

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ: ΜΝΗΜΕΙΑ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

I. Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ ΜΕ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

1. Η εξάρτηση της Χώρας, ως προορισμού, από την κυρίαρχη μορφή της ζήτησης (ζήτηση ήλιου + θάλασσας)

Εδώ και 40 περίπου χρόνια, αφότου σχεδόν επικράτησαν στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη τα οργανωμένα ταξίδια, οι χώρες της Μεσογείου και όχι μόνον, ζουν ένα καταλυτικό **τουριστικό ανταγωνισμό**, προκειμένου η καθεμιά να αντλήσει τα μεγαλύτερα δυνατά μεγέθη τουριστών (διεθνών αφίξεων) και τουριστικών εισπράξεων, με κεντρικό τουριστικό της πόλο τον ήλιο και τη θάλασσα. Όσο όμως ο ανταγωνισμός αυτός εντεινόνταν και στους τουριστικούς προορισμούς ήλιου + θάλασσας προστίθεντο και νέοι πιο μακρινοί προορισμοί (π.χ. προορισμοί Ινδικού Ωκεανού, Φλόριντα), τόσο οι μεσογειακοί προορισμοί άρχισαν να αναζητούν τρόπους να βελτιώσουν την ανταγωνιστική τους θέση, διαφοροποιώντας την τουριστική τους προσφορά με προϊόντα θεματικών μορφών τουρισμού, ώστε να προσελκύσουν και ζήτηση των μορφών αυτών, που κινείται σε μεγάλο βαθμό εκτός τουριστικής αιχμής και έχει μεγαλύτερη κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη.

Η Ελλάδα παρά τις αρνητικές διακυμάνσεις των τουριστικών μεγεθών, που οφείλονται κατά καιρούς σε εσωτερικές ή διεθνείς συγκυρίες, συγκαταλέγεται παγκοσμίως στους κυριότερους τουριστικούς προορισμούς, αλλά με κυρίαρχη μορφή ζήτησης αυτή του ήλιου και της θάλασσας, τη ζήτηση δηλαδή για την οποία η Χώρα μας εμφανίζει παρόμοια πλεονεκτήματα και –επακόλουθα- και παρόμοια τουριστική προσφορά με τους ανταγωνιστές της, που συχνά είναι σε θέση να προσφέρουν υψηλή ποιότητα σε χαμηλότερη τιμή (βλ. ανταγωνιστές εκτός ΕΕ και ζώνης ευρώ). Με βάση τα στοιχεία του 2013, που μόλις δημοσιεύτηκαν από την Τράπεζα της Ελλάδος, τη Χώρα επισκέφθηκαν 17.919,6 εκ. τουρίστες ή σωστότερα μη κάτοικοι (Πηγή: Έρευνα Συνόρων Τραπεζής Ελλάδος), εκ των οποίων το 58,7% από την ΕΕ. Το αντίστοιχο μέγεθος του 2012 είναι 15.517,6 εκ. Σύμφωνα με τα στοιχεία ΕΛ-ΣΤΑΤ 2012 το 70,8% των τουριστών έφθασαν σε ελληνικούς προορισμούς αεροπορικώς, το 5,1% θαλασσίως και το 24,1% οδικώς (η συμμετοχή του σιδηροδρόμου στις τουριστικές αφίξεις είναι ανύπαρκτη).

Όμως, αν μελετήσει κανείς τη χρονική κατανομή των αφίξεων των τουριστών στη Χώρα μας, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ-ΣΤΑΤ, διαπιστώνει ότι τους πρώτους 6 μήνες (Ιαν.-Ιούν.2012) ήλθε μόνο το 31,15, που μάλιστα κινήθηκε κυρίως στο 2^ο τρίμηνο (Απρ. –Ιούν. 2012 24,8% του συνόλου) ενώ το 55,7% του συνόλου έφθασε στη Χώρα μας το 3^ο τρίμηνο δηλαδή από τον Ιούλιο έως και το Σεπτέμβριο. Η μηνιαία κατανομή του εν λόγω τριμήνου είναι 18,45% τον Ιούλιο, 21,08% τον Αύγουστο και 16,25 % τον Σεπτέμβριο. Ακόμη και οι λεγόμενοι «μέσοι» (shoulder) μήνες εμφανίζουν μικρή σχετικά συμμετοχή στο σύνολο (2,32% ο Μάρτιος, 4,03% ο Απρίλιος, 8,44% ο Οκτώβριος).

Μ' άλλα λόγια, στο χρονικό διάστημα ενός 6μήνου από Μάιο έως και Οκτώβριο κινείται προς τη Χώρα μας το 85% περίπου της ζήτησής της, ενώ η λεγόμενη τουριστική περίοδος που επιεικώς θεωρείται, όπως σημειώνεται παραπάνω, εξαμηνιαία στην πράξη συρρικνώνεται

ανάλογα και με τις συγκεκριμένες συγκυρίες, αλλά και την προσφορά και τα προβλήματα του κάθε προορισμού.

Και κατά την τουριστική περίοδο του 2013, που από τη σκοπιά των τηρούμενων τουριστικών μεγεθών υπήρξε μια πολύ **καλή χρονιά** (αύξηση εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης + 15,5%, αύξηση ταξιδιωτικών εισπράξεων 14,9%), οι πρώτοι 6 μήνες (Ιανουάριος –Ιούνιος 2013, για τους οποίους υφίστανται μηνιαία στοιχεία αφίξεων της ΕΛ-ΣΤΑΤ) δεν προκύπτει, εξ όσων μέχρι σήμερα γνωρίζουμε, ότι βελτίωσαν τη συμμετοχή τους στο σύνολο της ζήτησης.

Κατά συνέπεια, η Ελλάδα είναι ένας τουριστικός προορισμός με **έντονη εποχικότητα** της τουριστικής ζήτησης.

Από όλα τα ανωτέρω συνάγεται ότι η εξάρτηση της Χώρας από τις παραδοσιακές ευρωπαϊκές της αγορές αφενός και από τη μορφή του παραθεριστικού τουρισμού (τουρισμός ήλιου και θάλασσας) αφετέρου, που είναι εξ' ορισμού εποχικός, είναι **καταλυτική** και την καθιστά σχετικά **ευάλωτη** σε περιστάσεις αρνητικών συγκυριών έναντι των ανταγωνιστών της.

Το ενδεχόμενο, λοιπόν του «ανοίγματος» σε ζήτηση θεματικών μορφών τουρισμού αναγκαστικά εξέτασε και μάλιστα έγκαιρα και η Χώρα μας, προκειμένου αφενός να αμβλύνει την εποχικότητα και αφετέρου να βελτιώσει τις τουριστικές της εισπράξεις, αφού κατά τεκμήριο οι εν λόγω μορφές κινούνται εκτός περιόδου αιχμής και είναι περισσότερο αποδοτικές. Έτσι, οδηγηθήκαμε στη δημιουργία σημαντικών υποδομών και εν τέλει «προϊόντων» θεματικών μορφών τουρισμού, όπως πχ συνεδριακού, θαλάσσιου, ορεινού (ορειβασία, χιονοδρομία, ορεινά μονοπάτια), γκολφ, αθλητικού, τουρισμού ευεξίας (πχ θαλασσοθεραπεία) κλπ.

Έτσι οδηγηθήκαμε και στη συζήτηση για τον πολιτιστικό τουρισμό, που ήταν εξ αρχής γνωστό, ότι αποτελούσε ένα σημαντικό, **το σημαντικότερο, συγκριτικό πλεονέκτημα** της Χώρας έναντι των ανταγωνιστών της, ένα πλεονέκτημα, όμως, το οποίο δεν είχε, και συνεχίζει να μην έχει, αξιοποιηθεί επαρκώς.....

2. Ο Πολιτιστικός Τουρισμός και η σημασία του- Η αναγκαία τεκμηρίωση

Ο πολιτιστικός τουρισμός συνίσταται σε ταξίδια με σκοπό την επίσκεψη μνημείων της πολιτιστικής κληρονομιάς και τη συμμετοχή σε καλλιτεχνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Η σημασία του Πολιτιστικού Τουρισμού για τον τουριστικό προορισμό «ΕΛΛΑΔΑ» έχει διαπιστωθεί διαχρονικά, με σειρά ερευνών-μελετών, που ανέθεσε ο ΕΟΤ, με κυριότερες :

- Το **Market Study του Ελληνικού Τουρισμού** (1999-2000, ανάδοχος κοινοπραξία των ελληνικών εταιρειών Alpha Finance ΑΕ, Horwath Consulting ΕΠΕ, Market Research ΕΠΕ με την γνωστή γερμανική IPK International και την εξ ίσου γνωστή ισπανική THR). Η μεγάλη αυτή έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα, ότι το **κύριο συγκριτικό πλεονέκτημα της Χώρας**, έναντι των ανταγωνιστών της στη Μεσόγειο,

είναι οι πολιτιστικοί της πόροι και ιδίως οι αρχαιολογικοί της χώροι και τα μουσεία. Η διαπίστωση αυτή οδήγησε στην πρόταση η Χώρα να αναδείξει το πλεονέκτημα αυτό διαμορφώνοντας μια «εικόνα» προορισμού ήλιου + θάλασσας + πολιτισμού για τις παραδοσιακές ευρωπαϊκές της αγορές-πηγές και προορισμού πολιτιστικού τουρισμού για τις μακρινές εκτός Ευρώπης αγορές, μέσω του κατάλληλου μάρκετινγκ. Δεδομένου ότι η εν λόγω μελέτη περιλάμβανε πολλές και εκτεταμένες έρευνες αγοράς σε διάφορες αγορές-πηγές του Τουρισμού μας, τα πορίσματά της παραμένουν ακόμη και σήμερα σημαντικά και **δεν έχουν ξεπεραστεί με το χρόνο.**

- Τη μελέτη **Tourism Marketing Plan** του ΕΟΤ (2007, ανάδοχοι οι ελληνικές εταιρείες PRC και MPB και η ισπανική THR, που μετείχε και στην προηγούμενη μελέτη). Σύμφωνα με τη μελέτη αυτή, ο πολιτιστικός τουρισμός θα έπρεπε να είναι **μία από τις εννέα θεματικές μορφές τουρισμού**, που θα έπρεπε να προωθήσει η Χώρα για τη διαφοροποίηση της εισερχόμενης ζήτησης. Την περίοδο εκείνη, η Ελλάδα είχε (και συνεχίζει και σήμερα να έχει) μικρό μερίδιο αγοράς του παγκόσμιου πολιτιστικού τουρισμού, αν και η πολιτιστική της κληρονομιά είχε και έχει πολύ μεγάλη διεθνή αναγνώριση. Αυτό που έλλειπε – και συνεχίζει και σήμερα να λείπει για να θεωρείται σημαντικός προορισμός πολιτιστικού τουρισμού είναι η **ικανοποιητική «σύνδεση» των διαφόρων πολιτιστικών πόρων**, μ' άλλα λόγια η **προσφορά ολοκληρωμένων πολιτιστικών εμπειριών** με τη μορφή διαδρομών και δικτύων.
- Η τρέχουσα **Στρατηγική Προβολής του Ελληνικού Τουρισμού (2012-2104)** του ΕΟΤ βασίζεται –στο όραμα «Να καταστεί η Ελλάδα κυρίαρχος ευρωπαϊκός προορισμός για όλο το χρόνο, όλες τις εποχές, με εξειδίκευση στο **«βιωματικό ταξίδι» (στο ταξίδι-εμπειρία)**. Για το σκοπό αυτό προτείνει εννέα θεματικούς άξονες, ένας των οποίων είναι φυσικά και ο Πολιτισμός.

Στη σημασία αυτή του Πολιτισμού αναφέρθηκε και η πρόσφατη μελέτη της εταιρείας Mc Kinsey Hellas, που παρουσιάστηκε στο πρόσφατο συνέδριο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.) (Νοε. 2013) με τίτλο « Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός: Οδικός Χάρτης Υλοποίησης», σύμφωνα με την οποία η Χώρα μπορεί να αποτελέσει κέντρο **για τον πολιτιστικό τουρισμό, που στρέφεται κυρίως στις αρχαιότητες, εφόσον αναλάβει μια συντονισμένη προσπάθεια δημιουργίας πολιτιστικών προϊόντων, αναβάθμισης των αρχαιολογικών χώρων και μουσείων κ.α.** Οι προτάσεις αυτές, που προτείνεται να υλοποιηθούν στο πλαίσιο της 5^{ης} Προγραμματικής Περιόδου 2014-2020, με τον τίτλο «Κέντρο της Κλασικής Εποχής», προβλέπουν άξονες και επί μέρους δράσεις για την προσφορά υψηλού επιπέδου **πολιτιστικής εμπειρίας** σε επισκέπτες που ενδιαφέρονται για την ελληνική αρχαιότητα

Παρά, όμως, τη διαχρονικά διαπιστωμένη και τεκμηριωμένη σημασία του πολιτιστικού τουρισμού, δεν έχουν γίνει τα τελευταία 10 χρόνια τα κατάλληλα βήματα, που θα οδηγούσαν στην ανάπτυξή του και κυρίως δεν έχει επιτευχθεί η **«σύνθεση» των αρχαιολογικών χώρων, των μνημείων και των αντίστοιχων μουσείων σε εξειδικευμένα**

«προϊόντα», κάτι που πρέπει να επιδιωχθεί συστηματικά και ολοκληρωμένα. Δεν είναι τυχαίο, ότι τα μόνα σχεδόν εξειδικευμένα προϊόντα, που πωλούνται τα τελευταία χρόνια σε σταθερή βάση είναι οι λεγόμενοι «κλασσικοί γύροι». Έτσι, η Χώρα αντί να προβάλλει πολιτιστικούς πόρους, όσο γνωστοί και αναγνωρίσιμοι από τον τουρίστα κι αν είναι, θα πρέπει **να τους συνθέσει και να τους συνδέσει σε ενιαία εξειδικευμένα προϊόντα-εμπειρίες**, μέσω οργανωτικών κυρίως (soft) προγραμμάτων και στοχευμένων δράσεων, που θα συνδέουν τις εμπειρίες αυτές απευθείας με την τουριστική Αγορά. Το ίδιο προφανώς – αν όχι πρωτίστως-θα πρέπει να γίνει σε περιφερειακό επίπεδο.

Δεν θα πρέπει να παραλείψουμε, ότι παράλληλα με την προσέλκυση εξειδικευμένης πελατείας πολιτιστικού τουρισμού, η Χώρα μπορεί να στοχεύσει να γνωστοποιήσει τα νέα πολιτιστικά της προϊόντα, στους τουρίστες του ήλιου + θάλασσας, επιδιώκοντας έτσι τη συμπλήρωση του ταξιδιού τους με περισσότερες πολιτιστικές εμπειρίες.

Ο Τουρισμός στην Θεσσαλία

Από τουριστική σκοπιά, η Θεσσαλία διαθέτει :

1. **Αξιόλογους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους**, που βρίσκονται σε όλες τις περιφερειακές της ενότητες ορισμένοι των οποίων είναι ιδιαίτερα **προβεβλημένοι και αναγνωρισμένοι** διεθνώς, όπως π.χ. τα Μετέωρα, το θαλάσσιο πάρκο των Σποράδων, το Πήλιο. Επίσης, μια μοναδική **σύνδεση με την ελληνική μυθολογία**, που διδάσκεται και είναι ιδιαίτερα γνωστή σε όλο τον κόσμο (Πήλιο, το βουνό των Κενταύρων).
2. Αξιόλογα **δείγματα οχύρωσης της Βυζαντινής περιόδου και της Τουρκοκρατίας** (Βόλος, Φάρσαλα, Φανάρι, Τρίκαλα, Μελιβοία κ.λ.π.), **βυζαντινής και μεταβυζαντινής αρχιτεκτονικής** και μοναδικούς **παραδοσιακούς οικισμούς** (π.χ. Πήλιο, Σποράδες κ.λ.π.).
3. **Ιστορικά κέντρα πόλεων** (Τρίκαλα κ.λ.π.)
4. **Αξιόλογα τοπία, παραλίες, ορεινούς όγκους και χαράδρες ποταμών**, ορισμένα των οποίων είναι θεσμοθετημένα ως προστατευόμενα. Η εναλλαγή του τοπίου και των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος εντυπωσιάζει ιδιαίτερα τον επισκέπτη.
5. **Το μοναδικό θαλάσσιο σύμπλεγμα των Σποράδων** με το ομώνυμο θαλάσσιο πάρκο.

Από την άποψη των **υποδομών**, διαθέτει ένα ικανοποιητικό οδικό δίκτυο, που μεταξύ άλλων της εξασφαλίζει μικρή σχετικά χρονοαπόσταση από την Αττική, αλλά και εύκολες εσωτερικές μετακινήσεις, αεροπορική πρόσβαση από το Εξωτερικό (Ν. Αγχίαλος, Σκιάθος) και τη σημαντική θαλάσσια πύλη εισόδου του Βόλου.

Διαθέτει επίσης περιορισμένη αναγνωρισιμότητα, αν και δεν αποτελεί **επώνυμο προορισμό** (δεν έχει δηλαδή ένα καθιερωμένο brand name, όπως πχ η Πελοπόννησος ή η Κρήτη). Αντίθετα προορισμοί εντός της Περιφέρειας πχ Πήλιο, Σκιάθος διαθέτουν σχετικά ισχυρά brand names.

Από τη σκοπιά της **τουριστικής προσφοράς**, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΞΕΕ (2012), στο σύνολο της Θεσσαλίας λειτουργούν 583 **ξενοδοχειακές μονάδες** με 14.658 δωμάτια και 28.516 κλίνες. Πρόκειται για το 6% του συνόλου των μονάδων της Χώρας και το 3,7 % του συνόλου των κλινών, που λειτουργούν στην Επικράτεια.. Από τα υφιστάμενα ξενοδοχεία 28 είναι 5* , 108 είναι 4*, 123 3*, 243 2* και 81 είναι 1*. Κατά συνέπεια η Θεσσαλία διαθέτει ένα αξιόλογο ξενοδοχειακό δυναμικό (το 23,3 % είναι κατηγορίας 5* και 4*). Διαθέτει επίσης 15 **οργανωμένες κατασκηνώσεις** (κάμπινγκ) με 11 οικίσκους και 898 θέσεις.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ-ΣΤΑΤ για το 2012 **οι αφίξεις στα ξενοδοχεία** ανήλθαν σε 686.047 συνολικά στην Περιφέρεια Θεσσαλίας, ενώ οι **διανυκτερεύσεις** στα ξενοδοχεία ανήλθαν συνολικά σε 1.684.980 (σε σύνολο 62.887.010 στην Επικράτεια) ή στο 2,7% περίπου του συνόλου. Η Περιφερειακή ενότητα Μαγνησίας συγκέντρωσε 1.113.820 ή το 66,1% του συνόλου των διανυκτερεύσεων της Περιφέρειας

Από τα παραπάνω προκύπτει πλήρως ότι :

- η Θεσσαλία αποτελεί μια περιοχή, που **διαθέτει όλες τις αναγκαίες προϋποθέσεις και κυρίως τους τουριστικούς πόρους** για να προσελκύσει αυξημένη τουριστική ζήτηση, με βάση ένα πολυθεματικό μοντέλο, κάτι που άλλωστε ήδη συμβαίνει σε κάποιο βαθμό, αφού ήδη προσελκύει εκτός από παραθεριστικό τουρισμό (ήλιου και θάλασσας) και πολιτιστικό τουρισμό (Μετέωρα), οικοτουρισμό, τουρισμό περιπέτειας, επαγγελματικό τουρισμό, κρουαζιέρες και yachting
- όμως, η απόδοση του τουρισμού, όπως μαρτυρούν τα στοιχεία των διανυκτερεύσεων, δεν είναι ανάλογη με τις δυνατότητές της.
- Οι δυνατότητες της Θεσσαλίας επιβάλλουν την ανάληψη μιας προσπάθειας περαιτέρω αξιοποίησης των πόρων και **οργάνωσης της τουριστικής εμπειρίας ή των εμπειριών**, που μπορούν να προσφέρουν (με τη δημιουργία διαδρομών και δικτύων ως πλήρων και επώνυμων τουριστικών προϊόντων) αλλά και συνδυασμένης ανάπτυξης του Τουρισμού με τους άλλους παραγωγικούς της κλάδους και τη σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή, όπως αυτή που προτείνεται κατωτέρω.

II. Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΩΣ ΕΠΩΝΥΜΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ:

Η πολιτιστική διαδρομή είναι ένα **εξειδικευμένο και επώνυμο τουριστικό προϊόν**, το οποίο διαμορφώνεται με βάση ένα συγκεκριμένο **συνεκτικό στοιχείο**. Για την υλοποίηση μιας τέτοιας διαδρομής αρχικά, απαιτείται η επιλογή του συνεκτικού στοιχείου και των χώρων επίσκεψης, αλλά και η τεκμηρίωση, η οποία θα διευκολύνει όχι μόνο τις ξεναγήσεις, αλλά και τη δημιουργία έντυπου και ηλεκτρονικού πληροφοριακού υλικού. Η τεκμηρίωση είναι πολύ σημαντική παράμετρος, καθώς η τουριστική πελατεία μιας τέτοιας διαδρομής δεν είναι συνήθως – ή **δεν είναι μόνο** - το λεγόμενο γενικό κοινό, αλλά και άτομα με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα π.χ. αρχαιολόγοι, ιστορικοί κ.λ.π.

Εν συνεχεία, απαραίτητο βήμα είναι η οργάνωση των επισκέψεων μέσα στους αρχαιολογικούς χώρους, αλλά και η οργάνωση της υλοποίησης των απαιτούμενων μικρών επεμβάσεων γύρω από αυτούς.

Ως εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν η πολιτιστική διαδρομή προϋποθέτει και τοποθέτηση στην αγορά. Η τοποθέτησή της στην αγορά εσωτερικού και εισερχόμενου τουρισμού γίνεται από τουριστικά γραφεία ή τουριστικούς οργανισμούς (tour operators), που προσφέρουν το προϊόν σε ολοκληρωμένη μορφή.

Το Σωματείο «ΔΙΑΖΩΜΑ» έχει προτείνει τη διαμόρφωση ενός δικτύου πολιτιστικών διαδρομών, με επίκεντρο τα αρχαία θέατρα. Το πρόγραμμα αυτό μπορεί να υλοποιηθεί μόνο σε συνεργασία με τις εκάστοτε Περιφέρειες και τις Ενδιάμεσες Διαχειριστικές Αρχές τους, αλλά και τη Διαχειριστική Αρχή του Υπουργείου Πολιτισμού. Για το σχεδιασμό του παραπάνω προγράμματος έχει ήδη προηγηθεί συνεννόηση με τρία Υπουργεία: Ανάπτυξης, Πολιτισμού – Αθλητισμού και Τουρισμού, καθώς και με τον Ε.Ο.Τ.

Αρχικά επιλέγεται ένα «δρομολόγιο», μια σύνθεση της επίσκεψης αρχαίων θεάτρων και αντίστοιχων αρχαιολογικών χώρων και μουσείων και εν συνεχεία εξασφαλίζεται η τεκμηρίωσή τους.

Για να αποκτήσει μια πολιτιστική διαδρομή μεγάλη δυναμική είναι απαραίτητο να αναπτυχθεί ένα πρόγραμμα ολιστικό, που θα συνδέει τα μνημεία μας με το σύνολο των τοπικών δραστηριοτήτων (πρωτογενής τομέας, γαστρονομία κάθε περιοχής, λαϊκός πολιτισμός, καταλύματα και γενικά τουριστική προσφορά κάθε περιοχής, σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή κ.λ.π.). Η σύνδεση θα πρέπει να γίνεται μέσα από ένα «σύμφωνο ποιότητας» και θα είναι ουσιαστικό τμήμα και ποιοτικό χαρακτηριστικό της οργάνωσης της διαδρομής.

Παράλληλα απαιτούνται:

Α. η ιεράρχηση των απαιτούμενων μικρών ή μεγαλύτερων επεμβάσεων για τη βελτίωση της επισκεψιμότητας των χώρων, καθώς και για τη βελτίωση της πολιτιστικής εμπειρίας, στις οποίες περιλαμβάνονται οι αναγκαίες ενημερωτικές πινακίδες, επεμβάσεις βελτίωσης των χώρων, αναβάθμιση των υποδομών κ.λ.π.,

Β. η ιεράρχηση των απαιτούμενων αρχαιολογικών έργων (αναστηλωτικές εργασίες, εργασίες συντήρησης και αποκατάστασης), τα οποία θα έχουν ως στόχο αφ' ενός τη συντήρηση και ολοκληρωμένη προστασία των μνημείων, αφ' ετέρου τη βελτίωση της γνώσης και εμπειρίας, που προσφέρουν στους επισκέπτες τους,

Γ. η ιεράρχηση των απαιτούμενων γενικών υποδομών (υποδομές μεταφορών για τη διασύνδεση των μνημείων, ηλεκτρομηχανολογικές υποδομές, υποδομές πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών κ.λ.π.),

Δ. η επιλογή του φορέα διαχείρισης και λειτουργίας της Πολιτιστικής Διαδρομής.

Ο συνδυασμός και η σύνθεση όλων των παραπάνω έργων και δράσεων σε μια ολοκληρωμένη «πολιτιστική εμπειρία», δικαιώνουν τη μεγάλη αποστολή των σπουδαίων μνημείων της χώρας μας: να γίνουν δηλαδή ο καταλύτης της αειφορίας και της βιώσιμης ανάπτυξης και όχημα ουσιαστικής περιφερειακής ανάπτυξης της χώρας μας και της κάθε επί μέρους περιοχής. Η συνάντηση των μνημείων μας μέσα από συνδυασμένες και ολιστικές δράσεις, που θα έλκουν, θα ερεθίζουν, θα προκαλούν και θα προσκαλούν όλες τις ζωντανές δυνάμεις της χώρας να δηλώσουν «παρών» και να πάρουν μέρος σε μια ουσιαστική και ποιοτική ανάπτυξη, έχει το χαρακτήρα «εθνικής αποστολής». Η αποστολή αυτή μπορεί να υλοποιηθεί μέσα από τις δυνατότητες, που μας δίνει η νέα προγραμματική περίοδος. Ένα πολύ θετικό στοιχείο είναι ότι τα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και προσωπικά ο επίτροπος Johannes Hahn υιοθέτησαν και επικρότησαν αυτήν την ιδέα μέσα από τη συγκεκριμένη πρόταση της «Πολιτιστικής Διαδρομής για τα αρχαία θέατρα της Ηπείρου», την οποία σας παρουσιάζουμε παρακάτω εν συντομία.

Σημειώνουμε, ότι ειδικά για την Περιφέρεια Θεσσαλίας, η πολιτιστική διαδρομή δεν μπορεί και δεν πρέπει να περιοριστεί στα αρχαία θέατρα (Λάρισας Α και Β, Δημητριάδας και Φθιωτίδων Θηβών), διότι τότε η δυνατότητα προσέλκυσης εξειδικευμένου πολιτιστικού τουρισμού θα περιοριζόταν στις δύο μόνο περιφερειακές ενότητες της Περιφέρειας. Εξάλλου, η Περιφέρεια διαθέτει αξιόλογους αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία όλων των εποχών, από προϊστορικά (Σέσκλο, Δημήνι, Θεόπετρα) μέχρι οχυρωματικά μνημεία της βυζαντινής περιόδου και της Τουρκοκρατίας που είναι διάσπαρτα σε όλες τις περιφερειακές ενότητες και που θα πρέπει κι αυτά να περιληφθούν και να αναδειχθούν, ενώ η Διαδρομή θα καταλαμβάνει και τα μουσεία που λειτουργούν στην Περιφέρεια. Κατά συνέπεια, η Διαδρομή θα πρέπει να περιλαμβάνει τρία σκέλη (προϊστορικά μνημεία, αρχαία θέατρα και κάστρα) «ενοποιημένα» στο πλαίσιο της, που θα προσφέρονται για

μικρές ή μεγάλες περιηγήσεις του εξειδικευμένου κοινού με πολιτιστικά ενδιαφέροντα αλλά και του γενικού κοινού.

III. Η ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ, ΩΣ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ

Η «**πολιτιστική διαδρομή στα αρχαία θέατρα της Ηπείρου**», είναι το πρώτο πιλοτικό πρόγραμμα, το οποίο προτάθηκε από το «ΔΙΑΧΩΜΑ» και υλοποιείται σε συνεργασία με την Περιφέρεια Ηπείρου και την Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή (Ε.Δ.Α.) Ηπείρου.

Το πρόγραμμα αφορά το σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης πολιτιστικής διαδρομής, με επίκεντρο τους αρχαίους χώρους θέασης και ακρόασης της Ηπείρου, δηλαδή, της Δωδώνης, της Νικόπολης, της Κασσώπης, της Αμβρακίας και των Γιτάνων.

Η «Πολιτιστική διαδρομή στα αρχαία θέατρα της Ηπείρου» συνιστά ένα **ολοκληρωμένο έργο - «φάκελο»**, ο οποίος υποβάλλεται για έγκριση στο Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο του Υπουργείου Πολιτισμού και προωθείται προς ένταξη στο Νέο Ε.Σ.Π.Α. – Σ.Ε.Σ. της περιόδου 2014-2020. Μάλιστα η «**Πολιτιστική διαδρομή στα αρχαία θέατρα της Ηπείρου**» είναι το πρώτο πρόγραμμα στην Ελλάδα, το οποίο έλαβε προέγκριση στην ετήσια συνάντηση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τις αρμόδιες ελληνικές Αρχές - τα Υπουργεία Ανάπτυξης και Απασχόλησης.

Πιο αναλυτικά το πρόγραμμα αυτό, συνολικού προϋπολογισμού 37.302.000 ευρώ, περιλαμβάνει 37 επιμέρους έργα και δράσεις, τα οποία έχουν ως στόχο τη συνένωση διάσπαρτων αρχαιολογικών χώρων και διαδρομών με αναβαθμισμένες σύγχρονες υποδομές.

Στο πλαίσιο του εν λόγω προγράμματος η Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή της Περιφέρειας Ηπείρου εξέδωσε τρεις προσκλήσεις για την υποβολή προτάσεων, σχετικά με παρεμβάσεις σε μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους, καθώς και με τη σύνδεση και τη βελτίωση της πρόσβασης σε αυτούς.

Ειδικότερα, οι προσκλήσεις αφορούν τις θεματικές προτεραιότητες:

- Προστασία και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (ΚΘΠ 58), συνολικής δημόσιας δαπάνης 17.000.000 €,
- Εθνικές οδοί (ΚΘΠ 22), συνολικής δημόσιας δαπάνης 15.000.000 €,
- Περιφερειακές, τοπικές οδοί (ΚΘΠ 23), συνολικής δημόσιας δαπάνης 600.000 €.

Για τη θεματική προτεραιότητα «Προστασία και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (ΚΘΠ 58)» ως ειδικοί στόχοι τίθενται:

- η προστασία, αποκατάσταση και ανάδειξη του μνημειακού πλούτου της Περιφέρειας, με σκοπό τη συμβολή των μνημείων στην τουριστική ανάπτυξη των περιοχών,
- η αποκατάσταση μνημείων και αρχαιολογικών χώρων της Ηπείρου για τη δημιουργία ενός επώνυμου πολιτιστικού και τουριστικού προϊόντος,
- η συνύπαρξη της πολιτιστικής κληρονομιάς με δράσεις σύγχρονου πολιτισμού, καθώς και ενέργειες προβολής των πολιτιστικών στοιχείων της Περιφέρειας.

Στη θεματική προτεραιότητα «Εθνικές Οδοί (ΚΘΠ 22)» τίθεται ως ειδικός στόχος η ενοποίηση του αρχαιολογικού χώρου της Νικόπολης, μνημείο της Unesco, με την παράκαμψη της Ε.Ο. Ιωαννίνων - Πρέβεζας, που σήμερα διέρχεται από τον αρχαιολογικό χώρο και τον διχοτομεί.

Στη θεματική προτεραιότητα «Περιφερειακές, τοπικές οδοί (ΚΘΠ 23)», στόχος είναι η βελτίωση του οδικού δικτύου πρόσβασης στους αρχαιολογικούς χώρους Δωδώνης, Κασσώπης και Γιτάνων.

Το παραπάνω πρόγραμμα αποτελεί ένα ολιστικό πρόγραμμα της Περιφέρειας Ηπείρου, που συνδυάζει πολιτισμό, τουρισμό, υποδομές και συνέργειες με επιχειρήσεις που παράγουν τοπικά προϊόντα στο σύνολο της Ηπείρου.

Του προγράμματος, το οποίο προωθείται μέσω του Σ.Ε.Σ. 2014-2020, έχει προηγηθεί ένα βραχυπρόθεσμο πρόγραμμα χρηματοδοτούμενο από το τρέχον Ε.Σ.Π.Α. (2007-20013), που περιλαμβάνει αποκλειστικά οργανωτικές (soft) ενέργειες, όπως δράσεις μάρκετινγκ, branding και γενικά επικοινωνίας (προβολή, δημόσιες σχέσεις), καθώς και την τοποθέτηση της Διαδρομής, ως επώνυμου τουριστικού προϊόντος-εμπειρίας μέσω τουριστικών γραφείων, ώστε η Διαδρομή –που και σήμερα είναι εφικτό να ακολουθηθεί αλλά ως κατακερματισμένο σύνολο- να αρχίσει σταδιακά να αποκτά την αναγκαία αναγνωρισιμότητα, το δε υλικό τεκμηρίωσης και προβολής της να είναι έτοιμο προς χρήση.