

Φορέας	Κύρια Περιοχή Παρέμβασης	Κύριες προτεινόμενες δραστηριότητες / εργαλεία παρέμβασης	Συνέργειες / συμπραξεις	Κατηγορία Παρέμβασης				Προτάσεις για επιπλέον συμμετοχή στην πλατφόρμα / Ο.Ε.
				1	2	3	4	
				<u>Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του κλάδου</u>	<u>Τουριστική προβολή</u>	<u>Κατάρτιση / εκπαίδευση και ενίσχυση της</u>	<u>Έργα υποδομής στρατηγικής σημασίας για τον τουρισμό</u>	
Πανεπιστήμιο Αιγαίου	Από το μαζικό τουρισμό στον τουρισμό εμπειρίας	Βλ. σχετικό επισυναπτόμενο document		X	X	X	X	
Ακαδημία Αθηνών	Φιλοσοφικός τουρισμός	Σεμινάρια / επισκέψεις / συμβουλευτικές υπηρεσίες	Περιφέρειες / Ξενοδ. Επιμελητήρια / Περιφερειακά και Κεντρικά Πανεπιστήμια - Τομείς Φιλοσοφίας / Υπ. Παιδείας / Εξωτερικών		X	X		
Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου	Πολιτιστικός τουρισμός (culture and tourism)	<b>Ανάπτυξη σοβαρών παιγνιδιών για χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος</b> (Η δράση έχει ως στόχο τον εμπλουτισμό των δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα σε χώρους πολιτισμού όπως μουσεία. Στόχος είναι η ανάπτυξη στοχευμένων (σε κοινό αλλά και περιεχόμενο δράσεων) σε δραστηριότητες εντός κτηρίων (όπως μουσεία), σε ανοικτούς χώρους (π.χ. αρχαιολογικούς χώρους) αλλά και ευρύτερα (ολόκληρες πόλεις ή περιοχές, με την ανάπτυξη συνεργειών μεταξύ διαφορετικών πολιτισμικών πόλων), με τη χρήση νέων τεχνολογιών και την προσέλευση νέου, διαφορετικού κοινού) <b>Εργαλεία/μεθοδολογίες για το σχεδιασμό και υλοποίηση εκπαιδευτικών διαδραστικών εφαρμογών για χώρους πολιτισμού</b> (Η ανάπτυξη εκπαιδευτικών εφαρμογών για πολιτισμικούς πόλους όπως μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους γίνεται συνήθως κατά περίπτωση, ακόμη για τον ίδιο πόλο. Άμεσο αποτέλεσμα είναι το υψηλό κόστος ανάπτυξης και η δυσκολία απόσβεσης του κόστους. Είναι σημαντικό να αναπτυχθούν εργαλεία που θα μειώσουν το κόστος ανάπτυξης, δίνοντας πιθανώς τη δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης περιεχομένου και τυποποίησης διαδικασιών, ώστε και μικρότερου μεγέθους πολιτισμικοί πόλοι να μπορούν να ενσωματώσουν νέες εμπειρίες για τους επισκέπτες τους) / <b>Υπηρεσίες εξατομικευμένης πληροφόρησης</b> (Η δράση αποσκοπεί στην ανάπτυξη νέων, καινοτόμων, διαδραστικών υπηρεσιών οι οποίες εξατομικεύουν τις προτάσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, τόσο ανάλογα με το προφίλ του επισκέπτη όσο και με το χώρο και χρόνο)	Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια / Εταιρείες / συνεργασίες τύπου Συνεργασία / ΠΑΒΕΤ / <b>Συνέργειες μεταξύ διαφορετικών πολιτισμικών πόλων - προτείνονται δράσεις σε ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ</b>	X	X	X		IknowHow S.A, <a href="http://www.iknowhow.com/">http://www.iknowhow.com/</a> , Δρ. Γ. Μπούκης, 2106041425 / Ενδιαφέρον συμμετοχής σε στοχευμένες ομάδες για α) Εφαρμογές παιγνιδιών στον τουρισμό β) Εξατομικευμένη, χωρική πληροφόρηση (ειδικά με νέες τεχνολογίες όπως επαυξημένη πραγματικότητα)
Παν. Πατρών	Θεματικός τουρισμός για στοχευμένες ομάδες τουριστών (ενδεικτικά στη Δυτική Ελλάδα)	Δραστηριότητες ενίσχυσης / χρήσης τεχνολογιών τεκμηρίωσης, συνδυασμού και παρουσίασης πολυμεσικού / διαδικτυακού περιεχομένου (εθνικό επίπεδο αλλά και πρόταση διαπεριφερειακής συνεργασίας - e.g. Δυτ. Ελλάδα, Ιόνια) - Υλοποίηση πληροφοριακών συστημάτων συνεργασίας ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς έτσι ώστε να παρέχονται εστιασμένες τουριστικές υπηρεσίες ως προς τις δραστηριότητες, την ξενάγηση, την εστίαση και τη φιλοξενία	Εταιρείες εστίασης, οργάνωσης εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων / Σύμπραξη με αντίστοιχα τμήματα / ερευνητικά εργαστήρια Πανεπιστημίων - Αξιοποίηση θεσμοθετημένων επιτροπών τουριστικής προβολής και ανάπτυξης των καλλικρατικών δήμων	X	X			
Εθνικό Αστεροσκοπείο	Κλιματική αλλαγή και Τουρισμός	<b>Δράσεις μελετών / υπηρεσιών για την εκτίμηση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής</b> σε βασικές παραμέτρους που αφορούν στον τουρισμό στην Ελλάδα. Ειδικότερα: (α) Λειτουργικό κόστος τουριστικών επιχειρήσεων (ενέργεια, νερό, διατροφή) (β) Κόστος μεταφοράς από / προς Ελλάδα ως αποτέλεσμα της Εμπορίας Δικαιωμάτων Εκπομπών – Σχέση με γειτονικές χώρες εκτός ΕΕ (γ) Πως αναμένεται να επηρεάσει η κλιματική αλλαγή την ελκυστικότητα τουριστικών προορισμών στην Ελλάδα	Μελέτες / Υπηρεσίες (για την ανάπτυξη κατάλληλων υποδομών ή/και θεσμικών παρεμβάσεων) μέσω συμπράξεων / συνεργασιών σε ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ		X		X	
INE / ΕΙΕ	Σύνδεση συμπλεγμάτων τουρισμού πολιτισμού / τουρισμού περιβάλλοντος και τουρισμού αγροδιατροφής με ιστορική τεκμηρίωση	Δράσεις ενίσχυσης της ιστορικής τεκμηρίωσης / Ανάπτυξη εξειδικευμένων Β.Δ. / Διοργάνωση συνεδρίων & άλλες δράσεις που συμβάλλουν στην ποιοτική προβολή πολιτιστικού τουρισμού / θρησκευτικού τουρισμού / ιαματικού τουρισμού (ανάληψη <b>συντονιστικού ρόλου του Ινστιτούτου Ιστορικών Ερευνών στις δράσεις που προϋποθέτουν ιστορική διάσταση</b> ) - Βλ. Παράρτημα		X	X	X		

ΕΔΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	Πολιτιστικός τουρισμός	<p>Προηγμένες τεχνικές εικονικής αναπαράστασης πολιτιστικής κληρονομιάς / γεγονότων</p> <p>Έξυπνα συστήματα ήχου/εικόνας/μετάφρασης (π.χ. e-guide)</p> <p>Mobile applications σε Μουσεία, κλπ</p> <p>Δημιουργία πιστών αντιγράφων</p> <p>Ε-υπηρεσίες κρατήσεων</p> <p>Ψηφιακά ενθυμήματα</p> <p>Πλατφόρμα ενημέρωσης επισκεπτών για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις (σύγχρονες/παραδοσιακές) που συμβαίνουν</p> <p>ΤΠΕ για τουρίστες ΑΜΕΑ</p>	Συnergασίες / συμπράξεις επιχειρήσεων με Ιόνιο Πανεπιστήμιο - Clusters (για ψηφιακά ενθυμήματα - σύνδεση χειροτεχνίας και ψηφιακής τεχνολογίας) και Δικτύωση φορέων (για πλατφόρμα ενημέρωσης επισκεπτών για πολιτιστικές εκδηλώσεις)	X	X	Ενδιαφέρον για συμμετοχή σε Ο.Ε., ιδιαίτερα αν έχουν άμεση σχέση με τις θεματικές μορφές τουρισμού που αποτελούν προτεραιότητα για την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	
>>	Θαλάσσιος / καταδυτικός τουρισμός	<p>Προβολή θαλάσσιου τουρισμού</p> <p>Υπηρεσίες ενημέρωσης των επισκεπτών κρουαζιέρας για τρόπους μετακίνησης, εκδρομές, σημεία ενδιαφέροντος, αποστάσεις, συνδέσεις και άλλες σχετικές πληροφορίες.</p> <p>Ε- υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης καιρού, κατάσταση θαλασσών, για μικρά ή μεσαία λιμάνια αγκυροβόλησης για ιστιοπλοϊκά ή σκάφη αναψυχής</p> <p>Καταγραφή σημείων ενδιαφέροντος και αλιευτικού πλούτου για την ανάπτυξη αλιευτικού τουρισμού</p> <p>Αντίστοιχα για τον καταδυτικό τουρισμό</p>		X	X		
	Ιατρικός Τουρισμός Οικολογικός Τουρισμός	<p>Βιοπληροφορική/Ερευνητικό εργαστήριο - Ανάπτυξη συστημάτων τηλεφροντίδας</p> <p>Πράσινες εφαρμογές σε τουριστικές ΜΜΕ για μείωση οικολογικού αποτυπώματος</p> <p>Ε-υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης για οικοτόπους, σημεία οικολογικού ενδιαφέροντος, περιπατητικές ή άλλες διαδρομές και μονοπάτια, κλπ</p>		X	X	X	
	Γαστρονομικός Τουρισμός	<p>Εμπλουτισμός παραδοσιακής γαστρονομίας με νέες γεύσεις (χρήση ζυμομυκήτων, κλπ)/</p> <p>Νέες χρήσεις φυσικών προϊόντων</p> <p>Τεχνολογία για την ιχνηλασιμότητα τοπικών προϊόντων</p> <p>Νέες τεχνολογίες για την προβολή ταυτότητας προϊόντων και γαστρονομίας</p>		X	X		
	Θρησκευτικός τουρισμός	<p>Ε-υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης για σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος, διαδρομές, θρησκευτική τέχνη, εορτές και γεγονότα (π.χ. Πάσχα, Λιτανείες), έθιμα, κλπ</p> <p>Ψηφιακή καταγραφή εκκλησιαστικού πλούτου (μνημεία, αγιογραφίες, ψηφιδωτά, κλπ) / προβολή διαδικτυακά και με νέες εφαρμογές</p>	Τα εργαστήρια των τμημάτων Πληροφορικής και Ήχου & Εικόνας μπορούν να συμβάλουν στην ψηφιακή καταγραφή και προβολή του θρησκευτικού πλούτου, των διαδρομών και των μνημείων	X	X		
ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ	Ιατρικός Τουρισμός	<p>Νέες τεχνολογίες / Ρόλος των τουριστικών μεσαζόντων στην διαχείριση της τουριστικής ζήτησης</p>	<p>Μας ενδιαφέρει η συμμετοχή σε θέματα που έχουν να κάνουν με <b>πολιτιστικό και ψηφιακό τουρισμό και ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στον τουρισμό γενικά, καθώς και σε θέματα ιατρικού τουρισμού στην διαχείριση των τουριστικών μεσαζόντων και διαχείριση</b></p>	X	X	International Association of Cultural and Digital Tourism International Association of Medical Tourism	
Ειδική Υπηρεσία Συντονισμού και Εφαρμογής Υπουργείου Τουρισμού	Τουρισμός Υγείας Ευεξίας	<p><b>Πέντε</b> βασικές κατηγορίες υπηρεσιών που δύναται να αναπτυχθούν στο πλαίσιο του <u>ιατρικού τουρισμού</u> είναι : <b>α)</b> ξενοδοχεία ευεξίας και spa θέρετρα <b>β)</b> ιατρικές (χειρουργικές) υπηρεσίες <b>γ)</b> αναψυχής και ψυχαγωγίας <b>δ)</b> πνευματική και ολιστική προσέγγιση <b>ε)</b> ιατρικές (θεραπευτικές υπηρεσίες). Το πεδίο έρευνας/τεχνολογίας είναι σε θέση να παράσχει τα απαιτούμενα εργαλεία για την ανάδειξη και προβολή των ανωτέρω κατηγοριών</p>	<p>Το πεδίο έρευνας/τεχνολογίας είναι σε θέση να παράσχει τα απαιτούμενα εργαλεία για την ανάδειξη και προβολή των ανωτέρω κατηγοριών / ΟΛΕΣ ΟΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΕ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ / ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΠΑΡΑΙΑΤΡΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ / ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ, ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΑΡΟΧΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΥΕΞΙΑΣ</p>		X	X	Η ΕΥΣΕΥΤ ενδιαφέρεται να συμμετάσχει σε οποιαδήποτε <b>στοχευμένη ομάδα εργασίας</b> κρίνεται απαραίτητο προς την κατεύθυνση διαμόρφωσης συγκεκριμένων προτάσεων/ δράσεων στους τομείς προτεραιότητας που αναδεικνύονται μέσω της πλατφόρμας ΓΓΕΤ.

ΕΟΤ	<p><b>Όλες οι μορφές τουρισμού</b> κατά μήκος και πλάτος της επικράτειας. Οτιδήποτε υπάρχει ως οργανωμένη προσφορά θα πρέπει να απεικονίζεται με σαφήνεια και χρηστικότητα στο διαδικτυο προκειμένου να είναι προσεγγίσιμο. Εκτός από τα οργανωμένα τουριστικά πακέτα τα οποία διακινούν οι Τ.Ο.ς, σκοπός είναι η <b>διευκόλυνση</b> των FITs ώστε να έχουν τη δυνατότητα <b>α) να γνωρίζουν την προσφορά</b> β) να έχουν τη <b>δυνατότητα online αγορών υπηρεσιών και προγραμμάτων</b></p> <p><b>Θαλάσσιος Τουρισμός</b>  <b>Ιατρικός τουρισμός</b>  <b>Πράσινος Τουρισμός-</b>  <b>Φυσιολατρικός Τουρισμός</b>  <b>Περιηγητικός Τουρισμός</b>  <b>Πολιτιστικές διαδρομές</b>  <b>Χειμερινός Τουρισμός</b></p>	<p><b>Καταγραφή των τουριστικών πόρων κάθε περιοχής</b> (με clustering MME &amp; δράσεις εκπαίδευσης από πλευράς Ε.Κ. / Ακαδημ. Φορέων) - Εκπαίδευση-μεταφορά τεχνονομίας δικτύα συνεργασιών / Σε συνεργασία με τις Περιφέρειες η <b>κατάρτιση προτάσεων</b> προς ένταξη στο ΣΕΣ προκειμένου να δημιουργηθούν/ενισχυθούν <b>υποδομές</b> και <b>ανωδομές</b> για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού / Ορισμός Πιλοτικών δράσεων σε ορισμένες περιφέρειες και κατάρτιση προγράμματος προώθησης και προβολής από τον ΕΟΤ σε συνεργασία με διεθνούς εμβέλειας μέσα και από κοινού με τις Περιφέρειες / Θεσμικά, απαιτείται νομοθεσία η οποία θα καθορίζει το πλαίσιο συνεργασιών, προδιαγραφές ειδικών μορφών τουρισμού, απλοποίηση της ισχύουσας νομοθεσίας, <b>κίνητρα</b> για start-ups σχετιζόμενα με ειδικές μορφές τουρισμού</p> <p>Κατάρτιση εθνικού σχεδίου τουρισμού με εφικτούς στόχους (με ανταλλαγή τεχνονομίας μεταξύ ΜΜΕ) Εκπαίδευση και συντονισμός των Περιφερειών ως προς τους προς επίτευξη στόχους / Παραγωγή νομοθεσίας για την κατοχύρωση των ειδικών μορφών τουρισμού / Κίνητρα / Καταγραφή των νέων προϊόντων / Προβολή / Μέτρηση αποτελεσμάτων / Ανατροφοδότηση του Εθνικού Σχεδίου Τουρισμού</p>	<p><b>Επίπεδο παρεμβάσεων:</b> Εθνικό επίπεδο κυρίως</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Περιφερειακό επίπεδο</li> <li>- Πιλοτικοί άξονες</li> <li>- Περιφέρεια Αττικής</li> <li>- Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας Περιφέρεια Κρήτης (Εθνικό Επίπεδο και βεβαίως σε περιφερειακό επίπεδο εφ' όσον ζητηθεί η τεχνονομία του ΕΟΤ.</li> <li>- Ήδη η Δ/ση Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης του ΕΟΤ συνεργάζεται με τις Περιφέρειες της Χώρας ειδικότερα σε θέματα online προβολής και προωθητικών δράσεων με επιτυχία) - Εκτός αυτού, ο ΕΟΤ διατηρεί δίκτυο Γραφείων Εξωτερικού καθώς και ένα διεθνές δίκτυο υποστηρικτών των θέσεων της Ελλάδας και του Ελληνικού Τουρισμού</li> </ul>	X	X	X	
ΙΝΣΕΤΕ	Θαλάσσιος τουρισμός	Ανάπτυξη εφαρμογής, πχ τύπου "TaxiBeat", για δέσμευση και κράτηση θέσεων στις μαρίνες		X			
>>	Πολιτιστικός τουρισμός	Ανάπτυξη εφαρμογής για αποτύπωση της ελληνικής ιστορίας & μυθολογίας σε χάρτες		X			
>>	ΤΠΕ / GIS	Ανάπτυξη εφαρμογής για την αποτύπωση των παραδοσιακών οικισμών σε χάρτες		X	X		
	Σύμπλεγμα αγροδιατροφής	Ανάπτυξη εφαρμογής για τα τοπικά αγροτικά προϊόντα κατά περιοχή και οι προμηθευτές τους		X	X		
	Προσβάσιμος τουρισμός	Αποτύπωση Προσβάσιμων Υποδομών και Προορισμών και Ανάπτυξη σχετικής εφαρμογής για ΑΜΕΑ		X	X		
EKT / ΕΙΕ	Πολιτιστικός τουρισμός	Ανάδειξη πολιτιστικής κληρονομιάς & Σύζευξη πολιτιστικού/ τουριστικού περιεχομένου μέσω σύγχρονων τεχνολογιών ΤΠΕ, αποθετηρίων και διασύνδεσης βάσεων δεδομένων σε ευρωπαϊκό επίπεδο ( <i>augmented reality, content streamling, mobile technologies, location based services, 3D, metadata, open access to content, Europeana, repositories</i> ) / <i>Προτεινόμενες δράσεις υποδομών - Ενίσχυση υποδομών εθνικών αποθετηρίων και βάσεων γνώσης / Άλλες δράσεις: Δράσεις διασύνδεσης πολιτιστικού περιεχομένου με τουριστική και γεωγραφική πληροφορία / Θεσμικές παρεμβάσεις: Παροχή πρόσβασης και τη θεατίωση της ποσότητας και ποιότητας του έγκριτου ψηφιακού περιεχομένου, Υποχρεωτική κοινοποίηση μεταδεδομένων πολιτιστικού περιεχομένου στο ΕΚΤ, υποχρέωση ανοιχτής πρόσβασης σε όλη την πολιτιστική πληροφορία που προέρχεται από συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα</i>	<p>Η συγκεκριμένη δραστηριότητα βασίζεται στα <b>πλεονεκτήματα</b> της χώρας σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Πολιτιστικός πλούτος</li> <li>- Ψηφιοποιημένο πολιτιστικό απόθεμα</li> <li>- Νέες αναδυόμενες τεχνολογίες ΤΠΕ</li> </ul> <p>Απαιτούνται <b>Συμπράξεις</b> με Επιχειρήσεις τουριστικές, πολιτιστικές, ΤΠΕ, δημιουργικής βιομηχανίας καθώς και <b>Συνεργατικοί σχηματισμοί και συμπράξεις Επιχειρήσεων</b>, Ερευνητικών Ιδρυμάτων, Πανεπιστημίων με στόχο την προώθηση διατομεακών συνεργειών</p>	X	X	X	Ενδιαφέρον συμμετοχής στις θεματικές ενότητες Τουρισμού, Πολιτισμού, ΤΠΕ.
>>	Προσβάσιμος τουρισμός	Βελτίωση προσβασιμότητας σε χώρους πολιτισμού, τουρισμού και επιχειρήσεις, Διάχυση ενημέρωσης μέσω τουριστικών οδηγών και ΤΠΕ / <b>Θεσμικά:</b> Εθνικό πρότυπο προσβασιμότητας τουριστικών υποδομών	Δράσεις δικτύωσης σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, για τη δημιουργία προσβάσιμων τουριστικών υποδομών, συγκέντρωση στοιχείων και την καταγραφή δεικτών για την προσβασιμότητα	X			X
>>	Συνεδριακός τουρισμός	Συνεδριακός τουρισμός/ εκθέσεις/ διεθνή forum επιχειρηματικών συναντήσεων με εργαλείο <b>δράσεις δικτύωσης ερευνητών και επιχειρήσεων στον κλάδο του τουρισμού, του πολιτισμού και των ΤΠΕ</b> με στόχο την προώθηση συνεργειών, ανταλλαγής τεχνονομίας και διευκόλυνσης επιχειρηματικών συνεργασιών ή πρόσβασης σε αγορές του εξωτερικού.	Δράσεις αναβάθμισης συνεδριακής υποδομής Ερευνητικών Φορέων και Επιχειρήσεων που έχουν έντονη δραστηριότητα στο χώρο	X			
>>	>>	Δράσεις δικτύωσης ερευνητών και επιχειρήσεων στον κλάδο του τουρισμού, του πολιτισμού και των ΤΠΕ με στόχο την προώθηση συνεργειών, ανταλλαγής τεχνονομίας και διευκόλυνσης επιχειρηματικών συνεργασιών ή πρόσβασης σε αγορές του εξωτερικού.	Αμιγώς ΜΜΕ / Δράσεις ανταλλαγής ανθρώπινου δυναμικού μεταξύ ερευνητικών φορέων και επιχειρήσεων (μοντέλο ERASMUS+) / Δράσεις εξωστρέφειας & ενίσχυσης εκδηλώσεων προσέλκυσης ερευνητικού δυναμικού υψηλού επιπέδου, Δράσεις τεχνομεταιείας, Δράσεις μεταφοράς και αξιοποίησης γνώσης	X			

ΕΚΚΕ	Θαλάσσιος τουρισμός	<p>Παράκτια και νησιωτική Ελλάδα / Καταδυτικός Τουρισμός στην περιφερειακή ζώνη θαλασσίων προστατευόμενων περιοχών (marine protected areas - m.p.a.) Το <b>ΕΛ.ΚΕ.ΘΕ.</b> (σε πιθανή συνεργασία με το τμήμα Επιστημών της Θάλασσας του <b>Πανεπιστημίου Αιγαίου</b> , ή/και το εργαστήριο θαλάσσιων ερευνών του <b>Πανεπιστημίου Πειραιώς</b> ) και το <b>ΕΚΚΕ.</b></p>	<p>Προτείνεται <b>σύμπραξη</b> με ιδιωτικό τομέα : κατά τύπους καταδυτικά κέντρα και Ομοσπονδία - Σε περίπτωση που γίνει <b>πilotική</b> εφαρμογή επισημαίνεται ότι : ΣΤΙΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΠΡΟΣΤ. ΠΕΡΙΟΧΩΝ Εκτύπωση πληροφοριακού υλικού ανά οικογένεια χλωρίδας πανίδας (απειλούμενα είδη, σπονδυλωτά, κ.λπ) / Δημιουργία πλαστικοποιημένου εγχειρίδιου καλής συμπεριφοράς επισκεπτών και φοιτητών / Οργανωμένη διαφήμιση της εν λόγω m.p.a. / Δημιουργία ιστοτόπου / ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΜΕ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ</p>	X	X	Ενδιαφέρουν για συμμετοχή σε σχετική Ο.Ε.	
>>	<p>Συστηματική καταγραφή ή/και μετα-ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης των θαλάσσιων οικοσυστημάτων. Προσδιορισμός κριτηρίων αξιολόγησης και συνεκτικού διαχειριστικού πλαισίου για την επιλογή κατάλληλων περιοχών. Προτείνεται η πιλοτική εφαρμογή του μοντέλου σε δύο ή τρεις περιπτώσεις.</p>	<p>Δημιουργία περιβαλλοντικού παρατηρητηρίου/ων για την επικαιροποίηση των δεδομένων για τη θαλάσσια χλωρίδα και πανίδα, την ενημέρωση των τουριστών, την προστασία/έλεγχο της /των m.p.a.</p>	<p>Δεδομένου ότι, όπως έχει δείξει και η διεθνής σχετική εμπειρία, το εγχείρημα του καταδυτικού οικοτουρισμού δεν μπορεί να πετύχει χωρίς τη συναίνεση και τη συνεργασία των κατά τύπους επαγγελματιών αλιέων, τουριστικών γραφείων, ξενοδόχων κ.λπ. κρίνεται από μεριάς ΕΚΚΕ απαραίτητη η:</p>	<p>Περιβαλλοντικό Παρατηρητήριο (για πληροφόρηση των επισκεπτών, εκπαίδευση σπουδαστών και ξενάγηση επισκεπτών, έλεγχο και αστυνόμευση της περιοχής)</p>	X	X	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ανάλυση τοπικών αναγκών εν σχέση προς τις προοπτικές του καταδυτικού τουρισμού</li> <li>2.Καταγραφή των στάσεων του τοπικού πληθυσμού και των επαγγελματιών φορέων</li> <li>3. Σχεδίαση και εφαρμογή ολοκληρωμένων προγραμμάτων κοινωνικού marketing γύρω από το ζήτημα.</li> <li>4. Καταγραφή θέσεων υποδομής που απαιτούνται για διεξαγωγή Υπηρεσιών ενημέρωσης των επισκεπτών με κρουαζιέρα για τις διαθέσιμες επιλογές μετακίνησής τους στον προορισμό στον οποίο καταφθάνουν, τη σύνδεση των σημείων ενδιαφέροντος με κάθε μεταφορικό μέσο και άλλες σχετικές πληροφορίες</li> </ol>
ΕΛΚΕΘΕ	Θαλάσσιος / καταδυτικός τουρισμός	«Υποθαλάσσια δάση» κατάδυσης αναψυχής με τεχνητούς υφάλους	<p>Δημοτικές και Ιδιωτικές Επιχειρήσεις / Συνεργασία με ΕΚ-ΑΕΙ-ΕΟΤ / <b>Αναδεικνύεται δυνατότητα συνεργασίας με το ΙΝΕ / ΕΙΕ, για την ιστορική τεκμηρίωση των θερμών πηγών Ελλάδας</b></p>	<p>Επιμελέσει των παλαιότερων κριτηρίων κάλυψης από τους εγχώριους ασφαλιστικούς φορείς (ΙΚΑ, ΟΑΕΕ κ.λπ.)</p>	<p>Χρηματοδότηση λειτουργίας του Παρατηρητηρίου Θερμαλισμού που έχει δημιουργήσει και κινεί εξ ιδίων πόρων το ΕΚΚΕ</p>	X	<p>Κρίνεται σκόπιμο να περιληφθούν οι λειτουργούντες φορείς ΣΔΚΠΕ και Ένωση Επιχειρήσεων Θερμαλισμού Ελλάδας / Ενδιαφέρει η συμμετοχή σε στοχευμένες ομάδες ομοειδούς αντικείμενου, π.χ.ιατρικός τουρισμός και αγροτουρισμός( ανάδειξη/προβολή τοπικών προϊόντων ποιότητας)</p>
ΕΚΚΕ / Ομάδα Περιβάλλοντος	Ιαματικός Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας	<p>Επιμελέσει Επιδόσεις Έρευνες με στόχευση τη διερεύνηση συγκεκριμένων αναγκών,που θ'αξιοποιηθούν από τις επιχειρήσεις.Αυτές, εν συνεχεία,θα οργανώσουν ενημερωτική εκστρατεία προσέλκυσης επισκεπτών στις λουτρικές μονάδες, στηριγμένη στο επίπεδο των παρεχομένων υπηρεσιών και του οικονομικού οφέλους που επιφέρει η δυνατότητα προσέλευσης από όλες τις χώρες της ΕΕ με κάλυψη δαπανών από τους κατά χώρα προέλευσης ασφαλιστικούς φορείς / Επανάφορα των παλαιότερων κριτηρίων κάλυψης από τους εγχώριους ασφαλιστικούς φορείς (ΙΚΑ, ΟΑΕΕ κ.λπ.)</p>	<p>Δημοτικές και Ιδιωτικές Επιχειρήσεις / Συνεργασία με ΕΚ-ΑΕΙ-ΕΟΤ - Εθνικό επίπεδο / Περιφερειακό, κυρίως Στερεά Ελλάδα και Κεντρική Μακεδονία</p>	X	X		
ΕΚΚΕ / Τσακίρης	Ιαματικός Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας	<p>Επιμελέσει Επιδόσεις Έρευνες με στόχευση τη διερεύνηση συγκεκριμένων αναγκών,που θ'αξιοποιηθούν από τις επιχειρήσεις. Αυτές, εν συνεχεία,θα οργανώσουν <b>ενημερωτική εκστρατεία προσέλκυσης επισκεπτών</b> στις λουτρικές μονάδες, στηριγμένη στο επίπεδο των παρεχομένων υπηρεσιών και του οικονομικού οφέλους που επιφέρει η δυνατότητα προσέλευσης από όλες τις χώρες της ΕΕ με κάλυψη δαπανών από τους κατά χώρα προέλευσης ασφαλιστικούς φορείς / <b>Δημιουργία Σχολής Λουτρονομών</b> υπό την αιγίδα πιστοποιημένου κρατικού φορέα / Χρηματοδότηση λειτουργίας του <b>Παρατηρητηρίου Θερμαλισμού</b> που έχει δημιουργήσει και κινεί εξ ιδίων πόρων το ΕΚΚΕ</p>	<p>Εγχώριες εταιρίες πληροφορικής και ερευνητικά κέντρα διαθέτουν την τεχνολογία και τον απαραίτητο εξοπλισμό για την παροχή σχετικών υπηρεσιών - Απαιτείται η δημιουργία <b>συνπράξεων</b>, με συμμετοχή του Υπουργείου Πολιτισμού και άλλων φορέων διαχείρισης / συνεργασία με ερευνητικά / ακαδημαϊκά ιδρύματα (και φορέων του εξωτερικού)</p>	X	X	<p>Θα ενδιέφερε το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) να συμμετάσχει σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας</p>	
ΙΟΒΕ	Πολιτιστικός τουρισμός (culture and tourism)	<p>Επενδυτικό πρόγραμμα για τον πολιτισμό / τουρισμό, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο που βασίζεται <b>α)</b> στην <b>ψηφιοποίηση υλικού που σχετίζεται με την πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας</b> <b>β)</b> στην <b>διαμόρφωση περιβάλλοντα αρχαιολογικού χώρου Ακροπόλεως με την εγκατάσταση σύγχρονων μέσων τεχνολογίας για τη ξενάγηση των επισκεπτών γ)</b> <b>Διαμόρφωση εκθεσιακού χώρου στο υπόγειο τμήμα του Νέου Μουσείου της Ακρόπολης με την εγκατάσταση σύγχρονων μέσων τεχνολογίας για τη ξενάγηση των επισκεπτών, δ)</b> <b>Δημιουργία Μουσείου Δημοκρατίας με την εγκατάσταση σύγχρονων μέσων τεχνολογίας για τη ξενάγηση των επισκεπτών ε)</b> <b>Δημιουργία χώρου επισκεπτών (Visitor Center) και ανάπτυξη περιοχής στον Μαραθώνα με την εγκατάσταση σύγχρονων μέσων τεχνολογίας για αναπαράσταση των ιστορικών γεγονότων με των οποίων συσχετίζεται ο χώρος και στ)</b> <b>ανάπλαση της Αρχαίας Αγοράς και εγκατάσταση ψηφιακών μέσων για την περιήγηση των επισκεπτών</b></p>	<p>Εγχώριες εταιρίες πληροφορικής και ερευνητικά κέντρα διαθέτουν την τεχνολογία και τον απαραίτητο εξοπλισμό για την παροχή σχετικών υπηρεσιών - Απαιτείται η δημιουργία <b>συνπράξεων</b>, με συμμετοχή του Υπουργείου Πολιτισμού και άλλων φορέων διαχείρισης / συνεργασία με ερευνητικά / ακαδημαϊκά ιδρύματα (και φορέων του εξωτερικού)</p>	X	X	<p>Θα ενδιέφερε το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) να συμμετάσχει σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας</p>	

ΕΛΚΕΘΕ / ΙΘΑΒΒΥΚ	Τουρισμός & Βιοποικιλότητα - Περιβάλλον / Καταδυτικός τουρισμός	Η <b>ανάπτυξη «υποθαλάσσιων οάσεων» με τεχνητούς υφάλους</b> αποτελεί μια ολοκληρωμένη εναλλακτική πρόταση καινοτομικού χαρακτήρα του ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε., που έχει ως στόχο αφενός την ανάπτυξη και προστασία της θαλάσσιας βιοποικιλότητας και αφετέρου την προώθηση του καταδυτικού τουρισμού στη χώρα μας	Αξιοποίηση της πρωτότυπης τεχνολογίας και εμπειρίας που έχει αναπτύξει στον συγκεκριμένο τομέα η ερευνητική ομάδα διαχείρισης παράκτιων οικοσυστημάτων του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ - συνεργείες με ιδιωτικό τομέα / επενδυτές					X
E.K. ΑΘΗΝΑ	Πολιτιστικός Τουρισμός	Α) <b>Προσωποποιημένες υπηρεσίες</b> για τους τουρίστες σχετικά με <b>ειδικές θεματικές κατηγορίες</b> , π.χ μεσογειακή διατροφή και γευσινγνωσία, Β) Υπηρεσίες <b>εκμάθησης της ελληνικής γλώσσας</b> μέσα από πολιτιστικές δραστηριότητες		X		X	X	
	Τουρισμός Γεγονότων	Προσωποποιημένες υπηρεσίες ενημέρωσης για τουρίστες σχετικά με πολιτιστικά γεγονότα, π.χ. συναυλίες, που λαμβάνουν χώρα στους τόπους επίσκεψης		X		X		
	Οριζόντια για όλα τα είδη	Εργαλεία εξαγωγής εκτίμησης ποιότητας τουριστικών προϊόντων από κοινωνικά δίκτυα (θεματικά ή γενικά) επισκεπτών/τουριστών						X
Ειδική Υπηρεσία Εφαρμογής του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης – Ανταγωνιστικότητα / Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΚΑΙ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΣΥΝΑΦΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ (Δράση ανα Περιφέρεια)	Πρόγραμμα κατάρτισης με ανάπτυξη πληροφοριακού διαδραστικού συστήματος, με <b>συμβολή περιφερειακών δομών στο τρίγωνο της γνώσης</b>				X	Η Ειδική Υπηρεσία Εφαρμογής του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης – Ανταγωνιστικότητα, στο πλαίσιο της συνεργασίας που προβάλλει ο σχεδιασμός και υλοποίηση της επόμενης προγραμματικής περιόδου, επιθυμεί να συμμετέχει σε Ομάδες Εργασίας συναφείς με τις δραστηριότητές της
>>	Τουριστική προβολή	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΥΛΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΝΑΠΤΥΧΘΕΙ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΙΚΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΠΡΩΘΗΝΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ (σύνδεση με στρατηγική προβολής ΕΟΤ - παρέμβαση σε ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ)	ΕΟΤ / ΤΠΕ καινοπραξία & Περιφέρειες (βλ. έργα από Ψηφιακή Σύγκλιση)					X
>>	ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ / ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ ΚΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	Διτύωση σε εθνικό επίπεδο - <b>συνέργεια με δομές που δημιουργούνται στον τομέα αγροδιατροφής</b>	X				X
Τουριστικός Οργανισμός Πελοποννήσου	Τουρισμός και Περιβάλλον	Παρεμβάσεις και πολιτικές κατά την ενάσκηση της τουριστικής δραστηριότητας που έχουν ως απώτερο στόχο την προστασία, αξιοποίηση και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος. Παράδειγμα, η αξιοποίηση εναλλακτικών πηγών ενέργειας για την υποστήριξη μιας ξενοδοχειακής μονάδας ή οι δραστηριότητες Αγροτουρισμού που αποσκοπούν στην ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς ή / και του πολιτισμού μιας γεωγραφικής περιοχής		X				X
>>	Τουρισμός και σύγχρονη τεχνολογία	Δράσεις εντασιμού, προώθησης τουριστικού προϊόντος, προβολής	Διτύωση B2B / e-business			X		
>>	Τουρισμός και marketing τουριστικών προϊόντων ή/και υπηρεσιών	Συνεργασιακές στρατηγικές προώθησης και προβολής τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών προς επιχειρηματικούς συνεργάτες (π.χ. Tour Operators, τελικούς καταναλωτές κλπ). Παραδείγματα μπορεί να περιλαμβάνουν μια πρωτοποριακή εκστρατεία προώθησης με αξιοποίηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και Επικοινωνίας σε ολόκληρο τον κόσμο ή σε αγορές – στόχους, την προώθηση μέσω Διαδικτύου (Internet) ή τη διεξαγωγή μιας προσωποκεντρικής εκστρατείας προς υποψήφιους επισκέπτες μιας περιοχής (π.χ. με χρήση e-newsletters, SMS κ.λπ.).	Διτύωση / Συνεργασία με ΕΟΤ / Κοινωνικοί εταίροι / κοινωνία των πολιτών	X		X		
>>	Τουρισμός και σχεδιασμός-παροχή νέων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών	Δράσεις προώθησης / ενίσχυσης του θεματικού τουρισμού Ο Θεματικός τουρισμός κερδίζει έδαφος σε παγκόσμιο επίπεδο. Η καινοτομία σε αυτό τον τομέα αφορά στην αναγνώριση, υλοποίηση, ανάδειξη και προώθηση <b>νέων τουριστικών προϊόντων</b> για τα οποία πολύς λόγος έχει γίνει στην χώρα μας αλλά ακόμη βρισκονται σε εμβρυακό στάδιο (π.χ. ιατρικός τουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, τουριστικά προϊόντα που σχετίζονται με τον αθλητισμό, τον πολιτισμό, τουριστικά προϊόντα που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών κ.λπ δράσεις που αναδεικνύουν παράλληλα τον πολιτισμό, τα ήθη τα έθιμα.)				X		
>>	Τουρισμός και Διοίκηση	Δράσεις ενίσχυσης της καινοτομίας στις μορφές οργάνωσης – διοίκησης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων του τουρισμού - <b>DMS</b>	Συνεργασιακό σχήμα που αγκαλιάζει όλους τους ιδιωτικούς φορείς άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενους με τον τουρισμό και παράλληλα καταστατικά δίνει τη δυνατότητα συμμετοχής κάθε φυσικού ή νομικού προσώπου ιδιωτικού ή δημοσίου δικαίου	X		X		X

	<p><b>Πολιτιστικός Τουρισμός</b> (Προγραμματισμός ταξιδιού και επισκέψεων μέσω διαδικτύου, Αναζήτηση και επιλογή επισκέψεων κατά τη διαδρομή του ταξιδιού προς Ελλάδα (π.χ. σε πλοία από Ιταλία)</p>	<p><b>Σημαιολογική αναζήτηση και απεικόνιση τουριστικών σημείων ενδιαφέροντος</b> (π.χ. ξενοδοχεία, καταλύματα, τοποθεσίες, νησιά, διαδρομές, τουριστικά πακέτα) σε συσχέτιση με πολιτιστικά ιστορικά &amp; εκπαιδευτικά μνημεία, εκδηλώσεις, παραστάσεις και με στόχευση σε αύξηση των τουριστικών επισκεψέων στο σύνολο των περιοχών της χώρας και καθόλη τη διάρκεια του έτους. ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ - εξειδίκευση σε Ιόνιο και Αιγαίο (Περιφέρεια)</p> <p><u>Νέες τεχνολογίες:</u> -Σημαιολογική συσσώρευση, αναζήτηση πληροφοριών μεγάλου όγκου: semantic query answering, big data analysis, Διαλειτουργικότητα -Ανάλυση συμπεριφοράς χρηστών / επισκεπτών (affective computing, behavior analysis) -Ανάλυση &amp; Αναζήτηση Πολυμεσικού Περιεχομένου, 2-D &amp; 3-D (content-based search, GIS)</p>	<p>Συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, με εταιρείες πληροφορικής, διαχείρισης περιεχομένου, πρακτορεία ταξιδιών / Συνεργασία με Πανεπιστήμια – Ερευνητικά Κέντρα για <b>α)</b> Επιλογή και χρησιμοποίηση κοινών ή διαλειτουργικά συνδεδεμένων συστημάτων &amp; πλατφορμών για συσσώρευση, διαχείριση και προβολή πολιτιστικού αποθέματος (ειδικά ανοικτών όπως η Europeana) και παροχής τουριστικών υπηρεσιών, <b>β)</b> Μελέτη για προκήρυξη στοχευμένων δράσεων σε σχέση με τις προτεινόμενες δραστηριότητες και <b>γ)</b> Χρησιμοποίηση και ενσωμάτωση ανοικτών λύσεων (συστημάτων, πλατφορμών) που έχουν αναπτυχθεί εθνικό &amp; ευρωπαϊκό επίπεδο.</p>	X	X	Ναι, στη σύνδεση νέων τεχνολογιών, όπως αυτές που αναφέρθηκαν και της πλατφόρμας τουρισμού της ΓΓΕΤ
CulturePolis	Πολιτισμός, Τουρισμός και Δημιουργική Οικονομία	<p>Η προώθηση της <b>τοπικής επιχειρηματικότητας</b> στην Κέρκυρα αλλά και στην ευρύτερη περιοχή των Ιονίων Νήσων χρησιμοποιώντας ως <b>όχημα τον πολιτισμό υπό την ευρύτερη δυνατή του διάσταση</b> με αξιοποίηση του τοπικού πλεονεκτήματος (Δημιουργία δικτύου «Εκκολαπτηρίων Πολιτιστικών &amp; Δημιουργικών Επιχειρήσεων» στα Ιόνια Νησιά : ΕΚΚΟΛΑΠΣΙΣ) / <b>η ανάπτυξη μηχανισμών τόνωσης της δημιουργικής επιχειρηματικότητας</b> με την υποβοήθηση δημιουργίας νέων και καινοτόμων επιχειρήσεων και υποστήριξη τους για βιώσιμη πορεία καθώς και την ανάπτυξη μηχανισμών μελέτης, παρακολούθησης και προώθησης της δημιουργικής επιχειρηματικότητας στα Ιόνια Νησιά (Δημιουργία μηχανισμού βιώσιμης ανάπτυξης δημιουργικής οικονομίας στα Ιόνια Νησιά : IN-CREATE)</p>	<p>Διασύνδεση με εκπαιδευτικά – ερευνητικά ιδρύματα περιοχής - υποδομές/μηχανισμοί τόνωσης της επιχειρηματικότητας και της προσδοκώμενης δημιουργίας εισοδήματος και νέων θέσεων εργασίας - Εξειδικευμένοι Φορείς πολιτισμού και καινοτομίας - Επιμελητήρια - Εκκολαπτήρια του εξωτερικού - επιχειρήσεις</p>	X		
IMET/ΕΚΕΤΑ	Προώθηση βιώσιμων τρόπων μετακίνησης σε τουριστικές περιοχές	<p>Ανταλλαγή ερευνητικής γνώσης και διάχυσης των αποτελεσμάτων έργων σχετικών με πρακτικές βιώσιμης μετακίνησης σε τουριστικές περιοχές, ώστε να ενισχυθούν καινοτόμες δράσεις στον τομέα των μεταφορών, οι οποίες μπορούν να αναβαθμίσουν την εικόνα τουριστικών περιοχών αλλά και να ενισχύσουν τη συνεργασία μεταξύ φορέων του τουρισμού και των μεταφορών,</p>	<p>Συνεργασία τοπικών φορέων στα πλαίσια Τοπικών Συνεργατικών Δικτύων (ΤΣΔ)</p>	X	X	

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ						
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας						
		ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	
		Περιγράψτε με ποιον τρόπο η προτεινόμενη δραστηριότητα βασίζεται σε δυνατά σημεία ή συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας ή της περιφέρειας	<p style="text-align: right;">Α) Περιβαλλοντικές</p> <p style="text-align: right;">Β) Κοινωνικές / Πολιτισμικές</p>					
<b>Φιλοσοφικός Τουρισμός</b>	Επισκέψεις σε επιλεγμένους αρχαιολογικούς χώρους της ηπειρωτικής και της νησιωτικής Ελλάδας με ανάδειξη της αρχαίας ελληνικής σκέψης  Σεμινάρια Φιλοσοφίας και Φιλοσοφικής Συμβουλευτικής σε παρακειμένους των αρχαιολογικών χώρους	-έντονο διεθνές τουριστικό ενδιαφέρον για τις ελληνικές αρχαιότητες και την αρχαία ελληνική φιλοσοφία  -τουριστική υποδομή (καταλύματα, αίθουσες σεμιναρίων) περιοχών με αρχαιολογικό ενδιαφέρον  -υπηρεσίες ενημέρωσης	-η εσωτερική και η διεθνής αγορά στην οποία απευθύνονται οι δράσεις φιλοσοφικού τουρισμού είναι ανάλογη με το μέγεθος του αριθμού των επισκεπτών των αρχαιολογικών χώρων κατά τη διάρκεια των τουριστικών περιόδων	- αύξηση αριθμού επισκεπτών άρα και εσόδων  - επιμήκυνση του χρόνου παραμονής των επισκεπτών στους χώρους πέριξ των αρχαιοτήτων  Πιθανότερη αγορά αναμνηστικών και έντυπου υλικού σχετικού προς τον	- υπάρχει σαφής διαθεσιμότητα ερευνητικού δυναμικού (μέλη ΔΕΠ και ΕΚ) στο χώρο της Φιλοσοφίας που θα μπορούσε να απασχοληθεί με την πρόωθηση και διενέργεια αυτού του είδους τουρισμού	- ειδικευμένου προσωπικού στους χώρους της φιλοσοφίας, της ψυχολογίας, της αρχαιολογίας  - προσωπικό διοικητικής υποστήριξης	-Ευρύτερη γνώση της αρχαίας ελληνικής κληρονομιάς από αλλοδαπούς και Έλληνες  -Αύξηση του κοινωνικού επιπέδου	

	<p>Θεματικά σεμινάρια αρχαίας ελληνικής φιλοσοφίας</p> <p>Εργαστήρια Φιλοσοφικής Ψυχολογίας και Ψυχολογικής Καθοδήγησης για την αντιμετώπιση θεμάτων ψυχικής υγείας</p>	<p>επισκεπτών στους αρχαιολογικούς χώρους</p> <p>-ευχέρεια συνδυαστικής δράσης αρχαιολόγων, φιλοσόφων και ψυχολόγων</p>	<p>-Δυνατότητα δημιουργίας νέας αγοράς, εάν τα εργαστήρια αρχ. ελληνικής φιλοσοφίας, με την κατάλληλη προώθηση, αποτελέσουν πόλο έλξης πολιτιστικών εκδρομών που συνήθως πραγματοποιούν σχολεία των χωρών της Ευρώπης</p>	<p>αρχαιολογικό χώρο και την φιλοσοφία</p>			<p>διαβίωσης των περιοχών κοντά σε αρχαία μνημεία που προσφέρονται για το είδος αυτού του τουρισμού.</p>



**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)			
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)		Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις - ΑΛΛΟ	ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
Επισκέψεις σε επιλεγμένους αρχαιολογικούς χώρους της ηπειρωτικής και της νησιωτικής Ελλάδας με ανάδειξη της αρχαίας ελληνικής σκέψης. Σεμινάρια Φιλοσοφικής Συμβουλευτικής και θεματικά σεμινάρια αρχαίας ελληνικής φιλοσοφίας. Εργαστήρια Φιλοσοφικής Ψυχολογίας και Ψυχολογικής Καθοδήγησης. Ρόλος Εργαστηρίων Φιλοσοφικής	Συνεργασία με ιδιωτικές επιχειρήσεις που σχετίζονται με την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών. Συνεργασία με εταιρίες προώθησης και διαφήμισης.	Συνεργασία με τα Κεντρικά και τα Περιφερειακά Πανεπιστήμια της χώρας	Σε επίπεδο περιφέρειας συνεργασία με κάθε περιφέρεια της ελληνικής επικράτειας, όπου υπάρχει αρχαιολογικός χώρος.	- Οργάνωση επισκέψεων στους αρχαιολογικούς χώρους - οργάνωση φιλοσοφικών σεμιναρίων και φιλοσοφικών συνεδριών	- οργάνωση φιλοξενίας και διαμονής των επισκεπτών σε καταλύματα πλησίον των αρχαιολογικών χώρων. - οργάνωση φιλοσοφικών σεμιναρίων σε χώρους πλησίον των αρχαιολογικών ή και εντός αυτών (π.χ. Επίδαυρος,		

Συμβουλευτικής στην αντιμετώπιση θεμάτων ψυχικής υγείας					Θέατρο Διονύσου).		

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

Υπουργείο Εξωτερικών  
Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων  
Τομείς Φιλοσοφίας των Ελληνικών Πανεπιστημίων

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

Ναι.

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότείνουν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας	ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ (Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ (Επιχειρηματολογείστε)	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ (τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
Π.χ. Ιατρικός Τουρισμός	Π.χ. Νέες τεχνολογίες / Ρόλος εργαστηρίων Ε.Κ. στον διαγνωστικό τομέα υγείας						

Θαλάσιος Τουρισμός	Υπηρεσίες ενημέρωσης των επισκεπτών με κρουαζιέρα για τις διαθέσιμες επιλογές μετακίνησής τους στον προορισμό στον οποίο καταφθάνουν, τη σύνδεση των σημείων ενδιαφέροντος με κάθε μεταφορικό μέσο και άλλες σχετικές πληροφορίες..						
Πολιτιστικός Τουρισμός	Προσωποποιημένες υπηρεσίες για τους τουρίστες σχετικά με ειδικές θεματικές κατηγορίες, π..χ μεσογειακή διατροφή και γευσιγνωσία	Η χώρα διαθέτει μεγάλη ποικιλία ειδικών κατηγοριών ανάλογα με την περιφέρεια και υπάρχει δυναμικό ικανό για να δραστηριοποιηθεί σε συναφείς δραστηριότητες καλύπτοντας τόσο το τεχνολογικό υπόβαθρο όσο και το ποιοτικό περιεχόμενο.	Οι υπηρεσίες αυτές έχουν σαν στόχο να ενημερώσουν τους επισκέπτες κεντρίζοντας το ενδιαφέρον τους για ελληνικά προϊόντα που καταναλώνονται στην Ελλάδα και αφήνουν μια θετική εντύπωση.	Εάν καταφέρουμε να συνδέσουμε την κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος στη χώρα μας με την αναζήτηση ελληνικών προϊόντων από τους επισκέπτες στη χώρα καταγωγής τους θα έχουμε επιτύχει την διεύθυνση ελληνικών προϊόντων σε νέες αγορές.	Ανάλογα με το θεματικό τομέα υπάρχει κρίσιμη μάζα που γνωρίζει το αντικείμενο, π.χ. αγροδιατροφή, οινογνωσία, αλλά και εξειδίκευση σε ΤΠΕ για την ανάπτυξη των σχετικών εφαρμογών.		
Πολιτιστικός Τουρισμός	Υπηρεσίες εκμάθησης της ελληνικής γλώσσας μέσα από πολιτιστικές δραστηριότητες	Υπάρχει μεγάλος πληθυσμός επισκεπτών που ενδιαφέρεται να αποκτήσει βασικές επικοινωνιακές γνώσεις στη γλώσσα του τόπου που επισκέπτεται. Αυτό μπορεί να συνδυαστεί με το μεγάλο πολιτιστικό απόθεμα της χώρας.	Πρόκειται για εσωτερική αγορά καθώς σχετίζεται με δραστηριότητα κατά τη διάρκεια της επίσκεψης στη χώρα. Αφορά συνέργεια μεταξύ πολιτιστικών φορέων με εκπαιδευτικά ιδρύματα/σχολεία.	Οι επιπτώσεις στην οικονομία είναι, εκτός της άμεσης αγοράς των υπηρεσιών, κυρίως έμμεσες καθώς ο επισκέπτης αποκτά μεγαλύτερη "οικειότητα" και "σιγουριά" στην επικοινωνία του με τη χρήση της γλώσσας.	Οι υπηρεσίες αυτές απαιτούν ποιοτικό περιεχόμενο προσαρμοσμένο στο γνωστικό αντικείμενο των πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Κρίσιμη μάζα υπάρχει τόσο σε πολιτιστικούς φορείς, όσο και σε νέους εκπαιδευτικούς καθώς και τεχνογνωσία για την ανάπτυξη σχετικών		

					εφαρμογών.		
Τουρισμός Γεγονότων	Προσωποποιημένες υπηρεσίες ενημέρωσης για τουρίστες σχετικά με πολιτιστικά γεγονότα, π.χ. συναυλίες, που λαμβάνουν χώρα στους τόπους επίσκεψης	Ο επισκέπτης/τουρίστας συνήθως είναι "αποξενωμένος" από τα δρώμενα του τόπου που επισκέπτεται, κυρίως λόγω έλλειψης πληροφόρησης αλλά και λόγω γλώσσας. Η προτεινόμενη δράση στοχεύει να φέρει σε επαφή των επισκέπτη με επίκαιρα πολιτιστικά γεγονότα που μπορεί να επισκεφτεί.	Υπάρχουν θεματικές πλατφόρμες σε αρκετές χώρες που ενημερώνουν τους πολίτες για γεγονότα όπως συναυλίες με τις οποίες μπορούν να αναζητηθούν συνεργασίες. Η ελληνική αγορά είναι ακόμα μικρή και δεν καλύπτεται επαρκώς από ΤΠΕ, οπότε υπάρχει μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης της εσωτερικής αγοράς.	Αναμένεται να τονωθεί το άμεσο ενδιαφέρον των επισκεπτών και η επισκεψιμότητά τους σε πολιτιστικά γεγονότα. Επίσης, οι διοργανωτές τέτοιων εκδηλώσεων θα μπορούν να απευθύνονται σε νέες ομάδες στόχους και να προσαρμόζουν ανάλογα τα προϊόντα τους	Υπάρχει κρίσιμη μάζα ανθρώπινου δυναμικού πληροφορικής για την ανάπτυξη των σχετικών εφαρμογών και αναμένεται ενδιαφέρον από τοπικούς πολιτιστικούς φορείς που ενδιαφέρονται να "πωλήσουν" το προϊόν τους στους επισκέπτες τους.		
Οριζόντια για όλα τα είδη	Εργαλεία εξαγωγής εκτίμησης ποιότητας τουριστικών προϊόντων από κοινωνικά δίκτυα (θεματικά ή γενικά) επισκεπτών/τουριστών		Πρόκειται για χρήσιμα εργαλεία για τη χάραξη πολιτικής ή για την επισήμανση "αδύνατων" σημείων που έχουν περιθώρια για βελτίωση στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών.	Στόχος είναι η "έξυπνη" και "στοχευμένη" βελτίωση των υπηρεσιών και προϊόντων που προσφέρονται στον επισκέπτη.	Η τεχνογνωσία για την εξαγωγή γνώσης από κοινωνικά δίκτυα υπάρχει σε ΕΚ και εξειδικευμένες εταιρείες.		

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα  (activity level)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)			
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΆΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)		Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις - ΆΛΛΟ	ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
Προσωποποιημένες υπηρεσίες για τους τουρίστες σχετικά με ειδικές θεματικές κατηγορίες, π.χ μεσογειακή διατροφή και γευσιγνωσία	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	Συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια	Περιφερειακό επίπεδο (ανάλογα με τις θεματικές κατηγορίες θα προσδιορίζεται και η Περιφέρεια)	X	Δράσεις ενίσχυσης δικτύων για ειδικές μορφές τουρισμού	Συνεργασία ΕΚ - Επιχειρήσεων	
Υπηρεσίες εκμάθησης της ελληνικής γλώσσας μέσα από πολιτιστικές δραστηριότητες	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	Συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια	Εθνικό επίπεδο αλλά και Περιφερειακό επίπεδο			Συνεργασία ΕΚ - Επιχειρήσεων	
Προσωποποιημένες υπηρεσίες ενημέρωσης για τουρίστες σχετικά με πολιτιστικά γεγονότα,	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	Συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια	Περιφερειακό επίπεδο (ανάλογα με τις θεματικές κατηγορίες θα προσδιορίζεται και η Περιφέρεια)		Δράσεις ενίσχυσης δικτύων για ειδικές μορφές τουρισμού	Συνεργασία ΕΚ - Επιχειρήσεων	

π.χ. συναυλίες, που λαμβάνουν χώρα στους τόπους επίσκεψης							
Εργαλεία εξαγωγής εκτίμησης ποιότητας τουριστικών προϊόντων από κοινωνικά δίκτυα (θεματικά ή γενικά) επισκεπτών/τουριστών	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	Συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια	Εθνικό επίπεδο			Συνεργασία ΕΚ - Επιχειρήσεων	



3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

Θα είχε ενδιαφέρον να διερευνηθούν συνέργειες με τις υπόλοιπες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, κυρίως της αγροδιατροφής, ΤΠΕ, Υγείας και Μεταφορών

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας	ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
	(activity level)	Περιγράψτε με ποιον τρόπο η προτεινόμενη δραστηριότητα βασίζεται σε δυνατά σημεία ή συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας ή της περιφέρειας	(Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	(Επιχειρηματολογείστε)	(τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)		<b>A) Περιβαλλοντικές</b>  <b>B) Κοινωνικές / Πολιτισμικές</b> (Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και άλλα κριτήρια όπως αυτά που αναφέρονται στο εισαγωγικό κείμενο)
Κλιματική αλλαγή και Τουρισμός	Εκτίμηση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής σε βασικές παραμέτρους που αφορούν στον τουρισμό στην Ελλάδα. Ειδικότερα:  (α) Λειτουργικό κόστος τουριστικών επιχειρήσεων (ενέργεια, νερό,	Η δράση αφορά σε συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας και στη διατήρηση αυτών					

	<p>διατροφή)</p> <p>(β) Κόστος μεταφοράς από / προς Ελλάδα ως αποτέλεσμα της Εμπορίας Δικαιωμάτων Εκπομπών – Σχέση με γειτονικές χώρες εκτός ΕΕ</p> <p>(γ) Πως αναμένεται να επηρεάσει η κλιματική αλλαγή την ελκυστικότητα τουριστικών προορισμών στην Ελλάδα</p>						

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα  (activity level)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>  - Εθνικό επίπεδο - Περιφερειακό επίπεδο (υποδεικνύοντας ενδεχομένως και τη συγκεκριμένη Περιφέρεια)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)			
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)		Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις  -  ΑΛΛΟ	ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
Εκτίμηση των επιπτώσεων της			Εθνικό επίπεδο			Μελέτες / Υπηρεσίες (για	

<p>κλιματικής αλλαγής σε βασικές παραμέτρους που αφορούν στον τουρισμό στην Ελλάδα.  Ειδικότερα:  (α) Λειτουργικό κόστος τουριστικών επιχειρήσεων (ενέργεια, νερό, διατροφή)  (β) Κόστος μεταφοράς από / προς Ελλάδα ως αποτέλεσμα της Εμπορίας Δικαιωμάτων Εκπομπών – Σχέση με γειτονικές χώρες εκτός ΕΕ  (γ) Πως αναμένεται να επηρεάσει η κλιματική αλλαγή την ελκυστικότητα τουριστικών προορισμών στην Ελλάδα)</p>						<p>την ανάπτυξη κατάλληλων υποδομών ή/και θεσμικών παρεμβάσεων)</p>	

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)  (activity level)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας	ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ (Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ (Επιχειρηματολογείστε)	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ (τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
Πολιτιστικός τουρισμός	Ανάδειξη πολιτιστικής κληρονομιάς & Σύζευξη πολιτιστικού/ τουριστικού περιεχομένου μέσω σύγχρονων τεχνολογιών ΤΠΕ, αποθετηρίων και διασύνδεσης βάσεων	Η συγκεκριμένη δραστηριότητα βασίζεται στα πλεονεκτήματα της χώρας σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο:		Ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας κατά 20%, και 3% αύξηση της συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ ( <a href="#">Oxford Economics</a> )	- Πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα από συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα  - Υψηλής ποιότητας ερευνητικό δυναμικό	100.000 νέες θέσεις εργασίας ( <a href="#">Oxford Economics Company</a> , ΣΕΤΕ 2013)	

	δεδομένων σε ευρωπαϊκό επίπεδο (augmented reality, content streamling, mobile technologies, location based services, 3D, metadata, open access to content, Europeana, repositories)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Πολιτιστικός πλούτος</li> <li>- Ψηφιοποιημένο πολιτιστικό απόθεμα</li> <li>- Νέες αναδυόμενες τεχνολογίες ΤΠΕ</li> </ul>		<a href="#">Company</a> , ΣΕΤΕ 2013), συνέργειες με άλλους επιχειρηματικούς κλάδους (ΤΠΕ, δια βίου μάθηση, δημιουργική βιομηχανία)	σε τεχνολογίες αιχμής content design and creation - Ύπαρξης κρίσιμης μάζας και ενδιαφέροντος από την επιχειρηματική κοινότητα		
Προσβάσιμος τουρισμός	Βελτίωση προσβασιμότητας σε χώρους πολιτισμού, τουρισμού και επιχειρήσεις, Διάχυση ενημέρωσης μέσω τουριστικών οδηγών και ΤΠΕ		Ενδεικτικά: 2 εκ. τουρίστες από τη Γερμανία ετησίως (McKinsey, 2012)	Διεύρυνση τουριστικής περιόδου και τουριστικής αγοράς			Κοινωνική επιχειρηματικότητα , βελτίωση προσβασιμότητας και εθνικών υποδομών
Συνεδριακός τουρισμός/ εκθέσεις/ διεθνή forum επιχειρηματικών συναντήσεων	Δράσεις δικτύωσης ερευνητών και επιχειρήσεων στον κλάδο του τουρισμού, του πολιτισμού και των ΤΠΕ με στόχο την προώθηση συνεργειών, ανταλλαγής τεχνογνωσίας και διευκόλυνσης επιχειρηματικών συνεργασιών ή πρόσβασης σε αγορές του εξωτερικού.				Υψηλή ερευνητικό δυναμικό και ερευνητική αριστεία, μειωμένος βαθμός συμμετοχής και περιορισμένη εξωστρέφεια επιχειρήσεων		

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ	Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)
		- Εθνικό επίπεδο	

(activity level)	(ανά «δραστηριότητα»)		- Περιφερειακό επίπεδο (υποδεικνύοντας ενδεχομένως και τη συγκεκριμένη Περιφέρεια)				
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)		Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις  -  ΑΛΛΟ	ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
Ανάδειξη πολιτιστικής κληρονομιάς & Σύζευξη πολιτιστικού/ τουριστικού περιεχομένου μέσω σύγχρονων τεχνολογιών ΤΠΕ, αποθετηρίων και διασύνδεσης βάσεων δεδομένων σε ευρωπαϊκό επίπεδο (augmented reality, content streaming, mobile technologies, location based services, 3D, metadata, open access to content, Europeana, repositories)	Επιχειρήσεις τουριστικές, πολιτιστικές, ΤΠΕ, δημιουργικής βιομηχανίας	Συνεργαστικοί σχηματισμοί και συμπράξεις Επιχειρήσεων, Ερευνητικών Ιδρυμάτων, Πανεπιστημίων με στόχο την προώθηση διατομεακών συνεργειών	Εθνικό επίπεδο		Ενίσχυση υποδομών εθνικών αποθετηρίων και βάσεων γνώσης	Δράσεις διασύνδεσης πολιτιστικού περιεχομένου με τουριστική και γεωγραφική πληροφορία	Παροχή πρόσβασης και τη βελτίωση της ποσότητας και ποιότητας του έγκριτου ψηφιακού περιεχομένου, Υποχρεωτική κοινοποίηση μεταδεδομένων πολιτιστικού περιεχομένου στο ΕΚΤ, υποχρέωση ανοιχτής πρόσβασης σε όλη την πολιτιστική πληροφορία που προέρχεται από συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα
Βελτίωση προσβασιμότητας			Εθνικό & Περιφερειακό επίπεδο		Δράσεις δημιουργίας	Συγκέντρωση στοιχείων και την	Εθνικό πρότυπο προσβασιμότητας



<p>σε χώρους πολιτισμού, τουρισμού και επιχειρήσεις, Διάχυση ενημέρωσης μέσω τουριστικών οδηγών και ΤΠΕ</p>					<p>προσβάσιμων τουριστικών υποδομών</p>	<p>καταγραφή δεικτών για την προσβασιμότητα</p>	<p>τουριστικών υποδομών</p>
<p>Δράσεις δικτύωσης ερευνητών και επιχειρήσεων στον κλάδο του τουρισμού, του πολιτισμού και των ΤΠΕ με στόχο την προώθηση συνεργειών, ανταλλαγής τεχνογνωσίας και διευκόλυνσης επιχειρηματικών συνεργασιών ή πρόσβασης σε αγορές του εξωτερικού.</p>	<p>Αμιγώς</p>		<p>Εθνικό επίπεδο</p>	<p>Δράσεις ανταλλαγής ανθρώπινου δυναμικού μεταξύ ερευνητικών φορέων και επιχειρήσεων (μοντέλο ERASMUS+)</p>	<p>Δράσεις αναβάθμισης συνεδριακής υποδομής Ερευνητικών Φορέων και Επιχειρήσεων που έχουν έντονη δραστηριότητα στο χώρο</p>	<p>Δράσεις εξωστρέφειας &amp; ενίσχυσης εκδηλώσεων προσέλκυσης ερευνητικού δυναμικού υψηλού επιπέδου, Δράσεις τεχνομεσιτείας, Δράσεις μεταφοράς και αξιοποίησης γνώσης.</p>	

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

Ναι, εφόσον αφορά τις θεματικές ενότητες Τουρισμού, Πολιτισμού, ΤΠΕ.

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

<p>Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας</p>	<p>Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας &amp; τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)</p>	<p>περιπου</p>					
<p>Παράκτια και νησιωτική Ελλάδα</p>	<p>(activity level)</p>	<p><b>ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ</b></p>	<p><b>ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b> (Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)</p>	<p><b>ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ</b>  (Επιχειρηματολογείστε)</p>	<p><b>ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ</b> (τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)</p>	<p><b>ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</b></p>	<p><b>ΆΛΛΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ</b></p>
<p>Καταδυτικός Τουρισμός  Στην περιφερειακή ζώνη θαλασσίων προστατευόμενων περιοχών (marine protected areas - m.p.a.)</p>	<p><b>Το ΕΛ.ΚΕ.ΘΕ. (σε πιθανή συνεργασία με το τμήμα Επιστημών της Θάλασσας του Πανεπιστημίου Αιγαίου, ή/και το εργαστήριο θαλάσσιων ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς) και το ΕΚΚΕ.</b>  Συστηματική καταγραφή ή/και μετα-ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης των θαλάσσιων οικοσυστημάτων. Προσδιορισμός κριτηρίων αξιολόγησης και συνεκτικού διαχειριστικού</p>	<p>Περιγράψτε με ποιον τρόπο η προτεινόμενη δραστηριότητα βασίζεται σε δυνατά σημεία ή συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας ή της περιφέρειας</p>	<p><b>Μετά την απελευθέρωση των καταδύσεων στην Ελλάδα το 2006, ο εγχώριος καταδυτικός τουρισμός παράλογο την κρίση των τελευταίων ετών τριπλασιάστηκε</b></p>	<p><b>Με την ορθολογική διαχείριση θαλάσσιων περιοχών μέσω της καθιέρωσης m.p.a. - σε συνδυασμό με την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των επισκεπτών-, επιτυγχάνονται οικονομία κλίμακας στο πλαίσιο μιας βιώσιμης προοπτικής.</b></p>	<p>Τόσο στο ΕΚΚΕ όσο και στο ΕΚΚΕΘΕ υπάρχει η τεχνογνωσία και το κατάλληλο ερευνητικό προσωπικό για την υποστήριξη της δράσης</p>	<p><b>Με την υλοποίηση μιας δράσης μέσω m.p.a. επιτυγχάνεται μετά βεβαιότητας - αύξηση των καταδυτικών κέντρων και συνεπώς πολλαπλασιασμός θέσεων εργασίας.</b></p>	<p><b>Α) Περιβαλλοντικές</b>  <b>Β) Κοινωνικές / Πολιτισμικές</b> (Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και άλλα κριτήρια όπως αυτά που αναφέρονται στο εισαγωγικό κείμενο)  <b>Η μακροχρόνια επιτυχία μιας m.p.a. είναι άμεσα συνδεδεμένη με την απόλυτη</b></p>

	<p>πλαισίου για την επιλογή κατάλληλων περιοχών. Προτείνεται η πιλοτική εφαρμογή του μοντέλου σε δύο ή τρεις περιπτώσεις.</p> <p>Δημιουργία περιβαλλοντικού παρατηρητηρίου/ων για την επικαιροποίηση των δεδομένων για τη θαλάσσια χλωρίδα και πανίδα, την ενημέρωση των τουριστών, την προστασία/έλεγχο της /των m.p.a.</p> <p>Δεδομένου ότι, όπως έχει δείξει και η διεθνής σχετική εμπειρία, το εγχείρημα του καταδυτικού οικοτουρισμού δεν μπορεί να πετύχει χωρίς τη συναίνεση και τη συνεργασία των κατά τόπους επαγγελματιών αλιέων, τουριστικών γραφείων, ξενοδόχων κ.λπ. κρίνεται από μεριάς ΕΚΚΕ απαραίτητη η:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ανάλυση τοπικών αναγκών εν σχέση προς τις προοπτικές του καταδυτικού τουρισμού</li> <li>2. Καταγραφή των στάσεων του τοπικού πληθυσμού και των επαγγελματιών φορέων</li> <li>3. Σχεδίαση και εφαρμογή ολοκληρωμένων προγραμμάτων κοινωνικού marketing γύρω από το ζήτημα .</li> </ol>	<p>χαρακτήρα (ιδιαίτερα της ανατολικής λεκάνης)</p> <p>Γ) Υψηλές θερμοκρασίες υδάτων στη μεγαλύτερη διάρκεια του έτους (Ιούνιος-Νοέμβριος) με ελάχιστη τιμή τους 13°C στο τρίμηνο των χαμηλότερων θερμοκρασιών (Ιανουάριος-Μάρτιος)</p> <p>Δ) μεγάλη βιοποικιλότητα και σημαντικό ποσοστό ενδημικών ειδών</p> <p>Ε) ιστορική παράδοση και ενάλιες αρχαιότητες που συνιστούν σημαντικά υποθαλάσσια μνημεία και ε) ποικιλόμορφο υποθαλάσσιο ανάγλυφο και έντονο γεωλογικό ενδιαφέρον (ξέρες,</p>	<p>European Recreational Scuba Training Council στον ευρωπαϊκό καταδυτικό τουρισμό δραστηριοποιούνται συστηματικά 4 εκατομμύρια αυτοδύτες σε συνεχή αύξηση με ετήσιο τζίρο 2 δισεκατομμυρίων ευρώ.</p> <p>Το 70% του τζίρου αυτού πραγματοποιείται στην Μεσόγειο.</p> <p>Μέχρι στιγμής, στην Ελλάδα αντιστοιχεί κάτι λιγότερο από το 1%. Συνεπώς, υπάρχουν μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού στη χώρα με την προοπτική αυξημένων</p>	<p>Πιο συγκεκριμένα:</p> <p>Με τον πολλαπλασιασμό των ειδών εντός της/των m.p.a. συν τη διαύγεια και υψηλή θερμοκρασία της υδάτινης στήλης αυξάνεται κατακόρυφα το ενδιαφέρον των δυτών για καταδύσεις στην περιφερειακή ζώνη/ες. Συνεπώς, αναμένεται να αυξηθεί ο κύκλος εργασιών των καταδυτικών κέντρων.</p> <p>Παράλληλα θα υπάρξει διεύρυνση του κύκλου εργασιών των φορέων παροχής εστιατόρια, καταλύματα, ξενοδοχεία κ.λπ.</p> <p>Με τη συνακόλουθη αύξηση των ιχθυαποθεμάτων θα ενισχυθεί και το</p>		<p>Παράλληλα ζνισχύεται και ο επιφανειακός θαλάσσιος τουρισμός (snorkeling, ιστιοπλοΐα, canoe kayak, κ.λπ).</p> <p>Αναμένεται επίσης αύξηση θέσεων εργασίας σε χώρους εστίασης, ξενοδοχείων, τουριστικών πρακτορείων κ.λπ.</p>	<p>προστασία χερσαίου και θαλάσσιου περιβάλλοντος.</p> <p>Επίσης συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.</p> <p>Προπάντων όμως βοηθά τους επαγγελματίες αλιείς, με την ανάθεση σε αυτούς του ελέγχου και αστυνόμευσης της m.p.a. – πέρα από τα έσοδα που θα προκύψουν από την αύξηση των ιχθυαποθεμάτων στις περιφερειακές ζώνες των m.p.a.</p>
--	--	--	---	--	--	--	---

	<p><b>4. Καταγραφή βέλτιστων πρακτικών στον Ευρωπαϊκό και Διεθνή χώρο.</b></p>	<p>πάγκοι, τοίχοι, σπήλαια, ηφαιστεια, υδροθερμικές αναβλύσεις κ.α.).</p> <p>ΣΤ) Ιδανικές καταστάσεις για όλη την υδρόβια ζωή, για ανάπτυξη, του καταδυτικού τουρισμού και συγχρόνως της επαγγελματικής παράκτιας αλιείας εκτός της ζώνης των <i>m.p.a.</i></p>	<p>φορολογικών εσόδων.</p>	<p>εισόδημα των αλιέων.</p> <p>Με την κατάλληλη διαχείριση εξασφαλίζεται μακροχρόνια προστασία του περιβάλλοντος και -αειφορική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας</p>			
<p>Π.χ. Ιατρικός Τουρισμός</p>	<p>Π.χ. Νέες τεχνολογίες / Ρόλος εργαστηρίων Ε.Κ. στον διαγνωστικό τομέα υγείας</p>						
<p>Θαλάσσιος Τουρισμός</p>	<p>Υπηρεσίες ενημέρωσης των επισκεπτών με κρουαζιέρα για τις διαθέσιμες επιλογές μετακίνησής τους στον προορισμό στον οποίο καταφθάνουν, τη σύνδεση των σημείων ενδιαφέροντος με κάθε μεταφορικό μέσο και άλλες σχετικές πληροφορίες..</p>						

--	--	--	--	--	--	--	--

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα  (activity level)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>  - Εθνικό επίπεδο - Περιφερειακό επίπεδο  (υποδεικνύοντας ενδεχομένως και τη συγκεκριμένη Περιφέρεια)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)			
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΆΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)		Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις  -  ΆΛΛΟ	ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
(αντιγραφή από στήλη 2 Πίνακα 1)				<b>ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΠΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (ΤΟ ΓΙΑΤΙ ΚΑΙ ΤΟ ΠΩΣ ΘΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΕΙ ΤΟ m.p.a.)</b>			
<b>Το ΕΛ.ΚΕ.ΘΕ. (σε πιθανή συνεργασία με το τμήμα Επιστημών της Θάλασσας του</b>	<b>Κατά τόπους καταδυτικά κέντρα και</b>		<b>ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΙΑΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ</b>	<b>Υδροβιολόγοι, Περιβαλλοντολόγοι, Μηχανικοί, Κοινωνιολόγοι, Δύτες,</b>	<b>Περιβαλλοντικό Παρατηρητήριο (για</b>	<b>Εκτύπωση πληροφοριακού υλικού ανά οικογένεια χλωρίδας πανίδας</b>	<b>ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕ</b>

<p>Πανεπιστημίου Αιγαίου, ή/και το εργαστήριο θαλάσσιων ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς) και το ΕΚΚΕ.</p> <p>Συστηματική καταγραφή ή/και μετα-ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης των οικοσυστημάτων. Προσδιορισμός κριτηρίων αξιολόγησης και συνεκτικού διαχειριστικού πλαισίου για την επιλογή κατάλληλων περιοχών. Προτείνεται η πιλοτική εφαρμογή του μοντέλου σε δύο ή τρεις περιπτώσεις.</p> <p>Δημιουργία περιβαλλοντικού παρατηρητηρίου/ων για την επικαιροποίηση των δεδομένων</p>	<p>Ομοσπονδία</p>		<p>Σε περίπτωση που γίνει πιλοτική εφαρμογή επισημαίνεται ότι :</p> <p><b>ΣΤΙΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗ ΚΕ ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΠΡΟΣΤ. ΠΕΡΙΟΧΩΝ</b></p>	<p>Αρχαιολόγοι.</p>	<p>πληροφόρηση των επισκεπτών, εκπαίδευση σπουδαστών και ξενάγηση επισκεπτών, έλεγχο και αστυνόμευση της περιοχής)</p>	<p>(απειλούμενα είδη, σπονδυλωτά, κ.λπ). Δημιουργία πλαστικοποιημένου εγχειρίδιου καλής συμπεριφοράς επισκεπτών και φοιτητών. Οργανωμένη διαφήμιση της εν λόγω m.p.a. Δημιουργία ιστοτόπου.</p>	<p><b>ΑΝΤΙΠΡΟΣΟΠΟΥΣ ΤΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ .</b></p>
---	-------------------	--	---	---------------------	--	---	---

για τη θαλάσσια  
χλωρίδα και  
πανίδα, την  
 ενημέρωση των  
τουριστών, την  
προστασία/έλεγχο  
της /των m.p.a.

Δεδομένου ότι,  
όπως έχει δείξει  
και η διεθνής  
σχετική εμπειρία,  
το εγχείρημα του  
καταδυτικού  
οικοτουρισμού δεν  
μπορεί να πετύχει  
χωρίς τη  
συναίνεση και τη  
συνεργασία των  
κατά τόπους  
επαγγελματιών  
αλιέων,  
τουριστικών  
γραφείων,  
ξενοδόχων κ.λπ.  
κρίνεται από  
μεριάς ΕΚΚΕ  
απαραίτητη η:

1. Ανάλυση  
τοπικών αναγκών  
εν σχέση προς τις  
προοπτικές του  
καταδυτικού  
τουρισμού
2. Καταγραφή των  
στάσεων του  
τοπικού



<p><i>πληθυσμού και των επαγγελματιών φορέων</i></p> <p><i>3. Σχεδίαση και εφαρμογή ολοκληρωμένων προγραμμάτων κοινωνικού marketing γύρω από το ζήτημα .</i></p> <p><i>4. Καταγραφή βέλτιστων πρακτικών στον Ευρωπαϊκό και Διεθνή χώρο.</i></p>							

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

.....

.....**ΝΑΙ**.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα) Επαναλαμβανόμενες Επιτόπιες Έρευνες με στόχευση τη διερεύνηση συγκεκριμένων αναγκών, που θ' αξιοποιηθούν από τις επιχειρήσεις. Αυτές, εν συνεχεία, θα οργανώσουν ενημερωτική εκστρατεία προσέλκυσης επισκεπτών στις λουτρικές μονάδες, στηριγμένη στο επίπεδο των παρεχομένων υπηρεσιών και του οικονομικού οφέλους που επιφέρει η δυνατότητα προσέλευσης από όλες τις χώρες της ΕΕ με κάλυψη δαπανών από τους κατά χώρα προέλευσης ασφαλιστικούς φορείς	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ  Αριότητα υφιστάμενων υποδομών- Διεύρυνση/αναβάθμιση παρεχόμενων υπηρεσιών- Συγκριτικό πλεονέκτημα το πλήθος των ιαματικών πηγών, η ποιότητα των υδάτων και η ευρύτητα κάλυψης διαφορετικών παθήσεων	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ  Διευρυνόμενη εσωτερική αγορά (συνδυασμός υγείας και ευεξίας)  Διεθνής Αγορά= χώρες της ΕΕ  Βαλκάνια  Ρωσία	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ  Αύξηση μεριδίου αγοράς- Τόνωση τοπικών οικονομιών- Δημιουργία υποστηρικτικών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων- Αξιοποίηση χρηματοδοτήσεων για επέκταση δραστηριοτήτων και δημιουργίας δικτύων με ομοειδείς ευρωπαϊκές	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ  Ερευνητικό Δυναμικό ΕΚΚΕ  Συνεργασίες με ΕΛΚΕΘΕ  Και ΙΓΜΕ  Στελέχη ΕΟΤ  Εξειδικευμένοι Συνεργάτες ΣΔΚΙΠΕ  Ηδη, με επιτελείο επιλεγμένων επιστημονικών συνεργατών υπάρχει από 3 ετών	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ  Νέες θέσεις μόνιμου και εποχικού προσωπικού στις υφιστάμενες και στις νέες μονάδες  Νέες θέσεις εργασίας σε επιχειρήσεις εξοπλισμού- ανεφοδιασμού- μεταφορών κ.λπ.  Με βάση πρόσφατη έρευνα στην	ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ  Αναζωογόνηση τοπικών οικονομιών  Τήρηση περιβαλλοντικής νομοθεσίας, κανόνων και προδιαγραφών  Παράγωγα οφέλη= Προβολή τοπικών προϊόντων  Συνέργειες με ιατρικό-αθλητικό-
Ιαματικός Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας							

					συνεργασία της ομάδας του ΕΚΚΕ	Ιταλία, έχει εκτιμηθεί ότι ανά μια θέση εργασίας στις λουτρικές μονάδες, δημιουργούνται 7 αντίστοιχες στις υποστηρικτικές/συμπληρωματικές επιχειρήσεις	θρησκευτικό τουρισμό, οικοτουρισμό, αγροτουρισμό κ.λπ.
Π.χ. Ιατρικός Τουρισμός	Π.χ. Νέες τεχνολογίες / Ρόλος εργαστηρίων Ε.Κ. στον διαγνωστικό τομέα υγείας						
Θαλάσσιος Τουρισμός	Υπηρεσίες ενημέρωσης των επισκεπτών με κρουαζιέρα για τις διαθέσιμες επιλογές μετακίνησής τους στον προορισμό στον οποίο καταφθάνουν, τη σύνδεση των σημείων ενδιαφέροντος με κάθε μεταφορικό μέσο και άλλες σχετικές πληροφορίες..						

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ	Σημειώστε επίπεδο παρέμβασης	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)
---------------	---	------------------------------	---

<p>Ιαματικός Τουρισμός(Υγείας-Ευεξίας)</p>	<p><b>Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εθνικό επίπεδο</li> <li>- Περιφερειακό επίπεδο</li> </ul> <p><b>(υποδεικνύοντας ενδεχομένως και τη συγκεκριμένη Περιφέρεια)</b></p>				
	<p>Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις</p>	<p>ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)</p>	<p><b>-Εθνικό επίπεδο -Περιφερειακό,κυρίως Στερεά Ελλάδα και Κεντρική Μακεδονία</b></p>	<p><b>Προτεινόμενες Δράσεις</b> Ανθρώπινου Δυναμικού Κατάρτιση εξειδικευμένου προσωπικού</p>	<p><b>Προτεινόμενες Δράσεις</b> Υποδομών Πληρότητα/Επάρκεια κοινωφελών υποδομών Βελτίωση/Επέκταση δικτύων μεταφορών</p>	<p><b>Προτεινόμενες Δράσεις</b> Παροχή κινήτρων-αύξηση χρηματοδοτήσεων στους φορείς του κλάδου</p>	<p><b>ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ</b> Ενσωμάτωση στην εθνική νομοθεσία του πλαισίου της ΕΕ</p>
<p>(αντιγραφή από στήλη 2 Πίνακα 1)</p>	<p>Δημοτικές και Ιδιωτικές Επιχειρήσεις</p>	<p>Συνεργασία με ΕΚ-ΑΕΙ-ΕΟΤ</p>		<p>Δημιουργία Σχολής Λουτρονόμων υπό την αιγίδα πιστοποιημένου κρατικού φορέα</p>		<p>Χρηματοδότηση λειτουργίας του Παρατηρητηρίου Θερμαλισμού που έχει δημιουργήσει και κινεί εξ ιδίων πόρων το ΕΚΚΕ</p>	<p>Επαναφορά των παλαιότερων κριτηρίων κάλυψης από τους εγχώριους ασφαλιστικούς φορείς (ΙΚΑ, ΟΑΕΕ κ.λπ.)</p>

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

...Κρίνεται σκόπιμο να περιληφθούν οι λειτουργούντες φορείς ΣΔΚΙΠΕ και Ένωση Επιχειρήσεων Θερμαλισμού

Ελλάδας.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

.....  
Ενδιαφέρει η συμμετοχή σε στοχευμένες ομάδες ομοειδούς αντικειμένου, π.χ.ιατρικός τουρισμός και αγροτουρισμός( ανάδειξη/προβολή τοπικών προϊόντων ποιότητας)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (ΕΛΚΕΘΕ )**  
**ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΘΑΛΑΣΣΙΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΑΣ, ΒΙΟΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ &**  
**ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ (Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ.)**

## **«Υποθαλάσσια οάση» κατάδυσης αναψυχής με τεχνητούς υφάλους**

### **Μία καινοτομική πρόταση για την προστασία της θαλάσσιας βιοποικιλότητας και την ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού στη χώρα μας**

Η ανάπτυξη «υποθαλάσσιων οάσεων» με τεχνητούς υφάλους αποτελεί μια ολοκληρωμένη εναλλακτική πρόταση καινοτομικού χαρακτήρα του ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε., που έχει ως στόχο αφενός την ανάπτυξη και προστασία της θαλάσσιας βιοποικιλότητας και αφετέρου την προώθηση του καταδυτικού τουρισμού στη χώρα μας. Βασική ιδέα της πρότασης είναι η αξιοποίηση της πρωτότυπης τεχνολογίας και εμπειρίας που έχει αναπτύξει στον συγκεκριμένο τομέα η ερευνητική ομάδα διαχείρισης παράκτιων οικοσυστημάτων του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ. Η πρόταση αναφέρεται στη χρησιμοποίηση καινοτομικών τεχνητών ενδιαιτημάτων (artificial habitats) για τη δημιουργία οργανωμένων υποθαλάσσιων περιοχών (υποθαλάσσιων οάσεων) που προσφέρονται για κατάδυση αναψυχής. Τα τεχνητά ενδιαιτήματα είναι πρωτότυπες κατασκευές, κυρίως από σκυρόδεμα, που ποντίζονται στο θαλάσσιο πυθμένα μέσα στα όρια ειδικά χωροθετημένων θαλάσσιων περιοχών και στοχεύουν στην αύξηση της αφθονίας, της βιομάζας και της βιοποικιλότητας των φυσικών πληθυσμών θαλάσσιων οργανισμών, προσφέροντας τους νέες θέσεις (τεχνητά ενδιαιτήματα) κατοικίας και προφύλαξης, εξυπηρετώντας ταυτοχρόνως την αναπαραγωγή, τη διατροφή και την ανάπτυξη των νεαρών ατόμων και γενικά τη διαβίωση των πληθυσμών τους όχι μόνο στη στενή περιοχή εγκατάστασης τους αλλά και στην ευρύτερη παράκτια ζώνη. Η κατασκευή των υποθαλάσσιων τεχνητών οάσεων μπορεί να υποκαταστήσει ή και να αποτρέψει, ως ένα βαθμό, τη σύγχρονη τάση για ίδρυση καταδυτικών πάρκων σε απομακρυσμένες, ευαίσθητες περιβαλλοντικά και μεγάλης έκτασης περιοχές του βυθού, που παρουσιάζουν υψηλή οικολογική αξία και αισθητική και παράλληλα σημαντικά προβλήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, διατήρησης και προστασίας. Με την εφαρμογή της προτεινόμενης καινοτομικής τεχνολογίας, υποθαλάσσιες τεχνητές οάσεις θα μπορούν να εγκατασταθούν πλησίον των μεγάλων αστικών και τουριστικών κέντρων, σε μικρής έκτασης περιοχές

του βυθού (10-20 στρεμ.), σε μικρά σχετικά βάθη (από 15 έως 30 μέτρα) και σε περιοχές που δεν εμφανίζουν κανένα ιδιαίτερο οικολογικό, αλιευτικό ή αρχαιολογικό ενδιαφέρον.

Η ερευνητική ομάδα του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ. έχει θέσει ως κύριο στόχο την προώθηση βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας για τη μελέτη της λειτουργίας, την απόδοση και τις τεχνικές προδιαγραφές κατασκευής πειραματικών μονάδων Τ.Υ. καινοτομικού χαρακτήρα. Το 2007 προχωρά στην ίδρυση του πρώτου Υποθαλάσσιου Τεχνολογικού Πάρκου στη χώρα μας το οποίο σήμερα είναι εγκαταστημένο σε μία χωροθετημένη έκταση βυθού 25 στρεμμάτων η οποία έχει παραχωρηθεί από το Δημόσιο για το συγκεκριμένο σκοπό (Απόφαση Υπουργού Οικονομίας και Οικονομικών, Αρ. Πρωτ. 1006149/371/Β0010,16 Φεβρουαρίου 2007). Το Πάρκο βρίσκεται στην παράκτια ζώνη των βορείων ακτών του Νομού Ηρακλείου στο ύψος της πρώην Αμερικάνικης Βάσης Γουρνών μεταξύ των ισοβαθών των 19 και 21 μέτρων και σε απόσταση 1200 περίπου μέτρων από τις χερσαίες ερευνητικές εγκαταστάσεις του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ. Στα πλαίσια της συγκεκριμένης δραστηριότητας σχεδιάζονται, δοκιμάζονται στο πεδίο και ελέγχονται οι τεχνικές προδιαγραφές μιας σειράς νέων τεχνητών ενδιαιτημάτων.

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα από τη μελλοντική ανάπτυξη ενός εκτεταμένου δικτύου υποθαλάσσιων «οάσεων» σχετίζεται άμεσα με την ανάγκη συνολικής αναβάθμισης της ποιότητας του καταδυτικού προϊόντος, αλλά και γενικότερα των υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα μας. Η υιοθέτηση αυτών των καινοτομικών εφαρμογών και πρακτικών θα συμβάλει στην προσπάθεια διεθνούς προβολής των τουριστικών μας προορισμών και θα προσδώσει προς την τουριστική μας βιομηχανία προβάδισμα. Τέλος, είναι βέβαιο ότι θα συμβάλλει στην αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης και των οικονομικών επιδόσεων της καταδυτικής βιομηχανίας και θα προσφέρει την δυνατότητα πρόσβασης σε νέες τουριστικές αγορές και παράλληλη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, καθιστώντας την μία ελκυστικότερη επιλογή εισροής επενδυτικών κεφαλαίων.



# «Υποθαλάσσια όαση» κατάδυσης αναψυχής με τεχνητούς υφάλους

Μία καινοτομική πρόταση για την προστασία της θαλάσσιας βιοποικιλότητας και την ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού στην χώρα μας

Δρ. Κώστας Ντούνας  
Διευθυντής Ερευνών, ΕΛΚΕΘΕ



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (ΕΛΚΕΘΕ)  
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΘΑΛΑΣΣΙΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΑΣ, ΒΙΟΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ &  
ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ (Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ.)

Φεβρουάριος 2014

## Υποθαλάσσια «όαση» κατάδυσης αναψυχής

### Εισαγωγή – η κατάδυση αναψυχής σήμερα

Η κατάδυση αναψυχής είναι η πιο δημοφιλής θαλάσσια δραστηριότητα που ασκείται σε παγκόσμιο επίπεδο και κυρίως στις θάλασσες των τροπικών και των θερμότερων εύκρατων περιοχών όπως η Μεσόγειος θάλασσα και ιδιαίτερα τα νερά του Αιγαίου και του Ιονίου Πελάγους. Η κατάδυση αναψυχής αποτελεί σήμερα ένα μαζικό οικοτουριστικό προϊόν που μπορεί να συμβάλλει:

- Στην ανάπτυξη της οικονομίας συγκεκριμένων περιοχών αλλά και ολόκληρων χωρών. Για παράδειγμα η σύγχρονη «Μέκκα» του παγκόσμιου καταδυτικού τουρισμού, ο μέγας κοραλλιογενής ύφαλος (Great Barrier Reef) στις βόρειο-ανατολικές ακτές της Αυστραλίας, δέχεται κάθε χρόνο περισσότερους από 3.000.000 αποκλειστικούς επισκέπτες απολαμβάνοντας ως τουριστική δραστηριότητα έσοδα της τάξης των 5 δις. δολ. ετησίως.
- Στη διαφοροποίηση τοπικά του τουριστικού προϊόντος. Για παράδειγμα μετά την ανακήρυξή τους το 1990 σε θαλάσσιο καταδυτικό πάρκο, τα νησιά του αρχιπελάγους Mendes της Ισπανίας αποτελούν τόπο εξειδικευμένου τουριστικού προορισμού με επισκέπτες που πραγματοποιούν περισσότερες από 80.000 καταδύσεις ετησίως συνιστώντας τον κύριο κορμό των παραθεριστών που διαμένουν στο γειτονικό τουριστικό θέρετρο L' Estartit.
- Στην ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού. Σύγχρονες έρευνες αγοράς δείχνουν ότι η ανάπτυξη δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την κατάδυση αναψυχής προσελκύει επισκέπτες υψηλού εισοδήματος.
- Στην είσοδο σε νέες αγορές, καθώς έχει τη δυνατότητα προσέλκυσης νέων ομάδων τουριστών που επιδιώκουν ειδικού τύπου δραστηριότητες αναψυχής με υψηλό επίπεδο ενέργειας.
- Στην επέκταση της τουριστικής περιόδου. Η κατάδυση στο θαλάσσιο πάρκο Mendes της Ισπανίας οδήγησε σε μία ιδιαίτερα ευεργετική επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου από 3 σε 7 μήνες (από Απρίλιο έως Οκτώβριο).

Η σχετικά νέα αυτή τουριστική «αγορά» κυριαρχείται από άτομα μέσης ηλικίας, μέτριου έως και ιδιαίτερα υψηλού εισοδήματος, που καταδύονται συχνά, συνειδητά και επαναλαμβανόμενα σε διάφορους καταδυτικούς προορισμούς. Πρόσφατες μελέτες σχετικά

με τις προθέσεις των Ευρωπαίων δυτών (Αυστρία, Βέλγιο, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Αγγλία), έδειξαν ότι περίπου 1 στους 2 δύτες (σε σύνολο 3.000.000) ταξιδεύει στο εξωτερικό και περιλαμβάνει οπωσδήποτε την κατάδυση στο πρόγραμμα των διακοπών τους. Οι χώρες με τις μεγαλύτερες και πιο οργανωμένες κοινότητες δυτών είναι η Γαλλία και η Γερμανία με περίπου 400.000 και η Ισπανία με 150.000 δύτες. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (2011) περισσότερα από 140 εκατομμύρια τουρίστες επισκέπτονται κάθε καλοκαίρι τη Μεσόγειο αποκλειστικά για αναψυχή στην παράκτια ζώνη. Η χώρα μας, με την ανάπτυξη των κατάλληλων υποδομών, θα μπορούσε σχετικά εύκολα να στρέψει το ενδιαφέρον ενός σημαντικού μέρους του τεράστιου αυτού αριθμού επισκεπτών σε υψηλού επιπέδου εγχώρια τουριστικά προϊόντα (πακέτα) που θα περιλαμβάνουν στο πρόγραμμά τους την κατάδυση αναψυχής.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν επίσης και οι προτιμήσεις των δυτών όσον αφορά στο τι τους ικανοποιεί περισσότερο στους καταδυτικούς προορισμούς που επισκέπτονται. Με βάση τη διεθνή εμπειρία τα θέματα που κατά σειρά προτεραιότητας προσελκύουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών-δυτών είναι: η παρατήρηση της θαλάσσιας ζωής, η φυσικότητα του θαλάσσιου περιβάλλοντος, η διαύγεια και η θερμοκρασία του νερού, οι υποθαλάσσιοι γεωλογικοί σχηματισμοί, η γεωγραφική εγγύτητα και η εύκολη πρόσβαση, η ποιότητα της τεχνικής υποδομής και ο επαγγελματισμός των υπεύθυνων κατάδυσης. Σε όλες τις περιπτώσεις, όπου έχει πραγματοποιηθεί σχετική έρευνα, ο καθοριστικότερος παράγοντας προσέλκυσης του ενδιαφέροντος των επισκεπτών ήταν και παραμένει η παρατήρηση της θαλάσσιας ζωής. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι Ελληνικοί βυθοί αποτελούν «hot spots» στην κατανομή της παγκόσμιας θαλάσσιας βιοποικιλότητας και χαρακτηρίζονται από μία απaráμιλλη αισθητική και φυσικότητα.

Όλοι σχεδόν οι ανεπτυγμένοι τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο επενδύουν στην προώθηση της κατάδυσης αναψυχής με στόχο τη διαφοροποίηση του τουριστικού τους προϊόντος. Ως αποτέλεσμα, η τάση υιοθέτησης επενδύσεων κλίμακας στη συγκεκριμένη «βιομηχανία», αποτελεί σήμερα μία αναγκαστική συμπόρευση με τις εξελίξεις που επιβάλλει ο ανταγωνισμός στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κάθε χώρας σχετίζεται άμεσα με την ποιότητα του καταδυτικού προϊόντος και των γενικότερων υπηρεσιών που προσφέρονται αλλά παράλληλα και με την υιοθέτηση νέων καινοτομικών εφαρμογών και πρακτικών που θα μπορούσαν να προσδώσουν στην τουριστική βιομηχανία ένα σημαντικό προβάδισμα. Οι ρυθμοί ανάπτυξης και οι οικονομικές επιδόσεις της κατάδυσης αναψυχής σε συνδυασμό με τις τεράστιες δυνατότητες που παρέχει για ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού, είσοδο σε νέες αγορές και επιμήκυνση

της τουριστικής περιόδου, την καθιστούν μία ελκυστικότερη επιλογή εισροής επενδυτικών κεφαλαίων. Συμπερασματικά, ο καταδυτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει, σε συνέργια και με άλλους συναφείς τομείς του τουρισμού, μια νέα, δυναμική και εναλλακτικού χαρακτήρα μορφή τουριστικής ανάπτυξης για την χώρα μας.

### **Θαλάσσιες προστατευόμενες περιοχές (Marine Protected Areas-MPAs)**

Οι θαλάσσιες προστατευόμενες περιοχές ή ζώνες ή θαλάσσια πάρκα είναι περιοχές του βυθού, συμπεριλαμβάνοντας την υπερκείμενη στήλη του νερού, τη χλωρίδα, την πανίδα καθώς και τα τοπικά ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία, οι οποίες έχουν οριστεί δια νόμου ή άλλα διοικητικά μέσα με βασικό στόχο την προστασία μέρους ή του συνόλου του περιεχόμενου περιβάλλοντος. Στους επιμέρους στόχους ίδρυσης προστατευόμενων περιοχών περιλαμβάνονται:

- Η βελτίωση των σχέσεων μεταξύ ανθρώπου, περιβάλλοντος και οικονομικών δραστηριοτήτων με διατήρηση παραδοσιακών χρήσεων, αειφόρο εκμετάλλευση των πόρων καθώς και προστασία και διαχείριση ιστορικών, πολιτιστικών και αισθητικών περιοχών.
- Η διευθέτηση σύγχρονων ή αναμενόμενων συγκρούσεων μεταξύ διάφορων τελικών χρηστών της παράκτιας ζώνης (τουρισμός, υδατοκαλλιέργεια, αλιεία, αστική ανάπτυξη)
- Η βελτίωση της γνώσης του θαλάσσιου περιβάλλοντος με εφαρμογή βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας, καινοτόμων τεχνολογιών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων.
- Η βελτίωση της περιφερειακής οικονομίας μέσα από την ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού όπως για παράδειγμα η κατάδυση αναψυχής.

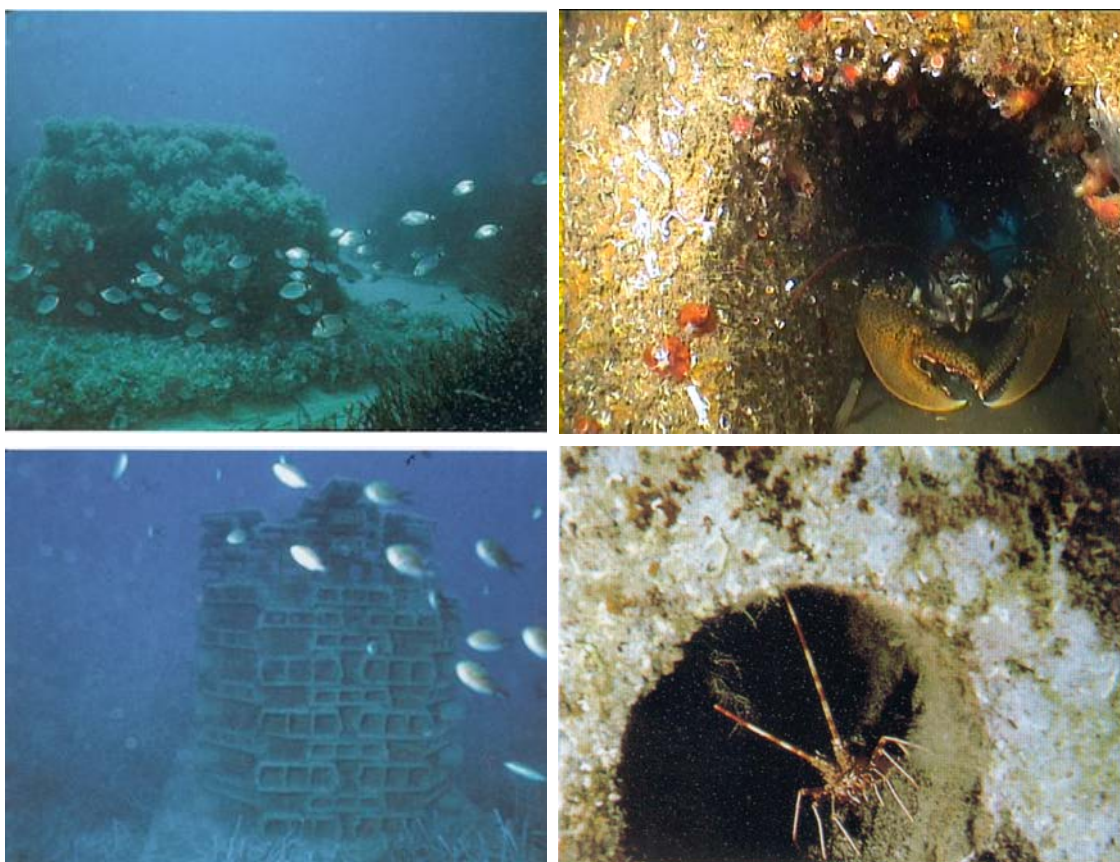
### **Η τεχνολογία των τεχνητών υφάλων (τεχνητών ενδαιτημάτων)**

Οι τεχνητοί ύφαλοι (Τ.Υ.) είναι κατασκευές, κυρίως από σκυρόδεμα, που ποντίζονται στο θαλάσσιο πυθμένα μέσα στα όρια θαλάσσιων προστατευόμενων περιοχών (MPAs) και στοχεύουν στην αύξηση της αφθονίας, της βιομάζας και της βιοποικιλότητας των φυσικών πληθυσμών θαλάσσιων οργανισμών, προσφέροντας τους νέες θέσεις (τεχνητά ενδαιτήματα) κατοικίας και προφύλαξης, εξυπηρετώντας ταυτοχρόνως την αναπαραγωγή, τη διατροφή και την ανάπτυξη των νεαρών ατόμων και γενικά τη διαβίωση των πληθυσμών τους όχι μόνο στη στενή περιοχή εγκατάστασης των τεχνητών υφάλων αλλά και στην ευρύτερη παράκτια ζώνη. Περισσότεροι από 200 διαφορετικοί τύποι Τ.Υ., συνήθως υπό μορφή κυβόσχημων τεχνητών ογκολίθων, έχουν χρησιμοποιηθεί μέχρι σήμερα σε πολυάριθμες εφαρμογές από διάφορες χώρες. Η Ιαπωνία και η Κορέα προηγούνται τεχνολογικά των άλλων χωρών στην κατασκευή

σχετικά πολύπλοκων Τ.Υ. και στην επιτυχή δημιουργία εκτεταμένων αλιευτικών θαλάσσιων ζωνών. Στη Μεσόγειο θάλασσα τα τελευταία χρόνια έχουν δημιουργηθεί περισσότερες από 20 προστατευόμενες αλιευτικές περιοχές με Τ.Υ. σε διάφορες χώρες, όπως η Ιταλία, η Ισπανία, η Γαλλία, η Ελλάδα και τελευταία η Κύπρος.

### **Η εμπειρία του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ. στην ανάπτυξη προστατευόμενων θαλάσσιων περιοχών με τεχνητούς υφάλους**

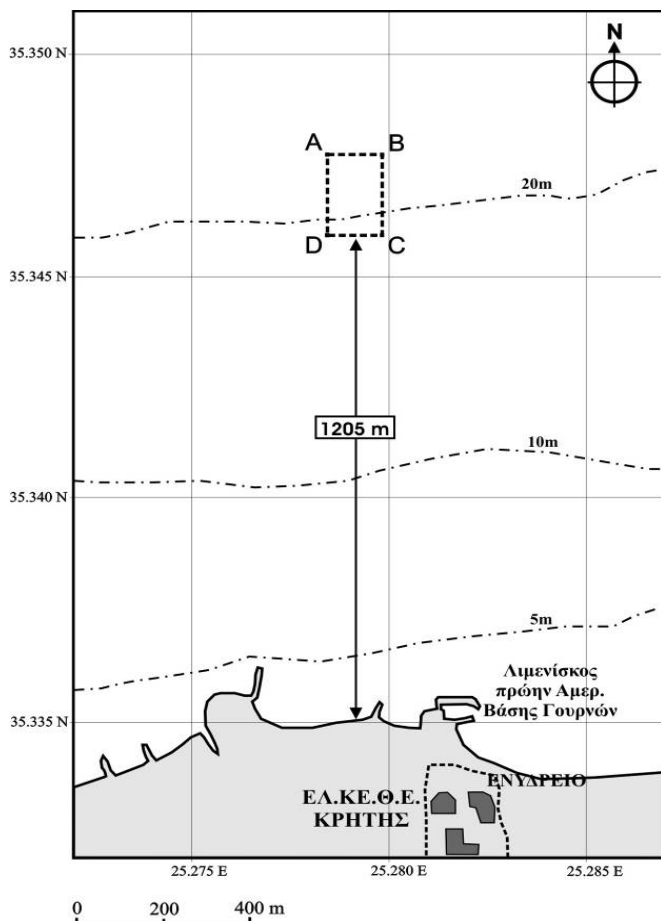
Η ερευνητική ομάδα του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ. έχει ήδη κλείσει έναν δεκαετή ερευνητικό κύκλο στο σχεδιασμό, εγκατάσταση και διαχείριση προστατευόμενων θαλάσσιων περιοχών (Marine Protected Areas - MPAs) με παράλληλη ανάπτυξη καινοτομικής τεχνολογίας Τ.Υ.



Εικ. 1. Εποίκηση της επιφάνειας μονάδων τεχνητών υφάλων από σκυρόδεμα με θαλάσσιους οργανισμούς μόλις 18 μήνες από την εγκατάστασή τους στον βυθό (2ο ΚΠΣ, ΕΠΑΛ, 2003, δημιουργία προστατευόμενης αλιευτικής Ζώνης Βιστωνικού Κόλπου, ακτές Θράκης, ερευνητικό-αναπτυξιακό πρόγραμμα, επιστημονικός υπεύθυνος - συντονιστής, Κώστας Ντούνας, Διευθυντής Ερευνών).

Η επιτυχής αρχική συμμετοχή της στα πλαίσια του 2<sup>ου</sup> ΚΠΣ (ΕΠΑΛ), είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία της πρώτης προστατευόμενης αλιευτικής θαλάσσιας περιοχής στη χώρα μας έκτασης 7 τετραγωνικών χιλιομέτρων που δημιουργήθηκε στο Βιστωνικό κόλπο στις ακτές της Θράκης (Εικ. 1). Η ερευνητική ομάδα στη συνέχεια συμμετέχει το 2006 στα πλαίσια του 3<sup>ου</sup> ΚΠΣ στην ανάπτυξη 3 νέων προστατευόμενων περιοχών με Τ.Υ.

έκτασης 3,5 έως 5,5 τετραγωνικών χιλιομέτρων στα Δωδεκάνησα (ΒΔ ακτές Κω), στη Χαλκιδική (κόλπος Ιερισσού) και τις ακτές Ιονίου (ανατολικά της Πάργας). Τα έργα αυτά, που χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερα μεγάλης κλίμακας, έχουν ως βασικό στόχο την αλιευτική διαχείριση των παραπάνω παράκτιων περιοχών μέσα από την ανάπτυξη και προστασία των τοπικών ιχθυοπληθυσμών.



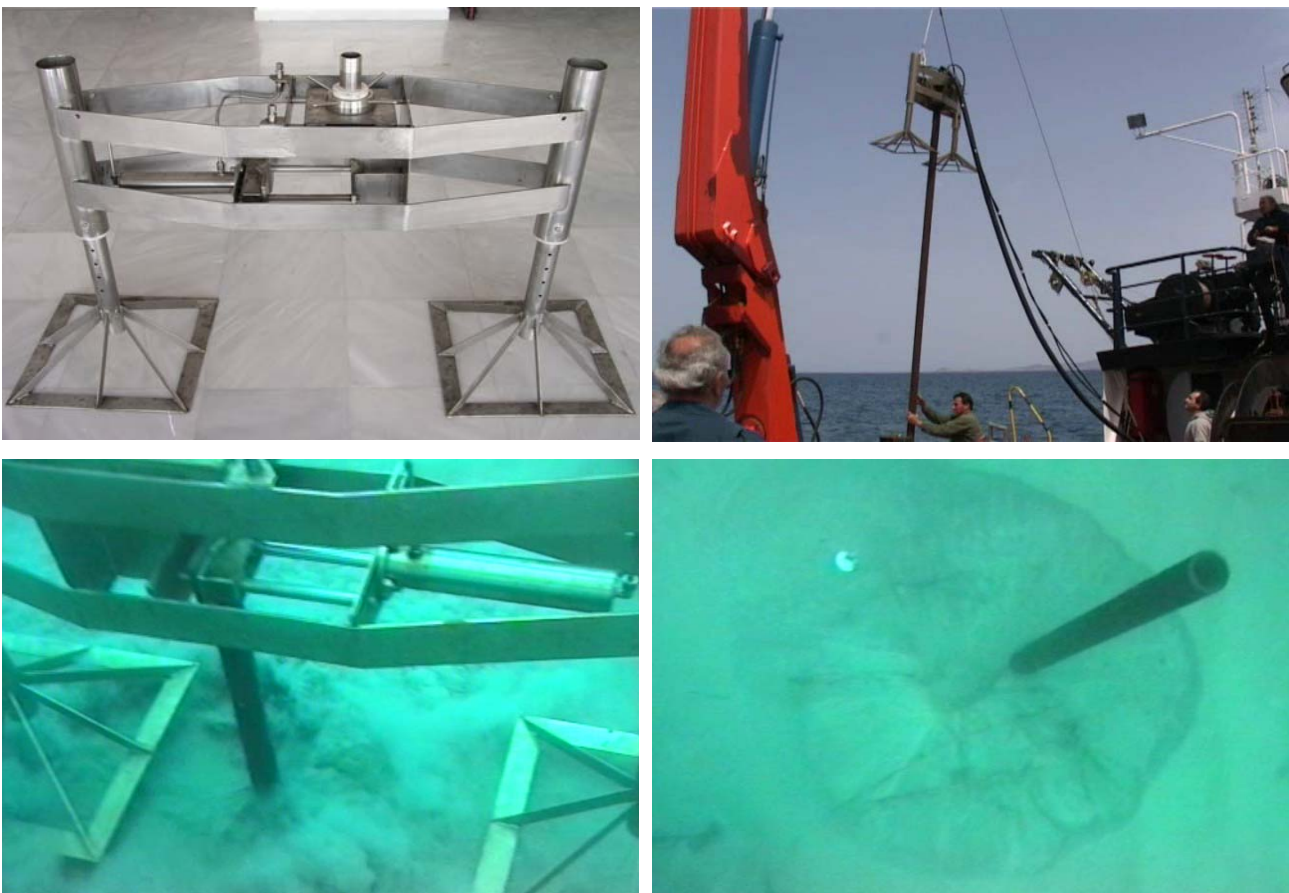
Εικ. 2. Το Υποθαλάσσιο Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης. Μία πρότυπη ερευνητική υποδομή του Ελληνικού Κέντρου Θαλασσίων Ερευνών για την ανάπτυξη προγραμμάτων βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας και την προώθηση καινοτομικών εφαρμογών τεχνητών θαλάσσιων ενδιαιτημάτων (ΙΘΑΒΒΥΚ, χρηματοδότηση πρόγραμμα MARBIGEN EU FP7-REGPOT-2010-1).

Παράλληλα, η ερευνητική ομάδα του Ι.Θ.Α.Β.Β.Υ.Κ. θέτει ως στόχο την προώθηση βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας για τη μελέτη της λειτουργίας, την απόδοση και τις τεχνικές προδιαγραφές κατασκευής πειραματικών μονάδων Τ.Υ. καινοτομικού χαρακτήρα. Το 2007 προχωρά στην ίδρυση του πρώτου Υποθαλάσσιου Τεχνολογικού Πάρκου στη χώρα μας το οποίο σήμερα είναι εγκαταστημένο σε μία χωροθετημένη έκταση βυθού 25 στρεμμάτων η οποία του έχει παραχωρηθεί για το συγκεκριμένο σκοπό από την ΚΕΔ (Απόφαση Υπουργού Οικονομίας και Οικονομικών, Αρ. Πρωτ. 1006149/371/Β0010,16 Φεβρουαρίου 2007). Το Πάρκο βρίσκεται στην παράκτια ζώνη

των βορείων ακτών του Νομού Ηρακλείου στο ύψος της πρώην Αμερικάνικης Βάσης Γουρνών μεταξύ των ισοβαθών των 19 και 21 μέτρων και σε απόσταση 1200 περίπου μέτρων από τις χερσαίες ερευνητικές εγκαταστάσεις του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ. (Εικ. 2). Στα πλαίσια της συγκεκριμένης δραστηριότητας αναπτύχθηκε και δοκιμάστηκε με επιτυχία στο πεδίο ένας νέος καινοτομικός τύπος προστατευτικού – παραγωγικού υφάλου (Εικ. 3)



Εικ. 3. Καινοτομικός τύπος προστατευτικού υφάλου κατά τη φάση μεταφοράς και πόντισης στο Υποθαλάσσιο Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης (δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, ΟΒΙ αριθ. 1004153, εφευρέτης Κώστας Ντούνας).

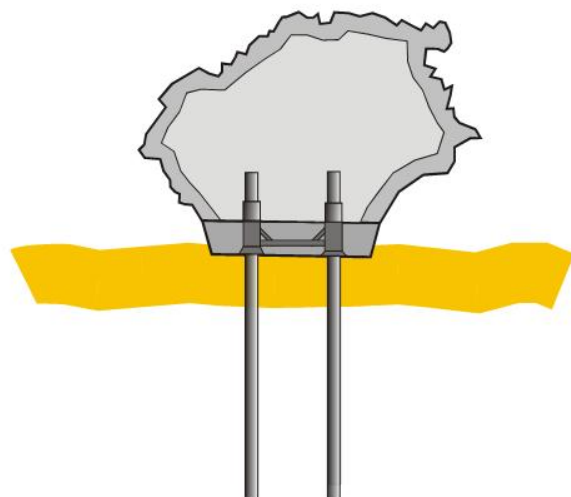


Εικ. 4. Καινοτομική μέθοδος τοποθέτησης ισχυρών σωλήνων θεμελίωσης σε θαλάσσιους ιζηματογενείς πυθμένες. Πάνω αριστερά: βιομηχανικό πρωτότυπο, πάνω δεξιά: δμετρος σωλήνας θεμελίωσης έτοιμος για καθέλκυση στο βυθό, κάτω αριστερά: παροχή νερού υπό πίεση μέσα από το σωλήνα, κάτω δεξιά: τελική εγκατάσταση του δμετρου σωλήνα θεμελίωσης εντός του θαλάσσιου ιζήματος. (δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ΕΡΟ ΕΡ 0897034Β1, εφευρέτης Κώστας Ντούνας).

Ο συγκεκριμένος τύπος Τ.Υ. κατασκευάζεται από οπλισμένο σκυρόδεμα (τσιμέντο θαλάσσης), έχει σχήμα κοίλου κόλουρου κώνου και φέρει στην επιφάνεια του διαμπερή ανοίγματα κυκλικού σχήματος τα οποία επιτρέπουν την είσοδο θαλάσσιων οργανισμών (βενθικά ασπόδυλα, ψάρια) εντός τους εσωτερικού χώρου του προσφέροντας τους καταφύγιο από τους θηρευτές. Στην πάνω πλευρά φέρει ενσωματωμένο στο σκυρόδεμα ειδικό μεταλλικό άνοιγμα κυλινδρικού σχήματος. Από το άνοιγμα αυτό τοποθετείται κάθετα σωλήνας θεμελίωσης που επιτρέπει τη σταθεροποίηση του ΤΥ επί του βυθού. Η μεθοδολογία αυτή αποτελεί μία από τις εφαρμογές της καινοτομικής μεθόδου θεμελίωσης κατασκευών σε θαλάσσιους ιζηματογενείς πυθμένες που έχει αναπτύξει η ερευνητική ομάδα του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ. (βλέπε εικ. 4). Η συγκεκριμένη μέθοδος θεμελίωσης κατασκευών επί του πυθμένα είναι απλή και παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με τις ανάλογες βαρέως τύπου μεθόδους που χρησιμοποιούνται σήμερα ευρέως σε λιμενικά έργα. Η ομάδα του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ. στοχεύει στην άμεση χρησιμοποίηση της συγκεκριμένης μεθόδου για τη θεμελίωση επί του βυθού καινοτομικών στοιχείων Τ.Υ. ελαφρού τύπου που θα έχουν μορφή φυσικών βράχων πολυσύνθετης δομής (αισθητικοί ύφαλοι) και που θα χρησιμοποιηθούν για την κατασκευή των θαλάσσιων «οάσεων» κατάδυσης αναψυχής. Για λόγους καθαρά επεξηγηματικούς και προς διαφύλαξη του βιομηχανικού απορρήτου δίνεται χωρίς ιδιαίτερο σχολιασμό μια απλή σχηματική παράσταση της μεθόδου θεμελίωσης των νέων τεχνητών ενδιστοιχημάτων.



**SDR: Sport Diving Reef**



**HCMR Artificial Reef ©**

Εικ. 5. Σχηματική παράσταση μίας νέας καινοτομικής μονάδος τεχνητού υφάλου κατάδυσης αναψυχής που βρίσκεται σε τελικό στάδιο ανάπτυξης από την ερευνητική ομάδα του Ι.ΘΑ.Β.Β.ΥΚ.



Με βάση τα θεαματικά ερευνητικά αποτελέσματα και τη σημαντική εμπειρία που έχει μέχρι σήμερα συσσωρευτεί έχουμε σχεδιάσει και ήδη υλοποιούμε στην πράξη σε δύο παράκτιες περιοχές της Κρήτης την νέα καινοτομική ιδέα της υποθαλάσσιας «όασης» κατάδυσης αναψυχής έχοντας ως στόχο της δημιουργία ανάλογων υποδομών εναλλακτικού θαλάσσιου τουρισμού σε πολυάριθμες άλλες παράκτιες περιοχές της χώρας μας.

### **Υποθαλάσσια «όαση» κατάδυσης αναψυχής- Μία νέα καινοτομική-αναπτυξιακή πρόταση.**

Η ερευνητική ομάδα του ΙΘΑΒΒΥΚ έχει επεξεργαστεί μια ολοκληρωμένη εναλλακτική πρόταση καινοτομικού χαρακτήρα με στόχο την προώθηση της ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού στην χώρα μας. Η κεντρική ιδέα της πρότασης αυτής αφορά την αξιοποίηση της τεχνολογίας των τεχνητών ενδιαιτημάτων (artificial habitat technologies) για τη δημιουργία τεχνητών υποθαλάσσιων «οάσεων» οι οποίες μπορούν να υποκαταστήσουν σε ένα σημαντικό βαθμό τη χρησιμοποίηση εκτεταμένων παράκτιων περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους που παρουσιάζουν μεν καταδυτικό ενδιαφέρον αλλά ταυτόχρονα και σημαντικά προβλήματα διαχείρισης και προστασίας. Με τη χρήση της συγκεκριμένης καινοτομικής τεχνολογίας, ένας μεγάλος αριθμός υποθαλάσσιων τεχνητών «οάσεων» θα μπορεί να εγκατασταθεί σε ιδιαίτερα μικρής έκτασης αμμώδεις περιοχές του βυθού (20.000-30.000 τ.μ.), σε μικρά σχετικά βάθη (από 10-15 έως 30-35 μέτρα) και σε περιοχές που δεν εμφανίζουν ιδιαίτερο οικολογικό, αρχαιολογικό ή αλιευτικό ενδιαφέρον.

Η ανάπτυξη παρόμοιων υποδομών κατάδυσης αναψυχής παρουσιάζει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με τη σύγχρονη τάση ίδρυσης μεγάλης έκτασης καταδυτικών πάρκων σε απομακρυσμένες και ευαίσθητες περιβαλλοντικά περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας και φυσικής αισθητικής. Στα πλεονεκτήματα της πρότασης της ερευνητικής ομάδος περιλαμβάνονται:

1. Οι καταδυτικές «οάσεις» μπορούν να εγκατασταθούν πλησίον των μεγάλων τουριστικών/αστικών κέντρων προσφέροντας εύκολη πρόσβαση και έλεγχο της όλης δραστηριότητας
2. Προσφέρουν ασφάλεια και τη δυνατότητα άμεσης παρέμβασης σε περίπτωση ατυχήματος
3. Παρέχουν εξοικονόμηση χρόνου/καυσίμων για τη μετάβαση/επιστροφή των επισκεπτών-δυτών
4. Μπορούν να εγκατασταθούν ακόμη και σε υποβαθμισμένες περιβαλλοντικά

παράκτιες περιοχές συμβάλλοντας στην αναβάθμισή και προστασία τους (θα πρέπει στο σημείο αυτό να σημειωθεί ότι σύγχρονες έρευνες έχουν καταδείξει μία σημαντική και σε πολλές περιπτώσεις μη αναστρέψιμη περιβαλλοντική υποβάθμιση πολυάριθμων φυσικών καταδυτικών προορισμών που παρουσιάζουν υψηλή επισκεψιμότητα)

5. Καταλαμβάνουν θαλάσσιο χώρο μικρής έκτασης (25-30 στρέμματα) απολαμβάνοντας μικρό σχετικά κόστος ενοικίασης από το Δημόσιο (αν απαιτηθεί)

6. Προσφέρουν προστασία και αναβάθμιση του ευρύτερου θαλάσσιου οικοσυστήματος με ταυτόχρονη ενίσχυση της θαλάσσιας βιοποικιλότητας και αύξηση των τοπικών ιχθυοαποθεμάτων.

7. Έχουν την αποδοχή και ταυτόχρονα τα οφέλη μιας αρμονικής συνύπαρξης με άλλους τελικούς χρήστες της παράκτιας ζώνης εγκατάστασής τους (ανάπτυξη αμοιβαίων επιχειρηματικών-οικονομικών συμφερόντων)

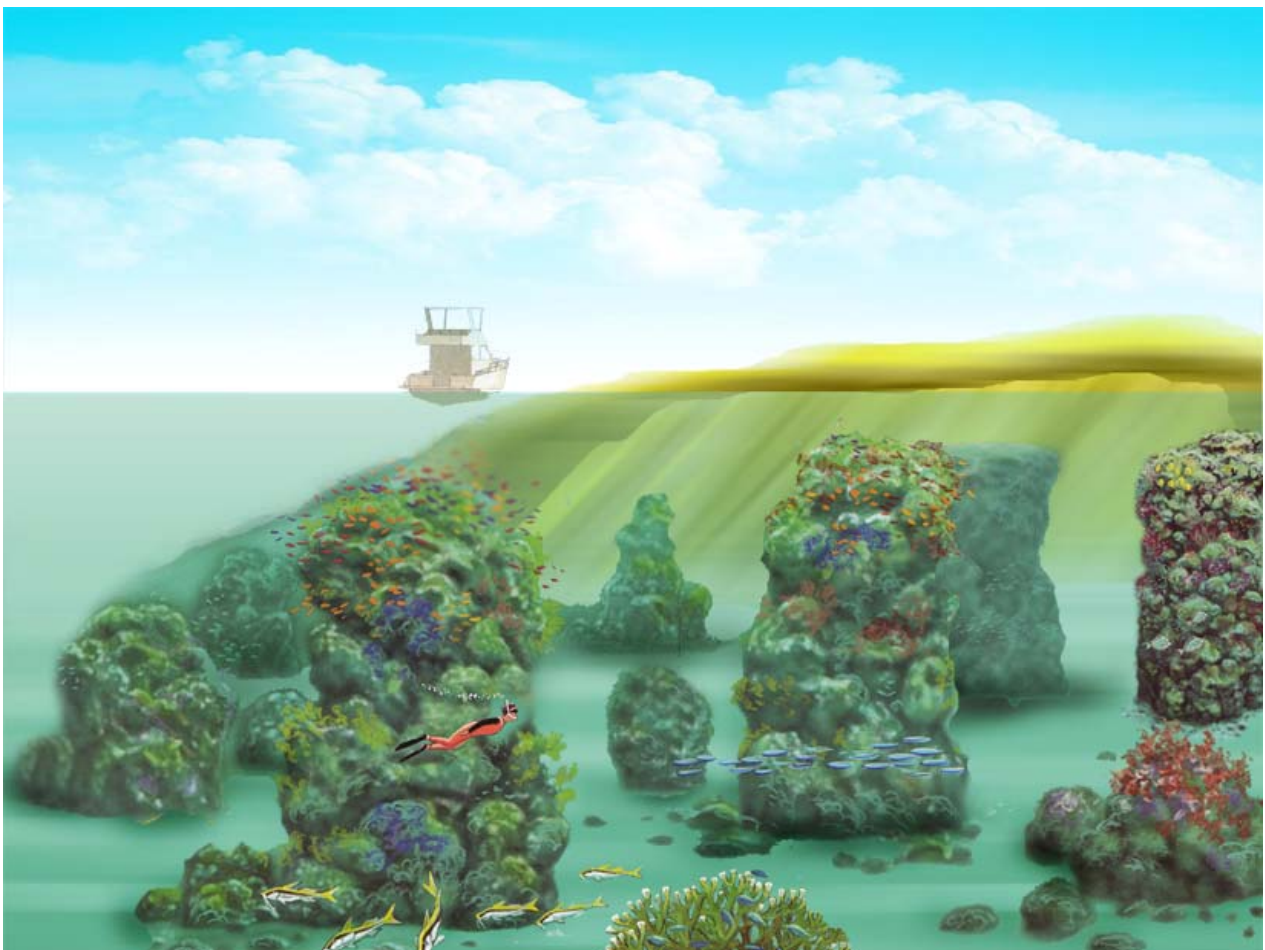
8. Έχουν μικρό κόστος κατασκευής και συντήρησης

9. Προσφέρονται σε δεύτερη φάση (μετά την ίδρυση τους) για την πόντιση σε προκαθορισμένες θέσεις του βυθού ειδικού τύπου τεχνητών υφάλων υπό μορφή σκαφών παλαιών αεροσκαφών κλπ

10. Προσφέρονται για την ανάπτυξη επιπρόσθετων θαλάσσιων δραστηριοτήτων εκπαίδευσης και επιμόρφωσης, άσκησης και ψυχαγωγίας.

Στις υποθαλάσσιες «οάσεις» εγκαθίστανται επί του βυθού ειδικά επιλεγμένα στοιχεία Τ.Υ, κατασκευασμένα από αδρανή και φιλικά προς το περιβάλλον υλικά, τα οποία προσομοιάζουν με τα ενδιαιτήματα (habitats) θαλάσσιων οργανισμών (μακροφυκών, θαλάσσιων ασπόνδυλων, ψαριών, κλπ). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα ενός σημαντικού αριθμού προγραμμάτων εφαρμοσμένης έρευνας και μελετών που έχει εκπονήσει η ερευνητική ομάδα του ΙΘΑΒΒΥΚ, σε σχετικά μικρό χρονικό διάστημα από την εγκατάστασή των τεχνητών ενδιαιτημάτων (12 με 18 μήνες) επιτυγχάνεται η πλήρης εποίκιση (κάλυψη) της ελεύθερης επιφάνειας τους με θαλάσσιους οργανισμούς, που γίνεται με απόλυτα φυσικές διεργασίες και χωρίς άλλου τύπου παρεμβάσεις. Στη συνέχεια προσελκύονται και εγκαθίστανται στην περιοχή των υφάλων ανώτεροι θαλάσσιοι οργανισμοί (πχ. αστακοί, χταπόδια, ψάρια). Το τελικό αισθητικό αποτέλεσμα που προκύπτει, είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακό, παρουσιάζει έντονο καταδυτικό ενδιαφέρον που με την κατάλληλη διαχείριση μπορεί να γίνει εφάμιλλο ή και ανώτερο του αντίστοιχου που προσφέρουν οι δυσπρόσιτες φυσικές καταδυτικές περιοχές. Ιδιαίτερο καινοτομικό στοιχείο της πρότασης της ομάδος είναι ότι η τοποθέτηση των τεχνητών ενδιαιτημάτων που προσομοιάζουν ακριβώς με φυσικό βραχώδες υποθαλάσσιο υπόστρωμα υπό μορφή σύνθετων ή απλών

μονάδων (Εικ. 5, 6), σχεδιάζεται κατά τρόπο ώστε να οριοθετούνται επί του βυθού συγκεκριμένες καταδυτικές διαδρομές. Οι διαδρομές αυτές διαφέρουν μεταξύ τους ανάλογα με τη χρονική διάρκεια, το βαθμό δυσκολίας και τη θεματολογία τους. Τα εξωτερικά όρια των «οάσεων» προστατεύονται με τη θεμελίωση ειδικών καινοτομικών προστατευτικών υφάλων (Εικ. 3, 4). Τα στοιχεία αυτά τοποθετούνται στην περίμετρο του οικοπέδου (βυθού) της «οάσης» και έχουν στόχο την προστασία των εσωτερικών υποδομών από συρόμενα ή στατικά αλιευτικά εργαλεία (δίχτυα, παραγάδια, κλπ). Στα σημεία έναρξης και τερματισμού της κάθε καταδυτικής διαδρομής υπάρχουν ειδικοί επιφανειακοί πλωτήρες πρόσδεσης των σκαφών μεταφορών των επισκεπτών από και προς την «οάση». Οι πλωτήρες αυτοί είναι μόνιμα εγκαταστημένοι στον βυθό ώστε να αποφεύγονται περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τις άγκυρες των σκαφών. Στην Εικόνα 6 δίνεται μία αναπαράσταση μίας από τις πολυάριθμες δυνατές υλοποιήσεις της καινοτομικής, αναπτυξιακής και επιχειρηματικής ιδέας της ερευνητικής ομάδας του ΙΘΑΒΒΥΚ. Στη συνέχεια δίνονται συνοπτικά πληροφορίες σχετικά με δύο τρέχουσες πιλοτικές εφαρμογές της, η πρώτη στην παράκτια ζώνη του Αγίου Νικολάου και η δεύτερη στον κόλπο της Σητείας στην Κρήτη.



Εικ. 6 . Διαγραμματική αναπαράσταση μίας υποθαλάσσιας «οάσης» κατάδυσης αναψυχής με εγκατάσταση επί του βυθού ειδικών τεχνητών ενδιαιτημάτων.

## **1<sup>η</sup> ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Κατασκευή υποθαλάσσιας «όασης» κατάδυσης αναψυχής στον Άγιο Νικόλαο Κρήτης.**

**Χρηματοδότηση:** Νομαρχία Λασιθίου

**Ανάδοχος:** Ινστιτούτο Θαλάσσιας Βιολογίας, Βιοτεχνολογίας & Υδατοκαλλιεργειών, Ελληνικό Κέντρο Θαλάσσιων Ερευνών.

**Επιστημονικός υπεύθυνος:** Δρ. Κώστας Ντούνας, Δ/ντής Ερευνών ΕΛΚΕΘΕ

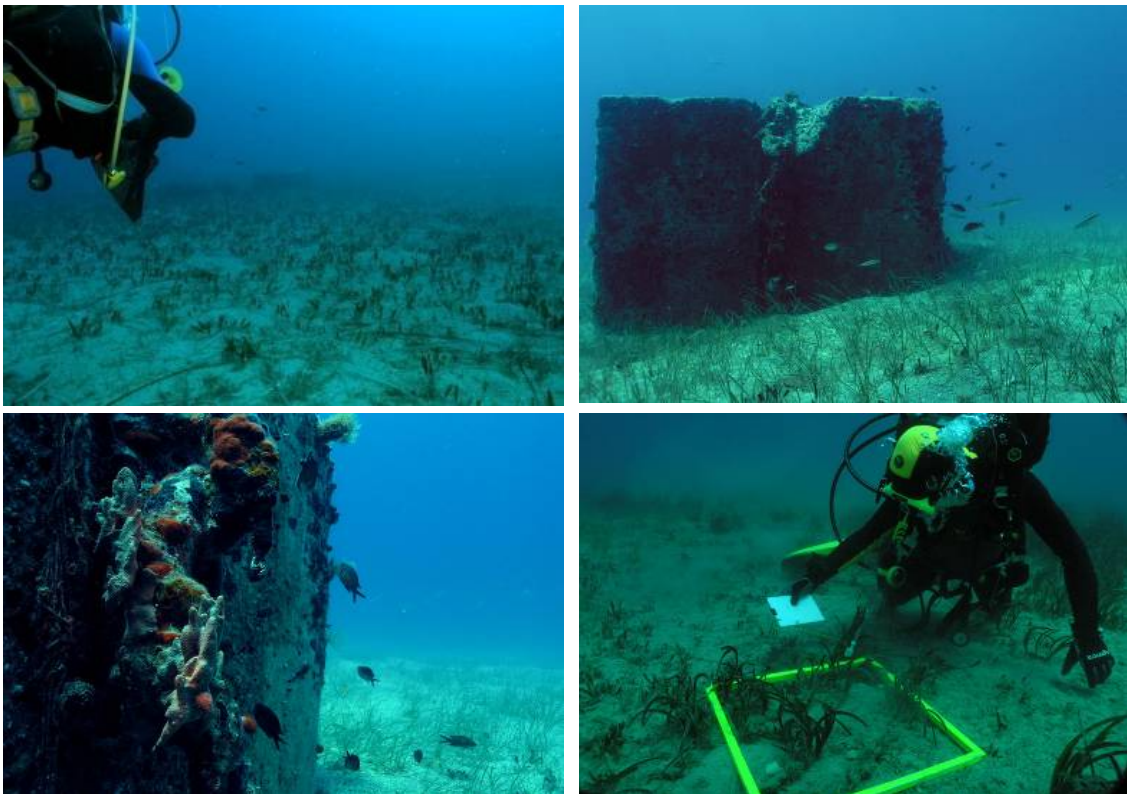
**Σύντομη περιγραφή του έργου:** Το Υποθαλάσσιο Πάρκο τεχνητών υφάλων του Αγίου Νικολάου θα αναπτυχθεί σε μία περιοχή του βυθού έκτασης 30 στρεμμάτων που βρίσκεται τρία περίπου χιλιόμετρα βόρεια του λιμένα Αγίου Νικολάου και σε απόσταση 330 περίπου μέτρων από την πλησιέστερη ακτογραμμή (Εικ 7). Στο υποθαλάσσιο οικοπέδο του έργου που βρίσκεται μεταξύ των ισοβαθών των 15 έως 30 μέτρων , προβλέπεται η πόντιση 527 συνολικά στοιχείων τεχνητών υφάλων (Α' Φάση έργου). Συγκεκριμένα έχουν επιλεγεί 500 στοιχεία παραγωγικών ΤΥ 8 διαφορετικών τύπων, κατασκευασμένα από ειδικής σύνθεσης σκυρόδεμα μειωμένης ενεργού οξύτητας (pH) και 27 στοιχεία κωνοειδών τεχνητών υφάλων από σκυρόδεμα προστατευτικού τύπου τα οποία και θα τοποθετηθούν στην περίμετρο του οικοπέδου. Τα όρια του υποθαλάσσιου οικοπέδου επισημαίνονται από 4 ειδικά κατασκευασμένους πλωτήρες σύμφωνα με τη σχετική Νομοθεσία (τεχνικές προδιαγραφές Υπηρεσίας Φάρων του Ελληνικού Πολεμικού Ναυτικού). Στο βαθύτερο τμήμα του οικοπέδου μεταξύ 25 και 30 μέτρων (τομέας III) προβλέπεται στο μέλλον (Β' Φάση) η πόντιση ενός παλαιού σιδερένιου σκάφους μήκους κατά προτίμηση από 40 έως 60 μέτρα. Θα πρέπει να τονισθεί ότι δεν έχει ακόμη προσεγγισθεί το θέμα τεχνικών προδιαγραφών αλλά και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την πόντιση ενός μεταλλικού σκάφους στην περιοχή του οικοπέδου του έργου που θα αποτελέσει αντικείμενο ειδικής μελέτης μετά την ολοκλήρωση των εργασιών της Α' Φάσης.

**Επί μέρους μελέτες - εγκρίσεις:** Μελέτη βιωσιμότητας-Δημοσκοπική έρευνα, Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων, Τεχνικο-οικονομική μελέτη. Έγκριση περιβαλλοντικών όρων, υποβολή ολοκληρωμένου φακέλου στην ΚΕΔ για τελική παραχώρηση του υποθαλάσσιου οικοπέδου (αναμένεται η τελική απόφαση) της ΚΕΔ

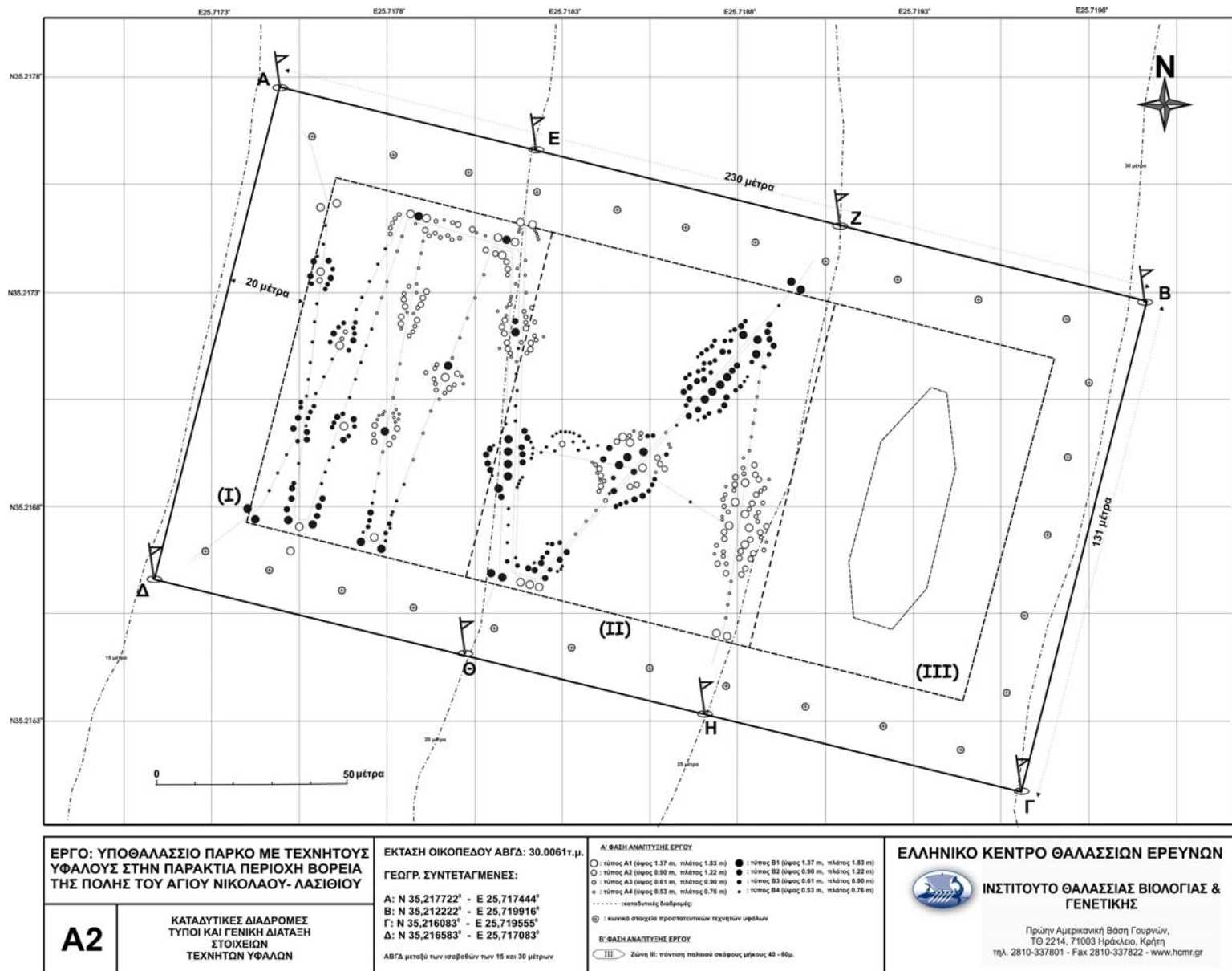
**Προβλήματα-καθυστερήσεις υλοποίησης έργου:** Κατάργηση Νομαρχίας Λασιθίου, νέος κάτοχος του έργου Περιφέρεια Κρήτης, τελική παραχώρηση κυριότητας στο Δήμο Αγίου Νικολάου. Στα προβλήματα καθυστέρησης υλοποίησης θα πρέπει να αναφερθεί και η έλλειψη των αναγκαίων πιστώσεων για την κατασκευή και λειτουργία εξαιτίας της τρέχουσας δημοσιονομικής συγκυρίας και η αναζήτηση επιχειρηματικών συμμετοχών καθώς και η καθυστέρηση τελικής παραχώρησης από την ΚΕΔ.



Εικ. 7. Η θέση του οικοπέδου των 30 στρεμμάτων που έχει επιλεγεί για την εγκατάσταση μιας υποθαλάσσιας «όασης» κατάδυσης αναψυχής 3 χιλιόμετρα βόρεια του λιμένα Αγίου Νικολάου.



Εικ. 8. Εργασίες χαρτογράφησης βενθικών ενδιαιτημάτων στην περιοχή εγκατάστασης της «όασης» κατάδυσης αναψυχής Αγίου Νικολάου. Η πόντιση των ΤΥ θα συμβάλλει σημαντικά στην ανάκαμψη και προστασία του οικοσυστήματος και των ιχθυοπληθυσμών στην ευρύτερη παράκτια ζώνη του έργου.



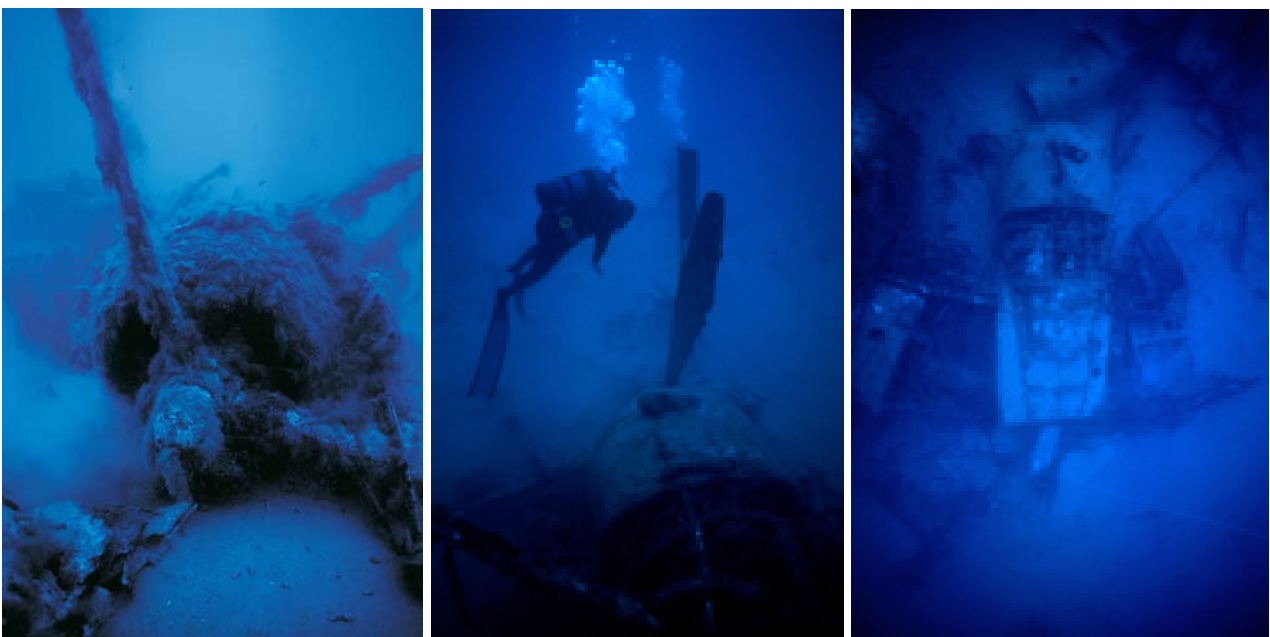
Εικ. 9. Καταδυτικές διαδρομές και γενική διάταξη των ΤΥ στην υποθαλάσσια «άσισ» Αγίου Νικολάου. Η περιοχή III προβλέπεται για την πόντιση ενός σκάφους που θα πραγματοποιηθεί μετά την ολοκλήρωση της πρώτης φάσης του έργου.

**A****B**

Εικ. 10. Α: Απόψεις της μεθόδου κατασκευής των στοιχείων ενός συγκεκριμένου τύπου ΤΥ που έχει επιλεγεί για εγκατάσταση στην υποθαλάσσια «όαση» Αγίου Νικολάου, Β: Παράδειγμα της έκτασης του βαθμού εποίκησης της ελεύθερης επιφάνειας των τεχνητών ενδαιτημάτων με ασπόνδυλους οργανισμούς και της εγκατάστασης πληθυσμών ψαριών.

## 2<sup>η</sup> ΕΦΑΡΜΟΓΗ: Κατασκευή υποθαλάσσιας «όασης» κατάδυσης αναψυχής στον κόλπο της Σητείας

Μόλις πρόσφατα, η ερευνητική ομάδα του ΙΘΑΒΒΥΚ ανέλαβε την εκπόνηση των απαραίτητων μελετών για τη κατασκευή ενός δεύτερου καινοτομικού έργου στον κόλπο της Σητείας με χρηματοδότηση της τοπικής Δημοτικής Αρχής (Σεπτέμβριος 2012). Το έργο αυτό παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον καθώς οι βορειο-ανατολικές ακτές της Κρήτης προσφέρονται από κάθε άποψη για την ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι στην ευρύτερη περιοχή της Σητείας προγραμματίζεται σήμερα η υλοποίηση στρατηγικών επενδύσεων ιδιαίτερα μεγάλης κλίμακας στον τομέα του τουρισμού που είναι βέβαιο ότι θα δώσουν σημαντική ώθηση στο τοπικό τουριστικό προϊόν. Μία ενδιαφέρουσα συγκυρία, που θα εξεταστεί κατά προτεραιότητα από την ερευνητική ομάδα, είναι η παρουσία ενός βομβαρδιστικού αεροσκάφους-ναυαγίου του δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου τύπου «Bristol Beaufighter» που κείτεται σε βάθος 28 μέτρων σε μία προσβάσιμη για την κατάδυση αναψυχής θέση του βυθού ανατολικά του λιμένα της Σητείας. Η παρουσία αυτού του ιστορικής σημασίας αεροσκάφους θα αξιοποιηθεί για την κατασκευή της υποθαλάσσιας «όασης» κατάδυσης αναψυχής που θα το εντάσσει εντός των χωροθετημένων ορίων της. Στη συγκεκριμένη περίπτωση η πόντιση των πρόσθετων τεχνητών ενδαιτημάτων (ΤΥ) στο βυθό της «όασης» θα «δένει» θεματικά με το ναυάγιο και ήδη εξετάζονται διάφορες πρωτότυπες εναλλακτικές τεχνικές λύσεις. Στην εικόνα 11 δίνονται ορισμένες χαρακτηριστικές υποβρύχιες φωτογραφίες του συγκεκριμένου αεροσκάφους όπως βρίσκεται σήμερα στον βυθό της Σητείας



Εικ. 11. Το ναυάγιο του βομβαρδιστικού αεροσκάφους του δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου τύπου «Bristol Beaufighter» που βρίσκεται σε βάθος 28 μέτρων στο βυθό του κόλπου της Σητείας (φωτο.:ektos.gr. - φωτοκαταγραφή)



## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Παν Πατρών

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας					
	(activity level)	<b>ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ</b>  Περιγράψτε με ποιον τρόπο η προτεινόμενη δραστηριότητα βασίζεται σε δυνατά σημεία ή συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας ή της περιφέρειας	<b>ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b> (Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	<b>ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ</b>  (Επιχειρηματολογείστε)	<b>ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ</b> (τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)	<b>ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</b>	<b>ΆΛΛΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ</b>  Α) Περιβαλλοντικές  Β) Κοινωνικές / Πολιτισμικές (Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και άλλα κριτήρια όπως αυτά που αναφέρονται στο εισαγωγικό κείμενο)

Θεματικός τουρισμός για στοχευμένες ομάδες τουριστών (ενδεικτικά στη Δυτική Ελλάδα)	Συνδυασμός τεχνολογιών τεκμηρίωσης, συνδυασμού και παρουσίασης πολυμεσικού / διαδικτυακού περιεχομένου	Επισκέψιμα σημεία ενδιαφέροντος άγνωστα στο μαζικό τουρισμό  Ποιοτικά αγροτικά προϊόντα μη επαρκώς προβεβλημένα  Δραστηριότητες στη φύση – ποικιλομορφία περιβάλλοντος που επιτρέπει πολλαπλές δραστηριότητες στην ίδια περιοχή	Επισκέπτες υψηλού επιπέδου που ενδιαφέρονται για δραστηριότητες στη φύση και να μάθουν την τοπική ιστορία και γαστρονομία	Θετικές επιπτώσεις σε φορείς εστίασης, φιλοξενίας, τοπικούς δήμους	Επάρκεια σε δυναμικό εξειδικευμένο σε νέες τεχνολογίες.  Παραγωγοί που αναζητούν εναλλακτικούς τρόπους γνωστοποίησης και διάθεσης των προϊόντων τους	Θετικές επιπτώσεις στις νέες τεχνολογίες, εστίαση και παραγωγή προϊόντων	Θετικές επιπτώσεις στους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης που υποχρεώνονται να προβάλλουν την περιοχή τους μέσω επιτροπών προβολής και ανάπτυξης
---	--	---	---	--	--	--	---

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα  (activity level)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)			
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)	- Εθνικό επίπεδο - Περιφερειακό επίπεδο <b>(υποδεικνύοντας ενδεχομένως και τη συγκεκριμένη Περιφέρεια)</b>	Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις  -  ΑΛΛΟ	ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
Τεχνολογίες τεκμηρίωσης, συνδυασμού και	Εταιρείες εστίασης, οργάνωσης	Σύμπραξη με αντίστοιχα τμήματα /	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας / Ιονίων Νήσων		Υλοποίηση πληροφοριακών συστημάτων		Αξιοποίηση θεσμοθετημένων επιτροπών

παρουσίασης πολυμεσικού / διαδικτυακού περιεχομένου	εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων	ερευνητικά εργαστήρια Πανεπιστημίων			συνεργασίας ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς έτσι ώστε να παρέχονται εστιασμένες τουριστικές υπηρεσίες ως προς τις δραστηριότητες, την ξενάγηση, την εστίαση και τη φιλοξενία		τουριστικής προβολής και ανάπτυξης των καλλικρατικών δήμων

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

## ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

### ΕΜΠ – Στ. Κόλλιας

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**

	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας					
		ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΆΛΛΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ
<p>Πολιτιστικός Τουρισμός</p> <p>-Προγραμματισμός ταξιδιού και επισκέψεων μέσω Διαδικτύου</p> <p>-Αναζήτηση και επιλογή επισκέψεων κατά τη διαδρομή του ταξιδιού προς Ελλάδα (π.χ. σε πλοία από Ιταλία)</p>	<p>Σημαιολογική αναζήτηση και απεικόνιση τουριστικών σημείων ενδιαφέροντος (π.χ. ξενοδοχεία, καταλύματα, τοποθεσίες, νησιά, διαδρομές, τουριστικά πακέτα) σε συσχέτιση με πολιτιστικά ιστορικά &amp; εκπαιδευτικά μνημεία, εκδηλώσεις, παραστάσεις και με στόχευση σε αύξηση των τουριστικών επισκέψεων στο σύνολο των περιοχών της χώρας και καθόλη τη διάρκεια του έτους.</p> <p>Νέες τεχνολογίες:</p> <p>-Σημαιολογική συσσώρευση, αναζήτηση πληροφοριών μεγάλου όγκου: semantic query answering, big data analysis, Διαλειτουργικότητα</p> <p>-Ανάλυση συμπεριφοράς χρηστών / επισκεπτών (affective computing, behavior analysis)</p> <p>-Ανάλυση &amp; Αναζήτηση Πολυμεσικού Περιεχομένου, 2-Δ &amp; 3-Δ (content-</p>	<p>Μεγάλη συμμετοχή σε ψηφιοποίηση και διάθεση πολιτιστικού περιεχομένου από ελληνικούς φορείς.</p> <p>Σημαντική συμμετοχή ελληνικών φορέων (τεχνολογικών και πολιτιστικών) στην δημιουργία και εξέλιξη της Ευρωπαϊκής Ψηφιακής Βιβλιοθήκης (Europeana).</p>	<p>Η χώρα διαθέτει τεράστιο πολιτιστικό πλούτο.</p> <p>45% των επισκεπτών ενδιαφέρονται για τα ευρήματα πολιτισμού/ιστορίας της Ελλάδας.</p>	<p>Αύξηση επισκεψιμότητας (καθόλο το χρόνο) με σύνδεση με το Ελληνικό Πολιτιστικό Απόθεμα</p>	<p>Αριστεία σε διαλειτουργικότητα, σημαιολογική αναζήτηση, αναζήτηση με βάση το περιεχόμενο, ανάλυση συμπεριφοράς</p> <p>Τεχνική υποστήριξη της Europeana</p>	<p>Εκτιμώμενη δημιουργία δεκάδων χιλιάδων θέσεων εργασίας.</p>	

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα  (activity level)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε επίπεδο παρέμβασης	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις  -  ΑΛΛΟ
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)	- Εθνικό επίπεδο - Περιφερειακό επίπεδο		
<p>Σημαιολογική αναζήτηση και απεικόνιση τουριστικών σημείων ενδιαφέροντος (π.χ. ξενοδοχεία, καταλύματα, τοποθεσίες, νησιά, διαδρομές, τουριστικά πακέτα) σε συσχέτιση με πολιτιστικά ιστορικά &amp; εκπαιδευτικά μνημεία, εκδηλώσεις, παραστάσεις.</p> <p>Νέες τεχνολογίες: -Σημαιολογική συσσώρευση, αναζήτηση πληροφοριών μεγάλου όγκου: semantic query answering, big data analysis, Διαλειτουργικότητα -Ανάλυση συμπεριφοράς χρηστών / επισκεπτών (affective computing, behavior analysis) -Ανάλυση &amp; Αναζήτηση Πολυμεσικού Αποθέματος, (content-based search, GIS)</p>	Συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, με εταιρείες πληροφορικής, διαχείρισης περιεχομένου, πρακτορεία ταξιδιών.	Συνεργασία με Πανεπιστήμια – Ερευνητικά Κέντρα	Τόσο σε εθνικό επίπεδο, όσο και στο Ιόνιο και στο Αιγαίο.	Επιλογή και χρησιμοποίηση κοινών ή διαλειτουργικά συνδεδεμένων συστημάτων & πλατφορμών για συσσώρευση, διαχείριση και προβολή πολιτιστικού αποθέματος (ειδικά ανοικτών όπως η Europeana) και παροχής τουριστικών υπηρεσιών.	Μελέτη για προκήρυξη στοχευμένων δράσεων σε σχέση με τις προτεινόμενες δραστηριότητες. Χρησιμοποίηση και ενσωμάτωση ανοικτών λύσεων (συστημάτων, πλατφορμών) που έχουν αναπτυχθεί εθνικό & ευρωπαϊκό επίπεδο. Συμμετοχή στην Εκδήλωση για χρήση του Πολιτιστικού περιεχομένου για 1) Έρευνα και 2) Τουρισμό που οργανώνει η Europeana στην Αθήνα 23-24/6 (με τη συνεργασία του ΕΚΤ στο θέμα της Έρευνας) και στην επόμενη για τον Τουρισμό 1/10 στη Ρώμη (στο πλαίσιο της Ιταλικής Προεδρίας). Ειδικότερα προτείνω «τη Διοργάνωση ενός Hackathon» Παράλληλα με την ως άνω εκδήλωση, σε συνεργασία με την Europeana και τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού. Ένα αντίστοιχο που διοργάνωσε η Europeana είχε τους εξής στόχους: During the event developers are encouraged to try out their ideas and design prototypes of new products and services based on Europeana datasets and API. On the second day they will also have the opportunity to present their projects to Italian investors who can help them turn their prototypes into commercially viable projects and start-ups.

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

.....

...Ναι, στη σύνδεση νέων τεχνολογιών, όπως αυτές που αναφέρθηκαν ανωτέρω και της πλατφόρμας τουρισμού της ΓΓΕΤ.

# ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

## ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

**Όνοματεπώνυμο:** Λέπυρας Γεώργιος  
**Φορέας απασχόλησης:** Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου  
**Περιοχή Δραστηριοποίησης:** Πληροφορική

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)  (activity level)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ (Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ (Επιχειρηματολογείστε)	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ (τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΆΛΛΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ  Α) Περιβαλλοντικές  Β) Κοινωνικές / Πολιτισμικές (Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και άλλα κριτήρια όπως αυτά που αναφέρονται στο εισαγωγικό κείμενο)
Π.χ. Ιατρικός Τουρισμός	Π.χ. Νέες τεχνολογίες / Ρόλος εργαστηρίων Ε.Κ. στον διαγνωστικό	Περιγράψτε με ποιον τρόπο η προτεινόμενη δραστηριότητα βασίζεται σε δυνατά σημεία ή συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας ή της περιφέρειας					



Θαλάσσιος Τουρισμός	<p style="text-align: center;">τομέα υγείας</p> <p style="text-align: center;">Υπηρεσίες ενημέρωσης των επισκεπτών με κρουαζιέρα για τις διαθέσιμες επιλογές μετακίνησής τους στον προορισμό στον οποίο καταφθάνουν, τη σύνδεση των σημείων ενδιαφέροντος με κάθε μεταφορικό μέσο και άλλες σχετικές πληροφορίες..</p>					
Πολιτισμός και Τουρισμός Culture & tourism	<p style="text-align: center;">Ανάπτυξη σοβαρών παιγνιδιών για χώρους πολιτισμικού ενδιαφέροντος</p> <p>Η δράση έχει ως στόχο τον εμπλουτισμό των δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα σε χώρους πολιτισμού όπως μουσεία. Στόχος είναι η ανάπτυξη στοχευμένων (σε κοινό αλλά και περιεχόμενο δράσεων) σε δραστηριότητες εντός κτηρίων (όπως μουσεία), σε ανοικτούς χώρους (π.χ. αρχαιολογικούς χώρους) αλλά και ευρύτερα (ολόκληρες πόλεις ή περιοχές, με την ανάπτυξη συνεργειών μεταξύ διαφορετικών πολιτισμικών πόλων), με τη χρήση νέων τεχνολογιών και την προσέλκυση νέου,</p>	<p>Το πολιτιστικό απόθεμα αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας. Όπως καταγράφεται στην ετήσια έκθεση Survey on the attitudes of Europeans towards tourism, του Ευρωβαρόμετρου, τα ταξίδια με στόχους πολιτιστικούς έχουν αυξητική τάση.</p>		<p>Στην πράξη, εκτός των μεγάλων πόλεων, ο επισκέπτης έχει πολύ συγκεκριμένα πράγματα που μπορεί να δει και δραστηριότητες που μπορεί να πραγματοποιήσει. Απαιτείται η ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων που θα συγκρατούν τους επισκέπτες σε μια περιοχή όσο το δυνατό περισσότερο (αντί της υφιστάμενης κατάστασης όπου ο επισκέπτης πηγαίνει σε συγκεκριμένους στόχους και αγνοεί πιθανούς, συμπληρωματικού ενδιαφέροντος που βρίσκονται κοντά). Οι δράσεις θα πρέπει να είναι στοχευμένες σε</p>	<p>Υπάρχουν πολλές ομάδες που ασχολούνται με την ανάπτυξη τέτοιου περιεχομένου σε πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και ΤΕΙ, σε επιστήμες πληροφορικής και πολιτισμική τεχνολογία.</p>	

	διαφορετικού κοινού.			διαφορετικές ομάδες επισκεπτών και να κινητοποιούν τον επισκέπτη να γνωρίσει καλύτερα την περιοχή που επισκέπτεται.			
Πολιτισμός και Τουρισμός	<p>Εργαλεία/μεθοδολογίες για το σχεδιασμό και υλοποίηση εκπαιδευτικών διαδραστικών εφαρμογών για χώρους πολιτισμού.</p> <p>Η ανάπτυξη εκπαιδευτικών εφαρμογών για πολιτισμικούς πόλους όπως μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους γίνεται συνήθως κατά περίπτωση, ακόμη για τον ίδιο πόλο. Άμεσο αποτέλεσμα είναι το υψηλό κόστος ανάπτυξης και η δυσκολία απόσβεσης του κόστους. Είναι σημαντικό να αναπτυχθούν εργαλεία που θα μειώνουν το κόστος ανάπτυξης, δίνοντας πιθανώς τη δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης περιεχομένου και τυποποίησης διαδικασιών, ώστε και μικρότερου μεγέθους πολιτισμικοί πόλοι να μπορούν να ενσωματώσουν νέες εμπειρίες για τους</p>	Η δράση στοχεύει στην ανάδειξη του πολιτιστικού αποθέματος της χώρας.		<p>Το κόστος ανάπτυξης εφαρμογών εκπαιδευτικού περιεχομένου δεν είναι αμελητέο. Η διαδικασία που ακολουθείται συχνά βασίζεται σε μεθοδολογία try &amp; error με αποτέλεσμα να αυξάνεται το κόστος. Επιπλέον, παρότι για ένα πολιτισμικό πόλο μπορεί να υπάρχουν ήδη αναπτυγμένες επιτυχημένες εφαρμογές η διαδικασία συχνά ξεκινά από την αρχή. Η υλοποίηση εργαλείων όπως αυτά που περιγράφονται στην πρόταση, θα έδινε συγκριτικό πλεονέκτημα τόσο στους ίδιους τους πολιτισμικούς πόλους όσο και στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην ανάπτυξη τέτοιων εφαρμογών.</p>	Υπάρχουν πολλές ομάδες που ασχολούνται με την ανάπτυξη τέτοιου περιεχομένου σε πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και ΤΕΙ, σε επιστήμες πληροφορικής και σχετικές με πολιτισμική τεχνολογία.		

	επισκέπτες τους.						
Πολιτισμός και Τουρισμός	<p>Υπηρεσίες εξατομικευμένης πληροφόρησης</p> <p>Η δράση αποσκοπεί στην ανάπτυξη νέων, καινοτόμων, διαδραστικών υπηρεσιών οι οποίες εξατομικεύουν τις προτάσεις τουριστικού ενδιαφέροντος τόσο ανάλογα με το προφίλ του επισκέπτη όσο και με το χώρο και χρόνο.</p>	<p>Η δράση στοχεύει στη βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη/τουρίστα.</p>		<p>Πρόσφατες μελέτες [ Strielkowski, W., Riganti, P., &amp; Jing, W. (2012). TOURISM, CULTURAL HERITAGE AND E-SERVICES: USING FOCUS GROUPS TO ASSESS CONSUMER PREFERENCES. <i>TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM</i>, 7(1), 41-60.] καταδεικνύουν την ανάγκη για εξατομικευμένη πληροφόρηση των επισκεπτών.</p>	<p>Υπάρχουν πολλές ομάδες που ασχολούνται με την ανάπτυξη τέτοιου περιεχομένου σε πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και ΤΕΙ, σε επιστήμες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών.</p>		

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

<p><b>Δραστηριότητα</b></p> <p>(activity level)</p>	<p><b>ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)</b></p>	<p><b>Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Εθνικό επίπεδο</li> <li>- Περιφερειακό επίπεδο</li> </ul> <p><b>(υποδεικνύοντας ενδεχομένως και τη συγκεκριμένη Περιφέρεια)</b></p>	<p><b>ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)</b></p>



3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

IknowHow S.A, <http://www.iknowhow.com/>, Δρ. Γ. Μπούκης, 2106041425

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

Ναι, σε ομάδες που σχετίζονται με:

Εφαρμογές παιχνιδιών στον τουρισμό

Εξατομικευμένη, χωρική πληροφόρηση (ειδικά με νέες τεχνολογίες όπως επαυξημένη πραγματικότητα)

.....

.....

.....

.....

.....

# ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

## ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

### ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)  (activity level)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας	ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ (Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ (Επιχειρηματολογείστε)	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ (τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
Ιατρικός Τουρισμός	Νέες τεχνολογίες / Ρόλος των τουριστικών μεσαζόντων στην διαχείριση της τουριστικής ζήτησης.						



3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

International Association of Cultural and Digital Tourism  
International Association of Medical Tourism

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

Μας ενδιαφέρει η συμμετοχή σε θέματα που έχουν να κάνουν με πολιτιστικό και ψηφιακό τουρισμό και ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στον τουρισμό γενικά, καθώς και σε θέματα ιατρικού τουρισμού στην διαχείριση των τουριστικών μεσαζόντων και διαχείριση ηλεκτρονικής πλατφόρμας



## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας	ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
	(activity level)	Περιγράψτε με ποιον τρόπο η προτεινόμενη δραστηριότητα βασίζεται σε δυνατά σημεία ή συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας ή της περιφέρειας	(Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	(Επιχειρηματολογείστε)	(τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)		<b>A) Περιβαλλοντικές</b>  <b>B) Κοινωνικές / Πολιτισμικές</b> (Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και άλλα κριτήρια όπως αυτά που αναφέρονται στο εισαγωγικό κείμενο)
Τουρισμός Υγείας Ευεξίας	Πέντε βασικές κατηγορίες υπηρεσιών που δύναται να αναπτυχθούν στο πλαίσιο του ιατρικού τουρισμού είναι : α)ξενοδοχεία ευεξίας και spa	Η ύπαρξη διακριτών υπηρεσιών στο χώρο του τουρισμού υγείας/ευεξίας υπαγορεύεται από την αναγκαιότητα	Το μέγεθος της αγοράς δεν είναι εφικτό να αποτυπωθεί γνωρίζουμε όμως χώρες και θέρετρα	Οι προσδοκώμενες οικονομικές επιπτώσεις διαγράφονται ευνοϊκές λαμβάνοντας υπόψη πως το 15% του συνόλου της ευρωπαϊκής αγοράς		Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας αποτελεί βασικό ζητούμενο στην προσπάθεια	Οι προσδοκώμενες επιπτώσεις σαφώς εμπεριέχουν περιβαλλοντική διάσταση και συνιστά πρόκληση

	<p>θήρετρα β) ιατρικές (χειρουργικές) υπηρεσίες γ) αναψυχής και ψυχαγωγής δ) πνευματική και ολιστική προσέγγιση ε) ιατρικές (θεραπευτικές υπηρεσίες). Το πεδίο έρευνας/τεχνολογίας είναι σε θέση να παράσχει τα απαιτούμενα εργαλεία για την ανάδειξη και προβολή των ανωτέρω κατηγοριών</p>	<p>διαφοροποίησης των παρεχόμενων υπηρεσιών ανάλογα με τον προορισμό λαμβάνοντας υπόψη τις προτιμήσεις των δυνητικών επισκεπτών. Η χώρα μας αλλά και κάθε περιφέρεια ξεχωριστά διαθέτει ένα σύνολο υποδομών όσο και φυσικών πόρων που μπορούν να αξιοποιηθούν συνδυαστικά ή μεμονωμένα στην προώθηση του εν λόγω τουριστικού προϊόντος</p>	<p>της βόρειας και κεντρικής Ευρώπης προσελκύουν ένα μεγάλο μεγέθους κοινό παρέχοντας μια μεγάλη γκάμα υπηρεσιών.</p>	<p>αντιστοιχεί σε διακοπές υγείας.</p>		<p>ανάδειξης του τουρισμού υγείας ευεξίας όχι μόνο δεσμευτικά στον τουριστικό κλάδο αλλά και σε ιατρικά ή παραϊατρικά επαγγέλματα</p>	<p>η ανάπτυξη του κλάδου μέσω ήπιων παρεμβάσεων που δεν θα αλλοιώνουν τον χαρακτήρα και τον φυσικό πλούτο των περιοχών. Επιπλέον οι τουρίστες ευεξίας είναι μέσης ηλικίας, υψηλού επιπέδου μόρφωσης που ανήκουν σε ανώτερα οικονομικά στρώματα και διαθέτουν υψηλό βαθμό ευαισθησίας απέναντι στο κοινωνικό/πολιτισμικό γίγνεσθαι των περιοχών που επισκέπτονται.</p>

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ	Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)
---------------	--	-------------------------------------	---



3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα.

*Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

Η ΕΥΣΕΥΤ ενδιαφέρεται να συμμετάσχει σε οποιαδήποτε στοχευμένη ομάδα εργασίας κρίνεται απαραίτητο προς την κατεύθυνση διαμόρφωσης συγκεκριμένων προτάσεων/ δράσεων στους τομείς προτεραιότητας που αναδεικνύονται μέσω της πλατφόρμας ΓΓΕΤ.

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότείνουν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)  (activity level)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας	ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ (Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ (Επιχειρηματολογείστε)	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ (τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
Π.χ. Ιατρικός Τουρισμός Όλες οι μορφές τουρισμού κατά μήκος και πλάτος της Επικράτειας. Οτιδήποτε υπάρχει ως οργανωμένη προσφορά θα πρέπει να απεικονίζεται με σαφήνεια	Π.χ. Νέες τεχνολογίες / Ρόλος εργαστηρίων Ε.Κ. στον διαγνωστικό τομέα υγείας  Πρόκειται για ιδιαίτερως πολύπλοκη και απαιτητική μορφή τουρισμού. Απαιτείται η πιστοποίηση των	Υποδομή υπάρχει μόνο για το μαζικό Τουρισμό (θερινός παραθεριστικός τουρισμός) Όλες οι άλλες μορφές	17,9 εκατ. για το 2013  21 εκ για το 2014	10,5 δις ευρώ για το 2013  12 δις ευρώ για το 2014	ΕΛΣΤΑΤ  ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  ΤΟΠΙΚΑ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ		Οικονομικές  (Τουριστικό ισοζύγιο)  Περιβαλλοντικές ( παραβίαση της

<p>και χρησιμότητα στο διαδίκτυο προκειμένου να είναι προσεγγίσιμο. Εκτός από τα οργανωμένα τουριστικά πακέτα τα οποία διακινούν οι Τ.Ο.ς, σκοπός είναι η διευκόλυνση των FITs ώστε να έχουν τη δυνατότητα α) να γνωρίζουν την προσφορά β) να έχουν τη δυνατότητα online αγορών υπηρεσιών και προγραμμάτων</p> <p><b>Θαλάσσιος Τουρισμός</b> Απαραίτητη η ανάρτηση των πληροφοριών που αφορούν σε ναύλωση σκαφών, αγκυροβόλια, σημεία ανεφοδιασμού, θαλάσσια σπορ, κρουαζιέρες, κατάσταση και υπηρεσίες υποδοχής λιμένων, μαρίνων, συνεργείων επισκευής κοκ</p> <p><b>Πράσινος Τουρισμός- Φυσιολατρικός Τουρισμός Περιηγητικός Τουρισμός Πολιτιστικές διαδρομές Χειμερινός Τουρισμός CITY BREAKS ΑΘΗΝΑ _ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ Συνεδριακός Τουρισμός</b></p>	<p>νοσηλευτικών μονάδων της Χώρας σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα. Στη συνέχεια η προβολή γίνεται μέσα από media facilitators που είναι εξειδικευμένοι στη διακίνηση και εξυπηρέτηση ιατρικών τουριστών από τη χώρα προέλευσης.</p> <p>Υπηρεσίες ενημέρωσης των επισκεπτών με κρουαζιέρα για τις διαθέσιμες επιλογές μετακίνησής τους στον προορισμό στον οποίο καταφθάνουν, τη σύνδεση των σημείων ενδιαφέροντος με κάθε μεταφορικό μέσο και άλλες σχετικές πληροφορίες..</p>	<p>Τουρισμούς χρήζουν οργάνωσης σύμφωνα με κριτήρια του διεθνούς ανταγωνισμού.</p> <p>Η Ελλάδα είναι γνωστή διεθνώς ως θερινός τουρισμός διακοπών. Παρά την πολυποικιλότητα της Ελληνικής Επικράτειας και τη δραστηριοποίηση των Περιφερειακών Διοικήσεων, δεν υπάρχει σύνθεση προϊόντων</p>			<p>ΙΤΕΠ</p> <p>ΠΑΡΑΤΗΡΗΡΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</p> <p>ΔΟΥΡΥΦΟΡΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ</p> <p>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ</p>	<p>φέρουσας ικανότητας των προορισμών, φθορά τουριστικών πόρων, φυσικών πόρων, ενεργειακών αποθεμάτων κοκ)</p> <p>Διαταραχή του παραδοσιακού τρόπου ζωής των τοπικών κοινοτήτων, ανταλλαγή συνθησιών, ζύμωση με τον τοπικό πληθυσμό, εξωστρέφεια κοκ)</p> <p>Εξοικείωση των επισκεπτών με τις παραδόσεις και την ιστορία της Ελλάδας,</p> <p>Σε περίπτωση αύξησης της ικανοποίησης των επισκεπτών , ενδυνάμωση της εικόνας της Χώρας διεθνώς</p> <p>Αύξηση αναγνωρισιμότητας</p>
--	---	--	--	--	---	--

							της Ελλάδας,

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα  (activity level)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)			
		Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Εθνικό επίπεδο</li> <li>- Περιφερειακό επίπεδο</li> <li>- <b>Πιλοτικοί άξονες</b></li> <li>- <b>Περιφέρεια Αττικής</b></li> <li>- <b>Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας</b></li> <li>- <b>Περιφέρεια Κρήτης</b></li> </ul>	Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις  -  ΑΛΛΟ

			<b>προωθητικών δράσεων με επιτυχία</b>				
Καταγραφή των τουριστικών πόρων κάθε περιοχής	Clustering	Εκπαίδευση	Εκτός αυτού, ο ΕΟΤ διατηρεί δίκτυο Γραφείων Εξωτερικού καθώς και ένα διεθνές δίκτυο υποστηρικτών των θέσεων της Ελλάδας και του Ελληνικού Τουρισμού	Εκπαίδευση-μεταφορά τεχνογνωσίας δίκτυα συνεργασιών	Σε συνεργασία με τις Περιφέρειες η κατάρτιση προτάσεων προς ένταξη στο ΣΕΣ προκειμένου να δημιουργηθούν/ενισχυθούν υποδομές και ανωδομές για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού	Ορισμός Πιλοτικών δράσεων σε ορισμένες περιφέρειες και κατάρτιση προγράμματος προώθησης και προβολής από τον ΕΟΤ σε συνεργασία με διεθνούς εμβέλειας μέσα και από κοινού με τις Περιφέρειες	Νομοθεσία η οποία θα καθορίζει το πλαίσιο συνεργασιών, Προδιαγραφές ειδικών μορφών τουρισμού, απλοποίηση της ισχύουσας νομοθεσίας, κίνητρα για start-ups σχετιζόμενα με ειδικές μορφές τουρισμού
Κατάρτιση εθνικού σχεδίου τουρισμού με εφικτούς στόχους	Ανταλλαγή τεχνογνωσίας						
Εκπαίδευση και συντονισμός των Περιφερειών ως προς τους προς επίτευξη στόχους							
Παραγωγή νομοθεσίας για την κατοχύρωση των ειδικών μορφών τουρισμού							
Κίνητρα							

Καταγραφή των νέων προϊόντων



Προβολή

Μέτρηση αποτελεσμάτων

Ανατροφοδότηση του

Εθνικού Σχεδίου Τουρισμού

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΕΔΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας	ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ (	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
		(	) A) Περιβαλλοντικές B) Κοινωνικές / Πολιτισμικές (				
Πολιτιστικός τουρισμός	<p>Προηγμένες τεχνικές εικονικής αναπαράστασης πολ. Κληρονομιάς/γεγονότων</p> <p>Έξυπνα συστήματα ήχου/εικόνας/μετάφρασης (p.x. e-guide)</p> <p>Mobile applications σε Μουσεία, κλπ</p> <p>Δημιουργία πιστών αντιγράφων</p> <p>E-υπηρεσίες κρατήσεων</p> <p>Ψηφιακά ε ενθυμήματα</p>	<p>Η ΠΙΝ διαθέτει μεγάλο πλούτο πολιτιστικών μνημείων, η πόλη της Κέρκυρας είναι μνημείο UNESCO ενώ υπάρχει μεγάλος αριθμός εκδηλώσεων και φεστιβάλ σύγχρονου πολιτισμού.</p>	<p>Απευθύνεται στην εσωτερική και διεθνή αγορά. (το 2013 συνολικά στα Ιόνια νησιά, περίπου 1,5 εκατ. επισκέπτες )</p>	<p>Βελτίωση ελκυστικότητας λόγω προώθησης πολιτιστικών πόρων, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.</p> <p>Αλλαγή τουριστικού μοντέλου ΠΙΝ</p>	<p>Ήδη το Ιόνιο Πανεπιστήμιο (Τμήματα Πληροφορικής, Τεχνών Ήχου και Εικόνας, Επιστημών της Πληροφορίας και Μουσικών σπουδών) και το ΤΕΙ Ιονίων Νήσων διαθέτουν σχετικό ερευνητικό</p>	<p>Ναι- δημιουργία νέων ειδικοτήτων και νέου τύπου επιχειρήσεων και υπηρεσιών</p>	<p>Βελτίωση ποιότητας τουριστών, αλλαγή μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, στροφή στην ποιότητα, δημιουργία εξειδικευμένων εργαζομένων</p>

	Πλατφόρμα ενημέρωσης επισκεπτών για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις (σύγχρονες/παραδοσιακές) που συμβαίνουν ΤΠΕ για τουρίστες ΑΜΕΑ				δυναμικό και εργαστήρια		
Θαλάσσιος τουρισμός	<p>Προβολή θαλάσσιου τουρισμού</p> <p>Υπηρεσίες ενημέρωσης των επισκεπτών κρουαζιέρας για τρόπους μετακίνησης, εκδρομές, σημεία ενδιαφέροντος, αποστάσεις, συνδέσεις και άλλες σχετικές πληροφορίες.</p> <p>Ε- υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης καιρού, κατάστασης θαλασσών, για μικρά ή μεσαία λιμάνια αγκυροβόλησης για ιστιοπλοϊκά ή σκάφη αναψυχής</p> <p>Καταγραφή σημείων ενδιαφέροντος και αλιευτικού πλούτου για την ανάπτυξη αλιευτικού τουρισμού</p> <p>Αντίστοιχα για τον καταδυτικό τουρισμό</p>	<p>Το Ιόνιο αποτελεί ιδανική θάλασσα για ιστιοπλοϊκό, καταδυτικό, αλιευτικό τουρισμό λόγω της ηρεμίας και των πολλών μικρών λιμανιών/καταφυγίων.</p> <p>Δυνατότητες για θαλάσσια σπορ (surf στη Λευκάδα, σκι, καταδύσεις, κλπ)</p> <p>Σημαντική κίνηση στον τουρισμό κρουαζιέρας (προσπάθεια δικτύωσης σχετικών λιμένων)</p> <p>Εξαίρετικός πλούτος βυθού ελκυστικός για καταδύσεις</p>	<p>Υπάρχει ήδη μια ανερχόμενη αγορά ιστιοπλοϊκού τουρισμού, κρουαζιέρας (Μεσόγειος, Αδριατική)</p> <p>Υποδομές 2 σύγχρονων Μαρινών (Κέρκυρα, Λευκάδα) λειτουργούν ελκυστικά</p>	<p>Ο τουρισμός κρουαζιέρας προσθέτει σημαντικά στην οικονομική δραστηριότητα κυρίως των πόλεων.</p> <p>Ο ιστιοπλοϊκός τουρισμός, περισσότερο ποσοτικός, θα έχει θετική οικονομική επίπτωση σε πολλές περιοχές των Ιονίων</p> <p>Αναπτύσσονται επιπλέον κλάδοι και δραστηριότητες γύρω από αυτές τις μορφές τουρισμού</p>	<p>Τα Τμήματα Πληροφορικής και Ήχου &amp; Εικόνας διαθέτουν το ερευνητικό δυναμικό για την τεχνολογική και ψηφιακή αναβάθμιση των υπηρεσιών και προϊόντων του τομέα</p> <p>Το ΕΚΕΘΙ έχει καταγράψει τους πόρους στον καταδυτικό και αλιευτικό τουρισμό</p>	Ναι	Εμπλουτισμός του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος-προστασία και ανάδειξη του θαλάσσιου περιβάλλοντος.
Οικοτουρισμός	<p>Πράσινες εφαρμογές σε τουριστικές ΜΜΕ για μείωση οικολογικού αποτυπώματος</p> <p>Ε-υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης για οικοτόπους, σημεία</p>	<p>Η ΠΙΝ διαθέτει το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Ζακύνθου και μεγάλο αριθμό υδροβιοτόπων και οικοτόπων, περιοχών NATURA και προστατευόμενων</p>	<p>Η σχετική αγορά, κυρίως διεθνής, σήμερα είναι μικρή αλλά έχει δυνατότητες ανάπτυξης</p>	<p>Ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού, με οικονομικό αντίκτυπο στην ύπαιθρο και στις μη τουριστικές περιοχές.</p>	<p>Το ΤΕΙ Ιονίων Νήσων διαθέτει Τμήμα Οικολογίας &amp; Περιβάλλοντος με αντίστοιχα εργαστήρια</p>	<p>Νέες θέσεις εργασίας σε νέες ειδικότητες, νέου τύπου επιχειρηματικότητα</p>	<p>Ανάδειξη φυσικών πόρων, προστασία περιβάλλοντος.</p>

	οικολογικού ενδιαφέροντος, περπατητικές ή άλλες διαδρομές και μονοπάτια, κλπ	περιοχών.					
Θρησκευτικός	Ε-υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης για σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος, διαδρομές, θρησκευτική τέχνη, εορτές και γεγονότα (π.χ. Πάσχα, λιτανείες), έθιμα, κλπ  Ψηφιακή καταγραφή εκκλησιαστικού πλούτου (μνημεία, αγιογραφίες, ψηφιδωτά, κλπ) / προβολή διαδικτυακά και με νέες εφαρμογές	Στα Ιόνια βρίσκονται τα λείψανα 3 Αγίων. Επίσης σημαντικά παλαιοχριστιανικά και βυζαντινά μνημεία, εκκλησίες και μονές. Μουσεία βυζαντινής και εκκλησιαστικής τέχνης.  Θρησκευτικές εκδηλώσεις παραδοσιακές (Πάσχα Κέρκυρας, λιτανείες αγίων, ιδιαίτερα θρησκευτικά έθιμα)	Σημαντική και ανερχόμενη αγορά από τις πρώην Ανατολικές χώρες (Ρωσία, Βαλκάνια)	Εμπλουτισμός της οικονομικής δραστηριότητας με νέα προϊόντα.	Τα εργαστήρια των τμημάτων Πληροφορικής και Ήχου & Εικόνας μπορούν να συμβάλουν στην ψηφιακή καταγραφή και προβολή του θρησκευτικού πλούτου, των διαδρομών και των μνημείων.	Ναι	Πολιτισμικές επιπτώσεις, ανάδειξη όχι γνωστών πολιτιστικών πόρων
Ιατρικός	Βιοπληροφορική/Ερευνητικό εργαστήριο  Ανάπτυξη συστημάτων τηλεφροντίδας	Εργαστήριο Βιοπληροφορικής με σημαντική ερευνητική δραστηριότητα.  Ιδανικές κλιματικές συνθήκες για ανάπτυξη ιατρικού τουρισμού	Σήμερα μηδαμινή. Δυνατότητες αγοράς από χώρες Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης	ΠΙΝ= κέντρο σημαντικών ερευνητικών αποτελεσμάτων.  Προσθήκη οικονομικών ωφελειών από την ανάπτυξη νέας μορφής τουρισμού, υψηλού επιπέδου	Εργαστήριο Έρευνας Βιοπληροφορικής Ιονίου Πανεπιστημίου (παγκόσμια ανακάλυψη προδιάθεσης Alzheimer)	Ναι	Κοινωνικές επιπτώσεις, με διάχυση αποτελεσμάτων ιατρικής έρευνας.  Ασφάλεια στους κατοίκους/επισκέπτες από τις εφαρμογές τηλεφροντίδας
Γαστρονομικός	Εμπλουτισμός παραδοσιακής γαστρονομίας με νέες γεύσεις (χρήση	Προϊόντα υψηλής διατροφής αξίας, ΠΟΠ, ΠΓΕ.. Προϊόντα μοναδικά. (κουμ-κουάτ, σταφίδα, Robola).	Εθνική και διεθνής αγορά. Μεγάλη τουριστική αγορά.	Μεγάλη οικονομική δραστηριότητα στο χώρο εστίασης, ξενοδοχείων, πρωτογενούς παραγωγής,	ΤΕΙ Ιονίων Νήσων-Τμήμα Τεχνολογίας Τροφίμων	Ναι- ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων και επιχειρήσεων	Κοινωνικές-εμπλέκεται μεγάλος αριθμός ατόμων πέραν του καθαρά

	<p>ζυμομυκήτων, κλπ)/</p> <p>Νέες χρήσεις φυσικών προϊόντων</p> <p>Τεχνολογία για την ιχνηλασιμότητα τοπικών προϊόντων</p> <p>Νέες τεχνολογίες για την προβολή ταυτότητας προϊόντων και γαστρονομίας</p>	<p>Γαστρονομικές γεύσεις παραδοσιακές.</p> <p>Τμήμα Βιολογικής Γεωργίας και Τεχνολογίας Τροφίμων (ΤΕΙ Ιονίων νήσων) με έρευνες σχετικά με τον τομέα της διατροφής.</p> <p>Μικρά δίκτυα τοπικών παραγωγών</p>		<p>μεταποίησης, προώθησης και προβολής</p>			<p>τουριστικού τομέα.</p> <p>Πολιτισμικές- αναδεικνύεται μια άλλη πλευρά του τοπικού πολιτισμού</p> <p>Περιβαλλοντικές- η ανάπτυξη προϊόντων ποιότητας και βιολογικών αναβαθμίζει το περιβάλλον</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)			
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)	- Εθνικό επίπεδο - Περιφερειακό επίπεδο	Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις - ΑΛΛΟ	ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
Προηγμένες τεχνικές εικονικής αναπαράστασης πολ. Κληρονομιάς/γεγονότων	Ναι	Ιόνιο Πανεπιστήμιο	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων			Τεκμηρίωση	
Έξυπνα συστήματα ήχου/εικόνας/μετάφρασης (p.x. e-guide) Δημιουργία πιστών αντιγράφων Mobile applications Μουσείων, κ.α.	Ναι	Ιόνιο Πανεπιστήμιο	Εθνικό επίπεδο Εθνικό επίπεδο	Εξειδίκευση Εξειδίκευση Εξειδίκευση		Δικαιώματα	Ενίσχυση ΜΜΕ για σχετικές δράσεις
Ε-υπηρεσίες κρατήσεων	Ναι		Εθνικό επίπεδο Εθνικό επίπεδο				
Ψηφιακά ε ενθυμήματα Σύνδεση χειροτεχνίας και ψηφιακής τεχνολογίας	Ναι	Clusters		Εκπαίδευση & εξειδίκευση			Κίνητρα για start-ups δημιουργικές επιχειρήσεις
Πλατφόρμα ενημέρωσης επισκεπτών για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις (σύγχρονες/παραδοσιακές) που συμβαίνουν	Ναι	Δικτύωση	Τοπικό και περιφερειακό επίπεδο	Εκπαίδευση στελεχών		Πληροφόρηση/ συντονισμός-οργάνωση	
ΤΠΕ για τουρίστες ΑΜΕΑ	Ναι		Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	Εξειδίκευση		Υποδομές ΑΜΕΑ	
----- Προβολή θαλάσσιου τουρισμού Υπηρεσίες ενημέρωσης των επισκεπτών κρουαζιέρας για τρόπους μετακίνησης, εκδρομές,			»		Υποδομές κρουαζιέρας/μαρινών		

<p>σημεία ενδιαφέροντος, αποστάσεις, συνδέσεις και άλλες σχετικές πληροφορίες.</p> <p>E- υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης καιρού, κατάστασης θαλασσών, για μικρά ή μεσαία λιμάνια αγκυροβόλησης για ιστιοπλοϊκά ή σκάφη αναψυχής</p> <p>Καταγραφή σημείων ενδιαφέροντος και αλιευτικού πλούτου για την ανάπτυξη αλιευτικού τουρισμού</p> <p>Αντίστοιχα για τον καταδυτικό τουρισμό</p>	<p>Ναι</p>	<p>Δικτύωση</p> <p>ΕΛΚΕΘΕ</p> <p>ΕΛΚΕΘΕ Δικτύωση</p>	<p>»</p> <p>Επίπεδο Μακροπεριφέρειας Αδριατικής &amp; Ιονίου</p> <p>Περιφέρεια/Μακροπεριφέρεια</p> <p>Περιφέρεια</p>		<p>Υποδομές καταγραφής συνθηκών/ δικτύωση λιμανιών</p> <p>Υποδομές αλιευτικού τουρισμού</p>	<p>Συντονισμός, παροχή πληροφόρησης</p> <p>»</p>	<p>Αρση εμποδίων δραστηριότητας αλιευτικού τουρισμού</p> <p>Χωροθέτηση καταδυτικών πάρκων</p>
<p>Πράσινες εφαρμογές σε τουριστικές ΜΜΕ για μείωση οικολογικού αποτυπώματος</p> <p>E-υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης για οικοτόπους, σημεία οικολογικού ενδιαφέροντος, περιπατητικές ή άλλες διαδρομές και μονοπάτια, κλπ</p>	<p>Ναι</p>	<p>ΤΕΙ- Τμήμα Οικολογίας</p>	<p>Περιφέρεια Ιονίων Νήσων</p> <p>Τοπικό/ περιφερειακό επίπεδο</p>	<p>Κατάρτιση/ εξειδίκευση</p> <p>Κατάρτιση οικοξεναγών</p>	<p>Υποδομές μονοπατιών, υποδομές ανάδειξης οικοτόπων</p>	<p>Παροχή κινήτρων στις ΜΜΕ για πράσινες εφαρμογές</p> <p>Συντονισμός, πληροφόρηση</p>	<p>Θεσμικό πλαίσιο για πράσινες υποδομές, ενέργεια κλπ Ενίσχυση ΜΜΕ</p> <p>Θεσμικό πλαίσιο προστασίας οικοτόπων. Θεσμοθέτηση Περιβαλλοντικών πάρκων</p>



<p>Ε-υπηρεσίες και συστήματα πληροφόρησης για σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος, διαδρομές, θρησκευτική τέχνη, εορτές και γεγονότα (π.χ. Πάσχα, λιτανείες), έθιμα, κλπ</p> <p>Ψηφιακή καταγραφή εκκλησιαστικού πλούτου (μνημεία, αγιογραφίες, ψηφιδωτά, κλπ) / προβολή διαδικτυακά και με νέες εφαρμογές</p>		<p>Ιόνιο Πανεπιστήμιο</p> <p>Ιόνιο Πανεπιστήμιο</p>	<p>Τοπικό/ περιφερειακό επίπεδο</p> <p>Τοπικό/ περιφερειακό επίπεδο</p>	<p>Εξειδίκευση, κατάρτιση</p>	<p>Παρεμβάσεις σε εκκλησιαστικά μνημεία</p>	<p>Συντονισμός</p>	
<p>Βιοπληροφορική/Ερευνητικό εργαστήριο</p> <p>Ανάπτυξη συστημάτων τηλεφροντίδας</p>	<p>Ναι</p>	<p>Δικτύωση με Νοσοκομείο/Κλινικές Ιόνιο Πανεπιστήμιο</p>	<p>Εθνικό και περιφερειακό</p>	<p>Ερευνητικό Δυναμικό &amp; Κατάρτιση</p> <p>Κατάρτιση και εξειδίκευση</p>	<p>Ανάπτυξη απαραίτητων υποδομών στα δημόσια νοσοκομεία</p>	<p>Διάχυση αποτελεσμάτων έρευνας</p>	
<p>Εμπλουτισμός παραδοσιακής γαστρονομίας με νέες γεύσεις (χρήση ζυμομυκήτων, κλπ)/</p> <p>Νέες χρήσεις φυσικών προϊόντων</p> <p>Τεχνολογία για την ιχνηλασιμότητα τοπικών προϊόντων</p> <p>Νέες τεχνολογίες για την</p>	<p>Ναι</p>	<p>ΤΕΙ Ιονίων Νήσων Τμήμα τεχνολογίας τροφίμων</p>	<p>Περιφερειακό επίπεδο</p> <p>Εθνικό &amp; Περιφερειακό επίπεδο</p> <p>Εθνικό επίπεδο</p>	<p>Εξειδίκευση</p> <p>Κατάρτιση</p>		<p>Ανάπτυξη περιφερειακού (ή τοπικών) σημάτων ποιότητας</p>	<p>Καλάθι Περιφέρειας. Κατάλογος προϊόντων ΠΟΠ, ΓΠΕ, της Περιφέρειας</p>

προβολή ταυτότητας προϊόντων και γαστρονομίας		ΤΕΙ Ιονίων Νήσων & Ιόνιο Πανεπιστήμιο	Εθνικό επίπεδο	Κατάρτιση			
--	--	--	----------------	-----------	--	--	--

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

*ΝΑΙ, ιδιαίτερα αν έχουν άμεση σχέση με τις θεματικές μορφές τουρισμού που αποτελούν προτεραιότητα για την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων.*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΓΕΤ

### ΦΟΡΜΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ - ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ με βάση ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΥΤΕΡΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**  
*(Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται σε όλους τους φορείς επιχειρήσεις, ΕΚ, ΑΕΙ, ΤΕΙ κλπ, που συμμετέχουν στην πλατφόρμα. Για τα ΕΚ που έχουν ήδη απαντήσει στο πρώτο διερευνητικό ερωτηματολόγιο της ΓΓΕΤ, τα καλούμε να μεταφέρουν στη συγκεκριμένη φόρμα τις πιο σημαντικές από τις δραστηριότητες που πρότειναν, συμπληρώνοντας την τεκμηρίωση που ζητείται)*

Ευρύτερη περιοχή που μπορεί να αναβαθμιστεί με δράσεις Έρευνας και Τεχνολογίας	Προτεινόμενη δραστηριότητα και αντίστοιχη τεχνολογία (Προσδιορίστε, στο βαθμό που μπορείτε, το απαιτούμενο πεδίο έρευνας & τεχνολογίας που θα αναβαθμίσει την συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα)  (activity level)	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ					ΑΛΛΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ  Α) Περιβαλλοντικές  Β) Κοινωνικές / Πολιτισμικές (Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και άλλα κριτήρια όπως αυτά που αναφέρονται στο εισαγωγικό κείμενο)
		Αναφέρατε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που τεκμηριώνουν τις προτάσεις σας. Αναφέρατε ή επισυνάψτε υποστηρικτικά κείμενα ή εκθέσεις που έχετε υπόψη ή στη διάθεσή σας	ΥΠΑΡΞΗ ΥΠΟΔΟΜΗΣ / ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ  Περιγράψτε με ποιον τρόπο η προτεινόμενη δραστηριότητα βασίζεται σε δυνατά σημεία ή συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας ή της περιφέρειας	ΥΠΑΡΞΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ/ ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ (Εκτιμείστε το μέγεθος της αγοράς)	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ  (Επιχειρηματολογείστε)	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΤΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ (τεκμηριώστε, εφόσον γνωρίζετε ύπαρξη κρίσιμης μάζας/αριστείας)	
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΚΑΙ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΣΥΝΑΦΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ	Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΕΧΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΕΙ ΠΟΛΛΕΣ ΟΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		Ο ΚΑΤΑΡΤΙΣΜΕΝΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ			ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ, ΙΣΤΟΡΙΚΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ ΤΩΝ

		ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΠΛΑΙΣΙΩΝ ΣΤΗΡΙΞΗΣ. Η ΔΟΙΚΗΣΗ ΑΥΤΩΝ ΤΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΓΙΝΕΤΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΤΙΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΦΟΡΕΣ					ΠΕΡΙΟΧΩΝ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΥΛΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΝΑΠΤΥΧΘΕΙ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΙΚΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΚΑΘΕ ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΡΟΒΑΛΛΕΤΑΙ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ, ΜΕ ΑΜΦΙΒΟΛΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ					
ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ ΚΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ		ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ			ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ, ΕΜΠΕΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΨΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΠΡΟΚΛΗΣΕΩΝ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**

Δραστηριότητα  (activity level)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΧΩΡΙΣ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ (ανά «δραστηριότητα»)		Σημειώστε <u>επίπεδο παρέμβασης</u>  - Εθνικό επίπεδο - Περιφερειακό επίπεδο <b>(υποδεικνύοντας ενδεχομένως και τη συγκεκριμένη Περιφέρεια)</b>	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ/ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ (ανά «δραστηριότητα»)			
	Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις	ΑΛΛΟ (π.χ. σύμπραξη, συνεργασία με Ερευνητικά Κέντρα / Πανεπιστήμια)		Προτεινόμενες Δράσεις Ανθρώπινου Δυναμικού	Προτεινόμενες Δράσεις Υποδομών	Προτεινόμενες Δράσεις  -  ΑΛΛΟ	ΘΕΣΜΙΚΕΣ / ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΚΑΙ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΣΥΝΑΦΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ			ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΟΛΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΟΥ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΥΛΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΝΑΠΤΥΧΘΕΙ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΙΚΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ			ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ		ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΟΥ		
ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ			ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ		ΑΝΑΠΤΥΞΗ		

ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ					ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΟΥ		

3. Ποιούς άλλους φορείς θα βλέπατε ότι πρέπει να εκπροσωπηθούν στην Ομάδα εργασίας « ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»?

ΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ ΑΝΩΝΥΜΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΤΩΝ ΟΤΑ, ΟΙ ΟΠΟΙΕΣ ΧΕΙΡΙΖΟΝΤΑΙ

ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΤΟΥΣ.

.....

.....

.....

4. Με βάση την ανάλυση των απαντήσεων και πιθανές συνέργειες με άλλες πλατφόρμες της ΓΓΕΤ, θα διαμορφωθούν κάποιες πιο στοχευμένες ομάδες εργασίας για την διαμόρφωση συγκεκριμένων προτάσεων / δράσεων, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα συντονισμένης ενσωμάτωσής τους στο ΣΕΣ κατά το αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα. *Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε κάποια από τις στοχευμένες ομάδες εργασίας?*

Η ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΟΥ ΠΡΟΒΑΛΛΕΙ Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΟΜΕΝΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ, ΕΠΙΘΥΜΕΙ ΝΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΕ ΟΜΑΔΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΜΕ ΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ



## ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

### ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΓΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ - ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΞΥΠΝΗΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

Κατά βάση η καινοτομία στον τουριστικό κλάδο αφορά στην αναγνώριση των προτιμήσεων και απαιτήσεων των υπαρχόντων και δυνητικών πελατών και στην ενσωμάτωση των προτιμήσεων και απαιτήσεων αυτών στην επιχειρησιακή λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης. Κάτι τέτοιο συνεπάγεται την αλλαγή της επιχειρησιακής λειτουργίας σε συγκεκριμένους τομείς (π.χ. προϊόντα και υπηρεσίες, αγορές - στόχοι, μέσα διείσδυσης σε νέες αγορές) με στόχο είτε την εκμετάλλευση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, είτε την αποτελεσματική αντιμετώπιση επιχειρηματικών απειλών.

Οι προτάσεις μας, ως Τουριστικός Οργανισμός Πελοποννήσου, αναφορικά με την καινοτομία περιστρέφονται γύρω από πέντε βασικούς άξονες:

**Τουρισμός και Περιβάλλον:** αφορά παρεμβάσεις και πολιτικές κατά την ενάσκηση της τουριστικής δραστηριότητας που έχουν ως απώτερο στόχο την προστασία, αξιοποίηση και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος. Παράδειγμα, η αξιοποίηση εναλλακτικών πηγών ενέργειας για την υποστήριξη μιας ξενοδοχειακής μονάδας ή οι δραστηριότητες Αγροτουρισμού που αποσκοπούν στην ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς ή / και του πολιτισμού μιας γεωγραφικής περιοχής.

**Τουρισμός και σύγχρονη τεχνολογία:** ο τουρισμός έχει κατά καιρούς αναφερθεί ότι είναι ένας από εκείνους τους κλάδους που μπορεί να ωφεληθεί τα μέγιστα από τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας. Παραδείγματα καινοτομίας σε αυτό τον τομέα για μια τουριστική επιχείρηση μπορεί να περιλαμβάνουν την προσφορά νέων υπηρεσιών προς τον επισκέπτη μιας περιοχής βασισμένων στην τεχνολογία ή την αποτελεσματική προβολή μιας τουριστικής επιχείρησης με χρήση πρακτικών Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και την αμφίδρομη ηλεκτρονική επικοινωνία με πιθανούς πελάτες της από ολόκληρο τον κόσμο.

**Τουρισμός και marketing τουριστικών προϊόντων ή/και υπηρεσιών:** εδώ εντάσσονται συνεργασιακές στρατηγικές προώθησης και προβολής τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών προς επιχειρηματικούς συνεργάτες (π.χ. Tour Operators, τελικούς

καταναλωτές κλπ). Παραδείγματα μπορεί να περιλαμβάνουν μια πρωτοποριακή εκστρατεία προώθησης με αξιοποίηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και Επικοινωνίας σε ολόκληρο τον κόσμο ή σε αγορές – στόχους, την προώθηση μέσω Διαδικτύου (Internet) ή τη διεξαγωγή μιας προσωποκεντρικής εκστρατείας προς υποψήφιους επισκέπτες μιας περιοχής (π.χ. με χρήση e-newsletters, SMS κ.λπ.).

**Τουρισμός και σχεδιασμός-παροχή νέων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών:** ο θεματικός τουρισμός κερδίζει έδαφος σε παγκόσμιο επίπεδο. Η καινοτομία σε αυτό τον τομέα αφορά στην αναγνώριση, υλοποίηση, ανάδειξη και προώθηση νέων τουριστικών προϊόντων για τα οποία πολύς λόγος έχει γίνει στην χώρα μας αλλά ακόμη βρίσκονται σε εμβρυακό στάδιο (π.χ. ιατρικός τουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, τουριστικά προϊόντα που σχετίζονται με τον αθλητισμό, τον πολιτισμό, τουριστικά προϊόντα που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών κ.λ.π. δράσεις που αναδεικνύουν παράλληλα τον πολιτισμό, τα ήθη τα έθιμα.)

**Τουρισμός και Διοίκηση:** καινοτομία στις μορφές οργάνωσης – διοίκησης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων του τουρισμού, δηλ ένα τυπικό συνεργατικό σχήμα που αγκαλιάζει όλους τους ιδιωτικούς φορείς άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενους με τον τουρισμό και παράλληλα καταστατικά δίνει τη δυνατότητα συμμετοχής κάθε φυσικού ή νομικού προσώπου ιδιωτικού η δημοσίου δικαίου. Δημιουργεί καταυτό τον τρόπο τις προϋποθέσεις εκείνες ώστε ο οργανισμός αυτός να αποτελέσει τον κεντρικό μηχανισμό συντονισμού των ροών και δράσεων υλοποίησης ενός ολοκληρωμένου προγράμματος καινοτομίας και έξυπνης εξειδίκευσης με την σύμπλευση όλων των εμπλεκόμενων φορέων. Ένα παράδειγμα μιας τέτοιας καινοτομικής προσέγγισης σε επίπεδο Πελοποννήσου αποτελεί ο νεοσύστατος **Τουριστικός Οργανισμός Πελοποννήσου**.

Για όλα τα ανωτέρω απαιτούνται:

- ❖ Ενέργειες και άρτιος σχεδιασμός που να περιλαμβάνει εμπειριστατωμένη SWOT analysis, με στόχο την ανάδειξη και αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των επιμέρους περιοχών, καθιστώντας τα παράλληλα και ανταγωνιστικά.
- ❖ Επιπλέον θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι δεν μπορούμε να εξαλείψουμε το μοντέλο «ήλιος- θάλασσα», αλλά μπορούμε μέσω της έξυπνης εξειδίκευσης να επιμηκύνουμε την τουριστική περίοδο και να αυξήσουμε το ποσοστό τουριστών υψηλού εισοδήματος. Εμπλουτισμός του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος με ενίσχυση ειδικών μορφών τουρισμού (Αθλητικός, Συνεδριακός, Τουρισμός υγείας – ευεξίας, τουρισμό άθλησης και περιπέτειας, θρησκευτικός τουρισμός, γαστρονομικός προσδίδοντας και διατομεακό χαρακτήρα σε συνεργατισμό με το πρωτογενή τομέα.
- ❖ Διαμόρφωση φιλικού επενδυτικού περιβάλλοντος και υποστήριξη τουριστικών επενδύσεων. Πολιτισμός. Ανάδειξη και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Στήριξη της δημιουργικής βιομηχανίας και του σύγχρονου Πολιτισμού. Υποστήριξη της σύγχρονης Ελληνικής δημιουργίας.
- ❖ Οριζόντια οργάνωση της ανάδειξης και αξιοποίησης των πολιτιστικών πόρων και των απαραίτητων υποδομών υπό τη μορφή πολιτιστικών διαδρομών στο εσωτερικό μιας εδαφικής περιοχής ανακάλυψης (Δήμος), στην περιφερειακή κλίμακα με την οργάνωση θεματικών διαδρομών. Κάθετη Οργάνωση με την ένταξη αυτών των οριζόντιων πολιτιστικών διαδρομών στις τοπικές και περιφερειακές αλυσίδες προϊόντων και υπηρεσιών.
- ❖ Στρατηγική διακυβέρνηση: αξιοποίηση φορέων που μπορούν να αποτελέσουν την μήτρα συνεργατισμού μεταξύ δημοσίου, κοινωνικού και ιδιωτικού τομέα στα πλαίσια μιας Στρατηγικής Διακυβέρνησης.
- ❖ Επιχειρησιακή διακυβέρνηση: δημιουργία δικτύου πληροφοριο-υποδομής, συντονισμού της σύνδεσης των πολιτιστικών διαδρομών με το τοπικό και περιφερειακό δίκτυο εξυπηρετήσεων (διαμονή, εστίαση, σημεία πώλησης τοπικών προϊόντων) και εκδηλώσεων (Μουσεία κτλ).

## ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### Ανάπτυξη εφαρμογής, πχ τύπου "TaxiBeat", για δέσμευση και κράτηση θέσεων στις μαρίνες

Η Ελλάδα είναι μια κατ' εξοχήν ναυτική χώρα και ένας κατ' εξοχήν προορισμός για διακοπές στην θάλασσα. Οι μαρίνες μας, σε μεγάλο βαθμό υστερούν σε επίπεδο υποδομών. Μια εφαρμογή όπως η προτεινόμενη θα βοηθήσει τους επισκέπτες να γνωρίζουν εκ των προτέρων τί προσφέρουν οι διάφορες μαρίνες και να είναι σε θέση, μέσω της εφαρμογής, να προβαίνουν σε κράτηση θέσης στην οποία θα καθοδηγούνται αυτομάτως μόλις πλησιάζουν την μαρίνα. Επίσης, μέσω της εφαρμογής θα είναι σε θέση να κάνουν τις παραγγελίες τους για τα σκάφη τους και ακόμα - πιθανώς με διασύνδεση μέσω ιντερνέτ και με άλλα κοινωνικά δίκτυα - κρατήσεις σε κοντινά εστιατόρια και χώρους αναψυχής του ενδιαφέροντός τους.

## ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### Ανάπτυξη εφαρμογής για αποτύπωση της ελληνικής ιστορίας & μυθολογίας σε χάρτες

Η ελληνική μυθολογία και ιστορία είναι εξαιρετικά ενδιαφέρουσα και έχει επιδράσει σημαντικά στην εξέλιξη της Ευρώπης και του Δυτικού κόσμου ευρύτερα. Επίσης η μυθολογία, λόγω της παραμυθικής μορφής της, είναι ιδιαίτερα εύληπτη στα παιδιά και ως εκ τούτου οδηγεί στο 'δέσιμό' τους με την Ελλάδα από μικρή ηλικία, με οφέλη πολύ ευρύτερα για την χώρα από αυτά του τουρισμού. Η εν λόγω εφαρμογή θα δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να ανακαλύπτει τους μύθους ή σημαντικά ιστορικά γεγονότα / πρόσωπα που σχετίζονται με την περιοχή στην οποία ευρίσκεται (μέσω σχετικού location service αν επιθυμεί) και να εντυφεί στην σχετική ιστορία / μύθο - η δυνατότητα αυτή θα μπορούσε να παρέχεται σε διάφορα επίπεδα, πχ beginners ... amateur historian ... scholar. Θα μπορούσε να εξεταστεί και η δυνατότητα να αναπτυχθεί με μορφή ανάλογη με την Wikipedia, ώστε ο εμπλουτισμός της να γίνεται από εθελοντές χωρίς να χρειάζεται σημαντική επένδυση για το περιεχόμενο της εφαρμογής.

### Ανάπτυξη εφαρμογής για την αποτύπωση των παραδοσιακών οικισμών σε χάρτες

Οι ελληνικοί παραδοσιακοί οικισμοί αποτελούν έναν μοναδικό πολιτιστικό πλούτο και τουριστικό πόρο που σε μεγάλο βαθμό δεν αξιοποιείται, στερώντας -κατ' αρχήν του ίδιους τους οικισμούς- από σημαντικές αναπτυξιακές προοπτικές. Μέσω της εφαρμογής αυτής θα δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη (μέσω σχετικού location service αν επιθυμεί) να εντοπίζει τους οικισμούς που είναι κοντά του και να πληροφορείται για την κατάστασή τους (πχ αν είναι εγκαταλελειμμένοι, ανακαινισμένοι κλπ.) και τί ευκολίες προσφέρουν (εστιατόρια, περιπάτους κλπ.).

### Παρόμοιες εφαρμογές μπορούν να αναπτυχθούν και για

- αποτύπωση φυσιολατρικών διαδρομών σε χάρτες
- αποτύπωση διαφόρων 'καθημερινών' μνημείων (πχ γεφύρια, εκκλησίες κλπ) σε χάρτες

## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ

Ανάπτυξη εφαρμογής για τα τοπικά αγροτικά προϊόντα κατά περιοχή και οι προμηθευτές τους

Δεδομένης της σημασίας της γαστρονομίας στον τουρισμό, της ιδιαιτερότητας της ελληνικής κουζίνας - ειδικά για τους τουρίστες, αλλά και των δυνατοτήτων ανάπτυξης ελληνικών ποιοτικών αγροτικών προϊόντων, η εφαρμογή αυτή θα παρουσιάζει τα κατά τόπους αγροτικά προϊόντα, τα συστατικά τους και την διατροφική τους αξία, τρόπο μαγειρέματος αλλά και διάφορα άλλα στοιχεία, πχ μύθους ή ιστορίες που σχετίζονται με αυτά, τότε εισήχθησαν στην Ελλάδα κλπ. Επίσης, θα μπορούν να αναφέρονται και τοπικά εστιατόρια / cafe που τα προσφέρουν, πιθανώς μετά από κάποια σχετική πιστοποίηση σε συνεργασία με αρμόδιους φορείς.

## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

Αποτύπωση Προσβάσιμων Υποδομών και Προορισμών και Ανάπτυξη σχετικής εφαρμογής για ΑΜΕΑ

Η δυσκολία πρόσβασης σε δημόσιους και ιδιωτικούς χώρους από Άτομα με Ειδικές Ανάγκες και ανθρώπους 3ης ηλικίας αποτελεί ταυτόχρονα δείγμα έλλειψης πολιτισμού και απώλεια σημαντικών εσόδων για τον τουρισμό: ο σχετικός ευρωπαϊκός πληθυσμός ανέρχεται σε 45-50 εκ. ΑΜΕΑ ηλικίας κάτω των 65, και σε ~90 εκ. ανθρώπους άνω των 65.

Μεγάλο μέρος από αυτούς, ειδικά στις Κεντρικές και Βόρειες Ευρωπαϊκές χώρες είναι απόλυτα ενσωματωμένοι κοινωνικά και οικονομικά και έχουν την οικονομική δυνατότητα και την διάθεση να πάνε διακοπές. Η σχετική τουριστική αγορά κατά πάσα πιθανότητα υπερβαίνει κατά πολύ τα € 100 δις. Αντίθετα, είναι λίγοι οι προορισμοί που μπορούν να υποδεχθούν την αγορά αυτή και να προσφέρουν τις σχετικές ευκολίες πρόσβασης σε ιδιωτικούς και δημόσιους χώρους. Επίσης, λόγω των κινητικών προβλημάτων των ΑΜΕΑ, σημαντικό ρόλο παίζει η δικτύωση των προσβάσιμων υποδομών και περιοχών, ώστε η μετάβασή τους από την μια υποδομή στην άλλη ή τον έναν προορισμό στον άλλον να είναι απρόσκοπτη. Για παράδειγμα, ο κατακερματισμός των προσβάσιμων υποδομών της Αθήνας (αεροδρόμιο, μετρό, ξενοδοχεία, μουσεία κλπ.) και η μη απρόσκοπτη επικοινωνία μεταξύ τους, μειώνει - σχεδόν ολοκληρωτικά- την αξία τους για τα ΑΜΕΑ. Η αποτύπωση των υποδομών σε έναν χάρτη θα διευκολύνει στον εντοπισμό των απαραίτητων ενεργειών / επενδύσεων για την διασύνδεσή τους και στην συνέχεια θα μπορεί να αναπτυχθεί μια εφαρμογή που θα ενημερώνει και θα καθοδηγεί τα ΑΜΕΑ για τις υποδομές και προορισμούς που μπορούν να τους υποδεχθούν.



**ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ CulturePolis  
RIS3 - ΕΞΥΠΝΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ**

**Άξονας δράσης : Πολιτισμός, Τουρισμός και Δημιουργική Οικονομία**

**Πρώθηση πολιτιστικής και δημιουργικής επιχειρηματικότητας στην Κέρκυρα – Ιόνια  
Κέρκυρα, Ιανουάριος 2014**

Το κείμενο αυτό αποτελεί συνέχεια της πρότασης της (αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας - α.μ.κ.ε) CulturePolis που κατατέθηκε στη Διαχειριστική Αρχή της ΠΙΝ την 1/9/2013 στο πλαίσιο της διαδικασίας «Έξυπνης Εξειδίκευσης» και έχει εμπλουτισθεί με νεώτερες ανακοινώσεις της Ε.Ε. και κυρίως με στοιχεία της παρουσίασης μας κατά την ημερίδα της ΠΙΝ στις 25 Οκτωβρίου 2013 και

**Συντάκτης:**

Ομάδα Έργου CulturePolis - «Δημιουργική Οικονομία»

Υπεύθυνος: Δρ. Βασίλειος Λαοπόδης, Ιδρυτής και Πρόεδρος

Αλεποχώρι, Καμάρας, 49084 Κέρκυρα, Ελλάδα  
τηλ.: Κέρκυρα: +30 26610 54592 / Κινητό: +30 6944726602/τηλ. Αθήνα: +30 210 6511885  
e-mail: secretariat@culturepolis.org; Skype : vlvlv2007; web: culturepolis.org

## Πρώθηση πολιτιστικής και δημιουργικής επιχειρηματικότητας στην Κέρκυρα – Ιόνια Κέρκυρα, Ιανουάριος 2014

### Εισαγωγή

Στόχος της ΠΙΝ είναι να αποτελέσει έναν από τους κορυφαίους προορισμούς της βιομηχανίας της εμπειρίας (τουρισμός, πολιτισμός, δημιουργική βιομηχανία) παγκοσμίως μέσα από την υιοθέτηση μίας στρατηγικής βιώσιμης ανάπτυξης, διαφοροποίησης του προϊόντος και δημιουργίας ταυτότητας προορισμού. Η βιομηχανία της εμπειρίας αποτελεί τον αναπτυξιακό κορμό γύρω από τον οποίο θα αναπτυχθούν παραγωγικές δραστηριότητες βασισμένες στη γνώση και την καινοτομία με μεσοπρόθεσμο στόχο τη διαφοροποίηση της οικονομίας και τον εμπλουτισμό των αναπτυξιακών επιλογών.

Οι προτάσεις αυτές αφορούν σε ιδέες που ανταποκρίνονται στο **Αναπτυξιακό όραμα της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων** να αποτελέσει η ΠΙΝ έναν από τους κορυφαίους προορισμούς της **βιομηχανίας της εμπειρίας** (τουρισμός, πολιτισμός, δημιουργική βιομηχανία) παγκοσμίως μέσα από την υιοθέτηση μίας στρατηγικής βιώσιμης ανάπτυξης, διαφοροποίησης του προϊόντος και δημιουργίας ταυτότητας προορισμού.

Η πολιτιστική βιομηχανία και οι σχετικές με αυτήν δημιουργικές επιχειρήσεις (creative industries) αποτελούν για την χώρα μας και την Ευρώπη γενικότερα ένα σημαντικό στοιχείο «ενεργητικού – asset». Η πρώθηση της «Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας» προτάθηκε για εφαρμογή στις νέες πολιτικές και προγράμματα της Ε.Ε για την επόμενη προγραμματική περίοδο 2014-2020 και ήδη αρχίζει να εξειδικεύεται σε επίπεδο κρατών μελών και των περιφερειών τους.

Για το σκοπό αυτό ακολουθείται η στόχευση στην έξυπνη εξειδίκευση κάθε περιοχής ενεργοποιώντας ενεργές αλλά και υπνώτουςες δυνάμεις στο χώρο των πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων αλλά και επιχειρήσεων και νέων αποφοίτων που αναζητούν επαγγελματική διεξοδό.

Ο στόχων των προτάσεων αυτών είναι διπλός:

Πρώτο, η **πρώθηση της τοπικής επιχειρηματικότητας** στην Κέρκυρα αλλά και στην ευρύτερη περιοχή των Ιονίων Νήσων χρησιμοποιώντας **ως όχημα τον πολιτισμό υπό την ευρύτερη δυνατή του διάσταση με** αξιοποίηση του τοπικού πλεονεκτήματος. Για το σκοπό αυτό προτείνονται ενέργειες μέσα από ένα πλέγμα πολιτικών, μέτρων και προγραμμάτων/έργων και συνοδευτικών δράσεων ευαισθητοποίησης και προσέλκυσης των δυνητικών αποδεκτών καθώς και δράσεις συμβατές με πολιτικές της Ε.Ε για μια «Δημιουργική Ευρώπη».

Δεύτερο, η **ανάπτυξη μηχανισμών τόνωσης της δημιουργικής** επιχειρηματικότητας με την υποβοήθηση δημιουργίας νέων και καινοτόμων επιχειρήσεων και υποστήριξή τους για βιώσιμη πορεία καθώς και την ανάπτυξη μηχανισμών μελέτης, παρακολούθησης και πρώθησης της δημιουργικής επιχειρηματικότητας στα Ιόνια Νησιά.

Η CulturePolis έχοντας πλούσια εμπειρία και τεχνογνωσία σε θέματα πρώθησης του πολιτισμού γενικότερα και διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς σε ευρωπαϊκό επίπεδο αλλά και δικτύωση στο χώρο της δημιουργικής οικονομίας, καταθέτει τις προτάσεις αυτές στοχεύοντας στην ανάπτυξη παραγωγικών δραστηριοτήτων βασισμένων στη γνώση και καινοτομία αξιοποιώντας τον πολιτιστικό πλούτο των Ιονίων Νησιών σε συνδυασμό με τις νέες τεχνολογίες και το παραγόμενο ανθρώπινο καλλιτεχνικό, επιστημονικό και τεχνολογικό δυναμικό που παράγεται από το Ιόνιο Πανεπιστήμιο αλλά και το Τ.Ε.Ι Ιονίων Νήσων.

**Τα κριτήρια επιλογής δράσεων** είναι εναρμονισμένα με τα συγκριτικά **τοπικά πλεονεκτήματα I.N.** όπως η παραγωγή πολιτιστικού προϊόντος/Ισχυρή πολιτιστική παράδοση/ Τουρισμός/Γεωγραφικό-ιστορικό σημείο αναφοράς (Εξωστρέφεια) και οι **δράσεις είναι επικεντρωμένες στο 4πτυχο της «γνώσης»:** Καινοτόμες ιδέες - Αξιοποίηση αποτελεσμάτων έρευνας - Δικτυώσεις και συνεργασίες - Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, ψηφιακών μέσων και διαδικτύου καθώς και συσχέτιση του τουριστικού και πολιτιστικού προϊόντος με την αξιοποίηση της δημιουργικής βιομηχανίας σε χώρους ενδιαφέροντος του τουρισμού.

Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί προϋπόθεση είναι η δημιουργία κατάλληλου «δημιουργικού» περιβάλλοντος με ενέργειες ικανές να επιτύχουν τα ακόλουθα:

- ▶ «Παραγωγή» και κινητικότητα νέων επιστημόνων/τεχνικών ΚΑΙ δημιουργών πολιτισμού (καλλιτεχνών, μανάτζερ, επιμελητών, ....)
- ▶ Αναγωγή I.N. σε Πόλο έλξης διεθνώς – αναφορές UNESCO & διεθνείς
- ▶ Ύπαρξη κατάλληλων εργαστηρίων με αξιοποίηση διαθέσιμων εγκαταλελειμμένων και μη αξιοποιούμενων χώρων (δωρεές, κληρονομίες)
- ▶ Διασύνδεση με εκπαιδευτικά – ερευνητικά ιδρύματα περιοχής
- ▶ Κίνητρα προσέλκυσης: Μέντορες, μανάτζερ, δημιουργοί διεθνούς εμβέλειας και φήμης, Χρηματοδότες, Παραγωγοί

Στο σχεδιασμό αυτό σημαντική θέση κατέχουν οι **υποδομές/μηχανισμοί τόνωσης της επιχειρηματικότητας** και της προσδοκώμενης δημιουργίας εισοδήματος και νέων θέσεων εργασίας, που αξιοποιούν την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής καθώς και τη δημιουργία συνεργειών μεταξύ νέων αποφοίτων ΑΕΙ / ΤΕΙ και εξειδικευμένων σχολών και νέων επαγγελματιών σε χώρους όπου μπορούν να δημιουργηθούν νέες επιχειρήσεις / θέσεις εργασίας από νέους αποφοίτους αλλά και τοπικούς παραγωγούς.

Η υποβοήθηση δημιουργίας νέων και καινοτόμων επιχειρήσεων μέσω ειδικών υποδομών υποδοχής και ενίσχυσης - καθώς και ενδεχομένης βοήθειας στη χρηματοδότησή τους, ήταν ο στόχος της ίδρυσης των **εκκολαπτηρίων ή θερμοκοιτίδων (incubators)**. Η πρακτική αυτή ήταν γνωστή από 20ετίας κυρίως στο το χώρο του διαδικτύου με επιτυχημένη πορεία, αλλά μέχρι πρόσφατα ήταν σχετικά άγνωστη στο χώρο της πολιτιστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα, ενώ έχει αρχίσει να εφαρμόζεται με επιτυχία σε διάφορες χώρες όπου καταγράφονται πολλές καλές πρακτικές.

Οι προτεινόμενες δράσεις της CulturePolis είναι δυο:

**Δράση 1: Δημιουργία δικτύου «Εκκολαπτηρίων Πολιτιστικών & Δημιουργικών Επιχειρήσεων» στα Ιόνια Νησιά : EKKOLAPSIS**

**Δράση 2: Δημιουργία μηχανισμού βιώσιμης ανάπτυξης δημιουργικής οικονομίας στα Ιόνια Νησιά : IN-CREATE**

**Οι δυο συγκεκριμένες δράσεις επελέγησαν ως άμεση απάντηση στην πρωτοβουλία «Εξυπνης Εξειδίκευσης» για κατάθεση καινοτόμων σχεδίων ανάπτυξης για:**

- ▶ προώθηση της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης μέσα από την ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς και
- ▶ ανάδειξη των Ιονίων Νήσων σε διεθνή πόλο αναφοράς σε θέματα πολιτισμού, με στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού και της δημιουργικής οικονομίας.

**Συντονιστής δράσεων: CulturePolis**

**ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ-ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ (ενδεικτικοί):**

- ▶ ΑΕΙ: Ιόνιο Πανεπιστήμιο (διάφορα τμήματα – εργαστήρια), ΤΕΙ: ΤΕΙ Ιονίων Νήσων (Τμ. Μουσικής Τεχνολογίας κ.ά) – Έχουν κατατεθεί Συμφωνητικά Συνεργασίας προς



υπογραφή // Επιχειρηματικός κόσμος: Επιμελητήρια/ τοπικοί εξειδικευμένοι επιχειρηματίες τουρισμού κ.ά // Εξειδικευμένα Εκκολαπτήρια / δομές επιχειρηματικότητας // Εταίροι από ΕΕ (10%): Ιταλία (Lecce/Bari), ΗΒ (Liverpool, Plymouth)

- ▶ Επιχειρηματικός κόσμος: Επιμελητήριο Κέρκυρας-Ζακύνθου / τοπικοί εξειδικευμένοι επιχειρηματίες, υπάρχοντα πολιτιστικά κέντρα, Βιομηχανία θεάματος / Μουσική / Κινηματογράφος / Ζωγραφική
- ▶ Εξειδικευμένοι Φορείς πολιτισμού και καινοτομίας: CulturePolis, Φιλαρμονικές, Ωδεία, κ.λπ.
- ▶ Φορείς Τ.Α.: ΠΙΝ

### Δράση 1

#### **Δημιουργία δικτύου «Εκκολαπτηρίων Πολιτιστικών & Δημιουργικών Επιχειρήσεων» στα Ιόνια Νησιά**

Η συγκεκριμένη πρόταση αφορά στη δημιουργία ενός συστήματος/δικτύου «**Εκκολαπτηρίων Πολιτιστικών & Δημιουργικών Επιχειρήσεων**» - στη συνέχεια «Εκκολαπτήριο», στην Κέρκυρα και άλλα νησιά (θα εξειδικευθεί μετά από διαβούλευση), που θα εστιασουν την προσοχή στους ακόλουθους δυο προτεινόμενους χώρους εξειδίκευσης, για τους οποίους υπάρχουν συγκριτικά τοπικά πλεονεκτήματα : Παραγωγή πολιτιστικού προϊόντος - Ισχυρή πολιτιστική παράδοση – Τουρισμός.

#### **Θεματικός Άξονας Ι: Χειροτεχνία (CRAFTS) και Ψηφιακή Τεχνολογία (DIGITAL TECHNOLOGY)**

Συνδυάζονται οι παραδοσιακές χειρονακτικές πρακτικές με τις νέες τεχνολογίες και μεθόδους ψηφιακής σχεδίασης και παραγωγής για σχεδίαση και παραγωγή αντικειμένων παραδοσιακής πολιτιστικής βιομηχανίας (κοσμήματα, ξυλογλυπτική, διακοσμητικά, σουβενίρ κ.ά) με στόχευση την τουριστική αγορά με χειροποίητα ενθυμήματα, πιστά αντίγραφα εικόνων κ.λπ.

Συνδυάζονται οι **παραδοσιακές χειρονακτικές πρακτικές** (κοσμήματα, ξυλογλυπτική, διακοσμητικά, σουβενίρ, χειροτεχνία / Κόσμημα / Αντίκες / Παιχνίδια κ.ά) με τις νέες τεχνολογίες και μεθόδους ψηφιακής σχεδίασης και παραγωγής.

#### **Δομή – δραστηριότητες**

Το Εκκολαπτήριο δεν θα είναι μια απομονωμένη υποδομή για κερκυραίους και ίσως κατοίκους Ιονίων μόνο, αλλά θα σχεδιασθεί με τρόπο ώστε να αποτελέσει μια **ανοικτή πλατφόρμα δημιουργικής συνεργασίας για νέους δημιουργούς από την ευρύτερη περιοχή του Ευρω-Μεσογειακού χώρου με διεθνή ακτινοβολία**. Για το σκοπό αυτό εξυπαρχής προβλέπεται η σύμπραξη με διεθνείς φορείς για μεταφορά τεχνογνωσίας και δικτύωση.

Κάτω από την ομπρέλα του Εκκολαπτηρίου θα προσφέρεται η απαραίτητη φυσική υποδομή (κτίρια, εξοπλισμός, εργαστήρια κ.λπ.) αλλά και υπηρεσίες είτε επιτόπιες όπως συμβουλευτική, εκπαίδευση, επιδείξεις προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται από φιλοξενούμενους κ.λπ., μέντορινγκ από έμπειρους επαγγελματίες διαφόρων ειδικοτήτων συμπ. και εκπροσώπων τραπεζών/χρηματοδοτικών εταιρειών για διαπραγμάτευση χρηματοδοτήσεων, αλλά και υπηρεσίες δικτύωσης και συνεργατικής ανάπτυξης προϊόντων μέσω διαδικτύου (ιδεατό εκκολαπτήριο – virtual incubator). Τελικός σκοπός είναι η εκκόλαψη νέων επιχειρηματικών και καλλιτεχνικών ιδεών, που θα αναπτυχθούν από υποψηφίους νέους επιχειρηματίες αλλά και δυνατικούς χορηγούς.

Μέσα από το Εκκολαπτήριο θα προωθηθούν συνεργασίες με θεσμικούς φορείς της Κέρκυρας/Ιονίων Νήσων αλλά και σχετικούς με το αντικείμενο εταίρους σε γειτονικές περιοχές, ώστε να παράσχουν κάθε είδους υπηρεσίες / διευκολύνσεις στις υπό εκκόλαψη επιχειρήσεις για να εξελιχθούν σε βιώσιμες πολιτιστικές επιχειρήσεις με έμφαση κυρίως στο συνδυασμό νέων καινοτομικών εργαλείων /τεχνολογιών τόσο στις τέχνες με έμφαση στη μουσική αλλά και στις παραδοσιακές χειροτεχνίες που προωθούν τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

#### **Επωφελούμενοι από τη δράση**

- ▶ Οι άμεσα επωφελούμενοι θα είναι κυρίως **ανεξάρτητοι δημιουργοί πολιτισμού** εντόπιοι και φιλοξενούμενοι σε διάφορους χώρους τέχνης – αρχικά με έμφαση στη μουσική και στη συνέχεια στις χειροτεχνίες, που είναι τελειόφοιτοι / απόφοιτοι, μεταπτυχιακοί και ερευνητές, μέλη ΔΕΠ Πανεπιστημίου, ΤΕΙ και άλλων σχολών (Ωδείο, Φιλαρμονικές, Χορωδίες ...).
- ▶ Στους επωφελουμένους θα πρέπει να προστεθούν νέοι επαγγελματίες που αναζητούν επιχειρηματικές ευκαιρίες ή και αλλαγή προσανατολισμού. ανεξάρτητοι δημιουργοί πολιτισμού

#### **Υπηρεσίες**

Για το σκοπό αυτό το Εκκολαπτήριο θα οργανώνει «κατασκηνώσεις εκκόλαψης ιδεών» - incubation camps, θερινά σχολεία, επιδείξεις, διαλέξεις, εκπαιδευτικά σεμινάρια και διάφορες εκδηλώσεις όπου θα παρουσιάζονται οι δημιουργίες των νέων επιχειρηματιών – καλλιτεχνών και θα γίνεται προβολή των επιχειρήσεων προς τον επιχειρηματικό κόσμο (τοπικό και διεθνή), τα ΜΜΕ και δυνητικούς επενδυτές.

Παράλληλα θα προσφέρονται υπηρεσίες δικτύωσης και συνεργατικής ανάπτυξης προϊόντων μέσω διαδικτύου (ιδεατό εκκολαπτήριο – virtual incubator)

**Στις βάσεις αυτές θα αναπτυχθεί ένα Δίκτυο Εκκολαπτηρίων στα Ιόνια Νησιά με μια κεντρική δομή και εκκολαπτήριο στην Κέρκυρα** με έμφαση σε πρώτη φάση στη μουσική/τραγούδι και δομές στα άλλα νησιά (Ζάκυνθος, Λευκάδα, Κεφαλονιά, Ιθάκη) που θα έχουν ανάλογε εξειδικεύσεις που συναρτώνται πολύ από τις εξειδικεύσεις που προσφέρει εκεί το ΤΕΙ Ιονίων Νήσων.

Το δίκτυο θα βοηθήσει σε επίτευξη οικονομιών κλίμακας με μετακλήσεις ειδικών, ανταλλαγές και ειδικές συμπράξεις και σε αυτό θα συμβάλλει με μια πλατφόρμα καταγραφής κάθε είδους εκδήλωσης από οργανωτές, πολιτιστικούς φορείς ή επιχειρηματίες με ετήσιο προγραμματισμό και κεντρική συντήρηση.

### **Δράση 2: Δημιουργία μηχανισμού βιώσιμης ανάπτυξης της δημιουργικής οικονομίας στα Ιόνια Νησιά**

Στόχος της προτεινόμενης δράσης είναι η εξασφάλιση προϋποθέσεων βιώσιμης ανάπτυξης της δημιουργικής οικονομίας με στόχευση την τουριστική αγορά μέσω ενός μηχανισμού ενίσχυσης επιχειρηματικότητας που θα αποτελεί το μελετητικό και εποπτικό εργαλείο της ΠΙΝ για τη δημιουργική οικονομία και την προώθηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με έμφαση στον τουρισμό.

Προβλέπονται δυο κατηγορίες εργασιών που θα αναλάβει ο μηχανισμός αυτός:

**Ομάδα 1: Ανάλυση δυναμικού στη δημιουργική οικονομία και ευκαιριών απασχόλησης**Ανάλυση ευκαιριών δημιουργικής απασχόλησης ανά περιοχή

- ▶ Καταγραφή πολιτιστικών πόρων στα Ιόνια Νησιά με προοπτική δημιουργικής αξιοποίησης από νέους δημιουργικούς επαγγελματίες
- ▶ Εφαρμογή σχεδίου κατάρτισης στελεχών σε βιώσιμη διαχείριση πολιτιστικής κληρονομιάς (συνάρτηση μελέτης αναγκών)

Μελέτη αναγκών σε στελέχη

- Εφαρμογή σχεδίου διαχείρισης / προώθησης της πολιτιστικής κληρονομιάς και δημιουργικής επιχειρηματικότητας (ειδικότητες/δεξιότητες/συνέργειες)
- Εκπαίδευση εκπαιδευτών / ενδιάμεσων

Ανάλυση θεσμικού πλαισίου

- διαχείρισης/αξιοποίησης πολιτιστικών πόρων στα Ιόνια Νησιά : μακροπρόθεσμη διάθεση (π.χ. 25ετίας), οφέλη Υπ. Πολιτισμού/τρίτων κ.λπ.

Ο μηχανισμός αυτός θα παρέχει σχετικές υπηρεσίες προώθησης.

**Ομάδα 2: Μελέτη και παρακολούθηση οικονομικών δραστηριοτήτων για τη δημιουργική οικονομία**Δημιουργία ενιαίου Ευρετηρίου Υπηρεσιών (και Βάσεων Δεδομένων)

- για την καταχώρηση, διαχείριση & αξιολόγηση των δεδομένων του τουρισμού.
- Δημιουργία διεθνούς ταυτότητας / στρατηγικής μάρκετινγκ για «Ιόνια
- ▶ «Νησίδες δημιουργικής οικονομίας»

Προοπτική διερεύνηση (foresight)

- τάσεων τεχνολογικών/αγοράς & πολιτικών Ε.Ε. στο χώρο δημιουργικής οικονομίας και πολιτισμού
- με τη δημιουργία διαδικτυακού τόπου παρακολούθησης εξελίξεων /δείκτες

Δημιουργία πόλου αναφοράς στην περιφέρεια για δημιουργική οικονομία

- ▶ Υπηρεσία Μιας Στάσης για συντονισμό – προώθηση πολιτιστικής δημιουργίας ανά περιοχή
- ▶ Προσέλκυση χρηματοδοτών /διεθνείς συνεργασίες
- ▶ Μελέτη και εφαρμογή κινήτρων προσέλκυσης

Εκστρατεία ευαισθητοποίησης / ενημέρωσης δημιουργών πολιτισμού/επιχειρηματιών

- ▶ Διεθνής πλατφόρμα επιχειρηματικής συνεργασίας (marketplace) μεταξύ πολιτιστικών φορέων και δημιουργών
  - ▶ Δικτυωθείτε ... Πολιτιστικά
- ▶ Ανίχνευση νέων ευκαιριών (scouting)
- ▶ Μεταφορά τεχνογνωσίας

\*\*\*

# Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό της εμπειρίας

Μαριάννα Σιγάλα

ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

Ευάγγελος Χρήστου

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ MARKETING  
ΚΑΙ ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

## Περίληψη

*Το άρθρο αυτό στοχεύει στον εντοπισμό και την ανάπτυξη πολιτικών και προτάσεων πρωταρχικής σημασίας για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και ανταγωνιστικό ελληνικό τουριστικό προϊόν. Καθώς το τουριστικό προϊόν αποτελεί ένα αμάλγαμα υπηρεσιών και πόρων που προσφέρονται και ελέγχονται από διάφορες επιχειρήσεις, οργανισμούς και φορείς, η υλοποίηση των προτάσεων αποτελεί συλλογική ευθύνη όλων, καθώς προϋποθέτει την καλλιέργεια και την ανάπτυξη συνεργιών και κλίματος συνεργασίας μεταξύ όλων των τουριστικών εταιρών. Επίσης, οι προτάσεις αυτές αναφέρονται σε απαραίτητες ενέργειες τόσο σε μακροοικονομικό επίπεδο προορισμού όσο και σε μικροοικονομικό επίπεδο τουριστικών επιχειρήσεων. Για τον εντοπισμό των προτάσεων αυτών, το άρθρο ξεκινά διερευνώντας την τουριστική ανάπτυξη και πολιτική που ακολουθήθηκε στην Ελλάδα τις τελευταίες δεκαετίες. Με βάση την ανάλυση αυτή, οι προτάσεις που αναλύονται εστιάζονται στα ακόλουθα:*

- ▼ τις οργανωτικές, διαχειριστικές και θεσμικές μεταρρυθμίσεις που απαιτούνται δίνοντας έμφαση στη θέσπιση και λειτουργία ενός Εθνικού Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού με σαφείς ρόλους, σκοπούς και λειτουργίες,
- ▼ την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, καινοτομία και βιωσιμότητα τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων. Βαρύτητα δίνεται στην ανάπτυξη Ηλεκτρονικών Συστημάτων Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Προορισμών με συγκεκριμένες υπηρεσίες, σκοπούς και λειτουργίες,
- ▼ τη συνεχή ανάπτυξη των βασικών συντελεστών παραγωγής στον τουρισμό, όπως, ανθρωπίνος πόρος, τουριστικές εγκαταστάσεις, υποδομές και επιχειρήσεις,
- ▼ την ανάπτυξη και συνεχή εκσυγχρονισμό των τουριστικών θελγήτρων και προϊόντων δίνοντας έμφαση στη δημιουργία διεπιχειρησιακών δικτύων με σκοπό την ανάπτυξη ολοκληρωμένων θεματικών τουριστικών πακέτων που μπορούν να εμπλουτίσουν και να διαφοροποιήσουν το τουριστικό προϊόν, καθώς και να υποστηρίξουν μια πιο βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

## 1. Εισαγωγή: Ανάπτυξη και τουριστική πολιτική στην Ελλάδα

Η παρούσα οικονομική κρίση τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και στη χώρα μας, αποτελεί επίκαιρο και φλέγον θέμα συζήτησης με το οποίο ασχολούνται εκπρόσωποι όλων των παραγωγικών τάξεων. Στη συζήτηση αυτή έχει αναδειχθεί η ιδιαίτερη σημασία και συμβολή του τουριστικού κλάδου για τη μελλοντική έξοδο της χώρας μας από την κρίση και την οικονομική ύφεση. Ο τουρισμός διαχρονικά αποτελεί για την ελληνική οικονομία τον σημαντικότερο πυλώνα ανάπτυξης και εισροής εσόδων, τόσο με άμεσο όσο και με έμμεσο τρόπο. Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας εκτιμάται μεταξύ 15% και 18% κατά την τελευταία πενταετία, ή μεταξύ € 30 δις και € 45 δις περίπου.

Αν και σύμφωνα με τις περισσότερες αρχικές εκτιμήσεις το 2013 αποτέλεσε μια ανοδική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό, δεν θα πρέπει να μας διαφεύγει ότι, ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα έχει εισέλθει σε έναν κύκλο παρατεταμένης κρίσης με χαρακτηριστικά αργής αλλά σταθερής παρακμής εδώ και αρκετά χρόνια, ιδιαίτερα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας και την επακόλουθη εμφανή αδυναμία και προφανή αποτυχία τουριστικής αξιοποίησης της κληρονομιάς των αγώνων σε βάθος χρόνου. Έχει διαπιστωθεί ότι, εάν κατά τα τελευταία τρία έτη διάφορες ανταγωνιστικές προς την Ελλάδα χώρες (όπως η Αίγυπτος, η Τυνησία, η Τουρκία, κ.ά.) δεν αντιμετώπιζαν έκτακτες καταστάσεις και προβλήματα από τα οποία ωφελήθηκε ευκαιριακά (και ελάχιστα σε σχέση με τα οφέλη που αποκόμισαν από αυτή την κρίση άλλες χώρες) ο τουρισμός στην Ελλάδα, τότε η έκταση της παρακμής του ελληνικού τουριστικού κλάδου θα ήταν σημαντική. Ακόμα, η παρατεταμένη κρίση της τουριστικής βιομηχανίας μας επηρεάζεται και από τη γενικότερη εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό, η οποία δεν είναι και η ιδανικότερη τα τελευταία έτη. Όμως, τα βαθύτερα αίτια της κρίσης δεν είναι συγκυριακά αλλά σχετίζονται με τον τρόπο με τον οποίο ως χώρα, ως πολιτεία, ως επιχειρήσεις, ως κοινωνία αλλά και ως πολίτες και εργαζόμενοι αντιμετωπίζουμε τον τουρισμό. Στο πλαίσιο αυτό, ο ρόλος της προβολής της χώρας στο εξωτερικό αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη βελτίωση της υπάρχουσας –προβληματικής– κατάστασης της εικόνας της Ελλάδας, εφόσον όμως η αξιοποίηση των τεχνικών προβολής γίνει οργανωμένα, με σχέδιο και με αντίστοιχες αλλαγές-βελτιώσεις στο τουριστικό προϊόν της χώρας και όχι αποσπασματικά, περιστασιακά και διακοσμητικά, όπως σχεδόν πάντα συνέβαινε μέχρι τώρα.

Στο πλαίσιο αυτό, αξίζει να επισημανθεί ότι, ο τουρισμός αποτελεί με τα τελευταία 30 χρόνια την ατμομηχανή της οικονομικής μας ανάπτυξης, αλλά σε μεγάλο βαθμό αναπτύχθηκε άναρχα και χωρίς συντονισμό (όπως και άλλοι κλάδοι στη χώρα μας). Ο προσεκτικός και μακροχρόνιος σχεδιασμός, όπως αρμόζει σε μια βαριά βιομηχανία εθνικής σημασίας, συχνά ήταν ανεπαρκής. Κάθε αλλαγή προσώπων (π.χ. υπουργών και λοιπών ιθυνόντων) οδηγούσε στην ανατροπή των σχεδίων που οι προηγούμενοι κατάρτισαν, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει στρατηγική, διοικητική και λειτουργική συνοχή και διάρκεια. Ταυτόχρονα, η έλλειψη τουριστικής παιδείας και συνείδησης του μέσου πολίτη είχε σαν αποτέλεσμα την αντιμετώπιση του τουρισμού ως έναν ευκαιριακά προσοδοφόρο κλάδο, και όχι με την προσοχή που θα άξιζε ως η πραγματική βαριά βιομηχανία της Ελλάδας.

Στο παρελθόν και κυρίως μέχρι το 2002, ο ελληνικός τουρισμός αναπτυσσόταν με σταθερό ρυθμό, κυρίως εξαιτίας του χαμηλού κόστους παραγωγής και πώλησης των τουριστικών προϊόντων, γεγονός το οποίο είχε σαν αποτέλεσμα η σχέση ποιότητας-τιμής για τον αλλοδαπό τουρίστα να είναι ικανοποιητική. Παρόλο που κατά το 2013 εμφανίστηκαν ενθαρρυντικά σημάδια βελτίωσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι, τα τελευταία δέκα έτη το κόστος είναι υψηλό με αποτέλεσμα είτε η τελική τιμή του τουριστικού προϊόντος να είναι ιδιαίτερα ακριβή κατ' αναλογία με την ποιότητά του, είτε να διατηρείται μεν η τιμή σε λογικά επίπεδα αλλά η ποιότητα του προϊόντος να είναι δυσανάλογα χαμηλότερη. Και στις δύο περιπτώσεις, η σχέση ποιότητας-τιμής για τον τουρίστα βγαίνει μειούμενη, με αποτέλεσμα τη διαρκή μείωση της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας μας. Παράλληλα, εδώ και δεκαετίες έχουμε εγκλωβιστεί σε αφελή στερεότυπα και ιδεοληψίες, όπως *«έχουμε την ομορφότερη χώρα του κόσμου και τις ωραιότερες παραλίες, ή ότι η Ελλάδα αποτελεί το καλύτερο οικόπεδο, κ.λπ.»*, τα οποία εντείνουν τη συχνά εσωστρεφή προσέγγιση και μυωπική διαχείριση του τουριστικού μας προϊόντος (Christou, 2011a).

Αναφορικά με την εικόνα της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού (και κατ' επέκταση με την εικόνα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος), η υπάρχουσα κατάσταση είναι ιδιαίτερα ασαφής και ανομοιογενής. Καταρχάς, είναι σωστότερο να αναφερόμαστε στην εικόνα επιμέρους στοιχείων και τουριστικών προϊόντων της χώρας. Συγκεκριμένα, μπορούμε να προσδιορίσουμε δύο κύρια προϊόντα που συνθέτουν το χαρτοφυλάκιο της τουριστικής προσφοράς μας: α) τον μαζικό τουρισμό, και β) τις διάφορες εναλλακτικές ή ειδικές μορφές τουρισμού. Μεταξύ αυτών των δύο κύριων τουριστικών προϊόντων παρουσιάζονται σημαντικότερες διαφορές και διαφοροποιήσεις, τόσο στην εικόνα και διαχείρισή τους όσο και στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και κατ' επέκταση και στην εξυπηρέτηση του πελάτη (Christou and Nella, 2010).

Ως μαζικός τουρισμός στην Ελλάδα (διότι σε άλλες χώρες υπάρχουν διαφοροποιήσεις) νοείται ο παραθαλάσσιος παραθεριστικός τουρισμός – αυτό που διεθνώς ορίζεται ως τουρισμός των 3S (sun, sand, sea). Εκτός λίγων εξαιρέσεων (και φωτεινών παραδειγμάτων κάποιων βέλτιστων πρακτικών), η εικόνα που έχει στο εξωτερικό το ελληνικό προϊόν του μαζικού τουρισμού –το οποίο αποτελεί τη ραχοκοκαλιά του τουριστικού κλάδου– είναι αρκετά συγκεχυμένη και εν μέρει προβληματική. Θεωρείται ως ένα προϊόν με σχετικά καλούς ή και πολύ καλούς φυσικούς πόρους (π.χ. κλίμα, τοπίο, θάλασσα, κ.ά.), μέτρια προς καλή ξενοδοχειακή και λοιπή τουριστική υποδομή (π.χ. αεροδρόμια, λιμάνια, πεζοδρόμια, καθαριότητα κ.λπ.), αλλά μέτρια προς κακή (και σε αρκετές περιπτώσεις αρκετά κακή) ποιότητα υπηρεσιών και εξυπηρέτηση πελατών. Τα τελευταία σε συνδυασμό με τις αντικειμενικά υψηλές τιμές (τουλάχιστον μέχρι και το 2012) καθιστούν κατά κανόνα προβληματική τη σχέση αξίας προς τιμή (value for money) του μαζικού ελληνικού τουριστικού προϊόντος έναντι των ανταγωνιστών του. Πρέπει να σημειωθεί ότι, η εικόνα αυτή δεν δημιουργήθηκε ξαφνικά αλλά αποτελεί το αποτέλεσμα μιας πολύχρονης διαδικασίας κατά τα τελευταία δέκα τουλάχιστον έτη. Η εικόνα αυτή έχει δημιουργηθεί τόσο μέσα από τις ίδιες τις εμπειρίες των ξένων τουριστών όσο και από τα σχόλια που μεταδίδουν σε φίλους τους, γνωστούς και σε συγγενείς, ακόμα και σε σχετικές ιστοσελίδες στο Internet, όπως σε wikis, fora, customer review websites και σε άλλους ανάλογους ιστοχώρους που αξιοποιούν τη φιλοσοφία του λεγόμενου Web 2.0 (ή social web/κοινωνικού διαδικτύου). Ακόμα, δεν είναι άμοιρη ευθυνών για τη δημιουργία της εικόνας αυτής και η μέχρι τώρα στρατηγική (ή ενδεχομένως η έλλειψη ουσιαστικής στρατηγικής) προβολής και μάρκετινγκ που ακολουθήθηκε.

Αναφορικά με τα προϊόντα των ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αν και αποτελούν ένα σχετικά μικρό τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας, η υπάρχουσα κατάσταση παρουσιάζεται αρκετά διαφορετική σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό. Γενικότερα, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι αρκετά καλή – σε ορισμένες δε περιπτώσεις είναι πολύ καλή. Όμως, το βασικό πρόβλημα αυτού του τουριστικού κλάδου σχετίζεται με την έντονη ανομοιομορφία της παρεχόμενης ποιότητας και εξυπηρέτησης από περιοχή σε περιοχή, καθώς και μεταξύ διαφορετικών τουριστικών επιχειρήσεων, η οποία με τη σειρά της συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας εικόνας μειωμένης αξιοπιστίας του προϊόντος και αυξανόμενης δυσπιστίας της τουριστικής αγοράς.

Για την ανάπτυξη ενός βέλτιστου πλαισίου εφαρμογής μιας νέας τουριστικής στρατηγικής, θα πρέπει καταρχήν να γίνουν σαφή και να συνοψολογιστούν ορισμένα κρίσιμα στοιχεία που σχετίζονται με το ίδιο το τουριστικό προϊόν (μαζικό ή εναλλακτικό). Συγκεκριμένα, ως προς τη φύση του τουριστικού προϊόντος, θα πρέπει να γίνει ξεκάθαρα αντιληπτό και κατανοητό από όλους τους εμπλεκόμενους στον τουριστικό κλάδο και στην προβολή του το γεγονός ότι, το τουριστικό προϊόν διαφέρει σημαντικότερα από όλα τα υπόλοιπα προϊόντα. Οι περισσότεροι άνθρωποι πιστεύουν –εσφαλμένα– ότι το τουριστικό προϊόν εντάσσεται στις υπηρεσίες. Όμως, η πραγματικότητα είναι διαφορετική: το τουριστικό προϊόν αποτελεί στην ουσία ένα «υβρίδιο», καθώς περιλαμβάνει μια ποικιλία αλληλοεπηρεαζόμενων συστατικών στοιχείων όπως υλικά προϊόντα, υπηρεσίες, φυσικό περιβάλλον, ιδέες, πληροφορίες, δραστηριότητες, αλλά και ανθρώπους οι οποίοι περιλαμβάνουν: τους φυσικούς παρόχους του τουριστικού προϊόντος, την τοπική κοινωνία και φορείς της, καθώς και τους άλλους επισκέπτες που παρευρίσκονται στον προορισμό. Ταυτόχρονα, το τουριστικό προϊόν παρουσιάζει και όλες τις κλασικές ιδιαιτερότητες των υπηρεσιών, όπως: η σύντομη απαξίωση (υπηρεσίες δεν μπορούν να αποθηκευτούν για μελλοντική πώληση και κατανάλωση και συνεπώς, απούλητες υπηρεσίες αποτελούν χαμένες πωλήσεις για πάντα), η άυλη φύση του (ο καταναλωτής δεν γνωρίζει και δεν μπορεί να κρίνει/αξιολογήσει τι ακριβώς αγοράζει πριν καταναλώσει και βιώσει το προϊόν), η εξάρτηση (ποιότητας, εξυπηρέτησης κ.λπ.) από

τον ανθρώπινο παράγοντα, και τέλος η συχνά ταυτόχρονη παραγωγή και κατανάλωσή του, η οποία απαιτεί την ετοιμότητα και ικανότητα του παροχέα να προσφέρει ποιότητα και να αφουγκράζεται και να ικανοποιεί τις απαιτήσεις του κάθε επισκέπτη σε πραγματικό χρόνο, καθώς δεν είναι εφικτό ο παροχέας πρώτα να παράγει και μετά να διαθέσει όσες υπηρεσίες που έχουν ελεγχθεί/αξιολογηθεί ως ποιοτικές. Όλες οι παραπάνω παράμετροι θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για τη διαμόρφωση μιας νέας στρατηγικής τουριστικής πολιτικής για μια αποτελεσματικότερη διαχείριση και μάρκετινγκ του τουριστικού προϊόντος.

Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές τουριστικών προϊόντων αγοράζουν όνειρα – αγοράζουν τις ωφέλειες τις οποίες προσδοκούν και φαντάζονται ότι θα βιώσουν κατά την επίσκεψή τους σε έναν τουριστικό προορισμό ή κατά τη διαμονή τους σε ένα τουριστικό κατάλυμα. Κατά συνέπεια, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι άνθρωποι δεν αγοράζουν απλώς τουριστικά προϊόντα αλλά αγοράζουν την προσδοκία μιας εμπειρίας. Από την πλευρά της τουριστικής παραγωγής, είτε σε μακροοικονομικό επίπεδο (φορείς και διοίκηση ενός τουριστικού προορισμού) είτε σε μικροοικονομικό επίπεδο (τουριστικές επιχειρήσεις), το κρίσιμο ζήτημα είναι η διαμόρφωση της προσφοράς μιας επιθυμητής από τον καταναλωτή εμπειρίας με χαρακτηριστικά υψηλής ποιότητας και καλής εξυπηρέτησης. Αναλυτικότερα, ο στόχος είναι η προσφορά μιας αξέχαστης και βεβαίως θετικής τουριστικής εμπειρίας που να μπορεί να προσφέρει ποικίλες ωφέλειες στον επισκέπτη, όπως: λειτουργικές (ξεκούραση, ηρεμία), κοινωνικές (γνωριμία, διάδραση και ανάπτυξη σχέσεων με άλλους ανθρώπους, ομάδες και πολιτισμούς), γνωστικές (μάθηση, ανάπτυξη ικανοτήτων) και ψυχολογικές (αυτοπραγμάτωση, προσωπική έκφραση και ανάπτυξη). Κατά συνέπεια, η τουριστική πολιτική του μέλλοντος θα πρέπει να ενσωματώνει τη λογική της «προσδοκώμενης εμπειρίας» πάνω στην οποία θα πρέπει να αναπτυχθεί σαφής στρατηγική για το branding της Ελλάδας.

Λαμβάνοντας υπόψη τις προηγούμενες παρατηρήσεις, η ανάπτυξη της βέλτιστης τουριστικής πολιτικής της χώρας για την επόμενη πενταετία θα πρέπει να βασίζεται στις παρακάτω ευρύτερες επιδιώξεις:

- ▼ Η άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας να ξεπεράσει το 20% και τα € 50 δις ετησίως
- ▼ Οι θέσεις εργασίας στον τουριστικό κλάδο να αυξηθούν κατά 20% και να ξεπεράσουν τις 1.000.000

Αναφορικά με τα τμήματα της αγοράς στα οποία συνιστάται η Ελλάδα να στοχεύσει, αυτά αποτελούνται από τα εξής:

- ▼ Παραθεριστικός τουρισμός
- ▼ Θαλάσσιος τουρισμός (τουρισμός σκαφών αναψυχής/γιότινγκ αλλά και τουρισμός κρουαζιέρας)
- ▼ Πολιτιστικός τουρισμός (π.χ. οίνο-τουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός κ.λπ.)
- ▼ Θεραπευτικός τουρισμός (περιλαμβάνεται τόσο ο αμιγώς τουρισμός υγείας όσο και γενικότερα ο τουρισμός ευεξίας)
- ▼ Τουρισμός γεγονότων (περιλαμβάνονται οι εκθέσεις, καθώς και ο συνεδριακός και ο αθλητικός τουρισμός)
- ▼ Τουρισμός πόλεων (κυρίως στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη)
- ▼ Τουρισμός υπαίθρου (περιλαμβάνονται οι περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού)
- ▼ Περιηγητικός τουρισμός

Με την εξαίρεση του παραθεριστικού τουρισμού (ο οποίος εντάσσεται στον μαζικό τουρισμό), οι υπόλοιποι κλάδοι αποτελούν ειδικές μορφές τουρισμού, οι οποίες συνήθως απαιτούν εξειδικευμένες υποδομές και στοχεύουν σε συγκεκριμένα τμήματα αγοράς. Αξίζει να σημειωθεί ότι, σε ανάλογους τουριστικούς κλάδους και μορφές είχε καταλήξει στο παρελθόν και σχετική μελέτη που εκπόνησε για τον ΕΟΤ κοινοπραξία μελετητικών εταιρειών PRC Group-THR-MRB.

## 2. Αναγκαίες οργανωτικές, διαχειριστικές και θεσμικές μεταρρυθμίσεις

Η διαχείριση της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού, τόσο επί του συνόλου της χώρας όσο και μεμονωμένων τουριστικών περιοχών, επιτελείται από πολλούς διαφορετικούς φορείς και οργανισμούς πρωτίστως του ευρύτερου δημόσιου τομέα και δευτερευόντως του ιδιωτικού, χωρίς επαρκή συντονισμό, εξειδικευμένο στον τουρισμό προσωπικό, κοινή στόχευση και συχνά με ασύμβατες και αποσπασματικές πρακτικές (Sigala, 2013). Πριν από 50 περίπου έτη, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού λειτουργούσε ως ένας κεντρικός και αποτελεσματικός φορέας διαχείρισης του ελληνικού τουρισμού, αλλά στις μέρες μας υπολειτουργεί. Παράλληλα, το Υπουργείο Τουρισμού (που κατά καιρούς ιδρύεται, καταργείται, συγχωνεύεται με άλλα υπουργεία και στη συνέχεια επανιδρύεται) έχει αρμοδιότητες που αλλάζουν κατά μέσο όρο ανά διετία και παράλληλα συχνά δεν ασκεί μόνο τον επιτελικό ρόλο που εκ των πραγμάτων κατέχει. Ταυτόχρονα, υπάρχουν και λειτουργούν αποκομμένοι μεταξύ τους και αποσπασματικά πολλοί άλλοι φορείς, τόσο σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης (σε δήμους και σε περιφέρειες) όσο και ως οργανισμοί διαφόρων υπουργείων, γενικών γραμματειών, κ.ά. Σε αυτό το ομιχλώδες τοπίο, προστίθενται και φορείς του ιδιωτικού τομέα, συνήθως εργοδοτών, όπως ο ΣΕΤΕ, το ΞΕΕ, ο HATTA, κ.ά., οι οποίοι επίσης ασχολούνται με ζητήματα τουριστικής πολιτικής, ανάπτυξης και προβολής της χώρας. Όμως, η διεθνής εμπειρία έχει αποδείξει ως βέλτιστη πρακτική σε επίπεδο χώρας τη λειτουργία ενός και μόνο ειδικευμένου οργανισμού διαχείρισης τουριστικού προορισμού ή DMO (Destination Management Organization), όπως για παράδειγμα το Maison de France στη Γαλλία και το Visit Britain στη Βρετανία. Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization – WTO, 2007): «Μέχρι το 2015 οι DMO θα είναι η κυρίαρχη και με τη μεγαλύτερη επιρροή δύναμη πίσω από τη μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου», δηλαδή την τουριστική.

Πράγματι, αν αναλογιστούμε την πολυπλοκότητα του τουριστικού φαινομένου, την ανάγκη συνέργειας πολυπληθών και ετερογενών παραγόντων για να προκύψει το τελικό τουριστικό προϊόν, και αν συνυπολογίσουμε την επίδραση και τις επιπτώσεις σε ένα ευρύ φάσμα πολιτισμικών, περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών πτυχών στην καθημερινή ζωή, τότε διαπιστώνουμε την αναγκαιότητα συνεργασίας των επιμέρους φορέων της παραγωγής του τουριστικού προϊόντος –στην προκειμένη περίπτωση του τουριστικού προορισμού– ώστε αυτό να λειτουργήσει στην κατεύθυνση της ικανοποίησης των προσδοκιών του επισκέπτη με ταυτόχρονη ικανοποίηση των επιχειρηματικών στόχων των παραγωγών. Παρά το γεγονός ότι το μάρκετινγκ θεωρείται ως η σημαντικότερη, ίσως, λειτουργία ενός DMO, ολοένα και περισσότερο αναγνωρίζεται η ανάγκη αλλαγής από τη στενή εστίαση στα θέματα μάρκετινγκ προς μια περισσότερο συνολική και ολοκληρωμένη προσέγγιση με παράλληλη έμφαση στον σχεδιασμό, ανάπτυξη και διαχείριση του τουριστικού προϊόντος (Mintel report, 2005; Sigala, 2013).

Για όλους τους παραπάνω λόγους, προτείνεται η δημιουργία ενός ενιαίου DMO για όλη την Ελλάδα, ο οποίος θα είναι ο μοναδικός αρμόδιος φορέας για την υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής και της προώθησης της χώρας, τόσο σε στρατηγικό επίπεδο όσο και σε τακτικό. Δηλαδή, το Υπουργείο Τουρισμού θα πρέπει να ασχολείται αποκλειστικά με τη χάραξη της τουριστικής αναπτυξιακής πολιτικής (κατόπιν συνεργασίας και διαβούλευσης με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα) και με την επιτελική εποπτεία της υλοποίησής της, ενώ ο DMO θα ασχολείται αποκλειστικά με την επιχειρησιακή υλοποίηση της αποφασισθείσας πολιτικής. Οι θεμελιώδεις λειτουργίες του DMO θα πρέπει να είναι:

- ▼ Η δικτύωση και ο συντονισμός των μεγάλων, μεσαίων και μικρομεσαίων επιχειρήσεων που εμπλέκονται στη διαδικασία παραγωγής του τουριστικού προϊόντος της χώρας (με τελικό σκοπό την επίτευξη κοινωνικής συναίνεσης και δέσμευσης για την ανάπτυξη συνεργατικών δραστηριοτήτων).
- ▼ Ο εμπλουτισμός και η συνεχής ανάπτυξη των τουριστικών προϊόντων της χώρας με σκοπό την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την αύξηση των πολλαπλασιαστικών επιπτώσεων του τουρισμού.



- ▼ Η δημιουργία θέσεων απασχόλησης που θα προκύψουν από τη βέλτιστη εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- ▼ Η διασφάλιση και η επίτευξη βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (περιβαλλοντικής, κοινωνικής, οικονομικής).
- ▼ Η δημιουργία κύριων ή συμπληρωματικών εισοδημάτων σε ομάδες πληθυσμού.
- ▼ Η ενίσχυση των επενδύσεων.
- ▼ Η ενθάρρυνση και υποστήριξη της επιχειρηματικότητας.
- ▼ Η βελτίωση της ποιότητας του αστικού περιβάλλοντος.
- ▼ Η ενθάρρυνση της ποιοτικής αναβάθμισης των τουριστικών επιχειρήσεων.
- ▼ Η λειτουργία ενός παρατηρητηρίου τουρισμού "tourism observatory" το οποίο θα συλλέγει, αναλύει και διαμοιράζεται πληροφορίες σχετικά με τουριστικούς προορισμούς, αγορές, πόρους, προϊόντα και υλοποίηση πολιτικών-δράσεων, έτσι ώστε να υποστηρίζει την καλύτερη λήψη αποφάσεων και διαμόρφωση τουριστικών πολιτικών.
- ▼ Η προώθηση δράσεων που αφορούν την πιστοποίηση, επιβράβευση και δημοσιοποίηση της ποιότητας, αυθεντικότητας και πρωτοτυπίας των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών και αγαθών.
- ▼ Η αποτελεσματική προβολή σε εθνικό και διεθνές επίπεδο και η ανάπτυξη/διαφύλαξη της εικόνας της χώρας (συνεχώς αλλά κυρίως σε περιπτώσεις διαχείρισης κρίσεων).
- ▼ Η στρατηγική προώθηση και διανομή των τουριστικών προϊόντων της χώρας.
- ▼ Η εξυπηρέτηση και η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών/πληροφοριών στους επισκέπτες σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους (πριν, κατά τη διάρκεια και μετά).

Ο DMO θα έχει ως αποστολή τον συντονισμό των προσπαθειών των φορέων και των επιχειρήσεων του τουρισμού της Ελλάδας, με σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών (ή επισκεπτών) με κερδοφόρο οικονομικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά τρόπο για την ελληνική κοινωνία και τις επιχειρήσεις. Ταυτόχρονα, ο DMO θα αποσκοπεί στη διασφάλιση του ιδιωτικού και δημόσιου συμφέροντος, στη διασφάλιση των δικαιωμάτων των τουριστών και των μόνιμων κατοίκων, στην ισόρροπη και αειφόρο ανάπτυξη και τη διάχυση των ωφελειών στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο (Christou, 2011b).

Για να επιτύχει στην εταιρική του αποστολή, ο DMO θα πρέπει να εξειδικεύσει τη δράση του με συγκεκριμένες επιδιώξεις (Bornhorst et al., 2010):

- ▼ Στην παραγωγή νέου εισοδήματος, απασχόλησης και εσόδων από φόρους, συνεισφέροντας σε μια πιο διαφοροποιημένη τοπική οικονομία, λειτουργώντας ως «οικονομική γεννήτρια» και «μοχλός ανάπτυξης».
- ▼ Στη δημιουργία και προώθηση της πιο κατάλληλης εικόνας της Ελλάδας, των πόλων έλξης και των υποδομών της σε επιλεγμένες αγορές επισκεπτών, λειτουργώντας ως «φορέας επικοινωνίας και μάρκετινγκ».
- ▼ Στην προαγωγή ενός σαφούς ενιαίου εθνικού στόχου, στην αποθάρρυνση επιδίωξης ιδιωτικών συμφερόντων και διάσπασης του κλάδου, τη διαμόρφωση μιας «κοινής τουριστικής φωνής» και κοινωνικής συναίνεσης, έτσι ώστε να υπάρχει συλλογική συμμετοχή και διαφάνεια κατανομής των αυξανόμενων ωφελειών του τουρισμού, λειτουργώντας ως «συντονιστής 'συμφερόντων/εταίρων' του κλάδου».
- ▼ Στην προστασία και εμπέδωση αισθήματος οικείου και ασφαλούς περιβάλλοντος στους μεμονωμένους και τους ομαδικούς τουρίστες και στην ενίσχυση και την τήρηση της νομιμότητας στον κλάδο, λειτουργώντας ως «κοινωνικά και νομικά αποδεκτός αντιπρόσωπος».
- ▼ Στην υποστήριξη και ενθάρρυνση υλοποίησης συνεργατικών δραστηριοτήτων, όπως μάρκετινγκ, διανομή, ανάπτυξη προϊόντων και την καλλιέργεια μιας συνεργατικής κουλτούρας και κλίματος, όπου οι επιχειρήσεις θα αντιμετωπίζουν τους άλλους ως συναγωνιστές και όχι ως ανταγωνιστές, λειτουργώντας ως «ρυθμιστής και συντονιστής συνεργατικών πολιτικών και δράσεων».

- ▼ Στην προαγωγή της ποιότητας ζωής και την ανάδειξή του σε υπόδειγμα συμπεριφοράς για κατοίκους και επισκέπτες, λειτουργώντας ως «καλλιεργητής της τοπικής υπερηφάνειας».

Η οργανωτική δομή του DMO θα πρέπει να έχει τη μορφή σύμπραξης δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, με εταιρική μορφή νομικού προσώπου ιδιωτικού δικαίου ή εναλλακτικά ως μη κυβερνητικής οργάνωσης. Χρηματοδοτικά, ο DMO θα βασίζεται σε συνδυασμό δημόσιας και ιδιωτικής επιχορήγησης – αυτή η μορφή χρηματοδότησης συναντάται στις ανεπτυγμένες τουριστικά χώρες και έχει το πλεονέκτημα ότι κανένα από τα μέλη δεν επιβάλλεται στο άλλο. Κατά κανόνα, η χρηματοδότηση του DMO μπορεί να προέρχεται από:

- ▼ Επιχορηγήσεις από την κεντρική κυβέρνηση
- ▼ Πόρους της τοπικής αυτοδιοίκησης (περιφερειακούς και δημοτικούς)
- ▼ Χρηματοδότηση από προγράμματα της ΕΕ
- ▼ Συνδρομές μελών του ιδιωτικού τομέα (π.χ. κλαδικών φορέων, επιχειρήσεων)
- ▼ Τέλη-φόροι επιχειρήσεων (π.χ. μέρος των τελών παρεπιδημούντων στα ξενοδοχεία μπορούν να κατανέμονται απευθείας στο DMO για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων του)
- ▼ Εμπορικές δραστηριότητες
- ▼ Χορηγίες ιδιωτών και φορέων

Ο DMO σε επίπεδο στρατηγικής θα διοικείται από ένα διοικητικό συμβούλιο (στο οποίο θα συμμετέχουν εκπρόσωποι όλων των μετόχων-εταίρων του), αλλά επιχειρησιακά η διοίκηση θα ασκείται από μάντζερ. Το διοικητικό προσωπικό του DMO θα προσληφθεί από τον ιδιωτικό τομέα με διεθνείς διαγωνισμούς και χωρίς κρατική παρέμβαση.

Εκτός του DMO, σε επίπεδο δημόσιας διοίκησης και συναρμόδιων υπηρεσιών για τουριστικά ζητήματα, είναι αναγκαία η υλοποίηση των παρακάτω στόχων:

1. Αναφορικά με ζητήματα τουριστικού ενδιαφέροντος, η δημιουργία και η λειτουργία ενός πιο αποτελεσματικού και συντονισμένου κρατικού μηχανισμού σε όλα τα επίπεδα: εθνικό, περιφερειακό και τοπικό. Θα μπορούσε επίσης να θεσμοθετηθεί ως κανόνας η προτεραιότητα εξυπηρέτησης και διεκπεραίωσης ζητημάτων που αφορούν τον τουρισμό σε όλες τις δημόσιες υπηρεσίες.
2. Οριζόντια μείωση της άσκοπης γραφειοκρατίας και του αρτισκληρωτικού συστήματος λειτουργίας των δημόσιων φορέων σε ό,τι αφορά τουριστικά ζητήματα.
3. Στελέχωση του μηχανισμού αυτού και των φορέων του με ειδικευμένο και καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό το οποίο δεν θα ελέγχεται και δεν θα επηρεάζεται από κομματικά συμφέροντα και αποφάσεις.
4. Αποδοχή από όλους τους εμπλεκόμενους ότι, το Υπουργείο Τουρισμού χαράσσει τουριστική πολιτική και ο DMO την εφαρμόζει με συγκεκριμένους στόχους, δεσμεύσεις και ενέργειες.
5. Θεσμοθέτηση κοινής αποδοχής υπηρεσιακού Υφυπουργού Τουρισμού επί θητεία, ο οποίος δεν θα αλλάζει σε κάθε κυβερνητική αλλαγή.
6. Ανάπτυξη και άμεση λειτουργία ενός Εθνικού Παρατηρητηρίου Τουρισμού, σε συνεργασία με πανεπιστήμια και τεχνολογικά εκπαιδευτικά ιδρύματα και με τη συνδρομή της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής. Η λειτουργία του παρατηρητηρίου κρίνεται ως μια άμεση ανάγκη όχι μόνο για να υποστηρίξει μια πιο αποτελεσματική λήψη αποφάσεων και δράσεων, αλλά κυρίως για να συμβάλει στην υιοθέτηση μιας proactive διοικητικής προσέγγισης διαχείρισης και πολιτικής του τουριστικού προϊόντος και να αποβάλουμε τη φιλοσοφία της reactive πολιτικής και διοίκησης που για χρόνια χαρακτήριζε την ελληνική πραγματικότητα και μας έκανε να λειτουργούμε ως πυροσβέστες πυρκαγιών.

### 3. Νέες τεχνολογίες για αύξηση της ανταγωνιστικότητας, καινοτομία και βιωσιμότητα

Η πληροφορία αποτελεί το 'lifeblood' του τουρισμού και συνεπώς, οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΠΕ) αποτελούν εξ ορισμού έναν καταλυτικό παράγοντα για την καινοτομία του τουριστικού προϊόντος και την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών (Sigala, 2012). Μάλιστα τα τελευταία χρόνια, οι τεχνολογικές εξελίξεις και οι δυνατότητες του διαδικτύου (όπως τα κοινωνικά δίκτυα, τα έξυπνα τηλέφωνα και tablets) έχουν αλλάξει την τουριστική ζήτηση (π.χ. αγοραστική συμπεριφορά, απαιτήσεις και προσδοκίες), καθώς και τον τρόπο λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών (Sigala et al., 2012).

Το διαδίκτυο και το περιεχόμενο που δημιουργούν και διακινούν οι χρήστες (user-generated content) μέσω των κοινωνικών δικτύων έχει αλλάξει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι τουρίστες αναζητούν και αξιολογούν τουριστικές πληροφορίες, καθώς και τον τρόπο διαμόρφωσης τουριστικών τάσεων (Sigala, 2012). Οι σημερινοί τουρίστες δεν αντιπροσωπεύουν παθητικούς δέκτες και καταναλωτές τουριστικών πληροφοριών, εμπειριών και προορισμών. Οι νέες ΤΠΕ επηρεάζουν καθοριστικά τη συμπεριφορά και τις τουριστικές εμπειρίες των τουριστών σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους (πριν το ταξίδι, στη διάρκεια και μετά το ταξίδι) (Sigala et al. 2012). Μετά το πέρας του ταξιδιού (ή και κατά τη διάρκειά του) οι περισσότεροι επισκέπτες μοιράζονται τις εμπειρίες και σχόλιά τους σε κοινωνικά δίκτυα, κυρίως για να συμβουλευθούν άλλους στο πώς να διαμορφώσουν το ταξίδι τους. Συνεπώς, οι νέες ΤΠΕ έχουν επαναπροσδιορίσει τη συμμετοχή και τον ρόλο των τουριστών στη διαδικασία παραγωγής και διανομής της τουριστικής αξίας, ενδυναμώνοντάς τους να γίνονται ακούσιοι και εκούσιοι συν-σχεδιαστές, συν-διαφημιστές, συν-διανομείς και συν-παραγωγοί τουριστικών εμπειριών (Sigala, 2012). Καθώς οι εφαρμογές του διαδικτύου καθορίζουν αποφασιστικά τις προτιμήσεις, τις επιλογές και τις εμπειρίες των τουριστών (αναφορικά με το πού, πώς και πόσο συχνά ταξιδεύουν, τι επισκέπτονται και τι κάνουν στους προορισμούς), οι ΤΠΕ μπορούν να επηρεάσουν καθοριστικά το μέγεθος και τις πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις της κατά κεφαλή δαπάνης του επισκέπτη στον τουριστικό προορισμό.

Δεδομένης της σημαντικότητας των ΤΠΕ στην ανταγωνιστικότητα τόσο των τουριστικών επιχειρήσεων όσο και των τουριστικών προορισμών, προτείνεται η ανάπτυξη, λειτουργία και συνεχής επικαιροποίηση Ηλεκτρονικών Συστημάτων Διαχείρισης & Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών (ΗΣΔΜΤΠ) ή Destination Management & Marketing Systems (DMS) που να αντιπροσωπεύουν τόσο γεωγραφικά και διοικητικά προσδιοριζόμενους προορισμούς (π.χ. εθνικό, περιφερειακούς και τοπικούς προορισμούς) όσο και προορισμούς με βάση τις τουριστικές εμπειρίες που προσφέρουν (π.χ. οινικούς και θρησκευτικούς προορισμούς). Συγκεκριμένα, προτείνεται:

- ▼ Συνεργασία ή/και δημιουργία συμπράξεων με ιδιωτικούς φορείς για την ανάπτυξη, λειτουργία και χρηματοδότηση ΗΣΔΜΤΠ.
- ▼ Δημιουργία και ενίσχυση ενός εξειδικευμένου τμήματος στον εθνικό DMO που θα ασχολείται αποκλειστικά με την ανάπτυξη και λειτουργία του εθνικού ΗΣΔΜΤΠ.
- ▼ Επιμόρφωση και διά βίου εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού δημόσιων φορέων υπεύθυνων για θέματα τουρισμού στις νέες τεχνολογίες και τις δυνατότητες των ΗΣΔΜΤΠ.

Επίσης, ανάγκη αποτελεί όχι μόνο η δημιουργία αλλά και η συνεχής ανάπτυξη της λειτουργικότητας και των υπηρεσιών των ΗΣΔΜΤΠ. Συγκεκριμένα, το εθνικό καθώς και τα περιφερειακά και τοπικά ΗΣΔΜΤΠ θα πρέπει να παρέχουν πολυγλωσσικό, πολυμεσικό, διαδραστικό και καθημερινά ανανεούμενο περιεχόμενο, λειτουργικότητα και εφαρμογές (όπως διαδραστικοί χάρτες και διαδρομές, και recommendation systems για παροχή προσωποποιημένου περιεχομένου), διαφορετικό περιεχόμενο και λειτουργίες για την εξυπηρέτηση και στόχευση διαφορετικών τμημάτων της τουριστικής αγοράς (όπως επισκέπτες, επιχειρήσεις, ταξιδιωτικούς πράκτορες, MME), διαδικτυακή συνδεσιμότητα μεταξύ των διαφορετικών επιπέδων ΗΣΔΜΤΠ (π.χ. αμφίδρομη σύνδεση εθνικού με περιφερειακά και τοπικά ΗΣΔΜΤΠ). Όμως, προτεραιότητα και έμφαση δεν πρέπει να δοθεί μόνο στις λειτουργίες μάρκετινγκ και προβολής που θα αναπτύξουν τα ΗΣΔΜΤΠ, αλλά και στην ικανότητα των ΗΣΔΜΤΠ να αποτελέσουν οικονομικό μοχλό για την υποστήριξη και την ενίσχυση της τουριστικής επιχειρηματικότητας

και των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και στη βιώσιμη διαχείριση και διατηρησιμότητα των τουριστικών προορισμών. Για την επίτευξη των τελευταίων, τα ΗΣΔΜΤΠ θα πρέπει να παρέχουν υπηρεσίες που θα στοχεύουν στη:

- ▼ Διαμόρφωση και υποστήριξη της διεθνούς εικόνας, της προβολής και προώθησης των τουριστικών προορισμών μέσω διαφόρων ηλεκτρονικών καναλιών και μεσάζοντων.
- ▼ Παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού μάρκετινγκ (όπως κρατήσεις, πωλήσεις, διαμόρφωση και πώληση προσωποποιημένων δυναμικών πακέτων διακοπών, ανάπτυξη πελατειακών σχέσεων).
- ▼ Παροχή υπηρεσιών και πληροφοριών at any time, any place, any device, μέσω της αξιοποίησης διαφόρων ΤΠΕ (π.χ. έξυπνα τηλέφωνα, διαδίκτυο, ηλεκτρονικά κιόσκια) για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους (πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι).
- ▼ Παροχή υπηρεσιών για την υποστήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών (π.χ. ηλεκτρονικό εκπαιδευτικό υλικό και υπηρεσίες ηλεκτρονικής μάθησης, ηλεκτρονικές προμήθειες, αντιπροσώπευση και διασυνδεσιμότητα με ηλεκτρονικούς μεσάζοντες, παροχή τουριστικών μελετών και στατιστικών δεικτών).
- ▼ Ηλεκτρονική διαχείριση κρίσεων. Η τουριστική βιομηχανία επηρεάζεται από πολλούς απρόβλεπτους και μη ελεγχόμενους παράγοντες, όπως φυσικές καταστροφές, πολιτικές αναταραχές, οικονομικές κρίσεις, επιδημίες, διακοπές ηλεκτρικού ρεύματος κ.λπ. Η ευρεία διείσδυση των ΤΠΕ στην καθημερινότητα των πολιτών έχει πλέον επιβάλει σε τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς να αξιοποιούν το διαδίκτυο και τις ΤΠΕ, έτσι ώστε να αντιμετωπίζουν τις κρίσεις σε όλα τα στάδιά τους (πριν την κρίση = ετοιμότητα, στη διάρκεια της κρίσης = μείωση αρνητικών συνεπειών, μετά την κρίση = αξιολόγηση και μάθηση, αλλαγή εικόνας).
- ▼ Υποστήριξη του Εθνικού Τουριστικού Παρατηρητηρίου: εφόσον «*διοικείται μόνο ό,τι μετράται*», τα ΗΣΔΜΤΠ θα πρέπει να αξιοποιήσουν τις ΤΠΕ ώστε να υποστηρίξουν τη συλλογή, ανάλυση, διανομή και αξιοποίηση πληροφοριών που απαιτούνται για τη βιώσιμη διαχείριση τουριστικών προορισμών. Αναλυτικά, τα ΗΣΔΜΤΠ πρέπει να αξιοποιήσουν τις ΤΠΕ, ώστε να αναπτύξουν και να λειτουργήσουν ένα αποτελεσματικό σύστημα διαχείρισης γνώσης σε επίπεδο προορισμού, το οποίο να ενδυναμώσει πληροφοριακά τη λήψη στρατηγικών αλλά και καθημερινών αποφάσεων.

Εθνικές πολιτικές θα πρέπει ακόμα να προσανατολιστούν στην παροχή οικονομικής υποστήριξης και κατάρτισης κυρίως μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, ώστε να αξιοποιήσουν σύγχρονες μορφές διοίκησης επιχειρησιακών λειτουργιών και να ενσωματώσουν τα εργαλεία των νέων ΤΠΕ και του κοινωνικού διαδικτύου. Η επιμόρφωση των τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τις νέες ΤΠΕ και τις επιχειρησιακές δυνατότητες και ευκαιρίες που αυτές προσφέρουν είναι πολύ σημαντική, καθώς η εκπαίδευση μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην αλλαγή νοοτροπίας και αντίληψης που έχουν οι επιχειρήσεις σχετικά με τις ΤΠΕ (οι οποίες συνήθως αντιμετωπίζουν τις ΤΠΕ είτε ως ένα μέσο για την απόκτηση μιας επιδότησης είτε ως ένα αναπόφευκτο «κόστος» και όχι ως επένδυση).

Οι επιχειρήσεις στον κλάδο των ΤΠΕ επηρεάζουν σημαντικά την προσφορά και την αξιοποίηση των διάφορων τεχνολογικών εφαρμογών και εργαλείων στην ελληνική τουριστική αγορά. Για τον λόγο αυτό κρίνεται αναγκαία η υποστήριξη αυτού του κλάδου και η στόχευσή του στην ανάπτυξη τεχνολογικών λύσεων ειδικά για την τουριστική βιομηχανία. Δυστυχώς, οι περισσότερες επιχειρήσεις ΤΠΕ στην Ελλάδα κυρίως αποτελούν απλούς αντιπροσώπους ξένων επιχειρήσεων. Όμως, η χώρα μας διαθέτει και έχει εκπαιδεύσει ικανότατους και καινοτόμους ανθρώπινους πόρους, οι οποίοι θα πρέπει να αξιοποιηθούν και να μη φύγουν από την Ελλάδα (brain-drain). Ταυτόχρονα η ελληνική τουριστική βιομηχανία μπορεί να αποτελέσει για αυτούς ένα ζωντανό εργαστήριο (living lab) όπου μπορούν να αναπτύξουν, να δοκιμάσουν και να εξελίξουν καινοτομικές εφαρμογές, τις οποίες στη συνέχεια θα μπορέσουν να τις εξάγουν. Κατά συνέπεια, απαιτείται η υποστήριξη της ανάπτυξης της τεχνολογικής καινοτομίας και επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, καθώς και η κατεύθυνσή της προς την υποστήριξη ζωτικών κλάδων της οικονομίας, όπως του τουρισμού. Θα μπορούσε επίσης να επιδιωχθεί η ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ τουριστικών φορέων (όπως ΣΕΤΕ, ΕΟΤ, ΞΕΕ) και του ΣΕΠΕ (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής και Επικοινωνιών Ελλάδας) με σκοπό την από κοινού χρηματοδότηση και υποστήριξη της ανάπτυξης τεχνολογικών λύσεων προσαρμοσμένων στις ανάγκες της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.

## 4. Συντελεστές παραγωγής στον τουρισμό: Ανθρώπινοι πόροι

Οι ανθρώπινοι πόροι αποτελούν αναπόσπαστο συστατικό της αλυσίδας της αξίας του τουριστικού προϊόντος για τρεις λόγους: α) το τουριστικό προϊόν αποτελεί εμπειρία και τις εμπειρίες τις βιώνουν και τις διαχειρίζονται άνθρωποι, β) το τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει και άυλο στοιχείο (υπηρεσία) το οποίο επίσης παρέχουν άνθρωποι σε άλλους ανθρώπους, και γ) οι ίδιοι οι παροχείς (οι άνθρωποι) του προϊόντος αποτελούν και στοιχείο του.

Η Ελλάδα έχει την τύχη να διαθέτει ως χώρα, πολύ καλής ποιότητας διαθέσιμους ανθρώπινους πόρους με καλή τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση. Στη χώρα προσφέρεται τουριστική εκπαίδευση γενικά καλής ποιότητας σε επίπεδο ΑΕΙ (σε πανεπιστήμια και σε ΤΕΙ) τόσο σε προπτυχιακό όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο, και αντίστοιχα καλή τουριστική κατάρτιση σε μεταδευτεροβάθμιο επίπεδο σε δημόσια και σε ιδιωτικά ΙΕΚ, ΚΕΚ, σχολές του Υπουργείου Παιδείας (πρώην ΟΤΕΚ), ιδιωτικά κολέγια κ.ά. Υπάρχουν όμως σημαντικές δυνατότητες βελτίωσης πρωτίστως στους παρακάτω τομείς:

- ▼ Κατάρτιση εθνικού σχεδίου/χάρτας τουριστικής εκπαίδευσης για όλες τις βαθμίδες, όπου θα περιλαμβάνονται τα δυνατά σημεία, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι απειλές της, και το οποίο θα αποτελέσει οδηγό για ένα μελλοντικό στρατηγικό σχέδιο της περεταίρω βελτίωσης και της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της τουριστικής εκπαίδευσης.
- ▼ Στο παρελθόν, η τουριστική εκπαίδευση πρωτίστως και η τουριστική κατάρτιση δευτερευόντως, είχαν εντελώς εσφαλμένα μάλλον υποβαθμισμένη εικόνα στο ευρύ κοινό – πολλοί άνθρωποι θεωρούσαν ότι η εκπαίδευση αυτή αφορά κυρίως σερβιτόρους και καμαριέρες, πράγμα λανθασμένο. Είναι αναγκαία μία πανεθνική εκστρατεία ενημέρωσης του ευρύτερου κοινού σχετικά με το επίπεδο, τους στόχους και το περιεχόμενο της τουριστικής εκπαίδευσης (μαζί με τις σχετικά καλές δυνατότητες επαγγελματικής αποκατάστασης των αποφοίτων), η οποία θα εξυψώσει την εικόνα τόσο του τουρισμού όσο και της τουριστικής εκπαίδευσης. Προτείνεται επίσης, η θέσπιση ενός μαθήματος «τουρισμού» στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το οποίο να στοχεύει στη δημιουργία μιας καλύτερης τουριστικής παιδείας (και όχι κατάρτισης) των Ελλήνων, αλλά και στην καλύτερη τουριστική επαγγελματική τους ενημέρωση και προσανατολισμό. Οι κάτοικοι προορισμών αποτελούν και αυτοί μέρος του τουριστικού προϊόντος, ενώ με τις δράσεις τους επηρεάζουν άμεσα τους τουριστικούς πόρους και υποδομές. Σε μια χώρα, όπως η Ελλάδα, όπου ο τουρισμός αποτελεί τον βασικό οικονομικό κλάδο, η ύπαρξη τουριστικής παιδείας σε όλους πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα. Επίσης, περισσότερο συνειδητοποιημένοι (και με μεγαλύτερες ικανότητες) νέοι και νέες θα επιλέξουν μελλοντικά να σπουδάσουν σε κάποια από τις τριτοβάθμιες βαθμίδες της τουριστικής εκπαίδευσης ή της τουριστικής κατάρτισης.
- ▼ Ενίσχυση όλων των ΑΕΙ (πανεπιστημίων και ΤΕΙ) που παρέχουν τουριστική εκπαίδευση. Δημιουργία σύγχρονων και ανταγωνιστικών δομών τουριστικής εκπαίδευσης.
- ▼ Μετατροπή της «Κατεύθυνσης Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων & Φιλοξενίας» των Τμημάτων Διοίκησης Επιχειρήσεων των ΤΕΙ σε αμιγή και ισχυρά «Τμήματα» ή ακόμα και «Σχολές» Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων & Φιλοξενίας, τουλάχιστον στα δύο μεγαλύτερα και δυναμικότερα ΤΕΙ της χώρας, το Αλεξάνδρειο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης και το ΤΕΙ Αθήνας.
- ▼ Μετατροπή των δύο ανώτερων σχολών του Υπουργείου Τουρισμού (ΑΣΤΕ Ρόδου και ΑΣΤΕ Αγίου Νικολάου) σε πραγματικά "hotel schools" κατά το ελβετικό μοντέλο.

Ένα καίριο πρόβλημα αναφορικά με τους ανθρώπινους πόρους των τουριστικών επιχειρήσεων προέρχεται από την εργασία υπερβολικά μεγάλου αριθμού «μαθητευόμενων» εργαζομένων από χώρες της ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας, οι οποίοι στην πραγματικότητα δεν κάνουν την πρακτική τους άσκηση αλλά εργάζονται κανονικά –και συχνά σε καίριους τομείς– σε τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τη μείωση του εργατικού κόστους για πολλές τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά με εντελώς στρεβλό τρόπο, καθώς οδηγεί σε σημαντικότερη μείωση της ποιότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και μείωση της απασχόλησης και των πολλαπλασιαστικών επιπτώσεων του τουρισμού στη χώρα μας. Κατά συνέπεια, πρέπει

να αναπτυχθούν και να υποστηριχθούν από την πολιτεία πρακτικές με στόχο:

- ▼ Την αυστηρή τήρηση των κανόνων εργασίας.
- ▼ Την εντατική καταπολέμηση της αδήλωτης εργασίας και της εισφοροδιαφυγής.
- ▼ Τη θέσπιση αντικειμενικότερων «οροφών» προσωπικού που εργάζεται με σχέση «μαθητείας» ή πρακτικής άσκησης.
- ▼ Την αυστηρή πιστοποίηση των σχολών και των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που παρέχουν μαθητές και φοιτητές στις τουριστικές επιχειρήσεις για πρακτική άσκηση, καθώς αποτελεί μάλιστα πλέον οι «σχολες-σφραγίδες» ή φαντάσματα σε χώρες της ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας, οι οποίες αποτελούν στην ουσία γραφεία ευρέσεως φτηνής εργασίας.

## 5. Συντελεστές παραγωγής στον τουρισμό: πολιτικές για τουριστικές εγκαταστάσεις, υποδομές και επιχειρήσεις

Το περιβάλλον των τουριστικών προορισμών (φυσικό, δομημένο, πολιτισμικό και κοινωνικό) αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της τουριστικής εμπειρίας. Κατά συνέπεια, η ποιότητα τόσο των υλικών (π.χ. κτιρίων, υποδομών, φυσικών πόρων) όσο και των άυλων (π.χ. ατμόσφαιρα, εικόνα, πληροφορίες, συμπεριφορές και κουλτούρα ανθρώπων – κατοίκων και υπαλλήλων) συστατικών στοιχείων που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν επηρεάζει τόσο την ανταγωνιστικότητα όσο και τη θελκτικότητα της τουριστικής εμπειρίας. Δυστυχώς όμως, οι επιδόσεις της Ελλάδας όσον αφορά την περιβαλλοντική διατηρησιμότητα και προστασία, τη φιλοξενία και αποδοχή ξένων, καθώς και την ποιότητα των ανθρώπινων πόρων φθίνουν συνεχώς.

Συνεπώς, θα πρέπει άμεσα να θεσπιστούν και να υλοποιηθούν ουσιαστικές πολιτικές που να στοχεύουν στη βιώσιμη διαχείριση και την προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της χώρας, καθώς και στη βελτίωση των τουριστικών αλλά και των μη άμεσα τουριστικών υποδομών σε κάθε προορισμό (π.χ. ιατρικές υπηρεσίες και κοινωνικές παροχές). Οι περισσότεροι τουρίστες θεωρούν τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος ως σημαντικό παράγοντα της ποιότητας της τουριστικής τους εμπειρίας (Sigala, 2014). Οι τουρίστες είναι επίσης όχι μόνο πιο ευαίσθητοι, κριτικοί και απαιτητικοί, όσον αφορά τα βιώσιμα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος που επιλέγουν, αλλά είναι και ολοένα περισσότερο διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερη τιμή, έτσι ώστε να εξασφαλίσουν ότι το προϊόν που καταναλώνουν είναι βιώσιμο (Choi et al., 2009). Συνεπώς, η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος καθορίζεται σημαντικά και από την ικανότητά του να υποστηρίξει τη βιώσιμη αξιοποίηση και προστασία των τουριστικών προορισμών και των πόρων τους.

Η υλοποίηση προγραμμάτων και πολιτικών βιώσιμης ανάπτυξης (καθαριότητα, ανακύκλωση, υιοθέτηση πράσινης ενέργειας, εξοικονόμηση ενέργειας, θέσπιση και προώθηση κώδικα περιβαλλοντικής συμπεριφοράς από τουρίστες και κατοίκους, διαχείριση αριθμού τουριστών που επισκέπτονται ευαίσθητες περιοχές) πρέπει να αποτελούν πρωταρχική προτεραιότητα κάθε τουριστικής επιχείρησης και προορισμού. Ως κεντρικές πολιτικές που μπορούν να συμβάλλουν αποφασιστικά στην υιοθέτηση και διάχυση περιβαλλοντικών και βιώσιμων πρακτικών στην τουριστική βιομηχανία προτείνονται οι εξής (Sigala, 2014):

- ▼ Εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων, κατοίκων αλλά και επισκεπτών σε θέματα βιωσιμότητας.
- ▼ Η ενεργή συμμετοχή και εμπλοκή των επισκεπτών στην επίτευξη βιωσιμότητας, π.χ. ανάπτυξη εθελοντισμού.
- ▼ Υιοθέτηση βιώσιμων και πράσινων πρακτικών από τουριστικές επιχειρήσεις, οργανισμούς και προορισμούς.
- ▼ Υποστήριξη και ενίσχυση της «πράσινης» και κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην ελληνική τουριστική βιομηχανία, π.χ. υποστήριξη επιχειρηματικών δράσεων που στοχεύουν στην οργάνωση και ενεργοποίηση δικτύων εθελοντών για την προστασία, συντήρηση και ανάδειξη πολιτιστικών και φυσικών πόρων σε κάποιον προορισμό.

- ▼ Προώθηση και ενίσχυση πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τουριστικές επιχειρήσεις, μέσω της παροχής διευκολύνσεων ή/και φορολογικών ελαφρύνσεων.
- ▼ Θέσπιση και υιοθέτηση «σημάτων βιωσιμότητας» για την αναγνωρισιμότητα και προώθηση περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένων τουριστικών επιχειρήσεων.
- ▼ Θέσπιση του «πράσινου τέλους» (που θα σχετίζεται με την υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών, δηλ. επιχειρήσεις που υιοθετούν περισσότερες βιώσιμες πρακτικές θα μπορούν να χρεώνουν λιγότερα πράσινα τέλη), το οποίο θα πληρώνουν οι επισκέπτες, έτσι ώστε να συλλέγονται έσοδα τα οποία θα χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για την υποστήριξη βιώσιμων πρακτικών στον προορισμό. Ο φόρος αυτός μπορεί να εκφράζεται είτε ως παροχή εκπτώσεων σε επισκέπτες είτε ως επιπλέον επιβάρυνση και θα σκοπεύει επίσης στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των επισκεπτών.

Τις τελευταίες δεκαετίες, έρευνες συνεχώς υποστηρίζουν ότι ο μαζικός τουρισμός ευθύνεται για τις περισσότερες αρνητικές συνέπειες σε προορισμούς, όπως περιβαλλοντική ρύπανση, άναρχη οικιστική υπερανάπτυξη, αρνητικές κοινωνικές επιπτώσεις (π.χ. υιοθέτηση ξένων προτύπων συμπεριφοράς, παραμέληση πολιτιστικών πόρων, τουρισμός νυκτερινής ζωής και εγκλήματα), εξάρτηση από τουριστικούς πράκτορες και ελάχιστες πολλαπλασιαστικές οικονομικές επιπτώσεις. Για τους λόγους αυτούς, η τουριστική βιωσιμότητα έχει παραδοσιακά συνδεθεί μόνο με τις μικρές σε μέγεθος δραστηριότητες και επιχειρήσεις που σχετίζονται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ενώ ο μαζικός τουρισμός έχει συνδεθεί με ένα αρνητικό πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης και έχει αποσυνδεθεί από την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης. Όμως, η έννοια του μαζικού τουρισμού δεν είναι ούτε ετερόκλητη ούτε αποκλείει την ταυτόχρονη επίτευξη βιωσιμότητας. Αντίθετα, ο καλά σχεδιασμένος μαζικός τουρισμός μπορεί ταυτόχρονα και να είναι βιώσιμος και να υποστηρίζει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη (Sigala, 2008). Υπάρχει μάλιστα μια στροφή της διεθνούς βιβλιογραφίας και της έρευνας, η οποία αποδεικνύει ότι οι στόχοι του βιώσιμου τουρισμού μπορούν να επιτευχθούν πολύ καλύτερα μέσω της ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού (Terpelus, 2005, Budeanu, 2005; TOI, 2000), μια και ο τελευταίος μπορεί να ευαισθητοποιήσει και να κατευθύνει προς τη βιωσιμότητα έναν τεράστιο αριθμό τουριστών και επιχειρήσεων και συνεπώς να επιφέρει περισσότερες θετικές επιπτώσεις. Επίσης, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού όσο και εάν στοχεύουν σε έναν μικρό αριθμό τουριστών και μικρών επιχειρήσεων, μπορεί να δημιουργούν και αυτές αρνητικές συνέπειες, ειδικά εάν ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει την επίσκεψη σε ευαίσθητους οικολογικά προορισμούς (π.χ. εθνικούς δρυμούς για kayak ή ακόμα και παρατήρηση πουλιών). Συνεπώς, γίνεται κατανοητό ότι, οι επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας στη βιωσιμότητα δεν συνδέονται αυτόματα με τον ορισμό και το είδος του τουρισμού (μαζικός ή εναλλακτικός), αλλά εξαρτώνται αποκλειστικά και μόνο από τον σχεδιασμό και την υλοποίηση του είδους του τουρισμού και της τουριστικής δραστηριότητας.

Κατά συνέπεια, δεν πρέπει να αφορίζουμε τον μαζικό τουρισμό, ειδικά μάλιστα όταν αυτός επιφέρει και συνδέεται με πολλές θετικές επιπτώσεις, όπως: δημιουργία πολλών θέσεων εργασίας, ανάπτυξη, περιορισμός και έλεγχος της τουριστικής δραστηριότητας σε συγκεκριμένες τοποθεσίες, έτσι ώστε να αποφεύγονται η διάχυση των αρνητικών συνεπειών σε οικολογικά ή και κοινωνικά ευαίσθητες περιοχές, επίτευξη οικονομικών κλίμακας και συνεπώς μεγαλύτερης προστιθέμενης αξίας και εσόδων, και προσέλκυση ξένων κεφαλαίων προς επένδυση στη χώρα. Συνεπώς, η Ελλάδα πρέπει να υιοθετήσει πολιτικές και πρακτικές, οι οποίες να υποστηρίζουν αλλά και να εξασφαλίζουν την ανάπτυξη βιώσιμου μαζικού τουρισμού, όπως οι παρακάτω:

- ▼ Χωροταξικός σχεδιασμός και δημιουργία ζωνών οικονομικής ανάπτυξης και δραστηριότητας, μέσα στις οποίες θα μπορούν να αναπτύσσονται εγκαταστάσεις και υποδομές μαζικού τουρισμού και να περιορίζονται και να ελέγχονται γεωγραφικά οι επιπτώσεις τους (π.χ. ΠΟΤΑ, Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης).
- ▼ Θέσπιση και απαίτηση μελέτης βιωσιμότητας για κάθε αναπτυξιακό έργο μαζικού τουρισμού.
- ▼ Προώθηση ή/και απαίτηση της δημιουργίας πολλαπλασιαστικών οικονομικών επιπτώσεων μέσω του μαζικού τουρισμού: π.χ. χρήση τοπικών προμηθευτών για τρόφιμα, υλικά αγαθά, εργασία κ.λπ.

- ▼ Ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση των τουριστών αναφορικά με την τοπική κοινωνία, κουλτούρα και περιβάλλον (π.χ. δημιουργία κώδικα συμπεριφοράς και δικτύου εθελοντών για την προστασία του περιβάλλοντος, συμμετοχή των τουριστών σε τοπικές δραστηριότητες, κ.ά.).
- ▼ Ανάπτυξη συνεργασιών με τουριστικούς πράκτορες και με άλλους τουριστικούς μεσάζοντες και εταιρους (π.χ. σωματεία, πολιτιστικούς συλλόγους και εθελοντικές οργανώσεις), με σκοπό την υιοθέτηση και την εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών σε όλο το μήκος της αλυσίδας αξίας της τουριστικής βιομηχανίας. Δηλαδή, ενσωμάτωση βιωσιμότητας σε όλα τα στάδια της αλυσίδας τουριστικής προσφοράς, από τον σχεδιασμό του τουριστικού προϊόντος, την παραγωγή, το μάρκετινγκ και την προώθηση, έως και μετά την κατανάλωση της τουριστικής εμπειρίας.

Οι μικρομεσαίες (και οι οικογενειακές) επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Όμως, ενώ αυτές συχνά συμβαδίζουν με την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης, αντιμετωπίζουν ανταγωνιστικά μειονεκτήματα εξαιτίας κάποιων ενδογενών χαρακτηριστικών τους (π.χ. μικρό μέγεθος και συνεπώς υψηλό κόστος παραγωγής) ή εξαιτίας των πεπερασμένων δυνατοτήτων τους (π.χ. περιορισμένη πρόσβαση σε οικονομικούς πόρους και σε τεχνογνωσία). Η ανάπτυξη δικτύων και δια-επιχειρησιακών συνεργασιών αποτελεί μια αποδεδειγμένα ορθή πολιτική και ανταγωνιστική πρακτική, έτσι ώστε οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να μπορέσουν να διατηρήσουν τον ιδιοκτησιακό τους χαρακτήρα και την ανεξαρτησία τους, αλλά και ταυτόχρονα να ξεπεράσουν διάφορες δυσκολίες και μειονεκτήματα προερχόμενα από το μικρό τους μέγεθος. Ενδείκνυται μάλιστα και η ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ τουριστικών και άλλων επιχειρήσεων που δεν συνδέονται άμεσα με τον τουρισμό (όπως χειροτέχνες, αγρότες, παραγωγοί τοπικών προϊόντων, πολιτιστικούς συλλόγους), έτσι ώστε αυτά τα δίκτυα να μπορούν να σχεδιάσουν και να προσφέρουν «σύνθετα» τουριστικά πακέτα, εμπλουτισμένα με διάφορες τουριστικές εμπειρίες και δραστηριότητες, οι οποίες αυξάνουν τις πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις του τουρισμού και υποστηρίζουν την περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη, την απασχόληση και επιχειρηματικότητα. Επίσης, οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να διστάζουν να συνεργάζονται ακόμα και με ανταγωνιστές τους, ώστε να αναπτύξουν μοντέλα co-opetition (competitors cooperating together) με σκοπό την αποτελεσματικότερη επίτευξη κοινών στόχων. Για παράδειγμα, η ανάπτυξη ενός consortium μικρών ξενοδοχείων μπορεί πιο εύκολα να χρηματοδοτήσει μια εκστρατεία προώθησης του προορισμού, έτσι ώστε να μεγαλώσει τη συνολική ζήτηση για τον συγκεκριμένο προορισμό. Δραστηριότητες και λειτουργίες που μπορούν να αναπτύξουν δίκτυα επιχειρήσεων, έτσι ώστε να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα των μελών τους, περιλαμβάνουν:

- ▼ Μάρκετινγκ, προώθηση και κτίσιμο της εικόνας του προορισμού με παραδοσιακά αλλά και με ηλεκτρονικά μέσα.
- ▼ Εκπαίδευση και συνεχή επιμόρφωση των στελεχών και των υπαλλήλων των επιχειρήσεων.
- ▼ Πρακτικές διαχείρισης γνώσης (π.χ. συλλογή, ανάλυση, διάχυση και αξιοποίηση τουριστικών πληροφοριών) για την καλύτερη διοίκηση και για τη συνεχή ανάπτυξη του προορισμού και των τουριστικών προϊόντων του.
- ▼ Ανάπτυξη νέων «σύνθετων» τουριστικών προϊόντων: η τουριστική εμπειρία αποτελεί ένα μάλγαμα προϊόντων και υπηρεσιών από διάφορες επιχειρήσεις. Ο σχεδιασμός «σύνθετων» τουριστικών εμπειριών και η προσφορά τους ως ένα πακέτο με ενιαία τιμή (π.χ. διαμονή σε ξενώνες, φαγητό σε παραδοσιακές ταβέρνες και εκδρομές από τοπικούς συλλόγους) μέσω ενός δικτύου επιχειρήσεων, μπορεί να αποτελέσει ένα ανταγωνιστικό προϊόν των αντίστοιχων πακέτων all inclusive που προσφέρουν οι tour operators και κρατούν τους επισκέπτες μέσα στα resorts. Έτσι, η ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των διάφορων επιχειρήσεων δεν είναι μόνο αναγκαία προϋπόθεση για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση νέων τουριστικών εμπειριών (π.χ. γαστρονομικός τουρισμός), αλλά και προϋπόθεση για τη διάχυση της τουριστικής δαπάνης σε πολλές και διάφορες επιχειρήσεις και την επίτευξη βιωσιμότητας σε επίπεδο προορισμού. Για παράδειγμα, δεν είναι λίγοι οι τουριστικοί προορισμοί διεθνώς, όπου δίκτυα επιχειρήσεων έχουν φτιάξει και προωθούν destination cards, οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να επισκέπτονται και να χρησιμοποιούν πολλές τοπικές επιχειρήσεις σε προνομιακές τιμές ή/και με τη μορφή 'all inclusive package'.



Σε ευρύτερο επίπεδο, θα πρέπει να ενισχυθεί πανεθνικά η τουριστική επιχειρηματικότητα μέσω στοχευμένων δράσεων, όπως:

- ▼ Δημιουργία σταθερού επενδυτικού και φορολογικού πλαισίου για τις επιχειρήσεις του τουρισμού.
- ▼ Διαρκής απλοποίηση της γραφειοκρατίας (έκδοση και επανέκδοση αδειών, διαδικασίες fast track, διαδικασίες θεώρησης).
- ▼ Ανάπτυξη υποστηρικτικού κανονιστικού πλαισίου για τις ειδικές μορφές τουρισμού (όπως για παράδειγμα, για τον τουρισμό υπαίθρου, τον ιαματικό και τον ιατρικό τουρισμό και για τον καταδυτικό τουρισμό).

## 6. Τουριστικά θέλγητρα και προϊόντα

Διεθνείς μελέτες αποδεικνύουν ότι, οι τουρίστες δεν ταξιδεύουν πλέον μόνο για να δουν τόπους και μνημεία, για να πουν ότι επισκέφτηκαν έναν προορισμό ή απλώς για να διανυκτερεύσουν σε ένα ξενοδοχείο, όσο ωραίο και αναπαυτικό και εάν είναι το στρώμα και η ατμόσφαιρα αυτού του ξενοδοχείου. Ο σύγχρονος τουρίστας προσδοκά να ζήσει στον τουριστικό προορισμό διάφορες εμπειρίες, συχνά συμμετέχοντας ενεργά στα καθημερινά του δρώμενα, λαμβάνοντας μέρος σε τοπικές δραστηριότητες, αλλά και βιώνοντας συναισθήματα και ιστορίες για την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά του προορισμού. Ακόμα και οι τουρίστες από την Ασία (που κάποιοι νομίζουν ότι επισκέπτονται τοποθεσίες μόνο και μόνο για να τις φωτογραφίσουν και να τις μοιραστούν με φίλους στο διαδίκτυο) προσελκύονται στους προορισμούς αυτούς όχι τόσο από τα υλικά αγαθά τους, αλλά κυρίως από την ιστορία, τον μύθο, την αφήγηση και τα συναισθήματα που έχουν συνδεθεί με τους πόρους αυτούς. Για παράδειγμα, δεν είναι ούτε η αρχιτεκτονική ούτε η ιστορική αξία αλλά και ούτε η καλαισθησία του μπαλκονιού του κτιρίου της Βερόνας αυτό που προσελκύει τους χιλιάδες τουρίστες καθημερινώς στην πόλη. Το κίνητρο επίσκεψης είναι κυρίως η ιστορία αγάπης του Ρωμαίου και της Ιουλιέτας (η οποία μάλιστα δεν υπήρξε ποτέ αλλά είναι δημιούργημα του Σαίξπηρ) που έχει συνδεθεί με το μπαλκόνι αυτό και δημιουργεί την ανάγκη των ανθρώπων να το επισκεφτούν και να βιώσουν παρόμοια συναισθήματα. Συνεπώς, οι κύριοι παράγοντες που προσελκύουν τουρίστες σε έναν προορισμό δεν είναι πλέον μόνο οι «υλικοί» και αποτί του πόροι, αλλά κυρίως οι άυλες αξίες, ιστορίες, μύθοι και τα συναισθήματα που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για να περιγράψουν και να προωθήσουν τους πόρους αυτούς και να δημιουργήσουν την ανάγκη στον τουρίστα να βιώσει μια μοναδική εμπειρία. Στην οικονομία των συναισθημάτων και εμπειριών, η ύπαρξη, η συντήρηση και βιώσιμη διατηρησιμότητα των υλικών πόρων δεν οδηγούν σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μια και πλέον θεωρούνται δεδομένα και αναμενόμενα (π.χ. ένα στάνταρντ που έχουν όλοι). Αντίθετα, οι δραστηριότητες στις οποίες μπορεί να συμμετάσχει ο τουρίστας, καθώς και τα συναισθήματα, η επικοινωνία και οι κοινωνικοί δεσμοί που μπορεί αυτός να αναπτύξει με την τοπική κοινωνία και τις τουριστικές επιχειρήσεις, είναι αυτά που θα διαφοροποιήσουν τον έναν προορισμό από τους άλλους και θα δέσουν συναισθηματικά τους επισκέπτες με αυτούς.

Για την ανάπτυξη σύγχρονων τουριστικών προϊόντων και τη μετατροπή τους σε δημιουργικά θέλγητρα που θα προσελκύσουν επισκέπτες και θα τους κάνουν πιστούς σε μια επιχείρηση ή σε έναν τουριστικό προορισμό, επιχειρήσεις και DMO θα πρέπει να αναπτύξουν στρατηγικές και πολιτικές οι οποίες θα στηρίζονται στους τουριστικούς τους πόρους, αλλά και θα τις εμπλουτίζουν με άυλες ιστορίες, μύθους, συναισθηματικές εμπειρίες, διοργάνωση γεγονότων και δραστηριοτήτων. Έμφαση μπορεί και πρέπει να δοθεί σε ειδικές μορφές τουρισμού και σε τουριστικούς πόρους, όπου η Ελλάδα έχει ανταγωνιστικά και συγκριτικά πλεονεκτήματα. Οι ειδικές αυτές μορφές τουρισμού είναι:

- ▼ Τουρισμός υγείας: αξιοποίηση ιαματικών πηγών, θεραπευτηρίων, ιατρικών κέντρων, ιδιωτικών νοσοκομείων, κέντρων αποκατάστασης, κέντρων θαλασσοθεραπείας, διοργάνωση εκπαιδευτικών ιατρικών σεμιναρίων σε στοχευμένες ομάδες, κ.ά.
- ▼ Αθλητικός τουρισμός: αξιοποίηση της Ολυμπιακής κληρονομιάς, αλλά και των αθλητικών μας εγκαταστάσεων, χιονοδρομικών κέντρων, περιπατητικών και ορειβατικών μονοπατιών, θαλάσσιων πάρκων καταδυτικού τουρισμού, κ.ά.

- ▼ Τουρισμός γεγονότων, εκθέσεων, συνεδρίων, αλλά και θεματικού ενδιαφέροντος (π.χ. καλλιτεχνικά φεστιβάλ).
- ▼ Πολιτιστικός τουρισμός με διάφορα θέματα, όπως η ιστορία, η γαστρονομία, το κρασί, η χειροτεχνία, η αγγειοπλαστική, η ζωγραφική, η φιλοσοφία, το θέατρο, ο χορός, οι θρησκείες, κ.ά.
- ▼ Θαλάσσιος τουρισμός, όπως το γιότινγκ, η ιστιοπλοία, η κρουαζιέρα, η ιστιοσανίδα και το kite surfing.
- ▼ Ανάπτυξη ειδικών θεματικών πάρκων, όπως γεωτουρισμού, πάρκων αναψυχής, αυτοκινητοδρομίων, γηπέδων γκολφ, κ.ά.

Όλες οι παραπάνω ειδικές μορφές τουρισμού θα εμπλουτίσουν και θα διαφοροποιήσουν το συνηθισμένο και –εν μέρει βαρετό/πεζό– ελληνικό τουριστικό προϊόν, θα υποστηρίξουν την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την αντιμετώπιση της εποχικότητας, και θα ενισχύσουν τη βιωσιμότητα και τις πολλαπλασιαστικές δυνατότητες της τουριστικής δαπάνης. Η υλοποίηση αυτών των μορφών τουρισμού απαιτεί την ανάπτυξη ειδικών υποδομών, τη διαχείρισή τους από εξειδικευμένα στελέχη, αλλά και τη μετατροπή τους σε δημιουργικό τουρισμό, έτσι ώστε να εμπλέκουν ενεργά τον επισκέπτη στην παραγωγή και τη διάχυση της τουριστικής εμπειρίας. Επιχειρήσεις και τουριστικοί προορισμοί θα πρέπει να αποβλέπουν στην ανάπτυξη συνεργιών, συνεργασιών και δικτύων με επενδυτές, ιδιώτες και εξειδικευμένους επαγγελματίες, έτσι ώστε να αποκτήσουν πρόσβαση σε κεφάλαια, πόρους και τεχνογνωσία για την υλοποίηση των παραπάνω.

## 7. Επίλογος και συμπεράσματα

Ο τουρισμός αποτελεί όχι μόνο τη βαριά βιομηχανία στη χώρα μας αλλά και ένα αμάλγαμα υπηρεσιών και πόρων που προσφέρονται από πολλές και διαφορετικές επιχειρήσεις, οργανισμούς και φορείς. Συνεπώς, η καλλιέργεια της συλλογικότητας και της συνεργασίας μεταξύ όλων των τουριστικών εταίρων (ιδιωτικών και δημόσιων) είναι απαραίτητη για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση, τη διαχείριση, το μάρκετινγκ και τη συνεχή βελτίωση και εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας. Επίσης, η διαχείριση και η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος αποτελεί όχι μόνο εθνική μας υποχρέωση αλλά και εθνική υπόθεση, μια και απαιτεί συνεργασία, συλλογικά συντονισμένες ενέργειες και κυρίως την αποβολή της υπερβολικής επιδίωξης του ατομικού συμφέροντος που κυριαρχεί στην Ελλάδα. Το άρθρο αυτό προσπάθησε να εντοπίσει και να εστιάσει σε τουριστικές πολιτικές και προτάσεις πρωταρχικής σημασίας και προτεραιότητας, μια και ανταγωνιστικοί προορισμοί έχουν ήδη προχωρήσει κατά πολύ στην υλοποίηση παρόμοιων δράσεων. Ας κάνουμε λοιπόν ως μέτο υλοποίησης των παραπάνω το ακόλουθο: «διαφημίζουμε Ελλάδα, διαχειριζόμαστε την πατρίδα μας».

## Βιβλιογραφία - Πηγές

- Bornhorst, T., Ritchie, B. & Sheehan, L. (2010), Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5):572-589.
- Budeanu, A. (2005), Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*, 13(2): 89-97.
- Choi, G., Parsa, H.G., Sigala, M. & Putrevu, S. (2009), Consumers' Environmental concerns and behaviors in the lodging industry: a comparison between Greece and the USA. *International Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol. 10, No. 2, 93-112.
- Christou, E. & Nella, A., (2010), A review of wine tourism research from 1995 to 2010: Analysis of 110 contributions. *Journal of Hospitality and Tourism*, 8(1), 112-123.
- Christou, E., (2011a), Exploring the impact of visitor satisfaction on loyalty towards a specific destination. *Acta Turistica*, 23(1), 7-25.
- Christou, E., (2011b), Exploring online sales promotions in the hospitality industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(7), 814-829.
- Mintel report (2005), Destination Marketing - International. Brussels, Belgium.
- Sigala, M. (2008), A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism: the case of TUI. *Journal of Cleaner Production*, 16(15): 1589-1599.
- Sigala, M. (2012), Social media and crisis management in tourism: applications and implications for research. *Information Technology and Tourism*, 13(4): 269-283.
- Sigala, M. (2013), Examining the adoption of Destination Management Systems: an Inter-Organizational Information Systems approach. *Management Decision*, 51(5): 1011-1036.
- Sigala, M. (2014), Customer involvement and role in sustainable supply chain management: a model and implications in tourism. *Cornell Hospitality Quarterly*.
- Sigala, M., Christou, E. & Gretzel, U. (2012), *Web 2.0 in Travel, Tourism and Hospitality: theory, practice and cases*. Ashgate Publishers.
- Tepelus, C. (2005), Aiming for sustainability in the tour operating business. *Journal of Cleaner production*, (13(2))pp, 07-107.
- TOI (2000), *Tour Operators Initiative for Sustainable Tourism Development*. UNEP. UNESCO. WTO, Paris.
- World Tourism Organization/WTO (2007), *A practical guide to Tourism Destination Management*. Spain.