επισκέπτεται την περιοχή για να ξεφύγει από τη ρουτίνα και για εξερεύνηση. Το 87% ταξιδεύει στην περιοχή για την ηρεμία, τη γαλήνη και τον καθαρό αέρα. Το 46% για τα μοναδικά τοπικά φεστιβάλ και την κουλτούρα, το 71% για το καλό φαγητό, τη φιλική εξυπηρέτηση και τα παραδοσιακά Ιρλανδικά μενού. Το 89% απολαμβάνει την παρέα των ντόπιων κατοίκων, των φίλων και συγγενών. Το 73% επισκέπτεται την περιοχή για επαφή και εξερεύνηση της ιστορίας και της κληρονομιάς και για επαφή με τις ρίζες.

Όλα τα επενδυτικά αγαθά που συμμετείχαν στην έρευνα βρίσκονται σε περιοχές της αγροτικής υπαίθρου του Λέιτριμ και κάποια στα σύνορα, π.χ. το Arigna Mining βρίσκεται στα σύνορα του Λέιτριμ/Ροσκόμον. Μπορείτε να βρείτε όλες τις εγκαταστάσεις που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις στην επίσημη ιστοσελίδα Τουρισμός στο Λέιτριμ.

1. **Διαμονή/Εστίαση** ξενοδοχεία, πανσιόν, B&Bs, εστιατόρια (γκουρμέ εστιατόρια, με πρόχειρο φαγητό, οικογενειακά εστιατόρια, παμπ κλπ.). Οι 14 Ιρλανδικές μονάδες που συμμετέχουν είναι: The Mill Masters House, Tawnylust Lodge, Old Rectory Apartments, Parkview Cottage, Leitrim Quay Self Catering, Ardnahoo Eco Retreat, Cottage Restaurant, Riverbank Restaurant, Ardvarney Lodge, Beirnes of Battlebridge, Clancy's of Glenfarne, Alder Cottage and Stanfords Inn και Village Tearooms.
2. **Πολιτισμός και Κληρονομιά** κάστρα, κήποι, μουσεία, αίθουσες τέχνης, χώροι πολιτιστικής κληρονομιάς, μεταλλουργεία κλπ. Οι 13 μονάδες που συμμετείχαν είναι: Arigna Mining Experience, The Shed Distillery, Glenview Folk Museum, The Cavan and Leitrim Railway, Rose of Innisfree Tour Boat, Rainbow Ballroom of Romance, Hook Lighthouse, Lough Rynn Castle, Sean Mac Diarmada Cottage, Famine Village, Music Center, Sligo Folk Park, Leitrim Heritage Tours.

3. Τα **τουριστικά γραφεία και οι ξεναγοί** που κλήθηκαν να απαντήσουν τα ερωτηματολόγια προσφέρουν εμπειρίες περιπάτων, πεζοπορίας, εκδρομών στη φύση, παρέχουν περιβαλλοντικά εργαστήρια, παρατήρηση χλωρίδας και πανίδας, συλλογή τροφής, ποδηλασία, ιστορικές εκδρομές και βαρκάδες. Τα 11 γραφεία και ξεναγοί που συμμετείχαν είναι: Grace Perrott, Walking Ireland Tours Northwest, John McGroary, Pasquale Corvasce, Graham Robertson, Maria Spinelli, Siobhan Quigley, Donncha Sheeran, Jim McCormack, Paul Rooney/Muddy Souls και Leonard Cooke.

Όλοι οι ξεναγοί που συμμετείχαν είναι μέλη του Walking Tours Ireland και της Εγκεκριμένης Λίστας Τουριστικοί Ξεναγοί Ιρλανδίας και είναι αναγνωρισμένοι και πιστοποιημένοι πεζοπόροι και ξεναγοί. Κάθε ένας/μία παρέχει δημόσια ασφάλεια αλλά παραμένει μόνο σε ενδεδειγμένες διαδρομές. Οι Εγκεκριμένοι Ξεναγοί Ιρλανδίας πιστοποιούνται μέσω έντονης εκπαίδευσης και αξιολόγησης από μια αναγνωρισμένη αρχή κατάρτισης και μπορεί κανείς να τους/τις αναγνωρίσει από την ειδική τους ταυτότητα. Με σχεδόν 450 μέλη σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, οι ξεναγοί αυτοί μπορούν να προσφέρουν ποικιλία ξεναγήσεων σε περισσότερες από 20 γλώσσες. Αυτό εξαρτάται από τον/την ξεναγό που θα διαλέξετε, από που κατάγεται και από το αν μιλά επιπλέον γλώσσες.

Επενδυτικά Προϊόντα και Υποδομές

Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας, τις συζητήσεις και την ανατροφοδότηση των συμμετεχόντων προκύπτει η ανάγκη για επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού και στις φυσικές εγκαταστάσεις, καθώς και σε άλλες περιοχές που βελτιώνουν γενικότερα την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών και την προσφορά αγαθών. Για τη δημιουργία ξεχωριστών εμπειριών, οι διακοπές πρέπει να είναι εξαιρετικές από κάθε άποψη, ιδιαίτερα όσον αφορά στις κατηγορίες που εξετάστηκαν στην έρευνα: φιλοξενία, εστίαση, παμπ, διαμονή, κουλτούρα, κληρονομιά, φυσικό τοπίο και ξεναγοί/τουριστικά γραφεία. Υπάρχει δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης και παροχής νέων προϊόντων σε αυτές τις περιοχές, όμως για να γίνει αυτό χρειάζεται να δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές.

Τα βασικά στοιχεία και τα προϊόντα με εμπορικές προοπτικές που μπορεί να πουλήσει το Λέιτριμ, σχετίζονται με τις κατηγορίες της έρευνας και προσδίδουν αξία σε αυτά που προφέρει ο τουρισμός της περιοχής. Χρειάζεται να γίνουν επενδύσεις στις φυσικές υποδομές π.χ. πεζοδρόμια, ποδηλατοδρόμοι, σήμανση, διαδίκτυο κλπ. Οι δημόσιες επενδύσεις στις υποδομές και τις εγκαταστάσεις θα προκαλέσουν και επενδύσεις από τον ιδιωτικό τομέα. Για παράδειγμα, η αύξηση του αριθμού των επισκεπτών στο Βόρειο Γκλενς θα ωθήσει τις επενδύσεις από τον ιδιωτικό τομέα στον χώρο της διαμονής στην περιοχή, η αυξημένη χρήση του Blueway θα ενισχύσει την ικανότητα δραστηριοποίησης για την ικανοποίηση της ζήτησης των πελατών.

Χρειάζεται επίσης να αναπτυχθούν συνεργασίες μεταξύ των φυσικών εγκαταστάσεων και των υπαρχουσών βάσεων προϊόντων και των ισχυρών εξωτερικών διαφημιστικών στρατηγικών και εκστρατειών για να επιτύχουν.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων από την περιοχή του Λέιτριμ, το 80% θεωρεί πως υπάρχει άμεση ανάγκη για περαιτέρω επενδύσεις ιδιαίτερα στο κομμάτι της ετοιμότητας της αγοράς των παρακάτω:

- Shannon Blueway και των κρουαζιέρων καθώς συνδέονται με τις Lakelands.

- Εμπειρία στο Βόρειο Γκλενς ώστε να συμβαδίζει με το Wild Atlantic Way
- Απαιτούνται επενδύσεις στη σήμανση για τα βασικά αξιοθέατα και προσβάσιμες υποδομές σε όλη τη χώρα.
- Οι επενδύσεις στην Ευρεία ζώνη και το διαδίκτυο παραμένουν πρόβλημα για το 78% των μονάδων και αυτό επηρεάζει την ικανότητά τους να παρέχουν τη δυνατότητα διαδικτυακών κρατήσεων, μέσω συστημάτων εύκολης πληρωμής π.χ. SumUp, γεγονός που προκαλεί προβλήματα στους επισκέπτες που προσπαθούν να οργανώσουν το ταξίδι τους, το πρόγραμμά τους κλπ.

Το 83% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι είναι απαραίτητο να πραγματοποιηθούν επενδύσεις για την απόκτηση Ηγετικής Θέσης στην Αγορά και για προϊόντα και υποδομές, ώστε να υπάρξει ανάπτυξη σε:

- Αλιεία και Οικολογικό Τουρισμό, για να αποκτήσουν ξανά ηγετική θέση στην αγορά
- Πεζοπορίες, Ποδηλασία, Τουρισμό περιπέτειας και Γενεολογία, ώστε να αξιοποιηθεί η ζήτηση της αγοράς
- Νέα προϊόντα π.χ. Κωπηλατικές εγκαταστάσεις στο Lough Rynn, Γεύση από Λέιτριμ, Τουρισμός Ευημερίας, ώστε να εξασφαλιστεί ισχυρή θέση στην αγορά

Το 67% στηρίζει ότι υπάρχει περαιτέρω ανάγκη για επενδύσεις, ώστε να προστεθεί αξία σε βασικά σημεία πώλησης, όπως τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις, η φυσική κληρονομιά και ο πολιτιστικός και επιχειρηματικός τουρισμός.

Το 98% δήλωσε ότι υπάρχει κενό στην προσφορά και ζήτηση, όπως και στην διαμονή ιδιαίτερα στις περιπτώσεις των ξενοδοχείων και των B&B, όπου δεν προσφέρονται γεύματα. Αυτό παρατηρείται έντονα στα βόρεια και νότια τμήματα της χώρας. Οι συμμετέχοντες ανέφεραν ότι υπάρχουν περίπου 465 διαθέσιμα κρεβάτια σε ξενοδοχεία, ξενώνες και B&B. Τα δωμάτια των ξενώνων ανέρχονται στο 21%, τα δωμάτια B&B στο 12%, τα καταλύματα που δεν προσφέρουν γεύματα στο 8% και τα υπόλοιπα αποτελούν ξενοδοχεία.

Λειτουργίες και Εποχικότητα

Εποχικότητα: Οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις ανοίγουν εποχιακά από τον Μάρτιο μέχρι τον Νοέμβριο. Η εποχή με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα είναι από τον Απρίλιο μέχρι τον Σεπτέμβριο, δηλαδή η καλοκαιρινή σεζόν.

Πληρωμές: Το 78% των συμμετεχόντων επενδυτικών αγαθών έχουν πρόσβαση σε συστήματα διαδικτυακών πληρωμών π.χ. SumUp, όμως οι ξεναγοί χρησιμοποιούν μεθόδους προπληρωμής, όπως διαδικτυακές πληρωμές μέσω PayPal, πιστωτική κάρτα, Revolut ή κάτι παρόμοιο. Οι πάροχοι ξενοδοχειακής διαμονής δήλωσαν ότι το 56% των κρατήσεων είχαν προπληρωθεί είτε διαδικτυακά μέσω της ιστοσελίδας είτε μέσω του Booking.

Ώρες Λειτουργίας: Τα περισσότερα εστιατόρια (72%) ανοίγουν από τις 5 μέχρι τις 9 μ.μ., οι παμπ/εστιατόρια εξυπηρετούν από τις 11 π.μ. μέχρι τις 9 μ.μ. και η πλειοψηφία λειτουργεί από την Πέμπτη ως το Σάββατο με εξαίρεση τις παμπ/εστιατόρια που λειτουργούν και τις 7 ημέρες της εβδομάδας. Οι ιδιοκτήτες συνήθως παίρνουν ρεπό τις Δευτέρες αλλά γενικά δουλεύουν 6-7 ημέρες την εβδομάδα κατά τη διάρκεια της υψηλής περιόδου. Τα ξενοδοχεία δέχονται αφίξεις συνήθως στις 3 μ.μ., τα καταλύματα χωρίς γεύματα και οι ξενώνες οποιαδήποτε ώρα μετά τις 12 μ.μ. Αλλά οι αναχωρήσεις γίνονται στις 12 μ.μ. Σε όλους τους παρόχους διαμονής.

Συμπράξεις, Δικτύωση και Συνεργασία: Όσον αφορά στην συνεργασία με δίκτυα και άλλους τουριστικούς και επιχειρηματικούς εταίρους, το 82% δήλωσε ότι είχε σχέση με το Τοπικό Δίκτυο Τουρισμού, όπως Τουρισμός στο Λέιτριμ και Δίκτυο Τουρισμού Λέιτριμ.

Το 75% δήλωσε ότι έχει συνεργαστεί με το Failte Ireland την αντιπροσωπευτική βιομηχανία και τον οργανισμό ποιοτικών προτύπων, το 65% δήλωσε ότι έχει συνεργαστεί με περιφερειακά προωθητικά σώματα, όπως Hidden Heartlands, Wild Atlantic Way και Discover Ireland. Αυτές οι επωνυμίες αποτελούν τις πιο σημαντικές κυβερνητικές επωνυμίες που ελέγχονται από το Tourism Ireland και το Discover Ireland σε όλες τις τουριστικές καμπάνιες της χώρας.

Το 62% δήλωσε ότι έχει σχέση ή γνωρίζει κάποιον φορέα χρηματοδότησης ή κάποιον οργανισμό αναγνωρισμένο από το κράτος για την ποιότητα και το κύρος του, όπως το Georgina Campell και το Irish Restaurants Awards που ανήκουν στον τομέα τροφίμων.

Το 68% δήλωσε πως οι στρατηγικές συμπράξεις μάρκετινγκ μεταξύ του εμπορίου και των υπηρεσιών και των δημοσίων σωμάτων αποτελούν επιτακτική ανάγκη για να υπάρξει ανάπτυξη. Υπάρχουν όμως ακόμα πολλά κενά και πρέπει να γίνει προσπάθεια για την ανάπτυξη της εγχώριας αγοράς. Οι υπάρχουσες συμπράξεις, ιδιαίτερα όσες αφορούν άλλες περιοχές, πρέπει να λειτουργήσουν καλύτερα για να βελτιωθεί η περιφερειακή ανάπτυξη, ενώ τα διακομητειακά δημόσια σώματα παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και την εφαρμογή στρατηγικών τουρισμού. Στην περίπτωση του Λέιτριμ συμπεριλαμβάνονται τα Leitrim County Council, Roscommon Tourism, Donegal Tourism, Leitrim Tourism, Failte Ireland, Waterways Ireland, Inland Fisheries Ireland, Coillte, National Parks and Wildlife Service, Ireland West Airport Knock, τοπικές αρχές στις γειτονικές κομητείες. Έπειτα μπορεί να γίνει επέκταση στο εθνικό επίπεδο για συνεργασία με το Tourism Ireland και με ταξιδιωτικούς πράκτορες της αγοράς και στο παγκόσμιο επίπεδο με συγγραφείς και δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το 81% των μονάδων δήλωσε ότι η συνεργασία με τις κοινότητες ήταν απαραίτητη για την επιβίωσή τους. Με το 72% να λειτουργεί εποχιακά από τον Μάρτιο μέχρι τον Νοέμβριο (κλείνουν για το διάστημα Νοε - Φεβ), ενώ βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στην Ένωση Ανάπτυξης Τουρισμού του Λέιτριμ και η επικοινωνία μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών είναι απαραίτητη για την επίτευξη των κοινών στόχων. Δήλωσαν επίσης ότι ήταν πολύ σημαντική και η συνεργασία με τα εμπλεκόμενα μέρη και τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών στις άλλες κομητείες.

Περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (53%) δήλωσαν ότι συνεργάζονται και με ειδικευμένες ομάδες, όπως οι Lough Rynn Rowing Facility, Leitrim Genealogy Center, Slow Adventure Tourism Leitrim και Leitrim Landscapes Guided Walks..

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Πωλήσεις και Μάρκετινγκ

Όλες οι εγκαταστάσεις που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν επίσημη ιστοσελίδα, αλλά χρησιμοποιούν ελάχιστα το Facebook και το Instagram. Υπάρχει έλλειψη όσον αφορά στη δημιουργία περιεχομένου, τη συχνότητα δημοσιεύσεων και την επικοινωνία. Το 43% χρησιμοποιεί και άλλες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Twitter, το LinkedIn και το TikTok.

Λιγότερο από το 12% χρησιμοποιεί μια διαδικτυακή πλατφόρμα κρατήσεων, για κρατήσεις σε αξιοθέατα, εστιατόρια, χώρους διαμονής ή ξεναγήσεις.

Όλες χρησιμοποιούν κάποιου είδους έντυπο υλικό (φυλλάδιο, φλάιερ ή βιβλιαράκι) αλλά το 34% έχει κάποια σχέση με ταξιδιωτικό πράκτορα ή κάποιο πακέτο που προσφέρεται από τοπικούς τουριστικούς παρόχους, ενώ μόνο το 6% παρευρίσκεται σε εμπορικές και καταναλωτικές εκθέσεις.

Δεδομένου του ότι σχεδόν το 92% των εγχώριων και παγκόσμιων επισκεπτών που έρχονται στην Ιρλανδία χρησιμοποιεί άμεσα κανάλια και διαδικτυακές πλατφόρμες, υπάρχει κενό, γι' αυτό και οι μελλοντικές αποφάσεις πρέπει να συμπεριλαμβάνουν την ικανότητα διαδικτυακής κράτησης, την ενεργή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την επικοινωνία. Πρέπει επίσης να δίνεται έμφαση στη σημασία της χρήσης δεδομένων για την αγορά στόχο, στις ανάγκες και τις συμπεριφορές. Υπάρχει μεγάλη πιθανότητα οι πάροχοι από τις 3 ομάδες στόχους (Διαμονή/Φιλοξενία/Εστιατόρια, Ξεναγοί και Πολιτιστική και Φυσική κληρονομιά), να συνεργαστούν, για την προώθηση και τη δημιουργία τουριστικών πακέτων.

Αναφέρθηκε επίσης ότι υπάρχει η ανάγκη δημιουργίας μιας τοπικής επωνυμίας, ανάγκη ανάπτυξης περιεχομένου (βίντεο, εικόνες κλπ.), να δοθεί προτεραιότητα στη Βελτιστοποίηση Ιστοσελίδων για τις Μηχανές Αναζήτησης και τις Στρατηγικές των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και περαιτέρω ανάπτυξης των προοπτικών μάρκετινγκ και της συνεργατικής διαφήμισης των Lakelands, Hidden Heartlands και Wild Atlantic Way. Υπάρχει επίσης ανάγκη για την εφαρμογή ερευνών και μηχανισμών ανατροφοδότησης.

Γλώσσες και Επικοινωνία

Αναγνωρίστηκε από το 64% των μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα ότι υπάρχει ανάγκη για βελτιστοποίηση της σήμανσης ανεύρεσης διαδρομής καθώς και ερμηνείας ιδιαίτερα όσον αφορά στις ξένες γλώσσες. Η σήμανση που υπάρχει είναι γραμμένη στα Ιρλανδικά και τα Αγγλικά. Το προσωπικό των μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα μιλούσαν μόνο Αγγλικά ενώ μόλις 4 μιλούσαν κάποια άλλη γλώσσα (Γερμανικά, Ισπανικά, Γαλλικά και Ολλανδικά), κυρίως επειδή κατάγονταν από τη συγκεκριμένη χώρα.

Εκπρόσωποι των επενδυτικών αγαθών που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι υπάρχει ανάγκη για μετάφραση των ιστοσελίδων στις 4 βασικές ξένες γλώσσες, η οποία όμως δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί, λόγω έλλειψης πόρων. Το 34% των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσε ότι η ιστοσελίδα είναι διαθέσιμη σε τουλάχιστον μια ακόμα γλώσσα. Η ίδια ανάγκη υπάρχει και στην ανάπτυξη πακέτων και φυλλαδίων. Οι διευθυντές όλων των μονάδων δήλωσαν πως ενδιαφέρονται να μάθουν καινούριες γλώσσες ή βασικές εκφράσεις ή να προσλάβουν έναν υπάλληλο που να μιλά πολλές ξένες γλώσσες, ώστε να βελτιωθεί η γλωσσική ικανότητα.

Προσβασιμότητα και συμπερίληψη

Πολλές εγκαταστάσεις δήλωσαν πως υπάρχει προσβασιμότητα ή συνεργασία με ανθρώπους με αναπηρίες. Οι ξεναγοί δήλωσαν πως στο 33% των περιπάτων υπάρχει πρόσβαση στους ανθρώπους με αναπηρικό καροτσάκι, στο 67% των χώρων διαμονής υπάρχει προσβασιμότητα στους χώρους υποδοχής, στα δωμάτια και στο εστιατόριο/μπαρ και στο 15% των αξιοθέατων πολιτιστικής κληρονομιάς υπάρχει πρόσβαση σε αναπηρικό καροτσάκι. Κάποιες από τις μονάδες διαθέτουν επίσης διαδραστικά ακουστικά για τους τυφλούς, ενώ άλλες διαθέτουν μεταφρασμένα σημεία πληροφόρησης σε κώδικα Μπράιγ ή σήμανση για τους ανθρώπους με προβλήματα όρασης.

Ευκαιρίες

Ικανότητα Στέγασης: Αύξηση των δυνατοτήτων όλων των κατηγοριών χώρων διαμονής και διαμερισμός σε

όλη την κομητεία, B&B, ξενοδοχεία, καταλύματα χωρίς διατροφή, Air B&B (πολύ λίγα), ξενώνες κλπ.

Τοπικές Επωνυμίες: Ενίσχυση των ήδη υπαρχουσών επωνυμιών Wild Atlantic Way, Ireland's Hidden Heartlands, Lakelands. Επίσης, συνεργασία με τον Αντιπροσωπευτικό οργανισμό του Εθνικού τουρισμού, Tourism Ireland. Συνεργασία με τουριστικά γραφεία, συμμετοχή σε εκδηλώσεις και εκθέσεις και συνεργασία με ταξιδιωτικά γραφεία.

Διαδικτυακή προσβασιμότητα & Γλώσσες: Πρόσβαση στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά, όσον αφορά στις διαδικτυακές κρατήσεις, τις ιστοσελίδες/το μάρκετινγκ σε διαφορετικές γλώσσες, σήμανση και κατευθυντήριες οδηγίες και διερμηνεία για όσους μιλούν διαφορετικές γλώσσες.

Συνεργασία και Ενασχόληση: Αύξηση της συνεργασίας με τα υπόλοιπα εμπλεκόμενα μέρη, τις τουριστικές επιχειρήσεις και με άλλες περιοχές/κομητείες. Εδώ περιλαμβάνεται και η συνεργασία και η συμμετοχή στην Failte Ireland. Συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών για τη δημιουργία τουριστικών πακέτων και για ανάπτυξη συνεργατικών διαφημιστικών εκστρατειών και προγραμμάτων. Περισσότερη επικοινωνία με τους άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενους με τον τουρισμό συμπεριλαμβανομένων των εξειδικευμένων ομάδων, των πόρων, της ανταλλαγής γνώσεων, των συμβουλών, των έργων συνεργασίας, της δημιουργίας πακέτων και προϊόντων. Ανάπτυξη Στρατηγικών Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ κατά τις οποίες όλοι μπορούν να συνεργαστούν ώστε να δημιουργηθούν διαφορετικές συμπράξεις και σχέσεις που μπορούν να αξιοποιήσουν. Εταίροι Εμπορίου και Βιομηχανίας, Coillte, Parks και Wildlife, Ecotourism Ireland, Failte Ireland κλπ. (π.χ. συνεργατικά πακέτα, συνεργασία για επέκταση των εμπειριών, συνεργασία για ανάπτυξη πολιτικών, εργαστήρια κλπ.).

Πωλήσεις και Μάρκετινγκ: Συνεργασία για προώθηση στο περιφερειακό επίπεδο π.χ. διαφημιστικές πινακίδες, ταυτότητα επωνυμίας, προωθητικές καμπάνιες, ανάπτυξη περιεχομένου, π.χ. εικόνες, βίντεο και μηνύματα μάρκετινγκ που είναι ολοκληρωμένα και διαθέσιμα για να τα αξιοποιήσουν όλοι. Παράδειγμα μηνύματος: *Το Λέιτριμ αποτελεί έναν αναγνωρισμένο, παραδοσιακό και φιλόξενο τουριστικό προορισμό. Προσφέρει εμπειρίες που πηγάζουν από τη φυσική ομορφιά και προσφέρονται από ανθρώπους που εμπνέονται από τα μοναδικά χαρακτηριστικά της περιοχής όπου ζουν.* Δημιουργία και βελτίωση της διαδικτυακής παρουσίας και συνεργασία με άτομα που ασκούν επιρροή (influencers), δημιουργούς περιεχομένου και εμπόρους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Επενδύσεις στις Υποδομές: Επενδύσεις στις παροχές χώρων διαμονής, στην κατευθυντήρια σήμανση, τα σημεία πληροφόρησης, τις υποδομές και κυρίως την ηλεκτρονική οργάνωση και την ευρυζωνικότητα.

Νέα προϊόντα και Εμπειρίες: Ανάπτυξη των ήδη υπαρχόντων εμπειριών, αλλά και νέων εμπειριών και προϊόντων και ιδιαίτερα των επωνυμιών και του μάρκετινγκ π.χ. Τουρισμός Ευημερίας, Τουρισμός Ήρεμης Περιπέτειας. Σύνδεση των εμπειριών αυτών με τις επωνυμίες που κυριαρχούν στο μάρκετινγκ και με συμπληρωματικά προϊόντα π.χ. Blueway, Lakelands, WAW, αλιεία, ποδηλασία, Βόρεια Γκλενς, κρουαζιέρες, πολιτισμός, οικολογικός τουρισμός και Irelands Hidden Heartlands.

Βόρεια Ιρλανδία και Προοπτικές Μάρκετινγκ: Το Brexit επηρέασε πολύ την ανάπτυξη και τη ζήτηση της Βόρειας Ιρλανδίας. Το νόμισμα παρουσιάζει διακυμάνσεις αλλά υπάρχουν προοπτικές διατήρησης και ανάπτυξης της αγοράς στο μέλλον, αφού σταθεροποιηθεί.

Προοπτικές Νέας Αγοράς: υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης και πρόσβασης σε νέες αγορές, όπως η Ασία

και η Ινδία. Ωστόσο, υπάρχει ανάγκη συνεργασίας με αυτές τις αγορές, ώστε να προσδιοριστεί ο βαθμός ανάπτυξης και η στρατηγική για το πώς το Λέιτριμ ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τα κίνητρα των ταξιδιωτών.

Ανάπτυξη των Κύριων Αγορών και των Ομάδων-Στόχων: περιλαμβάνονται και οι άνθρωποι που επισκέπτονται την περιοχή για τον πολιτισμό, την φυσική κληρονομιά, τα φυσικά τοπία και την περιπέτεια και αφορούν τους Ιρλανδούς ομογενείς Ιρλανδική διασπορά, οι φίλοι και συγγενείς και οι ελεύθεροι περιηγητές.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Προτεραιότητα μελλοντικής ανάπτυξης των Shannon Blueway, Slow Adventure Tourism, SNLR Sligo Leitrim και Northern Counties Greenway, ώστε πραγματοποιηθούν οι απαραίτητες διορθώσεις στους περιπάτους, τους ποδηλατοδρόμους και τις διαδρομές, δηλαδή στα πεζοδρόμια, τη σήμανση, το οδικό δίκτυο, την ευρεία ζώνη. Σύνδεση όλων των χωριών και των πόλεων που βρίσκονται σε αυτές τις περιοχές, των διαύλων και των κέντρων, μέσω των ποδηλατοδρόμων, των διαδρομών και των δρομολογίων, όπως το Κάρικ ον Σάνον Blueway συνδέεται με την Λίμνη Acres και το Drumshanbo. Αυτή η 30λεπτη διαδρομή με ηλεκτρικό ποδήλατο ενώνει τα αγροτικά χωριά και τα αξιοθέατα κατά πλάτος του όμορφου ποταμιού Σάνον που αποτελεί βασικό δίαυλο και πανέμορφο αξιοθέατο φυσικής κληρονομιάς.

Όλα τα εμπλεκόμενα μέρη πρέπει να συνεργαστούν, ώστε να σχηματίσουν επωνυμία, πακέτα και προγράμματα και να ενασχοληθούν με ενεργητικές προσεγγίσεις σε όλες τις υπηρεσίες ώστε να αναγνωρίσουν, να στηρίξουν, να αναπτύξουν και να χρηματοδοτήσουν νέες και υπάρχουσες τουριστικές εμπειρίες. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί επενδύοντας πάνω στις υπάρχουσες σχέσεις, τα δίκτυα και τη συνεργασία, οργανώνοντας συχνές συναντήσεις και εργαστήρια και πραγματοποιώντας συναντήσεις είτε μέσω Zoom ή μέσω του Facebook ή κάποιας άλλης πλατφόρμας της κοινότητας. Πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη οι υπηρεσίες και οι εγκαταστάσεις, δηλαδή τα κενά, οι αδυναμίες, τα δυνατά σημεία τους και οι ευκαιρίες, τα ταξιδιωτικά γραφεία, η αποθήκευση και η ενοικίαση του εξοπλισμού, η διερμηνεία και οι πληροφορίες, η ενοικίαση ποδηλάτων κλπ.

Συνεργασία με τους υπόλοιπους πράκτορες και παρόχους, όπως οι διοργανωτές κρουαζιέρων, τα ξενοδοχεία, τα αεροδρόμια κλπ., ώστε όλοι να είναι ενημερωμένοι και να υπάρξει προώθηση μεταξύ τους, δημιουργώντας τουριστικά πακέτα και κάνοντας πωλήσεις μαζί. Για παράδειγμα, οι ταξιδιώτες που αναζητούν την επαφή με την πολιτιστική κληρονομιά και την κουλτούρα θέλουν να μείνουν κάπου, να φάνε, να δουν και να κάνουν πράγματα πλούσια σε πολιτισμό. Δημιουργήστε ένα πακέτο και πρόγραμμα διαδρομών γύρω από αυτά τα στοιχεία, τα οποία θα ομορφύνουν τις διακοπές τους.

Οι επιχειρήσεις αγροτικού τουρισμού πρέπει να συνεργάζονται με τους δημιουργούς των πολιτικών παρέχοντας σημαντικά δεδομένα και πληροφορίες κατά τη λήψη αποφάσεων. Με αυτόν τον τρόπο οι πολιτικές λαμβάνουν υπόψη τα κενά, τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες, π.χ. οι μονάδες πολιτιστικής κληρονομιάς σε συνεργασία με το Heritage Ireland θα μπορούσαν να επιδείξουν την ανάγκη για διοργάνωση ενός Φεστιβάλ Πολιτισμού που θα ενισχύσει την απήχηση της αγοράς (π.χ. The Gathering), οι ξεναγοί θα μπορούσαν να τονίσουν στο Coillte και στο Συμβούλιο της Κομητείας του Λέιτριμ την ανάγκη για εγκαταστάσεις και εύρεση λύσεων σχετικά με τις διαδρομές και τους περιπάτους.

Έναρξη και διατήρηση των σχέσεων με περιφερειακές και εξωτερικές επωνυμίες, π.χ. Northern Glens Experience, Wild Atlantic Way και Irelands Hidden Heartlands. Ανάπτυξη ικανοτήτων μάρκετινγκ και προώθησης για τη δημιουργία επωνυμίας και για να διασφαλιστεί η αλληλεπίδραση, η σύνδεση και η διαφήμιση σε πιθανούς επισκέπτες. Ανάπτυξη ενός Σχεδίου Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας για να δοθεί προτεραιότητα σε καμπάνιες, μέσα επικοινωνίας και προώθηση των αξιών του Λέιτριμ, της σημασίας και την ιστορίας σε όλες τις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης . Χτίσιμο συμπράξεων προώθησης με άλλες γειτονικές κομητείες για να αναπτυχθεί ο περιφερειακός τουρισμός και να βελτιωθεί η αγορά στόχος. Διασφάλιση του ότι όλες οι εικόνες, η γλώσσα και τα μηνύματα προσαρμόζονται στα κίνητρα και τις ανάγκες κάθε τομέα.

Συνεργασία με εμπόρους και influencers, καθώς και αρθρογράφους ταξιδιών για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος, στέλνοντας καταλόγους, πακέτα, προγράμματα και όλα όσα χρειάζονται για να προωθηθεί το Λέιτριμ. Συνεργασία με τα κανάλια διαμοιρασμού και συμμετοχή σε εμπορικές εκδηλώσεις, για καλύτερη αντιπροσώπευση. Οργάνωση συναντήσεων, συχνή επικοινωνία και επαφή.

Ανάπτυξη συγκεκριμένων Στρατηγικών για το ψάρεμα, την ποδηλασία, την πεζοπορία κλπ., όπως η Στρατηγική Περιπάτων και Διαδρομών Λέιτριμ, η Στρατηγική Ψαρέματος Λέιτριμ για να διασφαλιστεί το ότι αυτοί οι πόροι αξιοποιούνται επαρκώς π.χ. είναι βιώσιμες, φιλικές προς το περιβάλλον; χρειάζονται αναβάθμιση;

Μελέτη και επένδυση σε ειδικευμένα ή νέα προϊόντα π.χ. Τουρισμός Ευημερίας, Χαλαρή Περιπέτεια και Οικολογικός Τουρισμός. Εξερεύνηση των ευκαιριών και καθορισμός των προτεραιοτήτων, τι υπάρχει και τι λείπει; Εφαρμογή ενός αντιπροσωπευτικού δικτύου για κάθε ένα από τα προϊόντα και εφαρμογή μιας ενεργητικής προσέγγισης για την μελλοντική τους ανάπτυξη με τις βασικές υπηρεσίες και τις υπάρχουσες τουριστικές επιχειρήσεις και τα τοπικά τουριστικά δίκτυα. Έρευνα για πιθανές χρηματοδοτήσεις και μηχανισμούς παράδοσης.

Επένδυση στο μάρκετινγκ και ανάπτυξη καλύτερης διαχείρισης των κατηγοριών του ESCAPE Πολιτισμός, Κληρονομιά, Φιλοξενία, Διαμονή, Εστίαση και Ξεναγοί. Προτεραιότητα στις επενδύσεις και εστίαση στην ανάπτυξη προϊόντων και την αναγνώριση των μελλοντικών τάσεων, των απαιτήσεων και της συμπεριφοράς της αγοράς για την βελτιστοποίηση της ανάπτυξής τους. Ανάπτυξη ενός προγράμματος που περιλαμβάνει πακέτα, προγράμματα και διαδικτυακές κρατήσεις, πρόγραμμα διαμονής, εγγύηση μάρκετινγκ και δημιουργία περιεχομένου (π.χ. βίντεο αφηγήσεων και εξήγηση με εικονική πραγματικότητα) για την καλύτερη εμπειρία των επισκεπτών. Για να αναπτυχθούν όλες οι μονάδες πρέπει να συνεργαστούν με βασικές υπηρεσίες π.χ. Το Δίκτυο Τουρισμού του Λέιτριμ, Συμβούλιο Κομητείας Λέιτριμ και Τουρισμός Λέιτριμ.

Χρήση ψηφιακών τεχνολογιών και του διαδικτύου όπου είναι δυνατό, ώστε να διασφαλιστεί η σύνδεση και η συνεργασία. Η παρουσία των απομακρυσμένων περιοχών στο διαδίκτυο είναι σημαντική για τη βιωσιμότητα και την επιτυχία, την επικοινωνία, τη διαχείριση των κρατήσεων, την κατάρτιση, τη συνεργασία, τα συστήματα πληρωμών, την ανταλλαγή ιδεών, τον διαμερισμό των πόρων κλπ. Τα SEO, Google Ads, VR, MR, η εικόνα 360, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πολύ σημαντικά. Οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύσουν στις ψηφιακές τεχνολογίες και τις πλατφόρμες και να τις προσαρμόσουν στις ανάγκες των πελατών τους π.χ. η δημιουργία ενός βίντεο 360 μοιρών από ένα ποδήλατο βουνού που περνά

από τις διαδρομές του Λέιτριμ και η προώθησή του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε κάποια ιστοσελίδα μπορεί να αποδειχθεί πολύτιμο εργαλείο πώλησης και προώθησης. Ξεκινήστε με τα εργαλεία που χρησιμοποιείτε ήδη και μάθετε πώς να τα χρησιμοποιείτε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, ώστε να βελτιώσετε και να επεκτείνετε τη χρήση τους. Για παράδειγμα, για να εκμεταλλευτείτε στο έπακρο τις ψηφιακές τεχνολογίες που είναι διαθέσιμες στο Facebook, ψάξτε πώς μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις ιστορίες, τις ζωντανές μεταδόσεις, τα κουμπιά κρατήσεων, τα βίντεο, τις δημοσκοπήσεις, τους συνδέσμους κλπ.

Ανάπτυξη εκπαιδεύσεων και εργαστηρίων για την εκπαίδευση και την παροχή βοήθειας στους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών, ώστε να είναι σε θέση να προσαρμόσουν τις προσφορές τους σε πολλές γλώσσες (π.χ. ιστοσελίδες, σήμανση, φυλλάδια), ενημέρωση για τους τρόπους που μπορούν να βελτιώσουν την προσβασιμότητα, να διαθέτουν βιώσιμες και εφευρετικές μονάδες βάσει δεδομένων και σχολίων από τους πελάτες κλπ. Πρόσκληση ειδικών υπηρεσιών για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να σχεδιάσουν, να διδάξουν και να συμβουλεύσουν σχετικά με τη δημιουργία καμπάνιας για τη στήριξη ήδη υπαρχόντων ή νέων εμπειριών που θα οδηγεί τους τουρίστες σε ιστοσελίδες εμπόρων και επιχειρήσεων και θα αυξήσει τις κρατήσεις και τις πωλήσεις.

Ιταλία: Όρος Dauni – Meridaunia

Πολιτιστική και φυσική κληρονομιά

Το Νότιο Κεντρικό Γεωργικό Εργαστήριο Έρευνας της Meridaunia είναι μια τοπική ομάδα δράσης της περιοχής του Όρους Dauni που περιλαμβάνει 30 δημοτικές κοινότητες: η μικρότερη έχει λιγότερους από 150 κατοίκους (Celle di San Vito) και η μεγαλύτερη 31,593 (Lucera). Παρά την αστικοποίηση που παρατηρείται στη μεγαλύτερη, η δημοτική αυτή κοινότητα αποτελείται από μια μεγάλη γεωργική περιοχή, καθώς και από πολλά χωριά του όρους Dauni.

Η περιοχή του όρους Dauni καλύπτει μια έκταση 2,275 km^2, με πληθυσμό περίπου 90.000 κατοίκους.

Το Όρος Dauni χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη: χωριών μεσαιωνικής προέλευσης, με καλά διατηρημένα ιστορικά κέντρα και εμπλουτισμένα ιστορικά κτίρια, όπως εκκλησίες και κάστρα, φυσικές περιοχές με κοινοτικό ενδιαφέρον, προστατευόμενες φυσικές περιοχές με δάση, βοσκοτόπια, ρυάκια και πεδιάδες. Οι υψηλότερες κορυφές είναι αυτές στην περιοχή της Απουλίας (υψηλότερο το όρος Cornacchia). Αποτελείται επίσης από πολλά αρχαιολογικά αξιοθέατα μεσαιωνικής εποχής, πολλά αρχαιολογικά μουσεία και μουσεία τέχνης, άυλη πολιτιστική κληρονομιά που περιλαμβάνει αγροτικές παραδόσεις και εμπειρίες, αρχαίες τελετές και φεστιβάλ καθώς και υπέροχη γαστρονομική κουλτούρα.

Το όρος Dauni βρίσκεται στην περιοχή της Απουλίας στην νότια Ιταλία. Ο τουρισμός της Απουλίας έχει αυξηθεί πολύ τα τελευταία χρόνια χάρη στην προώθηση και τη θέση που κατέχει στην εγχώρια αλλά και στην εξωτερική αγορά. Τα βασικά τοπικά τουριστικά προϊόντα είναι: η θάλασσα, ο πολιτισμός, η γαστρονομία και η γεωργία.

Το όρος Dauni διαθέτει ένα πολύ διαφορετικό τοπίο σε σχέση με την υπόλοιπη περιοχή, το οποίο χαρακτηρίζεται από κοιλάδες, λόφους και βουνά. Η περιοχή διαθέτει επίσης λαχανόκηπους, οπωρώνες, χωράφια με στάχυα, ελαιώνες, αμπελώνες και δάση, καθώς και βοσκότοπους κατάλληλους για εκδρομές και υπαίθριες δραστηριότητες.

Αγροτικός Τουρισμός: πολιτική, προγράμματα και διακυβέρνηση

Στο όρος Dauni έχουν εφαρμοστεί διάφορα προγράμματα δραστηριοτήτων για την ανάπτυξη του τοπικού τουρισμού.

Το έργο «Get Local» (PIT n. 10 - POR Puglia 2000/2006) δημιούργησε μια σειρά τουριστικών κέντρων, με οργανωμένες τουριστικές δραστηριότητες και εμπειρίες. Σε αρκετές περιπτώσεις αφορούσε την ανάκτηση ιστορικών κτιρίων.

Άλλο ένα σημαντικό έργο για την ενίσχυση των τουριστικών πόρων εφαρμόστηκε το 2015 με τη χρηματοδότηση του Υπουργείου Πολιτιστικής Κληρονομιάς και Τουρισμού. Ως μέρος του έργου Eccellenza dei Monti Dauni, κατά το οποίο δημιουργήθηκαν προωθητικά υλικά και πραγματοποιήθηκαν δράσεις στην οδό Φραντσίτζενα.

Σήμερα η στρατηγική τουρισμού του όρους Dauni προέρχεται από το έργο «Integrated Tourist Services of the Monti Dauni» (LAG Meridaunia POR PUGLIA - FESR_FSE 2014-2020 AXIS VI, ACTION 6.8) και περιλαμβάνει:

- τη δημιουργία τουριστικών προϊόντων βάσει προτάσεων των τοπικών διευθυντών
- τη δημιουργία δικτύου τουριστικών επενδυτών
- την προώθηση του προορισμού (φωτογραφίες, βίντεο), μέσω των μέσων ενημέρωσης και των κοινωνικών δικτύων
- την πώληση τουριστικών προϊόντων
- δράσεις επιχείρησης προς επιχείρηση και επιχείρησης προς καταναλωτή
- νέες δραστηριότητες για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, τα ταξιδιωτικά γραφεία κλπ.
- τη δημιουργία μιας διαδικτυακής πύλης με υπηρεσίες κράτησης διαμονής, εμπειρίες, προϊόντα ηλεκτρονικού εμπορίου κλπ.
- περιοδείες εκπροσώπων τύπου
- τη δημιουργία μικροσυσκευών με την επωνυμία "Monti Dauni"
- τη δημιουργία του Φεστιβάλ Αγροτικού Τουρισμού (4 εκδόσεις)

Τουριστικά δεδομένα

Ως μέρους της ανάλυσης της αγοράς του τουριστικού τομέα του όρους Dauni που πραγματοποίησε η Meridaunia, εντοπίστηκαν 231 μονάδες (περίπου το 38,5%) του συνόλου ανάμεσα σε 600 επενδυτικά αγαθά, τα οποία χωρίζονται ως εξής:

α) πολιτιστική (8) και φυσική κληρονομιά (12): στο σύνολο ερωτήθηκαν 20 υποκείμενα, 4 από τα οποία απάντησαν στο διαδικτυακό ερωτηματολόγιο, ενώ τα υπόλοιπα σε έντυπο

β) φιλοξενία και διαμονή - εστίαση (60), εγκαταστάσεις διαμονής (62): στο σύνολο ερωτήθηκαν 122, 38 από τα οποία απάντησαν στο διαδικτυακό ερωτηματολόγιο, ενώ τα υπόλοιπα σε έντυπο

γ) τουριστικά γραφεία (37) και σύνδεσμοι (52): στο σύνολο ερωτήθηκαν 89 γραφεία, 18 από τα οποία απάντησαν στο διαδικτυακό ερωτηματολόγιο, ενώ τα υπόλοιπα σε έντυπο.

Πολιτιστική και φυσική κληρονομιά

20 μονάδες απάντησαν στην έρευνα της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς. Το 47% σχετίζεται με την πολιτιστική κληρονομιά και το 53% στην φυσική κληρονομιά. Το 29,5% ανήκει στον δημόσιο τομέα και το 70,5% στον ιδιωτικό.

Το 47% των πόρων αποτελεί εκπαιδευτικές φάρμες, το 23,5% μουσεία, το 11,8% ιστορικά κτίρια (κάστρα και πύργοι), το 5,9% ιστορικά ελαιοτριβεία, το 5,9% αρχαία υπόγεια ορυχεία, το 5,9% πάρκα αναψυχής.

Το σύνολο της πολιτιστικής κληρονομιάς που ερευνήθηκε βρίσκεται σε αστικά πλαίσια και όσον αφορά την προσβασιμότητα, το 87,5% θεωρείται εύκολα προσβάσιμο, ενώ το 12,5% έχει πάρα πολύ εύκολη πρόσβαση. Τα δεδομένα για την προσβασιμότητα των ανθρώπων που χρησιμοποιούν αναπηρικό καροτσάκι δεν είναι τόσο καλά: Το 50% των εγκαταστάσεων δεν έχουν καλή πρόσβαση.

Το 37,5% των εγκαταστάσεων λειτουργούν μόνο με κρατήσεις, ενώ τα υπόλοιπα όλο τον χρόνο. Όλες προσφέρουν υπηρεσίες ξενάγησης.

Μόνο το 12,5% έχουν συστήματα τεχνολογικής πληροφόρησης, όπως ακουστικές ξεναγήσεις ή βίντεο. Το περίεργο είναι ότι μόνο το 62,5% έχει τουαλέτες.

Μόνο το 12,5% δεν διαθέτει προσωπικό που μιλά ξένες γλώσσες, ενώ η πιο διαδεδομένη γλώσσα είναι τα Αγγλικά (87,5%).

Στο 75% των περιπτώσεων η είσοδος είναι ελεύθερη και υπάρχουν κάποιες επί πληρωμή υπηρεσίες. Οι μεγαλύτερες ροές τουριστών πραγματοποιούνται το καλοκαίρι.

Όσον αφορά στην φυσική κληρονομιά, βρίσκεται κυρίως στην ύπαιθρο (91,7%) και στα βουνά (66,7%). Η πρόσβαση στις εγκαταστάσεις είναι καλή και στο σύνολό της ολοκληρωτικά ή μερικώς προσβάσιμη σε ανθρώπους με αναπηρίες.

Δεδομένης της φύσης των επενδυτικών αγαθών, η περίοδος λειτουργίας μειώνεται και επηρεάζεται ανάλογα με την εποχή. Όλες οι εγκαταστάσεις προσφέρουν ξεναγήσεις, μόνο στο 16,7% δεν παρέχεται ξενάγηση. Το 91,7% των αγαθών διαθέτουν συμπληρωματικές υπηρεσίες, όπως χώροι υγιεινής, χώρο εργαστηρίου, πάρκα κλπ.

Όλες προσφέρουν διδακτικές ή ψυχαγωγικές-αθλητικές δραστηριότητες και σε όλες το προσωπικό μιλά τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα (η πιο κοινή είναι τα Αγγλικά).

Στο 58,3% η είσοδος πραγματοποιείται επί πληρωμή και στις υπόλοιπες η είσοδος είναι δωρεάν και παρέχονται επί πληρωμή επιπλέον δραστηριότητες.

τύπος εγκατάστασης	υπάρχει σημαντική ισότητα προώθησης κουλτούρας, φύσης και γαστρονομίας, με ολοφάνερη την ανάγκη ανάπτυξης των υπηρεσιών, ιδιαίτερα για τις πρώτες δύο
τοποθεσία	τα αξιοθέατα και οι εγκαταστάσεις βρίσκονται σε διάφορα σημεία μέσα και έξω από τα χωριά
προσβασιμότητα	πολλές πολιτιστικές εγκαταστάσεις έχουν κακή προσβασιμότητα, χάρη στην τοποθεσία τους. Οι φυσικές εγκαταστάσεις φαίνεται να έχουν μεγαλύτερη απήχηση. Οι συνδέσεις δεν είναι καλές.
λειτουργία	οι περίοδοι λειτουργίας της πολιτιστικής κληρονομιάς δείχνουν ότι η τουριστική προσφορά δεν είναι μεγάλη, ενώ η φυσική κληρονομιά εξαρτάται από την εποχή και τον καιρό
προσφερόμενες υπηρεσίες	σχεδόν πάντα είναι βασικές, πολύ λίγες εγκαταστάσεις προσφέρουν ξεχωριστές δραστηριότητες, υπάρχει χώρος ανάπτυξης των τουριστικών προϊόντων
καταγωγή των τουριστών	πρόκειται για αγροτικό τουρισμό, η πρόταση δεν σχετίζεται ακόμα σε μεγάλο βαθμό με αυτή στην γύρω περιοχή και στο εξωτερικό, δείχνει ότι η φήμη του προορισμού δεν είναι διαδεδομένη
δικτύωση και κυκλώματα	πολλά χωριά ανήκουν σε δίκτυα που σχετίζονται με τον αειφόρο και ποιοτικό τουρισμό. Οι συνθήκες αυτές φαίνεται να μην είναι σχετικές με την εφαρμογή του συστήματος του τοπικού τουρισμού
επικοινωνία και προώθηση	συχνά πρόκειται για ατομικές δραστηριότητες που οδηγούν σε χαμηλή επίδραση

Φιλοξενία και χώροι διαμονής

Το Όρος Dauni αποτελείται κυρίως από εγκαταστάσεις χώρων διαμονής, όπως παραθεριστικές κατοικίες - 41,9%, B&B - 27,4%, αγροκτήματα - 12,9%, κλπ. με λιγότερα από 6 δωμάτια, ενώ οι υπηρεσίες εστίασης είναι κυρίως εστιατόρια - 41,7%, αγροκτήματα 18,3%, τραττορίες 13,3%.

Η έρευνά μας απαντήθηκε από 122 επενδυτικά αγαθά: 62 από τον τομέα φιλοξενίας και 60 από τον τομέα εστίασης.

Οι περισσότερες από τις εγκαταστάσεις διαμονής βρίσκονται σε αστικό (66,1%) και ορεινό (88,7%) πλαίσιο. Οι ιδιοκτήτες τους θεωρούν την πρόσβαση στις εγκαταστάσεις σχετικά «καλή» ή «πολύ καλή» (91,9%).

Το 46% των δομών δεν είναι προσβάσιμες σε ανθρώπους με αναπηρίες, το 21% είναι μερικώς προσβάσιμες και μόνο το 32% είναι πλήρως προσβάσιμες.

Το 25,8% λειτουργεί μόνο για συγκεκριμένα διαστήματα τον χρόνο. Σε όλες τις δομές υπάρχει κάποιος στο προσωπικό που να μιλά μια ξένη γλώσσα και η πιο κοινή είναι τα Αγγλικά (83,9%). Το 27% παρέχει υπηρεσίες για τους ανθρώπους με αναπηρία, το 46,8% λαμβάνει υπόψη τις αλλεργίες ή τις θρησκευτικές πεποιθήσεις, το 43,5% δέχεται κατοικίδια.

Ο μέσος όρους του κόστους των δωματίων ανέρχεται στα 70 ευρώ για ένα δίκλινο δωμάτιο.

Οι μεγαλύτερες ροές τουριστών καταγράφονται το καλοκαίρι και τα προωθητικά μέσα είναι οι ιστοσελίδες και τα κοινωνικά δίκτυα. Το 58% των μονάδων χρησιμοποιεί διαδικτυακές υπηρεσίες κράτησης και πωλήσεων.

Όσον αφορά στην εστίαση, οι εγκαταστάσεις βρίσκονται σε αστικές (65%) και σε ορεινές περιοχές (75%).

Το 90% των διευθυντών θεωρούν ότι οι εγκαταστάσεις τους έχουν εύκολη ή πολύ εύκολη πρόσβαση.

Το 86,7% των εγκαταστάσεων είναι πλήρως ή μερικώς προσβάσιμες σε ανθρώπους με αναπηρίες και το 93,3% λειτουργεί καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Το 70% προσφέρει παραδοσιακή κουζίνα και το 48,3% χρησιμοποιεί μόνο τοπικά προϊόντα. Μόνο στο 6,7% των περιπτώσεων δεν υπάρχει κάποιος στο προωπικό που να μιλά ξένες γλώσσες και η πιο κοινή είναι τα Αγγλικά.

Το 73,3% παρέχει προϊόντα για ανθρώπους με αλλεργίες ή συγκεκριμένα θρησκευτικά και φιλοσοφικά πιστεύω, το 60% δέχεται κατοικίδια.

Το εύρος κόστους (χωρίς κρασί) ανά γεύμα κυμαίνεται στα 20 με 35 ευρώ. Οι ροές των τουριστών είναι παρόμοιες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ενώ παρουσιάζουν αύξηση το καλοκαίρι.

Μόνο το 25% χρησιμοποιεί σύστημα διαδικτυακής κράτησης.

ΤΥΠΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	Οι εγκαταστάσεις χώρων διαμονής είναι κυρίως μη ξενοδοχειακού τύπου. Οι εγκαταστάσεις χώρων διαμονής και τα εστιατόρια συχνά είναι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, με λίγες επαγγελματικές υπηρεσίες.
ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	Οι περισσότερες από τις υπηρεσίες συγκεντρώνονται στα χωριά, αλλά υπάρχει και σημαντική ύπαρξη στην ύπαιθρο
ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ	Η προσβασιμότητα είναι καλή αλλά υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης, ιδιαίτερα όσον αφορά στους ανθρώπους με κινητικά προβλήματα ή σε αναπηρικό καροτσάκι (το κενό είναι πιο έντονο και σοβαρό στις εγκαταστάσεις των χώρων διαμονής)
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ	Οι περίοδοι λειτουργίας είναι μεγαλύτερες για τα εστιατόρια, κάτι το οποίο σημαίνει ότι δουλεύουν κυρίως από τους ντόπιους κατοίκους και επομένως δεν επηρεάζονται τόσο από τη χαμηλή σεζόν.
ΚΟΙΝΟ	Το κοινό που ελκύεται ποικίλει αλλά σε γενικές γραμμές σημειώνεται ότι ο στόχος είναι κυρίως ο τοπικός πληθυσμός, λίγοι τουρίστες από άλλες περιοχές της Ιταλίας και από το εξωτερικό.
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	Ο τύπος χώρων διαμονής που παρέχεται είναι κυρίων B&B / παραθεριστικές κατοικίες / αγροκτήματα, με υπηρεσίες που αρμόζουν σε αυτόν τον τύπο. Στα εστιατόρια σερβίρεται κυρίως τοπική κουζίνα και προσφέρονται βασικές υπηρεσίες.
ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΚΑΙ ΚΥΚΛΩΜΑΤΑ	Πολλά χωριά ανήκουν σε δίκτυα σχετικά με τον αειφόρο και ποιοτικό τουρισμό. Λίγες δομές έχουν ενταχθεί σε ποιοτικά δίκτυα.
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ	Κάποιες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν εφαρμογές για υπηρεσίες κράτησης.

Τουριστικά γραφεία και σύνδεσμοι

Όσον αφορά στην ανάλυση που σχετίζεται με τα τουριστικά γραφεία και τους συνδέσμους, 89 μονάδες απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, από αυτές 37 ήταν τουριστικά γραφεία και 52 σύνδεσμοι.

Οι υπηρεσίες που προσφέρονται είναι: ξεναγοί (91,9%), τουριστικοί συνοδοί (51,4%), ξεναγοί φύσης και πεζοπορίας (8,1%) και εκπαιδευτές αθλητισμού (2,7%).

Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων (73%), ο τουρισμός αποτελεί δευτερεύον επάγγελμα. Το 68,8% των ξεναγών είναι πολιτιστικοί και το 56,3% φυσικοί.

Οι πιο γνωστές υπαίθριες δραστηριότητες περιλαμβάνουν πεζοπορία (50%), γιόγκα (18,8%), ποδηλασία και κούρσα προσανατολισμού (12,5%).

Το 35.1% δεν διαθέτει προσωπικό που να μιλά ξένες γλώσσες.

ΚΙΝΗΤΡΑ	χαλάρωση, πολιτισμός και τέχνη, φαγητό και κρασί, περιβάλλον και φύση
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ	γενική, όχι καλά δομημένη και εκτεταμένη
ΕΛΚΥΣΤΙΚΑ	όχι χάρη στην δομή της πρότασης, αλλά χάρη στην πλούσια κληρονομιά

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	

Για την καλύτερη κατανόηση των δεδομένων που συλλέχθηκαν, οι αναγνώστες καλούνται να διαβάσουν το συνημμένο αρχείο (παράρτημα).

Καλές πρακτικές

Επιλέχθηκαν 5 καλές πρακτικές στον κλάδο του αγροτικού τουρισμού στα όρη Dauni. Πρόκειται για εμπειρίες διαφόρων ειδών, που προσφέρονται από το δημόσιο και ανήκουν σε όλους τους κλάδους.

Το πρώτο παράδειγμα είναι η δημιουργία και η διαχείριση ενός πάρκου ψυχαγωγίας που λέγεται Dauni Avventura και ανήκει στον Δήμο Biccari και διευθύνεται από κάποιον ιδιωτικό φορέα. Βρίσκεται μέσα σε ένα δάσος και σε μια φυσική περιοχή με όμορφο τοπίο, ενώ το πάρκο αποτελείται αερογέφυρες που κρέμονται ανάμεσα στα δέντρα και διαφέρουν για τους ενήλικες (5) και για παιδιά (2). Το συγκρότημα διαθέτει χώρους με θέα, χώρους για πικνίκ, δεντρόσπιτα για διαμονή και φυσικούς ξεναγούς, ποδήλατο σε βουνό, τοξοβολία, εκπαιδευτικά εργαστήρια για σχολικές εκδρομές κλπ.

Η δεύτερη τουριστική πρόταση αναφέρεται στην επιχειρηματική ιδέα του πιο γνωστού μάγειρα στην περιοχή: του Peppe Zullo. Ο «αγρότης» σεφ (όπως αυτοαποκαλείται) έφτιαξε την περιουσία του χάρη στην ικανότητα του να ενισχύει και να διαφημίζει την τοπική γαστρονομική παράδοση. Ένα εστιατόριο, δύο δωμάτια υποδοχής, δύο υπέροχα B&B, ένα κελάρι και πολλά προϊόντα (κρασί, κομπόστες κλπ.) με την υπογραφή του, συχνά προβάλλονται στη δημόσια τηλεόραση και σε όλο τον κόσμο.

Η τρίτη εμπειρία αφορά σε μια εκδήλωση λαϊκής παράδοσης, της οποίας τα έθιμα την έχουν καταστήσει την πιο σημαντική ημέρα για το όρος Dauni. Η εκδήλωση αυτή είναι το Fucacost and cocc priatorjie (φωτιές και κεφάλια της κόλασης). Πρόκειται για μια εκδήλωση που λαμβάνει χώρα την 1η Νοεμβρίου στο χωριό Orsara της Απουλίας. Παραδοσιακά, γιορτάζεται τη νύχτα, όταν σύμφωνα με τον μύθο, οι νεκροί επιστρέφουν στη γη για να επισκεφτούν τους ζωντανούς συγγενείς τους και τρώνε μαζί τους στους δρόμους, όπου ανάβουν μεγάλες φωτιές. Η εκδήλωση αυτή προσελκύει περισσότερους από 40.000 τουρίστες κάθε χρόνο.

Το τέταρτο παράδειγμα αφορά τις προωθητικές δραστηριότητες κάποιων χωριών του όρους Dauni, οι οποίες χάρη στην πολιτική που ακολουθούν και τα χαρακτηριστικά τους, έχουν λάβει πιστοποιήσεις που σχετίζονται με την τουριστική ποιότητα. Το όρος Dauni μετρά: 9 πορτοκαλί σημαίες από την Ιταλική Λέσχη Τουρισμού (Alberona, Biccari, Bovino, Orsara di Puglia, Pietramontecorvino, Rocchetta Sant'Antonio, Roseto Valfortore, Sant'Agata di Puglia, Troia), 4 πανέμορφα χωριά στην Ιταλία (Alberona, Bovino, Pietramontecorvino, Roseto Valfortore), 2 μικρά αστικά κέντρα (Orsara di Puglia και Sant'Agata di Puglia) και πολλά παραδοσιακά χωριά.

Το τελευταίο παράδειγμα αφορά ένα έργο προώθησης του τουρισμού υπό εξέλιξη από την LAG Meridaunia. Με την χρηματοδότηση του CLLD, το έργο περιλαμβάνει την κατασκευή ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, την προώθηση του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας και νέες δραστηριότητες επιχείρησης προς επιχείρηση ή επιχείρηση προς καταναλωτή, διάφορες εκδηλώσεις, δημιουργία ιστοσελίδας κρατήσεων (Visitmontidauni), εργαλεία επικοινωνίας (μικροσυσκευές, οδηγοί, βίντεο, κλπ), περιοδείες εκπροσώπων τύπου κλπ. Το έργο επιλέχθηκε πρόσφατα (μαζί με 4 άλλα) από το Ιταλικό Αγροτικό Δίκτυο ως παράδειγμα καλής πρακτικής στον τομέα του τουρισμού.

Συμπεράσματα

- ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
  - φύση, πολιτισμός (τέχνη, αρχιτεκτονική, γραφικά χωριά), φαγητό, κρασί
  - εκτεταμένη πολιτιστική κληρονομιά
  - χωριά που ανήκουν σε δίκτυα βιώσιμου και ποιοτικού τουρισμού
  - αξιόλογη φυσική κληρονομιά
  - φιλοξενία και μη τυπικές εγκαταστάσεις φιλοξενίας (ποικιλία στην προσφορά)
  - γαστρονομική κληρονομιά (τοπικά προϊόντα) και τοπική κουζίνα
  - γνησιότητα του προορισμού

- ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
  - γενικές και μη δομημένες προτάσεις
  - κακή διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς
  - δύσκολη πρόσβαση στις πολιτιστικές εγκαταστάσεις (αρχιτεκτονικά εμπόδια και λειτουργία)

- βασικές τουριστικές υπηρεσίες, πολύ λίγες περιπτώσεις προσφέρουν ξεχωριστές εμπειρίες
- προορισμός χαμηλής ζήτησης (μη διαδεδομένη φήμη)
- έλλειψη τουριστικής επιχειρηματικότητας και ανεπαρκής εκπαίδευση των υπαλλήλων
- ψηφιακό χάσμα και τεχνολογικό κενό
- περιορισμένες γλωσσικές ικανότητες

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

1) συνέχιση της δράσης που αναλαμβάνει βοηθήσει τους ιδιωτικούς επενδυτές στη δημιουργία και την προώθηση των προϊόντων
2) μύηση σε συγκεκριμένες εκπαιδευτικές δράσεις για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες (ξεναγοί, διαμονή, εστίαση κλπ.)
3) δημιουργία καινοτόμων τουριστικών υπηρεσιών
4) δημιουργία ελκυστικών τουριστικών δραστηριοτήτων για συγκεκριμένο κοινό (φαγητό και κρασί, χαλάρωση, αθλητισμός και φύση)
5) αναγνώριση μορφών στήριξης για τη διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς (κάστρα, μουσεία, κλπ.)
6) προώθηση των τουριστικών προορισμών
7) εμπεριστατωμένος σχεδιασμός τουριστικών εκδηλώσεων
8) τουριστική προσφορά που σχετίζεται με την ψυχαγωγία (εκδηλώσεις, νυχτερινή ζωή κλπ.)
9) προώθηση του λογότυπου της visitmontidauni και των προϊόντων της (ιστοσελίδα / εφαρμογή)
10) δημιουργία επαφών με νέα εμπλεκόμενα μέρη (ταξιδιωτικοί πράκτορες, τουριστικά γραφεία)
11) διεύρυνση της επικοινωνίας / προωθητικές στρατηγικές (προώθηση από influencer του Instagram, διασημότητες κλπ.)
12) αύξηση των δράσεων για τη δημιουργία βιώσιμων δικτύων μετακίνησης, ποδηλατοδρόμοι, δρόμοι κλπ.)
13) αύξηση των φυσικών συνδέσεων με τα αεροδρόμια και τους σιδηροδρομικούς σταθμούς
14) βελτίωση των δημόσιων συγκοινωνιών μεταξύ των χωριών, με τη χρήση του τοπικού κεφαλαίου.

Πορτογαλία: Ria Aveiroand Baixo Vouga Lagunar – Aproximar

Χαρακτηριστικά της περιοχής

Η Λιμνοθάλασσα του Αβέιρο και η περιοχή Baixo Vouga Lagunar έχει έκταση μεγαλύτερη από 11.000 ha, μήκος γύρω στα 45 km και πλάτος 8,5 km (Fidélis, 2001). Στην περιοχή αυτή υπάγονται οι δήμοι Águeda, Albergaria-a-Velha, Anadia, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Vagos και Sever do Vouga.

Η περιοχή βρίσκεται περίπου 250 km μακριά από την πρωτεύουσα, τη Λισαβόνα και 70 km μακριά από τη δεύτερη μεγαλύτερη πόλη, το Πόρτο. Παρά την κοντινή απόσταση με αυτές τις περιοχές, όπως αναφέρεται στην καταγραφή του 2019 (PDM 2019) της περιοχής, η προσβασιμότητα στην πόλη του Αβέιρο είναι πολύ ικανοποιητική. Όμως υπάρχει μια σημαντική απόκλιση όσον αφορά στην πρόσβαση σε αγροτικές περιοχές. Σύμφωνα με την καταγραφή του 2019 υπάρχει ανάγκη για προώθηση της παγκόσμιας προσβασιμότητας στην περιοχή (PDM, 2019, p.9).

Η δόμηση αυτής της περιοχής ξεκίνησε τον 16ο αιώνα, ως συνέπεια υποχώρησης της θάλασσας και της συσσώρευσης άμμου και ιζημάτων. Αυτά τα φυσικά φαινόμενα οδήγησαν στη δημιουργία φυσικών λιμνοθαλασσών οι οποίες σε συνδυασμό με τον Ποταμό Βούγα, σχημάτισαν πολλά υδάτινα κανάλια. Ο συνδυασμός αυτών των φυσικών φαινομένων καθιστά τη Λιμνοθάλασσα του Αβέιρο μια περιοχή με όμορφο και πλούσιο τοπίο και προσδίδει τεράστια βιοποικιλότητα και έχει χαρακτηριστεί ως Ζώνη Ειδικής Προστασίας.

Πρόκειται για ένα τοπίο με βουνά και πεδιάδες, θάλασσα και ποτάμια, που διευκολύνουν την ύπαρξη και την ανάπτυξη πολλαπλών ψυχαγωγικών και τουριστικών δραστηριοτήτων. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί κανείς να εκμεταλλευτεί τα φυσικά αποθέματα, τις λιμνοθάλασσες, τις παραλίες, τις ποτάμιες παραλίες κλπ., αλλά και τα πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως τα μουσεία, τις εκκλησίες, την αρχιτεκτονική κληρονομιά κλπ.

Παρ' όλα αυτά, σύμφωνα με τους Albuquerque et al. (2017), «αυτά τα χαρακτηριστικά πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού και για τη δημιουργία στρατηγικών μάρκετινγκ» (σ. 165). Είναι απαραίτητο να δημιουργηθεί μια στρατηγική, ώστε να διατηρηθεί η ομορφιά της περιοχής και τα μοναδικά της χαρακτηριστικά.

Το 2019, ήταν η καλύτερη χρονιά για την Κεντρική Περιφέρεια της Πορτογαλίας στην οποία ανήκουν η Λιμνοθάλασσα του Αβέιρο και η περιοχή Baixo Vouga Lagunar, όσον αφορά στον αριθμό των επισκεπτών και τα κέρδη: δέχτηκε 3.895.612 επισκέπτες, με αύξηση 5,9% σε σύγκριση με το 2018. Αν συγκριθεί την περίοδο των πέντε προηγούμενων ετών (2015-2019), τότε πραγματοποιήθηκε αύξηση 43,2%, η οποία επιβεβαιώνει το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την περιοχή. Όσον αφορά στα κέρδη, πραγματοποιήθηκε αύξηση 59,6%, αν συγκρίνουμε το 2015 με το 2019 (INE, 2020).

Παρά αυτή τη θετική εξέλιξη, η πανδημία είχε δραματικές επιπτώσεις στην περιοχή, οι οποίες φαίνονται στους παρακάτω πίνακες:

Πίνακας 1: Ποσοστιαία διακύμανση της Τουριστικής Διαμονής στην Περιφέρεια του Αβέιρο, ανά δήμο, το 2019 και το 2020

Territórios		Alojamentos turísticos		
		Total		
Âmbito Geográfico	Anos	2018	2019	2020
NUTS III	Região de Aveiro	-	22,0	-14,3
Município	Águeda	-	11,1	-10,0
Município	Albergaria-a-Velha	-	42,9	0,0
Município	Anadia	-	7,1	-33,3
Município	Aveiro	-	18,2	-7,7
Município	Estarreja	-	0,0	0,0
Município	Ílhavo	-	18,2	-15,4
Município	Murtosa	-	-33,3	0,0
Município	Oliveira do Bairro	-	0,0	0,0
Município	Ovar	-	66,7	-13,3
Município	Sever do Vouga	-	44,4	0,0
Município	Vagos	-	60,0	-75,0

Πηγή: Por Data (2021)

Πίνακας 2: Αριθμός επισκεπτών στην Περιφέρεια του Αβέιρο, ανά δήμο, το 2019 και το 2020

Territórios		Turistas		
		Total		
Âmbito Geográfico	Anos	2018	2019	2020
NUTS III	Região de Aveiro	-	10,0	-49,6
Município	Águeda	-	51,1	-49,7
Município	Albergaria-a-Velha	-	20,2	-35,3
Município	Anadia	-	3,9	-59,4
Município	Aveiro	-	5,6	-51,9
Município	Estarreja	-	6,5	-50,3
Município	Ílhavo	-	20,1	-39,2
Município	Murtosa	-	-9,9	-41,3
Município	Oliveira do Bairro	-	8,1	-32,8
Município	Ovar	-	6,5	-50,0
Município	Sever do Vouga	-	39,4	-32,0
Município	Vagos	-	53,4	-57,7

Πηγή: Por Data (2021)

Στην περιοχή του Αβέιρο σημειώθηκε μείωση στον αριθμό της τουριστικής διαμονής, όπως φαίνεται στον πίνακα 1. Η μείωση παρατηρήθηκε πιο έντονα στον Δήμο Vagos, ενώ οι υπόλοιποι δήμοι, όπως οι Sever do Vouga, Oliveira do Bairro, Murtosa, Estarreja και Albergaria-a-Velha μπόρεσαν να διατηρήσουν τον ίδιο αριθμό τουριστικής διαμονής. Δεν υπάρχουν έρευνες σχετικά με τους λόγους για τους οποίους αυτοί οι δήμοι κατάφεραν να ευδοκιμήσουν παρά τις συνθήκες. Σχετικά με τον αριθμό των επισκεπτών, όπως φαίνεται στον πίνακα 2, υπήρξε ξαφνική πτώση σε όλους τους δήμους, όπως και ήταν αναμενόμενο.

Παρά αυτή την αρνητική τάση κατά τη διάρκεια της πανδημίας, η θετική εξέλιξη του παρελθόντος μας υποδεικνύει τις τουριστικές προοπτικές της περιοχής και τονίζει την ανάγκη να υπάρξει ξεκάθαρη δομή και ισχυρή στρατηγική για την αντιμετώπιση των προκλήσεων και την εκμετάλλευση των ευκαιριών στην περιοχή της Λιμνοθάλασσας του Αβέιρο και Baixo Vouga Lagunar.

Αγροτικός Τουρισμός: πολιτική, προγράμματα και διακυβέρνηση

Η τουριστική στρατηγική που εφαρμόζεται στην Πορτογαλία περιγράφεται από την Πορτογαλική Κυβέρνηση κυρίως μέσω του Estratégia Turismo 2027 που αναφέρεται στον βασικό άξονα δράσεων που πρέπει να εφαρμοστούν και να αναπτυχθούν μέχρι το 2027. Στόχος είναι να δημιουργηθεί ένα στρατηγικό πλαίσιο αναφοράς. Συγκεκριμένα, όσον αφορά στον αγροτικό τουρισμό, βασικοί στόχοι του σχεδίου είναι:

- «Ανάπτυξη του φυσικού τουρισμού και του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές μέσω έργων που προσθέτουν οικονομική αξία και βελτιώνουν τη διαχείριση της φυσικής και αγροτικής κληρονομιάς (...) κυρίως αναφορικά με την προώθηση της επωνυμίας Natural.PT.
- Δημιουργία υποδομών και υπηρεσιών που στηρίζουν τον φυσικό τουρισμό και/ή τον τουρισμό στις αγροτικές περιοχές, καθώς επίσης και παροχή σήμανσης και πληροφοριών για τον περιβαλλοντικό τουρισμό.
- Λειτουργίες που αναζωογονούν και ανανεώνουν την οικονομία των χωριών και των αγροτικών κέντρων και δημιουργούν θέσεις εργασίας στα επαγγέλματα τουρισμού (...) όπως τα Χωριά από Σχιστόλιθο, τα Ιστορικά Χωριά και τα Χωριά με Αμπελώνες.
- Δράσεις που βελτιώνουν τον τουρισμό και προωθούν τις λίμνες και τα εγχώρια ύδατα, τα ποτάμια, τις τεχνητές λίμνες, τις πηγές και τα ιαματικά λουτρά» (Turismo de Portugal, 2021).

Επιπρόσθετα σε αυτή την στρατηγική, υπάρχει το Σχέδιο Τουρισμού +Sustentável 20-23, στο οποίο ο Αγροτικός Τουρισμός κατέχει μια πιο κυρίαρχη θέση. Στόχος του σχεδίου είναι να χαρακτηριστεί η Πορτογαλία ως ένας από τους πιο βιώσιμους, ανταγωνιστικούς και ασφαλείς τουριστικούς προορισμούς, μέσω του σχεδιασμού και της ανάπτυξης βιώσιμων τουριστικών δραστηριοτήτων. Επομένως, ο Αγροτικός Τουρισμός έχει ανεκτίμητη αξία για την επίτευξη αυτού του στόχου (Turismo de Portugal, 2021).

Η Πορτογαλική κυβέρνηση ξεκίνησε το 2021 το Πρόγραμμα Υποστήριξης της Εθνικής Παραγωγής (PAPN – Programa de Apoio à Produção Nacional), με στόχο να ενισχύσει την εθνική παραγωγή, ιδιαίτερα των μικρών επιχειρήσεων. Το πρόγραμμα αυτό δεν απευθύνεται αποκλειστικά στον τουρισμό, αλλά τον περιλαμβάνει. Το πρόγραμμα χορήγησε 235,000€ σε μικρές επιχειρήσεις που λειτουργούν στον κλάδο του τουρισμού στην περιοχή του Αβέιρο (NML Turismo, 2021).

Στην περιοχή του Αβέιρο, ο δήμος του Sever do Vouga ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2021, ένα Στρατηγικό Πλάνο Τουρισμού και Τοπικής Ανάπτυξης, στόχος του οποίου ήταν να δημιουργηθεί μια ξεκάθαρη δομή για αυτόν τον

κλάδο που συνδέεται με τα αγαθά που μπορεί να προσφέρει αυτή η περιοχή και να βασιστεί στα διαφορετικά στοιχεία της (Região de Aveiro, 2021).

Παρά τα σχέδια και τα προγράμματα που περιεγράφηκαν προηγουμένως, δεν υπάρχει γνωστό σχέδιο ή πρόγραμμα που να έχει σχεδιαστεί ειδικά για τον αγροτικό τουρισμό στην περιοχή της Λιμνοθάλασσας του Αβέιρο και την Baixo Vouga Lagunar. Υπάρχουν προγράμματα και σχέδια για τον γενικότερο Αγροτικό Τουρισμό, καθώς και για έναν άλλο δήμο της περιοχής (Sever do Vouga). Κανένα όμως από αυτά τα προγράμματα δεν λαμβάνει υπόψη τα χαρακτηριστικά και τις διακυμάνσεις της τουριστικής προοπτικής ολόκληρης της περιοχής.

Τουριστικά δεδομένα

Στην έρευνα συμμετείχαν επιχειρήσεις και οργανισμοί που λειτουργούν στον τομέα του τουρισμού της περιοχής της Λιμνοθάλασσας του Αβέιρο και Baixo Vouga Lagunar, ώστε να δημιουργηθεί μια ξεκάθαρη εικόνα των αδυναμιών, των δυνατών σημείων, των προκλήσεων και των ευκαιριών της περιοχής. Μέσω των γνώσεων που υπάρχουν από τα μνημεία πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, τις υπηρεσίες διαμονής, τους συνδέσμους και τα τουριστικά γραφεία, ήταν δυνατό να χαρτογραφήσουμε την τουριστική δραστηριότητα της περιοχής, όπως παρουσιάστηκε σε αυτή την ενότητα.

Πολιτιστική Κληρονομιά και Φυσική Κληρονομιά

Η περιοχή αυτή είναι πλούσια σε πολιτιστική και φυσική κληρονομιά. Παρά το γεγονός αυτό, οι περισσότεροι τουρίστες επισκέπτονται την περιοχή για να απολαύσουν το φυσικό τοπίο, όπως τη Λιμνοθάλασσα του Αβέιρο με τις βάρκες Moliceiros.

Κατά τη διάρκεια της περιόδου των συνεντεύξεων, κατά την οποία συλλέχθηκαν απαντήσεις από 10 αξιοθέατα, 8 από αυτά που ερωτήθηκαν αποτελούσαν πολιτιστικά αξιοθέατα, χάρη στο ότι ήταν διαθέσιμα μέσω τηλεφώνου και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τα περισσότερα από τα φυσικά αξιοθέατα δεν διέθεταν κάποια μορφή επικοινωνίας, γι' αυτό και χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα μόλις 2. Τα δεύτερα βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές, ενώ τα πρώτα βρίσκονται και σε αγροτικές και σε αστικές περιοχές.

- Όσον αφορά στην προσβασιμότητα, θεωρείται ότι η μετακίνηση προς τα αξιοθέατα είναι άνετη, όμως 2 ανέφεραν την έλλειψη κατευθυντήριας σήμανσης προς την τοποθεσία. Παρά το γεγονός αυτό, μόνο η μειονότητα των αξιοθέατων είναι προσβάσιμη στους ανθρώπους με αναπηρίες, δημιουργώντας την ανάγκη βελτίωσης.
- Τα περισσότερα αξιοθέατα πολιτιστικής κληρονομιάς είναι ανοιχτά όλον τον χρόνο, αλλά μερικά, ειδικά τα μικρότερα μουσεία σε σπίτια, λειτουργούν μόνο μέσω κρατήσεων που γίνονται εκ των προτέρων. Από τα 8 που συμμετείχαν και που ήταν ανοιχτά όλο τον χρόνο, τα 6 κλείνουν τις Κυριακές και τις Δευτέρες.
- Όσον αφορά στις υπηρεσίες που προσφέρονται, τα μισά παρέχουν μόνο ξεναγήσεις, ενώ τα υπόλοιπα παρέχουν και περιηγήσεις με ξεναγό και δωρεάν περιηγήσεις. Οι περιηγήσεις με ξεναγό δεν προσφέρονται μόνο στα Πορτογαλικά, αλλά και σε άλλες γλώσσες, κυρίως στα Αγγλικά και τα Ισπανικά.
- Τα αξιοθέατα που συμμετείχαν ανέφεραν ότι οι τουρίστες που επισκέπτονται τα αξιοθέατα, προέρχονται από όλη τη χώρα αλλά και από άλλες χώρες της Ευρώπης, κυρίως την Ισπανία και τη Γαλλία.
- Όσον αφορά στα δίκτυα της περιοχής, 7 από τα αξιοθέατα ανήκουν σε δίκτυο, όπως η Ένωση Πορτογαλικών Μουσείων Οικημάτων ή το Εθνικό Δίκτυο Μικρών Μουσείων.
- Τα περισσότερα πολιτιστικά αξιοθέατα πραγματοποιούν την επικοινωνία και την προώθηση διαδικτυακά: όλα έχουν σελίδες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook) και τα μισά έχουν τη δική τους επίσημη ιστοσελίδα. Παρά το γεγονός αυτό, η προώθηση μέσω φυλλαδίων, περιοδικών και εφημερίδων υπάρχει ακόμα, ενώ 6 από αυτά δήλωσαν ότι συνήθως χρησιμοποιούν μόνο αυτά τα μέσα. 5 από τα αξιοθέατα δήλωσαν επίσης ότι συμμετείχαν σε εκδηλώσεις τουρισμού πριν την πανδημία.

Υπηρεσίες Φιλοξενίας

Συλλέχθηκαν 10 καταθέσεις μονάδων φιλοξενίας και διαμονής κατά τη διάρκεια της φάσης συνεντεύξεων. Όλες βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές με διαφορετικό τοπίο, από βουνά μέχρι πεδιάδες.

- Όλοι οι χώροι διαμονής δέχονται επισκέπτες όλο τον χρόνο, αλλά οι μεγαλύτερες εισροές καταγράφονται κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού (από τον Ιούνιο μέχρι τον Αύγουστο). Οι επισκέπτες είναι κυρίως ηλικιωμένα ζευγάρια ή οικογένειες με παιδιά, που επιθυμούν να απολαύσουν τη φύση και να συμμετέχουν σε δραστηριότητες όπως πεζοπορία, παρατήρηση πτηνών και αθλητισμό στη φύση.
- Τις περισσότερες φορές δεν υπάρχει ξεκάθαρη σήμανση που οδηγεί στις εγκαταστάσεις διαμονής, γι' αυτό

και αναφέρεται ως σημείο προς βελτίωση και γίνονται αιτήματα στις διοικητικές αρχές, ώστε να βελτιωθεί η σήμανση στο οδικό δίκτυο. 4 από τις μονάδες θεωρούν ότι η πρόσβαση στις εγκαταστάσεις τους είναι περιορισμένη.

- Σχετικά με τις επιπλέον υπηρεσίες, αυτό που ξεχωρίζει είναι ότι όλες οι μονάδες προσφέρουν ενοικίαση ποδηλάτων και σύνδεση σε Wi-Fi, πράγμα που αποδεικνύει τη σημασία της σύνδεσης στο διαδίκτυο ακόμα και στις αγροτικές περιοχές. Από την άλλη πλευρά, καμία από τις μονάδες δεν προσφέρει εργαστήρια ή τουριστικές επισκέψεις, και αυτό υποδηλώνει την ανάγκη διεύρυνσης των υπηρεσιών που προσφέρονται, την ανάγκη για συμπράξεις με άλλες ενώσεις του τομέα και τη δημιουργία μιας στρατηγικής για διεύρυνση της επισκεψιμότητας.
- Όσον αφορά στα δίκτυα, καμία από τις μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα δεν συμπεριλαμβάνει τουριστικές διαδρομές ή τουριστικά προγράμματα, αλλά 2 από αυτές συμμετείχαν σε ποιοτικά δίκτυα όπως το Biosfera - Turismo Sustentável, που ξεχωρίζει για τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών, τις εγκαταστάσεις διαμονής κλπ. που συμμετέχουν ή προωθούν βιώσιμες πρακτικές.
- Παρομοίως με όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως για τα αξιοθέατα φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, οι υπηρεσίες φιλοξενίας χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δικές τους επίσημες ιστοσελίδες ως βασικά μέσα προώθησης.

Τουριστικά γραφεία και σύνδεσμοι

Για την αξιολόγηση της δραστηριότητας των συνδέσμων και των τουριστικών γραφείων στην περιοχή της Λιμνοθάλασσας του Αβέιρο και Baixo Vouga Lagunar, διεξάχθηκαν 10 συνεντεύξεις.

Όλες οι μονάδες αναγνώρισαν τη συμβολή τους στον πολιτισμό και στο περιβάλλον και μία δήλωσε ότι οι πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών, ανεξάρτητα από τις υπηρεσίες που προσφέρουν, έχουν την αποστολή να αυξήσουν την ευαισθητοποίηση για την φυσική και πολιτιστική διατήρηση και προστασία.

Η πλειοψηφία των συνδέσμων και των τουριστικών γραφείων που απάντησαν στα ερωτηματολόγια δραστηριοποιούνται κυρίως στην περιοχή της Λιμνοθάλασσας του Αβέιρο και Baixo Vouga Lagunar. Όλοι προσφέρουν δραστηριότητες και ξεναγήσεις σε άλλες γλώσσες (κυρίως στα Ισπανικά και στα Αγγλικά) και ανέφεραν ότι δέχονται αρκετούς τουρίστες από άλλες χώρες. Οι δραστηριότητες που προσφέρουν τα περισσότερα τουριστικά γραφεία είναι: πεζοπορία, κανό, προσανατολισμός, παρατήρηση πτηνών και ποδηλασία σε βουνό.

8 από τα γραφεία συνεργάστηκαν ή συνεργάζονται με άλλα τουριστικά γραφεία και συνδέσμους, ενώ ένα από αυτά εξηγεί τους λόγους πίσω από αυτή τη συνεργασία, αναφέροντας ότι έτσι καλύπτεται η ανάγκη προσφοράς εξειδικευμένων υπηρεσιών στους πελάτες, την οποία δεν θα μπορούσαν να προφέρουν οι σύνδεσμοι ανεξάρτητα (παράδειγμα: πέιντμπολ).

Τα περισσότερα γραφεία προωθούν τις δραστηριότητές τους μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ αρκετά διαθέτουν επίσημες ιστοσελίδες. Η διαδικτυακή προώθηση προτιμάται περισσότερο σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα, όπως οι διαφημίσεις σε φυλλάδια, στο ραδιόφωνο ή την τηλεόραση και τις εκδηλώσεις. Κανένα, όμως, δεν χρησιμοποιεί εργαλεία ηλεκτρονικού εμπορίου.

Καλές πρακτικές

Έχουν καταγραφεί πέντε καλές πρακτικές στην περιοχή, οι οποίες στοχεύουν στην προώθηση της περιοχής και τη βελτίωση της εμπειρίας των τουριστών αλλά και των κατοίκων.

i. Há Festa na Aldeia (Πάρτι στο χωριό), στο χωριό Vilarinho de São Roque

Το Vilarinho de São Roque είναι ένα πολύ μικρό χωριό που βρίσκεται στην Albergaria-a-Velha. Όπως και σε άλλες αγροτικές περιοχές, παρατηρείται σταθερή μείωση του πληθυσμού και, ως αποτέλεσμα, υποβάθμιση των υποδομών της. Σε τέτοιες συνθήκες, ο τοπικός πληθυσμός αρχίζει να νιώθει αποκλεισμό από το χωριό και από την κοινότητα. Το πρόγραμμα Há Festa na Aldeia που αναπτύχθηκε από την Ένωση Τουρισμού Χωριών, δίνει έναυσμα και προωθεί τον τουρισμό σε μικρά χωριά της Πορτογαλίας, ενώ ταυτόχρονα διατηρεί την αγροτικότητα και την ποιότητα ζωής των κατοίκων. Οι δραστηριότητες απευθύνονται στους τοπικούς πληθυσμούς, καθώς αξιοποιούν τις τοπικές παραδόσεις και τους τοπικούς πόρους, αλλά και στους τουρίστες, καθώς δίνουν την αίσθηση της αυθεντικότητας. Παραδείγματα τέτοιων δραστηριοτήτων αποτελούν το Magusto (παραδοσιακή εορτή το Φθινόπωρο), κατά την οποία η φιλαρμονική του χωριού παίζει μουσική και οι ντόπιοι οργανώνουν παραδοσιακούς αγώνες. Η κύρια αποστολή του Há festa na Aldeia είναι η οργάνωση αυτών των εκδηλώσεων σύμφωνα με μια μεθοδολογία που περιλαμβάνει τα χωριά στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τον τύπο της εκδήλωσης, τις

δραστηριότητες, το φαγητό κλπ.

ii. Εφαρμογή “Sentir Estarreja”

Η Estarreja είναι ένας δήμος στην περιοχή Baixo Vouga Lagunar, η οποία είναι κυρίως αγροτική και περιβάλλεται από υδροβιότοπους που συνθέτουν τη λιμνοθάλασσα του Αβέιρο. Η Estarreja αντιμετωπίζει δυσκολίες στην επέκταση των τουριστικών υπηρεσιών, αφού οι περισσότεροι τουρίστες είναι Πορτογάλοι και την επισκέπτονται μια συγκεκριμένη εποχή του χρόνου, κατά τη διάρκεια του Καρναβαλιού (πρόκειται για μια από τις πιο διάσημες Καρναβαλιστικές Εκδηλώσεις της Πορτογαλίας). Αυτοί οι τουρίστες μένουν μόνο για ένα μικρό διάστημα και δεν απολαμβάνουν όλα όσα προσφέρει η περιοχή. Ο Δήμος της Estarreja δημιούργησε την εφαρμογή “Sentir Estarreja” (Αίσθηση Estarreja) που επιτρέπει στους χρήστες να εξερευνήσουν την περιοχή με έναν διαδραστικό τρόπο. Είναι διαθέσιμη σε τέσσερεις διαφορετικές γλώσσες - Πορτογαλικά, Ισπανικά, Αγγλικά, Γαλλικά - ώστε να προσελκύσει διαφορετικό κοινό. Η εφαρμογή επιτρέπει στους χρήστες να εξερευνήσουν τα τοπικά εστιατόρια και παρέχει πολλές επιλογές διαδρομών και περιπάτων στη φύση.

Παρέχει επίσης τη δυνατότητα στους χρήστες να βαθμολογήσουν τις εμπειρίες και τις τοποθεσίες και να μαζέψουν πόντους καθώς το κάνουν, κάτι το οποίο τους βοηθά να ανέβουν κατηγορία στην εφαρμογή. Οι χρήστες μπορούν να μοιραστούν τις εμπειρίες τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

iii. Casa do Moinho-Ovar

Το επάγγελμα του «moleiro» (αυτός που δουλεύει σε μύλο, ο μυλωνάς) είναι ένα από τα πιο παλιά επαγγέλματα και αποτελεί παράδοση στην περιοχή του Οβάρ, ενώ οι μύλοι αποτελούν βασικό στοιχείο του τοπίου της περιοχής. Με την εξαφάνιση αυτού του επαγγέλματος, πολλοί μύλοι και οι οικίες τους έχουν εγκαταλειφθεί, κάτι το οποίο αποτελεί απώλεια της κληρονομιάς της περιοχής. Το Casa do Moinho έχει αναπαλαιώσει τον μύλο και το σπίτι του μυλωνά (συνήθως όσοι ασχολούνταν με το επάγγελμα του μυλωνά ζούσαν κοντά στον μύλο, ή μέσα σε αυτόν), διατηρώντας τους πέτρινους τοίχους και αναπαλαιώνοντας κάποια από τα έπιπλα.

iv. Μουσείο Comur

Από τον 19ο αιώνα, η βιομηχανία της κονσερβοποίησης αποτελεί μεγάλο μέρος των Πορτογαλικών εξαγωγών, και οι Πορτογαλικές κονσέρβες, ιδιαίτερα τα ψάρια είναι γνωστές σε όλο τον κόσμο. Η περιοχή της Λιμνοθάλασσας του Αβέιρο είναι απαραίτητη σε αυτή τη βιομηχανία, και η βιομηχανία αποτελεί σύμβολο της περιοχής. Παρά το γεγονός αυτό, η βιομηχανία έχει «κακή φήμη», καθώς συχνά σχετίζεται με το φθηνό και το χαμηλής ποιότητας φαγητό. Το παλιό εργοστάσιο του Comur μεταμορφώθηκε σε ένα μουσείο, όπου οι επισκέπτες μπορούν να μελετήσουν την ιστορία και την ανάπτυξη της Πορτογαλικής βιομηχανίας κονσερβοποίησης. Το μουσείο παρουσιάζει ολόκληρη τη διαδικασία της παραγωγής κονσέρβας, από τη στιγμή που φτάνουν τα ψάρια στο εργοστάσιο μέχρι την αποστολή των κονσερβών. Έμφαση δίνεται στην ποιότητα και στον ρόλο των «Murtosa fryers»: γυναίκες που δούλευαν στην βιομηχανία κονσερβοποίησης στη Murtosa, που είναι γνωστή για τα χέλια της. Τα χέλια τηγανίζονταν και διατηρούνταν σε σάλτσα τουρσί από γυναίκες που τα πουλούσαν στις τοπικές αγορές. Το κατάστημα του μουσείου επιτρέπει επίσης στους επισκέπτες να αγοράσουν τα εκθέματα.

v. Comboio Histórico do Vouga (Το Ιστορικό Τρένο του Βούγα)

Η περιοχή της Λιμνοθάλασσας του Αβέιρο αποτελεί προστατευμένη περιοχή με πλούσια ιστορία και κληρονομιά. Το Ιστορικό Τρένο του Βούγα είναι τέλειο για περιήγηση στην περιοχή, αν και καταργήθηκε για κάποια χρόνια, χάρη σε κάποιες οικονομικές δυσκολίες. Το 2021, άρχισε να κυκλοφορεί ξανά. Το ιστορικό τρένο του Βούγα κυκλοφορεί τους καλοκαιρινούς μήνες στις περιοχές του Αβέιρο και της Macinhata do Vouga. Επιτρέπει στους ταξιδιώτες να ταξιδέψουν και να απολαύσουν το τοπίο μέσα από βαγόνια του, που προέρχονται από τις αρχές του 20ου αιώνα. Επιπρόσθετα, προσφέρεται ένα πρόγραμμα για ολόκληρη τη μέρα που περιλαμβάνει ερμηνείες από μουσικούς της περιοχής και μια μικρή εκδήλωση με παραδοσιακά προϊόντα στην περιοχή Macinhata do Vouga (ο προορισμός) και μια επίσκεψη στο μουσείο του τρένου στο ίδιο χωριό. Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού της επιστροφής, οι επιβάτες επισκέπτονται για μια ώρα την Águeda και δοκιμάζουν πιάτα από την τοπική κουζίνα, πριν επιστρέψουν στο Αβέιρο.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας είναι ότι υπάρχει η ανάγκη βελτίωσης της διαφήμισης της περιοχής, των επιχειρήσεων και των οργανισμών που λειτουργούν στον τομέα του τουρισμού. Όπως περιεγράφηκε, οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν ήδη επαρκείς λειτουργίες - π.χ. λειτουργούν όλον τον χρόνο και προσφέρουν δραστηριότητες διαφορετικού τύπου - και εκπαιδευμένο προσωπικό - το προσωπικό των περισσότερων

επιχειρήσεων μιλούν κι άλλες γλώσσες πέρα από τα Πορτογαλικά - αλλά εξακολουθεί να υπάρχει η ανάγκη βελτίωσης της επικοινωνίας και των στρατηγικών μάρκετινγκ. Επομένως, το έργο Escape2: πρέπει να δώσει έμφαση στις στρατηγικές προώθησης, επικοινωνίας, μάρκετινγκ αλλά και δικτύωσης, ώστε οι αγροτικές περιοχές να χτίσουν την επωνυμία τους και να εμπνευστούν από καλές πρακτικές, με σκοπό της προσέλκυση και την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού.

Παρ' όλα αυτά, υπάρχει και η ανάγκη Δημόσιων Επενδύσεων, ιδιαίτερα όσον αφορά στην προσβασιμότητα στις αγροτικές περιοχές και την επαρκή κατευθυντήρια σήμανση προς τις τουριστικές δραστηριότητες της περιοχής.

Ρουμανία: Βόρεια Περιοχή της Ρουμανίας – IASI

Χαρακτηριστικά της περιοχής

Η περιοχή βασίζεται στις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης, τον σεβασμό προς τις παραδόσεις και την ιστορία, τη φυσική και μη κληρονομιά και την ενίσχυση της εθνικής, πολιτιστικής και θρησκευτικής διαφορετικότητας. Έχει έκταση 34.160 km² και 2.730.132 κατοίκους.

Η περιοχή της Βόρειας-Δυτικής Ρουμανίας αποτελεί μια από τις 8 βασικές περιοχές της Ρουμανίας, και αποτελείται από 6 κομητείες. Οι πυλώνες της οικονομικής ανάπτυξης της περιοχής είναι οι μεγάλες πόλεις, όπως η Κλουζ-Ναπόκα, η Μπάια Μάρε, η Ορανταία, το Ζαλάου, το Σάτου Μάρε και η Μπιστρίτσα.

Βασικές πληροφορίες

ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (η κατάσταση του 2015): Το 28.16% των εργαζομένων ανήκει στον τομέα της γεωργίας, το 23.04% στον τομέα της βιομηχανίας, το 13.02% στο εμπόριο και το 6.48% στην οικοδομική βιομηχανία.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ: Οι παγκόσμιες εμπορικές εξαγωγές ανά τομέα ποικίλουν από μηχανικό εξοπλισμό και μηχανικά εργαλεία, ηλεκτρικό εξοπλισμό, συσκευές εγγραφής οπτικοακουστικού υλικού που αντιστοιχούν στο 34% των συνολικών εξαγωγών της περιοχής, μέχρι διάφορα αντικείμενα και έπιπλα, κοινά μέταλλα, υφάσματα και ρούχα, πλαστικό και πλαστικά αντικείμενα που αντιστοιχούν στο 6%.

ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ: Μόνο το 3.49% του πληθυσμού της περιοχής έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Η περιοχή αυτή αποτελεί την δεύτερη κατά σειρά περιοχή στη Ρουμανία, σύμφωνα με την Έρευνα Ανάπτυξης και Καινοτομίας (2013). Το ποσοστό των καινοτόμων εταιριών μειώθηκε σημαντικά από 27% του συνόλου των εταιριών το 2004-2010 σε 12% το 2012, καταλαμβάνοντας την τελευταία θέση σε εθνικό επίπεδο.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό στοιχείο της περιοχής, καθώς πολλοί την επισκέπτονται για την ποικιλία που διαθέτει σε μουσεία, κάστρα, οχυρά και θρησκευτικά ορόσημα, καθώς για την αστική της αρχιτεκτονική. Με 14 αναγνωρισμένα θέρετρα, ιατρικά κέντρα και σπα, ο τουρισμός υγείας αποτελεί ακόμα έναν πόλο έλξης, ενώ ο αγροτικός τουρισμός ευδοκιμεί στις προστατευμένες φυσικές περιοχές των Μαραμούρες, Απουσένι και Ρόντνα (οροσειρές).

Σύμφωνα με μια έρευνα που διεξήχθη από τον Ionel Marian στο Πανεπιστήμιο «Ovidius» στην Κωστάντζα, στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, τα Ρουμανικά χωριά αποτελούν πρωτότυπο τουριστικό προϊόν που προκαλέι τουρισμό, γιατί βασίζονται σε μια μεγάλη ποικιλία φυσικών και πολιτιστικών πόρων (Nistoreanu et al, 2003, p.208), διάφορες τουριστικές εγκαταστάσεις και τουριστικές εμπειρίες και χαρακτηριστικά που αναδεικνύουν τη μοναδικότητα της χώρας: άνθρωποι, ιστορία, πολιτισμός, παραδόσεις και έθιμα.

Στη Ρουμανία, δεν έχει δοθεί έγκριση και δεν έχουν νομιμοποιηθεί οι αγροτικοί οικισμοί με τουριστική λειτουργία, αλλά ούτε και τα τουριστικά χωριά. Επομένως, δεν έχουν αναγνωριστεί ούτε και οργανωθεί ή προωθηθεί. Στις αγροτικές περιοχές προωθούνται μόνο οι πανσιόν, χωρίς να γίνεται αναφορά στην εθνογραφική περιοχή που ανήκουν (Glavan, 2006, p.143). Γι' αυτό, σε πολλές αγροτικές περιοχές, οι τουριστικές πανσιόν χτίστηκαν χωρίς να σέβονται την τοπική αρχιτεκτονική και το περιβάλλον, με τη χρήση φιλικών προς αυτό υλικών κατασκευής. Κάτι τέτοιο είναι πολύ επικίνδυνο για τον αγροτικό τουρισμό, γιατί οδηγεί στην απώλεια της τοπικής ταυτότητας και τη μετάδοση συγκεκριμένων στοιχείων από τις αστικές περιοχές. Για τη διατήρηση των χαρακτηριστικών και για να παραμείνει αναλλοίωτος ο Ρουμανικός αγροτικός τουρισμός, πρέπει να ληφθούν κάποια μέτρα και να προστατευθούν οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι των αγροτικών περιοχών. Ταυτόχρονα, είναι πολύ σημαντικό να καθιερωθούν στρατηγικές σε κεντρικό και τοπικό επίπεδο για την προώθηση του αγροτικού τουρισμού και του αγροτουρισμού, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

Αγροτικός Τουρισμός: πολιτική, προγράμματα και διακυβέρνηση

Κατά την περίοδο 2014-2020, εφαρμόστηκε στην περιοχή μια τοπική στρατηγική ανάπτυξης, με βάση Ευρωπαϊκές αρχές, κατά την οποία η αγροτική περιοχή μελετήθηκε με βάση τους πυλώνες ανάπτυξής της. Μέσω αυτής της στρατηγικής, για την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, προτάθηκε ανταγωνιστική ανάπτυξη, εφαρμογή και υποστήριξη νέων επιχειρήσεων.

Ο τουρισμός στην περιοχή χαρακτηρίζεται από 7 τύπους τουριστικών αξιοθέατων: ιστορικά αξιοθέατα, θρησκευτικές τοποθεσίες, μνημεία και τεχνητές λίμνες, πολιτιστικά αξιοθέατα, εθνογραφικά και λαογραφικά

αξιοθέατα της κάθε περιοχής. Εκτός από τη συλλογή και την παρουσίαση των στατιστικών δεδομένων για τα τουριστικά μέρη, η στρατηγική αυτή περιλαμβάνει 7 μέτρα για την αύξηση των τουριστικών δραστηριοτήτων της περιοχής. Δυστυχώς, μέχρι τη δεδομένη στιγμή, δεν έχουν διεξαχθεί δημόσιες μελέτες για την επίδραση αυτής της στρατηγικής και τα μέτρα που εφαρμόστηκαν.

Η Βορειοδυτική περιοχή της Ρουμανίας προσελκύει πολλούς τουρίστες σε ασυνήθιστους προορισμούς – καθώς οι περιοχές αυτές είναι γνωστές χάρη στους τοπικούς μύθους, τις τρομακτικές ιστορίες, τον τουρισμό περιπέτειας και τα παγκοσμίως γνωστά παραμύθια (όπως ο Δράκουλας). Δυστυχώς, αυτά τα ασυνήθιστα τουριστικά αξιοθέατα, ακόμα και αν αναφέρονται σε τουριστικές προσφορές, περιορίζονται μόνο σε έργα υποδομής και σε περίπλοκες τουριστικές προσφορές της περιοχής.

Πρόσφατες έρευνες που διεξάχθηκαν στη Ρουμανία παρουσιάζουν μια σειρά προτάσεων για τον αγροτικό τουρισμό στην περιοχή της Κλουζ-Ναπόκα, που βασίζονται στα τοπικά μνημεία και την τοπική πραγματικότητα. Για τη βιώσιμη ανάπτυξη του Ρουμανικού αγροτικού τουρισμού, χρειάζεται να εφαρμοστούν διαφορετικά προγράμματα που θα προσφέρουν στους τουρίστες περισσότερους τύπους δραστηριοτήτων και όχι μόνο γαστρονομικές εμπειρίες. Υπάρχουν, ωστόσο, και μερικές αρνητικές πτυχές της Ρουμανικής κοινωνίας που εμποδίζουν την αύξηση του τουρισμού, οι οποίες βασίζονται κυρίως στη φτώχεια και στην ακατάλληλη προσαρμογή κάποιων περιοχών.

Οι προστατευμένες περιοχές της περιοχής θα μπορούσαν να ενταχθούν στις στρατηγικές προώθησης του οικολογικού τουρισμού που αποτελεί την πιο αποδεκτή μορφή τουρισμού για την προστασία του περιβάλλοντος. Για μεσοπρόθεσμη ανάπτυξη (μέχρι το 2021), η έρευνα αυτή προωθεί την διάσωση των πολιτιστικών κτιρίων, όπως τα θρησκευτικά. Για τα ασυνήθιστα αξιοθέατα, προτείνεται η ανάπτυξη μιας στρατηγικής για την προσέλκυση περισσότερων τουριστών μέσω των θεματικών πάρκων, της εκμετάλλευσης συγκεκριμένων αθλημάτων (όπως γκολφ), της ένταξης των αξιοθέατων στις παγκόσμιες διαδρομές, της ανάπτυξης προσωποποιημένων τουριστικών πακέτων και του πολλαπλασιασμού των υπαρχόντων στοχευμένων υπηρεσιών (σπα και ευημερία, αλατοσπήλαια, ιαματικά λουτρά κλπ.).

Σχετικά με τη διαμονή, υπάρχουν περιοχές, όπου δεν υπάρχουν κατάλληλες υποδομές, σύμφωνα με τα εθνικά στατιστικά στοιχεία, ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές με μεγάλες προοπτικές για τουρισμό, στη Βόρεια Τρανσυλβανία. Επιπλέον, το οδικό δίκτυο δεν είναι τόσο ικανοποιητικό, καθώς υπάρχει μικρός αριθμός αυτοκινητοδρόμων ή δρόμων ταχείας κυκλοφορίας στην περιοχή.

Επίσης, η έρευνα συνεχίζει αναφέροντας κάποιες προτάσεις για την ανάπτυξη βιώσιμου αγροτικού τουρισμού: ανάπτυξη εθνικής στρατηγικής για την αύξηση του αριθμού των χώρων διαμονής, προώθηση νέων περιοχών για τουρισμό, ώστε να δημιουργηθούν περισσότεροι χώροι και αξιοθέατα, βελτίωση της λειτουργικότητας των Σημείων Πληροφόρησης και προώθηση διαφορετικών δραστηριοτήτων που οδηγούν στη μεγαλύτερη διαμονή στην περιοχή. (Βιβλιογραφία: Tourism in Nord-West Region: there are tourist attractions, but without infrastructure. What are the solutions?, sociological research made by University Babes-Bolyai, Cluj: https://transilvaniareporter.ro/actualitate/turismul-in-regiunea-de-nord-vest-marile-lipsuri-principalele-puncte-forte-si-potential-de-dezvoltare/)

Τουριστικά δεδομένα

Το Πρόγραμμα της ΕΕ για την Απασχόληση και την Κοινωνική Καινοτομία (EaSI) εφάρμοσε στη Ρουμανία έρευνες που σχεδιάστηκαν κατά το έργο ESCAPE2 και κατάφερε να έρθει σε επαφή με 30 τοπικά και εθνικά εμπλεκόμενα μέρη από δημοφιλείς τουριστικές περιοχές, ώστε να ελέγξει την κατάσταση του τουρισμού που επικρατεί σε εθνικό επίπεδο, εστιάζοντας στον αγροτικό. Η έρευνα χωρίστηκε σε 3 μέρη δράσης: φιλοξενία και διαμονή, πολιτιστική και φυσική κληρονομιά και τουριστικοί ξεναγοί και τουριστικά γραφεία. Όσον αφορά στην φιλοξενία και διαμονή, δόθηκαν απαντήσεις από 12 μονάδες, για την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά δόθηκαν 8 απαντήσεις και 10 για τους ξεναγούς και τα τουριστικά γραφεία.

Η ομάδα στόχος αυτής της έρευνας αποτελούνταν από μικρό αριθμό συμμετεχόντων, οι οποίοι/οποίες επιλέχθηκαν τυχαία, άρα τα αποτελέσματα δεν αναδεικνύουν την κατάσταση που επικρατεί στη Ρουμανία, αλλά αποτελούν απλά το αρχικό έναυσμα για περαιτέρω δράση στα πλαίσια αυτού του έργου.

Πολιτιστική και φυσική κληρονομιά

Για την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά, το EaSI αντιμετώπισε τη μεγαλύτερη απροθυμία από τους υπεύθυνους αυτού τους είδους οργανισμών, καθώς κατάφερε να έρθει σε επαφή με μόνο 8 μονάδες για την έρευνα του ESCAPE2. Οι μονάδες βρίσκονται κυρίως σε ορεινές περιοχές ή λόφους. Οι απαντήσεις συλλέχθηκαν από 1 οχυρό, 3 μουσεία,

1 δημόσια ιδιοκτησία (αλατοσπήλαιο) και 1 τοπική αρχή προώθησης και ανάπτυξης του τουρισμού - 2 από αυτές βρίσκονται σε αστικές περιοχές, 2 σε παλιές πόλεις και 4 σε αγροτικές περιοχές. Μεταξύ αυτών των 8 απαντήσεων που λήφθηκαν, υπάρχουν αντιπρόσωποι από: ιστορικό κτίριο (1), ιστορικό κήπο (1), αρχαιολογικό μουσείο (2) και άλλων τύπων μουσείων, συμπεριλαμβανομένων και των εκκλησιών (4).

Η προσβασιμότητα δεν φαίνεται να αποτελεί πρόβλημα για τους συμμετέχοντες, καθώς υπάρχουν 6 απαντήσεις που θεωρούν ότι το οδικό δίκτυο ως τα αξιοθέατα είναι ικανοποιητικό και 2 που το χαρακτηρίζουν ως όχι και τόσο άνετο. Δεν μπορέσαμε να συσχετίσουμε την κατάσταση των δρόμων με τη σήμανση, καθώς οι απαντήσεις ποίκιλαν από καλό οδικό δίκτυο με ανεπαρκή σήμανση ή επαρκή σήμανση με όχι και τόσο άνετο οδικό δίκτυο. Από αυτές τις απαντήσεις προκύπτει μια ορατή σχέση μεταξύ της κατάστασης του οδικού δικτύου και την προσβασιμότητα από τους ανθρώπους με αναπηρίες (ιδιαίτερα κινητική αναπηρία) – οι μονάδες που δήλωσαν ότι οι δρόμοι δεν είναι άνετοι, δήλωσαν επίσης ότι υπάρχουν προβλήματα προσβασιμότητας για τους ανθρώπους με αναπηρίες.

Η πλειοψηφία αυτών των μονάδων δεν λειτουργεί τις Δευτέρες, καθώς οι Δευτέρες θεωρούνται ημέρες αργίας, ούτε και κατά τη διάρκεια των Εθνικών αργιών. 1 μονάδα ανέφερε ότι αλλάζει το πρόγραμμά της ανάλογα με την εποχή, ενώ όλες οι μονάδες δήλωσαν ότι η περίοδος Απρίλιος - Οκτώβριος είναι η πιο απασχολημένη.

2 από αυτά τα αξιοθέατα δεν παρέχουν ξεναγήσεις, ενώ 2 παρέχουν και τα υπόλοιπα 4 δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να διαλέξουν. Οι τουρίστες που επισκέπτονται τα αξιοθέατα είναι ντόπιοι κάτοικοι ή προέρχονται από το εσωτερικό αλλά και από το εξωτερικό και καλωσορίζονται με διαφημιστικά φυλλάδια σε 5 μονάδες, με φυλλάδια πληροφοριών σε 3, διαδραστικά περίπτερα σε 3 και με ακουστική ξενάγηση σε ένα.

Αυτά τα αξιοθέατα είναι φιλικά προς τους ξένους τουρίστες, καθώς παρέχεται υποστήριξη σε διάφορες γλώσσες: Σε 6 μονάδες το προσωπικό μιλά Αγγλικά και ανάμεσα σε αυτές, σε 2 μονάδες μιλά Γαλλικά.

Ακόμα ένα πρόβλημα αποτελεί το γεγονός ότι δεν χρηματοδοτούνται όλες οι μονάδες, γι' αυτό 3 από τις 8 μονάδες δήλωσαν ότι δεν έχουν λάβει χρηματοδότηση τα τελευταία 10 χρόνια. Το EaSI ανέφερε ότι κάποιοι από αυτούς τους οργανισμούς δέχτηκαν στήριξη για αποκαταστάσεις ή τουριστική ανάπτυξη από το Δημοτικό Συμβούλιο (στα αξιοθέατα συμπεριλαμβάνονται και οι παλιές εκκλησίες ως πολιτιστική κληρονομιά ή μουσεία). Επιπρόσθετα, μια μονάδα έλαβε χρηματοδότηση από το Υπουργείο Ερευνών και ακόμη μια από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Και οι δύο μονάδες ήταν αρχαιολογικά μουσεία.

Τα αξιοθέατα προωθούνται μέσω μιας σχετικής σελίδας στο Facebook ή μέσω της ιστοσελίδας τους. Μια μονάδα συμπεριλαμβάνεται σε παγκόσμια φυλλάδια που διαμοιράζονται σε αεροδρόμια και Πρεσβείες και 2 από αυτές προωθούνται μη διαδικτυακά, μέσω της τοπικής τουριστικής αγοράς, των εφημερίδων ή φυλλαδίων. Πέρα από αυτό, ένα αξιοθέατο δεν περιλαμβάνεται σε τουριστικά προγράμματα ή προωθητικά δίκτυα.

Όλα αυτά τα αξιοθέατα χρειάζονται επικυρωμένο εισιτήριο για την είσοδο και οι τιμές τους κυμαίνονται από 2 μέχρι 8 lei (0,40-1,60 ευρώ). 5 από αυτά δέχονται μόνο μετρητά και 3 δέχονται μετρητά και κάρτα. Επιπλέον, 2 μονάδες απάντησαν πως χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο και εφαρμογές στο κινητό τηλέφωνο.

Φιλοξενία και διαμονή

12 αντιπρόσωποι της HORECA παρείχαν απαντήσεις στο ερωτηματολόγιό μας, το οποίο διαμοιράστηκε τυχαία σε όλη τη Ρουμανία. Ανάμεσα στις απαντήσεις που δόθηκαν, υπάρχουν 6 αγροτουριστικές περιοχές, 2 καφετέριες και 4 μονάδες διαφορετικού τύπου, οι οποίες βρίσκονται κυρίως σε αγροτικές περιοχές (5 σε χωριά και 4 σε αγροτική περιοχή ή στην ύπαιθρο), ορεινές περιοχές ή λόφους. Μεταξύ αυτών των μονάδων, καταγράψαμε τους παρακάτω τύπους διαμονής: 3 B&B, 1 κάμπινγκ πολυτελείας, 2 διαμονή σε σπίτι κατοίκου, 1 διαμέρισμα, 1 ξενοδοχείο και 2 άλλοι τύποι διαμονής.

Σχετικά με την προσβασιμότητα στα αξιοθέατα, η πλειοψηφία αναφέρει πως το οδικό δίκτυο είναι ικανοποιητικό και η σήμανση επαρκής. Μια από τις μονάδες σε ένα χωριό δήλωσε πως το οδικό δίκτυο δεν παρείχε επαρκή πρόσβαση και χαρακτηριζόταν από ανεπαρκή σήμανση, ενώ μια άλλη ανέφερε πως το οδικό δίκτυο προσφέρει περιορισμένη πρόσβαση. Όσον αφορά στην προσβασιμότητα σε αυτά τα αξιοθέατα, οι άνθρωποι με αναπηρίες (ειδικά κινητικές) δεν λαμβάνονται σοβαρά υπόψη, καθώς υπήρχαν 8 αρνητικές απαντήσεις για την προσβασιμότητα. Επιπλέον, 4 αξιοθέατα αγροτικών περιοχών δήλωσαν πως η πρόσβαση μέσω του οδικού δικτύου είναι εύκολη.

Όλες οι μονάδες που αντιπροσωπεύουν τον τομέα φιλοξενίας και διαμονής λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και δέχονται όλους τους τύπους τουριστών, είτε προέρχονται από το εθνικό είτε από το παγκόσμιο επίπεδο.

Η πλειοψηφία των εστιατορίων προσφέρει τοπικά ή εθνικά πιάτα, ενώ 3 παρέχουν και γεύσεις από όλον τον κόσμο. Για την τοπική κουζίνα, μια από αυτές τις τοποθεσίες περιλαμβάνει στο μενού διάφορους τύπους θαλασσινών πιάτων, χάρη στην ιχθυοτροφία της μονάδας. Μια από τις μονάδες αναφέρθηκε σε μια ανοιχτή κουζίνα, όπου οι τουρίστες θα μπορούσαν να μαγειρέψουν μόνοι τους, ενώ 2 από τις μονάδες δεν προσφέρουν αυτή την υπηρεσία.

Όσον αφορά στις διαθέσιμες εγκαταστάσεις, 10 από τις 12 μονάδες ανέφεραν την ύπαρξη ενός χώρου αναμονής ή υποδοχής, 7 διαθέτουν παιδική χαρά, 8 χώρους πρασίνου, 11 προσφέρουν σύνδεση Wi-Fi και 8 διαθέτουν τηλεοράσεις στα δωμάτια. Σε 4 μέρη, οι τουρίστες έχουν πρόσβαση σε εγκαταστάσεις πλυντηρίου, ενώ 4 μονάδες προσφέρουν προγράμματα οργανωμένων εκδρομών και 3 εμπειρίες γευσιγνωσίας.

Οι τιμές που αναφέρθηκαν κυμαίνονται από λιγότερο από 15 ευρώ μέχρι 40 ευρώ, όπως φαίνεται παρακάτω: 5 μονάδες με τιμές κάτω των 15 ευρώ, 3 μεταξύ των 21 και 25 ευρώ και 2 μεταξύ των 36 και 40 ευρώ το βράδυ. Οι 2 υψηλότερες τιμές εντοπίζονται στην ορεινή περιοχή. Από τις 12 μονάδες, μόνο μία δήλωσε ότι η πληρωμή μπορεί να πραγματοποιηθεί μόνο με μετρητά, ενώ οι υπόλοιπες 11 διαθέτουν και τους δύο τρόπους πληρωμής (μετρητά ή κάρτα). Επίσης, μια από τις μονάδες που συμμετείχαν δήλωσε πως δεν χρησιμοποιεί ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά δέχεται πληρωμή με κάρτα εντός της μονάδας.

Γενικά, οι μονάδες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο δεν ανέφεραν συμπράξεις με άλλα εμπλεκόμενα μέρη ή οργανισμούς. Μόνο 3 δήλωσαν ότι συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των διακοπών που παρέχονται από τα ασφαλιστικά ταμεία. Όσον αφορά τους τύπους συμπράξεων, μπορούμε να προσθέσουμε τα προωθητικά δίκτυα και παρατηρείται ότι 1 μονάδα δεν συμμετέχει στα προωθητικά δίκτυα ή πλατφόρμες και 7 δεν συμπεριλαμβάνονται στα δίκτυα τουρισμού. Με βάση αυτό το ερωτηματολόγιο, 4 διευθυντές HORECA ανέφεραν προσφέρουν εμπειρίες αναρρίχησης και γευσιγνωσίας.

Η πλειοψηφία των μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα πορωθούν την επιχείρησή τους σε τουριστικές ιστοσελίδες όπως το Booking ή άλλες εθνικές πλατφόρμες (TravelMinit) ή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Όσον αφορά στις ξένες γλώσσες, πολλοί από αυτούς που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο μιλούν Αγγλικά (7 από τους 12), μεταξύ των οποίων 2 μιλούν και άλλες γλώσσες όπως τα Γαλλικά ή τα Ουγγρικά. Παρά το γεγονός αυτό, 3 δήλωσαν πως μιλούν μόνο μια ξένη γλώσσα, η οποία δεν ήταν τα Αγγλικά αλλά τα Ουγγρικά (στη βόρεια πλευρά της Ρουμανίας), τα Ισπανικά και τα Γαλλικά.

Τουριστικά γραφεία

Το EaSI συγκέντρωσε 10 απαντήσεις για αυτή την κατηγορία, με μεγαλύτερη απήχηση στο Βουκουρέστι. Πρόκειται για εθνικά τουριστικά γραφεία, 3 από τα οποία προσφέρουν πεζοπορία και 2 διαφορετικούς τύπους τουρισμού (δεν αναφέρθηκαν). Όλα συνεργάζονταν με κάποια άλλη επιχείρηση ή οργανισμό, όπως τα μεγάλης κλίμακας τουριστικά γραφεία στη Ρουμανία.

Το προσωπικό όλων μιλά Αγγλικά, ενώ σε 6 μιλά και δεύτερη ξένη γλώσσα, όπως τα Γερμανικά ή τα Γαλλικά. Σχετικά με τις υπηρεσίες που παρέχουν, 4 προσφέρουν περιβαλλοντικά εργαστήρια, 1 πολιτιστικό τουρισμό, 1 ψυχαγωγικές εκδρομές και 3 εκδρομές στη φύση.

5 δήλωσαν ότι δεν χρησιμοποιούν ηλεκτρονικό εμπόριο. Ανάμεσα στις απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν, 4 δήλωσαν ότι δέχονται μόνο πληρωμή με μετρητά. 2 από τα γραφεία που απάντησαν ότι δέχονται μόνο μετρητά δεν χρησιμοποιούν ούτε ηλεκτρονικό εμπόριο. Η μέση τιμή των τιμών για 4 ώρες ξενάγησης κυμαίνεται γύρω στα 70 ευρώ και για άλλες υπηρεσίες εκτός των ξεναγήσεων, οι τιμές φτάνουν μέχρι και τα 150 ευρώ για 4 ώρες. Αντίστοιχα φτάνουν τα 250 ευρώ για ολόκληρη τη μέρα. Με αυτές τις τιμές, οι τουρίστες μπορούν να απολαύσουν διάφορες εμπειρίες, όπως η περιπέτεια με ποδήλατα.

Τα μέσα που χρησιμοποιούνται για προώθηση είναι οι ιστοσελίδες, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook ή το Instagram. Αναφέρθηκε επίσης και η έντυπη διαφήμιση. Αναφέρθηκε από μια μονάδα που συμμετείχε στην έρευνα ότι κοινωνικές μελέτες βοήθησαν στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων για την καλύτερη κατανόηση των πληθυσμών σε 4 ηπείρους.

Καλές Πρακτικές

1. Căsuțele din vie - Σπίτια στον αμπελώνα, Γκορζ, Ρουμανία

Μια οικογένεια από το χωριό Γκορζ κατάφερε με τη βοήθεια Ευρωπαϊκών επιχορηγήσεων να αναπτύξει ένα έργο για τον αγροτικό τουρισμό κτίζοντας 6 μικρά ξύλινα σπιτάκια (για 2 άτομα) σε έναν αμπελώνα. Οργάνωσαν έτσι έναν χώρο χαλάρωσης, παιδική χαρά και ένα μέρος για φαγητό σε υπαίθριο χώρο. Οι τουρίστες μπορούν να πηγαίνουν με τροχόσπιτο ή να νοικιάζουν σκηνή. Αυτοί οι επιχειρηματίες έχουν διατηρήσει και ανακαινίσει το παλιό κελάρι, ειδικό για περιοχές με αμπελώνες και το έχουν μετατρέψει σε μουσείο με παραδοσιακά αντικείμενα.

2. Κατασκευή αθλητικού γηπέδου πολλών χρήσεων στο χωριό Πλενίτα.

Οι αγροτικές δραστηριότητες στη Ρουμανία, αυτή τη στιγμή, καταλαμβάνουν το 85% της τοπικής οικονομίας. Η τοπική επιχειρηματικότητα έχει άμεση επαφή με τη γεωργία, την καλλιέργεια φρούτων και την αλιεία/υδατοκαλλιέργεια. Ωστόσο, παρατηρήθηκε ότι με την αύξηση της ελκυστικότητας της περιοχής – προκλήθηκε από τη βελτίωση των τοπικών υποδομών και και διαφήμιση των τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων (π.χ. το ετήσιο φεστιβάλ παιώνιας, κάποιες παραδοσιακές και θρησκευτικές εκδηλώσεις) - η Πλενίτα γίνεται όλο και πιο ελκυστική χάρη στην διαφορετικότητα, την καινοτομία και την προσέλκυση επιχειρήσεων.

3. Η προσέγγιση Πετυχημένοι Προορισμοί

Κοινότητες στη Ρουμανία, τη Φλάνδρα (Βέλγιο) και τη Σκοτία συνεργάστηκαν για τη δημιουργία ενός μοντέλου για την ανάπτυξη κοινοτικού βιώσιμου τουρισμού.

Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση οι άνθρωποι συνεργάζονται για τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας ταχέως αναπτυσσόμενης κοινότητας που ευνοεί τους επισκέπτες και τους ντόπιους. Οι περιοχές που συμμετέχουν επιθυμούσαν να αυξήσουν τις τουριστικές τους δραστηριότητες που θα επιφέρουν θετικά αποτελέσματα για την κοινότητα και το φυσικό κεφάλαιο της περιοχής. Το κύριο επίτευγμα είναι η στήριξη των τοπικών τουριστικών κοινοτήτων και η κατεύθυνσή τους προς τη συνεργατική, αειφόρο ανάπτυξη της περιοχής. Περισσότεροι τοπικοί φορείς ασχολούνται πλέον με την ευρύτερη κοινότητα και την αγροτική ανάπτυξη και χρησιμοποιούν το έργο για να αναδείξουν τη δουλειά τους σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Η προσωπική ανάπτυξη των ανθρώπων που εμπλέκονται, αποκτάται από την ενασχόληση με χρηματοδοτούμενες και δομημένες δραστηριότητες δικτύωσης.

4. FishNat, «Η αλιεία ως διακρατική τουριστική ευκαιρία / προϊόντα και βιώσιμη χρήση της φυσικής κληρονομιάς και των φυσικών πόρων», έργο από τη Ρουμανία και τη Βουλγαρία

Η ιδέα αυτή άρχισε από την επιθυμία για προώθηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς κοντά στον Δούναβη και στις δύο χώρες και για ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης μέσω της προώθησης της αλιείας ως μεγάλης τουριστικής δυνατότητας. Το έργο εστιάζει στην οργάνωση εργαστηρίων για τη συνεργατική ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και του τοπικού πληθυσμού στις περιοχές που σχετίζονται με τον τουρισμό αναψυχής (ευκαιρίες για διαμονή, εστιατόρια, κάμπινγκ, ταξίδια και ψυχαγωγία). Με τη λήξη του έργου, οργανώθηκε το Φεστιβάλ FISHNAT - μια εκδήλωση που προώθησε ένα τουριστικό πακέτο τριών ημερών, με συμμετοχή περίπου 3000 ατόμων.

5. Οργάνωση βοτανικού κήπου και παροχή ευκαιριών για κατάρτιση νέων αγροτών

Μια μικρή κομητεία στη Ρουμανία με την υποστήριξη του EAFRD ανακαίνισε και προώθησε τα τοπικά αξιοθέατα: τον βοτανικό κήπο (που δημιουργήθηκε το 1971) και σχεδίασε ένα πρόγραμμα για τους νέους αγρότες λαμβάνοντας υπόψη περιβαλλοντικές πτυχές. Η χρηματοδότηση χρησιμοποιήθηκε για την ανακαίνιση των υποδομών και της βλάστησης του κήπου και της σύνδεσής τους με άλλες παρόμοιες εγκαταστάσεις στο εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Επιπλέον, επέτρεψε την ίδρυση ενός εκπαιδευτικού προγράμματος για τους νέους αγρότες που εστιάζει σε περιβαλλοντικά θέματα όπως η εφαρμοσμένη περιβαλλοντική προστασία, η οικολογική αποθήκευση των ζωικών αποβλήτων, η εξοικονόμηση νερού και η άρδευση των χωραφιών των θερμοκηπίων.
*Τα δεδομένα συλλέχθηκαν από την ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Δικτύου Αγροτικής Ανάπτυξης (ENRD) - https://enrd.ec.europa.eu/projects-practice/_en?f%5B0%5D=sm_enrd_eu_countries%3ARomania

Συμπεράσματα

Στη Ρουμανία, σύμφωνα με τα δεδομένα που συγκέντρωσε το EaSI, παρατηρήθηκε υποδοχή ντόπιων ή ξένων τουριστών και ότι οι διαχειριστές των τουριστικών δραστηριοτήτων έδειξαν ενδιαφέρον για τη βελτίωση των δεξιοτήτων τους και των τουριστικών αποτελεσμάτων, ώστε να εξυπηρετούν καλύτερα τους τουρίστες που επισκέπτονται τα αξιοθέατά τους (και στους 3 τομείς στους οποίους το EaSI εστίασε την έρευνα). Συνήθως, σε κάθε μονάδα, υπάρχει άτομο στο προσωπικό που μιλά αγγλικά, όμως αυτό δεν αποτελεί κανόνα, καθώς σε κάποια μέρη οι τουρίστες μπορεί να αντιμετωπίσουν καταστάσεις, στις οποίες δεν υπάρχει η δυνατότητα επικοινωνίας σε κάποια παγκόσμια γλώσσα - πράγμα που μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα για την ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού.

Πολλοί πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών ανέφεραν ότι υπάρχει πρόβλημα στην πρόσβαση, αφού η σήμανση δεν είναι επαρκής, ώστε να οδηγεί τους τουρίστες στους περισσότερους προορισμούς και η κατάσταση του οδικού δικτύου διαφέρει από περιοχή σε περιοχή. Παρατηρήθηκε επίσης ότι οι υποδοχείς τουριστών στη Ρουμανία δεν είναι κατάλληλα προετοιμασμένοι να υποδέχονται ανθρώπους με αναπηρίες (ιδιαίτερα εκείνους με κινητικές αναπηρίες), εκτός από τα πολιτιστικά ιδρύματα που δήλωσαν ότι είναι πιο προετοιμασμένα όσον αφορά στα θέματα προσβασιμότητας.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν στην έρευνα, παρατηρείται ότι όσον αφορά στη συνεργασία, οι μονάδες από τη HORECA και οι πολιτιστικοί οργανισμοί, έχουν την τάση να μη συνεργάζονται με τοπικές ή εθνικές επιχειρήσεις αλλά να προτιμούν τα εσωτερικά δίκτυα και να είναι πιο αυτόνομες επιχειρήσεις. Επιπλέον, το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί εργαλείο που μετά βίας χρησιμοποιείται, καθώς λιγότερο από το 50% των μονάδων χρησιμοποιούν αυτό το εργαλείο. Στη Ρουμανία, οι περισσότερες μονάδες χρησιμοποιούν διαδικτυακά εργαλεία μάρκετινγκ, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή ιστοσελίδες, στα οποία προωθούν τις υπηρεσίες τους, με σκοπό να προσελκύσουν τους τουρίστες.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι σε μεγάλο βαθμό οι 3 τομείς που διερευνήθηκαν δεν έχουν πρόσβαση σε εθνικές ή Ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις, μπορεί να είναι σημαντική η αύξηση της ευαισθητοποίησης και η παροχή πληροφοριών για Ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις στους εθνικούς φορείς του τομέα τουρισμού, ιδιαίτερα σε αυτούς που βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές. Αυτές οι επιχορηγήσεις μπορούν να τους βοηθήσουν να αναπτύξουν την αναγνωρισιμότητά τους και να δεχθούν περισσότερους τουρίστες που θα ευνοηθούν από τις πολιτιστικές και φυσικές παροχές των αγροτικών περιοχών.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τη συνεισφορά των Ρουμανικών επενδυτικών αγαθών, η κύρια πρόταση αφορά στην αύξηση της συνεργασίας των τοπικών και εθνικών εμπλεκόμενων μερών, που θα οδηγήσει στην ανάπτυξη στρατηγικών υψηλής ποιότητας, που ενθαρρύνουν το ανταγωνισμό μεταξύ των φορέων, και καθιστούν ανταγωνιστικές τις τιμές και τις υπηρεσίες.

Οι ρουμανικοί τουριστικοί φορείς θα μπορούσαν να δέχονται εθνικές ή παγκόσμιες επιχορηγήσεις για την ανάπτυξη της περιοχής τους. Υπάρχουν αρκετοί τύποι χρηματοδοτήσεων που ενθαρρύνουν τη συνεργασία μικρών κοινοτήτων. Επομένως, πρέπει πρώτα να διασφαλίσουν ένα βασικό επίπεδο συνεργασίας για να καταφέρουν να τις λάβουν.

Επιπλέον, για την ανάπτυξη του παγκόσμιου αγροτικού τουρισμού, προτείνεται η καταγραφή των ιδιαιτεροτήτων της περιοχής μέσω της παγκόσμιας προώθησης, της υποδοχής των τουριστών με τη χρήση περισσότερων γλωσσών και της προσφοράς ευκαιριών για την αξιοποίηση διαφόρων περιοχών που έχουν προοπτικές να γίνουν τουριστικά αξιοθέατα. Αυτό θα έδινε επίσης την ευκαιρία για αύξηση των ευκαιριών στις λιγότερο αναπτυγμένες κομητείες και για βελτίωση της ποιότητας ζωής.

Ακόμα μια πρόταση που προκύπτει από την έρευνα του Πανεπιστημίου Babes-Bolyai, για την ανάπτυξη βιώσιμου αγροτικού τουρισμού, χρειάζεται να πραγματοποιηθεί σχεδιασμός εθνικής στρατηγικής για την αύξηση του αριθμού των χώρων διαμονής, χρειάζεται να προωθηθούν νέες τουριστικές περιοχές, βελτίωση της λειτουργικότητας των σημείων πληροφόρησης και προώθηση διαφόρων τύπων δραστηριοτήτων που οδηγούν σε μεγαλύτερη διαμονή στην περιοχή.

Σλοβακία: Δυτική και Κεντρική Σλοβακία - New Edu

Χαρακτηριστικά της περιοχής

Η ανάλυση της αγοράς πραγματοποιήθηκε σε αγροτικές περιοχές κυρίως της δυτικής και της κεντρικής Σλοβακίας.

Η περιοχή αυτή έχει πληθυσμό περίπου 3,15 εκατομμύρια κατοίκους και διαθέτει πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά, αλλά και φυσική κληρονομιά - εθνικά πάρκα στα όρη Μάλα και Βέλκα Φάτρα, τα όρη Τάτρα, οι ποταμοί Δούναβης, Βα, Χρον και Ντουνάγιετς. Η κατάσταση των τουριστικών δραστηριοτήτων αλλά και του οικολογικού τουρισμού και του αγροτουρισμού είναι πολύ καλή. Η αξιοποίηση την τοπικής κουζίνας και των αμπελώνων προσδίδουν πολλές προοπτικές στην περιοχή.

Αγροτικός Τουρισμός: πολιτική, προγράμματα και διακυβέρνηση

Η στρατηγική της Σλοβακικής Δημοκρατίας για την ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού μέχρι το 2030 καθορίζει την κατεύθυνση της βιομηχανίας για τα επόμενα δέκα χρόνια. Η ουσία της έγκειται σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων της κεντρικής διοίκησης του κράτους που είναι υπεύθυνη για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα. Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα θα συμβάλλει στη βελτίωση της οικονομίας της χώρας. Η στρατηγική επικεντρώθηκε στην πραγματοποίηση των δραστηριοτήτων που προτάθηκαν από τη Δήλωση του Προγράμματος της Κυβέρνησης της Σλοβακίας, Ατζέντα 2030 και λαμβάνει υπόψη την ανάγκη διαφήμισης του τοπίου και την κατάλληλη χρήση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.

Τουριστικά δεδομένα

Πολιτιστική και φυσική κληρονομιά

Η Σλοβακία είναι μια χώρα με πλούσια πολιτιστική και φυσική κληρονομιά. Στην έρευνά μας δεν εστιάσαμε σε γνωστές περιοχές όπως τα Υψηλά Τάτρας και τα όρη Φάτρα ή σε άλλα εθνικά πάρκα (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_national_parks_of_Slovakia) ή κάστρα και σατό (https://www.hrady-zamky.sk/zoznam-hradov/), αλλά σε μέρη που ευθύνονται για την παραγωγή τοπικών φαγητών/ποτών/προϊόντων. Αυτά τα μέρη, αποτελούν το 67% των τοποθεσιών που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα, ενώ τα μουσεία και τα ιστορικά πάρκα/ιστορικοί κήποι/οπωρώνες - το 16,67% το κάθε ένα.

Τονίζεται ότι όλες οι μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα, δέχονται επισκέπτες όλο τον χρόνο, ενώ μόνο τα μουσεία δεν λειτουργούν τη Δευτέρα. Οι περισσότερες από αυτές λειτουργούν από τις 10:00 μέχρι τις 18:00. Μόνο μια λειτουργεί από τις 10:00 μέχρι τις 16:00. Σχεδόν όλες από αυτές επιβεβαιώνουν ότι η τοποθεσία τους είναι καλή και η ποιότητα του οδικού δικτύου και της σήμανσης είναι επαρκή. Μόνο το 16,7% των μονάδων που βρίσκονται σε ορεινές περιοχές ανέφερε πως το οδικό δίκτυο δεν είναι κατάλληλο, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Επειδή όλες οι μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα δεν ανήκουν στα συνήθη σημεία ενδιαφέροντος, μόνο σε μια δίνεται η δυνατότητα ακουστικής ξενάγησης ή διαδραστικών σημείων πληροφόρησης (μουσείο Λίσοβ). Όλες οι μονάδες χρησιμοποιούν χάρτινα φυλλάδια με πληροφορίες για το μέρος, ενώ το 67% προσφέρει στους πελάτες διάφορα βιβλία και το 50% έχει γραπτά σημεία πληροφόρησης.

Το προσωπικό στις μισές μονάδες μιλά Αγγλικά και μόνο στο 17% γίνεται αποδεκτή η πληρωμή με κάρτα. Οι βασικές ομάδες στόχος για όλα τα αξιοθέατα είναι οι οικογένειες και οι ντόπιοι. Περίπου το 70% των σωμάτων που ερωτήθηκαν χρησιμοποιούν ποιοτικό δίκτυο www.produkthont.sk.

Ως προωθητικά μέσα, το 67% των μονάδων που συμμετείχαν χρησιμοποιούν μη διαδικτυακές μορφές επικοινωνίας, όπως τα φυλλάδια και τα περιοδικά. Το 50% συμμετέχει σε διάφορες εκδηλώσεις και εκθέσεις, το 33% χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και επίσημες ιστοσελίδες, ενώ το 17% συμμετέχει σε διάφορα έργα στα πλαίσια του προγράμματος Erasmus+.

Φιλοξενία και διαμονή

Τα εστιατόρια και ο αγροτουρισμός (και τα δύο μαζί 33%) αποτέλεσαν τις πιο γνωστές κατηγορίες και καθώς εστιάσαμε στις αγροτικές περιοχές, όλες οι εγκαταστάσεις βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές ή στην ύπαιθρο. Καθώς η δυτική και η κεντρική Σλοβακία είναι αρκετά αναπτυγμένη, για το 83% των μονάδων θεωρείται ότι οι υποδομές και οι επιλογές μετακίνησης είναι επαρκείς. Για το 67% των εγκαταστάσεων η σήμανση δεν θεωρείται επαρκής και για το 33% εξαιρετική. Υπάρχουν διαθέσιμοι χώροι στάθμευσης σε όλες τις μονάδες, και είναι προσαρμοσμένοι στις ανάγκες των ανθρώπων με αναπηρίες.

Σχεδόν όλες οι εγκαταστάσεις που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

(67%), κυρίως στο Facebook και χρησιμοποιούν υπηρεσίες παγκόσμιων/τοπικών οδηγών (www.booking.com και/ή www.restauracie.sme.sk). Επιπλέον, όλες οι εγκαταστάσεις συμπεριλαμβάνονται σε τουριστικές διαδρομές και/ή τουριστικά προγράμματα, π.χ. www.produkthont.sk/regionalne-produkty/, www.travelguide.sk, www.sdetmi.com κλπ.

Η πληρωμές με κάρτα και οι διαδικτυακές πληρωμές είναι διαθέσιμες για όλα τα αξιοθέατα. Η μέση τιμή της μιας διανυκτέρευσης με πρωινό για ένα άτομο ανέρχεται στα 55 €, αλλά διαφέρει ανάλογα με τον τουριστικό προορισμό.

Τουριστικά γραφεία και σύνδεσμοι

Σε αυτή την ενότητα εστιάσαμε σε ανεξάρτητους τουριστικούς ξεναγούς και συνδέσμους και τουριστικά γραφεία. Αν προσφέρονται «ξεναγήσεις περιπάτου», είναι απαραίτητη η αδειοδότηση. Για άλλες δραστηριότητες – όπως «ξεναγοί» και «εκπαιδευτές υπαίθριων δραστηριοτήτων» δεν απαιτείται αδειοδότηση. Όλες οι μονάδες προσφέρουν υπηρεσίες που σχετίζονται με τον «τοπικό τουρισμό» και με τις «εκδρομές στη φύση».

Μεταξύ των υπηρεσιών που παρέχουν, υπάρχει η πεζοπορία, τα περιβαλλοντικά εργαστήρια, η παρατήρηση χλωρίδας και πανίδας, οι πολιτιστικές και ιστορικές ξεναγήσεις αλλά και η ψηφιακή αποτοξίνωση. Το προσωπικό όλων των μονάδων μιλά Αγγλικά, ενώ στο 33% μιλά και άλλες γλώσσες - κυρίως Γερμανικά, Γαλλικά και Ισπανικά.

Όλοι οι ξεναγοί προσφέρουν τη δυνατότητα πληρωμής με κάρτα ή μετρητά. Χρησιμοποιούνται επίσης και εργαλεία ηλεκτρονικού εμπορίου.

Οι περισσότερες ιστοσελίδες χρησιμοποιούν την επίσημή τους ιστοσελίδα και έντυπες διαφημίσεις ως μέσο προώθησης των δραστηριοτήτων τους. Τα κοινωνικά δίκτυα και οι τοπικές καμπάνιες χρησιμοποιούνται λιγότερο (μόνο από το 10%).

Καλές πρακτικές

Επιλέξαμε πέντε καλές πρακτικές που αποτελούν παράδειγμα διατήρησης των τοπικών παραδόσεων. Διαλέξαμε τέσσερεις καλές πρακτικές που αποτελούν παράδειγμα αξιοποίησης των τοπικών παραδόσεων, της ιστορίας, του πολιτισμού και της φυσικής κληρονομιάς στη Σλοβακία.

Το πρώτο παράδειγμα καλής πρακτικής είναι το Μουσείο Λίσοβ. Το μουσείο Λίσοβ λειτουργεί ως καινοτόμος κοινοτικός οργανισμός σε ένα μικρό χωριό του Λίσοβ. Παρέχει εκπαιδευτικές δραστηριότητες σε τουρίστες και υπηρεσίες σε τρία κτίρια. Το πρώτο αποτελεί ένα παραδοσιακό λαογραφικό οίκημα στο Λίσοβ που ονομάζεται “Lišovská Izba” και παρουσιάζει τοπικά αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά και παραδοσιακά έπιπλα. Το δεύτερο κτίριο αποτελεί αντίγραφο Κέλτικης κατοικίας και το τρίτο μια Γκαλερί μασκών στην οποία υπάρχει ένα μικρό μαγαζί με χειροποίητα προϊόντα από ντόπιους τεχνίτες, καλλιτέχνες και αγρότες. Το μουσείο λειτουργεί στο ανακατασκευασμένο κτίριο του 1887, για του οποίου την κατασκευή έχουν χρησιμοποιηθεί υλικά όπως άργιλος, πέτρα και ξύλο. Στο μέλλον, αυτό το οίκημα θα μετατραπεί σε καφετέρια. Το μουσείο συμμετέχει ενεργά σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες που χρηματοδοτούνται από το πρόγραμμα ERASMUS+ και πραγματοποιήθηκαν διάφορες ετήσιες ανταλλαγές πληθυσμών στα πλαίσια της χρηματοδότησης.

Η δεύτερη καλή πρακτική αφορά μια γυναίκα αγρότισσα, τη Janka και τη φάρμα της στο Ρόζνιακ. Η φάρμα Ρόζνιακ έχει ρίζες από την παράδοση και από τους προγόνους που έζησαν εκεί. Η Janka αποφάσισε να μείνει στην οικεία των προγόνων της και να ωραιοποιήσει τη δουλειά τους - την ίδια τη φάρμα και τον βοσκότοπο.

Η τρίτη καλή πρακτική αφορά μια επιχείρηση κλωστοϋφαντουργίας. Η MODROTLAČ RABADA επεξεργάζεται τα υφάσματα με παραδοσιακές τεχνικές υφαντουργίας πάνω σε μπλε ύφασμα και αποτελεί μέρος της λίστας απροσδιόριστης πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO. Η παραγωγή υφαντών σε μπλε υφάσματα είναι ένας συνδυασμός εκτύπωσης και βαψίματος. Το αποτέλεσμα του υφάσματος που παράγεται αποστέλλεται στους πελάτες ή επεξεργάζεται περισσότερο και μετατρέπεται σε ρουχισμό με την επωνυμία MODROTLAČ RABADA.

Τελευταία καλή πρακτική αποτελεί το ΑγρόΚτημα στο Papradno, το οποίο βρίσκεται σε μια όμορφη περιοχή που περιβάλλεται από παρθένα βουνά με μονοπάτια και διαδρομές για ορεινή ποδηλασία διαφόρων επιπέδων.

Το ΑγρόΚτημα προσφέρει τρεις υπηρεσίες:

- Ξενώνας «Agropenzion Grunt»
- Σπιτάκι «Koliba Papradno»

- Φάρμα.

Ο ξενώνας χτίστηκε το 2001 έπειτα από την ανακαίνιση ενός παλιού υφαντουργείου. Η κεντρική ιδέα ήταν να προωθήσει τον αγροτικό τουρισμό και την πώληση των τοπικών προϊόντων που κατασκευάζονται από το αγνό γάλα που παράγεται στη φάρμα. Μετά από μερικά χρόνια, οι ιδιοκτήτες έχτισαν έναν υπαίθριο ιππόδρομο. Το Σπιτάκι Papradno χτίστηκε το 2008 και έγινε χώρος διαμονής το 2017.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Δυνατά σημεία

- Πολιτιστική, ιστορική και φυσική κληρονομιά και προοπτική
- Προσέλκυση τουριστών και τις 4 εποχές
- Καλές υποδομές, καλό οδικό δίκτυο, σύνδεση στο διαδίκτυο
- Πληθυσμός με γλωσσικές ικανότητες (ιδιαίτερα η νεολαία)
- Καλά διατηρημένα και ανακαινισμένα μνημεία
- Πολλά τουριστικά αξιοθέατα αναφέρονται στην τοπική/εθνική/παγκόσμια λίστα κληρονομιάς (π.χ. UNESCO)

Αδυναμίες

- Ανεπαρκής προώθηση, διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις
- Έμφαση στην προσέλκυση ντόπιων κατοίκων
- Ανεπαρκής υποστήριξη των τοπικών επιχειρήσεων (Έργο AGATA, www.agata-project.eu που προσπαθεί να αλλάξει αυτή την αδυναμία)
- Η προσοχή των τουριστών στρέφεται συχνά σε δημοφιλείς προορισμούς, όπως τα τουριστικά κέντρα στα βουνά, τα κάστρα ή τα σπα.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

1. Προτάσεις για την Πολιτιστική και Φυσική Κληρονομιά στη Σλοβακία

Ο κόσμος γύρω μας γίνεται όλο και πιο ψηφιακός και η γενιά των Μιλλένιαλ σύντομα θα εκπροσωπεί σημαντικό μέρος των οικονομικά ενεργών κοινωνικών ομάδων, οπότε η επικοινωνία και η διαφήμιση πρέπει να προσαρμόζονται στις προτιμήσεις τους. Αυτό σημαίνει ότι η ψηφιακή παρουσία, το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι στοιχεία καίριας σημασίας για μια επιτυχημένη επιχείρηση. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι τουριστικές πύλες αποτελούν απαραίτητη ανάγκη κάθε επιχείρησης.

Δεύτερον, είναι απαραίτητη η δημιουργία στρατηγικής για περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής. Αυτό είναι δουλειά των αρμόδιων σωμάτων για την πολιτική αλλά και της κυβέρνησης και των αντιπροσώπων του Υπουργείου Γεωργίας και Αγροτικής ανάπτυξης, καθώς η Σλοβακία είναι μια χώρα με σχετικά αυξημένη αστικοποίηση. Ως παράδειγμα καλής πρακτικής που αναδεικνύει το πώς μπορεί να υπάρξει συνεργατική και ενταξιακή ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, αποτελεί το έργο Polirural H2020 (www.polirural.eu και www.atraktivnyvidiek.sk).

Τέλος, οι διευθυντές του αγροτικού τουρισμού πρέπει να είναι απόφοιτοι του Γεωπονικού Πανεπιστημίου στη Νίτρα, καθώς αποτελεί έναν μοναδικό εκπαιδευτικό ινστιτούτο που δρα στον τομέα της γεωργίας και της αγροτικής ανάπτυξης.

2. Προτάσεις για τον τομέα Φιλοξενίας και Διαμονής στη Σλοβακία

Λαμβάνοντας υπόψη την εξέλιξη αυτού του τομέα τα τελευταία χρόνια, παρατηρούνται σημαντικές βελτιώσεις. Ιδιαίτερα το 2020 και το 2021, εξαιτίας των περιορισμών που επιβλήθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας για τα ταξίδια του εξωτερικού, τότε οι Σλοβάκοι ανακάλυψαν τις προοπτικές της χώρας τους.

Για τον τομέα της φιλοξενίας και διαμονής μπορούμε να επισημάνουμε τα ίδια σημεία με τον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς - πρέπει να βελτιωθεί το μάρκετινγκ και η διαφήμιση. Οι δραστηριότητες πρέπει να εστιάζουν στις τοπικές παραδόσεις και στην ποιότητα των τοπικών προϊόντων - φαγητά, ποτά, πολιτισμός. Μεγάλη έμφαση πρέπει να δοθεί στην ποιότητα των υπηρεσιών και στην ισορροπία των τιμών.

3. Προτάσεις για τα τουριστικά γραφεία και τους συνδέσμους στη Σλοβακία

Ο τομέας των ξεναγών είναι ένας τομέας που δεν βρίσκεται στο προσκήνιο. Εκτός από τους ξεναγούς πεζοπορίας, στα τουριστικά γραφεία στις πόλεις και τα τουριστικά κέντρα, όπως το High Tatras, υπάρχει έλλειψη υπηρεσιών.

Λαμβάνοντας υπόψη τις πληροφορίες που συλλέχθηκαν και τα ευρήματα από τις συνεντεύξεις, προτείνουμε τα εξής:

- Οι τοπικοί πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών πρέπει να επενδύσουν στην καθοδήγηση και τις ξεναγήσεις, όχι μόνο για πεζοπορία αλλά και για την περιοχή, την ιστορία της, την πολιτιστική κληρονομιά και τα παραδοσιακά προϊόντα.
- Ο ρόλος των ξεναγών μπορεί να καταλαμβάνεται και από πολίτες, ακόμα και συνταξιούχους, που έχουν ζήσει στην περιοχή για χρόνια και γνωρίζουν καλά την περιοχή και τις ιδιαιτερότητές της. Πρέπει να υπάρξει σημαντική επιπρόσθετη αξία των υπηρεσιών που παρέχονται, π.χ. από τα ξενοδοχεία ή τα τουριστικά κέντρα.
- Μπορεί επίσης να δημιουργηθεί ένα «Ταξίδι» με στάσεις σε σημαντικά σημεία που συνδέονται με την ιστορία, το φαγητό, τα παραδοσιακά προϊόντα κλπ.

Ισπανία: La Ribera – Consorci De La Ibera

Χαρακτηριστικά της περιοχής

Το Consorci de la Ribera περιλαμβάνει δύο δημοτικές ενώσεις: Τη La Ribera Alta και τη La Ribera Baixa, στις οποίες διενεργήθηκε η ανάλυση της αγοράς στα πλαίσια της έρευνας.

Η περιοχή La Ribera Alta καλύπτει μια έκταση 970,1 km² και αποτελείται από 35 δήμους, με πληθυσμό περισσότερους από 220.000 κατοίκους. Αντίστοιχα, η κομητεία της Ribera Baixa καλύπτει μια περιοχή 280,36 km², αποτελείται από 12 δήμους και έχει πληθυσμό 80.356 κατοίκους. Η έρευνα δεν συμπεριλαμβάνει τον δήμο της Cullera καθώς δεν ανήκει στην Κοινοπολιτεία των εθνών.

Σε αυτές τις κομητείες, τις οποίες διαπερνά ο ποταμός Χúquer, βρίσκει κανείς υπέροχες φυσικές και αστικές παραλίες, ιδανικές για ηλιοθεραπεία ή θαλάσσια σπορ, βουνά, σπηλιές, πηγές και φαράγγια για πεζοπορία. Έχει μοναδικό τοπίο πορτοκαλεώνων, αμπελώνων και ορυζώνων που προσκαλούν τους επισκέπτες να τους περπατήσουν ή να τους διασχίσουν με ποδήλατο. Η περιοχή κατοικείται από την προϊστορική εποχή και διατηρεί στοιχεία Ιβηρικών, Ρωμαϊκών και Αραβικών ερειπίων, κάστρων, οχυρών, τειχών και αμέτρητων πύργων. Τα ερημητήρια, οι εκκλησίες και τα μοναστήρια ολοκληρώνουν το τοπίο.

Αγροτικός Τουρισμός: πολιτική, προγράμματα και διακυβέρνηση

Το 2017 παρουσιάστηκε μια στρατηγική για τη δημιουργία τουριστικών προϊόντων στην Ribera de Χúquer. Ο κύριος στόχος της έρευνας ήταν η ανάπτυξη σχεδίου δράσης για τη δημιουργία, την εφαρμογή και την εξέλιξη αυθεντικών, μοναδικών, ανταγωνιστικών και εμπορεύσιμων τουριστικών προϊόντων.

Τα δεδομένα της έρευνας που διενεργήθηκε στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού έργου το 2021 θα εξυπηρετήσουν για την ολοκλήρωση των πληροφοριών αυτής της έρευνας.

Τουριστικά δεδομένα

Πολιτιστική και φυσική κληρονομιά

Γενικά, η περιοχή που διερευνήθηκε αποτελείται από 395 τουριστικούς πόρους. Από αυτούς, το 70% σχετίζεται με την πολιτιστική κληρονομιά αρχιτεκτονικής φύσης (στρατός, πολιτισμός, θρησκεία, βιομηχανία, γαστρονομία, φεστιβάλ, εκδηλώσεις, μουσεία, ψυχαγωγικές περιοχές). Με τον ίδιο τρόπο, η παρουσία των φυσικών πόρων (υδάτινα στοιχεία και προστατευμένοι φυσικοί χώροι) είναι πολύ σημαντική και αντιστοιχεί στο 30% των τουριστικών πόρων.

Η έρευνα που αναφέρεται στην πολιτιστική και φυσική κληρονομιά απαντήθηκε από 22 μονάδες, το 95% των οποίων ανήκουν στον δημόσιο τομέα και το 5% στον ιδιωτικό. Το 38% των πόρων αντιστοιχούν σε φυσικά πάρκα, το 6% σε εκκλησίες, το 31% σε ιστορικά κτίρια, το 13% σε κήπους και αστικά πάρκα και το 13% σε μουσεία. Σχετικά με την προσβασιμότητα, το 60% θεωρεί ότι οι εγκαταστάσεις έχουν επαρκή πρόσβαση, το 26% δηλώνει ότι υπάρχουν επαρκείς επιλογές συγκοινωνιών, το 3% δηλώνει ότι οι υποδομές είναι περιορισμένες. Οι δήμοι που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα έχουν σημαντικές επικοινωνιακές διόδους και σιδηροδρομικές γραμμές που συνδέουν την περιοχή με τα πιο σημαντικά αστικά κέντρα στην περιφέρεια της Βαλέντσια, στην οποία βρίσκεται το αεροδρόμιο. Γενικά, η πρόσβαση στις λιγότερο κατοικημένες περιοχές και στη φυσική κληρονομιά είναι δύσκολη μέσω της δημόσιας συγκοινωνίας. Όσον αφορά στη σήμανση, το 67% των μονάδων που ερωτήθηκαν δήλωσε πως ήταν επαρκής και το 19% δήλωσε πως δεν ήταν. Το 71% δήλωσε πως οι μονάδες παρέχουν πρόσβαση σε ανθρώπους με αναπηρίες. Σχετικά με το χρόνο λειτουργίας των μονάδων, το 68% λειτουργεί όλον τον χρόνο και το 14% λειτουργεί με ραντεβού. Το 61% των τουριστικών πόρων προσφέρει δωρεάν επισκέψεις και με την ύπαρξη ξεναγού, το 17% προσφέρει ξεναγήσεις και μόνο το 22% δεν προσφέρει ξεναγήσεις. Το 65% διαθέτει σημεία πληροφόρησης, τουριστικές πληροφορίες και φυλλάδια πληροφοριών και το 8% διαδραστικά σημεία πληροφόρησης και ακουστικές ξεναγήσεις. Όσον αφορά στις ξένες γλώσσες, το 60% αποτελείται από προσωπικό που γνωρίζει αγγλικά, το 26% από προσωπικό που γνωρίζει Γαλλικά και το 13% κάποια άλλη γλώσσα. Το 87% των μονάδων παρέχουν δωρεάν είσοδο και από τις μονάδες που δέχονται επισκέπτες επί πληρωμή, το 60% δέχεται πληρωμή με κάρτα και οι υπόλοιπες μόνο μετρητά. Το 56% των εγκαταστάσεων προωθεί τις υπηρεσίες μέσω της ιστοσελίδας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το 17% μέσω της συμμετοχής σε εκδηλώσεις και το 16% μέσω φυλλαδίων και περιοδικών.

Φιλοξενία και διαμονή

Σύμφωνα με τα δεδομένα που δημοσιεύτηκαν από τη Δημοτική και Περιφερειακή Τουριστική Προσφορά από τον

Οργανισμό Τουρισμού της Βαλέντσια (2016), οι 46 δήμοι που απαρτίζουν την Consorci de la Ribera αποτελούνται από 6.580 χώρους διαμονής. Οι περισσότεροι από αυτούς τους χώρους διαθέτουν χώρους κάμπινγκ (65%), οι οποίοι είναι συγκεντρωμένοι στον δήμο Sueca (3 κατασκηνώσεις με 4.300 χώρους διαμονής). Μετά τους χώρους κάμπινγκ, τα ξενοδοχεία και τα διαμερίσματα αποτελούν τους μεγαλύτερους σε έκταση τύπους χώρων διαμονής. Τα 17 ξενοδοχεία διαμοιράζονται σε 9 δήμους της περιοχής και παρέχουν συνολικά 1.250 δωμάτια (19% των οργανωμένων καταλυμάτων).

Σύμφωνα με τα δεδομένα που δημοσιεύτηκαν από τον Οργανισμό Τουρισμού της Βαλέντσια (2016), οι 46 δήμοι που απαρτίζουν την Consorci de la Ribera αποτελούνται από 471 εστιατόρια προσφέροντας 29.766 θέσεις.

Η πλειοψηφία των εστιατορίων είναι τρίτης κατηγορίας (97%). Έτσι, η περιοχή αποτελείται μόνο από 14 εστιατόρια δεύτερης κατηγορίας: 5 στην Αλθίρα, 2 στο Carcaixent, τη Sueca και στο Villanueva de Castellón και 1 εστιατόριο στο Carlet, στη Φβάρα και στο Llombai. Τέλος, τα μοναδικά 2 εστιατόρια πρώτης κατηγορίας στην περιοχή βρίσκονται στους δήμους L'Alcúdia και Αλθίρα.

Η Sueca και η Αλθίρα είναι οι δήμοι με τα περισσότερα εστιατόρια (6.531 και 6.081 μέρη, αντίστοιχα). Οι υπόλοιποι δήμοι με περισσότερα από 1000 χώρους εστίασης είναι οι Alginet, Almussafes, Algemesí, Carcaixent, Benifaió και Carlet.

Η έρευνα που διενεργήθηκε στα πλαίσια του έργου ESCAPE2 απαντήθηκε από 12 φορείς, το 75% των οποίων ήταν χώροι εστίασης και το 25% ξενοδοχεία. Όλοι οι χώροι βρίσκονται σε αστικά πλαίσια. Σχετικά με την προσβασιμότητα στους χώρους, το 75% σχολίασε ότι υπάρχουν επαρκείς επιλογές μετακίνησης (όλες οι μονάδες βρίσκονται σε δήμους με πρόσβαση στον σιδηροδρομικό σταθμό και υπάρχει σύνδεση με το αεροδρόμιο της Βαλέντσια). Αυτό δεν ισχύει για τους μικρότερους δήμους, για τους οποίους η πρόσβαση μέσω της δημόσιας συγκοινωνίας είναι πολύ δύσκολη. Όσον αφορά στην σήμανση για τις εγκαταστάσεις, μόνο το 25% ανέφερε ότι η σήμανση ήταν ανεπαρκής ή ακόμα και ανύπαρκτη. Όλες οι εγκαταστάσεις ανέφεραν πως παρέχουν πρόσβαση στους ανθρώπους με αναπηρίες και οι μισές ότι δεν διαθέτουν χώρους στάθμευσης. Όσον αφορά στις διαθέσιμες υπηρεσίες, μόνο το 18% διαθέτει δωρεάν WiFi. Σχετικά με τις δυνατότητες ξένων γλωσσών, Αγγλικά μιλούνται στο 60% των μονάδων και στο 27% Γαλλικά. Σχετικά με τη μέθοδο πληρωμής, όλες οι μονάδες δέχονται πληρωμή με κάρτα. Σχετικά με τις τιμές των εστιατορίων, το 25% των χώρων εστίασης υπερβαίνει τα 50€ ανά άτομο, το 25% κυμαίνεται στα 21-25€ και στο 25% η μέση τιμή είναι χαμηλότερη των 15€. Η μέση τιμή της διαμονής κυμαίνεται στα 36-40€. Όσον αφορά στις συνεταιριστικές οργανώσεις, το 64% των εγκαταστάσεων ανήκουν σε επιχειρηματικούς συνεταιρισμούς. Σχετικά με την προώθηση, το 73% των χώρων εστίασης προωθεί τις υπηρεσίες μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των ιστοσελίδων και το 27% δεν διαθέτουν ψηφιακό διαμερισμό.

Τουριστικά γραφεία και σύνδεσμοι

Ο Συνεταιρισμός Αγροτικού Τουρισμού της Βαλέντσια, είναι ο μοναδικός τουριστικός συνεταιρισμός στην περιοχή της La Ribera και δημιουργήθηκε πρόσφατα, καθώς ιδρύθηκε το 2020. Ο συνεταιρισμός έλαβε συμμετοχή στην έρευνα. Προσφέρουν επισκέψεις με ξεναγούς με τα πόδια και με το ποδήλατο και διεξάγουν περιβαλλοντικά εργαστήρια. Οι γλωσσικές δεξιότητες που διαθέτουν είναι στα Αγγλικά, τα Γαλλικά και τα Γερμανικά. Η μέση τιμή για 4 ώρες ξενάγησης φτάνει περίπου στα 34€. Ο συνεταιρισμός προωθείται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την επίσημη ιστοσελίδα του και μέσω της συμμετοχής σε εκδηλώσεις.

Καλές πρακτικές

Επιλέχθηκαν 5 καλές πρακτικές ως παραδείγματα προώθησης του αγροτικού τουρισμού στη La Ribera. Αυτές οι δράσεις διεξάγονται από τα δημοτικά συμβούλια, που αποτελούνται από 46 δήμους ή συνεργάζονται μαζί τους.

Το πρώτο παράδειγμα είναι η δημιουργία μιας Λέσχης Τουριστικών Προϊόντων. Πρόκειται για ένα εργαλείο σχεδιασμού και διαχείρισης, όπου οι εταιρίες και οι οργανισμοί δημιουργούν ένα οργανωμένο δημόσιο και ιδιωτικό πλαίσιο συνεργασίας, με στόχο την ανάπτυξη νέων προϊόντων για ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς ή την αύξηση της αξίας των υπαρχόντων προϊόντων. Ένας νέος συνεταιρισμός αγροτικού τουρισμού δημιουργήθηκε και αποτελείται συνολικά από 20 εταιρίες και έχουν δημιουργηθεί τουριστικά προϊόντα μεταξύ των εταιριών.

Το δεύτερο παράδειγμα είναι το Gastro Ribera Km0. Αποτελείται από μια εκδήλωση κατά την οποία διεξάγονται πολλές δράσεις που σχετίζονται με τοπικά προϊόντα, γαστρονομία και γαστρονομικό τουρισμό, καθ' όλη τη διάρκεια του Νοεμβρίου.

Η τρίτη πρόταση είναι η Entrecomarques. Πρόκειται για ένα πρωτοπόρο πρόγραμμα τουρισμού που οργανώνεται

από διάφορους συνεταιρισμούς δήμων στην περιφέρεια της Βαλέντσια, με στόχο την ένωση των δυνάμεων για την αξιοποίηση τουριστικών αξιοθέατων ιστορικού, καλλιτεχνικού, πολιτιστικού, παραδοσιακού και γαστρονομικού ενδιαφέροντος ώστε να ενισχυθεί ο αγροτικός τουρισμός. Τα διαφορετικά αξιοθέατα των δήμων παρουσιάζονται από το προσωπικό των δήμων, συμπεριλαμβανομένων των ιστορικών, των χρονογράφων, των τεχνικών και ακόμα και των δημοτικών συμβούλων και των ίδιων των δημάρχων. Η τέταρτη καλή πρακτική είναι η PARATGES. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα που δημιουργήθηκε με στόχο την προστασία της φυσικής κληρονομιάς της La Ribera μέσω της προώθησης των διαφόρων φυσικών πάρκων της περιοχής. Τα φυσικά πάρκα μερικές φορές δεν είναι γνωστά στους πολίτες του δήμου. Για αυτόν τον λόγο, προσφέρονται ξεναγήσεις στα αξιοθέατα φυσικής κληρονομιάς, τα οποία εκτός από τους περιπάτους που προσφέρουν γύρω από την περιοχή, συνδέονται και με την ιστορία. Η τελευταία πρόταση είναι η RIBERANA, το τμήμα «Ψηφιακής Κληρονομιάς» του δημοτικού συμβουλίου της Ribera Alta, όπου έχει δημιουργηθεί, για λόγους διατήρησης, μια διαδικτυακή πύλη που περιλαμβάνει μια μονάδα δεδομένων και έναν τεράστιο αριθμό ψηφιοποιημένων μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς (εικονικές ξεναγήσεις, βίντεο, 360º και 3D εικόνες) που δίνουν πρόσβαση στην τοπική κληρονομιά. Το υλικό αυτό είναι διαθέσιμο (CC) στο κοινό και μπορεί να αναπαραχθεί και να χρησιμοποιηθεί για προωθητικούς σκοπούς.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

- Δυνατά σημεία

Η La Ribera (Βαλέντσια) έχει μια μέση τουριστική προοπτική που βασίζεται σε μια ευρεία και διασκορπισμένη ποικιλία πόρων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τουρισμό, όσον αφορά στην αρχιτεκτονική και πολιτιστική κληρονομιά και τα φεστιβάλ, δύο από τα οποία αποτελούν στοιχεία ανθρώπινης κληρονομιάς. Με τον ίδιο τρόπο, η παρουσία των φυσικών πόρων (υδραυλικά στοιχεία και προστατευμένοι φυσικοί χώροι) είναι πολύ σημαντική. Οι υπηρεσίες εστίασης είναι αρκετά ανεπτυγμένες, προωθούνται διαδικτυακά, δέχονται πληρωμή με κάρτα και έχουν προσαρμοστεί στις ανάγκες των ανθρώπων με αναπηρίες. Η σύνδεση και η επικοινωνία με τα μεγάλα αστικά κέντρα είναι καλή.

- Αδυναμίες

Η ανάπτυξη της προσφοράς χώρων διαμονής είναι πολύ περιορισμένη, ιδιαίτερα όσον αφορά στην αγροτική και ξενοδοχειακή διαμονή. Τα κάμπινγκ και τα διαμερίσματα βρίσκονται στις παραθαλάσσιες περιοχές. Οι δημόσιες συγκοινωνίες που προσφέρουν πρόσβαση στους δήμους από τους οποίους δεν περνά ο σιδηρόδρομος δεν είναι καλές. Επομένως, είναι απαραίτητη η χρήση ιδιωτικών οχημάτων για την πρόσβαση στα φυσικά αξιοθέατα. Υπάρχει έλλειψη ξεναγών στην περιοχή και δεν υπάρχει τουριστική επωνυμία με μεγάλη ζήτηση.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

- Προώθηση και συνεργασία με τουριστικές υπηρεσίες για τη δημιουργία τουριστικών εμπειριών στην περιοχή που περιλαμβάνουν μετάβαση, διαμονή, εστίαση, δραστηριότητες, επισκέψεις και ξεναγήσεις.
- Προώθηση του επιχειρηματικού δικτύου μέσω του Οργανισμού Αγροτικού Τουρισμού της Βαλέντσια για τη δημιουργία θέσεων εργασίας στον τομέα του τουρισμού στην περιοχή.
- Δημιουργία προγράμματος διαφήμισης των κύριων διαδρομών στη La Ribera: Πολιτιστικές διαδρομές, όπως η Νεωτεριστική Διαδρομή, η Υδάτινη Διαδρομή, Η Διαδρομή των Σιδερένιων Γεφυρών που συμπεριλαμβάνουν διαφορετικά στοιχεία που έχουν κοινά οι διάφοροι δήμοι της περιοχής.
- Προώθηση του δικτύου κυκλικών τουριστικών διαδρομών στην La Ribera, όπου υπάρχουν φυσικές διαδρομές κατά μήκος των όχθων των ποταμών Xúuqer, Magre και της Acequia Real με δραστηριότητες πεζοπορίας, ποδηλασίας και ιππικών προγραμμάτων.
- Τοποθέτηση στην αγορά της επωνυμίας Ribera del Xúquer.
- Προώθηση των Αθλητικών Εκδηλώσεων και των Δοκιμαστικών της Ribera del Xúquer που προσδίδουν αξία στους δήμους, αναπτύσσοντας κοινές προωθητικές στρατηγικές.
- Προώθηση και σχεδιασμός ενός Περιφερειακού Σχεδίου Βιώσιμης Κινητικότητας που προωθεί τις υπηρεσίες δημόσιων συγκοινωνιών που συνδέουν τους μικρούς δήμους με τις κύριες σιδηροδρομικές γραμμές.
- Προώθηση όλων των δράσεων που διενεργούνται και αποτελούν δράσεις βιώσιμου τουρισμού.
- Κατάρτιση και εκπαίδευση των εταιριών τουριστικών υπηρεσιών, ώστε να συμμορφώνονται με την στρατηγική βιώσιμου τουρισμού.
- Ευαισθητοποίηση του πληθυσμού για τους υπάρχοντες τουριστικούς πόρους στη La Ribera και τις προοπτικές που έχουν για να αξιοποιηθούν ως τουριστικές δραστηριότητες.

Τουρκία: Αδραμύττιο - K-GEM

Χαρακτηριστικά της περιοχής

Το Αδραμύττιο είναι μια περιοχή που συνδυάζει βουνό και θάλασσα και πρόκειται για μια περιοχή με 150 χιλιάδες πληθυσμό και το Μπαλίκεσιρ είναι η πρωτεύουσα. Το γεγονός ότι παρέχονται παγκόσμιες πτήσεις στην περιοχή μας και μπορεί να την επισκεφτεί κανείς είτε μέσω της στεριάς, είτε μέσω της θάλασσας, είτε μέσω του αέρα, διευρύνει τις προοπτικές της περιοχής και ανοίγει τις πόρτες της στον κόσμο.

Η παραθαλάσσια περιοχή Edremit-Altınoluk, με τους μεγάλους κόλπους, τις παραλίες και τη θάλασσα με τη μπλε σημαία, υποδέχεται τουρίστες από όλον τον κόσμο κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου. Το Όρος Ίδη (Καζ Νταγ), που αποτελεί υπέροχη ταξιδιωτική επιλογή για όσους αγαπούν την ιστορία και τη φύση, είναι ένας παράδεισος που προσφέρει ορεινό τουρισμό με διάφορες δραστηριότητες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Το Αδραμύττιο είναι επίσης πλούσιο σε γεωθερμικές πηγές και ιαματικά λουτρά. Το Αδραμύττιο αποτελεί επίκεντρο του ιαματικού τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, και αποτελείται από ξενοδοχεία με ιαματικά λουτρά και εγκαταστάσεις με χρονομεριστική μίσθωση και σύγχρονες μονάδες. Τα αρχαιότερα ερείπια στον κόλπο του Αδραμυττίου χρονολογούνται στο 50.000 π.Χ. Το πιο σημαντικό μέρος που έπαιξε ρόλο στον Διαφωτισμό του προϊστορικού πολιτισμού της περιοχή απέχει 8 km από την πόλη Havran στα νοτιοανατολικά των σπηλαίων Ινονού. Τα ευρήματα που ανακαλύφθηκαν κατά τις ανασκαφές που πραγματοποιήθηκαν στην Μαύρη Σπηλιά, τη μεγαλύτερη από τις σπηλιές στις νότιες πλαγιές του Kocaçal και χρονολογούνται από την Παλαιολιθική Εποχή.

Στο Καζ Νταγ μπορεί να εισπνεύσει κανείς τον δεύτερο κατά σειρά καθαρότερο αέρα του κόσμου. Το γεγονός ότι η παρουσία του Όρους Ίδη είναι έντονη και στη μυθολογία αυξάνει το ενδιαφέρον της περιοχής. Είναι απαραίτητο να γίνει σκληρή δουλειά για την παροχή καλύτερων ξεναγήσεων στο Όρος Ίδη και τα περίγυρα και να δημιουργηθούν χώροι χαλάρωσης και διαμονής με υψηλής ποιότητας εγκαταστάσεις. Περιοχές με καταρράκτες, ρυάκια, ιστορικά αξιοθέατα, εθνικά πάρκα και μουσεία αποτελούν μέρη στα οποία πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη φροντίδα. Η περιοχή του Αδραμυττίου ανήκει στη Μεσογειακή ζώνη.

Αγροτικός Τουρισμός: πολιτική, προγράμματα και διακυβέρνηση

Οι χώρες χρειάζονται πολιτικές ανάπτυξης ώστε να εξελίσσονται σε έναν κόσμο που συνεχώς αλλάζει και αναπτύσσεται. Ο τομέας του τουρισμού αποτελεί σημαντικό παράγοντα της Τουρκικής οικονομίας και των πολιτικών ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, η αποτελεσματική χρήση εργαλείων αγροτικής ανάπτυξης από τις κυβερνήσεις δημιουργεί προοπτικές που αποτελούν σημαντικό εργαλείο τόσο για την αγροτική ανάπτυξη όσο και για την ανάπτυξη της περιοχής. Η αγροτική ανάπτυξη και η αποτελεσματική χρήση των σωμάτων τοπικής αυτοδιοίκησης από τα εμπλεκόμενα μέρη θα συμβάλλει θετικά στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας και τοπικό και σε εθνικό επίπεδο. Σήμερα, οι άνθρωποι απομακρύνονται από τις πόλεις για να αποφύγουν το άγχος της πόλης και έτσι στρέφονται στις αγροτικές περιοχές. Η κατάσταση αυτή συμβάλλει στην αναβίωση του αγροτικού τουρισμού.

Για την πραγματοποίηση περισσότερων σύντομων επισκέψεων στην πόλη για να καταστεί περισσότερο ελκυστική, η τοπική διοίκηση επενδύει το εισόδημα που εξασφαλίζεται από τον τουρισμό της περιοχής στην υιοθέτηση πολιτικών και στην εφαρμογή σχεδίων της τοπικής διακυβέρνησης, των ΜΚΟ, των επαγγελματικών σωματείων και των ανθρώπων της περιοχής. Ιδιαίτερα όταν ληφθεί υπόψη το ότι ο τουρισμός προκύπτει από την αλληλεπίδραση με άλλους ανθρώπους, η τοπική διοίκηση θα βρίσκεται σε θέση να παρέχει διάφορες υπηρεσίες όχι μόνο για τους ντόπιους αλλά και για τους τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή.

Το κέντρο της πόλης Αδραμυττίου δεν βρέχεται από το Αιγαίο Πέλαγος. Στον δρόμο προς το Τσανάκκαλε:
* το Zeytinli
* το Akçay
* το Güre
* το Altınoluk
* το Avcılar
* το Narlı αποτελούν τα πιο σημαντικά κέντρα διακοπών.

Το Εθνικό Πάρκο στο Καζ Νταγ ορίστηκε εθνικό πάρκο στις 17/04/1993, με έκταση 21.463.0 στρέμματα, και βρίσκεται στα νότια της χερσονήσου Biga, στα σύνορα της περιφέρειας Αδραμυττίου με την επαρχία Μπαλικεσίρ.
Το Καζ Νταγ που διαχωρίζει την Περιοχή του Αιγαίου και της Περιοχής Μαρμαρά είναι γνωστό και ως Όρος Ίδη τα αρχαία χρόνια, και αποτελεί το μεγαλύτερο βουνό της χερσονήσου Biga. Οι βαθιές κοιλάδες και τα φαράγγια που εκτείνονται στα βόρεια και νότια του όρους δημιουργούν ρεύματα με πλούσιο οξυγόνο. Για τον λόγο αυτό, τα όρη Καζ Νταγ έχουν αναγνωριστεί ως το μέρος με το καλύτερο οξυγόνο στον κόσμο.

Στην περιοχή όπου τα αρχαία χρόνια ήταν γνωστή ως Μυσία είχαν εγκατασταθεί άνθρωποι από τη Μυσία, την Καρσούντα, την Τροία, τις Λέλεγες, ο Μέγας Αλέξανδρος, το Βασίλειο της Περγάμου και τη Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία. Υπάρχουν επίσης και αρχαίες πόλεις, όπως η Θήβα, η Astria, η Anderia, η Άντανδρος, το Αδραμύττιο, η Killa, η Krysa, η Λυρνησσός και το Εθνογραφικό Μουσείο στο μοναδικό Τουρκικό χωριό το Tahtakuşlar. Επιπλέον, το Βουνό Sarıkız, είναι το μέρος στο οποίο γεννήθηκε ο μύθος του Sarıkız, εκεί που βρίσκονται οι Καταρράκτες Sutüven και η Λίμνη Hasanboğuldu, όπου γεννήθηκε ο μύθος του Hasanboğuldu και βρίσκονται επίσης στα όρια των συνόρων του Εθνικού Πάρκου.

Υπάρχουν κάποιες περιοχές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για 2 μέρες στο Εθνικό Πάρκο του Καζ Νταγ, το Pınarbaşı και το Sutüven (Hasanboğuldu). Η πόλη Zeytinli και το Χωριό Avcılar (Kışladağ Gate) χρησιμοποιούνται ως είσοδος στο Εθνικό Πάρκο του Καζ Νταγ. Πιστοποιημένοι ντόπιοι ξεναγοί αρχίζουν τις ξεναγήσεις από τις πύλες της εισόδου ή από την πόλη Zeytinli ή το χωριό Avcılar.

Το Καζ Νταγ και η γύρω περιοχή καλύπτονται από πυκνά δάση. Στις νότιες πλαγιές, που ονομάζονται Babadağ και βλέπουν προς τον Κόλπο του Αδραμυττίου, του όρους δεν υπάρχει έντονη δασική βλάστηση. Αντίθετα, τα πυκνά δάση βρίσκονται στην Βόρεια πλευρά που βλέπει στην Bayramiç λόγω του κλίματος. Προς τη δυτική πλευρά του όρους, το έδαφος γύρω από το Assos και το Babakale αλλάζει και αποκτά ηφαιστειακά χαρακτηριστικά. Η μακία, ένα φυτό που φυτρώνει στη Μεσόγειο, ευδοκιμεί στις παρυφές των ρυακιών και σε μερικές αγροτικές περιοχές. Οι δάφνες, άρβουτοι, μυρτιές, βελανιδιές, ούλεξ και οι αγριελιές είναι μερικά ακόμα φυτά που ευδοκιμούν μαζί με τις μακίες και αποτελούν αναγνωριστικό στοιχείο των κλιματικών χαρακτηριστικών του Καζ Νταγ. Υπάρχει μεγάλη ποικιλία δέννδρων στο Καζ Νταγ. Το έλατο του Καζ Νταγ, που βρίσκουμε σε προστατευμένες περιοχές, αποτελεί ένα από τα πιο πολύτιμα. Αυτά τα είδη δέντρων, που βρίσκονται μόνο στο φυσικό περιβάλλον του Καζ Νταγ, καλύπτουν τις βορειοανατολικές πλαγιές του Babadağ και απαντώνται σε υψόμετρο 1000-1500 m. Πρόκειται για διακοσμητικά δέντρα με χαμηλή κωνική κορυφή, μοιάζουν με πυραμίδα ή στάχυα και φτάνουν τα 25-30 m. Η περιοχή αυτή χαρακτηρίστηκε ως «Προστατευμένη Περιοχή Κωνοφόρων Καζ Νταγ» με νόμο που εφαρμόστηκε το 1988.

Το Αδραμύττιο είναι μια περιοχή που συνδυάζει βουνό και θάλασσα και πρόκειται για μια περιοχή με 150 χιλιάδες πληθυσμό και το Μπαλίκεσιρ είναι η πρωτεύουσα. Το γεγονός ότι παρέχονται παγκόσμιες πτήσεις στην περιοχή μας και μπορεί να την επισκεφτεί κανείς είτε μέσω της στεριάς, είτε μέσω της θάλασσας, είτε μέσω του αέρα, διευρύνει τις προοπτικές της περιοχής και ανοίγει τις πόρτες της στον κόσμο.

Η παραθαλάσσια περιοχή Edremit-Altınoluk, με τους μεγάλους κόλπους, τις παραλίες και τη θάλασσα με τη μπλε σημαία, υποδέχεται τουρίστες από όλον τον κόσμο κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου. Το Όρος Ίδη, που αποτελεί υπέροχη ταξιδιωτική επιλογή για όσους αγαπούν την ιστορία και τη φύση, είναι ένας παράδεισος που προσφέρει ορεινό τουρισμό με διάφορες δραστηριότητες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Το Αδραμύττιο είναι επίσης πλούσιο σε γεωθερμικές πηγές και ιαματικά λουτρά. Το Αδραμύττιο αποτελεί επίκεντρο του ιαματικού τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, και αποτελείται από ξενοδοχεία με ιαματικά λουτρά και εγκαταστάσεις με χρονομεριστική μίσθωση και σύγχρονες μονάδες.

Τουριστικά δεδομένα

Πολιτιστική και φυσική κληρονομιά

Οι οργανισμοί που αποτελούν αντικείμενο μελέτης της έρευνας αποτελούν κατά το 40% αρχαίες πόλεις, 10% γκαλερί, 40% μουσεία και 10% εθνικά πάρκα. Οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις που αποτέλεσαν αντικείμενο της έρευνας δήλωσαν ότι δεν υπάρχει πρόβλημα με τη μετακίνηση. Παρατηρήσαμε ότι κάποιοι χώροι δεν είναι κατάλληλοι για άτομα με αναπηρίες. Τα μουσεία και οι γκαλερί λειτουργούν από τις 10:00 μέχρι τις 17:00. Τα περισσότερα Εθνικά Πάρκα είναι ανοιχτά κάθε μέρα, ενώ κάποια κλείνουν τα σαββατοκύριακα. Στις εθνικές και θρησκευτικές αργίες, τα μουσεία και οι γκαλερί κλείνουν, ενώ τα πάρκα είναι ανοιχτά. Υπάρχουν κατευθυντήριες πινακίδες σε όλες τις μονάδες. Έχει γίνει αντιληπτό το ότι υπάρχει πρόβλημα με το μέρος στο οποίο βρίσκονται κάποιες πινακίδες. Οι μονάδες διαθέτουν διαφημιστικά φυλλάδια. Όλο το προσωπικό των μουσείων και των γκαλερί, και το 20% των υπόλοιπων μονάδων μιλά κάποια ξένη γλώσσα. Οι ομάδες που στοχεύουν να προσελκύσουν είναι οι ντόπιοι και οι ξένοι τουρίστες. Η είσοδος στα Μουσεία και στις Γκαλερί φτάνει μέχρι τα 10 ευρώ. Η είσοδος στα εθνικά πάρκα φτάνει περίπου στα 5 ευρώ. Οι ιστοσελίδες και οι λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όλων των οργανισμών χρησιμοποιούνται ενεργά.

Φιλοξενία και διαμονή

Οι οργανισμοί που αποτέλεσαν αντικείμενο μελέτης της έρευνας αποτελούν στο 40% πολυτελή ξενοδοχεία με ιαματικά λουτρά, 30% ξενοδοχεία, 10% μικροί ξενόνες και 30% καφετέριες και εστιατόρια. Οι επιχειρήσεις που αποτέλεσαν αντικείμενο της έρευνας δήλωσαν ότι δεν υπάρχει πρόβλημα με τη μετακίνηση. Παρατηρήσαμε ότι

είναι προσβάσιμες στους ανθρώπους με αναπηρίες. Τα ξενοδοχεία λειτουργούν 24 ώρες το εικοσιτετράωρο όλον τον χρόνο, οι καφετέριες και τα εστιατόρια λειτουργούν από τις 07:00 μέχρι τις 23:00. Όλες οι επιχειρήσεις λειτουργούν τα σαββατοκύριακα και κατά τη διάρκεια των εθνικών και θρησκευτικών εορτών. Υπάρχουν κατευθυντήριες πινακίδες σε όλες τις μονάδες αλλά δεν είναι επαρκείς για όλες. Οι μονάδες διαθέτουν διαφημιστικά φυλλάδια. Το 50% του προσωπικού των ξενοδοχείων και το 10% του προσωπικού των καφετεριών και των εστιατορίων μιλούν ξένες γλώσσες. Υπάρχουν διαθέσιμοι χώροι στάθμευσης. Οι ομάδες που στοχεύουν να προσελκύσουν είναι οι ντόπιοι και οι ξένοι τουρίστες. Η μέση τιμή για τη διαμονή ανέρχεται στα 20 ευρώ το βράδυ. Ο μέσος λογαριασμός στις καφετέριες και τα εστιατόρια ανέρχεται στα 10 ευρώ. Οι ιστοσελίδες και οι λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όλων των επιχειρήσεων χρησιμοποιούνται ενεργά. Τα ξενοδοχεία και οι καφετέριες και τα ξενοδοχεία δέχονται κρατήσεις από τις ιστοσελίδες τους ή δια μέσω τηλεφώνου. Επιπλέον, τα ξενοδοχεία δέχονται κρατήσεις λόγω της βαθμολόγησης σε υπηρεσίες τουρισμού.

Τουριστικά γραφεία και σύνδεσμοι

Οι ξεναγοί, που αποτέλεσαν αντικείμενο μελέτης της έρευνας, είναι άνθρωποι που διεξάγουν ξεναγήσεις στις τουριστικές πόλεις. Οι ξεναγήσεις χωρίς άδεια απαγορεύονται στην Τουρκία, οπότε όλοι όσοι συμμετείχαν στην έρευνα αποτελούν αδειοδοτημένους ξεναγούς. Κάποιοι ξεναγοί συνεργάζονται με τουριστικές εταιρίες και κάποιοι είναι ελεύθεροι επαγγελματίες. Οι ξεναγοί μιλούν τουλάχιστον δύο ξένες γλώσσες. Οι ξεναγοί που συνεργάζονται με τουριστικές εταιρίες δέχονται πληρωμή μίσθωσης και οι ελεύθεροι επαγγελματικές δέχονται μετρητά. Το κόστος πληρωμής ποικίλει ανάλογα με τον ξεναγό και την περιοχή. Το μέσο κόστος μιας ξενάγησης ανέρχεται στα 50 ευρώ ανά άτομο. Οι ιστοσελίδες και οι λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όλων των οργανισμών χρησιμοποιούνται ενεργά. Δέχονται κρατήσεις από τις ιστοσελίδες τους ή δια μέσω τηλεφώνου. Επιπλέον, οι ξεναγοί δέχονται κρατήσεις από τις ιστοσελίδες των τουριστικών γραφείων.

Καλές πρακτικές

Το χωριό Çamlıbel που μετατράπηκε σε κέντρο τέχνης και πολιτισμού από μια αγροτική οικογένεια απέχει 17 km από το Αδραμύττιο, 5 km από τον αυτοκινητόδρομο Balıkesir - Çanakkale E-24, συνδέεται από ασφαλτόδρομο με 130 νοικοκυριά. Πρόκειται για ένα όμορφο κατοικημένο χωριό. Η γκαλερί αυτή, που ιδρύθηκε το 1991, αποτελεί το πρώτο εθνογραφικό μουσείο της Τουρκίας και η γκαλερί που ιδρύθηκε το 1992 ήταν η πρώτη που ιδρύθηκε σε χωριό.

Στο εθνογραφικό μουσείο, παρουσιάζονται ενδιαφέρουσες και μοναδικές πολιτιστικές μονάδες, ενδυμασία, αγαθά οικιακής χρήσης, εργαλεία, χαλιά και σκηνές των νομαδικών τουρκικών φυλών που μετανάστευσαν από την Κεντρική Μικρά Ασία στην Τουρκία και εκθέτεται κάθε είδους έργο τέχνης στην γκαλερί καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Αν θέλετε να περάσετε τις διακοπές σας σε ένα μέρος που θα σας προσφέρει αξέχαστες εμπειρίες, σταματήστε σε αυτή τη γκαλερί που αποτελεί αξιοθέατο παγκόσμιας φήμης και άριστης ποιότητας. Εδώ θα γνωρίσετε τις βασικές πολιτισμικές νομαδικές Τουρκικές φυλές και θα μάθετε για το Καζ Νταγ και τους μύθους που το συνοδεύουν. Θα είναι χαρά μας να σας φιλοξενήσουμε.

Λίστα Βραβείων του Εθνογραφικού Μουσείου του Tahtakuşlar
- UNESCO (υποστήριξη) 1994
- Balıkesir Citizens' Union Association
- Rotary (Edremit branch) Club
- Turkey Travel Agencies (TÜRSAB)
- Aegean Army Command Staff Spouses
- Göztepe (Izmir) Rotary Club
- Trojan Folklore Studies Association Prof. Dr. Pertev Naili Boratav Folklore Award
- Turkey National Olympic Committee Fair Play Council 2002 Grand Prize

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Δυνατά σημεία

- -Κλίμα, φυσικοί πόροι και απαραβίαστο περιβάλλον κατάλληλο για βιώσιμο και εναλλακτικό τουρισμό,
- Κατάλληλη περιοχή για πολιτιστικό τουρισμό χάρη στην πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά,
- Ύπαρξη αρκετών θερμών πηγών και μέρη για ιαματικό τουρισμό,
- Προοπτικές για φυσικό τουρισμό,
- Συλλογή αγορών κατάλληλων για ιαματικό τουρισμό, ιδιαίτερα για τους τουρίστες με υψηλό εισόδημα,
- Εγκαταστάσεις κατάλληλες για συνέδρια και συνεδριακό τουρισμό,
- Ύπαρξη εθνικών πάρκων με χαρακτηριστικά που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τουριστικούς σκοπούς,

- Περιοχές κατάλληλες για οικολογικό και αγροτικό τουρισμό,
- Ρυάκια κατάλληλα για τουρισμό σε ποτάμια (κολύμπι, περίπατος),
- Εγγύτητα σε τουριστικές αγορές χάρη στην γεωγραφική τοποθεσία,
- Διαφοροποιημένα προϊόντα σε σύγκριση με ανταγωνιστικές χώρες,
- Ασυνήθιστος προορισμός για την διακρατική αγορά,
- Συμπερίληψη διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων στις πολιτικές τουριστικού μάρκετινγκ,
- Αναζωογόνηση του εσωτερικού τουρισμού επεκτείνοντας τα προϊόντα (καλοκαιρινός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός κλπ.),
- Το Καζ Νταγ κατέχει υψηλή αξία όσον αφορά στην ορειβασία και τον ορεινό τουρισμό, τη χλωρίδα και την πανίδα,
- Ένταση του ενδιαφέροντος για φυσικό, ιστορικό και πολιτιστικό τουρισμό, με υψηλές ανταγωνιστικές προοπτικές,
- Επάρκεια του συστήματος μετακινήσεων,

- Συμπερίληψη του εναλλακτικού τουρισμού σε έργα στα οποία η Ευρωπαϊκή Ένωση παρέχει οικονομική στήριξη,
- Νόστιμα και οργανικά προϊόντα, όπως ελιές και παρθένο ελαιόλαδο.

Αδυναμίες

- Οι τοπικές αρχές δεν ενδιαφέρονται για τα τοπικά προϊόντα,
- Ανεπαρκής προϋπολογισμός για τη στήριξη του εναλλακτικού τουρισμού,
- Ανεπάρκειες στην τουριστική υγεία και ασφάλεια,
- Η σταδιακή επιδείνωση του φυσικού περιβάλλοντος εξαιτίας της διάβρωσης κάποιων περιοχών,
- Ανεπαρκής προστασία της πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς,
- Η εικόνα της Τουρκίας ως αρνητικό τουριστικό προϊόν για τον Δυτικό Κόσμο,
- Χαμηλή εποχικότητα,
- Ανεπαρκείς επενδυτικές πρωτοβουλίες για τον εναλλακτικό τουρισμό,
- Το χρόνιο πρόβλημα πληθωρισμού της Τουρκικής οικονομίας,
- Τα ξένα τουριστικά πρακτορεία δεν περιλαμβάνουν πολλές ευκαιρίες εναλλακτικού τουρισμού στην Τουρκία στους καταλόγους τους,
- Επηρεασμός από τους πολέμους και την πολιτική αστάθεια εξαιτίας της γεωγραφικής θέσης,
- Οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την υποστήριξη ταξιδιών εντός της ένωσης,
- Ως αποτέλεσμα της οριζόντιας και κάθετης κοινωνικής ενσωμάτωσης, οι επιχειρήσεις διαθέτουν προς πώληση τα προϊόντα που επιθυμούν.
- Τα ανταγωνιστικά κράτη μέλη της ΕΕ αυξάνουν την ανταγωνιστικότητά τους ταχέως χάρη στις πληροφορίες και την οικονομική στήριξη που λαμβάνουν από την ένωση,
- Δεν έχουν αναπτυχθεί ακόμη οι υποδομές στο επιθυμητό επίπεδο για ευκαιρίες εναλλακτικού τουρισμού,
- Ανεπαρκής χρηματοδότηση,
- Η ευαισθητοποίηση της κοινωνίας σχετικά με τον εναλλακτικό τουρισμό δεν έχει αναπτυχθεί.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί ένα φυσικό περιβάλλον, όπου η ύπαρξη κατασκευασμένων χώρων είναι μικρότερη, υπάρχουν πολλές υπαίθριες και ατομικές δραστηριότητες, αποτελείται από τοπικές και μικρές επιχειρήσεις, η περίοδος των διακοπών είναι σύντομη, οι φάρμες και τα δάση είναι πυκνά και η τοπική αρχιτεκτονική, τα παραδοσιακά κτίρια και η τοπική ατμόσφαιρα είναι έντονες. Πρόκειται για έναν τύπο τουρισμού που σχετίζεται και επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες (Ahipaşaoğlu et al. 2006). Ο αγροτικός τουρισμός, στον οποίο οι άνθρωποι συνήθως ασχολούνται με ερασιτεχνικές προσεγγίσεις διαχείρισης, εξασκείται από ιδιοκτήτες τοπικών επιχειρήσεων. Από αυτή την άποψη, ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί εργαλείο ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών. Πρόκειται για ένα μέρος, όπου οι τουριστικές δραστηριότητες είναι πολύ έντονες στην Τουρκία. Εκτός από τις γνωστές τουριστικές δραστηριότητες, ο αγροτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό τρόπο συνδυασμού των φυσικών, πολιτιστικών και των ιστορικών αξιών της περιοχής με τον τουρισμό στα πλαίσια της παράδοσης και χωρίς την αλλοίωση του παραδοσιακού τρόπου ζωής.

Οι φυσικές ομορφιές, τα ρυάκια, οι λίμνες, η βλάστηση, τα σπήλαια, η τοπική αρχιτεκτονική, οι ιστορικές αξίες, οι πολιτισμικές διαφορές, οι τοπικοί οργανισμοί, η ζωή στο χωριό, οι χειροτεχνίες, η παραδοσιακή κουζίνα, οι γεωργικές δραστηριότητες, οι τοπικές συνταγές και πολλά άλλα, πρέπει να προωθούνται ως χαρακτηριστικά και ως μέρος του αγροτικού τουρισμού. Πρέπει να διαφημιστούν και σε άλλες γλώσσες ιδιαίτερα στο διαδίκτυο, ώστε να φτάσουν σε ένα μεγαλύτερο κοινό. Στον κόσμο μας, όπου οι άνθρωποι αναζητούν διαφορετικές μορφές τουρισμού,

η Τουρκία θα πρέπει να αξιοποιήσει αυτή την τάση κατά το έπακρο, ώστε να υπάρξει αντίκτυπο στον οικονομικό τομέα.

Συμπεράσματα της Έκθεσ

Συμπεράσματα της Έκθεσης

Τα δεδομένα που σχετίζονται με τις αγροτικές περιοχές των εταίρων του έργου κατέστησαν δυνατές τις περιλήψεις που αναφέρθηκαν στο κεφάλαιο 4.

Διαβάζοντας τα δεδομένα είναι δυνατή η παρακολούθηση των καθαρών ενδεχομένων κάθε πραγματικότητας που εξετάστηκε και των καταστάσεων που χαρακτηρίζονται από κοινά στοιχεία.

Φαίνεται ξεκάθαρο το ότι οι αγροτικές περιοχές που βρίσκονται σε χώρες όπου η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσεται για χρόνια, δεν βρίσκονται στην ίδια κατάσταση με εκείνες τις χώρες των οποίων τα δομημένα πλαίσια τουρισμού μόλις έχουν αρχίσει να δημιουργούνται. Για προορισμούς σε χώρες όπου ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί ήδη, υπάρχει ενδεχομένως η πιθανότητα προσέλκυσης πελατών.

Με τον ίδιο τρόπο, τα ενδεχόμενα που σχετίζονται με τη γεωγραφική θέση, την προσβασιμότητα, την κοινωνική, την οικονομική και την πολιτική σταθερότητα των χωρών, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ξεχωριστά, έτσι όπως γίνονται αντιληπτές από την κοινή γνώμη και την παγκόσμια αγορά.

Ωστόσο, είναι πιθανό να δημιουργηθεί ένα κοινό πλαίσιο που σχετίζεται με τα σύγχρονα προβλήματα.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

1) Αξιόλογη ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά

2) Εκτεταμένη ύπαρξη πολιτιστικής κληρονομιάς

3) Καλή κατάσταση της διατήρησης των μνημείων και των χωριών

4) Παρουσία αξιόλογης φυσικής κληρονομιάς

5) Ποικιλία στοιχείων που χαρακτηρίζουν την προσφορά: φύση, πολιτισμός

6) Τεράστια γαστρονομική κληρονομιά (ποιοτικά και υγιεινά προϊόντα)

7) Άμεση επαφή με την τοπική κουλτούρα (έθιμα, παραδόσεις, τρόπος ζωής...)

8) Ύπαρξη ή πιθανή ανάπτυξη αθλητικών ή υπαίθριων τουριστικών δραστηριοτήτων

9) Ύπαρξη ή πιθανή ανάπτυξη πολιτιστικού ή θρησκευτικού τουρισμού

10) Σημαντικός αριθμός τουριστικών αξιοθέατων ή τουριστικών προοπτικών

11) Εκτεταμένη φιλοξενία και μη τυπικές εγκαταστάσεις φιλοξενίας (ποικιλία στην προσφορά)

12) Πιθανή κατασκευή διάφορων τουριστικών προϊόντων με σεβασμό προς τον ανταγωνισμό

13) Μέρη που θεωρούνται ήσυχα και ασφαλή

14) Δυνατότητα απομάκρυνσης από την βαβούρα της καθημερινότητας

15) Προορισμοί που θεωρούνται αυθεντικοί (όχι κατασκευασμένα προϊόντα)

16) Απουσία τοπικής εγκληματικής δραστηριότητας

17) Αποτελεσματική σχέση κόστους-απόδοσης (σε σύγκριση με τις συνηθισμένες τουριστικές περιοχές)

18) Ανάπτυξη του πειραματικού τουρισμού

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

1) Προορισμός χαμηλής ζήτησης (κακή φήμη)
2) Γενικές και μη δομημένες προτάσεις
3) Βασικές τουριστικές υπηρεσίες, πολύ λίγες περιπτώσεις προσφέρουν ξεχωριστές εμπειρίες
4) Αναποτελεσματικά εργαλεία και στρατηγικές μάρκετινγκ
5) Μικρή ώθηση από τις τοπικές πολιτικές
6) Έλλειψη της τουριστικής επιχειρηματικότητας και ανεπαρκής εκπαίδευση των υπαλλήλων
7) Έλλειψη τουριστικής διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς
8) Χαμηλά επίπεδα επενδύσεων (και από τον δημόσιο και από τον ιδιωτικό τομέα)
9) Έλλειψη ολοκληρωμένων τουριστικών προϊόντων και δικτύων για την πώλησή τους
10) Χαμηλά επίπεδα προσβασιμότητας των ανθρώπων με αναπηρίες
11) Κακή κατάσταση των υποδομών
12) Ψηφιακό χάσμα / τεχνολογικό κενό, ελάχιστη χρήση του διαδικτύου για το μάρκετινγκ των προϊόντων
13) Γλωσσικό κενό (λίγοι υπάλληλοι μιλούν καλά ξένες γλώσσες)
14) Ανεπαρκώς εκπαιδευμένο προσωπικό (εστίαση και φιλοξενία)
15) Ανεπάρκεια πινακίδων στον δρόμο και ενδείξεις για τα μνημεία
16) Χαμηλή τάση συνεργασίας
17) Έντονη διαφοροποίηση του επιπέδου ποιότητας των χώρων φιλοξενίας
18) Κακή προσβασιμότητα των περιοχών - ανεπάρκεια δημόσιας συγκοινωνίας (τρένα, λεωφορεία κλπ)
19)

Η εικόνα που προκύπτει τελικά είναι ότι για τους προορισμούς αυτούς υπάρχουν καλές προοπτικές ανάπτυξης, όσο κι αν εμποδίζονται από κάποιους παράγοντες που μπορούν να μειωθούν μέσω των επενδύσεων και των αποτελεσματικών πολιτικών ανάπτυξης

.

Τελικές Συστάσεις

Η ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στις χώρες των εταίρων οδήγησε σε αποτελέσματα που τονίζουν τα κοινά δυνατά σημεία και τις κοινές αδυναμίες κάθε περιοχής. Ξεκινώντας από αυτό το σημείο είναι δυνατό να δημιουργηθεί μια σειρά αναγκών και απαιτήσεων προς αντιμετώπιση, ώστε να αναπτυχθεί μια αειφόρος μορφή αγροτικού τουρισμού.

Το συμπέρασμα αυτής της έκθεσης αποτελείται από τη μελέτη των δράσεων που πρέπει να ληφθούν και της εξέτασης του ποιες από αυτές θα μπορούσαν να αποτελέσουν τη βάση μιας κοινής στρατηγικής.

Εμφανώς, έχουν ληφθεί υπόψη οι παράγοντες που ενώνουν τις διάφορες περιοχές που μελετήθηκαν, έχοντας πάντα επίγνωση του ότι κάθε πραγματικότητα χαρακτηρίζεται από επιπλέον ανάγκες.

Παρακάτω υπάρχουν μερικές προτάσεις που σχετίζονται με λειτουργίες που πρέπει να αναπτυχθούν σε κάθε περιοχή αγροτικού τουρισμού.

Δημόσιος τομέας: πολιτική και διακυβέρνηση

Το βασικό σημείο της ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε είναι η ξεκάθαρη αντίληψη της ανάγκης για διαμοιρασμό των οικονομικών πόρων σε πολλούς επιμέρους τομείς (υποδομές, επενδύσεις, ενισχύσεις επιχειρήσεων, μάρκετινγκ, επικοινωνία κλπ...), ώστε να βελτιωθούν και να αυξηθούν οι διαθέσιμες υπηρεσίες στις περιοχές.

Ας τις μελετήσουμε λεπτομερώς:

1. Δημιουργία ενός τοπικού σχεδίου μάρκετινγκ τουρισμού
2. Βελτίωση των υποδομών στις αγροτικές περιοχές
3. Διασφάλιση της ύπαρξης αποτελεσματικής σήμανσης
4. αύξηση των φυσικών συνδέσεων μεταξύ των αγροτικών περιοχών και των αεροδρομίων και σιδηροδρομικών σταθμών
5. Αύξηση της επάρκειας των δημόσιων συγκοινωνιών
6. Δημιουργία βιώσιμου δικτύου κινητικότητας μέσω διαδρόμων για ποδήλατα, προγράμματα και φυσικές διαδρομές (πεζοπορία / περπάτημα)
7. Σχεδιασμός και διαχείριση ενός σχεδίου επικοινωνίας για την διαφήμιση και την προώθηση του τουρισμού της περιοχής
8. Ανάπτυξη εμπορικών συμπράξεων με άλλες γειτονικές περιοχές για την αξιοποίηση της ανάπτυξης του τοπικού τουρισμού.
9. Αύξηση και επέκταση των διαθέσιμων χώρων φιλοξενίας
10. Βελτίωση των υπηρεσιών που σχετίζονται με την φιλοξενία
11. Μύηση σε συγκεκριμένες εκπαιδευτικές δράσεις για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες (ξεναγοί, διαμονή, εστιατόρια κλπ...)
12. Ειδική εκπαίδευση και αδειοδότηση ή πιστοποίηση ξεναγών (στις χώρες που δεν υπάρχει)
13. Εξομάλυνση του ψηφιακού χάσματος (δεξιότητες χειρισμού και χρήση δεδομένων για΄παροχή διαδικτύου στο κινητό)
14. Αύξηση των συστημάτων πληροφόρησης που στοχεύουν στην προσέλκυση τουριστών (έμφαση στα τεχνολογικά και ψηφιακά μέσα πληροφόρησης)
15. Δημιουργία και διαχείριση μιας ιστοσελίδας, με ενσωματωμένη εφαρμογή με πληροφορίες και τη δυνατότητα υπηρεσιών κράτησης για τους πελάτες
16. Δημιουργία δικτύου για το τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις

17. Κατάρτιση και εκπαίδευση για τους διευθυντές και τις εταιρίες τουριστικών υπηρεσιών
18. Εφαρμογή δράσεων ευαισθητοποίηση του τοπικού πληθυσμού, ώστε να αυξηθούν οι γνώσεις για τους πόρους και τις ευκαιρίες που υπάρχουν
19. Δράσεις για τη βελτίωση της προσβασιμότητας των τουριστικών πόρων και των αξιοθέατων
20. Τουρισμός για όλους - προσιτά αξιοθέατα και σε ανθρώπους με ειδικές ανάγκες και αναπηρίες*

• τοποθέτηση ραμπών πρόσβασης, χαρτών και αισθητηριακών μοντέλων, ακουστική ξενάγηση, επαρκείς τουαλέτες, αυτόματες πύλες εισόδου...

Ιδιωτικός τομέας

Όσον αφορά στους διευθυντές ιδιωτικού τομέα, αποτελούν υποκείμενα που δεν διαθέτουν επαρκή επαγγελματική κατάρτιση ή ο τουρισμός αποτελεί για εκείνους δευτερεύον επάγγελμα. Είναι προφανές ότι η οικονομική ανάπτυξη του τομέα περιλαμβάνει σταδιακή αλλαγή της ποιότητας του επαγγελματισμού και των υπηρεσιών που προσφέρονται.

Φιλοξενία και διαμονή - τροφοδότηση

Περιληπτικά πρέπει:

1. Να βελτιωθεί η ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται (και στα απαραίτητα και στα συμπληρωματικά)
2. Να διασφαλιστεί η ισορροπία μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών και του κόστους τους
3. Να βελτιωθούν οι διαχειριστικές και οργανωτικές δεξιότητες
4. Να εφαρμοστεί τεχνολογική και λογισμική χρήση
5. Να διασφαλιστεί η προσβασιμότητα για τους ανθρώπους με ειδικές ανάγκες και αναπηρίες,
6. Να τονιστεί η σημασία της συνεχούς εκπαίδευσης
7. Να προωθηθεί ο επαγγελματισμός των συνεργασιών και των υπαλλήλων
8. Να γίνουν επενδύσεις στο μάρκετινγκ των επιχειρήσεων
9. Να διασφαλιστεί η ψηφιακή παρουσία των επιχειρήσεων, το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ψηφιακό μάρκετινγκ
10. Να ενισχυθεί η παρουσία των τοπικών προϊόντων στις γαστρονομικές προτάσεις
11. Να δοθεί έμφαση στις τοπικές παραδόσεις και στην ποιότητα των τοπικών προϊόντων - φαγητά, ποτά, πολιτισμός
12. Να δοθεί η ευκαιρία στους επισκέπτες να βιώσουν εμπειρίες, όπως εκδρομές, υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες, πολιτιστικές ξεναγήσεις, εργαστήρια για το φαγητό και το κρασί, κλπ... (συνεργασία και με άλλες επιχειρήσεις)

Τουριστικές εμπειρίες (επιχειρήσεις με τουριστικές υπηρεσίες, ξεναγοί, σύνδεσμοι, κλπ...)

Σε πολλές αγροτικές περιοχές η ανάγκη του ρόλου του καθοδηγητή ή του ξεναγού και η αξία στις πρακτικές εμπειρίες είναι πραγματικά υποβαθμισμένες. Σε κάποιες χώρες, ο ρόλος του πολιτιστικού ξεναγού δεν αποτελεί καν απαραίτητη επαγγελματική ιδιότητα (ωστόσο, αυτή τη στιγμή δεν απαιτείτε σε μεγάλο βαθμό από την αγορά).

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι αγροτικές περιοχές δεν αποτελούνται από κορυφαία αξιοθέατα, όπως πόλεις της τέχνης ή παραθαλάσσια θέρετρα, για μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη του τουρισμού είναι απαραίτητο να αξιοποιηθεί η εμπειρική αξία των τουριστικών προτάσεων (η πράξη υπερέχει της παρατήρησης). Επομένως, ο ρόλος των φορέων που προσφέρουν εμπειρίες είναι καθοριστικός και στρατηγικός.

Πώς θα βελτιωθεί η κατάσταση που επικρατεί:

1. Δημιουργία μιας επιχειρηματικής πραγματικότητας για τις υπηρεσίες τουρισμού

2. Δημιουργία νέων αξιοθέατων (πάρκα αναψυχής, σχολές μαγειρικής, χώροι ψυχαγωγίας, κλπ...)
3. Ειδικευμένη συνεχής κατάρτιση ανάλογα με τον στόχο των υπηρεσιών που προσφέρονται (πολιτιστικός ξεναγός, ξεναγός περιπάτων, ξεναγοί του φυσικού τοπίου, εκπαιδευτής αθλητικών δραστηριοτήτων, κλπ...)
4. Διασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται
5. Διασφάλιση της ασφάλεια των υπηρεσιών που προσφέρονται (πολιτική ασφαλείας που καλύπτει τον κίνδυνο τραυματισμού των συμμετεχόντων)
6. Δημιουργία εξαιρετικά ελκυστικών τουριστικών εμπειριών για συγκεκριμένο κοινό (φαγητό και κρασί, χαλάρωση, αθλητισμός και φύση)
7. Ανάπτυξη σχέσεων και συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις (δημιουργία πακέτων, προγραμμάτων, κλπ...)
8. Προσφορά στους πελάτες μιας «περιπέτειας»
9. Διασφάλιση της ισορροπίας μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών και του κόστους τους
10. Βελτίωση των διαχειριστικών και οργανωτικών δεξιοτήτων
11. Εφαρμογή τεχνολογικής και λογισμικής χρήσης
12. Διασφάλιση της προσβασιμότητας για τους ανθρώπους με ειδικές ανάγκες και αναπηρίες,
13. Προώθηση του επαγγελματισμού στις συνεργασίες και στους υπαλλήλους
14. Επενδύσεις στο μάρκετινγκ των επιχειρήσεων
15. Διασφάλιση της ψηφιακής παρουσίας των επιχειρήσεων, του ηλεκτρονικού εμπορίου και του ψηφιακού μάρκετινγ.

Escape2

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

ΕΤΑΙΡΟΙ

Αριθμός Έργου: 2020-1-ES01-KA202-082418

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την δημιουργία του παρόντος υλικού δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει μόνο την άποψη των συντακτών και η Επιτροπή δεν δύναται να καταστεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.