

Ορεινός τουρισμός

Προκλήσεις και προοπτικές

Υπουργείο Τουρισμού
Γενική Διεύθυνση Τουριστικής Πολιτικής
Διεύθυνση Έρευνας
Τμήμα Μελετών και Τεκμηρίωσης

Αποποίηση ευθύνης

Η παρούσα μελέτη είναι αποτέλεσμα ερευνητικής εργασίας και το περιεχόμενό της δεν δεσμεύει ούτε αντικατοπτρίζει απαραίτητα τις απόψεις του φορέα στο σύνολό του. Η χρήση της παρούσας μελέτης και τυχόν αποφάσεις που βασίζονται σε αυτήν αποτελούν αποκλειστική ευθύνη του χρήστη.

Περιεχόμενα

Σύντομο μεθοδολογικό σημείωμα.....	5
1. Διεθνείς τάσεις, προκλήσεις και προοπτικές.....	6
1.1. Ανασταλτικοί παράγοντες στην οικονομική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών και η προοπτική της τουριστικής ανάπτυξης.....	6
1.2. Προσπάθειες για διαφοροποίηση του συμβατικού προτύπου του χειμερινού τουρισμού	7
Αρνητικές επιπτώσεις από το συμβατικό τουριστικό πρότυπο.....	7
Προκλήσεις.....	8
Διαφοροποίηση των τουριστικών υπηρεσιών - Χρήση των χιονοδρομικών κέντρων κατά τη θερινή περίοδο	9
1.3. Διακυβέρνηση	12
1.4. Τάσεις μετά την κρίση της πανδημίας.....	12
2. Μελέτη περίπτωσης: πολιτικές για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού στα Καρπάθια Όρη.....	14
2.1. Carpathians Connect / Interreg IPA CBC Ρουμανία-Σερβία	14
Γενικά στοιχεία για το έργο (στόχοι, εταίροι, ομάδες - στόχοι)	14
Ερευνητική Έκθεση (Research Report) που εκπονήθηκε από τον Περιφερειακό Φορέα Ανάπτυξης της Ανατολικής Σερβίας.....	15
Μελέτη για την Ανάπτυξη του βιώσιμου ορεινού τουρισμού στη διασυνοριακή περιοχή των Καρπαθίων μεταξύ Ρουμανίας-Σερβίας	15
Κατευθύνσεις για την τουριστική ανάπτυξη.....	16
2.2. Η Σύμβαση των Καρπαθίων (Carpathian Convention).....	22
2.3. Κατάρτιση των τοπικών επιχειρηματιών	22
3. Ανάλυση περιεχομένου επίσημων ιστοτόπων προβολής ανταγωνιστριών χωρών: Ιταλία, Αυστρία	24
3.1. Μεθοδολογικό σημείωμα	24
3.2. Αυστρία, The Official Travel Portal (Austria-Feel the Spark) https://www.austria.info/en	24
3.3. Ιταλία, Agenzia Nazionale Turismo (https://www.italia.it/en)	28
4. Η περίπτωση της Ελλάδας.....	33
4.1. Διαφοροποίηση των τουριστικών υπηρεσιών των χιονοδρομικών κέντρων κατά τη θερινή περίοδο.....	33
4.2. Μελέτη περίπτωσης: Όλυμπος	35
Προτάσεις για την τουριστική ανάπτυξη του όρους Ολύμπου	37
4.3. Μελέτη περίπτωσης: Μέτσοβο – η στάση των κατοίκων.....	38

4.4. Μελέτη περίπτωσης: φαράγγι του Βίκου	40
5. Επόμενα βήματα	41
Βιβλιογραφικές αναφορές	44
Διαδικτυακές πηγές.....	45
Παράρτημα Ι – Κατάλογος όρων.....	46

Σύντομο μεθοδολογικό σημείωμα

Σκοπός της μελέτης

Η αποτύπωση των διεθνών τάσεων και προβλημάτων και η αρχική εξέταση του ελληνικού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού.

Μέθοδος υλοποίησης

Πραγματοποιήθηκε δευτερογενής έρευνα με εκτεταμένη επισκόπηση της πρόσφατης διεθνούς βιβλιογραφίας σχετικά με τις προκλήσεις και τις προοπτικές της βιώσιμης ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού.

Εν συνεχεία, αναζητήθηκαν επιτυχημένα παραδείγματα ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού σε διεθνές επίπεδο. Έγινε εκτεταμένη αναζήτηση σε πλατφόρμες διεθνών φορέων (keep.eu, UNWTO etc). Επιλέχθηκε η παρουσίαση της μελέτης περίπτωσης της ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού στην περιοχή των Καρπαθίων (Carpathians Connect / Interreg IPA CBC Ρουμανία-Σερβία).

Η ενότητα 3 παρουσιάζει την προώθηση του προϊόντος του ορεινού τουρισμού μέσα από τον επίσημο ιστότοπο δύο χωρών με μεγάλη ανάπτυξη στον ορεινό τουρισμό, της Ιταλίας και της Αυστρίας.

Η ενότητα 4 παρουσιάζει μελέτες περίπτωσης του ορεινού τουρισμού στην Ελλάδα.

Τέλος, η μελέτη ολοκληρώνεται με τη επισήμανση βασικών κατευθύνσεων για τη βιώσιμη ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού.

Η μελέτη συμπληρώνεται με δύο παραρτήματα:

Παράρτημα I: κατάλογος όρων και δραστηριοτήτων ορεινού τουρισμού

Παράρτημα II (αρχείο excel): κατάλογος ελληνικών φορέων εμπλεκόμενων στον ορεινό τουρισμό (εθνική και περιφερειακή χωρική κλίμακα)

1. Διεθνείς τάσεις, προκλήσεις και προοπτικές

1.1. Ανασταλτικοί παράγοντες στην οικονομική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών και η προοπτική της τουριστικής ανάπτυξης

Οι ορεινές περιοχές (υψόμετρο > 600μ.) σε πολλές χώρες αντιμετωπίζουν ιδιαίτερες δυσκολίες για την ανάπτυξη σε σχέση με τον εθνικό μέσο όρο. Η διεθνής βιβλιογραφία εντοπίζει τις ακόλουθες **δυσχέρειες** για την οικονομική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών (Ethan and Wattenberg 2020, Velissariou et al. 2017, Dologlou and Kotsios 2015):

- Συχνά βρίσκονται στο περιθώριο των πολιτικο-οικονομικών αποφάσεων
- Περιορισμένοι πόροι των περιοχών αυτών: α) διαμένουν σε αυτές πληθυσμοί με περιορισμένα εισοδήματα, β) χαμηλή πυκνότητα πληθυσμού και επομένως περιορισμένο ανθρώπινο δυναμικό.
- Περιορισμένη σύνδεση με ευρύτερα οικονομικά δίκτυα
- Η αγροτική οικονομία (γεωργία και κτηνοτροφία) των ορεινών περιοχών δεν είναι ανταγωνιστική στις σύγχρονες συνθήκες παραγωγής του αγροδιατροφικού συστήματος: η γεωργία στις εν λόγω περιοχές παρουσιάζει χαμηλή αποδοτικότητα λόγω της μικρής κλίμακας των καλλιεργειών και των δυσμενών κλιματικών συνθηκών κατά τη διάρκεια του χειμώνα
- εγκατάλειψη της περιοχής από τους κατοίκους και μετανάστευση στα αστικά κέντρα
- γήρανση του πληθυσμού

Ο τουρισμός προσφέρει πολλές δυνατότητες οικονομικής προσόδου στις τοπικές κοινότητες για τις οποίες η διαφοροποίηση της οικονομικής δραστηριότητας είναι αναγκαία. Τα παραδείγματα τουριστικής ανάπτυξης των ορεινών περιοχών δείχνουν ότι οι προορισμοί χρειάζεται να υιοθετήσουν μια **ολιστική, συστημική προσέγγιση** και αυτό για περισσότερους λόγους.

A. Για λόγους αποτελεσματικότητας και απόδοσης των τουριστικών επενδύσεων:

Οι ορεινές περιοχές της Σερβίας για παράδειγμα, έχασαν 40% του πληθυσμού τους μεταξύ του 1948 και 2002 και ο πληθυσμός τους εμφανίζεται γηραιότερος σε σχέση με τον μέσο όρο της ΕΕ (Pantic and Milijic 2019). Η τουριστική ανάπτυξη θεωρήθηκε κατάλληλη στρατηγική για την αντιστροφή της κατάστασης αυτής, καθώς οι κάτοικοι ζητούσαν:

- τη διαφοροποίηση της προσφοράς εργασίας πέρα από το κυρίαρχο πρότυπο ανάπτυξης που βασιζόταν στον πρωτογενή τομέα και
- την ανάπτυξη υποδομών (όπως για παράδειγμα του οδικού δικτύου) για τη διευκόλυνση της πρόσβασης στις περιοχές αυτές.

Έρευνα για την επίπτωση της τουριστικής ανάπτυξης στην τοπική οικονομία και απασχόληση έδειξε ότι από το 2007 έως το 2017 ο μόνιμος πληθυσμός της περιοχής μειώθηκε κατά 10% κατά κύριο λόγο εξαιτίας του χαμηλού ποσοστού των γεννήσεων. Το ποσοστό των απασχολούμενων στον τουρισμό παρέμενε χαμηλό ωστόσο υπάρχει μικρή αύξηση στον

αριθμό των τουριστών. Φαίνεται ότι η τουριστική ανάπτυξη δεν απέδωσε τα αναμενόμενα κυρίως επειδή δεν ακολουθήθηκε συνεπής στρατηγική για την προσέλκυση επενδύσεων.

B. Για την καλύτερη διαχείριση των κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών επιπτώσεων των τουριστικών ροών:

Οποιοσδήποτε σχεδιασμός για τον ορεινό τουρισμό θα πρέπει να περιλαμβάνει στρατηγική διαχείρισης της μεγέθυνσης (growth strategy) καθώς η επιτυχία του τουρισμού μπορεί να υποβαθμίσει ευαίσθητα περιβαλλοντικά συστήματα και να εμπορευματοποιήσει τους φυσικούς πόρους (Seraphin & Dosquet 2020). Τα υφιστάμενα πρότυπα σχεδιασμού θεωρούνται ξεπερασμένα, ιδιαίτερα για ευαίσθητες περιοχές όπως οι ορεινοί προορισμοί, καθώς δεν λαμβάνουν εξ αρχής υπόψιν τις ευρύτερες κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης.

Η διατομεακή φύση του ορεινού τουρισμού μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά στην επίτευξη των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (UNWTO 2021). Μεταξύ άλλων:

- του ΣΒΑ 11: μπορεί να συμβάλει στην **οικονομική ανθεκτικότητα** περιοχών που εξαρτώνται από τη γεωργία και να συμβάλει στη διατήρηση των φυσικών πόρων με τη δημιουργία θέσεων εργασίας για γυναίκες και νέους.

- του ΣΒΑ 15: όλο και περισσότεροι προορισμοί έχουν συνειδητοποιήσει **την αμοιβαία επωφελή σχέση μεταξύ της προστασίας των φυσικών οικοσυστημάτων και των τουριστικών εσόδων.**

Στόχος είναι στους ορεινούς προορισμούς να εγκαθιδρυθεί **ένας ενάρετος κύκλος**. Οι ευαίσθητοι φυσικοί, οικιστικοί και πολιτισμικοί πόροι προσελκύουν τις τουριστικές ροές. Η τουριστική ανάπτυξη καλείται να συμβάλλει ώστε να διατηρηθούν οι ίδιοι αυτοί πόροι.

Η διαμόρφωση εθνικών πάρκων και η ανακήρυξη των ορεινών περιοχών σε μνημεία παγκόσμιας φυσικής κληρονομιάς υπήρξε πάντοτε προτεραιότητα για τους φορείς πολιτικής (Ethan and Wattenberg 2020). Οι φορείς διακυβέρνησης θεώρησαν ότι αποτελεί καλή στρατηγική για την εδραίωση του ενάρετου κύκλου, δηλαδή την αποφυγή της υπερεκμετάλλευσης των πόρων και ταυτόχρονα την διασφάλιση της αναγκαίας οικονομικής προσόδου. Επιπλέον συμβάλλει στην διεθνή αναγνωρισιμότητα των ορεινών περιοχών.

Η παρουσία προστατευόμενων περιοχών στους ορεινούς προορισμούς δεν αποτελεί κατ' ανάγκη εγγύηση βιώσιμης ανάπτυξης. Είναι βέβαιο ότι οι περιοχές αυτές συνεισφέρουν στην παρακολούθηση της βιώσιμης ανάπτυξης και στην περιβαλλοντική προστασία και αποτελούν συχνά πόλο έλξης τουριστών. Ταυτόχρονα όμως υποκρύπτονται απειλές όπως η υπερεκμετάλλευση και η αντίθεση από τους κατοίκους της περιοχής οι οποίοι μπορεί να μην αποκτούν αρκετά οφέλη ή και να αντιδρούν στις τουριστικές ροές (Ethan and Wattenberg 2020).

1.2. Προσπάθειες για διαφοροποίηση του συμβατικού προτύπου του χειμερινού τουρισμού

Αρνητικές επιπτώσεις από το συμβατικό τουριστικό πρότυπο

Μια σειρά κινδύνων συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη στις ορεινές περιοχές, οι οποίοι σε γενικές γραμμές είναι κοινοί με τις αρνητικές επιπτώσεις των μεγάλων τουριστικών ροών στις παράκτιες περιοχές, και οφείλονται στη συγκέντρωση μεγάλου αριθμού επισκεπτών σε

περιορισμένο χώρο (UNWTO 2021, Ethan and Wattenberg 2020, Velissariou et al. 2017, Dologlou and Kotsios 2015):

α) Οικονομικές:

- Αυξημένη εξάρτηση από την τουριστική οικονομική δραστηριότητα, εγκατάλειψη παραδοσιακών κλάδων (όπως η αλιεία)
- Δέσμευση εκτάσεων γης από τον αγροδιατροφικό τομέα

β) Κοινωνικές:

- Περιθωριοποίηση του ντόπιου πληθυσμού
- Εποχικές και άρα επισφαλείς θέσεις απασχόλησης
- Θέσεις χαμηλής ειδίκευσης και επομένως χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού

γ) Περιβαλλοντικές:

- Αυξάνεται η ένταση εκμετάλλευσης του φυσικού περιβάλλοντος
- Υποβάθμιση του τοπίου λόγω της υπέρμετρης κατασκευής τουριστικών καταλυμάτων
- Επιβάρυνση από την πραγματοποίηση αθλητικών δραστηριοτήτων, την εντατική χρήση μονοπατιών.
- Αυξάνεται η κατανάλωση ξύλων ως καύσιμης ύλης
- Αύξηση των απορριμμάτων
- Αύξηση του επιπέδου θορύβου
- Μηχανοκίνητες μεταφορές
- Αυξημένες ανάγκες σε τρόφιμα και τουριστικές υποδομές, οι οποίες πρέπει να αναπτυχθούν για τους επισκέπτες εις βάρος ευαίσθητων οικολογικά περιοχών. Αυτό σημαίνει εντατική καλλιέργεια της γης και μεγαλύτερη χρήση φυτοφαρμάκων και λιπασμάτων.

Τα χιονοδρομικά κέντρα και οι προορισμοί με τεχνητό χιόνι έχουν το μεγαλύτερο αντίκτυπο στα ορεινά περιβάλλοντα (UNWTO 2021), κυρίως λόγω της κατασκευής εγκαταστάσεων, της μεγάλης κατανάλωσης νερού και ενέργειας, της διάβρωσης του εδάφους, της διαταραχής της χλωρίδας και της πανίδας, της υπέρμετρης δόμησης (εξοχικές κατοικίες) αλλά και της μεγάλης κατανάλωσης στερεών αποβλήτων και λυμάτων (λόγω της κατανάλωσης νερού και φαγητού, των συσκευασιών, των πλαστικών μίας χρήσης, της χρήσης προϊόντων καθαρισμού), εκπομπές από μηχανοκίνητα οχήματα κ.ά. Υπάρχει η ανάγκη ανάπτυξης συστημάτων διαχείρισης αποβλήτων και λυμάτων.

Προκλήσεις

Το συμβατικό πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης των ορεινών περιοχών καλείται να αντιμετωπίσει μια σειρά προκλήσεων (Dologlou and Kotsios 2015):

- υψηλά ποσοστά ανεργίας,
- χαμηλοί μισθοί,
- οι αυξανόμενες τιμές των καυσίμων
- μακροπρόθεσμα η μείωση των εκτάσεων που καλύπτονται από χιόνι λόγω της κλιματικής αλλαγής
- η στροφή προς τον τουρισμό εμπειρίας

Καίριο ζήτημα αποτελεί η **απειλή της κλιματικής αλλαγής** (Dologlou and Kotsios 2015), η οποία αναμένεται να έχει δυσμενείς συνέπειες για τον ορεινό τουρισμό και κυρίως για τις χιονοδρομικές δραστηριότητες. Δεδομένου πως υπάρχει ο φόβος ότι ορισμένοι εποχικοί χιονοδρομικοί προορισμοί μπορεί να μην είναι σε θέση να προσφέρουν χιονοδρομικές υπηρεσίες (σύμφωνα με ορισμένες έρευνες ως το 2030 ειδικά στα χιονοδρομικά κέντρα που βρίσκονται σε υψόμετρο κάτω των 1.500 μ. ο χειμερινός χιονοδρομικός τουρισμός αναμένεται να μειωθεί, συγκεκριμένες στρατηγικές προσαρμογής στις νέες συνθήκες έχουν προταθεί με στόχο την επιβίωση των προορισμών και των τοπικών κοινωνιών.

Διαφοροποίηση των τουριστικών υπηρεσιών - Χρήση των χιονοδρομικών κέντρων κατά τη θερινή περίοδο

Στο πλαίσιο αυτό, σε διεθνές επίπεδο, πολυάριθμοι χιονοδρομικοί προορισμοί λειτουργούν και εκτός της χιονοδρομικής περιόδου έχοντας αναπτύξει διαφοροποιημένα τουριστικά πακέτα. Η διαφοροποίηση και η ανάπτυξη υποδομών και δραστηριοτήτων all-year round αποτελεί τη σημαντικότερη κίνηση για τους επιχειρηματίες προκειμένου να διασφαλιστεί η ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού.

Οι βασικές δραστηριότητες οι οποίες προσφέρονται από χιονοδρομικά κέντρα διεθνώς καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου (Dologlou and Kotsios 2015):

- πεζοπορία,
- ορειβασία,
- κανό καγιάκ,
- ποδηλασία,
- χρήση των αναβατήρων για θέα,
- υδάτινα αθλήματα και δραστηριότητες στις κοντινές λίμνες και ποτάμια,
- μίνι γκολφ,
- οιογνωσία και γαστρονομία,
- χρήση των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων για συνεδριακό τουρισμό
- συναυλίες και φεστιβάλ,
- ανάδειξη επισκέψιμων πολιτισμικών μνημείων
- προσφορά ειδικές εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων για παιδιά και οικογένειες,
- διαμόρφωση αθλητικών και παιδικών κατασκηνώσεων,
- ανάπτυξη extreme sports και άλλων αθλητικών δραστηριοτήτων (όπως, bungee jumping, parachuting, τένις, ποδόσφαιρο, βόλεϊ, υπασία, τοξοβολία, paintball, θεματικά πάρκα, τοίχοι αναρρίχησης,
- ανάπτυξη ήπιων δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο (όπως αστροπαρατήρηση, παρατήρηση άγριας ζωής)
- ανάπτυξη υπηρεσιών ευεξίας.

Χαρακτηριστική είναι η **περίπτωση των Ηνωμένων Πολιτειών**. Σύμφωνα με έρευνες έχει διαπιστωθεί πως το 44% των χιονοδρομικών κέντρων λειτουργεί και κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών οδηγώντας με αυτόν τον τρόπο σε αύξηση των εσόδων. Η πιο δημοφιλής δραστηριότητα κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών είναι η ποδηλασία (61%)

ενώ ένα 30% των επισκεπτών χρησιμοποιεί τα αναβατήρια του σκι προκειμένου να απολαύσουν το τοπίο και τη θέα.

Έχει διαπιστωθεί, εξάλλου, πως **σε πολλά χιονοδρομικά κέντρα** διεθνώς ένα τουλάχιστον αναβατήριο λειτουργεί **κατά τους θερινούς μήνες** και πως ορισμένα χιονοδρομικά κέντρα δέχονται πάνω από 2,5 εκ. επισκέπτες κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση των Άλπεων: για το 65% των επισκεπτών, η πεζοπορία αποτελεί τη βασική δραστηριότητα κατά τους θερινούς μήνες. Παράλληλα, καταγράφονται περίπου 20 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις στις ορεινές ζώνες της Ελβετίας κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού. Παρόμοια είναι και τα ευρήματα αναφορικά με την Αυστρία: τη κατανομή των διανυκτερεύσεων κατά τους θερινούς και τους χειμερινούς μήνες είναι ισόποση, γεγονός που αντικατοπτρίζει την αυξανόμενη τάση των τουριστών να περνούν τις διακοπές τους στους ορεινούς προορισμούς.

Ο κύκλος ζωής ενός ορεινού προορισμού:

Το παράδειγμα της Bjelašnica, Βοσνία – Ερζεγοβίνη

Αναγνωρισμένοι χειμερινοί ορεινοί προορισμοί ακολούθησαν τον κύκλο ζωής της ακμής, της ωριμότητας και κρίσης του συμβατικού τουρισμού και της ανανέωσης με την ανάπτυξη εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων.

Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η περιοχή της Bjelašnica (Oračić and Banda 2019), η οποία αποτελεί παραδοσιακό προορισμό χειμερινού τουρισμού με σημαντικές τουριστικές ροές. Η τουριστική ανάπτυξη ξεκίνησε ήδη μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο και βασίστηκε κυρίως στα χειμερινά αθλήματα (σκι). Έχουν φιλοξενηθεί εκεί διεθνείς διοργανώσεις χειμερινών αθλημάτων με κορυφαία τους Χειμερινούς Ολυμπιακούς αγώνες το 1984. Την περίοδο της ανοικοδόμησης των τουριστικών υποδομών μετά τη διάσπαση της Γιουγκοσλαβίας και τον πόλεμο, έγιναν προσπάθειες να αναπτυχθούν και εναλλακτικές μορφές τουρισμού για τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου τους θερινούς μήνες.

Ωστόσο το πρότυπο αυτό ανάπτυξης δείχνει σημεία κρίσης τόσο λόγω των σημαντικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων που έχει προκαλέσει, όσο και λόγω της επίδρασης που δέχεται από την κλιματική αλλαγή και τη μείωση της ποσότητας των χιονοπτώσεων. Κατά συνέπεια οι τοπικοί φορείς επιδιώκουν την περαιτέρω ανάπτυξη εναλλακτικών θεματικών τουριστικών μορφών. Σήμερα η περιοχή εκτός από τις χιονοδρομικές εγκαταστάσεις προσφέρει υπηρεσίες για διάφορες μορφές τουρισμού υπαίθρου όπως hiking, ποδηλασία βουνού, ράφτινγκ και κανό στα κοντινά ποτάμια, paragliding.

Οι θεματικές αυτές μορφές καλούνται να ανανεώσουν το τουριστικό προϊόν της περιοχής δημιουργώντας ένα περισσότερο σύνθετο τουριστικό προϊόν:

- τον χειμώνα, θα λειτουργούν συμπληρωματικά προς τις χιονοδρομικές εγκαταστάσεις
- το καλοκαίρι θα αποτελέσουν το βασικό τουριστικό προϊόν που θα προσφέρεται κυρίως από τα ορεινά χωριά

Ανάμεσα στις εναλλακτικές δραστηριότητες που προσελκύουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον των επισκεπτών είναι η ορειβασία, οι διαδρομές στο φαράγγι, η επίσκεψη στα παραδοσιακά ορεινά χωριά για τοπικό φαγητό και η επίσκεψη σε μεσαιωνικά μνημεία της περιοχής. Ωστόσο, οι τουριστικές ροές τους θερινούς μήνες παραμένουν περιορισμένες. Τα βασικά εμπόδια που αντιμετωπίζει η περιοχή για την ανάπτυξη εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων είναι:

- Κυκλοφοριακή συμφόρηση
- Ελλείψεις στο αποχετευτικό δίκτυο
- Απαρχαιωμένοι αναβατήρες
- Περιορισμένες υπηρεσίες για εναλλακτικές μορφές τουρισμού κατά τη χειμερινή περίοδο
- Έλλειψη υποδομών για μετά το σκι (π.χ. υπηρεσίες ευεξίας)
- Περιορισμένη αξιοποίηση των τουριστικών πόρων (π.χ. αξιοθέατα πολιτισμικής κληρονομιάς)

Επομένως το βασικό τουριστικό προϊόν της περιοχής παραμένει ο συμβατικός, χειμερινός τουρισμός, ενώ δεν έχουν αποδώσει ακόμη οι προσπάθειες να αναπτυχθούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

1.3. Διακυβέρνηση

Η βιβλιογραφία (Velissariou et al. 2017, Dologlou and Kotsios 2015) επισημαίνει ως προϋπόθεση για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών τον υπολογισμό της φέρουσας ικανότητας, η οποία δίνει έμφαση στην ποσοτική μέτρηση των επιπτώσεων και στον καθορισμό ορίων πέρα των οποίων οι περιβαλλοντικές κυρίως επιπτώσεις υπερβαίνουν ένα κατώφλι. Ωστόσο, η συζήτηση για τον υπερτουρισμό φέρνει στο προσκήνιο όχι μόνο τη μέτρηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων στο οικοσύστημα αλλά και τον βαθμό στον οποίο **γίνεται ανεκτή από την κοινότητα η τουριστική ανάπτυξη** (Koens et al. 2018). Τίθενται εδώ ζητήματα διακυβέρνησης και αναδεικνύεται η ανάγκη εμπλοκής των εταίρων στον σχεδιασμό και την εφαρμογή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (Waligo et al. 2013).

Ο ορεινός τουρισμός στηρίζεται σε ευρεία δίκτυα συνεργασίας, καθώς συνδέεται με περισσότερες μορφές τουρισμού, όπως ο αθλητικός τουρισμός και ο τουρισμός υπαίθρου.

Η παράμετρος της διακυβέρνησης αποτελεί επομένως μέρος της ολιστικής προσέγγισης και προϋπόθεση για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών. Θα πρέπει να απαντήσουμε στα ακόλουθα ερωτήματα ανά προορισμό:

- Ποιοι είναι οι βασικοί εταίροι;
- Ποιοι έχουν ηγετικό ρόλο;
- Ποια η διασύνδεσή τους με κεντρικούς φορείς διακυβέρνησης;
- Έχουν απόθεμα σε πόρους (π.χ. οικονομικούς, ανθρώπινο κεφάλαιο)
- Ποιες οι προτεραιότητες που θέτουν οι εταίροι σε κάθε περιοχή; Σε κάθε περιοχή υπάρχει ένα σύνολο προτεραιοτήτων σχετικά με την ανάπτυξη που έχει ήδη διαμορφωθεί από τους εταίρους. Οι προτεραιότητες αυτές εξαρτώνται: α) από τον τρόπο με τον οποίο οι εταίροι που έχουν την ηγεσία αντιμετωπίζουν τη βιωσιμότητα (έμφαση σε οικονομικές ή κοινωνικές και περιβαλλοντικές παραμέτρους), β) από το διαθέσιμο ανθρώπινο κεφάλαιο (τεχνογνωσία, δεξιότητες).

Προτάσεις:

- δράσεις ενημέρωσης των εταίρων για τις αρχές της κοινωνικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, οι οποίες θα πρέπει εξ αρχής να ληφθούν υπόψιν κατά τον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης σε ευαίσθητες περιοχές όπως οι ορεινοί προορισμοί.
- δράσεις κατάρτισης για τους τοπικούς οικονομικούς και κοινωνικούς εταίρους, προκειμένου οι εταίροι να θέσουν τις προτεραιότητες που χρειάζεται για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος.
- Σημαντικός είναι ο ρόλος της έρευνας, η οποία καλείται να παρουσιάσει στους εταίρους τις διαφορετικές επιλογές για την ανάπτυξη (Paunovic and Jovanović 2019).

1.4. Τάσεις μετά την κρίση της πανδημίας

Αν και φαινομενικά η πανδημία οδήγησε σε αναστολή σχεδόν των ταξιδιωτικών μετακινήσεων, σε πολλές χώρες πυροδότησε τη μετακίνηση των κατοίκων των αστικών κέντρων προς την ύπαιθρο, κυρίως όσων είχαν εξοχικές κατοικίες (Seraphin & Dosquet 2020). Το καλοκαίρι του 2020 πολλοί ορεινοί τουριστικοί προορισμοί που βρίσκονται σε μικρή απόσταση από πυκνοκατοικημένες περιοχές κατέγραψαν σημαντική αύξηση στους εγχώριους επισκέπτες (UNWTO 2021). Σε ορισμένες περιπτώσεις η αύξηση αυτή είχε

αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και άσκηση πιέσεις στην τοπική βιοποικιλότητα. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση των ΗΠΑ όπου η αθρόα προσέλευση επισκεπτών έχει οδηγήσει στην εφαρμογή μέτρων συστημάτων κρατήσεων (booking systems). Σε αυτές τις συνθήκες αναδεικνύεται η σημασία του ορεινού τουρισμού για ευεξία και την υγεία. Αυτό είναι ένα κίνητρο το οποίο μπορεί να λάβει μεγάλη σημασία στην παρούσα συγκυρία καθώς ο ορεινός τουρισμός αντιμετωπίζεται ως ένα είδος θεραπείας από την πίεση που προκαλούν οι συνθήκες της πανδημίας.

Στην πρόσφατη μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τον ορεινό τουρισμό (UNWTO 2021) διαπιστώνονται τα εξής:

- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών στρέφονται από προορισμούς που συγκεντρώνουν πολυάριθμους επισκέπτες σε προορισμούς κοντά στη φύση και την ύπαιθρο.
- Η ασφαλής πραγματοποίηση ταξιδιών αποτελεί προτεραιότητα. Επίσης, οι καταναλωτές είναι όλο και πιο συνειδητοποιημένοι όσον αφορά τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις των ταξιδιωτικών τους επιλογών. Αυτές οι προτιμήσεις μπορούν να ικανοποιηθούν με την καλύτερη χωρική κατανομή των τουριστικών ροών.
- Παράλληλα, η πανδημία έχει οδηγήσει σε επαναπροσανατολισμό των τουριστικών ροών προς τον εγχώριο τουρισμό και προορισμούς της υπαίθρου που προσφέρουν αυθεντικές και αναζωογονητικές εμπειρίες. Αυτό αποτελεί σημαντική ευκαιρία για τις ορεινές περιοχές.
- Αντιστοίχως, έχει ενισχυθεί η τάση των διακοπών από το σπίτι (staycations) όπου κατά τις διακοπές οι καταναλωτές παραμένουν στο σπίτι τους ή στην εξοχική τους κατοικία και πραγματοποιούν από εκεί ημερήσιες εκδρομές.
- Η πανδημία αποτελεί μία ευκαιρία για τους προορισμούς της υπαίθρου και τους απομακρυσμένους προορισμούς (συμπεριλαμβανομένων των ορεινών προορισμών) να **προσελκύσουν εργαζόμενους και ψηφιακούς νομάδες** για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα, συμβάλλοντας στην τοπική ανάπτυξη και την αντιμετώπιση του δημογραφικού προβλήματος των εν λόγω περιοχών.

2. Μελέτη περίπτωσης: πολιτικές για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού στα Καρπάθια Όρη

2.1. Carpathians Connect / Interreg IPA CBC Ρουμανία-Σερβία

Γενικά στοιχεία για το έργο (στόχοι, εταίροι, ομάδες - στόχοι)

Το έργο Carpathians Connect (<http://www.carpathiansconnects.com>), που χρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Interreg IPA CBC Ρουμανία-Σερβία, στοχεύει στην ανάπτυξη των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων και τη βιώσιμη αξιοποίηση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς της περιοχής των Καρπαθίων παρέχοντας το πλαίσιο, τις κατευθυντήριες γραμμές καθώς και την αναγκαία κατάρτιση για τη διαμόρφωση νέων τουριστικών προϊόντων διασυνοριακού βιώσιμου ορεινού τουρισμού. Το έργο αφορά τρεις κομητείες: τις κομητείες Mehedinți και Caraș-Severin στη Ρουμανία και την κομητεία Bor στη Σερβία.

Επιμέρους στόχοι και αναμενόμενα αποτελέσματα του έργου είναι:

- Η ανάπτυξη του προϊόντος βιώσιμος ορεινός τουρισμός μέσα από την εκπόνηση μελέτης για την ανάπτυξη βιώσιμου ορεινού τουρισμού των Καρπαθίων στην περιοχή των συνόρων μεταξύ Ρουμανίας-Σερβίας.
- Η ενίσχυση της συνεργασίας μέσα από τη δημιουργία ενός διασυνοριακού δικτύου για την ανάπτυξη του βιώσιμου ορεινού τουρισμού στην περιοχή.
- Η στήριξη της ανάπτυξης ικανοτήτων (capacity building) στον τομέα της βιώσιμης χρήσης των φυσικών και πολιτιστικών πηγών στον τομέα του διασυνοριακού βιώσιμου ορεινού τουρισμού.

Οι βασικοί **εταίροι** του έργου είναι:

- από την πλευρά της Σερβίας, ο Περιφερειακός Φορέας Ανάπτυξης της Ανατολικής Σερβίας (Regional Development Agency Eastern Serbia – RARIS), στον οποίο συμμετέχουν οι τοπικές δημοτικές αρχές, το Περιφερειακό Εμπορικό Επιμελητήριο του Zaječar, η Εταιρεία Διαχείρισης Δρόμων του Zaječar, η ΜΚΟ “The TimokClub” καθώς και η Σχολή Management του Zaječar.
- από την πλευρά της Ρουμανίας, ο Ρουμανικός Σύνδεσμος για τη Μεταφορά Τεχνολογίας και την Καινοτομία της επαρχίας Mehedinți (Romanian Association for Technology Transfer and Innovation, Mehedinți County – AROTT), ο οποίος αποτελεί μια μη κυβερνητική και μη κερδοσκοπική οργάνωση από 43 μέλη στα οποία περιλαμβάνονται πανεπιστημιακά ιδρύματα, Κέντρα Έρευνας και Ανάπτυξης και Εμπορικά Επιμελητήρια.

Οι βασικές **ομάδες στόχοι (target groups)** του έργου είναι:

- τουριστικές επιχειρήσεις
- αντιπρόσωποι των εθνικών φορέων
- οργανισμοί που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και της προστασίας του περιβάλλοντος
- κάτοικοι των εν λόγω περιοχών/τοπική κοινωνία
- επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του βιώσιμου τουρισμού και σε συναφείς τομείς.

Ακολούθως παρουσιάζονται τα βασικά σημεία των παραδοτέων του έργου.

Ερευνητική Έκθεση (Research Report) που εκπονήθηκε από τον Περιφερειακό Φορέα Ανάπτυξης της Ανατολικής Σερβίας

Η Ερευνητική Έκθεση περιλαμβάνει:

- καταγραφή των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της περιοχής ανά περιφέρεια με έμφαση στους πόρους εκείνους που αποτελούν σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα (44 συνολικά),
- αποτύπωση των μορφών τουρισμού που ήδη παρουσιάζουν κάποιο βαθμό ανάπτυξης στην περιοχή (πολιτιστικός, οικοτουρισμός, τουρισμός υπαίθρου, τουρισμός περιπέτειας),
- καταγραφή του αριθμού και του είδους των καταλυμάτων που είναι διαθέσιμα,
- των σημάτων ποιότητας (Ecotourism Certification System “Eco-Romania” το οποίο πιστοποιεί προγράμματα οικοτουρισμού, ξεναγούς καθώς και μικρής κλίμακας καταλύματα)
- καταγραφή των τουριστικών ροών.

Η Έκθεση ολοκληρώνεται με SWOT Analysis:

- Δυνατά σημεία: οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι, το τοπίο και η ποικιλία της πανίδας, της χλωρίδας, του ανάγλυφου, οι ιαματικές πηγές, οι υπάρχουσες υποδομές.
- Αδυναμίες: η έλλειψη ανθρώπινων πόρων λόγω του μικρού αριθμού νέων που κατοικούν στην περιοχή, η κακής ποιότητας οδικές υποδομές, η έλλειψη συνεκτικής πολιτικής για την ανάπτυξη της περιοχής καθώς η έλλειψη συνεργειών μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, η ελλιπής και κακής ποιότητας προώθηση της περιοχής.
- Ευκαιρίες: η Σύμβαση των Καρπαθίων (Carpathian Convention) και η Στρατηγική για τον Δούναβη (Danube Region Strategy), δύο σημαντικές πολυμερείς συμφωνίες οι οποίες δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού, το αυξημένο ενδιαφέρον για τον ορεινό τουρισμό, τα σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης των υπαρχουσών υποδομών.
- Κίνδυνοι: η μείωση του πληθυσμού στην περιοχή, η κακή διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, η οικονομική αστάθεια της περιοχής.

Μελέτη για την Ανάπτυξη του βιώσιμου ορεινού τουρισμού στη διασυνοριακή περιοχή των Καρπαθίων μεταξύ Ρουμανίας-Σερβίας

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της Μελέτης για την Ανάπτυξη του βιώσιμου ορεινού τουρισμού στη διασυνοριακή περιοχή των Καρπαθίων μεταξύ Ρουμανίας-Σερβίας στην οποία περιγράφονται τα **στάδια διαμόρφωσης** μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για την ανάπτυξη του βιώσιμου ορεινού τουρισμού στην περιοχή. Σημείο εκκίνησης της μελέτης αποτέλεσε η SWOT analysis που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της ως ανωτέρω Ερευνητικής Έκθεσης.

Τα βασικά ευρήματα της μελέτης έχουν ως εξής:

- Η αποτύπωση του ανάγλυφου και της μορφολογίας της περιοχής (βουνά, λόφοι, πεδιάδες κ.α.), η καταγραφή του υψομέτρου και των τοπικών κοινοτήτων της περιοχής (με έμφαση να δίνεται στο βαθμό διασποράς τους, το υψόμετρο στο οποίο βρίσκονται) αλλά και των βασικών στοιχείων που περιλαμβάνει το φυσικό τοπίο της περιοχής (δάση, σπήλαια, βραχώδη περιοχές).

- Η καταγραφή των φυσικών πόρων της περιοχής: προστατευόμενες περιοχές, εθνικοί δρυμοί/πάρκα, πηγές ιατρικού τουρισμού όπως spa resorts, μονοπάτια, μονοπάτια πεζοπορίας, ποδηλατικές διαδρομές, καταφύγια, χιονοδρομικά κέντρα.
- Η καταγραφή των πολιτιστικών πόρων της περιοχής: ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, ναοί, μοναστήρια και άλλου είδους αξιοθέατα (π.χ. νερόμυλοι, παραδοσιακές κοινότητες).
- Η καταγραφή των τουριστικών επιχειρήσεων της περιοχής: καταλύματα ανά περιοχή και ανά κατηγορία (ξενοδοχεία, δομές B&B, ενοικιαζόμενα δωμάτια και κατοικίες κ.α.) και δυναμικότητα των καταλυμάτων.
- Η εξέταση της προσβασιμότητας της περιοχής (ύπαρξη αεροδρομίων και συχνότητα πτήσεων, οδικών δικτύων, σιδηροδρομικών γραμμών και σταθμών, πρόσβαση από θάλασσα).
- Η καταγραφή από το 2012 έως το 2016 των τουριστικών ροών και των διανυκτερεύσεων ανά περιοχή προκειμένου να εντοπιστούν οι βασικές τάσεις (εγχώριος, διεθνής τουρισμός).

Εν συνεχεία πραγματοποιήθηκε **διαβούλευση** στην οποία συμμετείχαν 23 ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) από τον τομέα του τουρισμού και των δύο χωρών (ιδιοκτήτες καταλυμάτων, εστιατορίων, οινοποιείων, αγροκτημάτων, ΜΚΟ, tour operators και οδηγοί, δημόσιες υπηρεσίες, τοπικές αρχές, κέντρα πληροφοριών). Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ανάγκη για **στενή συνεργασία** μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων μερών για τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη και τη διαχείριση των τουριστικών υπηρεσιών στην περιοχή αλλά και στην ανάγκη να αναδειχτούν τα οφέλη του βιώσιμου τουρισμού για τις τοπικές κοινότητες και οικονομίες.

Παράλληλα, υπογραμμίστηκε το γεγονός πως η ανταγωνιστικότητα του τομέα εξαρτάται άμεσα από τη βιωσιμότητα των φυσικών του πόρων και από την ύπαρξη ενός καθαρού και παρθένου περιβάλλοντος. Ως εκ τούτου κρίθηκε απαραίτητο να επιτευχθεί ισορροπία ανάμεσα στην ανάπτυξη των υποδομών και των τουριστικών δραστηριοτήτων και τη διατήρηση των οικοσυστημάτων και των τοπικών κοινωνιών. Μολονότι βασικός στόχος είναι η αύξηση και η διαφοροποίηση του εισοδήματος των τοπικών κοινωνιών αυτό δεν πρέπει να επιτευχθεί εις βάρος του φυσικού περιβάλλοντος.

Κατευθύνσεις για την τουριστική ανάπτυξη

Προτεινόμενα προϊόντα ορεινού τουρισμού

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα **βασικά προϊόντα ορεινού τουρισμού** τα οποία σχεδιάζεται να αναπτυχθούν λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες και τους υπάρχοντες φυσικούς και πολιτισμικούς πόρους της περιοχής καθώς και τις διεθνείς τάσεις μέσα από την εκτενή εξέταση της διεθνούς βιβλιογραφίας, την πραγματοποίηση συνεντεύξεων και focus group με τα ενδιαφερόμενα μέρη της περιοχής καθώς και με επιτόπιες επισκέψεις. Εντοπίστηκαν **τέσσερις βασικοί τύποι εμπειριών** οι οποίοι μπορούν να αναπτυχθούν με βάση τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής:

A. Άγρια φύση

Το συγκεκριμένο προϊόν πρέπει να έχει στον πυρήνα του τη εμπειρία αλλά και την αφήγηση προκειμένου να προσελκύσει τους απαιτητικούς φυσιολάτρες ταξιδιώτες. Περιλαμβάνει την ανάπτυξη φυσιολατρικών εμπειριών (wilderness-based activities) δύο βασικών ειδών:

- Direct wildlife viewing: Προκρίνεται η ανάπτυξη περιηγήσεων κατά τις οποίες ο επισκέπτης μπορεί να παρακολουθήσει, να μελετήσει και να φωτογραφήσει την άγρια φύση. Περιλαμβάνει την παρακολούθηση πουλιών (birdwatching) ή άλλων ειδών και των οικοτόπων τους. Οι επισκέπτες ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για ενδημικά ή επαπειλούμενα είδη και στον μεγαλύτερο βαθμό αποτελούνται από wildlife enthusiasts.
- Indirect wildlife viewing: Πιο δημοφιλής είναι, ωστόσο, τουριστικά προϊόντα που περιλαμβάνουν υπαίθριες δραστηριότητες διαφόρων ειδών (πεζοπορία, rafting, camping) κατά τη διάρκεια των οποίων οι επισκέπτες μπορεί να έρθουν σε επαφή με τη χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής.

Δεδομένου πως οι επισκέπτες που ενδιαφέρονται για την άγρια φύση δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για τις πληροφορίες που αφορούν την πανίδα και τη χλωρίδα έμφαση πρέπει να δοθεί στην παροχή υπηρεσιών εξειδικευμένης ξενάγησης από καλά καταρτισμένους ξεναγούς και στην ανάπτυξη προϊόντων με έντονο εκπαιδευτικό χαρακτήρα (π.χ. δωρεάν διαλέξεις). Όσον αφορά τη διαμονή των επισκεπτών είναι απαραίτητο να είναι διαθέσιμες καλά οργανωμένες δομές για camping, καμπίνες, B&B, δεδομένου ότι σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία αυτού του είδους τα καταλύματα προτιμώνται από τους εν λόγω επισκέπτες οι οποίοι παρουσιάζουν υψηλό βαθμό περιβαλλοντικής συνειδητοποίησης. Σε επίπεδο υποδομών προτείνονται:

- Η κατασκευή πλατφορμών παρατήρησης (viewing platform).
- Η ανάπτυξη περισσότερων ειδικών διαδρομών και ενός εκτεταμένου δικτύου διαδρομών που επιτρέπει την επίσκεψη πολυάριθμων οικοσυστημάτων.
- Η ύπαρξη κατάλληλης σήμανσης και πινακών με πληροφορίες για τη χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής.
- Η ανάπτυξη συνδυαστικών τουριστικών προϊόντων (π.χ. συνδυασμός ποδηλατικών διαδρομών και παρακολούθησης της άγριας φύσης) (55-58).

B. Τουρισμός Περιπέτειας

Πρόκειται για ένα είδος τουρισμού που παρουσιάζει μεγάλη δυναμική και το οποίο μπορεί να διαχωριστεί σε δύο διακριτές κατηγορίες:

1. Τουρισμός περιπέτειας που περιλαμβάνει ήπιες δραστηριότητες (soft activities)¹ για τις οποίες δεν απαιτούνται ιδιαίτερες δεξιότητες. Τις εν λόγω δραστηριότητες επιλέγουν οι ταξιδιώτες περιπετειών αναψυχής (leisure adventure travelers) στους οποίους περιλαμβάνονται νέοι σε ηλικία ταξιδιώτες, οι οποίοι λαμβάνουν περιορισμένα ρίσκα και επιθυμούν να ξεκουραστούν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, αλλά και μεγαλύτεροι σε ηλικία ταξιδιώτες οι οποίοι διαθέτουν οικονομική άνεση και χρόνο (και οι οποίοι για την οργάνωση του ταξιδιού τους απευθύνονται σε tour operators).
2. Τουρισμός περιπέτειας που περιλαμβάνει πιο απαιτητικές δραστηριότητες (hard activities) όπως η αναρρίχηση (climbing), το paragliding, το rafting κ.α.. Τις εν λόγω δραστηριότητες επιλέγουν οι adventure tourism enthusiasts, οι οποίοι αποτελούν

¹ Στις ήπιες δραστηριότητες μπορεί να περιλαμβάνεται μεταξύ άλλων το κάμπινγκ, το ψάρεμα, η πεζοπορία, το σκι κ.ά.

ένα μικρότερο κομμάτι των τουριστών περιπέτειας, είναι κατά κύριο λόγο νεότεροι σε ηλικία και αποζητούν τη συγκίνηση.

Για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος είναι σημαντικό:

- Να παρέχονται ακριβείς και εύκολα προσβάσιμες πληροφορίες για τις διαθέσιμες δραστηριότητες. Δεδομένου πως οι περισσότεροι ταξιδιώτες που επιλέγουν προϊόντα τουρισμού περιπέτειας είναι σχετικά μικρής ηλικίας και βασίζονται στο διαδίκτυο για την ενημέρωσή τους κρίνεται απαραίτητη η προώθηση των εν λόγω προϊόντων σε εξειδικευμένες ιστοσελίδες. Πρέπει, παράλληλα, να διασφαλιστεί πως οι επίσημες ιστοσελίδες είναι εύκολα προσβάσιμες και διαθέσιμες σε περισσότερες γλώσσες.
- Η ανάπτυξη εβδομαδιαίων, ημερήσιων ή ολιγοήμερων all inclusive πακέτων.
- Η παροχή μεγάλης ποικιλίας δραστηριοτήτων που διαφοροποιούνται με βάση τη χρονική διάρκεια και το βαθμό δυσκολίας προκειμένου να προσελκύσει μία ευρεία γκάμα επισκεπτών.
- Η ύπαρξη ποδηλατικών και πεζοδρομικών διαδρομών με κατάλληλη σήμανση και υποδομές.
- Η διαθεσιμότητα κατάλληλου εξοπλισμού προς ενοικίαση.
- Η ύπαρξη καλά καταρτισμένων ξεναγών.
- Η διοργάνωση familiarization trips με στόχο την εμφάνιση δημοσιευμάτων στο διεθνή τύπο (ειδικά σε περιοδικά και εφημερίδες που εξειδικεύονται σε αυτές τις θεματικές).
- Η περιοχή να διαθέτει και άλλου είδους δραστηριότητες, όπως επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους ή δραστηριότητες στις οποίες εμπλέκονται οι τοπικές κοινωνίες, προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες των leisure adventure travelers οι οποίοι αποζητούν μία πιο ολιστική εμπειρία(σελ. 58-65).

Γ. Ιστορία και Πολιτισμός

Η ανάδειξη της υλικής και άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, της ιστορίας και του αυθεντικού χαρακτήρα των τοπικών κοινωνιών μιας περιοχής μπορεί να διευρύνει σημαντικά το φάσμα της τουριστικής προσφοράς. Οι παραδοσιακοί οικισμοί, η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική των κτηρίων, η ύπαρξη μουσείων και σημαντικών συλλογών, οι αρχαιολογικοί χώροι, ναοί, μοναστήρια, κάστρα και τα κάθε είδους μνημεία αλλά και η παραδοσιακή λαϊκή τέχνη της οικοτεχνίας και χειροτεχνίας, η παραδοσιακή γαστρονομία, οι τοπικές γιορτές και φεστιβάλ συμβάλλουν αποφασιστικά στην εδραίωση και ανάδειξη της ταυτότητας και του αυθεντικού και μοναδικού χαρακτήρα μιας ορεινής περιοχής. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει:

- Να αναπτυχθούν ολοκληρωμένα ιστορικά θεματικά προϊόντα που θα αναδεικνύουν μία περιοχή συνολικά και έμφαση να δοθεί τόσο στην ποικιλία της πολιτιστικής προσφοράς, όπου αυτό είναι δυνατό, όσο και στα πιο δημοφιλή αξιοθέατα (flagship attractions).
- Να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ανάδειξη της άυλης κληρονομιάς.
- Να αναρτηθεί η κατάλληλη σήμανση και πινακίδες με πληροφορίες σχετικά με την υλική και άυλη κληρονομιά της περιοχής. Εξαιρετικά σημαντική κρίνεται η παροχή των πληροφοριών σε περισσότερες γλώσσες, η παροχή δωρεάν πληροφοριακού

υλικού καθώς και η ύπαρξη εξειδικευμένων ξεναγών αλλά και συσκευών πολυμεσικής μετάφρασης (audioguides) όπου αυτό είναι δυνατό.

- Να παρέχεται τεχνογνωσία στους ιδιοκτήτες πολιτιστικών, ιστορικών και αρχιτεκτονικών μνημείων (σελ. 65-67).

Δ. Τρόπος ζωής της υπαίθρου (rural lifestyle) - αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός αφορά κατά κύριο λόγο ΜΜΕ και οικογενειακές επιχειρήσεις και μπορεί να αποτελέσει σημαντικό όχημα για την οικονομική ανάπτυξη, τη δημιουργία θέσεων εργασίας, τη διαφοροποίηση του εισοδήματος των τοπικών επιχειρηματιών καθώς και την κοινωνική και οικονομική ενσωμάτωση των νέων και των γυναικών. Παράλληλα αποτελεί ένα τουριστικό προϊόν που προσελκύει επισκέπτες διαφορετικών προφίλ και προτιμήσεων:

- Άτομα μεγαλύτερης ηλικίας (κυρίως άνω των 50), συχνά με σημαντικές οικονομικές δυνατότητες, οι οποίοι αποζητούν αυθεντικές εμπειρίες και οι οποίοι επιλέγουν παραδοσιακά κανάλια ενημέρωσης και διάθεσης τουριστικών προϊόντων.
- Άτομα που ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία 18-44, διαθέτουν σχετικά υψηλά εισοδήματα και αποζητούν νέες εμπειρίες και προορισμούς.
- Άτομα που ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία των 18-30 διαθέτουν περιορισμένα εισοδήματα, ταξιδεύουν για μεγάλα χρονικά διαστήματα και επιθυμούν να έρθουν σε επαφή με τις τοπικές κοινότητες και να συμμετέχουν σε δραστηριότητες.
- Οικογένειες οι οποίες δίνουν έμφαση στη σχέση ποιότητας-τιμής, επιζητούν δραστηριότητες με εκπαιδευτικό πρόσημο, προτιμούν μικρής κλίμακας καταλύματα καθώς και ειδικά διαμορφωμένα τουριστικά πακέτα με ειδικές εκπτώσεις και all-inclusive τιμές.
- Άτομα που ενδιαφέρονται για συγκεκριμένου είδους δραστηριότητες.

Ως εκ τούτου, η αγροτουριστική προσφορά της περιοχής πρέπει να περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων που να ικανοποιεί τις απαιτήσεις όλων των κατηγοριών επισκεπτών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων δραστηριοτήτων αποτελούν:

- η συμμετοχή στην συγκομιδή και σε άλλου είδους γεωργικές ή οινοπαραγωγικές δραστηριότητες,
- η δυνατότητα επισκέψεων σε οινοποιία,
- η συμμετοχή σε άλλου είδους εκπαιδευτικές δραστηριότητες (εργαστήρια παρασκευής τοπικών εδεσμάτων),
- η διαμονή σε αγροκτήματα.

Βασικά σημεία στα οποία πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία:

- Η διαμόρφωση πακέτων που ικανοποιούν διαφορετικά προφίλ επισκεπτών τόσο με όρους κόστους όσο και προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Η διασφάλιση της παροχής υψηλής ποιότητας υπηρεσιών μέσω της δημιουργίας πιστοποιήσεων-ειδικών σημάτων για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο του αγροτουρισμού και του τουρισμού υπαίθρου. Η απόκτηση αναγνωρισμένων σημάτων ειδικά σε ευρωπαϊκό ή διεθνές επίπεδο αυξάνει τις

πιθανότητες επιτυχούς προώθησης πακέτων αγροτουρισμού από μέρους των ταξιδιωτικών πρακτόρων.

- Η διασφάλιση της χρήσης παραδοσιακών προϊόντων κατά την παραγωγή εδεσμάτων σε εστιατόρια και καταλύματα αλλά και η ανάπτυξη καναλιών προώθησής τους (εντός των εστιατορίων ή των αγροκτημάτων, σε εξειδικευμένα καταστήματα ή κατά τη διάρκεια γαστρονομικών φεστιβάλ και γιορτών).
- Δημιουργία clusters και συνεργατικών σχημάτων στα οποία θα συμμετέχουν συμπληρωματικές επιχειρήσεις σε όλη την αλυσίδα αξίας του αγροτουριστικού προϊόντος έτσι ώστε να βελτιωθεί η βιωσιμότητα του προσφερόμενου προϊόντος αλλά και να διαχέονται τα οικονομικά οφέλη σε όσο το δυνατό περισσότερες επιχειρήσεις και όχι μόνο σε λίγες (σελ. 68-74).

Προτεινόμενες στρατηγικές κατευθύνσεις

Μετά την παρουσίαση των 4 βασικών προϊόντων προς ανάπτυξη, ακολουθεί η καταγραφή των στρατηγικών κατευθύνσεων και δράσεων που πρέπει να αναληφθούν προκειμένου να είναι δυνατή η επιτυχής εφαρμογή της στρατηγικής με βάση συγκεκριμένα χρονοδιαγράμματα. Πιο συγκεκριμένα, οι δράσεις που προτείνονται είναι συνοπτικά οι ακόλουθες:

A. Marketing plan- προωθητικές ενέργειες

- Ανάπτυξη ενός συνεκτικού τουριστικού brand ορεινού τουρισμού διεθνούς εμβέλειας στο οποίο να δίνεται έμφαση στον αυθεντικό χαρακτήρα της περιοχής, τη μοναδική φυσική ομορφιά του τοπίου, την ιδιαίτερη χλωρίδα και πανίδα, καθώς και τον υλικό και άυλο πολιτιστικό πλούτο. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στον εντοπισμό και τη διαμόρφωση των βασικών τουριστικών προϊόντων (περιπέτεια, πολιτισμός, οικολογία, αγροτουρισμός, γαστρονομία).
- Πραγματοποίηση εκτεταμένης έρευνας αγοράς προκειμένου να γίνουν καλύτερα κατανοητές οι προσδοκίες και οι ανάγκες των επισκεπτών και η ανάπτυξη τουριστικών πακέτων για διαφορετικές κατηγορίες επισκεπτών.
- Ανάπτυξη ειδικών σημάτων ποιότητας που να διασφαλίζουν την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και να μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Ανάπτυξη συνεργασιών με τους μεγάλους, διεθνείς tour operators και διοργάνωση familiarization trips για εθνικούς και διεθνείς tour operators.
- Διαμόρφωση προωθητικού υλικού και η διάθεσή του μέσα από μία μεγάλη ποικιλία καναλιών προώθησης και διανομής (διαδίκτυο, παραδοσιακά μέσα).
- Ανάπτυξη ιστοσελίδας στην οποία να προωθούνται οι βασικοί τύποι εμπειριών και οι δραστηριότητες που προσφέρει η περιοχή.
- Εντοπισμός και προώθηση ευκαιριών για ανάπτυξη συνεργατικών σχημάτων κυρίως σε επίπεδο μάρκετινγκ αλλά και ανάπτυξης προϊόντων με την προώθηση συνεργειών μεταξύ του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα και όλων των επιπέδων της διακυβέρνησης.

B. Στήριξη των επιχειρήσεων

- Ανάπτυξη χρηματοδοτικών εργαλείων για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ορεινό τουρισμό και κυρίως εργαλείων που απευθύνονται σε ΜμΕ, σε

οικογενειακές επιχειρήσεις και σε μικροεπιχειρήσεις με στόχο, μεταξύ άλλων, την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών, τον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού και των υποδομών τους.

- Πραγματοποίηση εκστρατειών ενημέρωσης σχετικά με τις επαγγελματικές ευκαιρίες στην περιοχή και τις δυνατότητες ίδρυσης νέων επιχειρηματικών σχημάτων καθώς και παροχή κατάλληλων κινήτρων.
- Χρηματοδοτικά εργαλεία για την αναπαλαίωση παραδοσιακών οικισμών και κτιρίων με στόχο την ανάδειξη του αυθεντικού χαρακτήρα των τοπικών κοινοτήτων.
- Ανάπτυξη συνεργατικών σχημάτων για τη διαμόρφωση ολοκληρωμένων πακέτων.
- Παροχή στήριξης σε επιχειρήσεις που επιθυμούν να εξασφαλίσουν ειδικά σήματα ποιότητας.
- Παροχή στήριξης προς τις επιχειρήσεις για την ανάπτυξη καινοτόμων μεθόδων παροχής τουριστικών υπηρεσιών.
- Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις εκείνες που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.
- Στήριξη της έρευνας μέσα από την ανάπτυξη clusters, Κέντρων Μεταφοράς Τεχνολογίας, προώθησης καλών πρακτικών.

Γ. Υποδομές

- Συντήρηση χώρων ιστορικής και αρχαιολογικής σημασίας, έμφαση στον φωτισμό τους, στην τοποθέτηση σήμανσης και πινακίδων με πληροφορίες.
- Δημιουργία κέντρων πληροφόρησης τουριστών καθώς και κέντρων οικολογικής εκπαίδευσης πλησίον των προστατευόμενων περιοχών.
- Χρηματοδοτικά εργαλεία με στόχο τον εκσυγχρονισμό και την ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών καταλυμάτων.
- Εκσυγχρονισμός των δικτύων ηλεκτρισμού, ύδατος, αποχέτευσης και εφαρμογή συστημάτων βιώσιμης διαχείρισης λυμάτων και στερεών αποβλήτων (sustainable waste management).
- Αναβάθμιση του οδικού δικτύου, βελτίωση της οδικής προσβασιμότητας σε περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος καθώς και σε προστατευόμενες περιοχές, αναβάθμιση των σημάτων/ της σήμανσης και δημιουργία κατάλληλων χώρων στάθμευσης. Παράλληλη, ανάπτυξη του σιδηροδρομικού δικτύου και όλων των άλλων μέσων μεταφοράς που είναι διαθέσιμα στην περιοχή.
- Σύγχρονος σχεδιασμός και ξεκάθαρη οριοθέτηση των πιστών για σκι, δημιουργία ποδηλατικών/πεζοπορικών/ορειβατικών διαδρομών.
- Καθιέρωση ολοκληρωμένου πλαισίου προστασίας του ορεινού φυσικού περιβάλλοντος και αυστηρός έλεγχος της τήρησής του.

Δ. Δράσεις κατάρτισης

- Ανάπτυξη προγραμμάτων εξειδίκευσης για τους ξεναγούς των συγκεκριμένων περιοχών.
- Διαμόρφωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τους εργαζόμενους στον τομέα του τουρισμού με βάση τις ανάγκες των εργοδοτών.

2.2. Η Σύμβαση των Καρπαθίων (Carpathian Convention)

Βασική πολιτική σε μακροπρόθεσμο επίπεδο για την βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής των Καρπαθίων αποτελεί η Σύμβαση Πλαίσιο για την Προστασία και Βιώσιμη Ανάπτυξη των Καρπαθίων (Σύμβαση των Καρπαθίων)². Υιοθετήθηκε και υπογράφηκε από 7 συμβαλλόμενα μέρη (Τσεχική Δημοκρατία, Πολωνία, Ρουμανία, Σερβία, Σλοβακία, Ουκρανία) το 2006. Αποτελεί ένα πολυεπίπεδο διακυβερνητικό μηχανισμό που καλύπτει το σύνολο της περιοχής των Καρπαθίων και το δεύτερο σημαντικότερο μηχανισμό για την προστασία μίας ορεινής περιοχής μετά τη Σύμβαση των Άλπεων (Alpine Convention). Η Σύμβαση αποτελεί ένα συνεκτικό πλαίσιο συνεργασίας και πολυτομεακού συντονισμού, μία πλατφόρμα για την ανάπτυξη κοινών στρατηγικών και ένα φόρουμ διαλόγου στο οποίο συμμετέχουν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (από τις τοπικές κοινωνίες μέχρι και τους ΜΚΟ).

Ένα από τα σημαντικότερα πεδία δραστηριότητας της Σύμβασης είναι ο βιώσιμος τουρισμός. Το 2011 υπεγράφη **πρωτόκολλο για το Βιώσιμο Τουρισμό**³, ενώ το 2013 συνετάχθη στρατηγική για τη μελλοντική, βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη των Καρπαθίων (Strategy for the future sustainable tourism development of the Carpathians) η οποία δεν αφορούσε αποκλειστικά τον ορεινό τουρισμό. Η Στρατηγική είναι αποτέλεσμα εκτεταμένων διαβουλεύσεων σε κάθε χώρα, στις οποίες συμμετείχαν 400 άτομα και φορείς (Υπουργεία, φορείς διαχείρισης εθνικών πάρκων, εθνικοί φορείς τουρισμού, ΜΚΟ). Με βάση τα αποτελέσματα της διαβούλευσης πραγματοποιήθηκε SWOT analysis προσδιορίστηκαν συγκεκριμένες δράσεις.

2.3. Κατάρτιση των τοπικών επιχειρηματιών

Τα Καρπάθια όρη παρουσιάζουν μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης του τουρισμού υπαίθρου. Παρόλα αυτά η έλλειψη γνώσεων αποτελεί μία σημαντική πρόκληση για τις τοπικές επιχειρήσεις. Με χρηματοδότηση από το Ταμείο Visegrad (Visegrad Fund), το έργο “Cooperation of V4+ rural tourism actors through social and digital innovation” (Συνεργασία των V4+ δρώντων του τουρισμού υπαίθρου μέσα από την κοινωνική και ψηφιακή καινοτομία) παρείχε εκπαίδευση, διαδικτυακά σεμινάρια και οδηγούς στους τοπικούς επιχειρηματίες. Μία διαδικτυακή πλατφόρμα επέτρεπε σε όλους τους συμμετέχοντες να έχουν πρόσβαση στα διαδικτυακά σεμινάρια και να κάνει χρήση των διαθέσιμων εργαλείων για την προώθηση των προϊόντων τους. Ειδικοί παρείχαν ατομικές συνεδρίες καθώς και προγράμματα παρακολούθησης της εξέλιξης των δράσεων (follow-up programmes) προκειμένου να παρέχουν στους συμμετέχοντες τα εργαλεία για την προώθηση του προορισμού, των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών στις περιφερειακές και διεθνείς αγορές. Ορισμένα χαρακτηριστικά παραδείγματα των προσφερόμενων δραστηριοτήτων είναι τα εξής:

-Εργαστήριο «Πως να διοικείται μια αγροτουριστική επιχείρηση: ψηφιακή επικοινωνία και ανάπτυξη ταυτότητας, μάρκετινγκ και μάντζμεντ»

² <http://www.carpathianconvention.org/>

³http://www.carpathianconvention.org/tl_files/carpathiancon/Downloads/02%20Activities/2.1.5%20Protocol%20on%20Sustainable%20Tourism.pdf

-Οδηγός «Εργαλεία μανάτζμεντ και μάρκετινγκ για επιχειρηματίες του τουρισμού υπαίθρου»

Βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν από την εν λόγω δράση είναι:

-η ανάπτυξη των ικανοτήτων των επιχειρηματιών του τουρισμού διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη βελτίωση του μάρκετινγκ, branding, καινοτομιών και πωλήσεων των αγροτουριστικών προϊόντων. Η χρήση συμμετοχικών μεθόδων για την εμπλοκή των τοπικών κοινωνιών είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για την ανάπτυξη ιδεών για branding και marketing τοπικά και περιφερειακά προϊόντα.

- η προώθηση προϊόντων οικοτεχνίας και μικρής κλίμακας βιομηχανικών προϊόντων συμβάλλει στην ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού καθώς και στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και παραδοσιακών μορφών γεωργίας.

3. Ανάλυση περιεχομένου επίσημων ιστοτόπων προβολής ανταγωνιστριών χωρών: Ιταλία, Αυστρία

3.1. Μεθοδολογικό σημείωμα

Διεξήχθη εκτενής έρευνα ανάλυσης περιεχομένου των ιστοτόπων τουρισμού της Αυστρίας (<https://www.austria.info/en>) και της Ιταλίας (<https://www.italia.it/en>) από τη σκοπιά του μάρκετινγκ και της προϊόντικής ανάπτυξης. Βασικός στόχος ήταν η ανάλυση της δομής και του περιεχομένου των δύο ιστοτόπων προκειμένου να διαπιστωθούν τα στοιχεία εκείνα στα οποία δίνεται ιδιαίτερη έμφαση κατά τη διαδικτυακή προώθηση του ορεινού τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα:

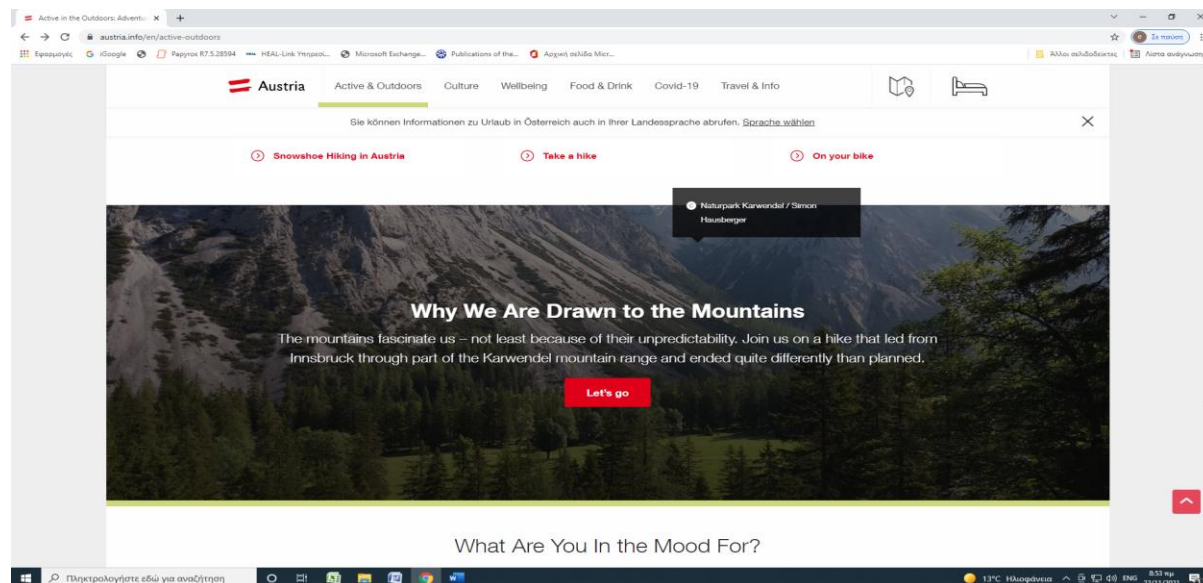
- Στον **αυστριακό ιστοτόπο** δεν υπάρχει ειδική θεματική ενότητα αφιερωμένη στον ορεινό τουρισμό ως διακριτής ειδικής μορφής τουρισμού αλλά η έμφαση δίνεται, πρωτίστως, στην προώθηση ορεινών και χειμερινών **δραστηριοτήτων** και δευτερευόντως των σχετικών **προορισμών**.
- Στον **ιταλικό ιστοτόπο** δεν υπάρχει ειδική θεματική ενότητα αφιερωμένη στον ορεινό τουρισμό αλλά η έμφαση δίνεται πρωτίστως στην προώθηση των ορεινών και χειμερινών **προορισμών** και σχετικών **δραστηριοτήτων**. Παράλληλα, παρέχεται στον επισκέπτη η επιπρόσθετη δυνατότητα να αναζητήσει προορισμούς και δραστηριότητες με βάση το **προφίλ** του αλλά και συγκεκριμένες **θεματικές**.

3.2. Αυστρία, The Official Travel Portal (Austria-Feel the Spark)

<https://www.austria.info/en>

Η Αυστρία αποτελεί μία χώρα με μεγάλη παράδοση στο χειμερινό και ορεινό τουρισμό, γεγονός το οποίο αποτυπώνεται και στον ιστοτόπό της. **Δεν γίνεται προώθηση του ορεινού τουρισμού ως διακριτής θεματικής μορφής**, ούτε και οποιαδήποτε άλλης θεματικής μορφής αλλά των δραστηριοτήτων που συνδέονται με τον ορεινό και χειμερινό τουρισμό αλλά **έμφαση δίνεται στην προώθηση των προσφερόμενων χειμερινών και ορεινών δραστηριοτήτων και εμπειριών**, ενώ οι **ορεινοί προορισμοί και τα αυστριακά βουνά αναδεικνύονται στο σύνολο του ιστοτόπου** κυρίως σε σχέση με τις δραστηριότητες που μπορούν να πραγματοποιηθούν σε αυτά.

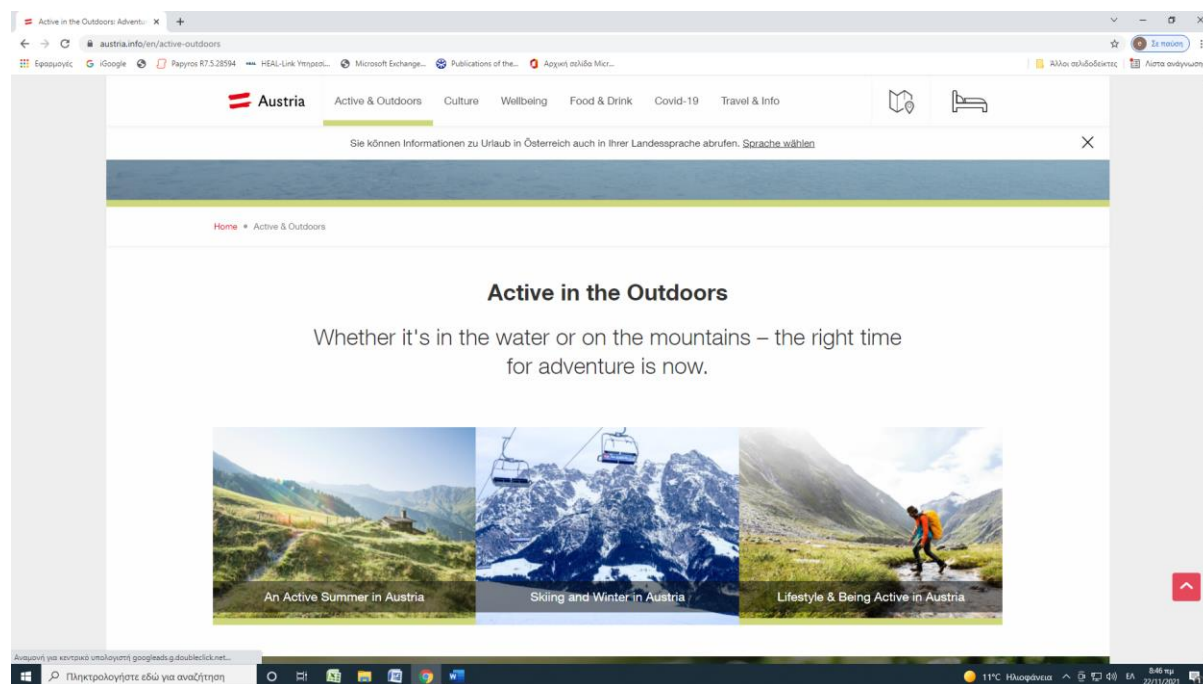
Στο κεντρικό μενού που βρίσκεται στο πάνω μέρος του ιστοτόπου ανευρίσκονται οι θεματικές κατηγορίες “Active and Outdoors”, “Culture”, “Wellbeing”, “Food and Drink”. Η κατηγορία “Active and Outdoors” παραπέμπει τον επισκέπτη σε **μια ιστοσελίδα με τον τίτλο “Active in the outdoors”**. Η ιστοσελίδα περιλαμβάνει πλήθος εικόνων από ορεινές περιοχές και από ορεινές και χειμερινές δραστηριότητες καθώς και συνδέσμους σε προωθητικά κείμενα που αφορούν σχετικές θεματικές (“5 reasons why being active outdoors makes us happier and healthier”, “the 89-year-old Rock Climber”). Ιδιαίτερη αναφορά οφείλουμε να κάνουμε στο **σύνδεσμο που παραπέμπει στο προωθητικό κείμενο με τίτλο “Why are we drawn to the mountains”**. Στο συγκεκριμένο link περιλαμβάνεται αναλυτικό προωθητικό κείμενο που αναλύει τους λόγους για τους οποίους τα βουνά αποτελούν ελκυστικούς προορισμούς. Εντός του κειμένου γίνεται αναφορά σε αρκετούς ορεινούς προορισμούς για τους οποίους υπάρχουν και links (Innsbruck, Hafelekarspitze, Karwendel Mountains κ.α.).



Στο πάνω μέρος της κεντρικής ιστοσελίδας “Active in the Outdoors” βρίσκονται τρία κεντρικά links για τις κατηγορίες:

- Ένα καλοκαίρι γεμάτο δράση στην Αυστρία (An active summer in Austria)
- Σκι και χειμώνας στην Αυστρία (Skiing and Winter in Austria)
- Lifestyle και δραστηριότητες στην Αυστρία (Lifestyle and being active in Austria)

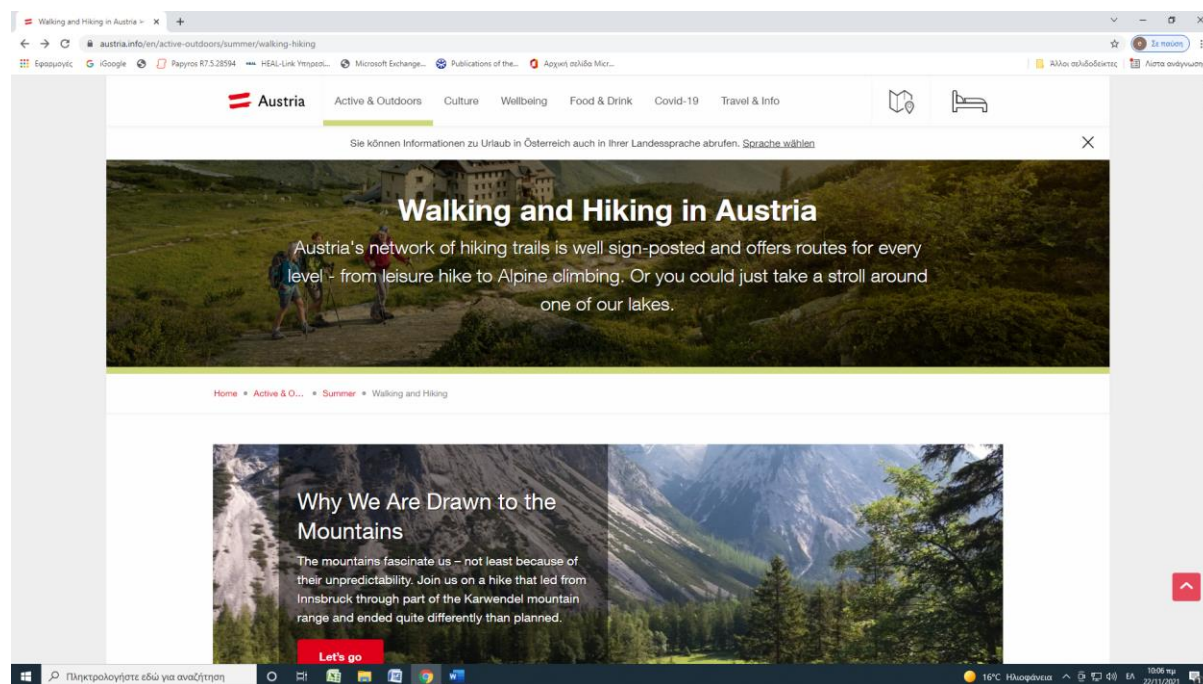
Όταν ο επισκέπτης επιλέξει έναν από τους τρεις κεντρικούς συνδέσμους (“Skiing and Winter in Austria”, “Lifestyle and being active in Austria”, “an active summer in Austria”) μεταφέρεται σε μία νέα ιστοσελίδα στην οποία για ακόμα μία φορά δίνεται έμφαση στις προσφερόμενες δραστηριότητες και είναι διαθέσιμοι διακριτοί σύνδεσμοι που παραπέμπουν σε αυτές.



Παράλληλα, στο μέσο περίπου της κεντρικής ιστοσελίδας “Active in the outdoors” περιλαμβάνεται και μία **σειρά από συνδέσμους για τη θεματική “Active things to do in Austria”**. Πιο συγκεκριμένα Οι σύνδεσμοι αφορούν τις ακόλουθες 6 δραστηριότητες:

- Σκι στην Αυστρία (Skiing in Austria)
- Cross-country και σκανδιναβικό σκι (Cross-country and Nordic skiing)
- Χειμερινή πεζοπορία στην Αυστρία (Winter Hiking in Austria)
- Πεζοπορία με χιονοπέδιλα (Snowshoe Hiking)
- Πεζοπορία στην Αυστρία (Walking and Hiking in Austria)
- Ποδηλασία στην Αυστρία (Cycling and Biking in Austria)

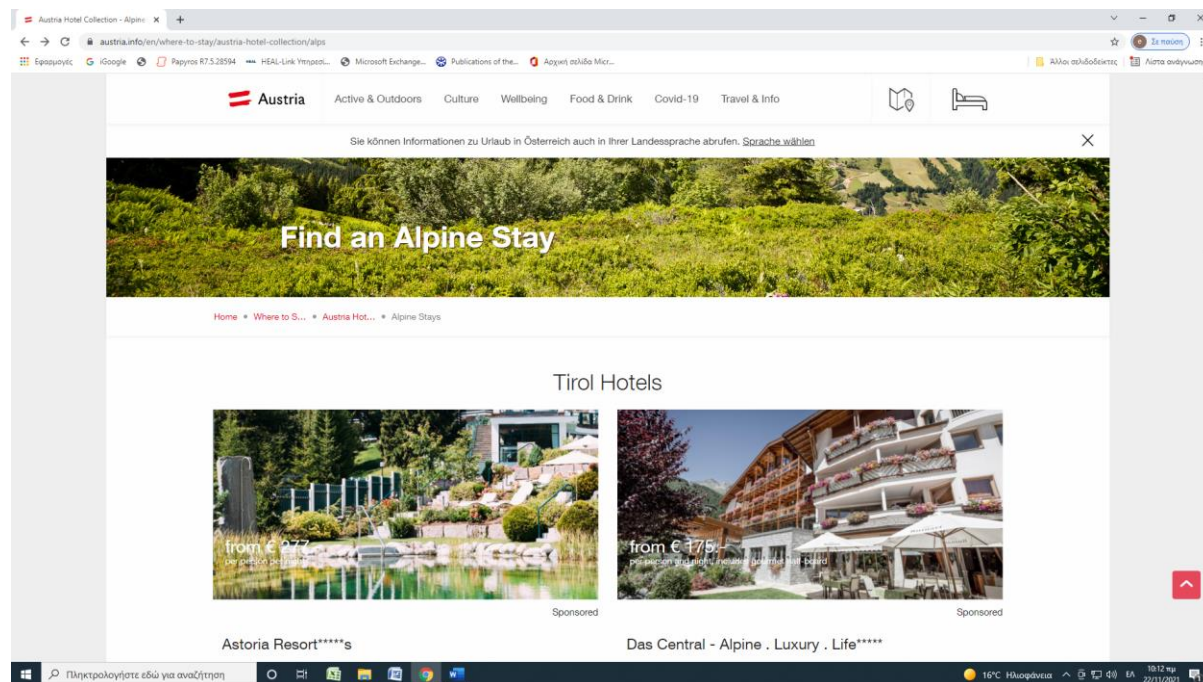
Όπως έχει ήδη διαπιστωθεί **έμφαση δίνεται στην προώθηση των προσφερόμενων δραστηριοτήτων**. Θα λάβουμε ως παράδειγμα το σύνδεσμο για μία από τις βασικές προσφερόμενες δραστηριότητες και πιο συγκεκριμένα για τη δραστηριότητα με τίτλο “Walking and Hiking in Austria” στον πυρήνα της οποίας βρίσκεται και η αξιοποίηση των ορεινών προορισμών.



Όταν ο επισκέπτης πατήσει στο link “Walking and Hiking in Austria” μεταφέρεται σε μία αυτόνομη ιστοσελίδα με τον σχετικό τίτλο με πλούσιο φωτογραφικό υλικό η οποία περιλαμβάνει:

- Σύνδεσμο που παραπέμπει στο προωθητικό κείμενο με τίτλο “Why are we drawn to the mountains”.
- Μία σειρά από συνδέσμους με τον τίτλο-ομπρέλα “**Editor’s peak**” τα οποία παραπέμπουν σε συνδέσμους με σχετικά άρθρα, βίντεο και φωτογραφικό υλικό για θεματικές όπως “5 reasons why being active outdoors makes us happier and healthier”, “Trailrunning: a wonderful family experience”, “Austria’s top 10 Summit Platforms”.
- **Σύνδεσμο με τον τίτλο** “Hiking Regions in Austria: A hand-picked selection of Austria’s most beautiful areas to spend your hiking holiday” **που παραπέμπει σε προορισμούς** όπου είναι δυνατή η πραγματοποίηση της εν λόγω δραστηριότητας. Ο επισκέπτης που θα πατήσει στον εν λόγω σύνδεσμο θα μεταφερθεί σε μία νέα ιστοσελίδα όπου είναι διαθέσιμοι σύνδεσμοι που παραπέμπουν σε όλους τους προορισμούς και μπορεί εν συνεχεία να επιλέξει έναν συγκεκριμένο το σύνδεσμο για ένα συγκεκριμένο προορισμό και να έχει πρόσβαση σε πλήθος πληροφοριών για τον εν λόγω προορισμό (π.χ. υψόμετρο, υποδομές, σημαντικότερα αξιοθέατα, τρόποι εξερεύνησης του προορισμού κ.α.).
- Μία σειρά από συνδέσμους κάτω από το γενικό τίτλο “**Useful Information for your next hike**” στα οποία περιλαμβάνονται σύνδεσμοι που παραπέμπουν σε άρθρα σχετικά με θέματα όπως «Mountain Hiking tips for beginners», “what to remember when hiking in the mountains” κ.ά.

- Σύνδεσμο που παραπέμπει στο προωθητικό κείμενο “Our favorite huts in Austria” με πλούσιο φωτογραφικό και πληροφοριακό υλικό.
- Σύνδεσμο με τον τίτλο “Find an alpine stay”, που παραπέμπει τον επισκέπτη σε μία ιστοσελίδα όπου παρουσιάζονται ξενοδοχειακές μονάδες που βρίσκονται σε ορεινές περιοχές. Για κάθε ξενοδοχείο είναι διαθέσιμος και ένας σύνδεσμος που παραπέμπει τον επισκέπτη σε μία ιστοσελίδα όπου παρουσιάζονται βασικές πληροφορίες (τιμές, προσφερόμενες υπηρεσίες) ενώ δίνεται στον επισκέπτη και η δυνατότητα να πραγματοποιήσει κράτηση διαδικτυακά.

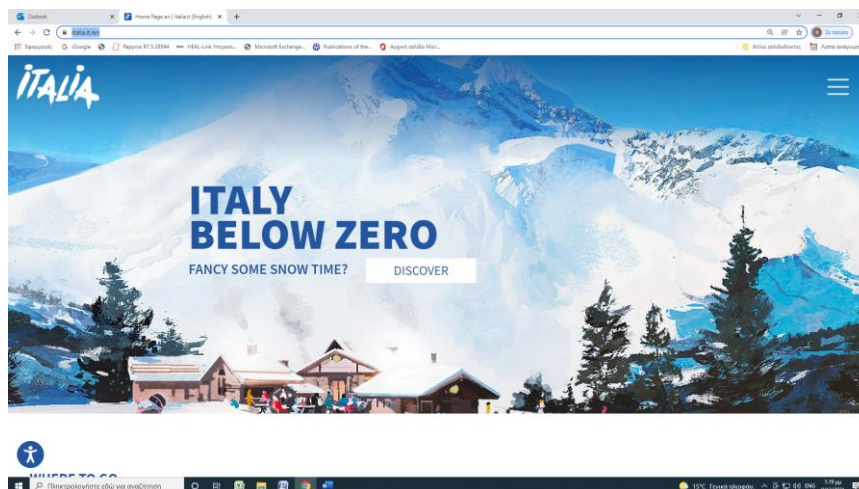


3.3. Ιταλία, Agenzia Nazionale Turismo (<https://www.italia.it/en>)

Η Ιταλία αποτελεί μία χώρα με σημαντική παράδοση στο χειμερινό και ορεινό τουρισμό και με δημοφιλείς χειμερινούς προορισμούς (Άλπεις, Δολομίτες). Ο ιστότοπος προβολής του τουριστικού προϊόντος της Ιταλίας πρόσφατα αναβαθμίστηκε και ανακαινίστηκε και είναι διαθέσιμος στην αγγλική αλλά και στην ιταλική γλώσσα⁴. **Δεν γίνεται προώθηση του ορεινού τουρισμού ως διακριτής θεματικής μορφής, εντούτοις, σε πολλά σημεία της ιστοσελίδας γίνεται αναφορά σε ορεινούς και χειμερινούς προορισμούς αλλά και σε σχετικές δραστηριότητες.**

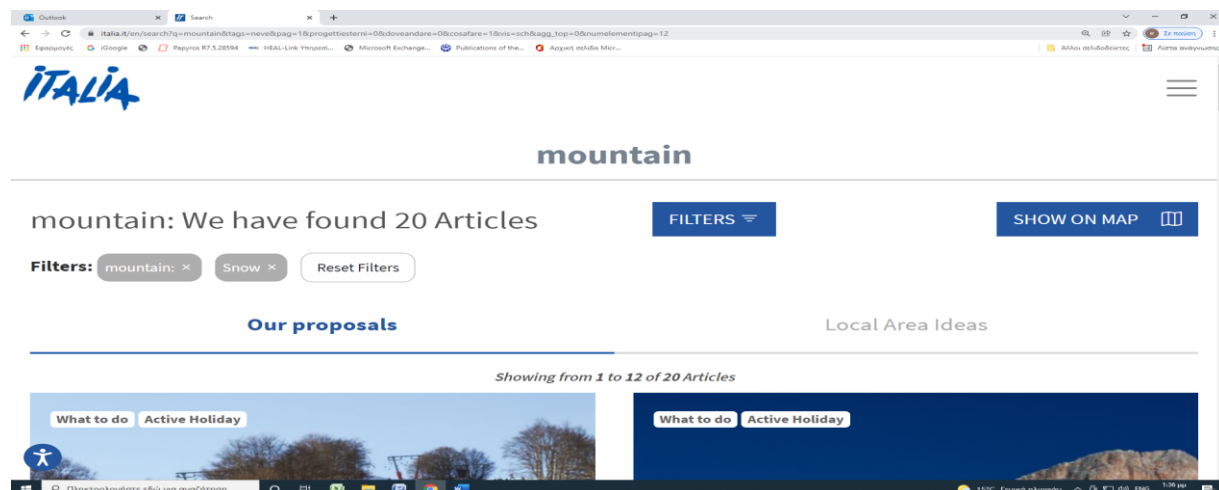
⁴ Οφείλουμε να σημειώσουμε πως το Δεκέμβριο του 2021 πραγματοποιήθηκε μετάβαση προς νεώτερη έκδοση του ιστοτόπου, η οποία παρουσιάζει αρκετές διαφορές με το περιεχόμενο της προγενέστερης έκδοσης. Στον παλιό ιστοτόπο υπήρχε διαθέσιμη στο κεντρικό μενού η κατηγορία “travel ideas” καθώς και η υποκατηγορία “Land and Nature” => “The Mountains”, στην οποία περιλαμβάνονταν προωθητικό κείμενο για τους ιταλικούς ορεινούς και χειμερινούς προορισμούς, με τον ορεινό τουρισμό να αποτελεί διακριτή θεματική μορφή, κάτι το οποίο εκλείπει από τη νέα έκδοση του ιστοτόπου. Στο σύνολο της ιστοσελίδας αποδιδόταν ιδιαίτερη έμφαση στην παρουσίαση πρωτίστως των προορισμών και δευτερευόντως των προσφερόμενων δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.

Μόλις ο επισκέπτης μεταβεί στην κεντρική ιστοσελίδα αντικρίζει την εικόνα ενός βουνού με καταφύγια με τη **λεζάντα “Italy below zero: Fancy some snow time? Discover”**. Πρέπει να αναφέρουμε πως δεδομένου πως η έρευνα πραγματοποιήθηκε το μήνα Δεκέμβριο είναι πολύ πιθανό η κεντρική αυτή εικόνα και λεζάντα να επικαιροποιείται ανά διαστήματα προκειμένου να αντικατοπτρίζει την τουριστική προσφορά της χώρας ανάλογα με την εποχή.



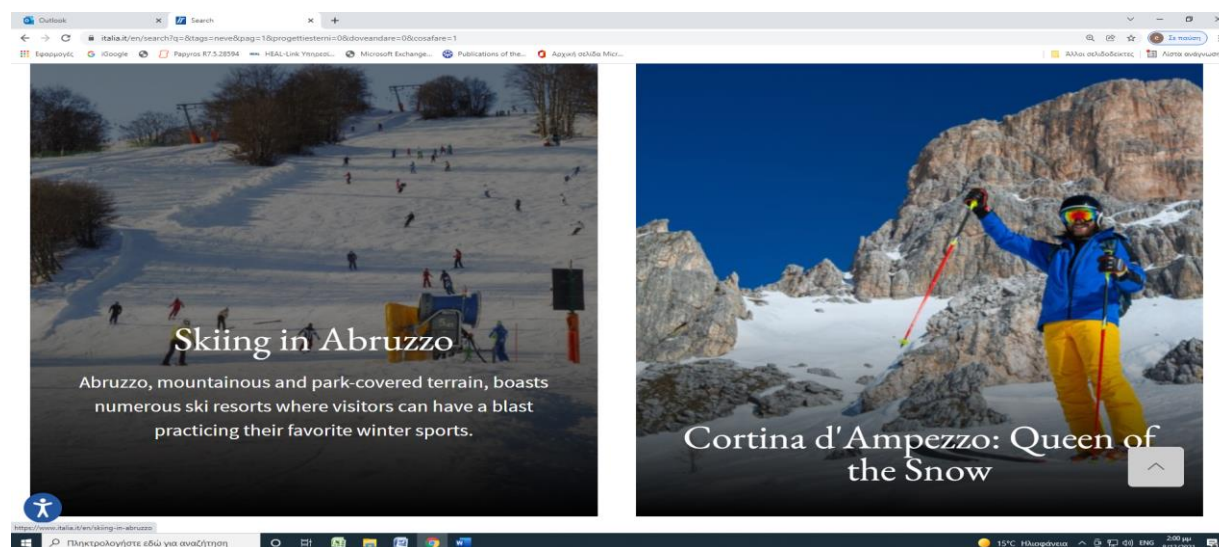
Ο επισκέπτης μπορεί να **πατήσει στο σύνδεσμο “Discover”** και να μεταβεί σε μία ιστοσελίδα, στο πάνω μέρος της οποίας βρίσκεται μία **μηχανή αναζήτησης** στην οποία μπορεί να αναζητήσει σχετικές λέξεις-κλειδιά (mountain, winter, ski). Τα αποτελέσματα της αναζήτησης χωρίζονται σε δύο κατηγορίες **«Οι προτάσεις μας» (Our proposals)** και **«Ιδέες για τοπικούς προορισμούς» (Local area ideas)**. Ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει μία από τις δύο κατηγορίες κατά την αναζήτηση των λέξεων-κλειδιών και θα εμφανιστούν **σύνδεσμοι προς διάφορες αυτόνομες ιστοσελίδες που αφορούν συγκεκριμένες δραστηριότητες, προορισμούς ή γενικότερες θεματικές**. Στην περίπτωση που το επιθυμεί μπορεί κατά την αναζήτηση να κάνει χρήση των διαθέσιμων φίλτρων (θέμα, κατηγορία, ιδανικό για, εποχή).

Πιο συγκεκριμένα, στην περίπτωση που πραγματοποιηθεί αναζήτηση για τη λέξη-κλειδί “mountain” και “snow” εμφανίζονται συνολικά 24 σύνδεσμοι που παραπέμπουν σε αυτοτελείς ιστοσελίδες ορεινών και χειμερινών προορισμών αλλά και σχετικών δραστηριοτήτων. Ο κάθε σύνδεσμος αποτελείται από μία εικόνα και έναν τίτλο που περιγράφει τη συγκεκριμένη θεματική και μόλις ο επισκέπτης μεταβεί με τον κέρσορά του πάνω στην εικόνα εμφανίζεται ένα σύντομο περιγραφικό κείμενο.



Ενδεικτικά αναφέρουμε ορισμένους από τους τίτλους των συνδέσμων που εμφανίζονται στην περίπτωση που ο επισκέπτης αναζητήσει τις λέξεις-κλειδιά “mountain” και “snow”:

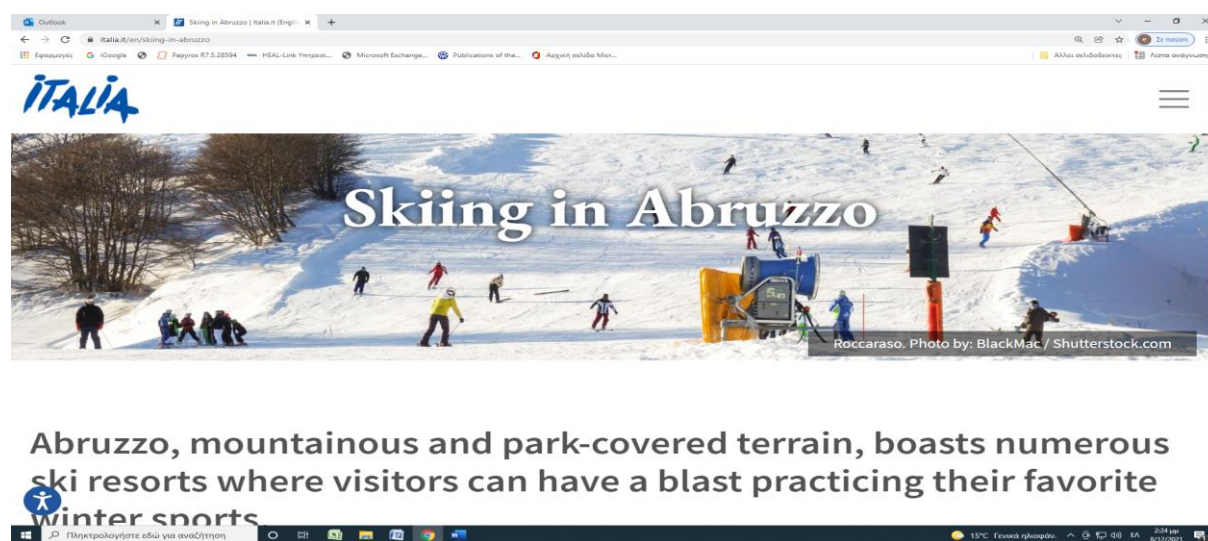
- Σκι στο Abruzzo (Skiing in Abruzzo)
- Cortina d’Ampezzo: βασίλισσα του χιονιού (Cortina d’ Ampezzo: Queen of the snow)
- Πέντε σκι resorts που δεν πρέπει να χάσετε στο Trentino (Five not to be missed ski resorts in Trentino)
- Τα καλύτερα μέρη για σκι στην κεντρική-νότια Ιταλία (The best places where to ski in central-southern Italy)



Στην περίπτωση που ο επισκέπτης επιλέξει έναν από τους συνδέσμους θα μεταβεί σε μία νέα ιστοσελίδα στην οποία περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, φωτογραφικό υλικό, προωθητικά

βίντεο και κείμενα, πληροφορίες για το φυσικό και πολιτιστικό πλούτο των περιοχών, οι δραστηριότητες που προσφέρονται, χάρτες της περιοχής καθώς και σύνδεσμοι με τους οποίους ο επισκέπτης δύναται να μεταβεί στους επίσημους τουριστικούς ιστοτόπους των περιφερειών, των πάρκων κ.α.

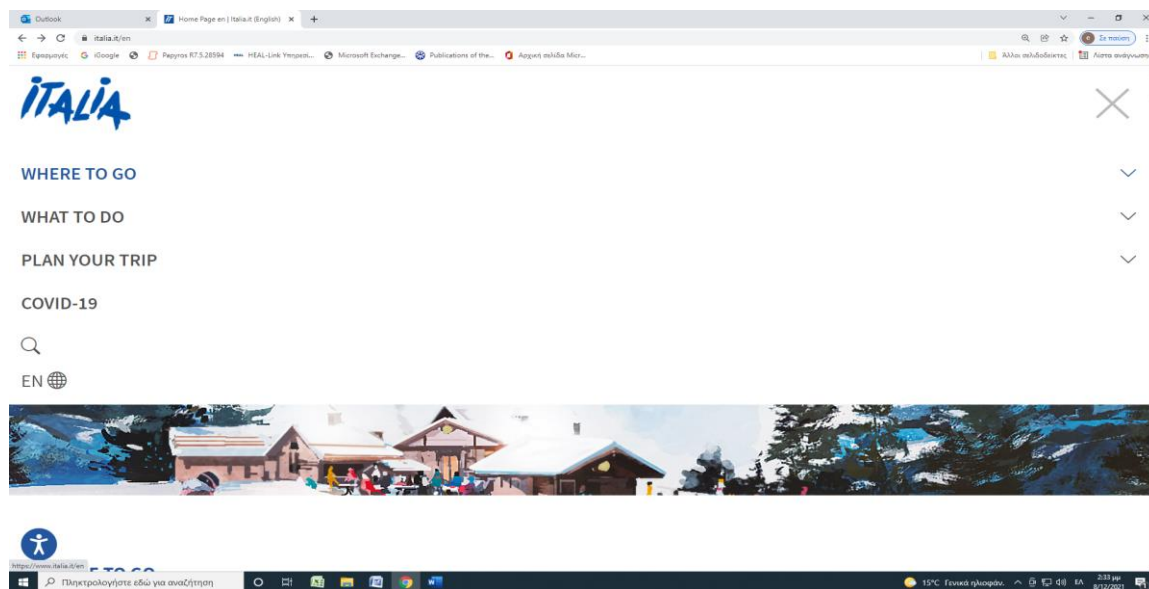
Πιο συγκεκριμένα στην περίπτωση που επιλέξει κανείς το σύνδεσμο “Skiing in Abruzzo”, θα μεταβεί σε μία **νέα ιστοσελίδα με πλούσιο φωτογραφικό υλικό καθώς και προωθητικό κείμενο** στο οποίο περιγράφεται ο φυσικός πλούτος της ιταλικής περιφέρειας Abruzzo και οι χιονοδρομικές εγκαταστάσεις της περιοχής. Το κείμενο χωρίζεται σε υποενότητες για κάθε διακριτό χειμερινό-χιονοδρομικό προορισμό της περιφέρειας (Roccaraso, Campo Felice, Ovindoli, Campo Imperatore, Prato Selva και Prati di Tivo) και ακολουθεί μία μικρή παράγραφος με τον τίτλο “For sports enthusiasts” όπου παρουσιάζονται οι υπόλοιπες δραστηριότητες (πέραν όσων προσφέρουν τα χιονοδρομικά κέντρα) οι οποίες είναι διαθέσιμες στην περιοχή (ποδηλασία, πορείες σχοινιών-gorges courses, παγοδρομία κ.α.). Στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας υπάρχει σύνδεσμος που παραπέμπει τον επισκέπτη στον επίσημο τουριστικό ιστότοπο της περιφέρειας του Abruzzo (<https://abruzzoturismo.it/en/montagna-invernale>), αλλά και σύνδεσμοι που παραπέμπουν σε άρθρα με σχετικές θεματικές υπό τον τίτλο «Μπορεί να σας ενδιαφέρει» (You may be interested in), καθώς και διαδραστικός χάρτης της περιοχής.



Σε κάθε διακριτή ιστοσελίδα του ιστοτόπου ανευρίσκεται στο πάνω δεξιό μέρος **το ίδιο κεντρικό μενού με τις ακόλουθες υποκατηγορίες:**

- **«Που να πάτε» (Where to go):** περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες Πόλεις (Cities), Περιφέρειες (Regions), Αξιοθέατα (Attractions), UNESCO sites εντός των οποίων ανευρίσκονται πολυάριθμοι διακριτοί σύνδεσμοι που αφορούν προορισμούς και δραστηριότητες χειμερινού και ορεινού τουρισμού.
- **«Τι να κάνετε» (What to do):** περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες «Ιδανικό για» (Ideal for) και «Θεματικές» (Themes).

- **«Σχεδιάστε το ταξίδι σας» (Plan your trip):** περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες “Πως να έρθετε στην Ιταλία” (Coming to Italy) και «Επίσκεψη » (Getting around) οι οποίες παρέχουν στον επισκέπτη χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τα απαραίτητα έγγραφα προκειμένου να εισέλθει κανείς στην Ιταλία αλλά και να επισκεφτεί μουσεία, θέατρα και άλλα.
- **“Covid-19”:** περιλαμβάνει σημαντικές πληροφορίες για όσους ταξιδεύουν στην Ιταλία αναφορικά με ζητήματα που σχετίζονται με την πανδημία (π.χ. χρήση μάσκας, δυνατότητα επίσκεψης χώρων εστίασης, μουσείων κ.α.).



Όταν ο επισκέπτης επιλέξει την κατηγορία “what to do”, εμφανίζονται οι ακόλουθες επιλογές:

- **Ιδανικό για (Ideal for)** που περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες «Ζευγάρια» (Couples), «Οικογένειες» (Families), «Χρυσή ηλικία» (Golden Age), «Άτομα με αθλητικά ενδιαφέροντα» (Sporty), «Νέοι» (Young People).
- **Θεματικές (Themes)** που περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες «Δραστήριες διακοπές» (Active Holiday), «Τέχνες και Πολιτισμός» (Arts and Culture), «Πόλεις της τέχνης» (Art Cities), «Γαστρονομία» (Food and Wine), «Τρόπος ζωής» (Lifestyle), «Φύση» (Nature).

Στην περίπτωση που ο επισκέπτης επιλέξει από την κατηγορία «Ιδανικό για» την υποκατηγορία «Άτομα με αθλητικά ενδιαφέροντα» (“sporty”) ή από την κατηγορία «Θεματικές» τις υποκατηγορίες «Δραστήριες διακοπές» ή «Φύση» θα εμφανιστούν, μεταξύ άλλων, σύνδεσμοι προς διακριτές ιστοσελίδες που αφορούν ορεινούς προορισμούς και δραστηριότητες.

4. Η περίπτωση της Ελλάδας

Οι ορεινές περιοχές της Ελλάδας διαθέτουν υπέροχα τοπία και μοναδικά παραδοσιακά χωριά και οικισμούς (μόνο η περιοχή της Ηπείρου διαθέτει 82 παραδοσιακά χωριά) αλλά και ένα μοναδικό χαρακτηριστικό: παρά τον έντονα ορεινό της χαρακτήρα, κανένα χωριό της Ελλάδος δεν βρίσκεται σε απόσταση μεγαλύτερη από 137 χλμ. από τη θάλασσα, παρέχοντας στους επισκέπτες τη δυνατότητα να συνδυάσουν τη θάλασσα και το βουνό.

Έρευνα σχετικά με τη διαδικτυακή παρουσία των Εθνικών Δρυμών και Πάρκων της χώρας (Andreopoulou et al. 2015) έδειξε ότι η υιοθέτηση διαδικτυακών τεχνολογιών στους Εθνικούς Δρυμούς και Πάρκα βρίσκεται σε αρχικό στάδιο. Στις περισσότερες περιπτώσεις παρέχονται αναλυτικές πληροφορίες για τα προσφερόμενα προϊόντα/υπηρεσίες, πληροφορίες επικοινωνίας, οπτικοακουστικό υλικό. Ελάχιστες έχουν live web camera ή online survey software tool.

4.1. Διαφοροποίηση των τουριστικών υπηρεσιών των χιονοδρομικών κέντρων κατά τη θερινή περίοδο

Όπως αναφέρθηκε, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται διεθνώς η τάση διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος που παρέχεται από τα χιονοδρομικά κέντρα, κυρίως με σκοπό την επέκταση της τουριστικής περιόδου κατά τη θερινή περίοδο. Στο πλαίσιο αυτό έχει ενδιαφέρον η παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας σχετικά με τη στάση των Ελλήνων επισκεπτών των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων απέναντι στη διαφοροποίηση των τουριστικών υπηρεσιών και την επίσκεψη σε ορεινές περιοχές κατά τη θερινή περίοδο (Dologlou et Kotsios 2015).

Η έρευνα διεξήχθη μέσω διαδικτυακού ερωτηματολογίου με 29 ερωτήσεις σχετικά με δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων, τα κριτήρια των επισκεπτών κατά την επιλογή ενός ορεινού τουρισμού, τις προτιμήσεις των επισκεπτών αναφορικά τις δραστηριότητες και τις υπηρεσίες. Το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε σε τυχαία επιλεγμένο δείγμα με διαφορετικό επαγγελματικό και εισοδηματικό προφίλ καθώς και με διαφορετική αντιμετώπιση απέναντι σε ορεινές δραστηριότητες. Συνολικά συμπληρώθηκαν 459 ερωτηματολόγια.

Τα βασικά ευρήματα της έρευνας είναι τα εξής:

- Οι περισσότεροι συμμετέχοντες είναι 30-45 ετών (52%), και η δεύτερη μεγαλύτερη ηλικιακή κατηγορία ήταν αυτή των 19-29 ετών (28%). Η πλειονότητα των συμμετεχόντων είναι άνδρες (64%) και οι περισσότεροι είναι ελεύθεροι (61%). Το 72% διαμένει σε πόλη, το 12% σε παράκτια περιοχή και μόνο το 6% σε ορεινές περιοχές και το 6% σε ημιορεινές.
- Όσον αφορά τις προθέσεις τους να επισκεφτούν θερινούς προορισμούς, το 34% των συμμετεχόντων επισκέπτονται ορεινές περιοχές κατά τη διάρκεια των χειμερινών μηνών σχεδόν κάθε δύο σαββατοκύριακα ενώ κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού το 28% περνά περισσότερες από 8 ημέρες στα βουνά. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες έχουν την πρόθεση κατά το μέλλον να επισκεφτούν ορεινές περιοχές κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού (79%).

- Το 17% προτιμά να επισκέπτεται ορεινούς προορισμούς το καλοκαίρι για οικονομικούς λόγους.
- Οι βασικοί λόγοι για τους οποίους επισκέπτονται ορεινούς προορισμούς κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού είναι να έρθουν σε επαφή με τη φύση (28%), η ησυχία και οι καλές θερμοκρασίες (26%), οι αθλητικές δραστηριότητες (17%).
- Όσον αφορά τις πιο δημοφιλείς δραστηριότητες αυτές είναι η πεζοπορία (27%), η ορειβασία (15%), το κάμπινγκ (14%), το ράφτινγκ/καγιακ (13%). Τέλος το 68% των συμμετεχόντων προτιμά να επισκέπτεται χιονοδρομικά κέντρα και τις γύρω περιοχές κατά τη διάρκεια των μηνών της άνοιξης και του φθινοπώρου.
- Τα κριτήρια για την επιλογή ενός ορεινού προορισμού κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού είναι το κόστος (32%). Όσον αφορά τη σημασία ορισμένων κριτηρίων διαπιστώθηκε πως για το 32% των ερωτηθέντων το ζήτημα του κόστους είναι εξαιρετικά σημαντικό και για το 31% σημαντικό. Η απόσταση είναι σημαντική για το 24% ή σχετικά σημαντική για το 34% κατά την επιλογή ορεινού προορισμού. Η εξερεύνηση των βουνών είναι σημαντική για το 26% ή σχετικά σημαντική για το 25%. Μάλιστα, πολλοί ερωτηθέντες (35%) δεν επιθυμούν να επισκέπτονται τον ίδιο προορισμό πολλαπλές φορές. Για το 17% των ερωτηθέντων η ποιότητα των υποδομών και υπηρεσιών διαμονής στη γύρω περιοχή είναι πολύ σημαντική, σημαντική για το 30% και σχετικά σημαντική για το 31%. Η έρευνα μέσω του διαδικτύου (γενική έρευνα, μέσω σχετικών ιστοσελίδων, μέσα κοινωνικής δικτύωσης) αποτελεί τη βασική πηγή πληροφοριών για το σχεδιασμό ενός ταξιδιού (71%), και η πρόταση από τρίτους (word of mouth approach) είναι ο δεύτερος πιο δημοφιλής τρόπος (18%).
- Όσον αφορά τις προτιμήσεις των επισκεπτών για θερινές δραστηριότητες αναψυχής σε χιονοδρομικά κέντρα. Για το 31% των συμμετεχόντων οι βασικές υπηρεσίες που προσφέρουν τα χιονοδρομικά κέντρα (chalet), δηλαδή, τα μπαρ όπου ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει έναν καφέ, μία μικρή αγορά, είναι πολύ σημαντικές κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών για το 32% και σημαντικές για το 31%.
- Η προοπτική να διοργανώνουν τα χιονοδρομικά κέντρα συναυλίες, πολιτιστικές, αθλητικές ή θεματικές διοργανώσεις θεωρείται πολύ σημαντική για το 37% και σημαντική για το 29%. Η λειτουργία των αναβατηρίων κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών είναι πολύ σημαντική για το 33% και σημαντική για το 28%. Εξαιρετικά σημαντικές είναι και οι υποδομές σε εξωτερικούς χώρους οι οποίες είναι φιλικές για τα παιδιά (για το 46% ήταν σημαντικές και για το 21% σημαντικές). Ως πολύ σημαντική (37%) ή σημαντική (31%) αξιολογήθηκε από τους περισσότερους η δυνατότητα της κατασκήνωσης Μκοντά στο χιονοδρομικό κέντρο/chalet και το 53% θεωρεί πως είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει ένα κέντρο πληροφόρησης των τουριστών κοντά στο χιονοδρομικό κέντρο. Πάνω από το 57% των συμμετεχόντων θεωρούν πως είναι εξαιρετικά σημαντικό και το 26% θεωρεί πως είναι σημαντικό να υπάρχει η δυνατότητα να πραγματοποιήσουν οργανωμένες δραστηριότητες όπως πεζοπορία με οδηγό (guided trekking).

4.2. Μελέτη περίπτωσης: Όλυμπος⁵

Το όρος Όλυμπος βρίσκεται στα σύνορα μεταξύ της Δυτικής Μακεδονίας και της Θεσσαλίας και είναι το υψηλότερο βουνό της Ελλάδος (2.918 μ.). Ανακηρύχτηκε Εθνικός Δρυμός το 1938, γεγονός που καθιστά δύσκολη την ανάπτυξη υποδομών και την πρόσβαση σε αυτό. Το 1981 η UNESCO χαρακτήρισε τον Όλυμπο ως «Biosphere Reserve» και το 1985 ανακηρύχτηκε «Αρχαιολογικός-Ιστορικός χώρος». Το φυσικό του περιβάλλον συνδέεται με σημαντική ιστορική ανθρωπογενή δραστηριότητα. Αποτελείται από μια εκτεταμένη κορυφογραμμή με κορυφές που ξεπερνούν τα 2.000 μ. (Μύτικας 2918m, Σκόλιο 2911m, Στεφάνη 2909m, Άγιος Αντώνιος 2817m, Προφήτης Ηλίας 2803, Τούμπα 2801, Καλόγερος 2701). Η χλωρίδα διαχωρίζεται σε τρεις διακριτές ζώνες ανάλογα με το υψόμετρο: η πρώτη ζώνη περιλαμβάνει κατά κύριο λόγο αμπελώνες και ελαιώνες, η δεύτερη (800-1800 μ.) αποτελείται από δάση και η τρίτη αλπική ζώνη (πάνω από τα 1800 μ.) περιλαμβάνει 23 είδη που συναντώνται αποκλειστικά στη περιοχή του Ολύμπου. Με όρους περιβαλλοντικής προστασίας υπάρχουν 5 διαφορετικές ζώνες (απόλυτης προστασίας, υψηλής προστασίας, φυσικού περιβάλλοντος, θρησκευτικού-αρχαιολογικού ενδιαφέροντος και ελεγχόμενης παρέμβασης).

Ο Εθνικός Δρυμός διαθέτει συνολικά οκτώ (8) καταφύγια που εξυπηρετούν τις ανάγκες των επισκεπτών, περιπατητών, πεζοπόρων, αναρριχητών και ορειβατών. Επίσης, σε καίρια σημεία των κυρίων διαδρομών προς την κορυφή του Ολύμπου υπάρχουν άλλα έξι καταφύγια ανάγκης

(<https://olympusfd.gr/%ce%ba%ce%b1%cf%84%ce%b1%cf%86%cf%85%ce%b3%ce%b9%ce%b1/>). Παράλληλα το Ευρωπαϊκό Μονοπάτι μεγάλων διαδρομών E4, το οποίο βρίσκεται υπό την εποπτεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης Ορεινής Πεζοπορίας και διασχίζει πληθώρα ευρωπαϊκών χωρών διέρχεται και από τον Εθνικό Δρυμό του Ολύμπου από την πόλη του Λιτόχωρου, το φαράγγι του Επινέα και καταλήγει στους καταρράκτες του Επινέα.

Το όρος Όλυμπος αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς ορεινού τουρισμού της χώρας και διαθέτει ένα εκτεταμένο δίκτυο από διαδρομές και μονοπάτια για hiking και trekking, το συνολικό μήκος των οποίων υπερβαίνει τα 160 χλμ. Παράλληλα, υπάρχουν 5 διαδρομές για τρέξιμο διαφορετικών αποστάσεων (από 22- 100 χλμ.), συμπεριλαμβανομένου του κλασικού Μαραθωνίου του Ολύμπου αλλά υπάρχουν και ενδιαφέρουσες ποδηλατικές διαδρομές.

⁵ Παρουσιάζονται ευρήματα των ακόλουθων μελετών: Belias D. (2019). “Adventure Tourism-Examining Cases of How It Can Contribute on Rural Development in Greece”. Στο A. Kavoura et al. (eds.), *Strategic Innovative Marketing and Tourism, Springer Proceedings in Business and Economics*, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3_104

Velissariou E., Amoiradis C., Belias D. (2017). “Trends and prospect of mountain tourism in Greece. The case of Olympus”. Παρουσιάστηκε στο 6th International Conference on Tourism and Hospitality Management. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/322084511_Trends_and_prospect_of_mountain_tourism_in_Greece_The_case_of_Olympus

Ο Olympus Marathon (Belias, 2019) πραγματοποιείται στο μυθικό βουνό των θεών την τελευταία Κυριακή κάθε Ιουνίου. Οι αθλητές ξεκινούν από τον αρχαιολογικό χώρο του Δίου στα 3 μόλις μέτρα υψόμετρο και φτάνουν ως τα 2780 μέτρα, περνώντας μπροστά από τον «Θρόνο του Δία», αφού διασχίσουν 21 χιλιόμετρα μέσα σε εξαιρετικής φυσικής ομορφιάς μονοπάτια του Ολύμπου. Η ανάβαση μέχρι το ψηλότερο σημείο της διαδρομής, καλύπτει σε 21 χιλιόμετρα πάνω από 2900 μέτρα ανάβασης. Ο αγώνας, ο οποίος έχει συνολικό μήκος 44 χιλιόμετρα, ολοκληρώνεται στην πόλη του Λιτοχώρου, ένα από τα σημαντικότερα παραδοσιακά θέρετρα της βόρειας Ελλάδας, που βρίσκεται σε υψόμετρο 300 μέτρων και σε απόσταση 5 χιλιομέτρων από τις ακτές του Θερμαϊκού κόλπου. Ο Olympus Marathon συγκεντρώνει αθλητές από όλο τον κόσμο, οι οποίοι καταφθάνουν στο μυθικό βουνό για να λάβουν μέρος σε έναν αγώνα με διεθνή ακτινοβολία και να απολαύσουν ένα βουνό που εκτός από Εθνικό Πάρκο έχει ανακηρυχθεί από την UNESCO ως ένα «Μνημείο Παγκόσμιας Φυσικής Κληρονομιάς» ([Olympus Marathon \(olympus-marathon.com\)](http://olympus-marathon.com)).

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγαν οι Κωστοπούλου και Κυρίτσης (2003), αναφορικά με τις αντιλήψεις του ντόπιου πληθυσμού σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής διαπιστώθηκε πως ο βασικός λόγος για τον οποίο το βουνό προσελκύει τόσους επισκέπτες είναι το γεγονός πως αποτελεί το υψηλότερο βουνό της χώρας ενώ διαπιστώθηκε πως το σημαντικότερο μέρος του ντόπιου πληθυσμού διάκειται θετικά απέναντι στη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής και τη βελτίωση των υποδομών. Παρά τις σημαντικές προσπάθειες που έχουν πραγματοποιηθεί για τη βελτίωση των υποδομών παραμένουν σημαντικές ελλείψεις τις οποίες εντείνει η αντίδραση ορισμένων ομάδων και ατόμων σε τέτοιου είδους προσπάθειες.

Τα κέρδη από τις επισκέψεις τουριστών στον Όλυμπο είναι υψηλά, εντούτοις το ζήτημα της φέρουσας ικανότητας της περιοχής (ο μέγιστος αριθμός των επισκεπτών σε μία περιοχή χωρίς να επηρεάζουν αρνητικά το περιβάλλον της περιοχής αλλά και η εμπειρία των επισκεπτών και του ντόπιου πληθυσμού) ακόμα και στην περίπτωση μετριοπαθούς τουριστικής ανάπτυξης παραμένει καίριο. Σύμφωνα με μελέτη του Χατζηδάκη (2015) περίπου 150-200.000 ορειβάτες επισκέπτονται το όρος Όλυμπο το χρόνο, καθιστώντας τον Όλυμπο το σημαντικότερο ορεινό προορισμό των Βαλκανίων.

Η τουριστική ανάπτυξη του όρους Ολύμπου παρουσιάζει σημαντικές αδυναμίες δεδομένου του όγκου των επισκεπτών κυρίως κατά τους μήνες του Ιουλίου, του Αυγούστου και του Σεπτεμβρίου με σημαντικές συνέπειες για το περιβάλλον, καθιστώντας την επέκταση της τουριστικής περιόδου βασικό στόχο. Ορισμένοι από τους βασικότερους λόγους για την ελλιπή βιώσιμη ανάπτυξη του όρους είναι οι ακόλουθοι:

- Έλλειψη οικοτουριστικών υποδομών
- Έλλειψη πληροφόρησης του τοπικού πληθυσμού
- Αδυναμίες σε επίπεδο διαχείρισης και έλλειψη συστημάτων ελέγχου
- Ελλιπής συνεργασία με ελληνικούς και διεθνούς φορείς του οικοτουρισμού

Ακολουθεί η ανάλυση SWOT η οποία βασίστηκε στην υπάρχουσα βιβλιογραφία και σε στατιστικά δεδομένα:

Δυνατά Σημεία	Ευκαιρίες
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Δυνατό brand name ➤ Σύνδεση με Αρχαία Ελλάδα ➤ Πληθώρα διαδρομών και κορυφών ➤ Ποικιλία σε χλωρίδα και πανίδα ➤ Ύπαρξη σημαντικών υποδομών ➤ Καλή πρόσβαση από αυτοκινητόδρομους και ύπαρξη διεθνούς αεροδρομίου σε κοντινή απόσταση ➤ Πολυάριθμα γραφεία που διοργανώνουν δραστηριότητες στην περιοχή 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Η αυξανόμενη δημοφιλία του ορεινού τουρισμού ➤ Η βούληση των ελληνικών αρχών να προωθήσουν τον ορεινό τουρισμό ➤ Ο αυξανόμενος αριθμός των ατόμων που ενδιαφέρονται για ορεινές δραστηριότητες όπως trekking ➤ Η δυνατότητα ανάπτυξης δραστηριοτήτων όπως η ορειβασία, η πεζοπορία, το σκι, η ποδηλασία, paragliding
Αδυναμίες	Απειλές
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ελλιπείς υποδομές ➤ Ελλείψεις σε επίπεδο σήμανσης και μονοπατιών ➤ Ανάγκη βελτίωσης των καταφυγίων ➤ Χαμηλή ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών ➤ Ο ορεινός τουρισμός δεν είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στην Ελλάδα 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Το ελληνικό brand συνδέεται σχεδόν αποκλειστικά με το θερινό τουρισμό ➤ Έλλειψη χρηματοδότησης ➤ Έλλειψη εθνικής στρατηγικής για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού ➤ Αντιδράσεις για περαιτέρω επενδύσεις στην περιοχή του Ολύμπου

Προτάσεις για την τουριστική ανάπτυξη του όρους Ολύμπου

- Είναι εξαιρετικά σημαντικό ο φορέας διαχείρισης του Όρους Ολύμπου να υιοθετήσει μια ισορροπημένη προσέγγιση μεταξύ της ζήτησης και της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος.
- Είναι απαραίτητο τα μονοπάτια να είναι καθαρά, να υπάρχει η κατάλληλη σήμανση και ικανοποιητικός αριθμός καταφυγίων.
- Η δημιουργία ενός τουριστικού κέντρου και πακέτα/έντυπα πληροφοριών (information rack) που θα επιτρέπουν στους επισκέπτες να ακολουθούν τα μονοπάτια με ασφάλεια.
- Σε επίπεδο υποδομών, η βελτίωση των μονοπατιών και διαδρομών, των καταφυγίων κρίνεται ως αναγκαία.
- Η ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού συστήματος διάσωσης θα πρέπει να αποτελέσει προτεραιότητα δεδομένου πως ένας σημαντικός αριθμός ατόμων έχει χάσει τη ζωή του. Ειδικά όσον αφορά τις υψηλότερες κορυφές πρέπει να απαγορευτεί η πρόσβαση σε αυτές χωρίς τον κατάλληλο εξοπλισμό και οδηγό.

- Έμφαση πρέπει να δοθεί στην προώθηση του όρους Ολύμπου ως τουριστικού προορισμού, ειδικά για δραστηριότητες όπως η ορεινή ποδηλασία, η πεζοπορία, η ορειβασία και το σκι.
- Ειδικά μέτρα πρέπει να ληφθούν για την προστασία των βιότοπων και των οικοσυστημάτων του όρους καθώς και για τον περιορισμό της κίνησης των επισκεπτών εκτός των μονοπατιών και διαδρομών. Στόχος είναι η επίτευξη της ισορροπίας μεταξύ της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος και των δραστηριοτήτων αναψυχής.
- Ειδική έμφαση πρέπει να δοθεί στη μελέτη των ζητημάτων της φέρουσας ικανότητας της περιοχής, της εποχικότητας και των τουριστικών ροών, το μέσο διάστημα διαμονής των επισκεπτών, της γενικότερης εμπειρίας των επισκεπτών.

4.3. Μελέτη περίπτωσης: Μέτσοβο – η στάση των κατοίκων

Το 2018 διενεργήθηκε έρευνα πεδίου (Tampakis et al. 2019) με σκοπό να εξετάσει και να ερμηνεύσει τις απόψεις του τοπικού πληθυσμού της περιοχής του Μετσόβου, αναφορικά με τους παράγοντες εκείνους που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω τυχαίας επιλογής του δείγματος από το συνολικό πληθυσμό που κατοικεί στην περιοχή. Το ποσοστό συμμετοχής ήταν εξαιρετικά υψηλό αγγίζοντας το 98%.

Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης τέθηκαν ερωτήματα που αφορούν τις παρακάτω θεματικές:

- Το δημογραφικό προφίλ του ερωτώμενου
- Το επίπεδο ικανοποίησης των κατοίκων με την ποιότητα ζωής στην περιοχή
- Την αξιολόγηση των υπαρχουσών τουριστικών υποδομών και των υποδομών που αφορούν δραστηριότητες αναψυχής που πραγματοποιούνται εντός των δασών
- Την αξιολόγηση των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται εντός των δασών
- Στάση απέναντι στο έργο των κρατικών φορέων και του ιδιωτικού τομέα στην περιοχή.

Τα βασικά αποτελέσματα της έρευνας ήταν τα εξής:

- Αναφορικά με το προφίλ των ερωτώμενων διαπιστώθηκε πως αυτοί προέρχονταν και από τα δύο φύλα σε ίδιο ποσοστό, η πλειονότητα έχει ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Πρόκειται κυρίως για παντρεμένους ανθρώπους με παιδιά οι οποίοι είναι ως επί το πλείστον ελεύθεροι επαγγελματίες.
- Το 41,8 % δήλωσε πως ήταν ευχαριστημένο με το εισόδημά του, ενώ το 36,8% πως ήταν λιγότερο ευχαριστημένο. Εντούτοις, το 50% δήλωνε ευχαριστημένο από την ποιότητα ζωής του και το 24,5% πολύ ευχαριστημένο.
- Όταν ρωτήθηκαν σχετικά με τους τομείς που θα μπορούσαν να συμβάλλουν περισσότερο στην ανάπτυξη της περιοχής αυτοί απάντησαν τουρισμός (88%), κτηνοτροφία (62,2%), δασοπονία (36,8%). Επομένως, είναι προφανές πως για τον τοπικό πληθυσμό η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να αποτελέσει μία σημαντική ευκαιρία.
- Παρόλο που οι βασικοί τομείς δραστηριότητας είναι η κτηνοτροφία, η τυροκομία, η οινοποιία και τα υφάσματα, κατά τις τελευταίες δεκαετίες ο ορεινός τουρισμός καταγράφει σημαντική άνοδο στην περιοχή.

- Όσον αφορά την επίδραση της τουριστικής ανάπτυξης, θεωρούν πως ο ορεινός τουρισμός έχει θετική (26%), πολύ θετική (29%) ή ουδέτερη (42,5%) επίδραση στη ζωή τους και ουδέτερη επίδραση στο δάσος (74,8%).
- Το 46% των κατοίκων θεωρεί το οδικό δίκτυο της περιοχής μέτριο, το 28% καλό και το 16,2% κακό. Το 39,2% αξιολόγησε τα ΜΜΜ ως μέτρια, το 26,5% ως καλά και το 21,2% ως κακά.
- Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και τα δωμάτια προς ενοικίαση καθώς και τα χιονοδρομικά κέντρα η γενικότερη εικόνα ήταν θετική. Το 49,8% θεωρεί τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις πολύ καλές και το 42% καλές ενώ όσον αφορά τα χιονοδρομικά κέντρα αξιολογούνται ως πολύ καλά σε ποσοστό 65,5% και καλά σε ποσοστό 26,8%.
- Η γνώμη των κατοίκων για τις υπηρεσίες διαχείρισης αποβλήτων και την καθαριότητα είναι καλή (54,2%) ή μέτρια (26%), ενώ τα εστιατόρια και η ψυχαγωγία αξιολογούνται ως καλά (51,2%). Εντούτοις η υποδομή με στόχο την ψυχαγωγία στις δασικές περιοχές αξιολογείται αρνητικά (29%) ή πολύ αρνητικά (34,5%).
- Η κάτοικοι του Μετσόβου θεωρούν πως οι υποδομές που έχουν αναπτυχθεί από ιδιωτικές εταιρίες και τις οποίες διαχειρίζονται ιδιωτικές εταιρίες είναι καλύτερες από εκείνες που δημιούργησαν και διαχειρίζονται κρατικοί φορείς.
- Οι υποδομές αναψυχής που σχετίζονται με τον ορεινό τουρισμό αξιολογήθηκαν κάτω του μετρίου με εξαίρεση τα μονοπάτια και την παροχή νερού. Εντούτοις, η δημιουργία και η συντήρηση των μονοπατιών θεωρείται βασική προτεραιότητα δεδομένου ότι συνδέεται με επικερδείς δραστηριότητες όπως η πεζοπορία και η ορειβασία.
- Οι ερωτώμενοι δήλωσαν πως σημαντικές ελλείψεις καταγράφονται σε κέντρα πρώτων βοηθειών (64,8%), τουαλέτες (64,2%), κέντρα παροχής πληροφοριών (50,5%), κέντρα αθλητικών δραστηριοτήτων (49,8%) και χώρους στάθμευσης (39,5%).
- Λίγο ή καθόλου ικανοποιημένοι δηλώνουν από τις υποδομές που αφορούν κατασκηνώσεις, κέντρα περιβαλλοντικών πληροφοριών, μονοπάτια για την παρατήρηση του φυσικού πλούτου της περιοχής τα οποία έχουν αναπτυχθεί από τις αρμόδιες δασικές αρχές.
- Οι κάτοικοι θεωρούν το δάσος ως κεντρικής σημασίας για την παραγωγή οξυγόνου και ξυλείας, για την αποτροπή πλημμυρών και τη διατήρηση του υδροφόρου ορίζοντα. Εντούτοις, δεν έχει γίνει ακόμα πλήρως αντιληπτή από τους κατοίκους της περιοχής η σημασία των ψυχαγωγικών ευκαιριών που προσφέρει το δάσος δεδομένου πως για το 32% των ερωτηθέντων οι ψυχαγωγικές ευκαιρίες είναι μέτριας σημασίας, για το 29,8% είναι σημαντικές και για το 23,8% είναι σημαντικές, ενώ η δημιουργία θέσεων εργασίας χαρακτηρίζεται ως κάπως σημαντική από το 40,8% και μέτρια σημαντική από το 34,2%. Ως εκ τούτου, διαπιστώνεται πως οι κάτοικοι δεν έχουν αντιληφθεί πλήρως την πραγματική αξία του φυσικού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής.

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται πως ο τοπικός πληθυσμός θεωρεί πως υπάρχουν σημαντικά περιθώρια για ανάπτυξη του τουριστικού τομέα στην περιοχή. Αυτό θα μπορούσε πραγματοποιηθεί με την συνεισφορά των Δασικών Υπηρεσιών και με την

παρέμβαση των δημοτικών αρχών και των υπόλοιπων υπαρχουσών αρμόδιων φορέων, προκειμένου να ενεργοποιήσει και να εκμεταλλευτεί όλους τους διαθέσιμους πόρους και να εξασφαλίσει χρηματοδοτική και τεχνική βοήθεια για την ανάπτυξη δασικών υποδομών αναψυχής, όπως μονοπάτια με σήμανση, πλακόστρωτους πεζόδρομους, ποδηλατόδρομους, σήμανση, παγκάκια, κιόσκια, κέντρα πληροφόρησης, υποδομές για υδάτινες δραστηριότητες και κάθε είδους εξωτερικές υποδομές.

4.4. Μελέτη περίπτωσης: φαράγγι του Βίκου

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα αποτελέσματα μελέτης σχετικά με τη συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη περιοχών με καρστική γεωμορφολογία και πιο συγκεκριμένα στο Φαράγγι του Βίκου και το όρος Τύμφη (Telbisz et al. 2019).

Η μελέτη βασίζεται στην παρουσίαση γεωλογικών και γεωμορφολογικών στοιχείων, στην ψηφιακή ανάλυση του εδάφους καθώς και στην ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων της περιοχής του Ζαγορίου.

Οι συνθήκες στις περιοχές με καρστική γεωμορφολογία δεν ενδείκνυνται για την ανάπτυξη ανθρωπογενών δραστηριοτήτων (γεωργία) και χαρακτηρίζονται από χαμηλές πληθυσμιακές συγκεντρώσεις. Εντούτοις, κατά τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει αντιληπτές οι δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης τους χάρη στα ενδιαφέροντα γεωμορφολογικά στοιχεία τους (σπηλιές, φαράγγια), στα μοναδικά είδη πανίδας που αναπτύσσονται σε αυτά αλλά και στη συχνά θεαματική μορφολογία τους που μπορεί να αποτελέσει τη βάση για την ανάπτυξη του όλο και πιο δημοφιλούς γεωτουρισμού και του περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένου τουρισμού.

Το φαράγγι Βίκου και το όρος Τύμφη βρίσκονται στη Βορειοδυτική Ελλάδα, στην οροσειρά της Πίνδου κοντά στα αλβανικά σύνορα και περίπου 30 χλμ βόρεια της πόλης των Ιωαννίνων. Τα βασικά καρστικά χαρακτηριστικά είναι οι πολυάριθμες σπηλιές που διαθέτουν σπηλαιοθέματα τα οποία μπορούν να προσελκύσουν όσους επισκέπτονται την περιοχή .

Γύρω από το φαράγγι Βίκου καταγράφονται και οι οικισμοί οι οποίοι καταγράφουν τη μεγαλύτερη δημογραφική σταθεροποίηση (Ελάτη, Πάπιγκο, Βρυσοχώρι, Μονοδένδρι), με το Πάπιγκο να καταγράφει τη μεγαλύτερη πληθυσμιακή αύξηση δεδομένου πως είναι και το πιο τουριστικό χωριό της περιοχής.

Η συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής αυξάνεται διαρκώς και έμφαση δίνεται στον **οικοτουρισμό**, τον τουρισμό υπαίθρου και τον **γαστρονομικό τουρισμό**. Ο αριθμός των επισκεπτών ανέρχεται στους 100.000 το χρόνο, αν και τα στοιχεία αυτά δεν είναι ακριβή. Ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα του Εθνικού Δρυμού Βίκου-Αωού είναι το γεγονός πως αποτελεί, μεταξύ άλλων, Παγκόσμιο Γεωπάρκο της UNESCO. Η αναγνώριση αυτή μπορεί να αποτελέσει τόσο ένα ισχυρό εργαλείο μάρκετινγκ όσο και ένα μέσο εξασφάλισης χρηματοδοτικής υποστήριξης. Παράλληλα, τα οφέλη του τουρισμού στην περιοχή έχουν γίνει πλέον αντιληπτά.

Ταυτόχρονα γίνονται αντιληπτές οι αρνητικές συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης:

- ο αυξανόμενος και συχνά μη ελεγχόμενος αριθμός των τουριστών που ασκούν δραστηριότητες όπως πεζοπορία ή canyoning⁶ εντός του Δρυμού.
- ερώτημα αποτελεί κατά πόσο είναι δυνατή η διατήρηση του πολιτιστικού τοπίου της περιοχής στην περίπτωση που ο πληθυσμός που ασχολείται με παραδοσιακές

⁶ Διέλευση πολύ στενού φαραγγιού ακολουθώντας την κοίτη του, που πολλές φορές χρειάζεται καταρρίχηση βράχων με σχοινιά

δραστηριότητες της περιοχής μειωθεί. Για αυτούς τους λόγους πρέπει να προσδιοριστεί ο τρόπος και οι μορφές της τουριστικής ανάπτυξης που πρέπει να επιλεγούν, ώστε να αυξηθούν τα εισοδήματα του ντόπιου πληθυσμού, να σταματήσει η μείωση/ εκροή του τοπικού πληθυσμού και να διασφαλιστεί η βιώσιμη ανάπτυξη.

Είναι απαραίτητο το σημείο εκκίνησης της ανάπτυξης πρέπει να είναι η προστασία του φυσικού πλούτου βάσει ενός σχεδίου που θέτει στον πυρήνα του ενδιαφέροντος την προστασία του περιβάλλοντος. Τα καρστικά στοιχεία ειδικά στην περίπτωση του φαραγγιού του Βίκου μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη μιας εκστρατείας μάρκετινγκ σε συνδυασμό με πολιτιστικά στοιχεία όπως μεσολιθικά σπήλαια (Mesolithic caves), τη σχετική απομόνωση της περιοχής και την παραδοσιακή αρχιτεκτονική με τη χρήση τοπικών πρώτων υλών. Τα καρστικά στοιχεία μπορούν να **αποτελέσουν ιδιαίτερα ελκυστικό στοιχείο για γεωτουρίστες** και για όσους ασχολούνται με την πεζοπορία (hiking) . Παράλληλα, η πληθυσμιακή μείωση των τοπικών κοινοτήτων μπορεί να αποφευχθεί εάν υλοποιηθούν έργα εκσυγχρονισμού των παλιών κτιρίων με ιδιαίτερη έμφαση να δίνεται στη συντήρηση της πρόσοψής τους και στην αναπροσαρμογή της λειτουργίας τους (διαμονή, εστίαση) με τουριστικό προσανατολισμό.

5. Επόμενα βήματα

Σε συνέχεια της επισκόπησης της βιβλιογραφίας και της ανάλυσης των διεθνών και εθνικών μελετών περίπτωσης, επισημαίνουμε βασικά σημεία στα οποία είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση για την τουριστική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών:

- Τη διαμόρφωση μιας ολιστικής αναπτυξιακής στρατηγικής, η οποία θα λαμβάνει υπ' όψιν τις τρεις παραμέτρους της βιωσιμότητας, οικονομική, περιβαλλοντική.
- την σημασία της διακυβέρνησης και ιδιαίτερα της εμπλοκής των εταίρων, καθώς ο ορεινός τουρισμός είναι μια κατακερματισμένη οικονομική δραστηριότητα που απαιτεί συνέργειες μεταξύ περισσότερων επιχειρήσεων και εμπλεκόμενων αλλά και την συμμετοχή των κατοίκων στη διαμόρφωση της προσφερόμενης τουριστικής εμπειρίας.
- η επιλογή του κατάλληλου μείγματος προσφερόμενων δραστηριοτήτων η οποία να βρίσκεται σε αρμονία με τον ιδιαίτερο χαρακτήρα και τους πόρους της εκάστοτε ορεινής περιοχής. Η επιλογή του μείγματος είναι σε μεγάλο βαθμό ευθύνη των φορέων διακυβέρνησης.
- Η διαμόρφωση πακέτων που ικανοποιούν διαφορετικά προφίλ επισκεπτών τόσο με όρους κόστους όσο και προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Η διασφάλιση της παροχής υψηλής ποιότητας υπηρεσιών **μέσω της δημιουργίας πιστοποιήσεων-ειδικών σημάτων** για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο του αγροτουρισμού και του τουρισμού υπαίθρου. Η απόκτηση αναγνωρισμένων σημάτων ειδικά σε ευρωπαϊκό ή διεθνές επίπεδο αυξάνει τις πιθανότητες επιτυχούς προώθησης πακέτων αγροτουρισμού από μέρους των ταξιδιωτικών πρακτόρων.
- Η διασφάλιση της χρήσης παραδοσιακών προϊόντων κατά την παραγωγή εδεσμάτων σε εστιατόρια και καταλύματα αλλά και η ανάπτυξη καναλιών προώθησής τους

(εντός των εστιατορίων ή των αγροκτημάτων, σε εξειδικευμένα καταστήματα ή κατά τη διάρκεια γαστρονομικών φεστιβάλ και γιορτών).

- Δημιουργία clusters και συνεργατικών σχημάτων στα οποία θα συμμετέχουν συμπληρωματικές επιχειρήσεις σε όλη την αλυσίδα αξίας του αγροτουριστικού προϊόντος έτσι ώστε να βελτιωθεί η βιωσιμότητα του προσφερόμενου προϊόντος αλλά και να διαχέονται τα οικονομικά οφέλη σε όσο το δυνατό περισσότερες επιχειρήσεις και όχι μόνο σε λίγες.
- Δημιουργία κέντρων πληροφόρησης τουριστών καθώς και κέντρων οικολογικής εκπαίδευσης πλησίον των προστατευόμενων περιοχών.
- Υποδομές:
 - Αναβάθμιση του οδικού δικτύου, βελτίωση της οδικής προσβασιμότητας σε περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος καθώς και σε προστατευόμενες περιοχές, αναβάθμιση των σημάτων/ της σήμανσης και δημιουργία κατάλληλων χώρων στάθμευσης.
 - Εκσυγχρονισμός των δικτύων ηλεκτρισμού, ύδατος, αποχέτευσης και εφαρμογή συστημάτων βιώσιμης διαχείρισης λυμάτων και στερεών αποβλήτων (sustainable waste management).
- Παράλληλη, ανάπτυξη του σιδηροδρομικού δικτύου και όλων των άλλων μέσων μεταφοράς που είναι διαθέσιμα στην περιοχή
- Συντήρηση χώρων ιστορικής και αρχαιολογικής σημασίας, έμφαση στον φωτισμό τους, στην τοποθέτηση σήμανσης και πινακίδων με πληροφορίες.
- Χρηματοδοτικά εργαλεία με στόχο τον εκσυγχρονισμό και την ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών καταλυμάτων.
- Σύγχρονος σχεδιασμός και ξεκάθαρη οριοθέτηση των πιστών για σκι, δημιουργία ποδηλατικών/πεζοπορικών/ορειβατικών διαδρομών.
- Καθιέρωση ολοκληρωμένου πλαισίου προστασίας του ορεινού φυσικού περιβάλλοντος και αυστηρός έλεγχος της τήρησής του.
- Η ψηφιοποίηση θα πρέπει να αποτελέσει βασικό στόχο σε κάθε στρατηγική ανάπτυξης ορεινού τουρισμού. Η ψηφιοποίηση μπορεί να συμβάλει τόσο στην απλοποίηση πολλών διαδικασιών αυξάνοντας την αποτελεσματικότητα και μειώνοντας το κόστος όσο και στην προσέλκυση ψηφιακών νομάδων. Προκειμένου να καταστεί κάτι τέτοιο δυνατό είναι απαραίτητο να είναι διαθέσιμες διαδικτυακές συνδέσεις υψηλής ταχύτητας. Παράλληλα, είναι απαραίτητη η υιοθέτηση καλών πρακτικών, αλλά και η ανάπτυξη συνεργασιών με διεθνείς παίκτες όπως η Google, Booking, Airbnb.

Επόμενα βήματα:

Επιλογή ορεινής ελληνικής περιοχής για υλοποίηση αναλυτικής μελέτης περίπτωσης:

- Αποτύπωση υφιστάμενης τουριστικής ανάπτυξης

- Καταγραφή των πόρων που μένουν αναξιοποίητοι (φυσικοί, πολιτισμικοί πόροι, αλλά και ανθρώπινο κεφάλαιο, τεχνογνωσία).
- Εκτεταμένη διαβούλευση με τοπικούς φορείς (οικονομικούς και κοινωνικούς εταίρους) για την καταγραφή της στάσης τους απέναντι στην ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού (προσδοκίες, ανησυχίες, καταγραφή αναγκών και προτάσεων).
- Δράσεις ενημέρωσης : π.χ. ενημέρωση νέων της περιοχής με υψηλές δεξιότητες ότι υπάρχουν σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Εκτεταμένη έρευνα αγοράς προκειμένου να γίνουν κατανοητές οι προσδοκίες και οι προτιμήσεις των επισκεπτών.

Δημιουργία δικτύων συνεργασίας μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων του εξωτερικού στον τομέα του τουρισμού περιπέτειας τα οποία θα συμβάλλουν στην βελτίωση της τεχνογνωσίας, στην ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Andreopoulou Z., Koliouka C., Lemonakis C., Zopounidi C. (2014). "National Forest Parks development through Internet technologies for economic perspectives". Στο *Oper Res Int J* (2015) 15:395–421, DOI: <https://doi.org/10.1007/s12351-014-0147-8>
- Belias D. (2019). "Adventure Tourism-Examining Cases of How It Can Contribute on Rural Development in Greece". Στο A. Kavoura et al. (eds.), *Strategic Innovative Marketing and Tourism, Springer Proceedings in Business and Economics*, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3_104
- Dologlou N., Kotsios V. (2015). "The Views of Greek Mountain Travelers on Mountain Tourism During Summertime: A Questionnaire Web-Based Analysis". Στο V. Katsoni (ed.), *Cultural Tourism in a Digital Era, Springer Proceedings in Business and Economics*, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-15859-4_1
- Ethan, T. M. & Wattenberg, L. (2020). Mountain Tourism and Sustainable Tourism Development: Perspective from the United States of America. *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 3(2), 71-85.
- Karagiorgos T., Alexandris K., Konstantinidis K. (2018). "Testing the mediating role of sport activity involvement on the relationship between brand associations and place attachment: the case of mount Olympus". Στο Christou E., Alexandris K., Fotiadis A. (ed.) *Conference Proceedings Tourman 2018 "In search of excellence in tourism, travel & hospitality"* Rhodes, Greece, 25-28 October 2018, σελ. 262-267.
- Karampela S., Kizos T. (2018). "Agritourism and local development: Evidence from two case studies in Greece". Στο *International Journal of Tourism Research* 2018;20:566–577. DOI:<https://doi.org/10.1002/jtr.2206>
- Kostić M., Lakićević M. and Milićević S. (2018) Sustainable tourism development in mountain areas in Serbia. *Economics of Agriculture*, 65 (2), 2018, 843-857.
- Opačić V. and Banda A. (2019) Alternative Forms of Tourism in Mountain. Tourism Destination: A Case Study of Bjelašnica (Bosnia and Herzegovina). *Geographica Pannonica* 22 (1), 40–53.
- Pantic M. and Milijic S. (2019), Relations between mountain tourism, demographic structure and employment at local level in Serbia. In Thematic Proceedings I, The Fourth International Scientific Conference, *Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia. Tourism as a Generator of Employment*. University of Kragujevac, Vrnjacka Banja, 30 May - 1 June, 2019.
- Paunović, I., & Jovanović, V. (2019). Sustainable mountain tourism in word and deed: A comparative analysis in the macro regions of the Alps and the Dinarides. *Acta Geographica Slovenica*, 59(2)
- Seraphin, H., & Dosquet, F. (2020). Mountain tourism and second home tourism as post COVID- 19 lockdown placebo? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12, 485-500.

Tampakis S., Andrea V., Karanikola P., Pailas I. (2019). "The Growth of Mountain Tourism in a Traditional Forest Area of Greece". Στο *Forests* 2019, 10, 1022; DOI:

<https://doi.org/10.3390/f10111022>

Telbisz T., Stergiou C.L., Mindszenty A., Chatzipetro A. (2019). "Karst features and related social processes in the region of the Vikos gorge and Tymphi mountain (Northern Pindos National Park, Greece)". Στο *ACTA CARSOLOGICA* 48/1, 29-42, POSTOJNA, DOI:

<https://doi.org/10.3986/ac.v48i1.6806>

Velissariou E., Amoiradis C., Belias D. (2017). "Trends and prospect of mountain tourism in Greece. The case of Olympus". Παρουσιάστηκε στο 6th International Conference on Tourism and Hospitality Management. Διαθέσιμο στο

https://www.researchgate.net/publication/322084511_Trends_and_prospect_of_mountain_tourism_in_Greece_The_case_of_Olympus

Διαδικτυακές πηγές

<https://www.franceculture.fr/emissions/la-bulle-economique/montagne-un-nouveau-modele-touristique-a-inventer>

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/tourisme-de-montagne-le-gouvernement-veut-faciliter-une-saison-de-ski-qui-s-annonce-tres-bonne-2259148.html>

<https://fresques.ina.fr/montagnes/parcours/0007/tourisme-et-gestion-durable-de-la-montagne.html>

Project - Carpathians Connects (keep.eu)

<http://www.carpathiansconnects.com/>

Carpathian sustainable tourism centre: <https://cstp.center/>

Carpathian Convention: <http://www.carpathianconvention.org/tourism.html>

<https://visiteurope.com/en/destination/carpathians/>

<https://theeuropennaturetrust.com/portfolio/transylvania/>, European Nature Trust

Παράρτημα Ι – Κατάλογος όρων

- **Trekking** = πεζοπορία (η πεζοπορία που κάνουμε στην άγρια φύση για πολλές ημέρες και μπορεί να γίνει εντός και εκτός των διαδρομών που χρησιμοποιούνται για την πεζοπορία και γίνεται με στόχο να φτάσουμε σ' ένα συγκεκριμένο μέρος) (<https://www.terramag.gr/oi-vasikes-diafortes-anamesa-sto-hiking-kai-sto-trekking/>)
- **Hiking** = πεζοπορία (περιλαμβάνει μια μεγάλη βόλτα στην φύση ή μονοπάτια που περπατάμε την μέρα ή την νύχτα και διαρκεί για μικρό χρονικό διάστημα)
- **Mountain Hiking** = ορεινή πεζοπορία
- **Climbing** = α. **Ορειβασία** (γενική έννοια που καλύπτει όλες τις δραστηριότητες της απλής πεζοπορίας αλλά και της αναρρίχησης και του αλπινισμού), β. **αναρρίχηση** (χαρακτηρίζεται το σκαρφάλωμα, με καλοκαιρινές συνθήκες (με χειμερινές συνθήκες χαρακτηρίζεται αλπινισμός), σε οποιαδήποτε κορυφή βουνού, που γίνεται όμως από την απόκρημνη πλευρά της και που αναγκαστικά εφαρμόζεται η αναρριχητική τεχνική (μικρού ή μεγάλου βαθμού δυσκολίας) και απαιτείται η χρήση ειδικού εξοπλισμού) (<https://www.eosathinon.gr/oreivasia-anarrixisi-oreivatikoski/>)
- **Free Climbing** = ελεύθερη αναρρίχηση
- **Rappel** = καταρρίχηση/ κατάβαση με σχοινί (<https://olympostrek.gr/%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%81%CF%81%CE%AF%CF%87%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-rapel/?lang=el>)
- **Cycling/biking** = ποδηλασία
- **Mountain Biking** = ορεινή ποδηλασία
- **Canoeing/Kayaking** = κανόε καγιάκ
- **Rafting** = ράφτινγκ
- **River Trekking** = διάβαση/κατάβαση ποταμού χωρίς τη χρήση εξοπλισμού
- **Canyoning** = Τεχνική Διάσχιση Φαραγγιών (η διέλευση πολύ στενού φαραγγιού ακολουθώντας την κοίτη του, που πολλές φορές χρειάζεται καταρρίχηση βράχων με σχοινιά, κολύμπι στο ποτάμι του φαραγγιού, άλματα από ύψος στο νερό) (<https://www.eoshanion.gr/activities/canyoning>)
- **Winter swimming/Diving** = χειμερινή κολύμβηση/κατάδυση
- **Paragliding** = αλεξίπτωτο πλαγιάς
- **Snowboarding** = χιονοσανίδα
- **Skiing** = σκι, χιονοδρομία
- **Freeride/ off-piste skiing** = ελεύθερο σκι
- **Ski touring** = ορειβατικό σκι
- **Snowshoe hiking** = πεζοπορία με χιονορακέτες
- **Nordic Skiing** = Βορινό σκι/ χιονοδρομία
- **Dogsledding** = έλκηθρο με σκύλους
- **Horse-Drawn Sleights** = έλκηθρο με άλογα