

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Τόπος Συμβουλευτική - Φεβρουάριος 2015

Πρόλογος

Το σωματείο Διάζωμα ανέθεσε στην Τόπος Συμβουλευτική την εκπόνηση μελέτης με αντικείμενο τα πιθανολογούμενα έσοδα της Πολιτιστικής Διαδρομής στα αρχαία θέατρα της Ηπείρου. Συγκεκριμένα το αντικείμενο της μελέτης που ανατέθηκε έχει ως ακολούθως:

Πρόκειται για μελέτη υποβάθρου που καταγράφει τα πιθανολογούμενα έσοδα της Πολιτιστικής Διαδρομής στα αρχαία θέατρα της Ηπείρου σε επίπεδο:

- (α) μακροοικονομικό,
- (β) φορέα διαχείρισης της διαδρομής και
- (γ) cluster επιχειρήσεων ιδιωτικού τομέα που θα τον στηρίζουν.

Η μελέτη περιλαμβάνει τα εξής:

1. Καταγραφή της Διεθνούς εμπειρίας αντίστοιχων πολιτιστικών διαδρομών και διεθνών καλών πρακτικών στην ανάπτυξη σχετικών συνεργασιών ιδιωτικού & δημοσίου τομέα.
2. Καταγραφή των χαρακτηριστικών και της αναμενόμενης εξέλιξης του τουρισμού στην Ήπειρο. Στρατηγικός σχεδιασμός με βάση το Ε.Σ.Π.Α. 2014-2020, συνέργειες διαφόρων μορφών υπηρεσιών τουρισμού - παραδοσιακών και εναλλακτικών - με την Πολιτιστική Διαδρομή, πιθανολογούμενη εξέλιξη του εξωτερικού και εσωτερικού τουρισμού και αναμενόμενο μερίδιο της Ηπείρου.
3. Μελέτη επιπτώσεων της Πολιτιστικής Διαδρομής στη συνολική ανάπτυξη του τουρισμού στην Ήπειρο. Επιπτώσεις στο Παραγόμενο Προϊόν και στους αντίστοιχους κλάδους, πιθανολογούμενη επίπτωση στην απασχόληση και στα δημόσια έσοδα.
4. Γεωγραφική και κλαδική εξειδίκευση των πιθανολογούμενων οικονομικών επιπτώσεων στο εσωτερικό της περιφέρειας και των επί μέρους νομών. Εντοπισμός των κλάδων και επιχειρήσεων που θα μπορούσαν να αποτελέσουν κινητήριο μοχλό για την υποστήριξη της διαδρομής.
5. Διερεύνηση εμπειριών από την ανάπτυξη τοπικών συμφώνων ποιότητας σε άλλες περιοχές της χώρας. Καλές πρακτικές και πρώτα οικονομικά αποτελέσματα, συνέργειες με τη σχεδιαζόμενη διαδρομή.
6. Πρώτη προσέγγιση πιθανολογούμενων εσόδων της διαδρομής σε επίπεδο φορέα διαχείρισης της διαδρομής και επιχειρήσεων ιδιωτικού τομέα που θα τον στηρίζουν

Ο μελετητής θα ήθελε να ευχαριστήσει όλα τα μέλη της Επιτροπής Παρακολούθησης, για τις ενδιαφέρουσες και παραγωγικές συζητήσεις που έγιναν στο πλαίσιο της κατάρτισης της μελέτης, καθώς και τις ιδιαίτερα χρήσιμες παρατηρήσεις τους, όπως και τους εθελοντές του Διαζώματος που συνεισέφεραν με ιδέες και σκέψεις στην κατάρτιση της μελέτης και ιδιαίτερα τον Πρόεδρο του κ. Σταύρο Μπένο και τον κ. Γιάννη Ζηρίνη.

Η εργασία που έγινε ξεκίνησε με μια επί τόπου επίσκεψη στην Ήπειρο και στη συνέχεια προχώρησε με την συλλογή στοιχείων και καλών πρακτικών από μεγάλη ποικιλία πηγών, αφού η μέτρηση των οικονομικών επιπτώσεων των πολιτιστικών αγαθών συνδυασμένη με την τουριστική ανάπτυξη, παρά την πληθώρα των σχετικών μελετών των τελευταίων ετών δεν έχει καταλήξει σε ενιαία μεθοδολογία, ούτε υπάρχουν παρεμφερείς μελέτες στο εξωτερικό και μια μόνο σχετικά παρεμφερής στο εσωτερικό¹. Χρειάστηκε συνεπώς, για να προχωρήσει η μελέτη, να χρησιμοποιηθεί και **πρωτότυπη μεθοδολογία**, αλλά και να γίνουν μια σειρά από υποθέσεις για τον τρόπο με τον οποίο θα αναπτυχθεί η διαδρομή, στη βάση των διεθνών καλών πρακτικών που αφορούν την ανάπτυξη υπηρεσιών πολιτισμού, στο πλαίσιο της ευρύτερης τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής.

Σημαντικότερη από τις υποθέσεις αυτές είναι ότι η διαδρομή θα αποτελέσει ένα **σύνθετο τουριστικό προϊόν** που εκτός από το κοινό με ειδικό ενδιαφέρον για τα αρχαία θέατρα και τα αντίστοιχα μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, θα συνδυάζει και άλλα ειδικά είδη τουρισμού ώστε να μπορεί να απευθύνεται σε πολλαπλά κοινά (π.χ. θερινός τουρισμός «ήλιου και θάλασσας» παράπλευρων με τη διαδρομή περιοχών, συνεδριακός τουρισμός με επίκεντρο τα Ιωάννινα, τουρισμός κρουαζιέρας με βάση την Ηγουμενίτσα, οικολογικός τουρισμός και διάφορα είδη «τουρισμού περιπέτειας» κ.λπ.).

Δεύτερη ουσιώδης υπόθεση είναι ότι θα μπορέσει να υπάρξει **επαρκής κινητοποίηση του ιδιωτικού τομέα** ώστε η διαδρομή να υιοθετηθεί όχι μόνο από τους δημόσιους φορείς, αλλά να απολαμβάνει **ευρύτερης στήριξης** από την τοπική οικονομική κοινότητα και κοινωνία και προπαντός από τους ιδιωτικούς φορείς που μπορεί να προσδοκούν πρόσθετα έσοδα από την επιτυχημένη ανάπτυξή της.

Τρίτη ουσιώδης υπόθεση είναι ότι **τα έργα και δράσεις που έχουν ως τώρα προβλεφθεί θα υλοποιηθούν εντός των χρονοδιαγραμμάτων που σήμερα προδιαγράφονται**. Η υπόθεση αυτή είναι σημαντική λόγω των μεγάλων αλλαγών που προβλέπονται στη δυνατότητα πρόσβασης στην Ήπειρο, τόσο μετά την ολοκλήρωση των βασικών οδικών αξόνων (κυρίως Ολυμπία Οδός και Ιονία Οδός), που επιτρέπουν την πολύ ταχύτερη πρόσβαση στην Ήπειρο από το λεκανοπέδιο της Αθήνας και από περιοχές της Δυτικής Ελλάδας που αναπτύσσονται τουριστικά, όσο και λόγω της αναβάθμισης σημαντικών πυλών εισόδου της διαδρομής (αεροδρόμιο του Ακτίου και λιμάνι Ηγουμενίτσας).

¹ DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS, «Μελέτη αποτίμησης των κοινωνικοοικονομικών επιπτώσεων των έργων πολιτισμού». Εκπονήθηκε για λογαριασμό του Υπουργείου Πολιτισμού. Απρίλιος 2014.

Περιεχόμενα

Πρόλογος	1
1. Καταγραφή της Διεθνούς εμπειρίας	
α. Πολιτιστικός τουρισμός και πολιτιστικές διαδρομές.....	4
β. Διεθνείς καλές πρακτικές στην ανάπτυξη σχετικών συνεργασιών ιδιωτικού & δημοσίου τομέα.....	17
2. Αναμενόμενες εξελίξεις για τον τουρισμό στην Ήπειρο.	
α. Στρατηγικός σχεδιασμός (Ε.Σ.Π.Α. 2014-2020 & Περιφέρεια Ηπείρου).....	22
β. Συνέργειες διαφόρων μορφών υπηρεσιών τουρισμού - παραδοσιακών και εναλλακτικών - με την Πολιτιστική Διαδρομή.....	26
γ. Πιθανολογούμενη εξέλιξη του εξωτερικού & εσωτερικού τουρισμού & αναμενόμενο μερίδιο της Ηπείρου.....	36
3. Επιπτώσεις της Πολιτιστικής Διαδρομής στην ανάπτυξη του τουρισμού στην Ήπειρο.	
α. Επιπτώσεις στο Παραγόμενο Προϊόν.....	40
β. Πιθανολογούμενα δημόσια έσοδα και επίπτωση στην απασχόληση.....	47
4. Γεωγραφική και κλαδική εξειδίκευση των πιθανολογούμενων οικονομικών επιπτώσεων	
α. Επίπεδο περιφερειακών ενοτήτων.....	49
β. Εντοπισμός ωφελούμενων κλάδων και επιχειρήσεων.....	51
5. Εμπειρίες από την ανάπτυξη τοπικών συμφώνων ποιότητας σε άλλες περιοχές	
α. Καλές πρακτικές και πρώτα οικονομικά αποτελέσματα.....	56
β. συνέργειες με τη σχεδιαζόμενη διαδρομή.....	64
6. Πρώτη προσέγγιση πιθανολογούμενων εσόδων της διαδρομής	
α. Φορέας διαχείρισης	65
β. Επιχειρήσεις ιδιωτικού τομέα.....	67
7. Τελικά Συμπεράσματα.....	70
8. Βιβλιογραφία.....	74

1. Καταγραφή της Διεθνούς εμπειρίας

1. α. Πολιτιστικός τουρισμός και πολιτιστικές διαδρομές

Η οικονομική αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς

Η οικονομική αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς έχει υπάρξει αντικείμενο εντατικής μελέτης, ιδίως τα τελευταία χρόνια. Από την ανασκόπηση της σχετικής πρόσφατης βιβλιογραφίας², προκύπτει ότι υπάρχει πλέον αφθονία αντίστοιχων μελετών σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, όπως και ανά επί μέρους τομέα (μουσεία, αρχαία, βιβλιοθήκες, χώροι πολιτιστικής κληρονομιάς κ.λπ.). Οι σχετικές μελέτες έχουν χρησιμοποιήσει γνωστές οικονομικές μεθοδολογίες όπως η Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία του τομέα Gross Value Added (GVA), ο υπολογισμός των τοπικών οικονομικών επιπτώσεων, με τη χρήση πολλαπλασιαστών, ο αριθμός των επισκεπτών σε χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς και η ακαθάριστη δαπάνη που πραγματοποιούν και ο υπολογισμός των άμεσων έμμεσων και προκαλούμενων οικονομικών αποτελεσμάτων από πλευράς καταναλωτικής δαπάνης και δημιουργίας θέσεων απασχόλησης.

Το γενικό συμπέρασμα των ερευνών αυτών είναι ότι σε πολλές Ευρωπαϊκές περιφέρειες η πολιτιστική κληρονομιά «έχει μεγάλες δυνατότητες από πλευράς ανάπτυξης... δημιουργίας θέσεων απασχόλησης, προσέλκυσης επενδύσεων και τουριστικής ανάπτυξης»... «Επίσης σε αντίθεση με την κυριαρχούσα αντίληψη ο τομέας της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι επίσης καινοτόμος όχι μόνο όπου έχει κοινό πεδίο με τους δημιουργικούς κλάδους αλλά και σε ό,τι αφορά τις κύριες δραστηριότητές του» (Dümcke & Gnedovsky 2013).

Η πολιτισμική κληρονομιά παράγει μετρήσιμα οικονομικά αποτελέσματα τα οποία έχουν ιδιαίτερη σημασία σε ό,τι αφορά την απασχόληση και τα εισοδήματα αφού ο σχετικός τομέας είναι «εντάσεως εργασίας και με σχετικά καλές αμοιβές» ενώ «κυριαρχούν σ' αυτήν μικρότερες επιχειρήσεις που προσλαμβάνουν εργαζόμενους και δαπανούν τα κέρδη τους τοπικά... ενώ συνεισφέρουν και στην ανάπτυξη του τουρισμού... και διευκολύνουν στην προσαρμογή στα (σ.σ. οικονομικά) αποτελέσματα της παγκοσμιοποίησης», ενώ έχουν καταγραφεί παραδείγματα (π.χ. στη Γαλλία ή τη Νορβηγία), στα οποία οι δημόσιες επενδύσεις στον τομέα της πολιτισμικής κληρονομιάς αυξήθηκαν στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης με την πεποίθηση ότι τα αγαθά αυτά έχουν μακροχρόνια αξία ως επενδύσεις και δημιουργούν σταθερή απασχόληση.³

² Dümcke Cornelia and Gnedovsky Mikhail. The Social and Economic Value of Cultural Heritage: literature review. EENC Paper, July 2013.

³ Rypkema, D. (2010), 'The Role of Heritage Conservation in a Sustainable Economy', in Mälkki, M. and Schmidt-Thomé, K. (eds.): Integrating aims – Built heritage in social and economic development. Espoo: Centre for Urban and Regional Studies Publications, pp. 197-211

Τα αγαθά που συνδέονται με την πολιτιστική κληρονομιά από οικονομικής πλευράς **αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα μιας περιοχής** αφού σε αντίθεση με τους άλλους οικονομικούς πόρους **διατηρούν αενάως την μοναδικότητά τους**. Είναι -με την καλή έννοια «φυσικά μονοπώλια». Η μοναδικότητα αυτή έχει ως συνέπεια τη δυνατότητά τους να **κινητοποιούν πολλαπλάσιους οικονομικούς πόρους από αυτούς που επενδύονται σ' αυτά**, ιδίως όταν οι επενδύσεις αυτές αποτελούν μέρος μιας ευρύτερης αναπτυξιακής στρατηγικής. Στις Ηνωμένες Πολιτείες ένα σχετικό πρόγραμμα δημοσίων επενδύσεων με τον τίτλο «Main Street» **μόχλευσε 27 \$ πρόσθετες επενδύσεις για κάθε 1\$ που επένδυσε σ' αυτό ο δημόσιος τομέας** (Ryrkema, 2010).

Κυβερνήσεις χωρών που διαθέτουν σημαντική πολιτιστική κληρονομιά, την οποία αξιοποιούν και στο πλαίσιο της τουριστικής τους βιομηχανίας όπως η Μ. Βρετανία, η Ισπανία και η Γαλλία, μελετούν συστηματικά τις οικονομικές επιπτώσεις της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Κατανόηση της αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς και της εσφαλμένης κατανομής των οικονομικών πόρων στην οποία μπορεί να οδηγήσει η αποτίμησή της υπάρχει και στην Ελλάδα όπου «η Πολιτιστική Οικονομία, η οποία μέσα από τις μεθόδους και τα εργαλεία που αναπτύσσει, προσπαθεί να προσδιορίσει αν τα οφέλη που προκύπτουν από τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς υπερτερούν του απαιτούμενου κόστους, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί το κοινωνικό όφελος»⁴.

Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξε και το project για την Οικονομική Αξία της Πολιτιστικής Κληρονομιάς⁵, που προωθήθηκε με πρωτοβουλία της Περιφερειακής Κυβέρνησης της Castilla y León, στην Ισπανία με τη βοήθεια της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και άλλων εταίρων από τη Ιταλία, Γερμανία, Νορβηγία και Ισπανία. Το βασικό συμπέρασμα του έργου αυτού είναι ότι **η πολιτιστική κληρονομιά πρέπει να πάψει να θεωρείται οικονομικό βάρος στο οποίο οι επενδύσεις αναλαμβάνονται μόνο σε περιόδους οικονομικής άνθησης και να αντιμετωπιστεί ως ένα μη ανανεώσιμο αγαθό που πρέπει να απολαμβάνει διαρκούς δημόσιας υποστήριξης**, αφού «η δημόσια και ιδιωτική επένδυση σ' αυτό έχουν «υψηλό επίπεδο κοινωνικής απόδοσης».

Επίσης δεν πρέπει να υποτιμάται το πραγματικό οικονομικό μέγεθος της πολιτιστικής κληρονομιάς σε μια σύγχρονη οικονομία και τα άμεσα και έμμεσα αποτελέσματα τα οποία προκαλεί. Σχετικές μελέτες όπως αυτή που πραγματοποιεί η κυβέρνηση της Ισπανίας⁶ το επιβεβαιώνουν.

⁴ Γιαννακοπούλου Στέλλα, Δαμίγος Δημήτρης, Καλιαμπάκος Δημήτρης. Η Πολιτιστική Οικονομία ως εργαλείο διαχείρισης του ορεινού χώρου. Η κοινωνική και οικονομική αξία του Γεφυριού της Πλάκας στην Ήπειρο. http://www.citybranding.gr/2016/02/blog-post_18.html

⁵ EVoCH project (Economic Value of Cultural Heritage) (2012): Final Conclusions EVoCH project. Valladolid: Junta de Castilla y León (2 pp.) as reviewed by Cornelia Dümmcke and Mikhail Gnedovsky at "The Social and Economic Value of Cultural Heritage: literature review". EENC Paper, July 2013

⁶ Ministerio de Cultura (2011): Cuenta Satélite de la Cultura en España. Resultados detallados 2000-2009. [Satellite Account on Culture in Spain. Detailed Results 2000-2009] Madrid: Ministerio de Cultura (120 pp.) (<http://www.calameo.com/read/0000753350c3ef677880d>)

Με τη μεθοδολογία του Satellite Account on Culture, που είναι μέρος του Εθνικού Στατιστικού Σχεδίου της Ισπανίας, προκύπτει από την σχετική Έκθεση του 2011 ότι η συνολική συμμετοχή των πολιτιστικών δραστηριοτήτων στο Ισπανικό ΑΕΠ αυξήθηκε κατά €10 δις από το 2000 ως το 2009, **με μέσο όρο ετήσιας αύξησης 4.6%** και ότι ο τομέας εκπροσωπούσε το έτος εκείνο το 3% του ισπανικού ΑΕΠ.

Τα στοιχεία αυτά δεν αφορούν μόνο εθνικές οικονομίες και τις πρωτεύουσες των χωρών, όπου υπάρχει πράγματι ισχυρή παρουσία του πολιτιστικού τομέα, αλλά μπορεί να έχουν εξαιρετική σημασία και για μια περιφερειακή οικονομία.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα η οικονομική σημασία της πολιτιστικής κληρονομιάς στην Γαλλική περιφέρεια Languedoc-Roussillon. Στην περιφέρεια αυτή η πολιτιστική κληρονομιά δημιουργεί το 2% του τοπικού ΑΕΠ και το 3,8% των θέσεων εργασίας, ενώ υπολογίζεται ότι **κάθε ευρώ που επενδύεται από πλευράς δημόσιας δαπάνης στην πολιτιστική κληρονομιά μοχλεύει 19 ευρώ**, εκ των οποίων 5 ευρώ στον τομέα και άλλα 14 από πλευράς εμμέσων επιπτώσεων⁷.

Αντίστοιχα στοιχεία περιέχονται στην μελέτη αποτίμησης του Ιστορικού Περιβάλλοντος της Ουαλίας του 2010⁸. Πρόκειται για έργο το οποίο καλύπτει την οικονομική συνεισφορά αρχαίων μνημείων και χώρων, διατηρητέων κτιρίων, μουσείων, πολιτιστικών κέντρων, κέντρων που είναι εγκατεστημένα σε ιστορικά κτίρια, ιστορικοί κήποι ή διατηρητέα τοπία κ.λπ. και περιλαμβάνει και τις δαπάνες των τουριστών που επισκέπτονται την Ουαλία κυρίως για το Ιστορικό της Περιβάλλον. Η συνολική Προστιθέμενη Αξία το 2009 υπολογίζεται στα 1,8 δις λίρες και πάνω από 30 χιλ. θέσεις εργασίας. Επίσης οι συγγραφείς της μελέτης υπολογίζουν ότι πάνω από το ένα πέμπτο των εσόδων από τουρισμό οφείλονται στο Ιστορικό Περιβάλλον.

Μια πρώτη προσέγγιση της οικονομικής αποτίμησης ενός μέρους του τομέα του πολιτισμού υλοποίησε το 2014 και το Ελληνικό Υπουργείο Πολιτισμού. Πρόκειται για μια πολύτιμη για την παρούσα μελέτη εργασία με τίτλο **«Μελέτη αποτίμησης των κοινωνικοοικονομικών επιπτώσεων των έργων πολιτισμού»**⁹, που υλοποίησε η DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS, για λογαριασμό της Ειδικής Υπηρεσίας Πολιτισμού και στην οποία θα αναφερθούμε εκτεταμένα και θα την αξιοποιήσουμε αναλόγως σε επόμενα κεφάλαια της παρούσας μελέτης.

Στο σημείο αυτό παραθέτουμε μόνο το τελικό συμπέρασμα της μελέτης σε σχέση με τις συνολικές οικονομικές επιπτώσεις των έργων πολιτισμού που εξετάστηκαν, κατά το οποίο:

⁷ Figesma (2008): L'Économie du patrimoine culturel en région Languedoc-Roussillon. Paris. (166 pp.)

⁸ ECOTEC (2010): Valuing the Welsh Historic Environment: A Monitoring Framework, Cardiff: National Trust Wales and others (9 pp.)
http://cadw.wales.gov.uk/docs/cadw/publications/ValuingtheWelshHistoricEnvironmentMonitoringFramework_EN.pdf

⁹ DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS, «Μελέτη αποτίμησης των κοινωνικοοικονομικών επιπτώσεων των έργων πολιτισμού». Εκπονήθηκε για λογαριασμό του Υπουργείου Πολιτισμού. Απρίλιος 2014.

«Σύμφωνα με τη σχετική επεξεργασία ανά κατηγορία έργου, στο σύνολο των €512,5 εκατ. δαπανών σε έργα πολιτισμού του ΕΣΠΑ οι συνολικές επιπτώσεις ανέρχονται σε €1.628 εκατ. σε παραγόμενο προϊόν, €419 εκατ. σε δαπάνες μισθοδοσίας και 22.385 σε ετήσια ισοδύναμα ανθρωποέτη απασχόλησης. Μέρος των συνολικών επιπτώσεων σχετίζεται με τον τομέα του τουρισμού και συγκεκριμένα, οι σχετικές ετήσιες επιπτώσεις των έργων του πολιτισμού του ΕΣΠΑ ανέρχονται σε €58,5 εκατ.»

Πολιτιστικός τουρισμός

Ο τουρισμός έχει ως συνέπεια τις μεγαλύτερες μετακινήσεις ανθρώπων που έχει γνωρίσει η ανθρωπότητα, ιδίως τα τελευταία χρόνια όποτε και ξεπέρασε ετησίως το 1 δις ανθρώπους και αναμένεται ότι η πορεία αυτή θα συνεχιστεί ανοδικά στις αμέσως επόμενες δεκαετίες. Η ανάπτυξη του τουρισμού στη διάρκεια της δεκαετίας του 70 και του 80 οδήγησε στο γνωστό σε όλους μας «πακέτο» διακοπών και διαμόρφωσε την αγορά του μαζικού τουρισμού χαμηλού κόστους. Από τη δεκαετία του 90 και εντεύθεν άρχισε μια παράλληλη ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού, που ανταποκρίνεται στις περισσότερο εξειδικευμένες προτιμήσεις των σύγχρονων δυτικών (και όχι μόνο) καταναλωτών, αλλά και στα νέα επαναστατικά εργαλεία δικτύωσης, πληροφόρησης και συναλλαγών που είναι πλέον διαθέσιμα στον μέσο καταναλωτή υπηρεσιών τουρισμού.

Η μαζική αγορά άρχισε να τμηματοποιείται σε μια ποικιλία επιμέρους μικρότερων αγορών (niches), εκ των οποίων ο πολιτιστικός τουρισμός έγινε μια από τις πλέον σημαντικές. Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι πλέον από τα σημαντικότερα συστατικά μέρη στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς. Στοιχεία από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού δείχνουν ότι το ποσοστό των διεθνών ταξιδιών που μπορεί να κατηγοριοποιηθεί (εν μέρει τουλάχιστον), ως πολιτιστικός είναι σε απόλυτους αριθμούς πολύ σημαντικά και σημειώνουν άνοδο. Από το 37% το 1995 στο 40% το 2004.¹⁰ Σε συνδυασμό με την ταχεία αύξηση του τουρισμού διεθνώς αυτό συνεπάγεται πολύ μεγάλο αριθμό ταξιδιών και εκτιμάται ότι το 2013 έγιναν πάνω από 430 εκ. διεθνή ταξίδια με (εν μέρει ή κυρίως) πολιτιστικό σκοπό (Richards Greg, 2014).

Ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται από πολλές χώρες ελκυστικός και γιατί είναι σε γενικές γραμμές τουρισμός υψηλότερων εισοδηματικών κατηγοριών και περιοχών. Όλα αυτά αποτελούν μέρος μιας ευρύτερης και διαχρονικής τάσης στο πλαίσιο της οποίας «...τα τελευταία χρόνια η προσοχή στράφηκε από τα ποσοτικά στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της ζήτησης για υπηρεσίες πολιτιστικού τουρισμού με την αυξανόμενη αναζήτηση για 'πολιτιστικές εμπειρίες'...και την αυξανόμενη διασύνδεση (σ.σ. στην προσφορά ενός ολοκληρωμένου προϊόντος) με άλλους τομείς του τουρισμού όπως π.χ. ο γαστρονομικός ή ο θρησκευτικός» (Richards Greg, 2014). Ακόμα σημαντικότερη είναι η διασύνδεση του πολιτιστικού τουρισμού με τις λεγόμενες «δημιουργικές βιομηχανίες» (creative industries), αλλά και με την μοναδικότητα, τον πλούτο και την αυθεντικότητα των υπηρεσιών πολιτιστικού τουρισμού.

¹⁰ Richards Greg. Tourism trends: The convergence of culture and tourism. Academy for Leisure NHTV University of Applied Sciences, 2014+
https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism

Όπως επισημαίνει ο ΟΟΣΑ¹¹ αυτός είναι ο κύριος λόγος η Αθήνα και η Ρώμη αντιμετωπίζονται ως ιδιαίτερα ελκυστικές ως προορισμοί πολιτιστικού τουρισμού σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πόλεις.

Η αξία της πολιτισμικής κληρονομιάς πράγματι **μεγιστοποιείται όταν αξιοποιείται στο πλαίσιο ενός ευρύτερου αναπτυξιακού σχεδίου σε συνδυασμό με τον πολιτιστικό τουρισμό και τις άλλες «δημιουργικές βιομηχανίες»**. Όπως αναφέρεται στο συλλογικό τόμο των πρακτικών του III Baltic Sea Region Cultural Heritage Forum¹² η πολιτιστική κληρονομιά έχει πολύ μεγάλη αξία για πολλούς άλλους κλάδους της οικονομίας. Οι επιχειρήσεις αξιοποιούν την πολιτιστική κληρονομιά στο marketing και την προώθηση των προϊόντων τους, οι ιδιοκτήτες γης επωφελούνται με την αύξηση των παρακείμενων αξιών γης, ενώ τα ανθρωπογενή τοπία που έχει δημιουργήσει η πολιτιστική κληρονομιά, αλλά και οι συγκεκριμένοι χώροι χρησιμοποιούνται εντατικά από την βιομηχανία του θεάματος (τηλεόραση και κινηματογράφος), αλλά και από τη νέα βιομηχανία των βίντεο-παιχνιδιών.

Από όλες όμως τις οικονομικές δραστηριότητες **ο τουρισμός είναι αυτός που αξιοποιεί περισσότερο την πολιτιστική κληρονομιά ως σπονδυλική στήλη των δραστηριοτήτων του**. Τόσο στην αρχική προσέλευση στον προορισμό, όσο και στην χρήση των μνημείων ως χώρων για την ανάπτυξη μοναδικών (λόγω της μοναδικότητας των μνημείων) events που συνδυάζουν ψυχαγωγία, τέχνες και πολιτισμό. Ταυτόχρονα μια σειρά από άλλες υπηρεσίες (τοπικά αναμνηστικά προϊόντα, βιβλία, χάρτες εφαρμογές multimedia κ.λπ.) αξιοποιούν την πολιτιστική κληρονομιά με κύριο πελάτη τους τουρίστες.

Ένα άλλο συμπέρασμα από τον ανωτέρω συλλογικό τόμο είναι ότι ο πολιτιστικός τουρισμός παρουσιάζει από τα υψηλότερα ποσοστά ανάπτυξης στην τουριστική αγορά, αλλά και **μεγαλύτερη του μέσου όρου δαπάνη ανά τουρίστα. Ο «αφοσιωμένος» (dedicated) πολιτιστικός τουρίστα δαπανά 60% παραπάνω ανά ημέρα σε σχέση με τον τουρίστα του ήλιου & θάλασσας**. Όμως οι δαπάνες που αφορούν τα ίδια τα μνημεία ή τους χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς είναι πολύ μικρές. Μόλις 6-10% της ημερήσιας δαπάνης, ενώ τα υπόλοιπα αποτελούν έμμεσα κέρδη που εμφανίζονται στην τοπική οικονομία γύρω από το μνημείο ή στην ευρύτερη περιοχή (προπαντός ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα, τοπικά μεταφορικά μέσα, εστιατόρια, καταστήματα αναμνηστικών κ.λπ.).

¹¹ OECD Tourism Papers 2015/01. A Review of Effective Policies for Tourism Growth

¹² Lehtimäki, M. (ed.) (2008): Cultural Heritage and Tourism. Potential, Impact, Partnership and Governance. A book on cultural heritage and tourism to inspire policy makers and practitioners at all levels, proceedings of the III Baltic Sea Region Cultural Heritage Forum, Vilnius, 25-27 September 2007. Vilnius: Department of Cultural Heritage (155 pp.)
<http://mg.kpd.lt/users/www/uploaded/3%20Forum%20publ%200n%20cultural%20heritage%20a%20nd%20tourism.pdf>

Η αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς σε ό,τι αφορά την προσέλκυση τουριστών έχει γίνει προσπάθεια να μετρηθεί και επιστημονικά στην Ισπανία με την συσχέτιση των δημοσίων δαπανών που αφορούν την πολιτιστική κληρονομιά και της συνδεδεμένης με την πολιτιστική κληρονομιά τουριστικής καταναλωτικής δαπάνης με χρήση στοιχείων από την ισπανική εθνική έρευνα για τον τουρισμό.

Οι συγγραφείς¹³ καταλήγουν σε **4 περιφέρειες (Cantabria, Extremadura, Asturias and Castilla y León) που έχουν άνω του μέσου όρου ελκυστικότητα** σε ό,τι αφορά τον πολιτιστικό τουρισμό και είναι ενδιαφέρον ότι **όλες βρίσκονται σε απόσταση από τις ακτές της Μεσογείου** και δεν διαθέτουν τα παραδοσιακά πλεονεκτήματα του ισπανικού (και ελληνικού) τουρισμού, δηλαδή τον συνδυασμό ήλιου και θάλασσας. Παραθέτουν επίσης μια περίπτωση (case study) της πόλης Albarracín στην Aragón, όπου οι καλές πρακτικές διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς έχουν ως αποτέλεσμα το 17% της συνολικής Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας στην περιοχή να αποδίδεται στον πολιτιστικό τουρισμό, ενώ **το εισόδημα που συγκεντρώνεται από τον τουρισμό είναι 20 φορές υψηλότερο από την ετήσια δημόσια δαπάνη για την πολιτιστική κληρονομιά στην περιοχή.**

Από την Ισπανία προέρχεται και ένα παράδειγμα μελέτης της οικονομικής σημασίας ενός πολιτιστικού γεγονότος που αποτελεί μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς της πόλης της Zaragoza. Πρόκειται για τις γιορτές **Fiestas del Pilar**, που αν και με τις ρίζες τους στην θρησκευτική παράδοση περιλαμβάνουν πλέον ένα μεγάλο αριθμό εκδηλώσεων (συναυλίες κ.λπ.). Η οικονομική τους αποτίμηση¹⁴ δείχνει ένα ετήσιο άμεσο έσοδο για την πόλη ύψους 134 εκ. ευρώ (το 2010) και μια συνολική επίπτωση -μαζί και με τις πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις ύψους 186 εκ. ευρώ, με κύριους επωφελούμενους τις **επιχειρήσεις υπηρεσιών (λιανικό εμπόριο, ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.λπ.), που λαμβάνουν το 81% του σχετικού οφέλους.**

Συστηματική προσπάθεια μέτρησης της σχέσης μεταξύ πολιτιστικής κληρονομιάς και πολιτιστικού τουρισμού (ή και τουρισμού εν γένει) έχει καταβληθεί και στη Μεγάλη Βρετανία, όπου το Heritage Lottery Fund μελετά εδώ και πολλά χρόνια συστηματικά τα αποτελέσματα των δράσεών του. Μια μελέτη που συνοψίζει τις σχετικές επιπτώσεις¹⁵ καταλήγει στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός που συνδέεται με την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά (χρησιμοποιείται εδώ μια πολύ ευρεία έννοια του όρου), συνεισφέρει πάνω από 12,4 δις λίρες ετησίως στην Βρετανική οικονομία, περιλαμβανομένων 7,3 δις που αφορούν τα κτίρια και τα μουσεία (τα υπόλοιπα αφορούν την φυσική κληρονομιά). Το 60% του ποσού αφορά εσωτερικό τουρισμό.

¹³ Alonso Hierro, J. and Martín Fernández, J. (2008): Conservación del patrimonio histórico en España. Análisis económico [Preservation of the Historical Heritage in Spain. An Economic Analysis]. Madrid: Fundación Caja Madrid. (160 pp.)

¹⁴ Pastor Eixarch, P.; Armas Andreu, I., Muñoz Lafuente, M.; Gómez Bahillo, C.; et al. (2011): Impacto socioeconómico de las Fiestas del Pilar 2010. [Socio-Economic Impact of 2010's Fiestas del Pilar] Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza. (102 pp.)

<http://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio/impacto.pdf>

¹⁵ Heritage Lottery Fund (2009): Investing in success. Heritage and the UK tourism economy, London: Heritage Lottery Fund. (48 pp.)

http://www.hlf.org.uk/aboutus/howwework/Documents/HLF_Tourism_Impact_single.pdf

Ο κλάδος στήριξε άμεσα 113000 θέσεις εργασίας ενώ όταν προστεθούν και τα έμμεσα και επαγωγικά (πολλαπλασιαστικά) αποτελέσματα η συνεισφορά της πολιτιστικής κληρονομιάς ανεβαίνει στα 11,9 δις λίρες. Ταυτόχρονα είναι εντυπωσιακό ότι **4 στους 10 ξένους τουρίστες που επισκέπτονται το Ηνωμένο Βασίλειο αναφέρουν ως κύριο κίνητρο του ταξιδιού τους την πολιτιστική κληρονομιά.**

Η γειτονική μας Ιταλία, με τον πολύ μεγάλο και ποικίλο πλούτο της από πλευράς πολιτιστικής κληρονομιάς, προσφέρει επίσης χαρακτηριστικά παραδείγματα της δυναμικής του πολιτιστικού τουρισμού που έχουν ερευνηθεί επιστημονικά. Μια όχι τόσο πρόσφατη μελέτη που αφορά την Βενετία και αναφέρεται σε μια έκδοση για τις επιπτώσεις του πολιτισμού στην οικονομική ανάπτυξη των πόλεων¹⁶ υπολογίζει μια μικρή σχετικά επίπτωση του πολιτιστικού τομέα (6250 θέσεις εργασίας ή μόλις 12% των θέσεων απασχόλησης στο ιστορικό κέντρο της Βενετίας), αλλά μια πολύ μεγαλύτερη επίπτωση του τουρισμού, κοντά στο 1 δις ευρώ και 22.500 θέσεις εργασίας. Το δύσκολο στην περίπτωση είναι η σύνδεση των δύο με τρόπο οικονομικά μη αμφισβητήσιμο. Οι τουρίστες δαπανούν μόλις το 3% του προϋπολογισμού τους σε πολιτιστικά προϊόντα, όμως το βάρος της πολιτιστικής κληρονομιάς μιας πόλης που αποτελεί περίπου στο σύνολό της πολιτιστικό μνημείο και διαθέτει ένα αντίστοιχα ισχυρό πολιτιστικό brand name, είναι αδύνατο να αξιολογηθεί. **Δεν υπάρχει δεύτερη Βενετία.**

Αντίστοιχα βέβαια είναι δύσκολο στην περίπτωση αυτή να αξιολογηθεί οικονομικά και το τεράστιο κόστος συντήρησης αυτής της πολιτιστικής κληρονομιάς και των αρνητικών εξωτερικών οικονομικών (externalities), που συνεπάγεται η πίεση των επισκεπτών στο περιβάλλον και στις υποδομές της πόλης, στις υψηλές τιμές των τοπικών προϊόντων κ.λπ.

Μια διαφορετική ευρωπαϊκή πόλη που έχει να παρουσιάσει τις τελευταίες δεκαετίες ένα από τα πιο επιτυχημένα μοντέλα ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού, είναι αυτό της Βαρκελώνης.¹⁷ **Οι επισκέπτες στα «πολιτιστικά αξιοθέατα της Βαρκελώνης αυξήθηκαν σχεδόν 150% από το 1994 (σ.σ. μέχρι το 2004), πολύ περισσότερο από τον αριθμό των επισκέψεων αναψυχής.** Οι μετρήσεις ικανοποίησης των επισκεπτών, ιδίως σε ό,τι αφορά την πολιτιστική κληρονομιά έχουν επίσης αυξηθεί... η Βαρκελώνη περισσότερο ίσως από κάθε άλλη σύγχρονη πόλη μπορεί να θεωρηθεί ως η πόλη που καθιερώθηκε εξ αιτίας της διοργάνωσης σημαντικών γεγονότων... οι παγκόσμιες εκθέσεις του 1888 και του 1929... οι Ολυμπιακοί του 1992...(σ.σ. και πιο πρόσφατα γεγονότα όπως) το International Forum of Cultures (2004), και μια σειρά από «θεματικά χρόνια, όπως το έτος Dalí (2004), το έτος για το Design (2003) και το έτος για τον Gaudí (2002)... πρωτοβουλίες που βοήθησαν να διαμορφωθεί το υψηλού επιπέδου πολιτιστικό προϊόν της Βαρκελώνης...» αλλά και το επιτυχημένο μοντέλο ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού που αντιπροσωπεύει, τα πιο σημαντικά στοιχεία του οποίου είναι:

¹⁶ Borg Jan van der, Russo Antonio Paolo. THE IMPACTS OF CULTURE ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF CITIES

¹⁷ Richards Greg. European Cultural Tourism: A view from Barcelona. Tilburg University, the Netherlands. 2004.

https://www.academia.edu/2393237/European_Cultural_Tourism_A_view_from_Barcelona

1. Η δημιουργία ευρύτερης συναίνεσης μεταξύ των δημόσιων αρχών.
2. Η εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα στη χρηματοδότηση των projects.
3. Η δημιουργία αυτόνομων οντοτήτων που ελέγχουν τον σχεδιασμό και τη χρηματοδότηση.
4. Η εισαγωγή της έννοιας του στρατηγικού σχεδιασμού.
5. Η πρόταξη «αποτελεσματικών» ιδεών πριν από «μεγάλες» χρηματοδοτήσεις» (Richards Greg, 2004).

Στη Γερμανία μια σχετικά πρόσφατη μελέτη¹⁸ αφορά δέκα ανατολικές γερμανικές πόλεις, στις οποίες έγιναν αξιολογικές επενδύσεις στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς μετά την ενοποίηση της χώρας. Στις πόλεις αυτές (Stralsund, Wismar and Malchow in Mecklenburg-Vorpommern; Neuruppin and Potsdam in Brandenburg; Tangermünde and Quedlinburg in Saxony-Anhalt; Görlitz and Zittau in Saxony; and Mühlhausen in Thuringia), το 2005, ο συνολικός τζίρος του τουρισμού ήταν λίγο κάτω του 1 δις ευρώ εκ των οποίων το 13% περίπου συνδέονται με την προστασία αστικών ιστορικών μνημείων.

Το πιο ενδιαφέρον στοιχείο στην συγκεκριμένη μελέτη είναι ότι **μια «όμορφα» αναγεννημένη πόλη που δεν διαθέτει όμως άλλα στοιχεία ελκυστικότητας (καταλύματα, ελκυστικό λιανικό εμπόριο, γαστρονομία, εκδηλώσεις/events πολιτιστικές και ψυχαγωγικές) και προπαντός οργανωμένη προσπάθεια marketing, παραμένει χωρίς τουριστική ανάπτυξη.**

Στην γειτονική στην Γερμανία Πολωνία καταγράφονται πάντως και παραδείγματα «οργανικής» μη συστηματικής ανάπτυξης. Το παράδειγμα της περιοχής Kazimierz¹⁹ στην Krakow, που φιλοξενούσε μια μεγάλη εβραϊκή κοινότητα μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο (η περιοχή ήταν ο τόπος στον οποίο έλαβε χώρα η ιστορία σωτηρίας ενός σημαντικού αριθμού εβραίων από τον Oskar Schindler γεγονός που αποθανάτιστηκε στην ομώνυμη ταινία - **Schindler's List**). Στην περιοχή υλοποιήθηκαν παράλληλες μη σχεδιασμένες κεντρικά ενέργειες, οι οποίες όμως ξεπέρασαν μια κρίσιμη μάζα και δημιούργησαν μια **ανατροφοδοτούμενη διαδικασία** από τα μέσα της δεκαετίας του 90.

¹⁸ Michaelis-Winter, A. and Ruland, R. (eds.) (2007): Städtebaulicher Denkmalschutz und Tourismusentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der UNESCO – Welterbestädte. [The Protection of the Urban Architectural Heritage and Tourism Development, with a Particular Focus on UNESCO World Heritage Cities] Berlin: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) and Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR). (109 pp.) www.eukn.org/dsresource?objectid=218283

¹⁹ Labadi, S. (2011): Evaluating the socio-economic impacts of selected regenerated heritage sites in Europe, Amsterdam: European Cultural Foundation. (129 pp.) http://www.encatc.org/pages/fileadmin/user_upload/Forum/Sophia_Labadi_2008CPRA_Publication.pdf

Η διαδικασία είχε έντονα πολιτιστικό χαρακτήρα με μια άνθηση τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων και θεσμών, που αύξησε οργανικά την επισκεψιμότητα και την ελκυστικότητα της περιοχής (**αύξηση της επισκεψιμότητας των μουσείων από σχεδόν 40.000 στα τέλη της δεκαετίας του 80 στις περίπου 100.000 το 2003**, αύξηση του αριθμού των εστιατορίων από τα 39 το 1994 στα 133 το 2004 κ.λπ.). Η διαδικασία αυτή βελτίωσε την εικόνα (tourist image) της περιοχής, αν και κάποιοι αναφέρονται στην τάση ωραιοποίησης ('disneyfication'), του παρελθόντος που συνόδευσε την συγκεκριμένη πορεία.

Από τα ενδεικτικά αυτά παραδείγματα προκύπτουν κάποια διδάγματα που επιβεβαιώνονται με πολλαπλούς τρόπους στα επόμενα κεφάλαια της παρούσας μελέτης. Συγκεκριμένα:

- Ο **πολιτιστικός τουρισμός έχει με βεβαιότητα μεγάλη οικονομική σημασία** και δυναμική και η επένδυση στην πολιτιστική κληρονομιά μπορεί να αποδώσει πολλαπλά οικονομικά και κοινωνικά (προϊόν, εισόδημα, απασχόληση).
- **Προϋπόθεση** της ανάπτυξης του είναι η **παροχή ενός ολοκληρωμένου και σύνθετου προϊόντος** (όπως π.χ. μια πολιτιστική διαδρομή), που θα σχεδιάζεται και θα ανασχεδιάζεται διαρκώς με βάση τις εξελισσόμενες ανάγκες και προτιμήσεις της τουριστικής αγοράς. Ιδίως την μετάβαση από τον πολιτιστικό τουρισμό της πληροφόρησης, στον πολιτιστικό τουρισμό της «εμπειρίας» (θα αναφερθούμε αργότερα πιο εκτεταμένα σ' αυτό).
- **Χωρίς αυτή την σύνθετη προσέγγιση οι επενδύσεις στην πολιτισμική κληρονομιά κινδυνεύουν να μείνουν επενδύσεις χαμηλής απόδοσης**, ιδίως αν δεν υλοποιούνται σε ένα πυκνό αστικό περιβάλλον, που προσφέρει ευρύτερες δυνατότητες οργανικής ανάπτυξης.

Οι πολιτιστικές διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης

Χαρακτηριστικό παράδειγμα οργανικής και μη σχεδιασμένης (ως τουριστικό προϊόν) πρωτοβουλίας αποτελούν οι πολιτιστικές διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης. Πρόκειται για έναν θεσμό **επιτυχημένο** σε ό,τι αφορά τους διακηρυγμένους στόχους του, που ήταν εξ αρχής μη οικονομικοί, που όμως μελετώνται σήμερα και από την οικονομική τους πλευρά, η οποία αποδεικνύεται δυναμικά πολύ σημαντική.

Η ιστορία αυτών των πολιτιστικών διαδρομών ξεκινά από μια πρωτοβουλία που ανέλαβε από το 1984 ως το 1987 το Συμβούλιο της Ευρώπης, με στόχους καθαρά πολιτιστικούς και πολιτικούς. Η πρωτοβουλία γνώρισε επιτυχία και σήμερα το συγκεκριμένο πρόγραμμα αποτελείται από **29 πιστοποιημένες διαδρομές που καλύπτουν 70 χώρες**²⁰. Οι σημαντικότερες χώρες στο δίκτυο αυτό είναι η Γαλλία (φιλοξενεί το 10,4% των διαδρομών), η Ιταλία (9.7%), η Ισπανία (8.4%), η Πορτογαλία (5.8%), ενώ η Ελλάδα που διαθέτει κάτω του 2,6% των συγκεκριμένων διαδρομών θεωρείται, ως «**χώρα με αναξιοποίητο δυναμικό πολιτιστικών διαδρομών**»...

²⁰ Khovanova-Rubicondo, K. (et al.), 2011. "Study on the Impact of European Cultural Routes on SMEs Innovation, Competitiveness, and Clustering," Council of Europe, Strasbourg, France.

Οι μελετητές που ανέλαβαν να διερευνήσουν την οικονομική πλευρά των διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης (Khosanona-Rubicondo, K., et al.), κατέληξαν στα ακόλουθα συμπεράσματα:

1. «Οι οικονομικές επιπτώσεις των Διαδρομών... ποικίλουν πολύ σημαντικά αφού διαφέρουν όχι μόνο θεματικά, αλλά επίσης στη δομή τους από πλευράς δικτύωσης και διαχείρισης, στην αναπτυξιακή τους προσέγγιση... στα κοινά στα οποία απευθύνονται...»
2. Παρόλα αυτά η ενδελεχής μελέτη τους αποδεικνύει ότι έχουν **θετικές επιπτώσεις για τις τοπικές προπαντός μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις** και «συνεισφέρουν στη δημιουργία εσόδων από τουρισμό σε απόμακρες περιοχές. Ο ΟΟΣΑ ειδικότερα αναφέρει ότι η μελέτη αυτή των Διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης δείχνει «τεράστιες δυνατότητες για δημιουργία ΜΜ επιχειρήσεων, δημιουργία συστάδων και δικτύων... και ανάπτυξης προϊόντων και υπηρεσιών πολιτιστικού τουρισμού.»²¹
3. «**Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού θεωρείται το επόμενο λογικό βήμα στο πλαίσιο της ανάπτυξης των Πολιτιστικών Διαδρομών**, αφού αυτού του είδους ο τουρισμός οικοδομείται με **βάση την μοναδικότητα και την αυθεντικότητα** των απόμακρων γεωγραφικά περιοχών... την πολιτισμική κληρονομιά και τις παραδόσεις».

Οι κύριες αδυναμίες των διαδρομών των Συμβουλίου της Ευρώπης (από την οπτική γωνία του πολιτιστικού τουρισμού, που είναι όμως αυθαίρετη αφού όπως προαναφέρθηκε οι διαδρομές αυτές δεν σχεδιάστηκαν με αυτό τον σκοπό και στόχο), αφορούν την σημαντική γεωγραφική απόσταση μεταξύ των επί μέρους σημείων τους και την παρουσία σε πολλαπλές χώρες (που εφαρμόζουν διαφορετικές μεταξύ τους και μη συνδεδεμένες πολιτικές τουριστικής ανάπτυξης), που καθιστούν δύσκολη την ανάπτυξή τους ως αυτοτελή προϊόντα πολιτιστικού τουρισμού.

Σε ό,τι αφορά τη διοικητική διαχείριση των Πολιτιστικών Διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης, αυτές αποτελούν ακόμα μια δραστηριότητα κατά κύριο λόγο δικτύων του δημόσιου τομέα, με το συντριπτικά μεγαλύτερο μέρος της χρηματοδότησης της ανάπτυξής τους να προέρχεται από ευρωπαϊκά προγράμματα ή (οι λειτουργικές δαπάνες), από δημόσια χρηματοδότηση. Οι ιδιωτικοί φορείς που συμμετέχουν λειτουργικά είναι πολύ λίγοι. Για παράδειγμα από την ανάλυση των σχετικών περιπτώσεων (case studies), που αναφέρονται στην σχετική μελέτη προκύπτουν τα ακόλουθα:

- Η **Via Francigena** δεν έχει κανέναν ιδιωτικό φορέα μεταξύ των δεκάδων που αποτελούν τους εταίρους της International Association of the Via Francigena (AIVF).
- Η **Transromanica** έχει μόλις ένα στα εννέα μέλη (και αυτόν τυπικά ιδιωτικό).

²¹ OECD Tourism Papers 2015/01. A Review of Effective Policies for Tourism Growth.

- Οι διαδρομές της Legacy of al-Andalus, στηρίζονται σε ένα δημόσιο ίδρυμα χωρίς άλλη συμμετοχή και με κατά κύριο λόγο κρατική χρηματοδότηση, με την εξαίρεση κάποιων ιδιωτικών χορηγιών (π.χ. Telefónica, Ferrovial, CajaGranada κ.λπ.).
- Η **Hansa Cultural Route** δεν έχει τυπικά οργάνωση και στηρίζεται κατά κύριο λόγο στην χρηματοδότηση των σχετικών δραστηριοτήτων από τις συμμετέχουσες πόλεις.
- Οι **δρόμοι της Ελιάς**, που έχουν έντονα ελληνικό χαρακτήρα, επιτυγχάνουν αξιόλογη ιδιωτική χρηματοδότηση και στην σχετική μελέτη αναφέρεται η μόνιμη σχέση τους με το Costa Navarino.

Συνοψίζοντας την εμπειρία από την οικονομική ανάλυση των πολιτιστικών διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης η επικεφαλής της μελέτης σε ένα σχετικό άρθρο της²² αναφέρει:

«Αν και δημιουργήθηκαν στη βάση κοινωνικών και πολιτιστικών αρχών και χωρίς τον στόχο να δημιουργήσουν οικονομική αξία ή να αυξήσουν οποιοδήποτε εισόδημα, οι διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης σήμερα αποτελούν **πηγή (σ.σ. οικονομικής) καινοτομίας**, δημιουργίας νέων μικρών επιχειρήσεων και προϊόντων και υπηρεσιών πολιτιστικού τουρισμού... Η πολιτιστική διαδρομή αποτελεί ένα νέο είδος πολιτιστικού προϊόντος που δημιουργεί μια διαδραστική σχέση μεταξύ μνημείου, που χρειάζεται προστασία και ανάπτυξη και του πολιτιστικού και περιφερειακού πλαισίου με το οποίο πρέπει να συνδεθεί... οι πολιτιστικές διαδρομές έχουν τη δυνατότητα όχι μόνο να βελτιώσουν τις οικονομικές συνθήκες σε απομακρυσμένες γεωγραφικά περιοχές..., αλλά επίσης να συνεισφέρουν ευθέως στην ανταγωνιστικότητα των τοπικών κοινοτήτων, στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ...και **να αποτελέσουν σημείο συγκέντρωσης (focal point) για την ανάπτυξη διεθνών δικτύων και συστάδων (cluster development)**...

Όμως η ταχεία διεθνής ανάπτυξη προορισμών που επικεντρώνονται στην παροχή υπηρεσιών πολιτιστικού τουρισμού σημαίνει ότι πιστοποιημένες διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης και παρεμφερή project, αντιμετωπίζουν σήμερα την **πρόκληση της αυξημένης ανταγωνιστικότητας και ποιοτικής παροχής υπηρεσιών για να προσελκύσουν τουρίστες στην σημερινή παγκοσμιοποιημένη τουριστική αγορά**. Αυτό επιβεβαιώνει την ανάγκη να εφαρμόζονται σ' αυτές (σ.σ. υψηλά) πρότυπα ποιότητας και βιώσιμου τουρισμού (sustainable tourism).»

Η ανάπτυξη των πολιτιστικών διαδρομών ως τουριστικού προϊόντος: Η περίπτωση της Κροατίας

Η Κροατία είναι μια χώρα ο τουρισμός της οποίας είναι ευθέως ανταγωνιστικός με τον ελληνικό. Διαθέτει παρεμφερή ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στον τουρισμό «ήλιου και θάλασσας» (κλίμα, μεγάλο αριθμό νησιών) και μικρότερη γεωγραφική απόσταση, σε ό,τι αφορά τις κρίσιμες για την Ελλάδα αγορές της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης.

²² Khovanova-Rubicondo Dr. K. M. CULTURAL ROUTES AS A SOURCE FOR NEW KIND OF TOURISM DEVELOPMENT: EVIDENCE FROM THE COUNCIL OF EUROPE'S PROGRAMME

Το βασικό της ανταγωνιστικό μειονέκτημα είναι το απόθεμα πολιτιστικής κληρονομιάς που -αν και αξιόλογο- δεν μπορεί να συγκριθεί με το ελληνικό σε φήμη, αναγνωρισιμότητα και αυθεντικότητα. Το κενό αυτό η Κροατική Πολιτεία επιχειρεί κατά το δυνατόν να το καλύψει με την ανάπτυξη πολιτιστικών διαδρομών, ως καλά οργανωμένα και σχεδιασμένα τουριστικά προϊόντα. Με τη βοήθεια του Κροατικού Υπουργείου Τουρισμού η χώρα αυτή έχει διαμορφώσει **πλήθος θεματικές πολιτιστικές διαδρομές** και έχει αναπτύξει σε σημαντικό βαθμό την σχετική τεχνογνωσία²³.

Η βάση της Κροατικής προσέγγισης βρίσκεται στον τουρισμό της εμπειρίας.

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο σχετικός οδηγός (Thematic Cultural Routes Handbook), «στόχος των θεματικών πολιτιστικών διαδρομών είναι να συνδέσουν μια ή περισσότερες αυθεντικές τοποθεσίες δίνοντας (σ.σ. στον επισκέπτη) την ευκαιρία να βιώσει πλήρως (fully experience) την κληρονομιά και την αυθεντικότητα της τοποθεσίας και να ανακαλύψει πολλαπλές πτυχές της κουλτούρας του προορισμού....

Μια πολιτιστική διαδρομή πρέπει να λειτουργεί ταυτόχρονα ως ένα πλήρως λειτουργικό (σ.σ. και ελκυστικό) πολιτιστικό και τουριστικό προϊόν. Ο ταξιδιώτης που ακολουθεί τη διαδρομή θέλει επίσης να περάσει καλά, να χαλαρώσει, να δοκιμάσει τοπικά προϊόντα κ.λπ. Πρέπει λοιπόν να του προσφερθεί ένα **ολοκληρωμένο σύνολο υπηρεσιών...**»

Οι Κροάτες στην προσέγγισή τους επιμένουν επίσης στην προσεκτική επιλογή θέματος για τις διαδρομές, προκαλώντας έναν **ανταγωνισμό μεταξύ διαφορετικών δυνητικών θεματολογιών**, από την οπτική γωνία των οποίων μπορεί να αναπτυχθεί μια περιοχή και θέτοντας κριτήρια για την επιλογή των διαδρομών που θα στηριχθούν από το κράτος.

Σύμφωνα με τα κριτήρια αυτά η διαδρομή μεταξύ άλλων:

- Πρέπει να αποτελεί προϊόν ενδελχούς μελέτης των θεμάτων από διεπιστημονική ομάδα ειδικών που καταλήγουν σε μια **ευρύτερη συναίνεση** για τα έργα, σημεία και δραστηριότητες που θα περιλαμβάνει η διαδρομή.
- Πρέπει να εδράζεται σε αξίες που είναι κοινές μεταξύ περισσότερων Ευρωπαϊκών χωρών.
- Πρέπει να συνεισφέρει στην **κατανόηση της διαφορετικότητας και των πολλαπλών ταυτοτήτων** της σύγχρονης Ευρώπης.
- Πρέπει να διευκολύνει την ανάπτυξη καινοτομιών σε ότι αφορά τις υπηρεσίες πολιτιστικού τουρισμού.
- Πρέπει να αποτελεί τη βάση για την ανάπτυξη ενός τουριστικού προϊόντος σε συνεργασία με τουριστικά πρακτορεία και tour operators.
- Το κεντρικό θέμα (π.χ. η κληρονομιά της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας) πρέπει να συνδέεται με επί μέρους άλλα θέματα (π.χ. τα Ρωμαϊκά λουτρά, η Ρωμαϊκή μουσική, η Ρωμαϊκή ζωγραφική κ.λπ.) και να έχει σημασία για την ιστορία των Ευρωπαϊκών λαών και πολιτισμών.

²³ Ministry of Tourism of the Republic of Croatia - Lujzijana Association. Managing Visitors on Thematic Cultural Routes Handbook. Editors: Manda Horvat and Vlasta Klarić Authors: Miren Androić, Goranka Horjan, Vlasta Klarić, Renata Nevidal

- Πρέπει -και στην έρευνα του και στην παρουσίασή και ερμηνεία του- να έχει **στέρεα επιστημονική θεμελίωση και ποιοτικά χαρακτηριστικά.**

Επικαλούμενο και ερευνητικά στοιχεία το κροατικό Handbook θεωρεί ότι η μεγαλύτερη **επιτυχία στην αγορά μπορεί να υπάρξει μόνο αν προσφερθεί, με επίκεντρο τη διαδρομή της πολιτιστικής κληρονομιάς, ένα σύνθετο προϊόν από πλευράς περιεχομένου.** Μια επίσκεψη σε ένα πάρκο και ένα μουσείο, μια βόλτα με βάρκα, ένα βραδινό κοντσέρτο, μια δοκιμή αυθεντικών τοπικών προϊόντων, μια βόλτα σε ένα κέντρο πόλης που έχει ευκαιρίες αγορών και χαμηλές τιμές κ.λπ.

Σημαντικό μέρος της Κροατικής προσπάθειας είναι η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού της εμπειρίας που περιλαμβάνει **και διαδραστικές δυνατότητες.** Για παράδειγμα στο μουσείο (hrnatsko Zagorje), υπάρχει η δυνατότητα επίσκεψης εργαστηρίων παραδοσιακής κατασκευής τόξων και εκτός από τη δοκιμή κρασιών και τρούφας υπάρχει η **δυνατότητα να παρακολουθήσει κανείς και το «κυνήγι» άγριας τρούφας.** Άλλο παράδειγμα είναι ο **συνδυασμός των επισκέψεων με πρακτικά μαθήματα φωτογραφίας (PHOTOURS),** με θεματικές που συνδέονται με τη διαδρομή και συζήτηση και αξιολόγηση της φωτογραφικής «δουλειάς» στο τέλος της ημέρας.

Επίσης στο πλαίσιο των διαδρομών επιδιώκεται η οργάνωση βιωματικών εμπειριών όπως συμβαίνει στις «Ημέρες της Andautonia», όπου οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να **παρακολουθήσουν διαφορετικές πτυχές της ζωής σε μια τυπική Ρωμαϊκή πόλη,** στο πλαίσιο μιας ποικιλίας από happening, εκδηλώσεις, αναπαραστάσεις, συμμετοχής σε Ρωμαϊκά παιχνίδια, **δοκιμής Ρωμαϊκών συνταγών** κ.λπ.

Στόχος όλων αυτών είναι να προσφέρουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να μετατρέψει την επίσκεψή του σε μια δημιουργική εμπειρία, να αποκτήσει νέες γνώσεις και δυνατότητες που συνδέονται με όσα προσφέρει ο προορισμός και να αναπτυχθεί ως προσωπικότητα.

Ταυτόχρονα οι Κροατικές διαδρομές **επιδιώκουν τη διευκόλυνση της αξιοποίησής τους και σε επί μέρους τμήματα (modules),** που επιτρέπουν την συμπερίληψη τμημάτων μιας υπάρχουσας διαδρομής στο πλαίσιο ατομικών ή ομαδικών επισκέψεων στην περιοχή.

Η κροατική προσέγγιση στηρίζεται σε ποικιλία διαφορετικών θεμάτων (π.χ. διαδρομή του σιταριού, του κρασιού, της ελιάς, διαδρομή της υαλουργίας, διαδρομές που αφορούν ιστορικά πρόσωπα, αρχιτεκτονικές διαδρομές, λογοτεχνικές διαδρομές, διαδρομές κατηγοριών μνημείων όπως κάστρα και αρχαία τείχη κ.λπ.).

Τέλος **σε επίπεδο επιχειρησιακής λειτουργίας επιδιώκεται η διαρκής καινοτομία** σε ό,τι αφορά τη δημιουργία νέων επί μέρους προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού στο πλαίσιο μιας διαδρομής. Η δημιουργική αυτή προσέγγιση λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες και επιθυμίες των επισκεπτών με στόχο οι σημερινοί επισκέπτες να μετατρέπονται -εν μέρει τουλάχιστον- σε συν-δημιουργούς του περιεχομένου του πακέτου που θα προσφέρει αύριο η κάθε διαδρομή.

1. β. Διεθνείς καλές πρακτικές στην ανάπτυξη σχετικών συνεργασιών ιδιωτικού & δημοσίου τομέα

Το πως μπορεί να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή λύση σε ό,τι αφορά τη διαχείριση μιας διαδρομής έχει απασχολήσει τη διεθνή βιβλιογραφία κυρίως σε σχέση με τη διαχείριση των διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης. Υπάρχουν δύο επίπεδα στα οποία αναπτύσσεται η σχετική συζήτηση:

Δικτύωση (networking)

Το πρώτο είναι το επίπεδο της διεθνούς συνεργασίας και της δημιουργίας ενός **χαλαρού δικτύου που μπορεί να συνδέει τους θεσμούς, οργανισμούς, ανθρώπους και επιχειρήσεις**, η δέσμευση και συμμετοχή των οποίων δημιουργεί το άυλο κεφάλαιο της διαδρομής, ιδίως όταν αυτή αποτελείται από σημεία γεωγραφικά απομακρυσμένα μεταξύ τους. Στην μελέτη που εξετάζει τις σχέσεις των ΜΜ επιχειρήσεων με τις διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης (Khanonova-Rubicondo, K. et al., 2011), συνοψίζεται η εμπειρία που έχει συσσωρευτεί σε θέματα δικτύωσης διαδρομών. Σύμφωνα με αυτήν **κύρια επιτυχία ενός δικτύου αφορά το βαθμό κατά τον οποίο επιτυγχάνει διασυνδεσιμότητα (connectivity), που είναι η προϋπόθεση της δημιουργίας των διαχρονικών ανθρώπινων δεσμών και της δημιουργίας της (κοινής) αντίληψης ιδιοκτησίας της διαδρομής.**

Δημιουργία συστάδων (clustering)

Όταν η διαδρομή προσδιορίζεται περισσότερο τοπικά -όπως εν προκειμένω η διαδρομή των αρχαίων θεάτρων της Ηπείρου- η διαχείρισή της χρειάζεται περισσότερο συστηματική προσπάθεια και μεγαλύτερες οικονομικά επενδύσεις, σε σχέση με αυτές που απαιτούνται στην απλή δικτύωση. Για την υποστήριξη της διαχείρισης αυτού του είδους της (σε στενότερο γεωγραφικό πλαίσιο) διαδρομής, υποστηρίζεται ότι **το clustering, αν και είναι παροϊμιωδώς δύσκολο να σχηματιστεί, αποτελεί την καλύτερη μορφή οργάνωσης των υποστηρικτών και κυρίως επωφελούμενων από τη διαδρομή**, ενδεχομένως με δυνατότητα διαφορετικών επιπέδων συμμετοχής. Για παράδειγμα ανάλογα με την οικονομική συνεισφορά και τη νομική μορφή μπορεί κανείς να δημιουργήσει ομόκεντρους κύκλους στους οποίους η δέσμευση και η συνεισφορά είναι μικρότερη (αν για παράδειγμα έχει σχηματιστεί μια Αστική μη Κερδοσκοπική Εταιρία μπορεί κανείς να έχει εταίρους, μέλη και φίλους της εταιρίας/διαδρομής).

Εμπειρία από τη δικτύωση (networking) διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης

Σε ό,τι αφορά τις διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης ο βαθμός και οι μέθοδοι δικτύωσης διαφέρουν σημαντικά. Για παράδειγμα η διαδρομή «The Legacy of al-Andalus» στηρίζεται σε ένα Ίδρυμα που αποτελεί πρωτοβουλία των ισπανικών αρχών και λειτουργεί αυτοτελώς διατηρώντας απλώς μια σχέση με τοπικούς και εθνικούς stakeholders. Λειτουργεί δηλαδή περισσότερο ως μια εταιρία παρά ένα δίκτυο. Στο άλλο άκρο η διαδρομή των Χανσεατικών Πόλεων λειτουργεί άτυπα μέσω μιας σειράς πολυμερών και διμερών σχέσεων και πρωτοβουλιών.

Τυπικά οι διαδρομές όταν ξεκίνησαν δεν χρειαζόταν να έχουν νομική μορφή και πολλές ακόμα δεν έχουν αποκτήσει. Σύμφωνα με την νέα συμφωνία (the new enlarged partial agreement), **οι διαδρομές πλέον απαιτείται να διαθέτουν νομική βάση και οι περισσότερες έχουν υιοθετήσει τη μορφή της μη κερδοσκοπικής εταιρίας ή του ιδρύματος.** Ένας τρόπος για να αποκτήσουν οι εμπλεκόμενοι «ιδιοκτησία» της διαδρομής και δέσμευση για την ανάπτυξή της είναι να πληρώνουν μια μικρή συνδρομή μέλους, η οποία δημιουργεί και ένα μικρό έσοδο, με την προϋπόθεση ότι είναι σαφές ποιες υπηρεσίες λαμβάνουν ως αντίτιμο για την συνδρομή τους.

Σχετικό παράδειγμα είναι η διαδρομή Transromanica, που είναι μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρία με βάση τον Γερμανικό νόμο (voluntary association), που εισπράττει συνδρομή από τα μέλη της με αντάλλαγμα το δικαίωμα χρήσης του λογοτύπου και την παρουσίαση των μελών στην ιστοσελίδα της διαδρομής. Το σύστημα είναι πολύ απλό αλλά δημιουργεί ένα αίσθημα κοινής ιδιοκτησίας. Με βάση την σχετική έρευνα (Khananova-Rubicondo, K. et al., 2011), **14 από τις 29 Πολιτιστικές Διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης συλλέγουν κάποιο είδος συνδρομής ή/και χρηματοδότηση από τοπικές αρχές.**

Αν και τα δίκτυα που έχουν δημιουργηθεί έχουν αρχίσει -και είναι λογικό- να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας (newsletters, blogs, e-mail groups, Facebook accounts, Twitter group, etc.), αυτά δεν μπορούν να υποκαταστήσουν τους δεσμούς και το κεφάλαιο εμπιστοσύνης που δημιουργεί η αυτοπρόσωπη επαφή. Συνεπώς οι συγκεκριμένοι μελετητές (Khananova-Rubicondo, K. et al., 2011), θεωρούν ότι υπάρχει ανάγκη για **ένα τουλάχιστον ετήσιο γεγονός ανά διαδρομή, το οποίο θα «μετακινείται» γεωγραφικά και θα αποτελεί το σημείο συνάντησης του δικτύου και ανατροφοδότησης των δεσμών μεταξύ των μελών του.** Η ετήσια συνάντηση μπορεί να λειτουργεί και ως τρόπος προβολής της διαδρομής συνδυάζοντας ποικιλία σχετικών δράσεων.

Οι μελετητές προτείνουν επίσης την **αξιοποίηση εταιρικών χορηγιών ως δόκιμη μέθοδο χρηματοδότησης των διαδρομών**, επισημαίνοντας ότι προϋπόθεση της προσέλκυσής τους είναι η συστηματική καταγραφή και αποτίμηση της επισκεψιμότητας (όχι μόνο ποσοτικά αλλά και ποιοτικά καθώς ο πολιτιστικός τουρισμός προσελκύει επισκέπτες υψηλότερων εισοδημάτων) και δημοσιότητας της διαδρομής.

Επίσης επισημαίνουν ότι **η καλή θέληση που δημιουργεί η ανάπτυξη μιας διαδρομής και η θεματολογία της, τις καθιστούν πολύ καλούς υποψήφιους για την χρησιμοποίηση των μεθοδολογιών του crowdsourcing and crowd-funding.** Το πρώτο επιτρέπει την χρηματοδότηση συγκεκριμένων δράσεων και πρωτοβουλιών, που υλοποιούνται στο πλαίσιο μιας διαδρομής, ενώ το δεύτερο επιτρέπει την συγκέντρωση κεφαλαίων από επενδυτές, χορηγούς ή δωρητές για τη δημιουργία μη κερδοσκοπικών ή και κερδοσκοπικών πρωτοβουλιών ή εταιριών, στο πλαίσιο μιας διαδρομής.

Το σημαντικότερο πάντως συμπέρασμα από την εμπειρία της λειτουργίας των διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης, είναι ότι ήδη «ένας (σ.σ. αξιολογός) αριθμός εξ αυτών έχει αρχίσει να συνεργάζονται με διάφορους «παίκτες» του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα τοπικά, περιφερειακά ή/και διεθνώς, με την πρόθεση να προσφέρουν καλύτερες υπηρεσίες και να υποστηρίξουν δράσεις ανάπτυξης του τουρισμού».

Ενώ δηλαδή οι συγκεκριμένες διαδρομές ξεκίνησαν όπως έχουμε προαναφέρει χωρίς οικονομικούς στόχους ή σκεπτικό, τώρα -λόγω και της επιτυχίας της ιδέας, αλλά και της «υιοθέτησής» της και από άλλους ευρωπαϊκούς θεσμούς με περισσότερο οικονομική αντίληψη όπως είναι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οδηγεί στην αναζήτηση νέων συνεργασιών με το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα.

Δημιουργία συστάδων (clusters) που συνδέουν πολιτιστικές διαδρομές και τοπικές επιχειρήσεις

Ως συστάδα ορίζεται μια «ομάδα επιχειρήσεων ή/και θεσμικών εταίρων που είναι σε κοντινή μεταξύ τους γεωγραφική απόσταση που δραστηριοποιούνται σε έναν συγκεκριμένο τομέα και συνδέονται από κοινούς ή συμπληρωματικούς στόχους»²⁴.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει τα τελευταία χρόνια αναπτύξει στρατηγικές για την υποστήριξη των clusters στην Ευρώπη, θεωρώντας ότι μπορούν να συνεισφέρουν σημαντικά στην «ανάφλεξη» της αναπτυξιακής διαδικασίας ιδίως σε ό,τι αφορά τις τοπικές οικονομίες. Η Επιτροπή θεωρεί ως αποστολή της: «Να βοηθήσει με αποτελεσματικό τρόπο τις ΜΜ Επιχειρήσεις μέσω των clusters, με την προώθηση της αριστείας στη διαχείριση τους και την διασυννοριακή και διατομεακή συνεργασία στο πλαίσιο των cluster, προς όφελος των ΜΜ Επιχειρήσεων»²⁵.

Η μορφή οργάνωσης των cluster μπορεί να «παίζει σημαντικό ρόλο στην οργάνωση αλυσίδων αξίας («value chains»), που είναι αναγκαίες για να εξυπηρετηθούν νέες αγορές (σ.σ. όπως αυτή του πολιτιστικού τουρισμού της εμπειρίας), ...κάτι που συχνά απαιτεί από πολλές διαφορετικές επιχειρήσεις να αλλάξουν όσα έχουν μάθει να κάνουν και να αναζητήσουν νέους τρόπους συνεργασίας.... **όμως όσο οι επιχειρήσεις δεν βλέπουν μια βιώσιμη επιχειρηματική ευκαιρία, τα εγχειρήματα clustering που στηρίζονται απλώς στην οικονομική βοήθεια του κράτους δεν είναι βιώσιμα και δεν δημιουργούν δυναμική»**²⁶.

«Λόγω της εγγύτητας, γεωγραφικής και από πλευράς δραστηριοτήτων, οι συμμετέχοντες σε ένα cluster απολαμβάνουν διαφόρων ειδών τοπικά προσδιορισμένες («location-specific») εξωτερικότητες («externalities»)... που περιλαμβάνουν πρόσβαση σε εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό και προμηθευτές και διάχυση της εξειδικευμένης γνώσης, μέσω και της επαφής με εξειδικευμένους πελάτες και προμηθευτές...

²⁴ Porter, M. (1999), On competition

²⁵ BUESCHER Reinhard Dr. Head of Unit for Cluster and Support for SMEs, DG Enterprise and Industry. EUROPEAN CLUSTER STRATEGY: 2014-2020. European Commission

²⁶ Christian Ketels. Competitiveness and Clusters: Implications for a New European Growth Strategy. Work Package 301 MS48. “Policy paper: Role of clusters, competitiveness in the new orientation of the European growth strategy”. Working Paper no 84.

Σχεδόν όλα τα Ευρωπαϊκά προγράμματα clustering στοχεύουν προς τις ιδιωτικές επιχειρήσεις»²⁷.

Οι πολιτιστικές διαδρομές «δημιουργούν μια ενδιαφέρουσα αλυσίδα αξίας (value chain) επί της οποίας μπορούν να αναπτυχθούν clusters...καθώς υπάρχει μια κρίσιμη μάζα εμπλεκομένων (stakeholders) που εργάζονται σε μικρή γεωγραφική απόσταση μεταξύ τους και μπορούν να αποκομίσουν σοβαρά οικονομικά και κοινωνικά πλεονεκτήματα... Η ανάπτυξη σχέσεων με τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα... ένα σχετικό παράδειγμα καλών πρακτικών προσφέρεται από την Legacy of al-Andalus, ... που εκπαίδευσε τους τοπικούς ξενοδόχους σε ιστορικές τοποθεσίες της διαδρομής ώστε να προσφέρουν πληροφορίες και φυλλάδια για τη διαδρομή... 70% των MM επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν επιβεβαίωσαν ότι χρησιμοποιούσαν το όνομα (brand) και το λογότυπο της διαδρομής... στην επιχειρηματική τους δράση... Όμως η ανάλυση των επί μέρους διαδρομών (case studies) αποδεικνύει ότι η απλή συνύπαρξη ενός αθροίσματος επιχειρήσεων στο πλαίσιο μιας κοινής προσπάθειας δεν είναι αρκετή για να αναδειχθούν τα πλεονεκτήματα του clustering... σημαντικές προσπάθειες πρέπει να γίνουν για να αναπτυχθούν στρατηγικές διασύνδεσης με συνεργάτες, επιχειρηματικούς εταίρους και πηγές καινοτομίας... Η δημιουργία clusters είναι μια δύσκολη υπόθεση, όμως υπάρχει η δυνατότητα οι πολιτιστικές διαδρομές να αναδείξουν/κινητοποιήσουν την εν δυνάμει δυνατότητα για την ανάπτυξη clusters» (Khovanova-Rubicondo, K. et al., 2011).

Η προώθηση των cluster αποτελεί στόχο και στο βασικό αναπτυξιακό πρόγραμμα της Ελλάδας, το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία 2014-2020 («ΕΠΑΕΚ»)²⁸, σε ό,τι αφορά την επιλογή επενδύσεων/ επιχειρήσεων/ δραστηριοτήτων που διαθέτουν τα ζητούμενα χαρακτηριστικά για το νέο αναπτυξιακό υπόδειγμα», αναφέρεται ρητά στη συνεργασία επιχειρήσεων κοινού σκοπού «με στόχο την ενίσχυση καθετοποίησης, τη δημιουργία διαπραγματευτικού πλεονεκτήματος, την ολοκλήρωση του προσφερόμενου προϊόντος/υπηρεσίας», ως μια από τις βασικές κατηγορίες επιχειρήσεων στις οποίες θα επικεντρωθεί, καθώς «αξιολογούνται θετικά όσον αφορά τις αναπτυξιακές τους προοπτικές».

Τα cluster αναφέρονται επίσης στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Ηπείρου 2014-2020²⁹ ως ειδικός στόχος που επιδιώκεται με την στήριξη της Ένωσης «με τη συμμετοχή επιχειρήσεων και ερευνητικών και εκπαιδευτικών οργανισμών»

Στη συνέχεια εξειδικεύονται στη Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια Ηπείρου, η οποία προβλέπει συγκεκριμένες δράσεις για την ανάπτυξη συνεργατικών μοντέλων (Δράση 2.2.1: Ανάπτυξη συνεργατικών μοντέλων δράσης σε όλη την αλυσίδα αξίας και Δράση 3.4.1: Ενίσχυση των συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων).

²⁷ Oxford Research AS. Cluster policy in Europe. A brief summary of cluster policies in 31 European countries. Europe Innova Cluster Mapping Project. January 2008

²⁸ [Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία 2014-2020.](#)

²⁹ Ηπειρος. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΒΑΣΕΙ ΤΟΥ ΣΤΟΧΟΥ. «ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ». 2014-2020.

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Η πρώτη δράση αναφέρεται συγκεκριμένα στη «δικτύωση» ή τη «δημιουργία συστάδων επιχειρήσεων και παραγωγών (cluster)» με στόχους μεταξύ άλλων «την προώθηση των τουριστικών, αγροδιατροφικών και άλλων προϊόντων της μεταποίησης που σχετίζονται με τον τουρισμό» και την ενθάρρυνση τη συνεργασίας «ανάμεσα σε ξενοδόχους, παρόχους εξειδικευμένων στον τομέα του τουρισμού υπηρεσιών (εφαρμογές κινητού - apps, τεχνοδιαγνώσεις) και παραγωγούς αγροτικών ή μεταποιημένων προϊόντων», καθώς και στη «δικτύωση επιχειρήσεων για την ανάπτυξη ολοκληρωμένων υπηρεσιών για extreme sports». Στη δεύτερη προβλέπεται η «ενίσχυση συνεργατικών σχηματισμών ή ίδρυση νέων clusters (τομεακών ή καθετοποιημένων) για την αξιοποίηση οικονομιών κλίμακας» και (σ.σ. μεταξύ άλλων), επιδότηση «κατάρτισης προσωπικού και προβολής του συνεργατικού σχηματισμού».

2. Αναμενόμενες εξελίξεις για τον τουρισμό στην Ήπειρο.

2. α. Στρατηγικός σχεδιασμός (Ε.Σ.Π.Α. 2014-2020 & Περιφέρεια Ηπείρου)

Ο στρατηγικός σχεδιασμός για την Ήπειρο στα επόμενα χρόνια περιγράφεται σε μια σειρά από αλληλοσυμπληρούμενα μεταξύ τους κείμενα. Την **στρατηγική της Περιφέρειας Ηπείρου για τον τουρισμό**, που εκδόθηκε το 2011, το **επιχειρησιακό πρόγραμμα της Ηπείρου για την ανάπτυξη, την απασχόληση και τις επενδύσεις** και την **στρατηγική έξυπνης εξειδίκευσης για την Ήπειρο**.

Το πρώτο και θεμελιώδες συμπέρασμα των ανωτέρω, αλλά και των πραγματικών αριθμών για την Ήπειρο είναι **τα σημαντικά πλεονεκτήματα³⁰ της Ηπείρου «τόσο ως προς τις παραδοσιακές μέχρι πρότινος τουριστικές δραστηριότητες, όσο και από πλευράς εναλλακτικής τουριστικής προσφοράς, που μέχρι σήμερα δεν έχουν αξιοποιηθεί ικανοποιητικά.»**

Ένας από τους λόγους που διαχρονικά θεωρείται ότι συνέβαλε στην μη αξιοποίηση των ανωτέρω πλεονεκτημάτων είναι **η διαχρονική απομόνωση της Ηπείρου από πλευράς μεταφορών από την υπόλοιπη Ελλάδα. Στα επόμενα χρόνια η απομόνωση αυτή θα τελειώσει οριστικά.** Ήδη η Εγνατία οδός συνέδεσε την Ήπειρο με την Μακεδονία και το λεκανοπέδιο της Θεσσαλονίκης. Τώρα καθώς ολοκληρώνονται η Ιονία Οδός και η Ολυμπία Οδός **«το ταξίδι από Αντίρριο έως και Ιωάννινα θα διαρκεί 1 ώρα και 40 λεπτά σε σχέση με τις 3 ώρες και 30 λεπτά σήμερα»³¹, ενώ το ταξίδι «Αθήνα- Πάτρα: 2:00 ώρες»³².**

Ταυτόχρονα στο νέο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ & ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ. 2014-2020 προβλέπεται η **ολοκλήρωση της κατασκευής οδικής σύνδεσης της περιοχής Ακτίου με το Δυτικό Άξονα Βορρά - Νότου μέχρι το Δ' τρίμηνο του 2019.** Επίσης και οι θαλάσσιες μεταφορές -και ιδίως **οι υποδομές κρουαζιέρας στο λιμάνι της Ηγουμενίτσας-** θα βελτιωθούν σημαντικά αφού στην περίοδο 2014-20 ολοκληρώνονται τα έργα της Β φάσης και θα υλοποιηθεί και θα ολοκληρωθεί η Γ1 Φάση του Νέου Λιμένα Ηγουμενίτσας.

³⁰ «(καθαρές ακτές, περιοχές εξαιρετικού φυσικού κάλλους, αρχαιολογικά μνημεία, εθνικούς δρυμούς, τοπική πολιτιστική παράδοση, κλπ.) για την ανάδειξη του τουρισμού (θαλάσσιου, ειδικού, ορεινού) σε κύρια εστία ανάπτυξης»

³¹ <http://www.neaodos.gr/περιγραφή/>

³² Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ & ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ. 2014-2020.

Έργα που περιλαμβάνουν εκβάθυνση και διαπλάτυνση του δίαυλου προσέγγισης στην είσοδο του Λιμανιού, δακτυλοειδή προβλήτα πλαγιοπρυμνοδέτησης μήκους 198 μ. και τη δημιουργία δύο νέων θέσεων πλαγιοπρυμνοδέτησης Ο/Γ-Ε/Γ πλοίων, καθώς και σημαντικά έργα εκσυγχρονισμού και αναβάθμισης των υποδομών του λιμανιού, μεταξύ των οποίων και τρίτο κτίριο τερματικού σταθμού 2,325 μ2 ο οποίος θα εξυπηρετεί ελέγχους που υπαγορεύει η Συνθήκη Schengen και θα αποτελεί **τερματικό σταθμό υποδοχής κρουαζιεροπλοίων**.³³ Η εκβάθυνση του διαύλου, οι νέες προβλήτες καθώς και οι νέοι επιβατικοί σταθμοί θα επιτρέψουν την αύξηση αφίξεων κρουαζιερόπλοιων που δεν ήταν δυνατό μέχρι σήμερα να προσεγγίσουν στο λιμένα της Ηγουμενίτσας³⁴.

Επίσης μετά την υπογραφή της σύμβασης για την παραχώρηση του αεροδρομίου του Ακτίου, παρουσιάστηκαν στον τύπο τα έργα στα οποία θα προχωρήσει ο νέος λειτουργός του αεροδρομίου (κοινοπραξία Fraport-Κοπελούζος), που περιλαμβάνουν στο Ακτιο **επέκταση του πλάτους της λωρίδας του διαδρόμου κατά 75 μέτρα προκειμένου να συνάδει με τα διεθνή στάνταρ και επέκταση του τερματικού σταθμού κατά τέσσερα στρέμματα**.³⁵

Με στόχο να αξιοποιήσει τις νέες αυτές και καθοριστικές για την Ήπειρο εξελίξεις, η Περιφέρεια διαμόρφωσε από το 2011 την στρατηγική της η οποία επιδιώκει να αποτελέσει η Ήπειρος **«προορισμό 4 εποχών» με την ποιοτική ενίσχυση του μαζικού τουρισμού που είναι συνδυασμένος με το παραδοσιακό «θάλασσα και βουνό» και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού**, με την ανάπτυξη θεματικών τουριστικών ενοτήτων (εκπαιδευτικός, γαστρονομικός, συνεδριακός, αστικός, πολιτισμικός, θρησκευτικός, αθλητικός, θαλάσσιος, ιαματικός, τουρισμός φύσης).³⁶

Στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Ηπείρου 2014-20 σε ό,τι αφορά τον τουριστικό τομέα «έμφαση δίνεται στην ανάπτυξη επιχειρηματικότητας σε ειδικές μορφές τουρισμού, την ποιοτική και περιβαλλοντική αναβάθμιση των υποδομών, την τήρηση συστημάτων διαχείρισης και εξασφάλισης ποιότητας, την ανάπτυξη συνεργειών με τον αγροδιατροφικό, βιοτεχνικό και πολιτιστικό τομέα, την αξιοποίηση νέων τεχνολογιών στη διαχείριση και προβολή των επιχειρήσεων».

Επίσης υπάρχει μια ιδιαίτερη αναφορά στην σύνδεση του τουρισμού και ιδιαίτερα του αρχαιολογικού τουρισμού με το περιβάλλον. Αφού επισημαίνεται ο σημαντικός αριθμός «περιβαλλοντικά ευαίσθητων και προστατευόμενων περιοχών με υψηλή οικολογική και αισθητική αξία... 31 περιοχές... του δικτύου Natura 2000 (28% της συνολικής έκτασης)», σημειώνεται η **δημιουργία διαδρομών «σε περιοχές φυσικού κάλους σημαντικής οικολογικής αξίας, καθώς και σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, μουσεία και στοιχεία αρχιτεκτονικής κληρονομιάς» που πρέπει να συνεχιστούν «για την ανάδειξη του πολιτιστικού και φυσικού αποθέματος ως πόλο έλξης επισκεπτών**».

³³ <http://www.olig.gr/?q=el/ipodomes>

³⁴ Άρθρο του κ. Β. Διαμαντή, τ. Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου του ΟΛΗΓ ΑΕ

³⁵ <http://cyclades24.gr/2016/01/erga-aerodromeia-anabathmisi-ipodomon/>

³⁶ Περιφέρεια Ηπείρου. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ. Αύγουστος 2011.

Ο αναπτυξιακός σχεδιασμός για τον τουρισμό στην Ήπειρο συμπληρώνεται από την στρατηγική «Έξυπνης Εξειδίκευσης» εστιασμένης σε επιλεγμένους κλάδους στους οποίους η Περιφέρεια διαθέτει ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματα, μεταξύ των οποίων είναι και η **Βιομηχανία της εμπειρίας³⁷: Τουρισμός, Πολιτισμός & Δημιουργική Οικονομία. Η βιομηχανία της Εμπειρίας** (συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού, του πολιτισμού και της δημιουργικής βιομηχανίας) **μπορεί κατά την στρατηγική έξυπνης εξειδίκευσης της Ηπείρου, να είναι «βασική κινητήρια δύναμη της οικονομίας της Ηπείρου.** Αποτελεί μία δραστηριότητα με μεγάλες ευκαιρίες εφαρμογής ολοκληρωμένων συστημάτων συνδυασμένων τεχνολογιών και επιτρέπει την ανάπτυξη εξειδικευμένων δραστηριοτήτων που βασίζονται στη γνώση.»

Τέλος το πλέον πρόσφατο **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ** επισημαίνει τη φυσική ομορφιά και το πολυποίκιλο πολιτιστικό υπόβαθρο της Ηπείρου, θέτει ως Προϊόντα Στόχους θεματικού τουρισμού τον Γαστρονομικό, Αθλητικό, Πολιτιστικό, Αστικό, Θρησκευτικό, Συνεδριακό και Αγροτουρισμό και ως Αγορές στόχους θεματικού τις τουρισμού στη μεν εγχώρια αγορά τις Αθήνα και Θεσσαλονίκη, καθώς και τις γειτνιάζουσες περιοχές (Δυτική & Κεντρική Μακεδονία, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα), ενώ από πλευράς διεθνούς αγοράς τις Γερμανία, Ην. Βασίλειο, Ιταλία, Ρωσία, Βαλκανικές χώρες (Βουλγαρία - Ρουμανία), Χώρες της Κεντρικής Ευρώπης (Πολωνία - Τσεχία), Γαλλία, ³⁸ Ολλανδία, Σερβία, Ισραήλ, Κύπρος, Αλβανία, Αυστρία, Σκανδιναβικές χώρες (Φινλανδία), ΗΠΑ, Κίνα.³⁸

Τέλος **στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Ηπείρου 2014-20 περιλαμβάνεται μια εκτεταμένη αναφορά στον τρόπο υλοποίησης της Πολιτιστικής Διαδρομής στα Αρχαία Θέατρα της Ηπείρου** μέσω του εργαλείου της **Ολοκληρωμένης Εδαφικής Επένδυσης (ΟΕΕ).**

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται: «Η επιλογή παρουσιάζει ενδιαφέρον γιατί συνδέεται με έναν από τους πλέον υποσχόμενους τομείς της Ηπειρώτικης οικονομίας, τον τουρισμό, που μπορεί να δώσει ώθηση στην αναπτυξιακή διαδικασία... Η εφαρμογή της ιδέας αυτής δημιουργεί ένα πολύ ελκυστικό «περίβλημα» για την οργάνωση συγκροτημένης «βιωματικής» εξερεύνησης στους βασικότερους αρχαιολογικούς χώρους της Ηπείρου. Η συγκεκριμένη ΟΕΕ θα περιλαμβάνει δράσεις ενίσχυσης των υποδομών για την ανάδειξη της πολιτιστικής διαδρομής στα αρχαία θέατρα, παράλληλες δράσεις ανάπτυξης επάλληλων και εμπλεκόμενων θεματικών τουριστικών διαδρομών, στους σπάνιους οικότοπους, τα πέτρινα γεφύρια και τις ιαματικές πηγές που συνδιαμορφώνουν ένα συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν, με στόχο να αποτελέσει κινητήρια δύναμη για την τόνωση της τουριστικής δραστηριότητας στην Περιφέρεια.

³⁷ Ανάδειξη των δραστηριοτήτων εμπειρίας που περιλαμβάνουν δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό όπως: Λιανικό εμπόριο αθλητικού εξοπλισμού και παιχνιδιών, τέχνες του θεάματος, καλλιτεχνική δημιουργία, εκμετάλλευση αιθουσών θεαμάτων, δραστηριότητες μουσείων, εκμετάλλευση αθλητικών εγκαταστάσεων, δραστηριότητες αθλητικών ομίλων, δραστηριότητες κέντρων αισθητικής και άλλες σχετικές με τη φυσική ευεξία.

³⁸ Περιφέρεια Ηπείρου 2015. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ.

Παράλληλα θα αναπτυχθούν δράσεις οργάνωσης/συνεργασίας των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων στον τουριστικό κλάδο, προβολής με χρήση ΤΠΕ και ανάδειξης των τοπικά παραγόμενων προϊόντων... η περιοχή αυτή περιλαμβάνει τις ζώνες που ορίζονται ως παράκτιοι τουριστικοί πόλοι καθώς και μέρος των ζωνών που προσδιορίζονται ως ζώνες για οικοτουρισμό και φυσιολατρικό τουρισμό.

Η περιοχή αυτή περιβάλλει τις σημαντικές αρχαίες πόλεις και περιοχές, που άκμασαν και άφησαν τα σημάδια τους στον Ηπειρωτικό χώρο (Νικόπολη, Κασσώπη, Αχέροντας, Γίτανα, Δωδώνη, Αμβρακία κ.α.) οι οποίες «συμπλέκονται» με σπάνιους οικότοπους όπως ο Αμβρακικός, η κοιλάδα του Αχέροντα, η Σαγιάδα, και η περιοχή της Κόνιτσας... Φορείς υλοποίησης των παρεμβάσεων πλην της Περιφέρειας αναμένεται να είναι αρμόδιες Υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού, λοιποί φορείς της αυτοδιοίκησης, συλλογικοί παραγωγικοί φορείς, εκπαιδευτικοί/ ερευνητικοί φορείς **και η Αναπτυξιακή Εταιρία της Ηπείρου.**»

Στο ίδιο πρόγραμμα περιλαμβάνεται και ο στόχος/αναμενόμενες επιδόσεις του προγράμματος όπου αναφέρεται σε ό,τι αφορά τον Αειφόρο Τουρισμό και την αύξηση του αναμενόμενου αριθμού επισκέψεων σε ενισχυόμενες τοποθεσίες πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς και πόλους έλξης επισκεπτών, **ως τελικός στόχος το 2023, άνοδος του αριθμού των επισκεπτών από το 0 στις 10.000 επισκέψεις ανά έτος.**³⁹

³⁹ Ήπειρος. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΒΑΣΕΙ ΤΟΥ ΣΤΟΧΟΥ. «ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ». 2014-2020.

2. β. Συνέργειες διαφόρων μορφών υπηρεσιών τουρισμού - παραδοσιακών και εναλλακτικών - με την Πολιτιστική Διαδρομή

Με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία «η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι πιθανότερο να βρεθεί στο πλαίσιο ειδικότερων επί μέρους τουριστικών αγορών ('niche' markets), παρά στη γενική αγορά του πολιτιστικού τουρισμού που είναι ώριμη και έντονα ανταγωνιστική... Το μέλλον φαίνεται να βρίσκεται σε εξειδικευμένες περιοχές ενδιαφέροντος όπως ο τουρισμός τέχνης, ο αρχιτεκτονικός τουρισμός, ο τουρισμός των φεστιβάλ και της όπερας, ο γαστρονομικός τουρισμός και ο δημιουργικός (creative) τουρισμός... (σ.σ. εδώ ο συγγραφέας αναφέρεται κατά τη γνώμη μας στην ανάπτυξη πιο εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων που προσφέρουν περισσότερα στον τουρίστα από την απλή περιήγηση σε πολιτιστικά αξιοθέατα, για παράδειγμα σε συνδυασμό με τον τουρισμό της εμπειρίας ή τα πολιτιστικά γεγονότα, όπως π.χ. στην περίπτωση μας ο συνδυασμός με παραστάσεις αρχαίου δράματος και ανταποκρίνονται σε κατηγορίες τουριστών με πιο ιδιαίτερο ενδιαφέρον, όπως στη συγκεκριμένη περίπτωση π.χ. μαθητές θεατρικών σχολών κ.λπ.)...

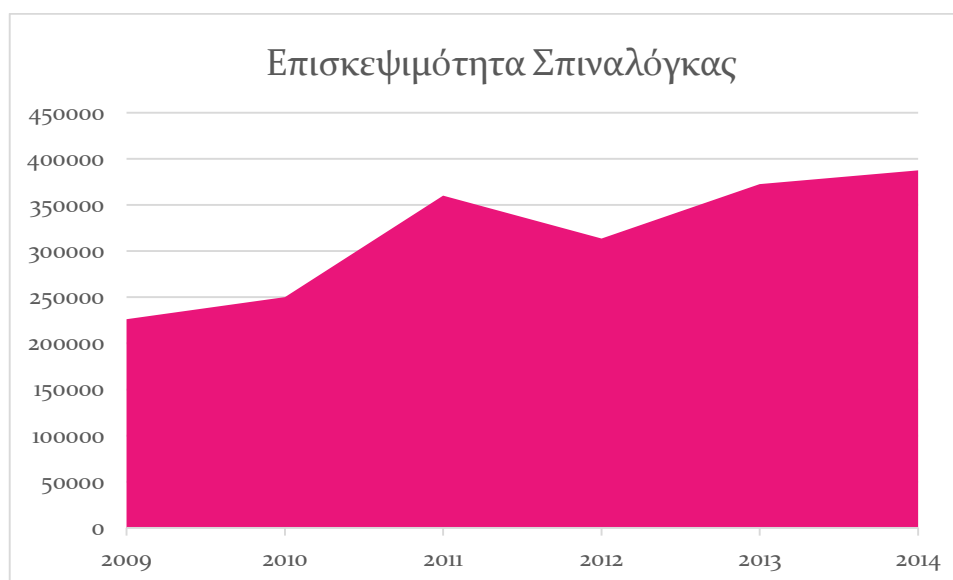
Μια... **τυπολογία ...των πολιτιστικών τουριστών** τους διαχωρίζει σε πέντε κατηγορίες: 1) ο **συνειδητός (purposeful)**... με βασικό κίνητρο επίσκεψης τον πολιτιστικό τουρισμό και ισχυρή βιωματική εμπειρία... 2) Ο **τουρίστας των αξιοθεάτων (sightseeing cultural tourist)**, που έχει επιδίωξη τον πολιτιστικό τουρισμό αλλά σε πιο επιφανειακό επίπεδο εμπειρίας. 3) Ο **συγκυριακός (serendipitous)**, που αν και δεν ταξιδεύει επί τούτου αισθάνεται μια βαθύτερη πολιτιστική εμπειρία μετά την επίσκεψη. 4) Ο «**χαλαρός**» (**casual cultural tourist**), που έχει χαλαρό πολιτιστικό κίνητρο και αντίστοιχα επιφανειακή εμπειρία και 5) Ο **τυχαίος (incidental cultural tourist)**, που δεν ταξιδεύει καθόλου για λόγους πολιτιστικού τουρισμού... και έχει επιφανειακές εμπειρίες. Κάποια ερευνητικά στοιχεία... (σ.σ. που αξιοποίησαν αυτή την τυπολογία) έδειξαν ότι **οι περισσότεροι τουρίστες έχουν και πολιτιστικά κίνητρα όταν ταξιδεύουν, αλλά δεν αναζητούν βαθύτερες εμπειρίες**. Τα μεγαλύτερα γκρουπ στην τυπολογία αυτή (σ.σ. στην συγκεκριμένη ενδεικτική έρευνα) είναι **οι τουρίστες των αξιοθεάτων (31%), οι «τυχαίοι» (28%) και οι «χαλαροί» (24%), ενώ οι συνειδητοί (12%) συγκυριακοί (6%) είναι πολύ λιγότεροι**». ⁴⁰

Συνεπώς **για να επιτύχει** τους στόχους της από πλευράς τουριστικής ανάπτυξης η **Πολιτιστική Διαδρομή** των αρχαίων θεάτρων της Ηπείρου, είναι **ανάγκη να προσφέρει ένα σύνθετο πακέτο** που να προσελκύει και τις τρεις λιγότερο συνειδητές κατηγορίες, που αφορούν το 80% του πολιτιστικού τουρισμού.

⁴⁰ Richards, G. (2003) What is Cultural Tourism? In van Maaren, A. (ed.). Erfgoed voor Toerisme . Nationaal Contact Monumenten.
https://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism

Τι μπορεί να περιλαμβάνει το πιο σύνθετο αυτό πακέτο;

1. **Καλλιτεχνικά γεγονότα.** Από τη διεθνή βιβλιογραφία (Khovanova-Rubicondo, K. et al., 2011), προκύπτει ότι ισχυρό θεμέλιο για να επιτύχει ένας προορισμός ή προϊόν πολιτιστικού τουρισμού, είναι ο συνδυασμός του με καλλιτεχνικά γεγονότα που να αφορούν και τις σύγχρονες μαζικές μορφές τέχνης (Popular Culture), σε συνδυασμό με τις πιο παραδοσιακές προσεγγίσεις υψηλής κουλτούρας και ιστορικών αξιοθεάτων. Μουσικές και θεατρικές παραστάσεις ελκύνουν τους κατοίκους και τους τουρίστες σε νέους (στην περίπτωσή μας και ταυτόχρονα πολύ αρχαίους), χώρους παραστάσεων και **η προσέλκυση διάσημων πρωταγωνιστών μπορεί να προσφέρει τεράστια και ουσιαστικά δωρεάν διαφήμιση του προορισμού και της διαδρομής.** Ιδίως όταν οι συγκεκριμένοι χώροι είναι, λόγω της μοναδικότητας και αυθεντικότητάς τους, εξαιρετικά ελκυστικοί καλλιτεχνικά. Είναι χαρακτηριστική η άνοδος των ποιοτικών musicals στον Λονδίνο, ως σημαντικής μορφής προσέλκυσης τουρισμού.⁴¹ Επίσης ένα εξαιρετικά ενδιαφέρον, από πλευράς marketing, καλλιτεχνικό εργαλείο είναι **η προσέλκυση στην περιοχή της κινηματογραφικής και τηλεοπτικής βιομηχανίας.** Υπάρχει πλούσια σχετική εμπειρία και διεθνής αλλά και ελληνική με παραδείγματα τις καλές επιδόσεις της Κεφαλονιάς όταν γυρίστηκε (το μαντολίνο του λοχαγού Κορέλι), την αύξηση κατά 14% του τουρισμού αλλοδαπών στη Μαγνησία την επόμενη χρονιά του Mama Mia (2009), που είχε γυριστεί στην Σκόπελο και Σκιάθο και το παράδειγμα της **Σπιναλόγκας της οποίας η επισκεψιμότητα αυξήθηκε θεαματικά μετά την παρουσίαση της σειράς «το νησί» στη διάρκεια της τηλεοπτικής περιόδου 2010-2011.**



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία

⁴¹ Richards, G. (2011) Cultural tourism trends in Europe: a context for the development of Cultural Routes. In: Khovanova-Rubicondo, K. (ed.) Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness. Strasbourg: Council of Europe Publishing, pp. 21-39. http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/StudyCR_en.pdf

2. **Δημιουργικός τουρισμός.** Ο δημιουργικός τουρισμός συνδέεται όλο και συχνότερα με τον πολιτιστικό τουρισμό αφού οι τουρίστες «αξιοποιούν τον όλο και πιο πολύτιμο ελεύθερο χρόνο τους για να αναπτύσσουν τις δικές τους δεξιότητες και να βιώσουν ταυτόχρονα την τοπική κουλτούρα. Υπάρχει μια πραγματική **έκρηξη από «μαθήματα» με θεματολογία όπως γλώσσες, γαστρονομία, τέχνη και φωτογραφία κ.λπ.**, τα τελευταία χρόνια (Richards, G. 2011). Η προσέλευση και ο συνδυασμός επιχειρήσεων που προσφέρουν τέτοιου είδους «μαθήματα» μπορεί να αποτελέσει ισχυρό εργαλείο για την επιτυχία της ελκυστικότητας της διαδρομής.
3. **Θέματα και ιστορίες.** Γίνεται όλο και πιο αποδεκτό ότι στη σημερινή εποχή της υπερπροσφοράς προορισμών είναι **αναγκαίο να αναπτύσσονται θέματα και «ιστορίες» (narratives)**, που να συνδέουν τους επισκέπτες με τον προορισμό, που σε αλλιώς θα τους μείνει αδιάφορος (Richards, G. 2010). Στην Ολλανδία για παράδειγμα το Εθνικό Γραφείο Τουρισμού ανέπτυξε τα τελευταία χρόνια ένα σύστημα από «θεματικά έτη» στηριγμένα σε διάσημους ζωγράφους όπως ο Van Gogh και ο Rembrandt, ενώ και η πόλη Den Bosch στην Ολλανδία, πατρίδα του διάσημου ζωγράφου Hieronymus Bosch πέτυχε την αναβάθμιση της εικόνας της συνδέοντας το brand name της πόλης με τον διάσημο ζωγράφο και διοργανώνει σειρά γεγονότων για την 500 επέτειο από το θάνατό του το 2016. Την ίδια έμφαση στα θέματα, με αξιοποίηση και του πολιτιστικού αποθέματος δίνει και η μελέτη στρατηγικής του ελληνικού τουρισμού που επεξεργάστηκε η McKinsey. **Η συγκεκριμένη διαδρομή των αρχαίων θεάτρων της Ηπείρου διαθέτει καταπληκτική θεματολογία, σε πολλαπλά σημεία.** Η ναυμαχία του Ακτίου, που ήταν καθοριστική για την τύχη τριών παγκόσμια γνωστών προσωπικοτήτων του αρχαίου κόσμου Αντώνιος, Κλεοπάτρα και Οκταβιανός Αύγουστος, η ιστορία και ο μύθος του μαντείου της Δωδώνης, η μοναδική (και πολεοδομικά) εμπειρία στην Κασσώπη και στα Γίτανα. Ο συμπληρωματικός στη διαδρομή μύθος του Αχέροντα και πάνω απ' όλα **η τεράστια και παγκόσμια επιρροή του αρχαίου ελληνικού θεάτρου στη σύγχρονη κουλτούρα.** Οι σχεδόν **ανεξάντλητες δυνατότητες της διαδρομής να παράγει θέματα και «ιστορίες», είναι το βασικό της ανταγωνιστικό πλεονέκτημα** και θα πρέπει να αξιοποιηθεί όχι μόνο στο λανσάρισμά της, αλλά και να αποτελεί διαρκή πηγή έμπνευσης και ανανέωσής της. Στην εποχή «της οικονομίας (και του τουρισμού⁴²) της εμπειρίας», όπου οι χρεώσεις δεν βασίζονται στα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρονται, αλλά στην αξία της εμπειρίας που αποκομίζουν οι επισκέπτες (Khovanova-Rubicondo, K. et al., 2011), οι δυνατότητες της διαδρομής αυτή είναι πολύ μεγάλες.

⁴² «Ειδικά αξιοθέατα τώρα κάνουν marketing με τη μορφή της εμπειρίας όπως η Court Room Experience στο Bodmin στην Κορνουάλη, το Rotterdam Port Experience και το Sport Experience Heerenveen στην Ολλανδία» το Dunbrody Famine Ship and Irish Emigrant Experience, το Scotch Whisky Experience κ.λπ. (Khovanova-Rubicondo, K. et al., 2011).

4. **Συνδυασμός με άλλα συμβατά είδη θεματικού τουρισμού.** Η διαδρομή των αρχαίων θεάτρων της Ηπείρου μπορεί να προσφέρεται στους επισκέπτες ως ένα αυτοτελές ενιαίο σύνολο ή/και «**τμηματοποιημένη**» (σε **modules**) σε συνδυασμό με άλλα είδη θεματικού τουρισμού. Αυτό προβλέπεται ήδη στον βασικό σχεδιασμό της διαδρομής, αλλά και του θεματικού τουρισμού και αναφερθήκαμε σχετικά διεξοδικά στο προηγούμενο κεφάλαιο. Συμπληρωματικά όμως πρέπει να επισημανθούν τα εξής για τις πλέον πρόσφορες σχετικές θεματικές ενότητες:

- a. **Τουρισμός φύσης.** Γεωγραφικά υπάρχουν κομβικά σημεία της διαδρομής -ανάλογα και με το σημείο εισόδου- που μπορούν να συνδυαστούν με τον τουρισμό φύσης. Όπως αναφέρεται στην σχετική στρατηγική της περιφέρειας (Περιφέρεια Ηπείρου 2011), η Ήπειρος διαθέτει σημαντικό αριθμό ευαίσθητων ή/και προστατευόμενων περιοχών. Η ανάπτυξη του τουρισμού Φύσης απαιτεί κατά την Περιφέρεια Ηπείρου καθιέρωση τοπικών δικτύων, διαδρομών - μονοπατιών πολυθεματικού χαρακτήρα, σήμανση των διαδρομών, έκδοση χαρτών ορεινής περιήγησης, εμπλουτισμό των διαδρομών με εναλλακτικές δραστηριότητες (πίστες mountain bike, ιππασία κ.λπ.), δημιουργία ή/και αναβάθμιση υποδομών (π.χ. παρατηρητήρια πτηνών και κέντρα ενημέρωσης επισκεπτών, μουσεία και ορειβατικά καταφύγια).

Κλειδί στην περίπτωση αυτή είναι ο κατά προτεραιότητα σχεδιασμός, αναβάθμιση και αξιοποίηση των σημείων και δραστηριοτήτων τα οποία μπορούν να συνδυαστούν με τη διαδρομή των θεάτρων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η δραστηριότητα **birdwatching στην περιοχή του Αμβρακικού**, έναν από τους 11 υγρότοπους διεθνούς σημασίας που διαθέτει η Ελλάδα⁴³, που είναι ταυτόχρονα και σημαντική για τα πουλιά της Ελλάδας⁴⁴.

Από μια συνοπτική αλλά εξαιρετικά ενδιαφέρουσα ανάλυση της σχετικής ευρωπαϊκής αγοράς⁴⁵ προκύπτει ότι **οι περισσότεροι birdwatchers ενδιαφέρονται ιδιαίτερα και για τον πολιτιστικό τουρισμό** και είναι **συγκριτικά πλουσιότεροι από το μέσο τουρίστα**, ενώ υπάρχουν ευρωπαϊκές χώρες (Μεγ. Βρετανία προπαντός και στη συνέχεια Ολλανδία, Γερμανία και Σκανδιναβικές χώρες), με πολύ μεγάλο αριθμό παθιασμένων birdwatchers. **Περίπου 6 εκ. Βρετανοί ή το 10% του αγγλικού πληθυσμού κάνουν τακτικά birdwatching** και υπάρχουν 50 tour operators στη Μ. Βρετανία που προσφέρουν ειδικά offer birdwatching tours.

⁴³ http://ornithologiki.gr/page_cn.php?tID=1899&aID=933

⁴⁴ http://ornithologiki.gr/page_cn.php?tID=1856&aID=888

⁴⁵ Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands. CBI Product Factsheet: Birdwatching tourism from Europe. October 2015.

- b. **Τουρισμός περιπέτειας, ορειβατικός τουρισμός, χιονοδρομία, αθλητικός τουρισμός κ.λπ.** Τα είδη αυτά τουρισμού παρουσιάζουν άνθηση τα τελευταία χρόνια στην Ήπειρο και συναντώνται σε πολλές μορφές. Αναρρίχηση, Ορεινή πεζοπορία, Σκι και ακραία σπορ στα χιόνια, Αλεξίπτωτο πλαγιάς, Ποδήλατο βουνού στην Π.Ε Ιωαννίνων. Ιππασία, στην Π.Ε Άρτας. Κανό (Canoeing), Καγιάκ (Kayak) στον ποταμό Αχέροντα, στον ποταμό Βοϊδομάτη και στη λίμνη Παμβώτιδα, Rafting, Μοποraft στους ποταμούς Αώου και Αράχθου και Κωπηλασία στη λίμνη Παμβώτιδα. (Περιφέρεια Ηπείρου 2011). **Ο συνδυασμός κάποιων από αυτές τις μορφές με τη διαδρομή των αρχαίων θεάτρων τόσο για όσους συμμετέχουν σ' αυτές όσο και των συνοδών τους, μπορεί να σχεδιαστεί σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο αυτό, αλλά και με την ενθάρρυνση δημιουργίας αθλητικών γεγονότων σε συνδυασμό με τη διαδρομή** (π.χ. ποδηλατικών αγώνων ή περιηγήσεων ποδήλατο με σημεία της διαδρομής ως σημεία έναρξης, λήξης ή/και ενδιάμεσων στάσεων ή αντίστοιχες δράσεις ορεινής πεζοπορίας).
- c. **Συνεδριακός Τουρισμός.** Κατά την περιφέρεια Ηπείρου (Περιφέρεια Ηπείρου 2011), ο Συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται σταδιακά τα τελευταία χρόνια στην Ήπειρο, ενώ **υπάρχουν οι απαιτούμενες υποδομές για την πραγματοποίηση συνεδρίων**, όπως συνεδριακά κέντρα, κατάλληλα καταλύματα, οδικές συγκοινωνίες, κλπ. Ιδιαίτερα αυτό ισχύει για τα **Ιωάννινα, όπου υπάρχουν 8 από τα 11 πεντάστερα ξενοδοχεία της Ηπείρου**, αλλά και το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, όπως και τμήματα του ΤΕΙ Ηπείρου. Υπάρχει επίσης και «το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο των Ιωαννίνων που διοργανώνει κάθε χρόνο δεκάδες συνέδρια στην πόλη, δίνοντας έτσι, εκτός από επιστημονικές και οικονομικές ενέσεις στην περιοχή.» (Περιφέρεια Ηπείρου 2015). **Συνεπώς, με δεδομένη και την παρουσία ενός από τα σημαντικότερα σημεία/μνημεία της διαδρομής (Δωδώνη) σε λίγα λεπτά απόσταση από τα Ιωάννινα, είναι απολύτως λογικό να προωθηθεί ο συνδυασμός Συνεδριακού Τουρισμού και Διαδρομής, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο, το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο και τα ξενοδοχεία των Ιωαννίνων που διαθέτουν τις σχετικές υποδομές.**

Κατάταξη ξενοδοχείων	1*	2**	3***	4****	5*****
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	7	59	96	48	8
ΑΡΤΑ	1	7	3	2	0
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	8	19	19	8	3
ΠΡΕΒΕΖΑ	13	50	27	11	0
ΣΥΝΟΛΟ					
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	29	135	145	69	11

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας, 2015

- d. **Εκδρομικός τουρισμός ημεδαπών - Αστικός τουρισμός (στα Ιωάννινα).** Παρά την οικονομική κρίση οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών στην Ήπειρο εξακολουθούν να είναι υπερδιπλάσιες από αυτές των αλλοδαπών. Η προσέλκυση ημεδαπών τουριστών από τα δύο μεγάλα αστικά κέντρα στο πλαίσιο της διαδρομής αποτελεί βασικό στόχο και μπορεί να επιτευχθεί και στο πλαίσιο του εκδρομικού τουρισμού, αλλά και του αστικού τουρισμού (αφορά τα Ιωάννινα που είναι το μεγαλύτερο αστικό κέντρο), που «είναι μία εναλλακτική μορφή τουρισμού που έχει αρχίσει να αναπτύσσεται από την δεκαετία του '80, και μέχρι σήμερα διατηρεί αυξητικές τάσεις...». (Περιφέρεια Ηπείρου 2011). **Ιδίως με δεδομένες τις νέες δυνατότητες που θα προσφέρει η ολοκλήρωση των οδικών έργων που προαναφέραμε, που θα μειώσουν το χρόνο μετάβασης π.χ. στα Ιωάννινα σε κάτω από 4 ώρες, αλλά και σε συνδυασμό με την διοργάνωση σημαντικών πολιτιστικών γεγονότων.**

	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ 2014		
	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΗΠΕΙΡΟΣ	663.329	274.525	937.854
ΝΟΜΟΣ ΑΡΤΗΣ	45.325	4.176	49.501
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	83.488	56.207	139.695
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	422.093	55.424	477.517
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	112.423	158.718	271.141

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία

- e. **Εκπαιδευτικός τουρισμός.** Σε ό,τι αφορά τον εκπαιδευτικό τουρισμό – που μπορεί να απευθύνεται και στο εσωτερικό (ιδίως στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση) και στο εξωτερικό- υπάρχουν αξιόλογες δυνατότητες διαμόρφωσης ενός ενδιαφέροντος «πακέτου» που θα συνδυάζει την πολιτιστική διαδρομή των θεάτρων με περιβαλλοντική θεματολογία⁴⁶.

⁴⁶ «Στην Περιφερειακή Ενότητα Πρέβεζας, στο πρότυπο Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης στη λίμνη Ζηρού οι μαθητές μπορούν να μελετήσουν την πλούσια χλωρίδα και πανίδα της περιοχής... Επιπλέον, στο χωριό Στρογγυλή υπάρχουν α) το Κέντρο Υγροτόπων Ροδιάς όπου ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για τις αξίες του υγροτόπου, τα πουλιά, τα ψάρια και τα μνημεία της περιοχής και να περιηγηθεί με σκάφη στον υγρότοπο της Ροδιάς και β) το Παρατηρητήριο της Στρογγυλής, στο λόφο της Αγίας Αικατερίνης όπου υπάρχει μόνιμη έκθεση με πληροφορίες για την οικολογία των καλαμιώνων και των οργανισμών που ζουν στα έλη και στους γύρω λόφους... Στην Περιφερειακή Ενότητα Άρτας, στο Κέντρο Έρευνας και Πληροφόρησης Σαλαώρας υπάρχει έκθεση για το ανθρωπογενές και το φυσικό περιβάλλον του Αμβρακικού, ανάγλυφος χάρτης της περιοχής, δυνατότητα προβολής ζωντανής εικόνας από την αποικία των αργυροπελεκάνων (*Pelecanus crispus*), εκθεσιακή παρουσίασή τους και οπτικοακουστικό υλικό... Επιπλέον, στο Κέντρο Περιβάλλοντος Κόπρανας στεγάζονται το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Αμβρακικού, η Αίθουσα Περιβαλλοντικής Αγωγής και το Μουσείο

- f. **Απόλαυση της τοπικής γαστρονομίας.** Είναι προφανές ό,τι η παράλληλη παροχή υψηλού επιπέδου γαστρονομικής απόλαυσης στους επισκέπτες που επιλέγουν τη διαδρομή, αποτελεί κλειδί για την επιτυχία της, ιδίως καθώς οι πολιτιστικοί τουρίστες τείνουν να έχουν γενικότερα υψηλότερες απαιτήσεις (και εισοδήματα), από τους συνηθισμένους τουρίστες του «ήλιου και θάλασσας». Σε ό,τι αφορά την απόλαυση της τοπικής γαστρονομίας **το στρατηγικό σχέδιο της Περιφέρειας Ηπείρου για τον τουρισμό αναφέρει μεταξύ άλλων ως στόχο το Σήμα της Ηπειρώτικης κουζίνας και θεωρεί σκόπιμη «τη δημιουργία ενός δικτύου εστιατορίων που θα λειτουργούν με συγκεκριμένες προδιαγραφές.** Οι επιχειρήσεις θα χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα, ελαιόλαδο, φρέσκες πρώτες ύλες, τοπικά κρασιά και τσίπουρο. Για να είναι αναγνωρίσιμες προτείνεται να δημιουργηθεί ένα σήμα Ηπειρώτικης κουζίνας.». Περισσότερα για το θέμα αυτό θα παρουσιαστούν στο κεφάλαιο που ακολουθεί και αναφέρεται στα Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας.
5. **Σύνδεση με προϊόντα και εκδηλώσεις που αναδεικνύουν την τοπική καλλιτεχνική και λαογραφική παράδοση.** Η δυνατότητα των επισκεπτών της διαδρομής να αγοράζουν υψηλής ποιότητας έργα τοπικής χειροτεχνίας αλλά και άλλων κλάδων της δημιουργικής βιομηχανίας είναι με βάση και τη διεθνή βιβλιογραφία σημαντικό μέρος της συνολικής εμπειρίας μιας διαδρομής. Η Περιφέρεια εξετάζει σχετικά τη δημιουργία μιας Θερμοκοιτίδας Πολιτιστικών και Δημιουργικών Επιχειρήσεων (Πολιτισμός/Τέχνες και Ψηφιακή Τεχνολογία, Παραγωγή ψηφιακών και χειροποίητων ενθυμημάτων, πιστών αντιγράφων, κοσμημάτων και προϊόντων αργυροχρυσοχοΐας, ξυλόγλυπτων κ.λπ.). **Η διασύνδεση των δράσεων αυτών με τη διαδρομή και η διασφάλιση της ποιότητας ή/και πιστοποίησης (π.χ. της προέλευσης των πλειοψηφίας των ενθυμημάτων και έργων τέχνης από τοπική παραγωγή),** είναι οι στόχοι που επιδιώκονται στην προκειμένη περίπτωση. Στο ίδιο πλαίσιο της διασύνδεσης των πολιτιστικών επισκεπτών με την τοπική κουλτούρα βρίσκεται και η **δημιουργική αξιοποίηση των τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων που διοργανώνουν οι δήμοι στη διάρκεια του χρόνου.**⁴⁷

Αλιευτικών Σκαφών και Αλιείας της περιοχής του Αμβρακικού. Στο μικρό σπίτι του φαροφύλακα, που βρίσκεται δίπλα στον εντυπωσιακό πετρόκτιστο φάρο (αρχών του 19ου αι.), μόλις 1,5 χλμ από το Κέντρο στεγάζεται το μουσείο του Φάρου. Η θέση ενδείκνυται για παρατήρηση φύσης διότι δίνεται στον επισκέπτη η δυνατότητα πανοραμικής θέας του υγροτόπου.» (Περιφέρεια Ηπείρου 2011) Και στα τρία κέντρα υπάρχει ανάγκη παρεμβάσεων βελτίωσης.

⁴⁷ «ο Δήμος Πρέβεζας διοργανώνει κάθε καλοκαίρι τα «Νικοπόλεια» που δίνουν έμφαση στη θεατρική σκηνή. Επιπρόσθετα, η χορωδία «Αρμονία» οργανώνει ένα χορωδιακό φεστιβάλ στο χώρο του αρχαίου Θεάτρου της Νικοπόλεως. Ο Δήμος Ηγουμενίτσας φιλοξενεί τα «Θεσπρωτικά», ενώ στην Άρτα οργανώνονται εκδηλώσεις για την επέτειο της απελευθέρωσης της πόλης, η εμποροπανήγυρη, η γιορτή της Σαρδέλας που τιμά τη σαρδέλα και επισημαίνεται η προσφορά του Αμβρακικού Κόλπου, καθώς και η γιορτή Κάστανου και Τσίπουρου του ορεινού χωριού Ροδαυγή Άρτας για την προβολή των τοπικών προϊόντων... Τέλος, το διεθνές φεστιβάλ

6. **Πολλαπλό και ενεργό marketing.** Κλειδί για την επιτυχία της διαδρομής είναι η προσπάθειά να προσελκύσει κοινά από πολλαπλούς χώρους. Ποιοι μπορεί να είναι οι χώροι αυτοί; Καταρχήν ο **ειδικός χώρος του πολιτιστικού τουρισμού (οι συνειδητοί/ripurposeful) τουρίστες, ιδίως στο χώρο της αρχαιολογίας και των θεατρικών σπουδών.** Όχι όμως μόνο αυτός. Η διαδρομή πρέπει να επιδιώξει να προσελκύσει και «συγκυριακούς» και «χαλαρούς» ακόμα και «τυχαίους» πολιτιστικούς τουρίστες απευθυνόμενη όχι μόνο απ' ευθείας στην ξένη και ημεδαπή αγορά, στον τόπο προέλευσης, αλλά και απ' όπου αλλού μπορεί να προσελκύσει επισκέπτες. Δηλαδή **από τους παραθεριστές των παράκτιων περιοχών («ήλιος και θάλασσα») της Ηπείρου, αλλά και από τα Ιόνια νησιά (ιδίως Κέρκυρα που έχει υπερδεκαπλάσιες διανυκτερεύσεις αλλοδαπών απ' ό,τι όλη η Ήπειρος μαζί -σχεδόν 4 εκ. το 2014- και κατά ένα πολύ μικρότερο ποσοστό Λευκάδα που έχει άνω από τους μισούς) και από τους (μονοήμερους) επισκέπτες της κρουαζιέρας. Ειδικότερα η κρουαζιέρα παρουσιάζει ενδιαφέρον και λόγω των έργων που προγραμματίζονται στο λιμάνι της Ηγουμενίτσας και του πάρα πολύ χαμηλού αριθμού επισκεπτών κρουαζιέρας σε σχέση με το σύνολο της χώρας. Λιγότερο από το 1 τοις χιλίοις! των επιβατών κρουαζιέρας που επισκέπτονται τα ελληνικά λιμάνια.**

Η κρουαζιέρα έχει μικρότερη απόδοση ως τουριστικό προϊόν(κατά μέσο όρο οι επισκέπτες κρουαζιέρας δαπανούν €62 ανά επιβάτη σε κάθε λιμάνι που επισκέπτονται και το πλήρωμα άλλα €23 ανά μέλος⁴⁸), όμως **οι αριθμοί αν ένας προορισμός αρχίσει να αναπτύσσεται μπορεί να είναι δεκαπλάσιοι, εικοσαπλάσιοι ή και εκατονταπλάσιοι από αυτούς που σήμερα καταγράφουν τα λιμάνια της Ηπείρου.** Ένα ελκυστικό πακέτο κρουαζιέρας, με χρήση αντίστοιχων τμημάτων της διαδρομής (π.χ. Γίτανα-Δωδώνη, Κασσώπη-Νικόπολη κ.λπ.), μπορεί να είναι ένας από τους καταλύτες για την επίτευξη αυτής της «αλλαγής παραδείγματος», για την κρουαζιέρα στην Ήπειρο.

ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ						
		2015		2014		2013
	Πλοία	Επιβάτες	Πλοία	Επιβάτες	Πλοία	Επιβάτες
ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	6	3.090	13	3.096	14	4.650
ΠΡΕΒΕΖΑ	5	967	4	1.112	4	908
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	4281	4.957.743	3826	4.932.373	4288	5.661.889

πολυφωνικού τραγουδιού οργανώνεται στο Δελβινάκι και στους Φιλιάτες Θεσπρωτίας.»
Περιφέρεια Ηπείρου 2015.

⁴⁸ CLIA (Cruise Lines International Association) Europe Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe. 2015 Edition

Η ανάγκη για ένα πιο σύνθετο πακέτο, όπως αυτό που περιγράψαμε, έχει γίνει αντιληπτή κι από την Περιφέρεια Ηπείρου που στον σχεδιασμό της αναφέρει ότι για την ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού απαιτείται μεταξύ άλλων «Η ενίσχυση δράσεων για τη δημιουργία πολυχώρων ψηφιακής αναπαράστασης ιστορικών, μυθολογικών και άλλων πολιτιστικών σεναρίων. Η ενίσχυση, προβολή και καθιέρωση φεστιβάλ, πολιτισμικών θεσμών και άλλων σχετικών εκδηλώσεων και η ανάπτυξη του γαστριμαργικού τουρισμού και η ένταξή του στο τουριστικό προϊόν...»κ.λπ. (Περιφέρεια Ηπείρου 2011). Επίσης είναι σημαντικό ο στρατηγικός σχεδιασμός της Περιφέρειας προτείνει και οριζόντιες δομές ή πρωτοβουλίες που μπορούν να επηρεάσουν ιδιαίτερα θετικά τη διαδρομή.

Μεταξύ άλλων εκτός από τη διαδικτυακή ανάδειξη της, προτείνει ένα **δίκτυο Info points** (με πρόσβαση και στο διαδίκτυο και τοποθετημένων σε αρχαιολογικούς χώρους, περιπατητικά μονοπάτια και σημεία με ιστορικό ενδιαφέρον), δημιουργία ασύρματων δικτύων Internet και παροχή δωρεάν πρόσβασης (κεντρικές πλατείες αστικών κέντρων, αεροδρόμια Ιωαννίνων και Ακτίου, Λιμάνια της Ηγουμενίτσας και Πρέβεζας, στους σταθμούς ΚΤΕΛ, κ), ενός τουλάχιστον ψηφιακού μουσείου της Ηπείρου καθώς και **οπτικοακουστικών δρώμενων και αναπαραστάσεων ιστορικών γεγονότων** με χρήση οπτικοακουστικής τεχνολογίας για την αφήγηση ιστορικών γεγονότων (π.χ. σκηνοθεσία εικονικών αναπαραστάσεων ιστορικών μαχών ή ναυμαχιών) ή για την επένδυση καλλιτεχνικών δρώμενων μεγάλης κλίμακας, όπως είναι οι γιορτές πόλης, η προβολή έργων ντόπιων καλλιτεχνών σε διάφορα σημεία των πόλεων κ.

Ειδικότερα προβλέπεται η δημιουργία εργαλείων και εφαρμογών ΤΠΕ για τον εμπλουτισμό της εμπειρίας όπως είναι ενδεικτικά • **Εφαρμογές οδηγών αρχαιολογικών χώρων**: Αναπαράσταση του χώρου όπως ήταν στην αρχαιότητα, και επιπρόσθετα χαρακτηριστικά περιήγησης, πληροφοριών κ.λπ. • **Εφαρμογές οδηγών μουσείων**: Περιηγήσεις, δημοφιλή εκθέματα, χάρτες τοποθεσίας, νέα του μουσείου κ.λπ. • **Εικονική αναπαράσταση γεγονότων** • Διασύνδεση και ανάδειξη των παραδοσιακών αρχιτεκτονικών τεχνικών και κτιρίων ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής αξίας και αρχαίων μνημείων (π.χ. θέατρα) ...• **Εφαρμογές αστικών οδηγών** για ευέλικτες περιηγήσεις, σημεία ενδιαφέροντος, πληροφορίες για προσφορές και αγορές, ξενοδοχεία, εστιατόρια, εκδηλώσεις κ.λπ. • (Περιφέρεια Ηπείρου 2011).

Curation

Τέλος υπάρχουν και τελείως νέα εργαλεία marketing και οργάνωσης που μπορούν να αξιοποιηθούν, όπως για παράδειγμα η ιδέα της ανάθεσης της «επιμέλειας» (curation) της διαδρομής (ή των γεγονότων που συνδέονται με αυτήν), σε μια κατάλληλη διεθνώς διάσημη προσωπικότητα του θεάτρου και την αξιοποίησή του τόσο επί της ουσίας όσο και από πλευράς διαρκούς δημοσιότητας. Η σχετική εμπειρία του High Line Festival της Νέας Υόρκης, που αξιοποίησε με τον τρόπο αυτό τον μεγάλο σύγχρονο συνθέτη και τραγουδιστή David Bowie, ήταν εξαιρετικά επιτυχής⁴⁹.

⁴⁹ Richards Greg, Marques Lénia, Mein Karen. Event Design: Social Perspectives and Practices. 2015.

Τα αυτονόητα

Οποιοσδήποτε φιλόδοξος σχεδιασμός δεν μπορεί να αγνοεί τα -συνήθως μικρού κόστους και μεγάλης βλάβης- αυτονόητα. Η διαρκής λειτουργία των χώρων με επαρκές προσωπικό, η καλή φύλαξη (στην Κασσώπη π.χ. τα τοπικά ερίφια αρωματίζουν τον αρχαιολογικό χώρο με έντονες γήινες οσμές στη διάρκεια των μηνών μεγάλης επισκεψιμότητας), η εξασφάλιση της λειτουργίας των αρχαιολογικών χώρων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, είναι μερικά από τα αυτονόητα αυτά, η παράλειψη της κατά προτεραιότητα αντιμετώπισής τους μπορεί να ακυρώσει όλα όσα ως δυνατότητες προαναφέραμε.

Στο κεφάλαιο αυτό έγινε η εξαντλητική αυτή παράθεση των δυνατοτήτων δημιουργίας ενός σύνθετου τουριστικού προϊόντος, με βάση τη διαδρομή στα αρχαία θέατρα της Ηπείρου, όχι γιατί είναι εφικτό να επιτευχθούν όλες αυτές οι συνέργειες και συνεργασίες, αλλά γιατί **και ένα μέρος μόνον εξ αυτών να υλοποιηθεί οι δυνατότητες της διαδρομής από πλευράς επισκεψιμότητας είναι υπερπολλαπλάσιες από τους στόχους που τίθενται για αυτήν από τον παρόντα σχεδιασμό** (10 χιλ. επισκέπτες το 2023). Στη συνέχεια και στα επόμενα κεφάλαια οι υπολογισμοί που θα γίνουν θα εξετάζουν όχι μόνο το σενάριο βάσης, αλλά και μια πιο φιλόδοξη εκδοχή, που θα στηρίζεται στο υλικό και τις δυνατότητες που παρουσιάστηκαν στο τμήμα αυτό της παρούσας μελέτης.

2. γ. Πιθανολογούμενη εξέλιξη του εξωτερικού και εσωτερικού τουρισμού και αναμενόμενο μερίδιο της Ηπείρου.

Ο παγκόσμιος τουρισμός αποτελεί μια διεθνώς αναπτυσσόμενη βιομηχανία. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (OECD Tourism Papers 2015/01) αντιπροσωπεύει το 21% των εξαγωγών υπηρεσιών στις χώρες μέλη του ενώ ο UNWTO, υπολογίζει ότι ο αριθμός διεθνών τουριστών ξεπέρασε το 1 δις το 2012 και τα 1,1 δις το 2014⁵⁰ και αναμένεται να φτάσει τα 1,8 δις μέχρι το 2030. Η μακροχρόνια πρόβλεψη του⁵¹, είναι ότι θα υπάρχει μια μέση διεθνής αύξηση των αφίξεων ύψους 3,3% από το 2010 μέχρι το 2030. Η Ευρώπη παρά το γεγονός ότι προβλέπεται ότι θα έχει χαμηλότερο του μέσου όρου ρυθμό αύξησης αναμένεται πάρα ταύτα να αυξήσει τον τουρισμό της από τα 479 στα 738 εκ. στο διάστημα αυτό. Ένας μέσος όρος αύξησης 2,2% που λογικά αναμένεται ταχύτερος στα πρώτα χρόνια της περιόδου, ενώ η πρόβλεψη για τη Νότια Ευρώπη/Μεσόγειο είναι ότι θα κινηθεί ελάχιστα πάνω από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Τα ποσοστά αύξησης του πολιτιστικού τουρισμού στο πλαίσιο αυτό δεν είναι δυνατόν να προβλεφθούν με ακρίβεια, όμως λαμβανομένης υπόψη της εμπειρίας του παρελθόντος (που έδειχνε όπως έχουμε προαναφέρει) ελαφρά μεγαλύτερη του μέσου όρου αύξηση και των συνεχιζόμενων τάσεων πρόσθετης τμηματοποίησης της αγοράς, μπορούμε να υποθέσουμε ότι το ποσοστό αύξησης του πολιτιστικού τουρισμού θα μείνει τουλάχιστον όμοιο με το μέσο όρο αύξησης που υπολογίζεται για την υπό εξέταση περίοδο. Ιδίως καθώς η πρόβλεψη του UNWTO είναι ότι δεν αναμένεται στο διάστημα αυτό σοβαρή αλλαγή των μεριδίων των διαφόρων μορφών τουρισμού.

Στο πλαίσιο της ήπιας αυτής, αλλά διαχρονικά σημαντικής αναμενόμενης ανόδου ο ελληνικός τουρισμός όπως έχει αποδείξει τα τελευταία χρόνια έχει τη δυνατότητα να σημειώσει πολύ μεγαλύτερους του μέσου όρου της Ευρώπης ρυθμούς ανόδου. Η δυνατότητα αυτή αναγνωρίστηκε ήδη από το 2011 στην μελέτη της McKinsey «Η Ελλάδα 10 Χρόνια Μπροστά»⁵², όπου αναφέρεται ότι: «Μέχρι το 2021, ο τουρισμός μπορεί να δημιουργήσει επιπλέον €18 δις. άμεση και έμμεση ΑΠΑ σε ετήσια βάση και να αυξήσει την απασχόληση κατά περίπου 220 χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας. Η θετική δημοσιονομική επίπτωση θα μπορούσε να είναι της τάξης των €3 δις., ενώ το εμπορικό ισοζύγιο θα μπορούσε να ωφεληθεί κατά περίπου €9 δις. ετησίως.»

⁵⁰ UNWTO. Tourism Highlights - 2015 Edition <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

⁵¹ UNWTO. Tourism Towards 2030 - Global Overview - Advance edition presented at UNWTO 19th General Assembly - 10 October 2011.

⁵² McKinsey & Company, Athens Office. Η Ελλάδα 10 Χρόνια Μπροστά. Προσδιορίζοντας το νέο Μοντέλο Ανάπτυξης της Ελλάδας. 2011.

Η σχετική ανοδική πρόβλεψη, παρά τα όσα έχουν συμβεί στην ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια, φαίνεται να επιβεβαιώνεται, καθώς την τελευταία τρίετία τόσο οι ταξιδιωτικές εισπράξεις, όσο και οι αφίξεις επισκεπτών σημείωσαν πολύ σημαντική άνοδο και πάντως **πολύ μεγαλύτερη της μακροχρόνιας τάσης που έχει προβλέψει για την περιοχή ο UNWTO**. Συγκεκριμένα από το 2012 μέχρι το 2015 η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση αυξήθηκε από τα 13,5 στα 23,6 εκ ταξιδιώτες. Ένας ρυθμός αύξησης που ξεπερνά το 20%.

**Εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση ανά προέλευση ταξιδιωτών
(σε χιλ. ταξιδιώτες)^(β)**

Προέλευση	Ιανουάριος-Δεκέμβριος						
	2012	2013	(%) Μεταβολή	2014	(%) Μεταβολή	2015 (α)	(%) Μεταβολή
Χώρες ΕΕ-28	8.544	10.527	23,2	13.249	25,9	14.974	13,0
Λοιπές χώρες	4.938	7.392	49,7	8.784	18,8	8.625	-1,8
ΣΥΝΟΛΟ	13.483	17.919	32,9	22.033	23,0	23.599	7,1

(α) Προσωρινά στοιχεία.
(β) Η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση ανά προέλευση δεν περιλαμβάνει στοιχεία από κρουαζιέρες επιπέδου της Έρευνας Συνόρων.
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Αντίστοιχη, αλλά όχι τόσο δραματική, από πλευράς ρυθμών ανόδου, ήταν και η πορεία των ταξιδιωτικών εισπράξεων (χωρίς τις κρουαζιέρες), η οποία ανέβηκε από το 2012 ως το 2015 με ετήσιο ρυθμό 16%.

Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά προέλευση ταξιδιωτών (σε εκατ. ευρώ)

Προέλευση	Ιανουάριος-Δεκέμβριος				
	2013	2014	(%) Μεταβολή	2015	(%) Μεταβολή
Χώρες ΕΕ-28	7.180	8.242	14,8	9.455	14,7
Λοιπές χώρες	4.526	4.762	5,2	4.300	-9,7
Σύνολο Έρευνας Συνόρων	11.707	13.005	11,1	13.755	5,8
Κρουαζιέρες^(ε)	445	388	-12,9	438	13,1
ΣΥΝΟΛΟ	12.152	13.393	10,2	14.194	6,0

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Η ταχύτερη αυτή άνοδος σε ό,τι αφορά τις διανυκτερεύσεις υπήρξε την περίοδο 2012-2014 και στην Ήπειρο, όπου σημειώθηκε (από πλευράς διανυκτερεύσεων ημεδαπών και αλλοδαπών επισκεπτών), μια μέση ετήσια άνοδος της τάξεως του 8%, που ήταν η ίδια ακριβώς με τον εθνικό μέσο όρο.

Διαχρονικά άλλωστε η άνοδος του τουρισμού στην Ήπειρο είναι αντίστοιχη ή λίγο χαμηλότερη από τον εθνικό μέσο όρο. Στην περίοδο 2008 με 2014 για παράδειγμα, όταν στη χώρα σημειώθηκε μια συνολική αύξηση των διανυκτερεύσεων κατά 15,4% στην Ήπειρο το αντίστοιχο ποσοστά ήταν 13,4%.

Διανυκτερεύσεις ημεδαπών και αλλοδαπών (εκ.)							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	64,1	64,3	64,1	69,1	63,1	70,1	74
ΗΠΕΙΡΟΣ	0,83	0,93	0,83	0,91	0,79	0,85	0,94

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία

Το πρόβλημα είναι ότι η Ήπειρος έχει, σε σχέση με τις πραγματικές της δυνατότητες, από πλευράς αλλοδαπών τουριστών, που λόγω κρίσης και αλλαγής οικονομικού υποδείγματος (επιδιωκόμενη -και αναγκαστική- μετάβαση από την εσωστρεφή στην εξωστρεφή ανάπτυξη), αποτελούν σήμερα την κινητήρια δύναμη της τουριστικής οικονομίας, πολύ χαμηλές επιδόσεις.

Όπως επισημαίνει η Περιφέρεια Ηπείρου:

«Οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών στη Περιφέρεια Ηπείρου είναι μόνο 23%, (έναντι 77% στο σύνολο της χώρας...(σ.σ. ενώ) η μέση ετήσια πληρότητα στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας υπολείπεται κατά 18 ποσοστιαίες μονάδες του εθνικού συνόλου (48,3%)... Στις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφέρεια αντιστοιχεί το 0,4% της χώρας, ενώ στις διανυκτερεύσεις ημεδαπών το 4,7%, με τις συνολικές διανυκτερεύσεις να αντιστοιχούν στο 1,3% του συνόλου της χώρας...» (Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης Περιφέρειας Ηπείρου).

Οι ίδιες ουσιαστικά διαπιστώσεις ισχύουν και συνοψίζονται και στο πλέον πρόσφατο σχετικό κείμενο της Περιφέρειας, το επιχειρησιακό της σχέδιο για τον Θεματικό Τουρισμό⁵³.

⁵³ Περιφέρεια Ηπείρου 2015. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ.

Το συμπέρασμα όλων αυτών είναι ότι η **βασική πρόβλεψη για τον τουρισμό στην Ήπειρο**, η οποία στην ουσία εμπεριέχεται και στην μικρής φιλοδοξίας προβλεπόμενη επισκεψιμότητα της Διαδρομής των Θεάτρων (μόλις 10 χιλ. το 2023 στο . ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ 2014-2020.), είναι η **παρακολούθηση του εθνικού ετήσιου ρυθμού ανάπτυξης του τουρισμού.**

Ποιος θα είναι ο ρυθμός αυτός και ποια στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν στην παρούσα μελέτη για να κάνουμε τις σχετικές προβλέψεις για το βασικό και το ευνοϊκό σενάριο επισκεψιμότητας της διαδρομής;

Για το βασικό σενάριο λαμβάνουμε υπόψη τον προβλεπόμενο από τον UNWTO μέσο όρο για την Ευρώπη και την Μεσόγειο (2,3%) και κάνουμε την υπόθεση ότι ο ταχύτετος ρυθμός ανάπτυξης του τουρισμού που παρατηρήθηκε τα τελευταία χρόνια (ξεκινώντας από τον μέσο ρυθμό αύξησης των αφίξεων της τελευταίας διετίας), θα «εξομαλυνθεί» σταδιακά και θα εξισωθεί με τον μέσο ρυθμό της Νότιας Ευρώπης/Μεσογείου μέχρι το 2024, οπότε και το τελευταίο έτος που θα συμπεριλάβουμε στην ανάλυση αυτή.

Η άσκηση αυτή μας παρέχει έναν **υποθετικό μέσο ρυθμό αύξησης των συνολικών αφίξεων στη διάρκεια των ετών 2016-2024 7,8%**, που τυχαίνει να είναι πολύ κοντά στον ρυθμό που σημειώθηκε το 2015 (7,1%), αλλά και τον ρυθμό ανάπτυξης της Συνολικής Ακαθάριστης Αξίας από τον Τουρισμό (7%), που προβλέπει η μελέτη που έγινε το 2013 για λογαριασμό του ΣΕΤΕ και την Mc Kinsey⁵⁴ ότι θα υπάρχει μέχρι το 2021. Τον ρυθμό αυτό (7,8%), αύξησης του τουρισμού θα χρησιμοποιήσουμε στη συνέχεια ως υπόθεση στους υπολογισμούς μας για το ευνοϊκό σενάριο επισκέψεων στη διαδρομή.

⁵⁴ ΣΕΤΕ/Mc Kinsey Developing the Tourism Sector Strategy Plan following up on «Greece 10 years ahead». 2013.

3. Επιπτώσεις της Πολιτιστικής Διαδρομής στην ανάπτυξη του τουρισμού στην Ήπειρο.

3. α. Επιπτώσεις στο Παραγόμενο Προϊόν

Στο κεφάλαιο αυτό θα προχωρήσουμε, αξιοποιώντας όλα τα προηγούμενα, στο κύριο μέρος της μελέτης, **στον υπολογισμό της συνολικής οικονομικής επίπτωσης της Διαδρομής των Αρχαίων Θεάτρων στην ανάπτυξη του τουρισμού και της οικονομίας της Ηπείρου**. Ο υπολογισμός αυτός θα γίνει σε δύο επίπεδα. Το πρώτο αφορά την στόχευση που υπάρχει στο Επιχειρησιακό Σχέδιο 2014-20 και είναι το εξαιρετικά **συντηρητικό και απολύτως ελάχιστο**. Το δεύτερο που θα το αποκαλέσουμε «**ευνοϊκό σενάριο**», υποθέτει ενεργό marketing της διαδρομής και πλήρη εμπλοκή στην προώθησή της του ιδιωτικού τομέα, στο πλαίσιο της σύνθετης στρατηγικής την οποία περιγράψαμε.

Η στρατηγική αυτή προδιαγράφεται άλλωστε ως κατεύθυνση και στο marketing plan της διαδρομής το οποίο έχει καταρχήν εκπονηθεί. Συγκεκριμένα στο ΜΡ των διαδρομών γίνεται αναφορά σε αρκετά από τα επί μέρους κοινά που περιλαμβάνει η παρούσα μελέτη. Αναφέρονται συγκεκριμένα: οι συλλογικοί και επιστημονικοί φορείς στην Ελλάδα και το εξωτερικό από το χώρο της αρχαιολογίας, της αρχιτεκτονικής, της φιλολογίας και των τεχνών (σ.σ. ειδικότερο ενδιαφέρον μπορεί να έχουν οι σχολές θεατρικών σπουδών και οι δραματικές σχολές), οι ίδιοι οι κάτοικοι της Ηπείρου, το ευρύ ταξιδιωτικό κοινό από την Ελλάδα και από το εξωτερικό, οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ηπείρου και οι θεματικοί tour operators.

Όμως οι ανάγκες που προκύπτουν για να υλοποιηθεί το ευνοϊκό σενάριο, σε επίπεδο διασυνδέσεων, ανθρώπινων πόρων, εμπειριών κ.λπ., είναι μεγαλύτερες από τους ανθρώπινους πόρους που μπορεί να διαθέσει τοπικά ο δημόσιος τομέας. **Χρειάζεται μια ευρύτερη προσπάθεια τόσο με την εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα, όσο και άλλων stakeholders τοπικό και εθνικό επίπεδο.**

Μεθοδολογία

Για την μέτρηση των επιπτώσεων ενός πολιτιστικού έργου στην οικονομία μιας περιοχής ή μιας χώρας υπάρχει εκτεταμένη διεθνής βιβλιογραφία. Οι μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται (DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS 2014), είναι κατά κύριο λόγο οι εξής:

1. **Πρωτογενής Έρευνα Πεδίου** για τον προσδιορισμό των συγκεκριμένων άμεσων επιπτώσεων (π.χ. αύξηση αριθμού επισκεπτών, αύξηση εσόδων χώρου ή μνημείου, αύξηση εσόδων τοπικών επιχειρήσεων κ.λπ.).
2. **Ανάλυση δεικτών**, με χρήση στατιστικών στοιχείων για την παραγωγή, τα εισοδήματα ή την απασχόληση από παρεμφερή έργα.
3. **Ανάλυση εισροών – εκροών** κατά την οποία πραγματοποιείται ανάλυση των δεδομένων, μέσω αποτύπωσης της αλληλεξάρτησης όλων των κλάδων της οικονομίας.

Από την επεξεργασία ενός πίνακα Εισροών – Εκροών είναι δυνατόν να εξαχθούν **πολλαπλασιαστές** οι οποίοι δίνουν μια εποπτική εικόνα του πως η υλοποίηση μιας επένδυσης και τις συσχετιζόμενες μεταβολές στη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών επιδρούν στην απασχόληση του συνόλου της οικονομίας.

4. Μακροοικονομικά Μοντέλα Γενικής Ισορροπίας.

5. **Υβριδικές προσεγγίσεις**, όπου συνήθως συνδυάζουν άνω του ενός εκ των προαναφερθέντων προσεγγίσεων.

Στην προκειμένη περίπτωση η σχετικοί υπολογισμοί δεν αφορούν την απολογιστική αποτίμηση της επίπτωσης ενός έργου πολιτισμού στην εθνική ή τοπική οικονομία, αλλά την πρόβλεψη του μέλλοντος, που από την φύση της είναι ενδεικτική και εμπεριέχει μεγάλες αβεβαιότητες. **Για τον λόγο αυτό θα χρησιμοποιηθεί μια υβριδική προσέγγιση που θα εδράζεται στους πολλαπλασιαστές που έχουν ήδη υπολογιστεί από έγκριτες μελέτες για τις οικονομικές επιπτώσεις των έργων πολιτισμού (DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS 2014) και των εσόδων από τουρισμό⁵⁵⁵⁶ στην Ελλάδα.**

Οι πολλαπλασιαστές που θα χρησιμοποιηθούν χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Είναι:

1. **Πολλαπλασιαστές παραγόμενου προϊόντος**, που δείχνουν «τη συνολική μεταβολή της παραγωγής της οικονομίας που απαιτείται για την ικανοποίηση της μεταβολής της τελικής ζήτησης... του υπό εξέταση κλάδου..., όταν η τελική ζήτηση των υπολοίπων προϊόντων της οικονομίας παραμένει σταθερή».
2. **Πολλαπλασιαστές απασχόλησης**, που εκτιμούν τη σχέση μεταξύ της μεταβολής της τελικής ζήτησης ενός κλάδου και της απασχόλησης που απαιτείται για την εκπλήρωση της...(αριθμός απασχολούμενων ή ανθρωποέτη απασχόλησης)...»

Στους πολλαπλασιαστές αυτούς θα προστεθεί και ένας **δείκτης για την εκτίμηση των πάσης φύσεως εσόδων** που θα προκύψουν για την εθνική και τοπική οικονομία⁵⁷ Δεδομένων των αβεβαιοτήτων που εμπεριέχονται στην εν λόγω ανάλυση (νέοι φορολογικοί συντελεστές, ύψος απασχόλησης στην οικονομία, ύψος εισφορών κ.λπ.), οι υπολογισμοί είναι εντελώς ενδεικτικοί, συνεπώς χρησιμοποιείται ως βάση υπολογισμού το μερίδιο των πάσης φύσεως εσόδων από φορολογία και ασφαλιστικές εισφορές στο ΑΕΠ, το οποίο προκύπτει από τις σχετικές καταγραφές του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου. Με βάση τον δείκτη για την περίοδο 2013-2014, που θα υποθέσουμε ότι θα ισχύσει για την περίοδο ενδιαφέροντος, για κάθε μια μονάδα του ΑΕΠ το 36-37% πηγαίνει σε φόρους και ασφαλιστικές εισφορές.

⁵⁵ ΙΟΒΕ. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ Σεπτέμβριος 2012.

⁵⁶ ΣΕΤΕ. Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών. Φεβρουάριος 2015.

⁵⁷ IMF Country Report No. 14/151. FIFTH REVIEW UNDER THE EXTENDED ARRANGEMENT UNDER THE EXTENDED FUND FACILITY, AND REQUEST FOR WAIVER OF NONOBSERVANCE OF PERFORMANCE CRITERION AND REPHASING OF ACCESS. May 2014.

Στη συνέχεια θα συγκρίνουμε τόσο τους πολλαπλασιαστές που χρησιμοποιήθηκαν όσο και τα αποτελέσματα που προέκυψαν με πολλαπλασιαστές και αποτελέσματα που έχουν προκύψει για παρεμφερή έργα πολιτισμού και δράσεις πολιτιστικού τουρισμού από τη διεθνή βιβλιογραφία και θα αξιολογηθούν οι πιθανές αδυναμίες και αβεβαιότητες που εμπεριέχει η χρήση αυτής της μεθοδολογίας. Επίσης θα εξεταστούν, με την παρουσίαση και ενδεικτικών παραδειγμάτων οι μη προβλεπόμενες πιθανές επιπτώσεις από την αναπτυξιακή δυναμική που μπορεί να δημιουργήσει η επιτυχία του ευνοϊκού σεναρίου, με δεδομένη την πολύ χαμηλή -σε σχέση με τις δυνατότητές της- αναπτυξιακή συνεισφορά του τουρισμού στην Ήπειρο. **Το ενδεχόμενο δηλαδή να λειτουργήσει η διαδρομή ως «σπινθήρας ανάφλεξης» του τουρισμού στην Ήπειρο**, περίπτωση κατά την οποία τα οικονομικά αποτελέσματα μπορεί να είναι πολύ σημαντικότερα από αυτά που προκύπτουν ακόμα και από μια ευνοϊκή, αλλά στατική από τη φύση της οικονομική ανάλυση.

Βάση υπολογισμού

Πριν προχωρήσουμε στον υπολογισμό των επιπτώσεων θα πρέπει να θέσουμε την βάση υπολογισμού. Στο συντηρητικό σενάριο η βάση υπολογισμού είναι η αρχική δαπάνη υλοποίησης του έργου, με βάση τον προϋπολογισμό που έχει παρουσιάσει η Περιφέρεια Ηπείρου, με αφαίρεση όμως των δαπανών που αφορούν οδικά έργα και απαλλοτριώσεις, που δεν μπορούν να θεωρηθούν έργα πολιτισμού⁵⁸, ακόμα κι αν -όπως στην περίπτωση της μετατόπισης του δρόμου που διασχίζει την Νικόπολη-, συνδράμουν καθοριστικά στην ανάδειξη ενός αρχαιολογικού χώρου. Η δαπάνη αυτή είναι 21 εκ. ευρώ και θα αποτελέσει τη βάση υπολογισμού του πολλαπλασιαστικού οικονομικού αποτελέσματος από την υλοποίηση του έργου. Στη δαπάνη αυτή θα προστεθεί το έσοδο από τα οφέλη του έργου από πλευράς προσέλκυσης τουριστών, για την περίοδο από το 2019 ως το 2024. Η υπόθεση στο συντηρητικό σενάριο είναι ότι από το 2019 ως το 2023 θα έχουμε μέσο όρο 10000 επισκέψεις και το 2024 15000 επισκέψεις, που είναι συμβατές με την πρόβλεψη του Επιχειρησιακού Σχεδίου που προαναφέραμε.

Οι επισκέψεις αυτές κατανέμονται με βάση μια υποθετική (αλλά εύλογη), κατανομή μεταξύ επισκέψεων εντός νομού (20%), εντός περιφέρειας αλλά εκτός νομού (10%), εντός χώρας αλλά από άλλη περιφέρεια (25%), από το εξωτερικό (30%) και από κρουαζιέρα (15%). Στους επισκέπτες από το εξωτερικό ή εκτός περιφέρειας περιλαμβάνονται όχι μόνο όσοι κάνουν την ειδική εκδρομή της διαδρομής ή έρχονται εξ αφορμής της διαδρομής, αλλά και όσοι αποφασίζουν να αυξήσουν τις ημέρες παραμονής τους στην Ήπειρο εξ αιτίας της διαδρομής. Επισημαίνεται εδώ ότι **στην περίπτωση της Ηπείρου η μέση διαμονή των πάσης φύσεως επισκεπτών είναι η μισή περίπου του εθνικού μέσου όρου 4,4 ημέρες το 2013 έναντι 8,9 ημερών που ίσχυε στο εθνικό επίπεδο**⁵⁹.

⁵⁸ Είναι άλλωστε πιθανότατο ότι θα έχουν επίσης διαφορετικό πολλαπλασιαστή και διαφορετικά μακροχρόνια αποτελέσματα.

⁵⁹ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ Εξελίξεις στον Τουρισμό και στην Ελληνική Ξενοδοχία το 2013. 2014.

Συνεπώς η διαδρομή μπορεί εύλογα να στοχεύσει και να συνδράμει στην αύξηση του πολύ χαμηλού αυτού μέσου όρου, που ισοδυναμεί στην πράξη -για τον συγκεκριμένο υπολογισμό που κάνουμε- με αύξηση των επισκεπτών εκτός χώρας ή εκτός περιφέρειας.

Στη συνέχεια, με βάση την ημερήσια δαπάνη ανά τουρίστα πολιτιστικού τουρισμού στις αντίστοιχες κατηγορίες που προκύπτει από την μελέτη της DELOITTE (DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS 2014)⁶⁰ καθώς και τη μέση ημερήσια διεθνή δαπάνη στη διάρκεια παραμονής σε λιμάνι ανά επιβάτη κρουαζιέρας⁶¹, γίνεται ο υπολογισμός του πρόσθετου ποσού που εκτιμάται ότι θα δαπανήσουν οι επισκέπτες της διαδρομής, λόγω της ύπαρξης του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος, που ανέρχεται στο 1 εκ. ευρώ ετησίως ή 5 εκ. στη διάρκεια της πενταετίας 2019-2024.

Για την περίπτωση της Ηπείρου -με δεδομένο ότι η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση ήταν το 2013 85 ευρώ (ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ 2014) και οι επισκέπτες με πολιτιστικά ενδιαφέροντα τείνουν (με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία που προαναφέραμε), να είναι περισσότερο εύποροι από το μέσο όρο των επισκεπτών, η μέση ημερήσια δαπάνη που υπολογίζει η DELOITTE πρέπει να θεωρηθεί εύλογη. Άλλωστε παρεμφερείς δαπάνες ανά επισκέπτη είχαμε και στα στοιχεία τα οποία πήραμε από την εταιρία **Somewhereweknow**, που έχει ήδη προσφέρει ως προϊόν -έστω και σε πειραματική φάση- την συγκεκριμένη εκδρομή.

60

Ανάλυση Ημερήσιου Εξόδου Επισκεπτών ανά κατηγορία	
	Μέση Ημερήσια Δαπάνη (σε ευρώ)
Εντός Νομού	32
Εντός Περιφέρειας & εκτός νομού	57
Εντός Ελλάδος & εκτός Περιφέρειας	102
Εκτός Ελλάδος	102

⁶¹ 62 ευρώ ανά επιβάτη με βάση την CLIA (Cruise Lines International Association) Europe Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe. 2015 Edition.

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ
ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Σε ό,τι αφορά το «ευνοϊκό» σενάριο, ο σχετικός υπολογισμός γίνεται στη βάση των ίδιων ημερησίων δαπανών ανά επισκέπτη, αλλά με διαφορετικό αριθμό και προέλευση επισκέψεων, οι οποίες υποθέτουν το πολλαπλών κατευθύνσεων ενεργό marketing, το οποίο παρουσιάσαμε εξαντλητικά στο σχετικό κεφάλαιο και συνοψίζονται στον κατωτέρω πίνακα.

	Επισκέπτες	Ποσοστό που επιλέγει τη διαδρομή	Ημερήσιες επισκέψεις διαδρομής	Συνολική δαπάνη
Κρουαζιέρα	50.000	15%	7.500	465.000
Ήπειρος 2014	200.000	5%	10.000	320.000
Νέος τουρισμός αλλοδαποί (αθλητικός/φυσιολατρικός κ.λπ.)	40.000	10%	4.000	408.000
Λευκάδα	30.000	7%	2.000	114.000
Κέρκυρα	500.000	2%	10.000	570.000
Νέος ημεδαποί (και Αστικός/συνεδριακός)	55.000	12%	6.500	663.000
Εξωτερικό πολιτιστικά & ειδικά κοινά ⁶²	2.000	100%	10.000	102.0000
Σύνολο				3.560.000

Οι υποθέσεις στις οποίες στηρίζεται το «ευνοϊκό» σενάριο είναι οι ακόλουθες:

- Πενήντα χιλιάδες επισκέπτες κρουαζιέρας κατά μέσο όρο στην Ήπειρο από το 2019 ως το 2024 (δεκαπλασιασμός σε σχέση με σήμερα μετά την ολοκλήρωση των έργων στην Ηγουμενίτσα, αλλά με πάρα πολύ χαμηλή βάση έναρξης). Συγκριτικά η επίδοση αυτή είναι ο μέσος όρος επισκεπτών κρουαζιέρας στα λιμάνια του Βόλου, του Ναυπλίου, του Λαυρίου και της Καλαμάτας το 2013. Το 15% των επισκεπτών επιλέγουν την διαδρομή (για την ακρίβεια περισσότεροι επιλέγουν τμήματά της και ο σταθμισμένος μέσος όρος των δαπανών τους αντιστοιχεί με 15%).
- Προσέλκυση επισκεπτών Ηπείρου με βάση τα στοιχεία του 2014. Περίπου 200 χιλ. επισκέπτες (σχεδόν 1 εκ. διανυκτερεύσεις με 4,4 ημέρες μέσης παραμονής), με ποσοστό προσέλκυσης το 5% των επισκεπτών.
- Προσέλκυση επισκεπτών από το νέο ημεδαπό τουρισμό στην Ήπειρο, που θα προκύψει με την αλλαγή των μεταφορικών συνθηκών και την ανάπτυξη του αστικού, εκπαιδευτικού και συνεδριακού (κυρίως ημεδαπού) τουρισμού. Ποσοστό ελκυστικότητας της διαδρομής 12% των νέων ημεδαπών επισκεπτών, πολλοί εκ των οποίων θα κάνουν την επίσκεψη λόγω της ίδιας της διαδρομής.
- Προσέλκυση επισκεπτών από το νέο αλλοδαπό τουρισμό στην Ήπειρο με βάση το ρυθμό ανάπτυξης που προαναφέρθηκε και τις συνέργειες με τον

⁶² Από την συζήτηση με την εταιρία somewhere we know, η οποία είναι η μόνη που έχει κάνει πειραματικά την σχετική διαδρομή ως εκδρομή προκύπτει ότι αυτή μπορεί άνετα να γίνεται για 6 μήνες (15-4 με 31/10) και ένα μόνο μικρό γραφείο να στέλνει ειδικά για την διαδρομή αυτή 240 τουρίστες το χρόνο.

φυσιολατρικό, αθλητικό κ.λπ. τουρισμό. **Ποσοστό ελκυστικότητας της διαδρομής 10% των νέων αλλοδαπών επισκεπτών**, που ισοδυναμεί με λιγότερο από μια ημέρα αύξηση του χαμηλού μέσου χρόνου παραμονής των αλλοδαπών επισκεπτών λόγω της διαδρομής.

- **Λευκάδα και Κέρκυρα.** Πρόβλεψη μέσου όρου επισκεπτών την περίοδο 2019-2024 με βάση το ρυθμό ανάπτυξης που προαναφέρθηκε στη Λευκάδα, αλλά με χαμηλότερο ρυθμό στην ώριμη τουριστικά Κέρκυρα. **Ποσοστά προσέλκυσης 7% στη Λευκάδα και 2% στην Κέρκυρα.**
- **Εξωτερικό πολιτιστικά & ειδικά κοινά.** Ειδικές εκδρομές που οργανώνονται για την ίδια τη διαδρομή. **Ποσοστό προσέλκυσης 100%.**

Με τις υποθέσεις της οικονομικής δαπάνης κατ' άτομο που προαναφέραμε, σε μια πιο συντηρητική εκδοχή, λόγω της γειννίας Λευκάδας και Κέρκυρας και των μικρών αποστάσεων και εύκολων μετακινήσεων μεταξύ των τμημάτων της διαδρομής, λόγω των έργων που θα έχουν ολοκληρωθεί, οι αρχικές δαπάνες που προβλέπεται να προκαλέσει η διαδρομή με βάση το ευνοϊκό σενάριο είναι **3,56 εκ. ευρώ ετησίως ή 17,8 εκ. ευρώ πρόσθετη άμεση δαπάνη για την περιφέρεια της Ηπείρου στη διάρκεια της πενταετίας 2019-2024.** Οι αναλογίες προσέλκυσης κατά κατηγορία κοινού είναι παρεμφερείς με το αρχικό συντηρητικό σενάριο.

Επιπτώσεις της Διαδρομής στο Παραγόμενο Προϊόν

Στην μελέτη της DELOITTE (DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS 2014), ο πολλαπλασιαστής των συνολικών επιπτώσεων των επενδύσεων σε έργα πολιτισμού με δαπάνες ΕΣΠΑ στην Ήπειρο είναι 1,88 από πλευράς παραγόμενου προϊόντος (που περιλαμβάνει τις άμεσες, έμμεσες και επαγωγικές ή πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις). Συνεπώς το έργο της διαδρομής προϋπολογισμού 21,2 εκ. έχει συνολικές επιπτώσεις 39,9 εκ. ευρώ στη διάρκεια της κατασκευής του. Ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δαπάνης που έχει υπολογίσει ο IOBE είναι 2,2 και θεωρείται συντηρητικός σε σχέση με την αντίστοιχη μελέτη του ΚΕΠΕ. **Με χρήση του πολλαπλασιαστή αυτού η συνολική επίδραση στο Παραγόμενο Προϊόν από τη λειτουργία της διαδρομής (που περιλαμβάνει τις άμεσες, έμμεσες και επαγωγικές ή πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις), είναι στο μεν συντηρητικό σενάριο 11 εκ. ευρώ και στο «ευνοϊκό» 39,2 εκ. ευρώ.**

Εκτιμήσεις επιπτώσεων στο Παραγόμενο Προϊόν από τη λειτουργία της διαδρομής						
	Συντηρητικό σενάριο			"Ευνοϊκό" σενάριο		
	Διάρκεια κατασκευής	Λειτουργία 2019-2024	Σύνολο επιπτώσεων	Διάρκεια κατασκευής	Λειτουργία 2019-2024	Σύνολο επιπτώσεων
Αρχική δαπάνη (εκ. ευρώ)	21,2	5		21,2	17,8	
Πολλαπλασιαστής	1,88	2,2		1,88	2,2	
Επίπτωση στο ΑΕΠ (εκ. ευρώ)	39,9	11	50,9	39,9	39,2	79,1

Οι επιπτώσεις στο παραγόμενο Προϊόν εντός της ίδιας της Ηπείρου θα είναι εκ των πραγμάτων κατά τι μικρότερες (όσο μικρότερη είναι μια περιοχή, τόσο ο μειώνεται ο αντίστοιχος πολλαπλασιαστής), σε ό,τι αφορά τις δαπάνες των επισκεπτών στη διάρκεια της λειτουργίας της διαδρομής.

Μια εναλλακτική εκτίμηση με διαφορετική μεθοδολογία, μπορεί να γίνει -με βάση την μελέτη της DELOITTE- με τον πολλαπλασιαστή των επενδύσεων σε έργα πολιτισμού που χρηματοδοτούνται από το ΕΣΠΑ, ανά περιφέρεια στη διάρκεια της πρώτης πενταετίας λειτουργίας των έργων. Ο πολλαπλασιαστής αυτός είναι για την **Ήπειρο 1,39 και εφαρμόζεται επί της αρχικής δαπάνης ΕΣΠΑ, δίνοντας ένα τελικό ποσό παραγόμενου προϊόντος στην περιφέρεια στη διάρκεια της πρώτης πενταετίας λειτουργίας ύψους 29,5 εκ ευρώ και ένα αθροιστικό ποσό των επιπτώσεων στο παραγόμενο προϊόν στην Περιφέρεια της Ηπείρου ύψους 69,3 εκ. ευρώ.** Το ποσό αυτό είναι πολύ κοντά στο «ευνοϊκό» σενάριο (79,1 εκ. ευρώ), το οποίο επιβεβαιώνει την καλή πιθανολόγηση των ανωτέρω προβλέψεων.

Σημειώνεται ότι σε σχέση με τα διεθνή παραδείγματα που αναφέραμε στο πρώτο μέρος της μελέτης οι σχετικοί πολλαπλασιαστές είναι εμφανώς χαμηλότεροι από αυτούς που καταγράφουν επιτυχημένα παραδείγματα επενδύσεων σε επενδύσεις σε μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς. **Από τη σύγκριση του παραδείγματος π.χ. από την Γαλλία με την περίπτωση της διαδρομής στην Ήπειρο (απόδοση ένα προς δεκαεννέα, σε σχέση με την απόδοση ένα προς τέσσερα περίπου, των επενδύσεων σε έργα πολιτισμού), που προαναφέρθηκαν προκύπτει ότι οι υπολογισμοί που γίνονται είναι συντηρητικοί, ακόμα και στην περίπτωση του ευνοϊκού σεναρίου.**

3. β. Πιθανολογούμενα δημόσια έσοδα και επίπτωση στην απασχόληση

Η επίπτωση της διαδρομής στην απασχόληση προκύπτει ευθέως από την χρήση των αντίστοιχων πολλαπλασιαστών που έχουν υπολογιστεί για επενδύσεις σε έργα πολιτισμού με δαπάνες ΕΣΠΑ στην περιφέρεια Ηπείρου από την μελέτη της DELOITTE (DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS 2014), για το Υπουργείο Πολιτισμού. Στη συνέχεια τα ισοδύναμα ανθρωποέτη απασχόλησης μετατρέπονται σε θέσεις εργασίας για μια πενταετία (με την υπόθεση ότι το κατασκευαστικό μέρος του έργου διαρκεί μια πενταετία).

Εκτιμήσεις επιπτώσεων στην απασχόληση από τη λειτουργία της διαδρομής				
	Συντηρητικό σενάριο		"Ευνοϊκό" σενάριο	
	Διάρκεια κατασκευής	Λειτουργία 2019-2024	Διάρκεια κατασκευής	Λειτουργία 2019-2024
Συνολική δαπάνη εκ. ευρώ	40	11	40	39
Πολλαπλασιαστής απασχόλησης μελέτης DELOITTE	15	10	15	10
Ισοδύναμα ανθρωποέτη απασχόλησης	600	110	600	392
Θέσεις εργασίας (πολλαπλασιαστής DELOITTE)	120	22	120	78
Θέσεις εργασίας (δείκτης McKinsey-2016)		37		135
Θέσεις εργασίας (δείκτης McKinsey-2021)		18		65

Η υπόθεση επί της οποίας στηρίζεται ο ανωτέρω πίνακας είναι ότι το έργο διαρκεί μια πενταετία. Είναι προφανές ότι οι δύο πενταετίες (κατασκευής και λειτουργίας) δεν συμπίπτουν, αλλά έχουν μια μερική αλληλοκάλυψη. Είναι επίσης προφανές ότι οι θέσεις εργασίας των δύο κατηγοριών δεν μπορούν να αθροιστούν, αφού οι πολλές που αφορούν την κατασκευή είναι προσωρινές ενώ οι λιγότερες που αφορούν τη λειτουργία της διαδρομής και τις επιπτώσεις της είναι μόνιμες. Οι «δείκτες McKinsey-2016 και 2020», προέρχονται από την μελέτη της εταιρίας «Ελλάδα 10 χρόνια μπροστά» και προκύπτουν από την αναλογία Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας και θέσεων απασχόλησης του τουρισμού (την αναλογία της πρόσθετης Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας και των πρόσθετων θέσεων απασχόλησης στον τουρισμό την περίοδο 2009-2016 και 2016-2021 αντίστοιχα), που προβλέπονται στην μελέτη αυτή. Αφορούν αποκλειστικά την περίοδο λειτουργίας.

Είναι ενδιαφέρον ότι οι τρεις προβλέψεις αλληλοεπικαλύπτονται, αν και η μεθοδολογία και οι μελέτες από τις οποίες προκύπτουν διαφέρουν σημαντικά (τα στοιχεία της McKinsey προκύπτουν από τους εθνικούς μέσους όρους για τον τουρισμό, ενώ της DELOITTE αφορούν την Ήπειρο και ειδικά τα έργα τουρισμού). Συνεπώς η τάξη μεγέθους των αναμενόμενων αποτελεσμάτων είναι λογική.

Σε ό,τι αφορά τα δημόσια έσοδα (έσοδα Γενικής Κυβέρνησης από φόρους και ασφαλιστικές εισφορές), που θα προκύψουν από την διαδρομή μπορεί κανείς να κάνει μόνο υπολογισμούς τάξεως μεγέθους λόγω των πολύ μεγάλων αλλαγών στους φορολογικούς συντελεστές και ασφαλιστικούς συντελεστές σε σχέση με τα έτη για τα οποία διαθέτουμε οικονομικές μελέτες. Από τον συντελεστή που προκύπτει από τις προβλέψεις του IMF γνωρίζουμε ότι το 36-37% περίπου του ΑΕΠ καταλήγει (2013-2014), στη Γενική Κυβέρνηση με τη μορφή φόρων και εισφορών. Στην περίπτωση μας στο «ευνοϊκό σενάριο» και σε ό,τι αφορά τη λειτουργία της διαδρομής και την συνολική επίπτωση στο παραγόμενο προϊόν, αυτό ισοδυναμεί **με ποσό που μπορεί να πλησιάζει τα 3 εκ. ευρώ ετησίως (φόροι και ασφαλιστικές εισφορές)**. Από την μελέτη της McKinsey (2011), που καλύπτει **μόνο το φόρο στις επιχειρήσεις, φόρο εισοδήματος φυσικών προσώπων και έσοδα από ΦΠΑ** (δεν καλύπτει δηλαδή ασφαλιστικές εισφορές δασμούς κ.λπ.) και υπολογίζει το ετήσιο δημοσιονομικό όφελος από την αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας στον κλάδο του τουρισμού μεταξύ 2009 και 2021, προκύπτουν **έσοδα από αυτές τις κατηγορίες φόρων για το «ευνοϊκό σενάριο» ύψους που προσεγγίζει τα 1,3 εκ. ευρώ ετησίως**. Επαναλαμβάνουμε όμως ότι οι προβλέψεις αυτές προέρχονται από ουσιαστικά διαφορετική οικονομική περίοδο (προ κρίσης στην ουσία) και με συντελεστές που δεν ισχύουν πλέον. Έχουν αποκλειστικά και μόνο ενδεικτική αξία.

4. Γεωγραφική και κλαδική εξειδίκευση των πιθανολογούμενων οικονομικών επιπτώσεων

4. α. Επίπεδο περιφερειακών ενότητων

Οι επιπτώσεις στο παραγόμενο προϊόν ανά περιφερειακή ενότητα, με βάση τους πολλαπλασιαστές της DELOITTE είναι η ακόλουθη.

Εκτιμήσεις επιπτώσεων στο Παραγόμενο Προϊόν από την κατασκευή και λειτουργία της διαδρομής κατά νομό				
	Αρχική δαπάνη κατασκευής	Επίπτωση δαπάνης κατασκευής	Επίπτωση δαπάνης λειτουργίας	Συνολικές επιπτώσεις
Σύνολο	21,2	39,9	29,5	69,4
NΟΜΟΣ ΑΡΤΗΣ	0,3	0,6	0,4	1
NΟΜΟΣ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	2,2	4,2	3,1	7,3
NΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	13,8	25,9	19,2	45,1
NΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	4,9	9,2	6,8	16
Πολλαπλασιαστής από μελέτη DELOITTE		1,88	1,39	

Από την φύση της διαδρομής αναμένεται όμως ότι η συνεισφορά της στο εσωτερικό του νομού θα είναι περισσότερο αναλογική με την ανάπτυξη του τουρισμού στους επί μέρους νομούς της Ηπείρου, αντίστοιχη με αυτή που παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί, στον οποίο ο νομός Ιωαννίνων έχει μεν την πρωτοκαθεδρία, αλλά υπάρχει ικανοποιητική παρουσία των νομών Πρέβεζας και Θεσπρωτίας. Κάτι τέτοιο αναμένεται και στην περίπτωση των εσόδων από τη διαδρομή, λόγω της παρουσίας δύο αξιόλογων χώρων στην Πρέβεζα (καθώς και της γειτνίασης με το αεροδρόμιο του Ακτίου και την Λευκάδα), αλλά και της σημασίας της κρουαζιέρας στο λιμάνι της Ηγουμενίτσας και της γειτνίασης της Κέρκυρας.

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ
ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

	ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΣΑΝ (2014)	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΩΝ (2014)
ΗΠΕΙΡΟΣ	16.675	937854
ΝΟΜΟΣ ΑΡΤΗΣ	747	49501
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	5.701	139695
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	5.586	477517
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	4.641	271141

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Επίσης η διάχυση των εσόδων και ευρύτερων επιπτώσεων της διαδρομής, την οποία δεν μπορούν να καταγράψουν οι μεθοδολογίες που χρησιμοποιήθηκαν, αναμένεται να είναι μεγαλύτερη και να αφορά περισσότερο ομοιόμορφα όλους τους νομούς, περιλαμβανόμενου και του νομού Άρτας. Ιδίως σε ό,τι αφορά τον αστικό τουρισμό.

4. β. Εντοπισμός ωφελούμενων κλάδων και επιχειρήσεων

Σε ό,τι αφορά την κατανομή του Παραγόμενου Προϊόντος κατά κλάδους οι άμεσες σχετικές επιδράσεις, στους κλάδους που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, μπορούν να πιθανολογηθούν με βάση την σχετική κατανομή που προκύπτει από την μελέτη του IOBE το 2012. Στον παρακάτω πίνακα επιχειρείται μια πρώτη προσέγγιση για το συντηρητικό και το «ευνοϊκό» σενάριο.

Εκτίμηση της άμεσης επίδρασης της διαδρομής στους συναφείς με τον τουρισμό κλάδους οικονομικής δραστηριότητας (πρώτη πενταετία λειτουργίας)*			
	%	Συντηρητικό Σενάριο	«Ευνοϊκό» Σενάριο
Καταλύματα	45,30%	2.265.000	8.063.400
Ενοικίαση αυτ/των	1,80%	90.000	320.400
Ταξ. Γραφεία	3,70%	185.000	658.600
Συνέδρια	1%	50.000	178.000
Πολιτιστικές, Ψυχαγωγικές, Αθλητικές δραστηριότητες	3,80%	190.000	676.400
Εστίαση	18,00%	900.000	3.204.000
Εναέριες μεταφορές	5,40%	270.000	961.200
Οδικές μεταφορές	7,10%	355.000	1.263.800
Θαλάσσιες μεταφορές	9,00%	450.000	1.602.000
Εμπόριο	4,90%	245.000	872.200

* Ως ποσοστό του Παραγόμενου Προϊόντος
Υπολογισμός με βάση ποσοστά που ίσχυαν στην εθνική οικονομία το 2010 όπως αναφέρονται στη μελέτη του IOBE του 2012

Με δεδομένη την ισχυρή παρουσία του τομέα της εστίασης στην Ήπειρο, αφού «συνολικά, στην Περιφέρεια καταγράφονται 4.573 επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα με συνολικό τζίρο 261 εκ.)... Από αυτές η συντριπτική τους πλειοψηφία (περίπου 8 στις 10) αφορά επιχειρήσεις εστίασης...»⁶³, ενώ και σε επίπεδο κύκλου εργασιών το μερίδιο της εστίασης στην Ήπειρο είναι 76% του αθροίσματος του κύκλου εργασιών καταλυμάτων και εστίασης (έναντι 60% στο σύνολο της χώρας), αλλά και την ευνοϊκή για την εστίαση δομή της διαδρομής, που οδηγεί τους επισκέπτες εκτός των οργανωμένων καταλυμάτων σε σχέση με τις ανάγκες εστίασης, εκτιμάται ότι το μερίδιο της εστίασης θα είναι μεγαλύτερο από αυτό που καταγράφεται με βάση τα εθνικά ποσοστά.

⁶³ Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια Ηπείρου.
<https://www.espa.gr/el/pages/staticRIS3.aspx>

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ
ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Άλλωστε τα εθνικά ποσοστά επηρεάζονται περισσότερο από «ώριμες» περιοχές με πολύ ισχυρή παρουσία μονάδων all inclusive. Ιδίως αν υπάρχει και η αντίστοιχη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών που μπορεί να προκύψει από ένα τοπικό σύμφωνο ποιότητας.

	Ήπειρος (2008)		Σύνολο Χώρας (2013)
	Αρ. επιχ.	Κύκλος εργασιών (εκ. ευρώ)	Κύκλος εργασιών (εκ. ευρώ)
Δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης	3.853	201	5190
Καταλύματα	720	61	3457

Πηγή: Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης Ηπείρου/ΕΛΣΤΑΤ

Επίσης πολύ μεγαλύτερο από το μερίδιο το εθνικού μέσου όρου αναμένεται να είναι το μερίδιο των χερσαίων μεταφορών, αφού η δομή της διαδρομής απαιτεί χερσαίες μετακινήσεις, είτε αυτή αποτελεί ένα ενιαίο σύνολο, είτε πωλείται σε τμήματα «modules», σε συνδυασμό με άλλα είδη θεματικού τουρισμού. Αντίθετα οι θαλάσσιες μεταφορές, που αφορούν μόνο το μέρος των προελεύσεων από την Κέρκυρα και μικρό μέρος της κρουαζιέρας, δεν μπορεί να έχουν τα έσοδα που προκύπτουν από τον εθνικό μέσο όρο, που περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό μετακινήσεων προς και από τη νησιωτική Ελλάδα. Όπως προκύπτει και από τον ανωτέρω πίνακα το σχετικό μερίδιο των χερσαίων σε σχέση με τις πλωτές μεταφορές είναι ούτως ή άλλως κατά 13 μονάδες μεγαλύτερο στην Ήπειρο σε σχέση με τον εθνικό μέσο όρο.

Περιγραφή Κλάδων	Ήπειρος (εκ. ευρώ) 2008	%	Σύνολο χώρας (εκ. ευρώ) 2013	%
Χερσαίες μεταφορές και μεταφορές μέσω αγωγών	164	89%	5.021	76%
Πλωτές μεταφορές	20	11%	1.567	24%
Σύνολο χερσαίων και πλωτών	184		6.588	

Πηγή: Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης Ηπείρου/ΕΛΣΤΑΤ

Υψηλό ποσοστό, αλλά όχι ανάλογο του εθνικού μέσου όρου αναμένεται να έχουν τα καταλύματα, αφού σημαντικό μέρος των εσόδων θα προέρχεται από ημερήσιες εκδρομές στη διαδρομή. Παρόλα αυτά η πολύ χαμηλή μέση πληρότητα της Ηπείρου σε σχέση με τον εθνικό μέσο όρο, που παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί, σημαίνει ότι τα καταλύματα έχουν να αποκομίσουν πολύ σημαντικά οφέλη από την ανάπτυξη της διαδρομής. Η πληρότητα των καταλυμάτων στη χώρα (37% το 2010-12), είναι σχεδόν διπλάσια από την πληρότητα των καταλυμάτων στην Ήπειρο (23% την ίδια περίοδο). Μάλιστα το φαινόμενο αυτό παρατηρείται και κατά τη διάρκεια των μηνών κορύφωσης της τουριστικής κίνησης, δηλαδή κατά τη διάρκεια του Ιουλίου (50% πληρότητα στην Ήπειρο και 68% στο σύνολο της χώρας) και του Αυγούστου (53% πληρότητα στην Ήπειρο και 72% στο σύνολο της χώρας).

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ
ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Τι σημαίνει η τεράστια αυτή διαφορά στην πληρότητα. Σημαίνει ότι σε αντίθεση με τις περιοχές της χώρας που παρουσιάζουν υψηλά επίπεδα και ωριμότητα τουριστικής ανάπτυξης, η Ήπειρος μπορεί να αναπτυχθεί στην πρώτη φάση τουριστικά χωρίς υψηλές επενδύσεις παγίου κεφαλαίου, μέχρι να φτάσει τουλάχιστον στα επίπεδα πληρότητας του εθνικού μέσου όρου ή και των αναπτυγμένων και ώριμων τουριστικά περιοχών. Προϊόντα όπως η διαδρομή των θεάτρων που θα αυξήσουν την πληρότητα θα έχουν πολύ σημαντικότερα οφέλη για τα καταλύματα της περιφέρειας από αυτά που προκύπτουν από τα άμεσα έσοδα των καταλυμάτων που υπολογίστηκαν, αφού δεν θα απαιτήσουν σημαντικές νέες επενδύσεις παγίου κεφαλαίου από πλευράς αριθμού κλινών για να πραγματοποιηθούν. Στην πρώτη φάση τουλάχιστον όταν θα εξυπηρετούνται μόνο μέσω της αύξησης της πληρότητας. Θα απαιτήσουν όμως σε πολλές περιπτώσεις βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος των καταλυμάτων, για να ανατροφοδοτηθεί η αναπτυξιακή δυναμική, την οποία ελπίζεται να δημιουργήσουν.

	ΗΠΕΙΡΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ
ΜΗΝΑΣ	ΜΕΣΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΙΝΩΝ (%) 2010-12	ΜΕΣΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΙΝΩΝ (%) 2010-12
Ιανουάριος	14%	20%
Φεβρουάριος	13%	21%
Μάρτιος	17%	22%
Απρίλιος	18%	22%
Μάιος	15%	38%
Ιούνιος	24%	56%
Ιούλιος	50%	68%
Αύγουστος	53%	72%
Σεπτέμβριος	24%	58%
Οκτώβριος	14%	30%
Νοέμβριος	18%	18%
Δεκέμβριος	16%	20%
ΣΥΝΟΛΟ	23%	37,0%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, επεξεργασία μελετητή

Σε ό,τι αφορά τώρα τις συγκεκριμένες επιχειρήσεις, υπάρχουν τρία επίπεδα επωφελούμενων επιχειρήσεων.

- **Άμεσα επωφελούμενες μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.** Κυρίως στο χώρο της εστίασης, των καταλυμάτων, των χερσαίων μεταφορών, των ενθυμημάτων/αργυροχρυσοχοϊας κ.λπ., της ενοικίασης αυτοκινήτων, των τουριστικών γραφείων και του πολιτισμού της ψυχαγωγίας και του αθλητισμού. Ιδίως στο χώρο της εστίασης οι άμεσα επωφελούμενες θα είναι **περισσότερο γεωγραφικά συγκεντρωμένες.** Αντίθετα από πλευράς καταλυμάτων αυτά που απευθύνονται σε υψηλότερα εισοδήματα (καταλύματα των 5 & 4 αστέρων), καθώς κι αυτά που μπορούν να καλύψουν καλύτερα ανάγκες συνεδριακού τουρισμού (ξενοδοχεία των 5 αστέρων κυρίως στα Ιωάννινα), θα αποκομίσουν αυξημένα αναλογικά οφέλη.
- **Άμεσα επωφελούμενες μεγάλες επιχειρήσεις κυρίως στο μεταφορικό τομέα, τα δύο αεροδρόμια (Ακτίου που είναι πλέον ιδιωτικό και Ιωαννίνων), η Ιονία (ιδιωτική) & Εγνατία Οδός και Οργανισμός Λιμένας Ηγουμενίτσας.**
- **Έμμεσα επωφελούμενες μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις της Ηπείρου, ιδίως επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών,** που εκτός από τις έμμεσες και πολλαπλασιαστικές ωφέλειες θα έχουν και πλεονεκτήματα από πλευράς βελτίωσης της εικόνας τους σε εθνικό (αλλά όχι μόνο), επίπεδο από την επιτυχία της διαδρομής.

Από την μελέτη των στοιχείων πωλήσεων και βασικών στρατηγικών μάρκετινγκ των 30 μεγαλύτερων επιχειρήσεων της Ηπείρου από πλευράς πωλήσεων το 2012-13, προκύπτει ότι από όσες από αυτές έχουν ισχυρές μάρκες -και είναι αρκετές τουλάχιστον πέντε και ενδεχομένως οκτώ έως δέκα από τις πιο μεγάλες- ανήκουν στην τρίτη κατηγορία των δυνητικά εμμέσως ωφελούμενων από την ανάπτυξη και επιτυχία της διαδρομής. Πρόκειται για μεγάλες εταιρίες εμφιάλωσης νερού, πτηνοτροφικές, γαλακτοκομικές, κρεατοπαραγωγικές, ιχθυοκαλλιεργειών κ.λπ.

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ
ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Επίσης οφέλη από τη διαδρομή μπορεί να αποκομίσει και το Πανεπιστήμιο της Ηπείρου και ιδίως το φιλοσοφικό τμήμα, εφόσον υπάρξει συνεργασία μαζί του για την καλύτερη υποστήριξη της διαδρομής από πλευράς ερευνητικής (ιστορική, θεατρική και αρχαιολογική διάσταση). Η φιλοσοφική σχολή του Πανεπιστημίου έχει όλες τις σχετικές δυνατότητες όπως προκύπτει και από τον αριθμό μεταπτυχιακών σπουδαστών και διδακτορικών.

Παν. Ιωαννίνων (Ακαδημαϊκό Έτος 2012-13)	Σύνολο Μεταπτυχιακών Σπουδαστών	Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης	Διδακτορικό
Φιλοσοφική	794	469	325
Φιλολογίας	112	69	43
Ιστορίας & Αρχαιολογίας	443	262	181
Φιλοσοφίας, Παιδαγωγικής & Ψυχολογίας	239	138	101

Πηγή: Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια Ηπείρου

5. Εμπειρίες από την ανάπτυξη τοπικών συμφώνων ποιότητας σε άλλες περιοχές

5. α. Καλές πρακτικές και πρώτα πρακτικά αποτελέσματα

Η πορεία των Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας στη χώρα μας δεν χαρακτηρίζεται από επιτυχία. Όπως ευγενικά αναφέρει το Ινστιτούτο ΙΜΕ της ΓΕΣΕΒΕ «**Αν και στο LEADER (2000-6) κατοχυρώθηκαν 19 νέα Τοπικά Σύμφωνα σήμερα δε διακρίνουμε ενεργή εντατική δράση των Τοπικών Συμφώνων.**»⁶⁴

Πράγματι η καταγραφή διαφόρων Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας που δημιουργήθηκαν στη διάρκεια της τελευταία δεκαπενταετίας δεν συνοδεύεται από σημαντικές επιτυχίες. Από τα σύμφωνα ποιότητας ή παρεμφερή επιχειρηματικά δίκτυα που καταγράφονται στην μελέτη αυτή της ΙΜΕ ΓΕΣΕΒΕ και παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί (είχαν πάντως εμφανιστεί ήδη στο δεύτερο Πανελλήνιο Συνέδριο Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας & Δικτύων Αγροτουρισμού το 2008), **η πλειοψηφία στην καλύτερη περίπτωση σήμερα υπολειτουργεί ή έχει σταματήσει να λειτουργεί** (αν λειτούργησαν ποτέ ουσιαστικά). Για κάποια γνωρίζουμε και θεσμικά ότι έχουν πάψει να υπάρχουν, ενώ άλλα δεν έχουν καν ιστοσελίδα (τι νόημα έχει να υπάρχει ένα Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας χωρίς ιστοσελίδα στην σημερινή εποχή;).

Τα αίτια της αποτυχίας ή της διακοπής της λειτουργίας είναι εμφανή. Θα αναφέρουμε μόνο δύο χαρακτηριστικά παραδείγματα. Το «Δίκτυο Ανάπτυξης και Ποιότητας Τουριστικών Επιχειρήσεων Κερκίνης», το οποίο λειτούργησε στην περιοχή της ομώνυμης λίμνης και δεν υπάρχει πια αφού «**...είχε συγκεκριμένη χρονική διάρκεια, δημιουργήθηκε υπό την αιγίδα της Αναπτυξιακής Εταιρείας στα πλαίσια κοινοτικού προγράμματος από όπου και χρηματοδοτήθηκε**»⁶⁵. Η λήξη της χρηματοδότησης είναι βέβαια μια προβλέψιμη πραγματικότητα και η μεγαλύτερη δυσκολία στην ανάπτυξη ενός τοπικού δικτύου. Ένα άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το Τοπικό Δίκτυο Αιτωλίας, στο οποίο η τοπική Αναπτυξιακή Εταιρεία παραπέμπει σε μια ιστοσελίδα (εξαιρετικής ποιότητας, υψηλών προδιαγραφών αισθητικής και-θα υπέθετε κανείς κόστους), στην οποία προβάλλεται μια! μόνο επιχείρηση.

Υπάρχουν βεβαίως και **αρκετά δίκτυα που είναι ενεργά και αναπτύσσονται** όπως είναι π.χ. «Το Δίκτυο Επιχειρήσεων Χαλκιδικής Α.Ε.», που δημιουργήθηκε 2004 από 27 επιχειρήσεις και έχει ξεπεράσει σήμερα τις 100, ή το δίκτυο στον Πάρνωνα ή πιθανώς και αυτό της Κοζάνης.

⁶⁴ Παλησίδης Γεώργιος, Μπόσκου Γεώργιος. ΙΜΕ ΓΕΣΕΒΕ Νέα Διατροφικά Πρότυπα. 2012

⁶⁵ ΤΙΛΚΙΤΣΙΑΝ ΜΑΡΙΑΝΝΑ. ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΛΙΜΝΗΣ ΚΕΡΚΙΝΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ. 2015

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ
ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Αντίθετα τα δίκτυα ευρύτερου σκοπού, τα οποία δεν έγιναν με στόχο (ή με αποκλειστικό στόχο), την προώθηση ενός τοπικού συμφώνου ποιότητας είχαν καλύτερη τύχη όπως για παράδειγμα οι Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδας, που έχει ευρύτατη συμμετοχή, μακρά διαδρομή και διαρκή παρουσία (όχι όμως και αντίστοιχη ανάπτυξη σε θέματα τουρισμού) και το Δίκτυο Οινοποιών Νομού Ηρακλείου, που είναι επίσης ιδιαίτερα δραστήριο πολλά χρόνια μετά την ίδρυσή του το 2007 και με συνδρομή και στην παροχή ενός καλύτερου τουριστικού προϊόντος στην Κρήτη.

Δίκτυα επιχειρηματικών συνεργασιών σε θέματα πιστοποίησης ποιότητας/τουρισμού που έχουν καταγραφεί από το ΙΜΕ ΓΕΣΕΒΕ	
Κερκίνης-ΟΙΚΟΞΕΝΙΑ	ΤΣΠ Νομού Γρεβενών ΓΕΦΥΡΙΑ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ
ΤΣΠ Ψηλορείτης-Κρήτη	Γεωγραφικό Δίκτυο Ποιότητας ΒΕΡΓΙΝΑ
Δίκτυο Οινοποιών Νομού Ηρακλείου	Τοπικό Σύμφωνο Παράδοσης & Ποιότητας Νομού Ξάνθης
ΤΣΠ Δυτικής Κρήτης	Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδας
Τοπικός Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Αγροτικής Ανάπτυξης Νομού Ημαθίας (ΗΜΑΘΙΑ ΠΟΙΟΤΗΣΙmathiaQuality-IQ)	Νομού Κοζάνης ΞΕΝΙΟΣ ΔΙΑΣ
Δίκτυο Συνεργαζομένων Τουριστικών Επιχειρήσεων & Πολιτιστικών Φορέων Νομού Πέλλας STEPFOR+	Δίκτυο Ευρωπαϊκών Χωριών EUROVILLAGES
Δίκτυο για Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη (Network for Sustainable Tourism)-NEST	Δίκτυο Επιχειρήσεων Τουρισμού Ιωαννίνων
ΑΜΚΕ ΘΡΟΝΟΣ στον Όλυμπο Πιερίας	Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Βόρειας Πελοποννήσου
ΤΣΠ Τουρισμού Ορεινής Άρτας ΤΖΟΥΜΕΡΚΑ	Τοπικό Σύμφωνο Αειφορίας Πέλλας
Μονοπάτια Πολιτισμών της Ευρωπεριφέρειας BelasicaΚιλκίς	ΤΣΠ Λίμνης Πλαστήρα Δίκτυο Ποιότητας Αχαιών
Δίκτυο Αναπτυξιακών Εταιριών Νησιώτικης Ελλάδας ΝΗΣΩΝ ΠΕΡΙΠΛΟΥΣ ⁶⁶	ΤΣΠ Τουρισμού Φλώρινας
Σύμφωνο Τοπικής Παραδοσιακής Γαστρονομίας Ποιότητας στο Νομό Τρικάλων-ΤΡΙΚΑΛΙΝΗ ΓΕΥΣΗ	Δίκτυο Επιχειρήσεων Τουρισμού Δράμας -ΕΚΣΤΑΣΗ
Δίκτυο Χαλκιδικής ΑΕ	ΤΣΠ Σαντορίνης
Δίκτυο Χιακής Φιλοξενίας	ΤΣΠ Αγροτουρισμού Αράχωβας
Ομάδα Πρωτοβουλίας ΡΟΔΟΠΗΣ	Εταιρεία Οικοτουρισμού Βιτσιού
ΤΣΠ Χίου	ΤΣΠ ΠΑΡΝΩΝ
Εταιρεία Λιμναίου Τουρισμού Βεγορίτιδας-Πετρών	Παγκρήτιος Σύνδεσμος Εναλλακτικού Τουρισμού

Πηγή: ΙΜΕ ΓΕΣΕΒΕ

⁶⁶ Πρόκειται για δίκτυο αποκλειστικά αναπτυξιακών εταιριών χωρίς συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα.

Επίσης με επάρκεια λειτουργούν και κάποια δίκτυα που έχουν ως βάση την πρωτοβουλία ενός ισχυρού φορέα Τοπικής Αυτοδιοίκησης, όπως είναι η **Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Κρήτης**, η οποία παρουσιάζει, αντίθετα από την πλειοψηφία των περιπτώσεων που παρουσιάσαμε, μια εξαιρετικά οργανωμένη προσπάθεια. «Η «Αγροδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης», είναι... εξειδικευμένος φορέας, και ... βασικό εργαλείο υλοποίησης του ...σχεδιασμού ...του Αγροδιατροφικού τομέα στο νησί. ... βασικός εταίρος... η Περιφέρεια Κρήτης... συμμετέχουν επίσης ιδιωτικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον αγροδιατροφικό τομέα της Κρήτης, επιμελητήρια, ομάδες παραγωγών και ενώσεις αγροτικών συνεταιρισμών.»⁶⁷

Η Σύμπραξη, έχει μια σειρά από δραστηριότητες που περιλαμβάνουν προβολή και marketing, αλλά προσφέρει ουσιαστικές υπηρεσίες και σε θέματα πιστοποίησης (προδιαγραφές για την πιστοποίηση των προϊόντων που περιλαμβάνονται στο καλάθι της Περιφέρειας με το εμπορικό σήμα «ΚΡΗΤΗ», Σήμα Ποιότητας Κρητικής κουζίνας και του Σήματος Ποιότητας Επισκέψιμα Οινοποιεία). Τα σχετικά σχήματα έχουν υψηλής ποιότητας και αναλυτικές προδιαγραφές, που έχουν ως βάση τους τα αντίστοιχα κοινοτικά προγράμματα, όμως **ο αριθμός των επιχειρήσεων που συμμετέχουν είναι αναλογικά για την ώρα περιορισμένος. Για παράδειγμα στο “Σήμα Ποιότητας Κρητικής Κουζίνας”, συμμετέχουν από όλη την Κρήτη 22 εστιατόρια.**

Αντίστοιχες προσπάθειες κάνουν και άλλες περιφέρειες, όπως αυτή του Βορείου Αιγαίου, η οποία πρόσφατα ξεκίνησε την Αγροδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου⁶⁸, χωρίς όμως να είναι ακόμα σαφές το τελικό αποτέλεσμα.

Η δυσκολία της δικτύωσης επιχειρήσεων, στο πλαίσιο της πιστοποίησης φαίνεται και από ένα πρόσφατο έργο που υλοποίησε με επιτυχία η Περιφέρεια Ηπείρου / Περιφερειακή Ενότητα Ιωαννίνων, το «**Mediterranean Life Style – MedLS**» στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Προγράμματος Διασυνοριακής Συνεργασίας «Ελλάδα – Ιταλία 2007-2013» που ολοκληρώθηκε το Σεπτέμβριο του 2015. Βασική ομάδα στόχου ήταν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Π.Ε. Ιωαννίνων που ενημερώθηκαν συστηματικά για το έργο και τις ευκαιρίες που προσφέρει και ενθαρρύνθηκαν να ενταχθούν στο δίκτυο που συστάθηκε στο πλαίσιο του έργου με την κοινή επωνυμία «MedLS», για την προβολή και ανάδειξη των παραδοσιακών αγροδιατροφικών προϊόντων.

Τοπικές επιχειρήσεις συμμετείχαν στις δράσεις που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο του έργου από την Περιφέρεια Ηπείρου, όπως η συμμετοχή στις διεθνείς εκθέσεις (π.χ. Food Expo, Fiera del Levante στην Ιταλία κ.λπ.). **Τελικά ο αριθμός των επιχειρήσεων αυτών που -μετά από επιτυχή αξιολόγηση- εντάχθηκαν στο δίκτυο ήταν επτά**, οι οποίες θα έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν το κοινό σήμα ποιότητας του δικτύου MedLS, και να επωφεληθούν από τις κοινές δράσεις του δικτύου. Το δίκτυο παραμένει ανοικτό και μετά τη λήξη του έργου για την ένταξη και άλλων επιχειρήσεων που θα καλύπτουν τις σχετικές προδιαγραφές.

⁶⁷ http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=6689&lang=el

⁶⁸ <http://nisia-vaigaiou.gr/>

Το πιο ενδιαφέρον πάντως παράδειγμα Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας, το οποίο σημείωσε πραγματική επιτυχία και άφησε σοβαρό αναπτυξιακό αποτύπωμα είναι αυτό της **Λίμνης Πλαστήρα**, στο οποίο θα αφιερώσουμε μια κάπως πιο εκτεταμένη αναφορά, αφού δεν αναφέρεται σε αναπτυγμένη τουριστικά περιοχή (όπως η Κρήτη ή η Χαλκιδική), αλλά σε μια περιοχή ορεινή και απομονωμένη, που συνορεύει με την Ήπειρο και έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά.

Η περίπτωση της λίμνης Πλαστήρα

Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 80 κανείς δεν μιλούσε για τη Λίμνη Πλαστήρα .

Από το 1953 , οπότε άρχισε να υψώνεται το τεχνητό φράγμα του Ταυρωπού για να εκτρέψει τα νερά του Αχελώου προς τον θεσσαλικό κάμπο, η περιοχή της λίμνης ήταν ένας άγνωστος τόπος, ένας ταμιευτήρας νερού, συνολικής επιφάνειας 25 τετραγωνικών χιλιομέτρων, χαμένος στον υψηλού φυσικού κάλλους ορεινό όγκο των Αγραφών, που είχε αξία όχι για την ίδια την περιοχή, αλλά για τον κάμπο.

Με 14 κοινότητες (σε σύνολο 139 του νομού Καρδίτσας), ορεινή διαμόρφωση του εδάφους, ανεπαρκές συγκοινωνιακό δίκτυο, με τη συντριπτική πλειονότητα των κατοίκων να υποαπασχολείται στον πρωτογενή τομέα, καθώς ο κύριος κορμός πάνω στον οποίο είχε δομηθεί η τοπική γεωργική και κτηνοτροφική δραστηριότητα είχε πλέον καλυφθεί από τα νερά της λίμνης, η παραλίμνια περιοχή φαινόταν να είναι καταδικασμένη στην προελαύνουσα δημογραφική συρρίκνωσή της.

Το 1984, όμως, η Νομαρχία Καρδίτσας αναθέτει στο Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών (ΚΕΠΕ) μελέτη στην οποία αποτυπώνεται, για πρώτη φορά, ένα εναλλακτικό για το μέλλον της περιοχής, αναπτυξιακό σχέδιο, με άξονα την ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού, την ενίσχυση της τοπικής παραγωγής, την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και ως κίνητρο προσέλκυσης τουριστών ειδικών προδιαγραφών.

Η πρώτη αυτή μελέτη αποτέλεσε την αναγκαία βάση για να ευδοκιμήσουν στη συνέχεια πρωτοβουλίες που αναλήφθηκαν από την τοπική αυτοδιοίκηση και την τοπική κοινωνία, οι οποίες, γεγονός είναι, ότι αναπτύχθηκαν σε ένα περιβάλλον ισχυρών κοινοτικών και εθνικών ενισχύσεων, που ευνόησαν και υποστήριξαν σχεδιασμούς που διακρίνονταν για την καινοτομία των ιδεών που εισήγαγαν στο τοπικό σχέδιο, την άμεση συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, την τήρηση κανόνων και προδιαγραφών, και την εφαρμογή τους σε προκαθορισμένα χρονικά διαστήματα.

Στην περίπτωση στις Λίμνης Πλαστήρα, **με πρωτοβουλία της αυτοδιοίκησης και του Αναπτυξιακού Συνδέσμου κατασκευάστηκαν οι πρώτοι έξι κοινοτικοί ξενώνες με χρηματοδότηση από τον Αναπτυξιακό Νόμο 1262 ενώ μέσα από τα ΜΟΠ υλοποιήθηκαν και τα πρώτα έργα υποδομής (οδικά και παρεμβάσεις ανάπλασης).**

Την πορεία ανάπτυξης καθόρισε δραστικά μια ακόμη πρωτοβουλία της τοπικής αυτοδιοίκησης, το 1989: η Τοπική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων Καρδίτσας, οι τέσσερις Δήμοι και η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών ίδρυσαν την **Αναπτυξιακή Καρδίτσας** (ΑΝ.ΚΑ. ΑΕ), η οποία και ανέλαβε τον επιχειρησιακό σχεδιασμό της ανάπτυξης του νομού και την αναζήτηση πόρων μέσα από ολοκληρωμένες προτάσεις που κατέθετε, ενώ την ίδια στιγμή είχε αναλάβει την διαβούλευση, ενημέρωση, παρακίνηση και υποστήριξη της τοπικής κοινωνίας στο να κατανοήσει και να συμμετάσχει με συγκεκριμένους όρους και προδιαγραφές στο εγχείρημα.

Στο πλαίσιο αυτό μέσω του προγράμματος Life οργανώθηκε και εφαρμόστηκε το σχέδιο της οικοτουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, με πρώτο δημιούργημα **το Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης και Έρευνας, Δομής** που προσέλκυσε για πρώτη φορά μαζικά επισκέπτες (κυρίως σχολεία και εξειδικευμένα τμήματα ΑΕΙ και ΤΕΙ) στην περιοχή. Με το NOW οργανώθηκε **ο πρώτος Συνεταιρισμός Γυναικών Λίμνης Πλαστήρα** που παρήγαγε γλυκά κουταλιού, για να ακολουθήσουν στη συνέχεια άλλοι έξι (ζυμαρικά, τουρισία, παραδοσιακές φορεσιές κλπ).

Η κύρια όμως ενθάρρυνση, οργάνωση και ανάπτυξη του αγροτουρισμού και του οικοτουρισμού ως νέων οικονομικών δραστηριοτήτων στην περιοχή έρχονται μέσω του Leader II που σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε από την ΑΝ.ΚΑ και στο πλαίσιο της οποίας, για πρώτη φορά στη χώρα, **ιδρύθηκε και λειτούργησε το «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας»**, στο οποίο συμμετείχαν περίπου 30 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνταν στον Τουριστικό κλάδο, δεσμευόμενες στην εισαγωγή και τήρηση της ποιότητας στις τοπικά παρεχόμενες υπηρεσίες (διαμονής, εστίασης, μεταποίησης, παροχής εναλλακτικών δραστηριοτήτων κλπ).

Το «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας» (ΤΠΣ), δεν ήταν τίποτα άλλο από ένα σύνολο κανόνων που λειτουργούσαν/η και συμπλήρωναν το θεσμικό πλαίσιο της Πολιτείας, θεσπίζοντας με πρωτοβουλία των συμμετεχόντων σ' αυτό ορίζοντας ειδικότερες προδιαγραφές που βελτιώναν την ποιότητα των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών στην περιοχή. Όσοι συμμετείχαν στο ΤΠΣ δε λειτουργούσαν σαν συνδικαλιστική ομάδα, αλλά σαν μέλη μιας αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας που είχε ως ειδικότερους σκοπούς:

- Τη διατήρηση, προστασία και ανάδειξη του ανθρωπογενούς και φυσικού περιβάλλοντος
- Τη διαφύλαξη και ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής
- Την εφαρμογή υψηλών προδιαγραφών στις τουριστικές υπηρεσίες

Οι κανόνες του ΤΣΠ ομαδοποιήθηκαν σε τέσσερα «παραρτήματα»:

1. **Την τήρηση αισθητικών προτύπων** (αδρανή υλικά για την κατασκευή αρχιτεκτονικών στοιχείων του περιβάλλοντος χώρου –φράκτες, μάντρες, βρύσες, πλακόστρωτα- περίπτερα πώλησης προϊόντων, πινακίδες προβολής, γλώσσα, σύμβολα, φωτισμός, τύπος και υλικά τραπεζοκαθισμάτων, υφασμάτινα τραπεζομάντηλα κλπ).

2. **Διαχείριση παραπόνων πελατών-επισκεπτών** (τοποθετούνται κουτιά παραπόνων σε κάθε επιχείρηση και συλλέγονται κάθε 15 ημέρες για αξιολόγηση από την αρμόδια επιτροπή, που μόνον αυτή έχει τα κλειδιά).

3. **Γαστρονομική κληρονομιά** (κάθε συμβεβλημένη επιχείρηση εστίασης δεσμεύεται να προσφέρει συγκεκριμένη ποικιλία τοπικών φαγητών, γλυκισμάτων και ποτών που αποτελούν στοιχεία γαστρονομικής κληρονομιάς, με αποκλειστική χρήση τοπικών προϊόντων από κατάλογο προμηθευτών που συντάσσεται μετά από πρόσκληση στον τοπικό τύπο).

4. **Διαχείριση τιμών** (υποχρεωτική ανάρτηση κοινής εμφάνισης τιμοκαταλόγων σε εμφανή σημεία πέραν των τραπεζιών)

Η λογική του ΤΣΠ, στηριζόταν στην δημιουργία οικονομιών κλίμακας και στον αυτοέλεγχο σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας. Ήταν μια συλλογική εταιρική σχέση και όχι μονομερής, ιδιωτική υπόθεση κάθε επιχείρησης, ένα συνδυασμός επιχειρηματικής και κοινωνικής έκφρασης της αναπτυξιακής προσπάθειας που καταβαλλόταν στη συγκεκριμένη περιοχή.

Στην παραλίμνια περιοχή σημειώθηκε μια «έκρηξη» και το παράδειγμα της μεταφέρθηκε τα αμέσως επόμενα χρόνια ως παράδειγμα «καλής πρακτικής» σε άλλες περιοχές της χώρας στις οποίες προετοιμάστηκαν αντίστοιχα σχήματα.

Το τοπικό κεφάλαιο κινητοποιήθηκε και δημιουργήθηκαν όροι προσέλκυσης επενδυτών ακόμη και από άλλους Νομούς. Ο χώρος των καταλυμάτων γνώρισε τρομακτική άνθηση. **Επτά χρόνια μετά την υπογραφή του ΤΣΠ οι κλίνες στην παραλίμνια περιοχή φτάνουν στις 400 (σύμφωνα με τον Διευθυντή της ΑΝ.ΚΑ κ. Βασίλη Μπέλη) κι εκτοξεύονται τα αμέσως επόμενα χρόνια μέχρι του αριθμού των 1600 κλινών που υπάρχουν σήμερα στην ίδια περιοχή (από τις οποίες λόγω της οικονομικής κρίσης ενεργές παραμένουν περίπου οι χίλιες)**, σύμφωνα με τον Πρόεδρο των Επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου της Λίμνης Πλαστήρα και ιδιοκτήτη του ξενοδοχείου «Πανδίων» κ. Αντώνη Κρομούδα.

Μολονότι η Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία ανεβάζει τον αριθμό των διανυκτερεύσεων στο νομό Καρδίτσας από τις εκατό χιλιάδες το 1996 στις εκατόν είκοσι εννέα χιλιάδες το 2014, τόσο οι δύο παραπάνω συνομιλητές μας, όσο και η κ. Μαρία Γαλαγάλα, συνιδιοκτήτρια της πεντάστερης ξενοδοχειακής μονάδας «ΚΑΖΑΡΜΑ» βεβαιώνουν ότι τα στοιχεία αυτά δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα, επειδή οι επιχειρήσεις ενοικιαζομένων δωματίων δεν περιλαμβάνονται στις επίσημες στατιστικές και συνεπώς δεν ενημερώνουν για τις αφίξεις τους –«όχι πώς είναι συνεπείς όλες οι υπόλοιπες». Συγκλίνουν δε στην εκτίμηση ότι κατά τη χρονική περίοδο 2000-2008 **οι διανυκτερεύσεις αποκλειστικά στην παραλίμνια περιοχή διπλασιάστηκαν, ενώ αύξηση 150% εμφάνισε η επισκεψιμότητα**. Ρυθμοί οι οποίοι άρχισαν να μειώνονται δραματικά κατά 50-60% τα τελευταία χρόνια της μεγάλης οικονομικής κρίσης και αυτό κυρίως επειδή η περιοχή απευθύνεται κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό και στα μεσαία προς χαμηλότερα στρώματα.

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

Το πιο ενδιαφέρον στοιχείο στην περίπτωση της Λίμνης Πλαστήρα είναι ο τρόπος με τον οποίο λειτούργησε το Τοπικά Σύμφωνο Ποιότητας, από την «Αστική Εταιρεία Ανάπτυξης - Προβολής & Ποιότητας λίμνης Πλαστήρα». Το σύμφωνο αυτό, που ιδρύθηκε από πολύ μικρό αριθμό τοπικών επιχειρηματιών είχε στα παραρτήματά του κανόνες και κανονισμούς που περιγράφονται με μόλις (κυριολεκτικά) 633 λέξεις.⁶⁹

⁶⁹ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ - ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Κατασκευάζονται ομοίομορφα κουτιά παραπόνων που τοποθετούνται σε εμφανή σημεία των συμβεβλημένων επιχειρήσεων
Τα κουτιά συνοδεύονται από θήκες που περιέχουν ερωτηματολόγια (κοινά για όλες τις επιχειρήσεις) και στυλό.
Στο σημείο τοποθέτησης των κουτιών, θα υπάρχει πινακίδα παρότρυνσης για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από τους πελάτες. Τα ερωτηματολόγια θα αναφέρονται στη συγκεκριμένη επιχείρηση.
Εκλέγεται επιτροπή ελέγχου της εφαρμογής της εν λόγω δράσης του ΤΣΠ
Ο πρόεδρος της επιτροπής και μόνο αυτός διαθέτει κλειδιά των κουτιών
Τα ερωτηματολόγια συγκεντρώνονται από την επιτροπή κάθε 15 ημέρες
Τα ερωτηματολόγια αριθμούνται κατά επιχείρηση, κωδικοποιούνται, επεξεργάζονται και συντάσσεται έκθεση από την ΑΝΚΑ η οποία κοινοποιείται στα μέλη του δικτύου. Μετά απ' αυτό επιστρέφονται στις επιχειρήσεις και καταχωρούνται σε βιβλίο το οποίο εκτίθεται δημοσίως.
Με βάση τις παρατηρήσεις και τα διατυπωμένα παράπονα το δίκτυο λαμβάνει αποφάσεις για την επίλυση των προβλημάτων που ενσωματώνονται στο παρόν ΤΣΠ.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2. Η ΤΗΡΗΣΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ

Πινακίδες προβολής
Πρόκειται για:
Πινακίδες γενικής ενημέρωσης (γίνονται με ευθύνη των Δήμων)
Stand με καταλόγους κοντινών τοπικών επιχειρήσεων
Αποκλειστικές πινακίδες επιχειρήσεων
Σε συνεργασία με την Γ' ΔΕΚΕ προσδιορίζονται οι χώροι στους οποίους μπορούν να τοποθετηθούν ενημερωτικές ή και διαφημιστικές πινακίδες που θα αναφέρονται στα μέλη του ΤΣΠ.
Αυτές θα έχουν ομοίομορφη αισθητική μορφή και θα σχεδιαστούν από ειδικούς.
Οι πινακίδες θα φέρουν απαραίτητα το σήμα του ΤΣΠ.
Οι συμβεβλημένοι Δήμοι θα είναι υποχρεωμένοι να τοποθετήσουν σε κομβικά σημεία πληροφοριακούς φωτισμένους πίνακες με τα ελάχιστα απαραίτητα στοιχεία για τους επισκέπτες (χάρτης, χρήσιμα τηλέφωνα κ). Οι πληροφοριακοί πίνακες θα έχουν ειδικό και κοινό για όλους τους συμβεβλημένους σχεδιασμό.
Κάθε νέο μέλος θα πληρώνει για τις απαραίτητες αλλαγές στις πινακίδες έτσι ώστε να συμπεριλαμβάνεται σ' αυτές
Κάθε συμβεβλημένος είναι υποχρεωμένος να δίνει πληροφορίες για την υπόλοιπη περιοχή
Οι συμβεβλημένοι στο ΤΣΠ είναι υποχρεωμένοι να αφαιρέσουν όλες τις πινακίδες που έχουν τοποθετήσει μέχρι τώρα και να τις αντικαταστήσουν με αυτές που θα αποφασιστούν στο ΤΣΠ. Κάθε συμπληρωματική πινακίδα θα πρέπει να έχει την έγκριση του ΤΣΠ.
Για τις ονομασίες των καταστημάτων θα χρησιμοποιούνται ελληνικές λέξεις με έμφαση σ' αυτές που έχουν παραδοσιακούς συμβολισμούς. Σε κάθε περίπτωση απαγορεύεται η χρήση ξένων λέξεων σαν ονόματα επιχειρήσεων.
Για στέγαση εξωτερικών χώρων επιτρέπεται μόνο η κατασκευή ξύλινων υποστέγων με στέγη από κεραμίδι ή ξύλο (κίτσικια)
Η χρήση υφασμάτων καλυμμάτων (τέντες) επιτρέπεται μόνο για τους εξώστες και θα είναι λευκού χρώματος. Σε κάθε περίπτωση απαγορεύεται η χρήση διαφημιστικών τεντών ή ομπρελών.
Τραπεζοκαθίσματα
Σε συνεργασία με ειδικούς, σχεδιάζονται τύποι τραπεζοκαθισμάτων ή γενικές προδιαγραφές με προκαθορισμένα υλικά (ξύλο, ψάθα, μάρμαρο, μασίφ μέταλλο, ύφασμα) από τους οποίους τα μέλη του ΤΣΠ είναι υποχρεωμένα να επιλέξουν. Δεν θα επιτρέπεται άλλος τύπος.
Θα προτιμηθούν τοπικές επιχειρήσεις παραγωγής των τραπεζοκαθισμάτων.
Στα τραπέζια τοποθετούνται υφασμάτινα καλύμματα που αλλάζουν μετά από κάθε χρήση. Απαγορεύεται η χρήση πλαστικών ή χάρτινων καλυμμάτων.
Χρήση αδρανών υλικών
Αφορά τα υλικά με τα οποία κατασκευάζονται αρχιτεκτονικά στοιχεία του περιβάλλοντος χώρου (φράκτες, μαντρότοιχοι, πλακοστρώσεις, βρύσες κ), τα οποία πρέπει να είναι τοπικά
Περίπτερα πώλησης προϊόντων
Με ευθύνη των Δήμων κατασκευάζονται σε επιλεγμένες θέσεις ειδικά και καλαίσθητα περίπτερα που θα πληρούν συμφωνημένες προδιαγραφές για την πώληση τοπικών προϊόντων.
Στην περίπτωση που αυτά κατασκευάζονται από ιδιώτες - μέλη θα πρέπει να πληρούν τις κοινές προδιαγραφές.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3. ΤΙΜΕΣ

Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο ΤΣΠ δεσμεύονται να αναρτήσουν τιμοκαταλόγους σε εμφανή σημεία, εκτός αυτών που υπάρχουν στα τραπέζια.
Η μορφή των τιμοκαταλόγων θα είναι κοινή.
Κάθε επιχείρηση μπορεί να έχει δική της πολιτική τιμών.

Αν συγκρίνει κανείς τα σύγχρονα πρότυπα που προβλέπει το πρόγραμμα leader, που ξεκινά με πλήρη τήρηση της νομιμότητας και πλήρη γνώση όλου του νομοθετικού πλαισίου (μια τυπική αναλυτική προδιαγραφή έχει υπερδεκαπλάσιο όγκο από την απλουστευτική περιγραφή του πρώτου συμφώνου ποιότητας της Καρδίτσας), **αντιλαμβάνεται γιατί τα προγράμματα αυτά δεν έχουν συμμετοχή ακόμα κι όταν υπάρχει χρηματοδότηση.** Γιατί, σε περιοχές μη αναπτυγμένες και με επιχειρήσεις να έχουν λίγους ανθρώπινους πόρους, **θέτουν τον γραφειοκρατικό και διαχειριστικό πήχη, τόσο ψηλά ώστε ελάχιστοι να ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με την δύσκολη άσκηση της υπερπήδησής του.** Και καταλήγουν να εφαρμόζονται από τις λίγες επιχειρήσεις στην περιοχή που έχουν ήδη υψηλά πρότυπα ποιότητας. Δηλαδή από αυτές που το έχουν λιγότερο ανάγκη και λόγω του μικρού τους αριθμού δεν μπορούν να αλλάξουν την συνολική εικόνα του προορισμού.

Στην λίμνη Πλαστήρα το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας δεν λειτουργεί πια. Όποιος θέλει μπορεί να αγοράσει και το domain name της σχετικής ιστοσελίδας (<http://www.limniplastira.com>). **Όμως οι προδιαγραφές που τέθηκαν στην αρχή της υπόθεσης ήταν τόσο απλές και εύκολες ώστε υιοθετήθηκαν αρκετά μαζικά ώστε να γίνουν μόδα. Κι αφού έγιναν μόδα άρχισαν να εφαρμόζονται από όλους, είτε είχαν υπογράψει το σύμφωνο είτε όχι.** Στην ουσία το σύμφωνο σταμάτησε να λειτουργεί γιατί έπεσε θύμα της επιτυχίας του. Το γεγονός ότι η περιοχή δεν είχε εναλλακτικό σχέδιο για την κατάρρευση της αγοράς εσωτερικού τουρισμού που ακολούθησε λόγω της κρίσης, συνδέεται με την φύση της ανάπτυξης, που είχε σχεδιαστεί και που ήταν εφικτό να σχεδιαστεί στην συγκεκριμένη περιοχή. Όμως ακόμα και σήμερα, με την κρίση να βρίσκεται στο αποκορύφωμά της η περιοχή απολαμβάνει ένα επίπεδο ανάπτυξης που δεν έχει καμία σχέση με την κατάσταση που επικρατούσε πριν είκοσι χρόνια.

Επίσης -και αυτό έχει σημασία για την συνολική στρατηγική της διαδρομής, η Λίμνη Πλαστήρα, που διέθετε ασφαλώς πολύ λιγότερα πλεονεκτήματα -γεωγραφικά, πολιτιστικού αποθέματος, ανθρώπινων πόρων, ποικιλίας τουριστικού προϊόντος κ.λπ.- από αυτήν της διαδρομής που σχεδιάζεται στην Ήπειρο, **είχε εντούτοις ένα μεγάλο πλεονέκτημα. Γεωγραφική συγκέντρωση.** Η μικρή σχετικά περιοχή στην οποία υλοποιήθηκαν οι κάθε είδους δράσεις και προσπάθειες επέτρεψε την άθροισή τους και την δημιουργία **αναπτυξιακής ανάφλεξης.**

Αυτό είναι και το κλειδί της προσπάθειας της διαδρομής των αρχαίων θεάτρων. **Να επικεντρωθεί στην πρώτη φάση σε πολύ συγκεκριμένα γεωγραφικά σημεία, ώστε να προκαλέσει σ' αυτά αναπτυξιακή ανάφλεξη,** που να μεταφερθεί στη συνέχεια, λόγω της ποικιλίας της και της παρουσίας της σε τέσσερις χωριστούς νομούς, σε ολόκληρη την περιφέρεια.

Το βιβλίο του ΤΣΠ θα περιέχει και τον τιμοκατάλογο

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4. ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ

Κάθε συμβεβλημένη επιχείρηση που ασχολείται με την εστίαση δεσμεύεται να προσφέρει συγκεκριμένη ποικιλία τοπικών φαγητών, γλυκισμάτων, ποτών που αποτελούν στοιχεία γαστρονομικής κληρονομιάς.

Τα μέλη δεσμεύονται να χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα και α' ύλης. Για το σκοπό αυτό συντάσσεται - κατόπιν προσκλήσεως στον τοπικό τύπο - κατάλογος με προμηθευτές προϊόντων ο οποίος κοινοποιείται στα μέλη.

Τα μέλη δεσμεύονται να μη χρησιμοποιούν προηγανισμένη πατάτα

5. β. Συνέργειες ενός τοπικού συμφώνου ποιότητας με τη σχεδιαζόμενη διαδρομή

Ένα Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας που θα εφαρμοζόταν από την μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων που βρίσκονται στα σημεία κλειδιά της διαδρομής, θα είχε ως συνέπεια τη δημιουργία μιας συνολικής εικόνας για τον επισκέπτη εξαιρετικά θετικής για το σύνολο των εμπειριών του προορισμού και θα διευκόλυνε τη διαδικασία της αναπτυξιακής ανάφλεξης.

Το παράδοξο εδώ είναι ότι το **κλειδί της ποιότητας για το σύνολο του προορισμού, δεν είναι η ποιότητα αλλά η ποσότητα**. Ο αριθμός δηλαδή των επιχειρήσεων που συνειδητά και με καλή θέληση θα συμμετάσχουν. Για τον σκοπό αυτό έχει πολύ μεγάλη σημασία ο σχεδιασμός του συμφώνου με πολλαπλά επίπεδα συμμετοχής, έτσι ώστε να **μπορούν όλοι ή σχεδόν όλοι όσοι θα βρεθούν στο δρόμο των επισκεπτών της διαδρομής και θα τους προσφέρουν τις υπηρεσίες τους, να υιοθετήσουν τα απολύτως βασικά και απαραίτητα**. Σε επόμενη φάση και καθώς θα αποκομίζουν τα αναπτυξιακά οφέλη και θα γίνονται συνείδηση τα πλεονεκτήματα των κανόνων ποιότητας, θα μπορούν να ανεβαίνουν επίπεδο με το κατάλληλο σύστημα κινήτρων.

Η διαδρομή ως σύνολο, προσφέροντας ένα τέτοιο αντι-γραφειοκρατικό σύμφωνο ποιότητας θα μπορεί να αποκομίσει από πολύ νωρίς τα οφέλη της βελτίωσης της εικόνας του προορισμού και να έχει περισσότερες πιθανότητες να επιτύχει την αρχική ανάφλεξη.

6. Πρώτη προσέγγιση πιθανολογούμενων εσόδων της διαδρομής

6. α. Φορέας διαχείρισης

Τα πιθανολογούμενα έσοδα του φορέα διαχείρισης της διαδρομής εξαρτώνται απολύτως από την δομή την οποία θα έχει και τη μορφή που θα υπάρξει σε ό,τι αφορά την συνεργασία και κινητοποίηση του ιδιωτικού τομέα. Ο φορέας λειτουργίας και διαχείρισης που έχει προταθεί, η **Αναπτυξιακή Ηπείρου Α.Ε.**, διαθέτει **μακρά εμπειρία και ικανά στελέχη για τη διαχείριση αναπτυξιακών προγραμμάτων**. Για τη λειτουργία και προπαντός για την ανάπτυξη ενός τόσο διαφορετικού εγχειρήματος όμως, όπως μια πολιτιστική διαδρομή, που είναι ένα σύνθετο τουριστικό και πολιτιστικό προϊόν και απαιτεί ενεργό marketing και δυνατότητα κινητοποίησης προσωπικοτήτων του πολιτιστικού τομέα, που υπερβαίνουν τα σύνορα της Ηπείρου, **θα χρειαστεί ασφαλώς και πρόσθετη βοήθεια από τον ιδιωτικό τομέα**.

Η βοήθεια αυτή -πέραν των όσων προβλέπονται ή αναμένεται να περιληφθούν στο ΕΣΠΑ- μπορεί να συγκεντρωθεί με πολλούς τρόπους:

- Προγράμματα χορηγιών από τον ιδιωτικό τομέα.
- Δωρεάν χορηγία διαφημιστικών χώρων και άλλων δυνατοτήτων προβολής (π.χ. αεροδρόμια, ξενοδοχεία, κλειστοί αυτοκινητόδρομοι).
- Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις στο πλαίσιο τοπικών συμφώνων ποιότητας.
- Έσοδα από τη διοργάνωση πολιτιστικών και άλλων εκδηλώσεων στο πλαίσιο της διαδρομής.
- Έσοδα από την πώληση πιστοποιημένων ενθυμημάτων και άλλων προϊόντων.
- Δικαιώματα χρήσης του λογοτύπου της διαδρομής.

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ & ΜΟΥΣΕΙΩΝ	2014
Αρχαιολογικό Ιωαννίνων	17.197
Δωδώνη	41.608
Αρχ. Χώρος Γιτάνων	760
Νεκρομαντείο Αχέροντα	35.236
Αρχ. Χώρος Νικόπολης	575
Μουσείο Νικόπολης	5.547
Κασσώπη	2.858
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ	

Αντιθέτως δεν προβλέπονται έσοδα από όσα θα συγκεντρωθούν από τις επισκέψεις στους σχετικούς χώρους και μουσεία, τα οποία αποτελούν έσοδα του Υπουργείου Πολιτισμού. Άλλωστε οι σχετικοί αριθμοί είναι σχετικά μικροί για όλους τους χώρους πλην της Δωδώνης και του συμπληρωματικού στη διαδρομή νεκρομαντείου του Αχέροντα.

Μια πρώτη πιθανολόγηση-στόχος για τα έσοδα που μπορούν να προέλθουν από τις ανωτέρω πηγές είναι ένα ποσό 2 ευρώ κατά μέσο όρο ανά επισκέπτη. **Δηλαδή ανάλογα με το σενάριο ένα ποσό 30.000-100.000 ευρώ ετησίως, χωρίς να υπολογίσουμε το δωρεάν διαφημιστικό χώρο κ.λπ. Το ποσό αυτό ισοδυναμεί με το 2,8% των άμεσων εσόδων από τη διαδρομή.** Ποσοστό καθόλου ευκαταφρόνητο, που δεν θα είναι καθόλου εύκολο να συγκεντρωθεί. Ο υπολογισμός του γίνεται με την υπόθεση ότι ο ιδιωτικός τομέας συνεισφέρει στο πλαίσιο ενός άτυπου δικτύου και όχι με τη δημιουργία μιας δικής του συλλογικής υποστηρικτικής δομής στην προσπάθεια αυτή.

Πως τα έσοδα αυτά μπορούν να προκύψουν από τις διάφορες επί μέρους μορφές χρηματοδότησης δεν αναλύεται στην παρούσα μελέτη λόγω των πολύ μεγάλων αβεβαιοτήτων που αφορούν την ουσία του τι θα περιλαμβάνει η διαδρομή από πλευράς πολιτιστικών εκδηλώσεων, που θα κρίνουν και την ελκυστικότητα των χορηγιών. Εκτίμησή μας είναι πάντως ότι στην πρώτη φάση το κύριο έσοδο μπορεί να προέλθει από προγράμματα χορηγιών του ιδιωτικού τομέα σε συνδυασμό με (αυτοχρηματοδοτούμενες) πολιτιστικές εκδηλώσεις, που αφήνουν και ένα μικρό έσοδο στον φορέα διαχείρισης.

Όπως προαναφέραμε το ποσό αυτό δεν περιλαμβάνει έσοδα από τα εμπλεκόμενα μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους. Εφόσον προχωρήσει όπως έχει σχεδιαστεί η διαδρομή, τότε υπάρχει δυνατότητα -και ανάγκη για λόγους οικονομικού ορθολογισμού και μη υποτίμησης του προσφερόμενου πολιτιστικού προϊόντος- **αύξησης του εισιτηρίου εισόδου στους χώρους αυτούς.** Στην περίπτωση αυτή και εφόσον υπάρξει η αναγκαία συνεννόηση με το υπουργείο Πολιτισμού, θα μπορούσαν να υπάρξουν πρόσθετα έσοδα (π.χ. της τάξεως των 2-3 ευρώ ανά πρόσθετο επισκέπτη), που να αποδίδονται στον φορέα λειτουργίας της διαδρομής, που να αντανακλούν στην αύξηση της επισκεψιμότητας που θα επιτευχθεί.

Το ερωτηματικό είναι αν με αυτής της τάξης μεγέθους το ποσό είναι εφικτό να υποστηριχθεί η διατήρηση της ποιότητας και η ανάπτυξη της διαδρομής μετά την λήξη της κρατικής χρηματοδότησης. Ιδίως σε ό,τι αφορά έργα συντήρησης, ειδική φροντίδα καθαριότητας, νέες και καινοτομικές προσπάθειες marketing κ.λπ. Κι η απάντηση στο ερώτημα είναι κατά βάση αρνητική. **Ένα παρεμφερές ποσό, μπορεί απλώς να συντηρήσει μια μικρή δομή (2-3 άνθρωποι) και κάποια βασικά έξοδα για τη συντήρηση της διαδρομής. Δεν μπορεί όμως να χρηματοδοτήσει την ανάπτυξή της.**

6. β. Επιχειρήσεις ιδιωτικού τομέα

Ο αριθμός, η επιρροή και το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα που θα εμπλακούν άμεσα στην υποστήριξη και ανάπτυξη της διαδρομής αποτελούν καθοριστικό παράγοντα για την τελική της επιτυχία. Όπως έχουμε αναλύσει στο σχετικό κεφάλαιο ο τρόπος που θα οργανωθεί η σχετική σχέση μπορεί να ποικίλει:

- Μπορεί να οργανωθεί στη βάση μια **συμβατικής σχέσης με το φορέα λειτουργίας/διαχείρισης** ως ένα σχήμα “**friends of**” («**φίλοι της διαδρομής**»), ή ως ένα σχήμα τοπικού συμφώνου ποιότητας που θα έχει σχετικά πιστοποιηθεί, με χρηματοδότηση συνδρομητική που θα ανταποκρίνεται σε ένα «πακέτο» υπηρεσιών (χρήση λογοτύπου διαδρομής, πιστοποίηση & σήμα «ηπειρωτικής κουζίνας», πρόσβαση σε κοινές προσπάθειες marketing κ.λπ.) και κοινές υπηρεσίες έρευνας αγοράς για τα καταλύματα κ.λπ., μόνιμες χορηγίες εκδηλώσεων διαδρομής κ.λπ..
- Μπορεί να οργανωθεί ως **ένα ανεξάρτητο δίκτυο «Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας»** με έμφαση στις υπηρεσίες που προσφέρουν όλοι οι εμπλεκόμενοι στην αλυσίδα αξίας του τουρισμού της συγκεκριμένης διαδρομής, που μπορεί να είναι μια απλή σύμβαση μεταξύ των μερών ή μια Αστική μη Κερδοσκοπική Εταιρία, που αναλαμβάνει να επιβλέπει την τήρηση της σύμβασης από όλες τις πλευρές με μια συνδρομή ανάλογη με το μέγεθος της επιχείρησης.
- Μπορεί να οργανωθεί ως **επιχειρηματική συστάδα** (cluster επιχειρήσεων, το οποίο περιλαμβάνει με αναλογική συμμετοχή τις επιχειρήσεις που **θα απολαύσουν τις μεγαλύτερες και πιο μετρήσιμες ωφέλειες από τη λειτουργία και ανάπτυξη της διαδρομής**, η οποία σε συνεργασία με τον φορέα διαχείρισης και την Περιφέρεια, θα συνεισφέρει με τεχνογνωσία και πόρους (ανθρώπινους και οικονομικούς) στη διαρκή ανάπτυξη της διαδρομής. Το cluster αυτό, μπορεί να συνδράμει και να ενθαρρύνει και τη συμμετοχή πολλών μικρότερων επιχειρήσεων, προς τις οποίες θα προσφέρει υπηρεσίες έναντι μιας π.χ. πολύ μικρής ετήσιας συνδρομής, έτσι ώστε να αναπτυχθεί παράλληλα και ένα **Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας** που θα υποστηρίζει τη διαδρομή. Η νομική μορφή του πιθανού cluster είναι θέμα της επόμενης φάσης που ακολουθεί την μελέτη υποβάθρου, αλλά πιθανώς κατάλληλα νομικά μορφώματα για την περίπτωση αυτή να είναι **η αστική μη κερδοσκοπική εταιρία, ή η κοινοπραξία.**

Ο φορέας διαχείρισης θα αναλαμβάνει στην προκειμένη περίπτωση και σε άμεση συνεργασία με τον συλλογικό εκφραστή του ιδιωτικού τομέα (cluster ή δίκτυο κ.λπ.), περισσότερο τα καθήκοντα που θα είχε ένας φορέας διαχείρισης προορισμού (destination management). Όπως για παράδειγμα το marketing της διαδρομής (όχι όμως και των συγκεκριμένων τουριστικών πακέτων ή εκδρομών), τη διασφάλιση της παροχής ποιοτικών υπηρεσιών από τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα στο πλαίσιο της διαδρομής, καθώς και την επίτευξη συνεργειών με άλλα είδη θεματικού τουρισμού που αναπτύσσονται παράλληλα στην Ήπειρο, καθώς και την προώθηση εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων στο πλαίσιο της διαδρομής. Οι συγκεκριμένες εκδρομές, πακέτα, εκδηλώσεις κ.λπ., θα αφορούν αμιγώς τον ιδιωτικό τομέα ή/και τους τοπικούς φορείς.

Όπως έχουμε αναφέρει τα cluster είναι δύσκολο να σχηματιστούν, αν όμως επιτύχουν μπορούν να έχουν σοβαρή συνεισφορά. Σχετικά παραδείγματα υπάρχουν στην Ελλάδα σε άλλους τομείς. Το χαρακτηριστικότερο παράδειγμα επιτυχίας προέρχεται από τον τομέα της τεχνολογίας, με την περίπτωση του Corallia. Επισημαίνεται πάντως ότι ένα από τα cluster του Corallia, το gi-Cluster⁷⁰ ένας συνεργατικός σχηματισμός στις δημιουργικές βιομηχανίες με εστίαση στον τομέα των Ψυχαγωγικών και Δημιουργικών Τεχνολογιών & Εφαρμογών (Gaming Creative Technologies & Applications), έχει ως βασική του επιδίωξη να επιτύχει «πολλαπλασιαστικά οφέλη σε παραδοσιακές αλλά σημαντικές οικονομικές δυνάμεις της χώρας, όπως είναι ο Τουρισμός και ο Πολιτισμός»⁷¹.

Γενικότερα πάντως η ανάπτυξη των cluster ως τώρα στην Ελλάδα ακολούθησε το δρόμο των προκηρύξεων με κίνητρο σοβαρά κονδύλια, χωρίς όμως να υπάρχει ικανοποιητική προεργασία για την βιωσιμότητα των σχετικών προσπαθειών μετά τη λήξη της χρηματοδότησης. Η μεθοδολογία που έχουμε υπόψη μας στην περίπτωση αυτή είναι διαφορετική. Πριν την εμπλοκή των μικρότερων επιχειρήσεων και την παροχή οποιασδήποτε χρηματοδότησης, θα επιχειρηθεί να διασφαλιστεί η δέσμευση (και οικονομική) μεγαλύτερων ιδιωτικών (και όχι μόνο) επιχειρήσεων που ωφελούνται άμεσα από την επιτυχία της διαδρομής, όπως π.χ. οι δρόμοι και τα αεροδρόμια. Στη βάση ενός συγκεκριμένου επιχειρησιακού σχεδίου, που θα εκπονηθεί με την σύμφωνη γνώμη της περιφέρειας.

⁷⁰ «Απαρτίζεται από περισσότερα από 45 μέλη, στα οποία συμπεριλαμβάνονται μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις, ακαδημαϊκοί φορείς και τεχνολογικά ινστιτούτα, ενώ υπάρχει σημαντική δυναμική για άμεση περαιτέρω διεύρυνση των βιομηχανικών μελών καθώς και συνεργασία με δίκτυα, ενώσεις, συνδέσμους, εθνικές και περιφερειακές αρχές και υπηρεσίες που ασχολούνται με τη βιομηχανική, περιφερειακή, ερευνητική ή τεχνολογική ανάπτυξη και πολιτική σε όλη την Ελλάδα. Ένας στρατηγικός άξονας διεύρυνσης του gi-Cluster είναι η αξιοποίηση της δυναμικής του για τη δημιουργία πολλαπλασιαστικού οφέλους σε παραδοσιακές αλλά σημαντικές οικονομίες της χώρας, όπως είναι ο Τουρισμός και ο Πολιτισμός, καθώς οι ψυχαγωγικές και δημιουργικές τεχνολογίες και εφαρμογές δύνανται να αναδείξουν το μοναδικό πολιτιστικό και τουριστικό πλεονέκτημα της Ελλάδας, και δει της περιφέρειας Αττικής, με σημαντικό αντίκτυπο στην τοπική και εθνική οικονομία.» Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης της Περιφέρειας Αττικής.

⁷¹ Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης της Περιφέρειας Αττικής

Σε κάθε περίπτωση το βασικό πρόβλημα είναι πως θα υπάρξει η αναγκαία ιδιωτική χρηματοδότηση των λειτουργικών προπαντός δαπανών, χωρίς την οποία οι σχετικές προσπάθειες αποδεικνύονται θνησιγενείς ή αναιμικές.

Χρηματοδότηση πέραν των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρονται στις επί μέρους επιχειρήσεις σε σχέση με το σήμα της διαδρομής, την πιστοποίηση ποιότητας κ.λπ., που στην καλύτερη περίπτωση θα είναι απλώς αυτοχρηματοδοτούμενες δράσεις. Ένας τρόπος να συμβεί αυτό είναι να **συνδεθεί η συνδρομή των συμμετεχουσών (μεγαλύτερων) επιχειρήσεων, με τα αποτελέσματα που επιφέρει η διαδρομή σε ό,τι αφορά την αύξηση της επισκεψιμότητας της περιοχής.**

Με δεδομένο ότι η απήχηση της διαδρομής μπορεί να μετρηθεί άμεσα με την αύξηση της επισκεψιμότητας στους αρχαιολογικούς χώρους και τα μουσεία που εμπλέκονται **μπορεί να δημιουργηθεί ένας απλός αλγόριθμος ανάλογα με το είδος της επιχείρησης (μεταφορές, τουρισμός, καταλύματα κ.λπ.), που συμμετέχει στη συστάδα, που να δίνει ένα μικρό ποσοστό από τα κέρδη τα οποία θα αποκομίζει από την αναπτυξιακή επιτυχία της συγκεκριμένης προσπάθειας.** Ο τρόπος αυτός συμμετοχής είναι πολύ χαμηλού κινδύνου - πληρώνεις μόνο αν υπάρξει επιτυχία- αλλά αν η διαδρομή αρχίσει πραγματικά να αποδίδει δημιουργεί μια δυνατότητα ανατροφοδότησης της σχετικής αναπτυξιακής διαδικασίας.

Είναι προφανές ότι η μέθοδος αυτή μπορεί να λειτουργήσει μόνο εθελούσια. Αν όμως αναληφθεί η σχετική υποχρέωση στο πλαίσιο του π.χ. καταστατικού ενός cluster, τότε οι μεγάλες επιχειρήσεις δεν θα έχουν λόγο να μην το τηρήσουν (η βλάβη σε φήμη είναι πολύ μεγαλύτερη), ενώ το πλεονέκτημα ενός τέτοιου αλγόριθμου είναι ότι δεν θα υπεισέρχεται στα πιθανά κέρδη. Θα αποφασιστεί εφάπαξ και στη συνέχεια θα προκύπτει από έναν απλό πολλαπλασιασμό (πρόσθετα εισιτήρια* συντελεστής συγκεκριμένης επιχείρησης), που θα αποφασιστεί

Το σχετικό ποσό, προστιθέμενο στα έσοδα του φορέα λειτουργίας που προαναφέραμε -2,8% των εσόδων-, μπορεί να φτάσει συνολικά στο 4-4,5% των αμέσων εσόδων από τη διαδρομή, δηλαδή στις 150 χιλιάδες ευρώ ετησίως, στο ευνοϊκό σενάριο. Ποσό, που σε συνδυασμό με άλλες χρηματοδοτήσεις και με καλή και με ιδιωτικο-οικονομικά κριτήρια διαχείριση, είναι **περισσότερο επαρκές για τη λειτουργία και την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης της.** Ιδίως αν υπάρχει διάρκεια, συνέπεια και επιμονή στις προσπάθειές της.

7. Τελικά Συμπεράσματα

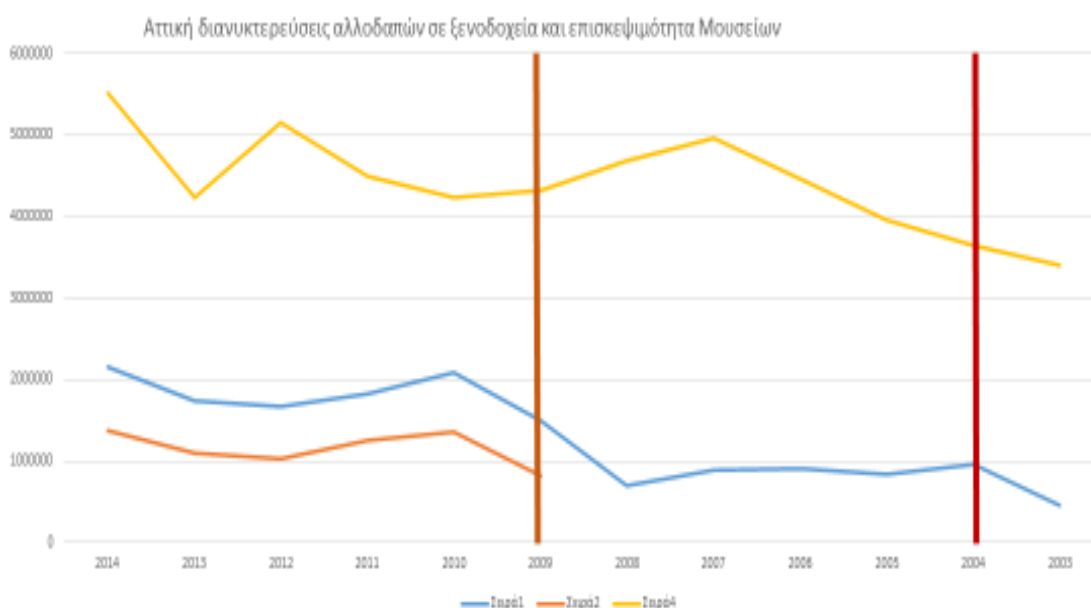
Το βασικό συμπέρασμα της μελέτης για τις οικονομικές επιπτώσεις της διαδρομής των αρχαίων θεάτρων της Ηπείρου, είναι ότι **τα οφέλη θα είναι πολλαπλά και σημαντικά**. Το ελάχιστο ποσό των αθροιστικών ωφελειών στο ΑΕΠ από τη διαδρομή κυμαίνεται **μεταξύ 51 και 79 εκ. ευρώ**. Όμως η δυναμική και η ανάπτυξη της διαδρομής δεν είναι δεδομένη, ούτε και τα συγκεκριμένα αποτελέσματα την παρουσιάζουν με επαρκή τρόπο. Γιατί αποκρύπτουν **και το σενάριο της αδράνειας** (όλα γίνονται με καθυστέρηση και χωρίς δυναμική), που μπορεί να μετατρέψει και το πιο φιλόδοξο αναπτυξιακό σχέδιο σε μια «καλή ιδέα» που απλώς κάτι έγινε και απέτυχε, αλλά και **το σενάριο της πραγματικής επιτυχίας** που δεν είναι το ευνοϊκό σενάριο που περιγράφει η μελέτη, αλλά **κάτι εμφανώς μεγαλύτερο, δυνητικά πολλαπλάσιο**, το οποίο θα συμπεριλάβει το βασικό στοιχείο που λείπει από την παρούσα στατική (με βάση τη μεθοδολογία), ανάλυση. Δηλαδή τις **ευρύτερες επιπτώσεις στην τουριστική εικόνα της Ηπείρου και τη δημιουργία ενός αυτοτροφοδοτούμενου κύκλου ανάπτυξης**, που έχουν επιτύχει άλλοι ώριμοι τουριστικοί προορισμοί στην Ελλάδα, μερικές φορές με πολύ λιγότερα εφόδια.

Το τελευταίο αυτό σενάριο δεν εξαρτάται από το οικονομικό μέγεθος της αρχικής επένδυσης αλλά από άλλα πολύ περισσότερο άυλα χαρακτηριστικά.

Για να το εκτιμήσουμε παρουσιάζουμε στη συνέχεια την πορεία ανάπτυξης του τουρισμού στην Αθήνα (Αττική), στη διάρκεια της τελευταίας δεκαπενταετίας. **Στην αρχή της περιόδου έχουμε το τεράστιο από πλευράς επενδυτικών δαπανών γεγονός των Ολυμπιακών Αγώνων**. Μια επένδυση αμφιλεγόμενη, η οποία πάντως με βεβαιότητα δεν σχεδιάστηκε ως εργαλείο αυτοτροφοδοτούμενης ανάπτυξης, όπως αποδείχθηκε και από την τύχη των έργων στα επόμενα χρόνια μετά τους Αγώνες, όπου υπήρχε η ευνοϊκή συγκυρία για να δημιουργηθεί η αναπτυξιακή ανάφλεξη. **Το αποτέλεσμα ήταν πενιχρό από πλευράς επιδόσεων τουρισμού**.

Αντίθετα το πολύ μικρότερο (συγκριτικά), έργο του Μουσείου της Ακρόπολης είναι σαφές από την συσχέτισή του με τις τουριστικές ροές στην Αττική και την πολύ μεγάλη επισκεψιμότητά του, ότι είχε **κομβικό ρόλο στην δημιουργία μιας ανατροφοδοτούμενης αναπτυξιακής δυναμικής για τον τουρισμό της Αθήνας**. Παρά το γεγονός ότι η λειτουργία του συνέπεσε με μια τεράστια κρίση, που επανειλημμένα έπληξε την εικόνα της Αθήνας, ο τουρισμός στην περιοχή αυτή αναπτύχθηκε πέραν πάσης προσδοκίας. **Και η προήγηση της αύξησης της επισκεψιμότητας στο Μουσείο από την ανάκαμψη του τουρισμού στην Αθήνα**, που είναι σπάνια σε τέτοιου είδους έργα (συνήθως υπάρχει μια αυστηρά παράλληλη πορεία αύξησης του τουρισμού και αύξησης της επισκεψιμότητας των μουσείων και αρχαιολογικών χώρων), είναι μια σαφής ένδειξη της φοράς της σχετικής συσχέτισης.

Ολυμπιακοί αγώνες και Μουσείο της Ακρόπολης



Διανυκτερεύσεις - Επισκεψιμότητα Μουσείων - Επισκεψιμότητα Μουσείου Ακρόπολης

Ποιο είναι το συμπέρασμα από τα στοιχεία αυτά για το Μουσείο της Ακρόπολης. Το ίδιο που καταγράφει η μελέτη αυτή, στην επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας που προηγήθηκε. **Ότι τα έργα ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς έχουν τη δυνατότητα να κινητοποιήσουν πολλαπλάσιους οικονομικούς πόρους** από αυτούς που επενδύονται σ' αυτά κι ότι **η πολιτιστική κληρονομιά πρέπει να πάψει να θεωρείται οικονομική πολυτέλεια**, με τις επενδύσεις σ' αυτήν να αναλαμβάνονται μόνο σε περιόδους οικονομικής άνθησης.

Στο συμπέρασμα αυτό συνηγορεί και η μεγαλύτερη του μέσου όρου δαπάνη του πολιτιστικού επισκέπτη, που όπως είδαμε μπορεί να δαπανά ακόμα και 60% παραπάνω ανά ημέρα σε σχέση με τον τουρίστα του ήλιου & θάλασσας, αλλά και **η πρόκληση της αυξημένης ανταγωνιστικότητας στην σημερινή παγκοσμιοποιημένη τουριστική αγορά που απαιτεί στοιχεία μοναδικότητας και αυθεντικότητας, που μόνο η πολιτιστική κληρονομιά μπορεί να προσφέρει, ιδίως σε μια χώρα όπως η Ελλάδα.**

Ποιες είναι οι **προϋποθέσεις να υπάρξει αυτό το τρίτο σενάριο της ανατροφοδοτούμενης ανάπτυξης στην περίπτωση της διαδρομής των αρχαίων θεάτρων της Ηπείρου:**

1. **Η παροχή ενός ολοκληρωμένου και σύνθετου προϊόντος** που να προσφέρεται στους επισκέπτες τόσο ως ένα αυτοτελές ενιαίο σύνολο όσο και «τμηματοποιημένο» (σε modules) σε συνδυασμό με άλλα είδη θεματικού τουρισμού.
2. **Η ολοκλήρωση των έργων** τα οποία προβλέπονται να τελειώσουν μέσα στην επόμενη πενταετία (Ολυμπία, Ιονία, αεροδρόμιο Ακτίου, σύνδεση Ακτίου με δυτικό άξονα, λιμάνι Ηγουμενίτσας Γ1 φάση), που μεταξύ άλλων θα μειώσουν το χρόνο μετάβασης από την Αθήνα π.χ. στα Ιωάννινα σε κάτω από 4 ώρες.
3. **Πολλαπλό και ενεργό marketing.** Η προσέλκυση **κοινών δηλαδή από πολλαπλούς χώρους** (ειδικός χώρος του πολιτιστικού τουρισμού/αρχαιολογία και θεατρικές σπουδές, κρουαζιέρα, τουρίστες ήλιου και θάλασσας από τις ακτές της Ηπείρου και των κοντινών Ιονίων νησιών, συνεδριακός, φυσιολατρικός, αθλητικός, αστικός, εκπαιδευτικός τουρισμός), αλλά και η **χρησιμοποίηση νέων εργαλείων και καινοτόμων ιδεών**, όπως για παράδειγμα η ιδέα της **ανάθεσης της «επιμέλειας» (curation)** της διαδρομής (ή των γεγονότων που συνδέονται με αυτήν), σε μια κατάλληλη διεθνώς διάσημη προσωπικότητα του θεάτρου.
4. **Η αξιοποίηση της καταπληκτικής θεματολογίας που διαθέτει η συγκεκριμένη διαδρομή.** Του βασικού δηλαδή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματός της που είναι οι σχεδόν ανεξάντλητες δυνατότητές της διαδρομής να παράγει θέματα και «ιστορίες».
5. **Η διοργάνωση στο πλαίσιο της σημαντικών πολιτιστικών γεγονότων**, ώστε να αξιοποιήσει την τοπική και εθνική δημιουργική βιομηχανία.
6. **Η γεωγραφική συγκέντρωση των προσπαθειών, ώστε να έχει πιθανότητες να προκληθεί λόγω της άθροισής τους η αναπτυξιακή ανάφλεξη.** Κλειδί στην περίπτωση αυτή είναι ο κατά προτεραιότητα σχεδιασμός, αναβάθμιση και αξιοποίηση των σημείων και δραστηριοτήτων τα οποία μπορούν να συνδυαστούν με τη διαδρομή των θεάτρων.
7. **Η ενεργή εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα, όσο και άλλων stakeholders σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.** Εμπλοκή που πρέπει να περιλαμβάνει και την χρηματοδότηση από την πλευρά τους μέρους των σχετικών δαπανών για την διαρκή αναβάθμισή της διαδρομής, από τα οφέλη που θα προκύπτουν από την ανατροφοδοτούμενη ανάπτυξη που προκαλεί.
8. **Μετατροπή των δύο βασικών μειονεκτημάτων του τουρισμού της Ηπείρου, της χαμηλής πληρότητας και της χαμηλής μέσης διάρκειας διαμονής, σε πλεονεκτήματα**, με την επένδυση από την πλευρά των επιχειρήσεων καταλυμάτων στην **καλύτερη ποιότητα** των υπηρεσιών που προσφέρουν.
9. **Οργάνωση ενός Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας** (ή άλλου παρόμοιου συστήματος), με ρεαλιστικές απαιτήσεις και **μαζική συμμετοχή.**
10. **Επιλογή της κατάλληλης νομικής μορφής συμμετοχής του ιδιωτικού τομέα**, που θα περιλαμβάνει και τις ισχυρότερες επιχειρήσεις της περιοχής, ώστε να έχει δυνατότητες να κινητοποιήσει και ιδιωτικά κεφάλαια στο πλαίσιο της συγκεκριμένης αναπτυξιακής προσπάθειας.

Με βάση όσα εκτέθηκαν στο πλαίσιο αυτής της μελέτης, γίνεται με σαφήνεια ορατό ότι, ενώ θεωρητικά υπάρχουν πολύ μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης της διαδρομής της Ηπείρου και της σύνδεσής της με την τοπική οικονομία κι επιχειρηματικότητα και τους άλλους φορείς της περιοχής, **αυτή η πορεία δεν είναι ούτε εύκολη, ούτε προφανής, ούτε αυτονόητη.**

Αυτό δείχνει τόσο η διεθνής εμπειρία που αναλυτικά έχει εκτεθεί, όσο και η εμπειρία από ανάλογες προσπάθειες στην Ελλάδα.

Κρίσιμος παράγοντας στην επιτυχία του εγχειρήματος είναι ο **σχεδιασμός της «επόμενης μέρας»**. Ποιός θα είναι ο τρόπος οργάνωσης του ιδιωτικού τομέα για να συνδράμει στην τελική επιτυχία; Τί μορφή θα έχει, γιατί απέτυχε αλλού, ποιές είναι οι προϋποθέσεις επιτυχίας στη συγκεκριμένη περίπτωση. Ποιά είναι τα αναγκαία βήματα που πρέπει να γίνουν και με ποιά σειρά. Θα προτιμηθούν ισχυρές συστάδες επιχειρήσεων σε μικρές γεωγραφικές ενότητες, ή ίσως ένα μεγαλύτερο σχήμα με τη συμμετοχή ισχυρών εταίρων που δραστηριοποιούνται στην Περιφέρεια; Θα πάμε σε ένα σχήμα που θα συμμετέχουν όλοι, με τους ισχυρούς να αποτελούν την προμετωπίδα σε ρόλο πολιορκητικού κριού και τους μικρομεσαίους να «συμβάλλονται»; Θα έχει δημόσιο χαρακτήρα με την υποστήριξη της Αναπτυξιακής Ηπείρου, ή θα είναι μια αυτόνομη, καθαρά ιδιωτική πρωτοβουλία;

Η μελέτη αυτή, ως μελέτη υποβάθρου, δεν έχει όλα τα στοιχεία την παρουσίαση μιας ολοκληρωμένης λύσης, αφού ο σχεδιασμός της δεν περιλάμβανε μια ολοκληρωμένη λύση ως παραδοτέο. Επρόκειτο εξ αρχής για ένα έργο δύο φάσεων. Μόνο μετά την έρευνα πεδίου, που προβλέπεται ρητώς στην επόμενη φάση, μπορούν να εξαχθούν ασφαλέστερα συμπεράσματα.

Σε κάθε περίπτωση η επόμενη ημέρα οφείλει να ξεκινήσει με το σχεδιασμό της, να στηρίζεται στην εντατική δημόσια διαβούλευση, στην με σταθερότητα και σαφήνεια εμμονή στο στόχο **και, κυρίως, στην εμπέδωση ισχυρού κλίματος εμπιστοσύνης με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς και την τοπική κοινωνία.**

8. Βιβλιογραφία

1. Alonso Hierro, J. and Martín Fernández, J. (2008): Conservación del patrimonio histórico en España. Análisis económico [Preservation of the Historical Heritage in Spain. An Economic Analysis]. Madrid: Fundación Caja Madrid. (160 pp.)
2. Borg Jan van der, Russo Antonio Paolo. THE IMPACTS OF CULTURE ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF CITIES
3. CLIA (Cruise Lines International Association) Europe Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe. 2015 Edition.
4. ECOTEC (2010): Valuing the Welsh Historic Environment: A Monitoring Framework, Cardiff: National Trust Wales and others (9 pp.)
http://cadw.wales.gov.uk/docs/cadw/publications/ValuingtheWelshHistoricEnvironmentMonitorin gFramework_EN.pdf
5. EVoCH project (Economic Value of Cultural Heritage) (2012): Final Conclusions EVoCH project. Valladolid: Junta de Castilla y León (2 pp.) as reviewed by Cornelia Dümcke and Mikhail Gnedovsky at “The Social and Economic Value of Cultural Heritage: literature review”. EENC Paper, July 2013
6. Figesma (2008): L'Économie du patrimoine culturel en région Languedoc-Roussillon. Paris. (166 pp.)
7. DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS, «Μελέτη αποτίμησης των κοινωνικοοικονομικών επιπτώσεων των έργων πολιτισμού». Εκπονήθηκε για λογαριασμό του Υπουργείου Πολιτισμού. Απρίλιος 2014.
8. Dümcke Cornelia and Gnedovsky Mikhail. The Social and Economic Value of Cultural Heritage: literature review. EENC Paper, July 2013.
9. Heritage Lottery Fund (2009): Investing in success. Heritage and the UK tourism economy, London: Heritage Lottery Fund. (48 pp.)
http://www.hlf.org.uk/aboutus/howwework/Documents/HLF_Tourism_Impact_single.pdf
10. IMF Country Report No. 14/151. FIFTH REVIEW UNDER THE EXTENDED ARRANGEMENT UNDER THE EXTENDED FUND FACILITY, AND REQUEST FOR WAIVER OF NONOBSERVANCE OF PERFORMANCE CRITERION AND REPHASING OF ACCESS. May 2014.
11. Ketels Christian. Competitiveness and Clusters: Implications for a New European Growth Strategy. Work Package 301 MS48. “Policy paper: Role of clusters, competitiveness in the new orientation of the European growth strategy” Working Paper no 84.
12. Khovanova-Rubicondo, K. (et al.), 2011. “Study on the Impact of European Cultural Routes on SMEs Innovation, Competitiveness, and Clustering,” Council of Europe, Strasbourg, France.
13. Khovanova-Rubicondo Dr. K. M. CULTURAL ROUTES AS A SOURCE FOR NEW KIND OF TOURISM DEVELOPMENT: EVIDENCE FROM THE COUNCIL OF EUROPE'S PROGRAMME
14. Labadi, S. (2011): Evaluating the socio-economic impacts of selected regenerated heritage sites in Europe, Amsterdam: European Cultural Foundation. (129 pp.)

- http://www.encatc.org/pages/fileadmin/user_upload/Forum/Sophia_Labadi_2008CPRA_Publication.pdf
15. Lehtimäki, M. (ed.) (2008): Cultural Heritage and Tourism. Potential, Impact, Partnership and Governance. A book on cultural heritage and tourism to inspire policy makers and practitioners at all levels, proceedings of the III Baltic Sea Region Cultural Heritage Forum, Vilnius, 25-27 September 2007. Vilnius: Department of Cultural Heritage (155 pp.)
<http://mg.kpd.lt/users/www/uploaded/3%20Forum%20publ%20on%20cultural%20heritage%20and%20tourism.pdf>
 16. McKinsey & Company, Athens Office. Η Ελλάδα 10 Χρόνια Μπροστά Προσδιορίζοντας το νέο Μοντέλο Ανάπτυξης της Ελλάδας. 2011.
 17. Michaelis-Winter, A. and Ruland, R. (eds.) (2007): Städtebaulicher Denkmalschutz und Tourismusentwicklung unter besonderer Berücksichtigung der UNESCO – Welterbestädte. [The Protection of the Urban Architectural Heritage and Tourism Development, with a Particular Focus on UNESCO World Heritage Cities] Berlin: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) and Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR). (109 pp.) www.eukn.org/dsresource?objectid=218283
 18. Ministerio de Cultura (2011): Cuenta Satélite de la Cultura en España. Resultados detallados 2000-2009. [Satellite Account on Culture in Spain. Detailed Results 2000-2009] Madrid: Ministerio de Cultura (120 pp.) (<http://www.calameo.com/read/0000753350c3ef677880d>)
 19. Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands. CBI Product Factsheet: Birdwatching tourism from Europe. October 2015.
 20. Ministry of Tourism of the Republic of Croatia - Lujzijana Association. Managing Visitors on Thematic Cultural Routes Handbook. Editors: Manda Horvat and Vlasta Klarić Authors: Miren Androić, Goranka Horjan, Vlasta Klarić, Renata Nevidal
 21. OECD Tourism Papers 2015/01. A Review of Effective Policies for Tourism Growth.
 22. Oxford Research AS. Cluster policy in Europe. A brief summary of cluster policies in 31 European countries. Europe Innova Cluster Mapping Project. January 2008
 23. Pastor Eixarch, P.; Armas Andreu, I., Muñoz Lafuente, M.; Gómez Bahillo, C.; et al. (2011): Impacto socioeconómico de las Fiestas del Pilar 2010. [Socio-Economic Impact of 2010's Fiestas del Pilar] Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza. (102 pp.)
<http://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio/impacto.pdf>
 24. Richards, G. (2011). Cultural tourism trends in Europe: a context for the development of Cultural Routes. In: Khovanova-Rubicondo, K. (ed.) Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness. Strasbourg: Council of Europe Publishing, pp. 21-39. http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/StudyCR_en.pdf
 25. Richards Greg. European Cultural Tourism: A view from Barcelona. Tilburg University, the Netherlands. 2004.
https://www.academia.edu/2393237/European_Cultural_Tourism_A_view_from_Barcelona

26. Richards Greg, Marques Lénia, Mein Karen. Event Design: Social Perspectives and Practices. 2015.
27. Richards Greg. INCREASING THE ATTRACTIVENESS OF PLACES THROUGH CULTURAL RESOURCES. Tourism, Culture & Communication, Vol. 10, pp. 000-000. 2010.
https://www.academia.edu/2283852/INCREASING_THE_ATTRACTIVENESS_OF_PLACES_THROUGH_CULTURAL_RESOURCES
28. Richards Greg. Tourism trends: The convergence of culture and tourism. Academy for Leisure NHTV University of Applied Sciences, 2014+.
https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism
29. Richards, G. (2003) What is Cultural Tourism? In van Maaren, A. (ed.). Erfgoed voor Toerisme . Nationaal Contact Monumenten.
https://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism
30. UNWTO. Tourism Highlights - 2015 Edition <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.1811/9789284416899>
31. UNWTO. Tourism Towards 2030 - Global Overview - Advance edition presented at UNWTO 19th General Assembly - 10 October 2011.
32. Γιαννακοπούλου Στέλλα, Δαμίγος Δημήτρης, Καλιαμπάκος Δημήτρης. Η Πολιτιστική Οικονομία ως εργαλείο διαχείρισης του ορεινού χώρου. Η κοινωνική και οικονομική αξία του Γεφυριού της Πλάκας στην Ήπειρο.
http://www.citybranding.gr/2016/02/blog-post_18.html
33. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία 2014-2020.
34. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ & ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ. 2014-2020.
35. Ήπειρος. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΒΑΣΕΙ ΤΟΥ ΣΤΟΧΟΥ. «ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ». 2014-2020.
36. ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ Εξελίξεις στον Τουρισμό και στην Ελληνική Ξενοδοχία το 2013. 2014.
37. ΙΟΒΕ. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ Σεπτέμβριος 2012.
38. Οργανισμός Λιμένα Ηγουμενίτσας
<http://www.olig.gr/?q=el/ipodomes>
39. Παλησίδης Γεώργιος, Μπόσκου Γεώργιος. ΙΜΕ ΓΕΣΕΒΕ Νέα Διατροφικά Πρότυπα. 2012
40. Περιφέρεια Ηπείρου. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΗΠΕΙΡΟΥ. Αύγουστος 2011.
41. Περιφέρεια Ηπείρου 2015. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ.
42. ΣΕΤΕ/Mc Kinsey Developing the Tourism Sector Strategy Plan following up on «Greece 10 years ahead». 2013.
43. ΣΕΤΕ. Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών. Φεβρουάριος 2015.
44. Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης της Περιφέρειας Αττικής

ΜΕΛΕΤΗ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ: ΠΙΘΑΝΟΛΟΓΟΥΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ
ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ ΘΕΑΤΡΑ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ

45. Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια Ηπείρου.
<https://www.espa.gr/el/pages/staticRIS3.aspx>
46. Τσιλκισιάν Μαριάννα. ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ:
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΛΙΜΝΗΣ ΚΕΡΚΙΝΗΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ.
2015