ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΜΕΛΕΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ **2**

Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφερειών Κεντρικής Μακεδονίας & Δυτικής Μακεδονίας

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2003

ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η μελέτη ανατέθηκε από τον Ε.Ο.Τ. τον Ιανουάριο 2002 στο γραφείο μελετών Γιώργου Μιχαηλίδη, ύστερα από δημόσια πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος. Στο πρώτο μέρος γίνεται διάγνωση του δυναμικού της τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας, η οποία περιλαμβάνει αξιολόγηση των υφιστάμενων πόρων, της τουριστικής προσφοράς και της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος, καθώς και εκτίμηση της φέρουσας ικανότητας ειδικών περιοχών. Στη συνέχεια αναλύονται τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες της σημερινής τουριστικής ανάπτυξης, επισημαίνονται οι ευκαιρίες και οι απειλές που αντιμετωπίζει το τουριστικό δυναμικό της περιφέρειας και διερευνάται η δυνητική ζήτηση.

Στο δεύτερο μέρος προτείνεται η στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας, καθορίζονται στόχοι και άξονες προτεραιότητας και καταστρώνεται πρόγραμμα δράσης.

1. ΔΙΑΓΝΩΣΗ ΤΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.

1.1. Αξιολόγηση των υφιστάμενων τουριστικών πόρων.

Τόσο η Κεντρική όσο και η Δυτική Μακεδονία διαθέτουν ποικιλόμορφους και υψηλής αξίας - φυσικούς και πολιτιστικούς - τουριστικούς πόρους. Οι τουριστικοί πόροι καταγράφονται, κατηγοριοποιούνται, χαρτογραφούνται και αξιολογούνται ως προς τον σημερινό και τον δυνητικό βαθμό αξιοποίησής τους, στην Α' Φάση της Μελέτης.

Στην **Κεντρική Μακεδονία**, στο σύνολο των σημαντικών περιβαλλοντικών και πολιτιστικών πόρων, όπως:

- το μεγάλο ανάπτυγμα υψηλής ποιότητας ακτών, ειδικά στην Χαλκιδική,
- τους ''οικουμενικούς'' μαγνήτες του Ολύμπου και του Αγίου Όρους,
- το χριστιανικό, βυζαντινό, νεώτερο και σύγχρονο πολιτιστικό απόθεμα της Θεσσαλονίκης,
- τα οικοσυστήματα των λιμνών και των ποταμών, τα όρη και τις ορεινές περιοχές φυσικού κάλλους,
- το ''τρίγωνο'' Δίου - Βεργίνας - Πέλλας και τους αρχαιολογικούς τόπους της κλασσικής και μακεδονικής εποχής,

έχουν αξιοποιηθεί σε υπέρμετρο βαθμό η θάλασσα και οι ακτές, και σε μικρότερο οι ορεινές ή άλλες περιοχές. Η τουριστική ανάπτυξη είναι άνιση, και μόνον κατά τόπους δυναμική. Κυρίαρχος εμφανίζεται ο θερινός παράκτιος τουρισμός διαμονής στη Χαλκιδική και στην Πιερία αλλά και ο τουρισμός πόλης στην Θεσσαλονίκη, με έντονη την εκθεσιακή και συνεδριακή συνιστώσα. Ωστόσο, η ποικιλία του χώρου και πόρων προσφέρει τη δυνατότητα ανάπτυξης διαφορετικών μορφών τουρισμού.

Στη **Δυτική Μακεδονία**, μοναδική αμιγώς ηπειρωτική περιφέρεια, βρίσκονται ορισμένα από τα πιο αξιόλογα και ενδιαφέροντα οικοσυστήματα στη χώρα. Στους τουριστικούς πόρους, συγκαταλέγονται:

* ο εξαιρετικής βιοποικιλότητας Εθνικός Δρυμός Πρεσπών,
* τα μοναδικά ορεινά δασικά συμπλέγματα της Πίνδου (Εθνικός Δρυμός), του Γράμμου, του Βιτσίου,
* οι λιμναίες (Καστοριά, Βεγορίτιδα) και παραποτάμιες φυσικές περιοχές
* τα ιστορικά μνημεία και οι οικισμοί.

Η μικρή ανάπτυξη ανθρώπινης δραστηριότητας, ο αδιατάρακτος χαρακτήρας των περισσότερων οικοσυστημάτων, σε συνδυασμό μα την αυθεντικότητα και την ιστορία του χώρου, καθιστούν την Δυτική Μακεδονία προνομιακή σε κάθε προσπάθεια εφαρμογής ''εναλλακτικών'' προτύπων τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα.

1.2. Αξιολόγηση της υφιστάμενης τουριστικής προσφοράς και της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας.

1.2.1 Βαθμός ανάπτυξης προσφοράς

Η τουριστικά δυναμική (έστω και τοπικά, στην Χαλκιδική - Πιερία και στη Θεσσαλονίκη) Κεντρική Μακεδονία αντιπροσωπεύει, σε όρους ξενοδοχειακής και συναφούς ανωδομής, το 10% του δυναμικού της χώρας. Πολύ περισσότερο υπολείπεται στην ανάπτυξη τουριστικής ανωδομής η Δυτική Μακεδονία, συμβάλλοντας μόλις κατά 1% στη διαμόρφωση των εθνικών μεγεθών.

Στο εσωτερικό της **Κεντρικής Μακεδονίας**, οι παράκτιες ζώνες των νομών μαζί με την πόλη της Θεσσαλονίκης συγκεντρώνουν το 90% της ξενοδοχειακής, και το σύνολο της συναφούς ανωδομής της περιφέρειας (99% των ενοικιαζόμενων βοηθητικών καταλυμάτων, 100% των campings). Στις εσωτερικές ζώνες της περιφέρειας, υποδομές μικρής κλίμακας βρίσκονται σε περιοχές όπου εντοπίζονται πόροι ειδικού τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως χιονοδρομικά κέντρα (Καϊμάκτσαλαν, Βέρμιο, Σέλι, Αη Λιας) ή ιαματικά λουτρά (Πόζαρ, Νιγρίτα, Ν. Απολλωνία, Λαγκαδάς).

Η **Δυτική Μακεδονία**, με 4.400 ξενοδοχειακές και 1.745 βοηθητικές κλίνες συνολικά, υπολείπεται σημαντικά στην ανάπτυξη ανωδομής. Η ποιοτική διάρθρωση δεν κρίνεται ικανοποιητική, οι πληρότητες είναι χαμηλές, η βιωσιμότητα των επενδύσεων προβληματική. Παρά ταύτα παρατηρείται πρόσφατα μία ενδιαφέρουσα τάση ανανέωσης του δυναμικού με την ένταξη μικρών οικογενειακών μονάδων στον μη αστικό χώρο. Η ξενοδοχειακή υποδομή είναι ισοκατανεμημένη σε Καστοριά, Κοζάνη και Φλώρινα, με την πρώτη να διαθέτει σαφώς υψηλότερη ποιότητα κλινών. Στους νομούς Καστοριάς και Γρεβενών εντοπίζεται η πλειονότητα των βοηθητικών καταλυμάτων. Η πολύ πιο πρόσφατη κατασκευή τους συμβάλλει σε βελτιωμένη ποιοτική διάρθρωση, με σχεδόν το 50% των κλινών να ανήκουν στις υψηλές κατηγορίες (Α' και Β'), και την πλειοψηφία τους να συγκεντρώνεται στον τουριστικά ''νεώτερο'' πόλο της Πίνδου (Χιονοδρομικό Βασιλίτσας). Αναμφίβολα υπάρχει μία στροφή στις προτιμήσεις των επισκεπτών προς μικρές μονάδες.

Επιχειρήσεις και Φορείς του τουρισμού:

Ο κλάδος των τουριστικών επιχειρήσεων παρουσιάζει βιώσιμη οικονομική κατάσταση, κυρίως όσον αφορά τις μεγάλες μονάδες - επιχειρήσεις. Ο βαθμός συγκέντρωσης παραμένει χαμηλός (12 επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών άνω του 1 δις δρχ. κατά το έτος 2000), όσο και ο βαθμός διασύνδεσης με υπερ-εθνικούς τουριστικούς ομίλους - αλυσίδες επιχειρήσεων, παρότι πολύ πρόσφατες εξελίξεις δείχνουν κινητικότητα στην κατεύθυνση αυτή (Hyatt Regency, Holiday Inn, Kempinsky).

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΕΝΤΡ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - 2003

ΤΑΞΗ	ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ	Ε	ΣΥΝΟΛΟ
ΜΟΝΑΔΕΣ	9	57	134	413	365	27	1.005
ΔΩΜΑΤΙΑ	1.492	7.944	7.860	11.029	7.367	436	36.128
ΚΛΙΝΕΣ	2.745	14.873	15.054	21.044	14.091	929	68.736

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - 2003

ΤΑΞΗ	ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ	Ε	ΣΥΝΟΛΟ
ΜΟΝΑΔΕΣ	0	3	24	46	6	3	82
ΔΩΜΑΤΙΑ	0	36	896	887	133	37	1.989
ΚΛΙΝΕΣ	0	71	1.734	1.672	237	68	3.782

1.2.2 Ζώνες τουριστικής ανάπτυξης

Μέσω της λεπτομερούς ανάλυσης του τουριστικού προϊόντος και της γεωγραφικής κατανομής της ζήτησης και της προσφοράς, αναδείχτηκαν οι επιμέρους περιοχές - τουριστικοί προορισμοί. Για τον καθένα, μελετήθηκαν η θέση και η πρόσβαση, οι τουριστικοί πόροι -περιβαλλοντικοί και πολιτιστικοί-, οι τουριστικές υποδομές - καταλύματα και ειδικές υποδομές -, οι τοπικοί αναπτυξιακοί Φορείς που τυχόν υπάρχουν και τέλος, τα έργα / δράσεις, ολοκληρωμένα ή συνεχιζόμενα, που σχετίζονται με τον τουρισμό.

Αναδεικνύονται τρεις κύριοι τύποι τουριστικών ζωνών, με διαφορετικά χαρακτηριστικά ωρίμανσης και με διαφορετικές δυνατότητες για την ανάπτυξη του τουρισμού:

I. Οι ‘ανεπτυγμένες’ παραθαλάσσιες - παραθεριστικές ζώνες

- Κ1. Νότια Πιερία - Όλυμπος
- Κ5. Στρυμωνικός κόλπος και κόλπος Ιερισσού
- Κ6. Χερσόνησος της Σιθωνίας
- Κ7. Μέση - δυτική παράκτια Χαλκιδική
- Κ8. Χερσόνησος της Κασσάνδρας

II. Το αστικό - μητροπολιτικό συγκρότημα της Θεσσαλονίκης

- Κ9. Θεσσαλονίκη

III. Οι αναδυόμενες ‘εσωτερικές’ ζώνες θεματικού ή ήπιου τουρισμού:

Αυτές της Κεντρικής Μακεδονίας:

- Κ2. Όρος Βέρμιο, Βέροια - Νάουσα
- Κ3. Όρος Βόρας, Έδεσσα
- Κ4. Κερκίνη - Δοϊράνη - κοιλάδα Στρυμώνα
- Κ10. Λίμνες Λαγκαδά (Βόλβη - Κορώνεια), Βερτίσκος

Και αυτές της Δυτικής Μακεδονίας:

- Δ1. Λίμνες και Εθνικός Δρυμός Πρεσπών, ορεινός όγκος Βιτσίου
- Δ2. Καστοριά, ορεινό σύμπλεγμα Γράμμου - Βιτσίου, Βόιο όρος
- Δ3. Εθνικός Δρυμός Πίνδου (Βάλια Κάλντα), Βασιλίτσα
- Δ4. Πιέρια όρη, Πολύφυτος
- Δ5. Άσκιο όρος, Βούρινος, Κοιλάδα Μεσιανού Νερού
- Δ6. Νυμφαίο, Λίμνες Χειμαδίτιδας, Ζάζαρης, Πετρών, Βεγορίτιδας

1.3. Εκτίμηση της "φέρουσας ικανότητας" συγκεκριμένων περιοχών της περιφέρειας ως προς την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Η εξέταση της φέρουσας ικανότητας επιχειρήθηκε στις εξής ''βεβαρυμένες'' τουριστικές περιοχές: α) χερσόνησος Κασσάνδρας, β) χερσόνησος της Σιθωνίας, γ) νότια Πιερία.

Στην **Κασσάνδρα**, άνω του 25% της διαθέσιμης, οικιστικά κατάλληλης γεωργικής γης (πλην δασών) καταλαμβάνεται από τουριστικές χρήσεις, κυρίως με το σύστημα της εκτός Σχεδίου δόμησης. Στους οικισμούς, οι υπερβολικές επεκτάσεις που επιχειρήθηκαν κατά τη δεκαετία του 1980, κινούνται εκτός λογικής φέρουσας ικανότητας τόσο ως προς τα διαθέσιμα, όσο και ως προς την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Κρισιμότερο ζήτημα προκύπτει αυτό της επάρκειας πόσιμου νερού, εφόσον εκτιμήθηκε ότι τα ανανεώσιμα διαθέσιμα επαρκούν για την εξυπηρέτηση αιχμών περί τις 80.000 διαμενόντων, μέγεθος κατά τι μικρότερο από τον πληθυσμό αιχμής του έτους 2001. Η μέση φόρτιση αιχμής των ακτών κολύμβησης είναι σημαντική και κυμαίνεται περί τα 12 τ.μ. ανά λουόμενο, με σημαντικές κατά τόπους αποκλίσεις. Η δραστική μείωση της σημερινής χωρητικότητας των οικισμών (μείωση Σ.Δ., παρένθεση ελεύθερων ζωνών και ζωνών πρασίνου) αξιολογείται ως βασική προϋπόθεση της περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής σε συνθήκες ποιότητας και αειφορίας, δεδομένου ότι το συνολικό, ασφαλές πληθυσμιακό μέγεθος αιχμής, δεν φαίνεται να μπορεί να υπερβεί τις 140.000 άτομα.

Η **Σιθωνία**, παρότι νεώτερη τουριστικά περιοχή και με συνολικά μικρότερη ως σήμερα δόμηση και συνεπαγόμενες εντάσεις και βλάβες, χαρακτηρίζεται από εντονότερους ρυθμούς ανάπτυξης και φαίνεται να ακολουθεί την πορεία της Κασσάνδρας. Και εδώ, κρισιμότερο προκύπτει το ζήτημα του πόσιμου νερού (εκτιμήθηκε ότι τα ανανεώσιμα διαθέσιμα επαρκούν για την εξυπηρέτηση αιχμών περί τις 80.000 διαμενόντων, μέγεθος που ισοδυναμεί με τον θεωρητικό πληθυσμό αιχμής του 2001 (13.000 μόνιμοι κάτοικοι, 53.000 κλίνες σε καταλύματα, 10.700 θέσεις σε κάμπινγκ). Η φόρτιση αιχμής των ακτών κολύμβησης αποφέρει ένα οριακό πρότυπο 13-15 τ.μ. ανά λουόμενο, με σημαντικές κατά τόπους αποκλίσεις. Το συνολικό οριακό πληθυσμιακό μέγεθος αιχμής δεν φαίνεται να υπερβαίνει τις 100.000 άτομα, με τους οικισμούς να προσεγγίζουν κορεσμό ως προς την επιθυμητή πληρότητα οροφής.

Η παραλιακή **νότια Πιερία** αποτελεί εντατικά αξιοποιημένη τουριστική περιοχή θερινού τουρισμού διαμονής με προβλήματα ποιότητας υποδομών και πληρότητας, στην μικρού πλάτους λωρίδα μεταξύ ακτής και ΠΑΘΕ. Δεν παρουσιάζονται ισχυρές εντάσεις στα φυσικά διαθέσιμα, όπως στην περίπτωση των ζωνών της Χαλκιδικής. Το ζήτημα εδώ είναι οι κοινωνικές - οικονομικές πιέσεις, η εξασφάλιση ποιοτικών σταθεροτύπων στην κατάληψη του χώρου και η διαπιστωμένη ανάγκη ποιοτικής αναβάθμισης των τουριστικών και συναφών υποδομών.

1.4. Ανάλυση των ευρύτερων επιπτώσεων του τουρισμού στην οικονομία, την τοπική κοινωνία, τον πολιτισμό και το φυσικό περιβάλλον της περιφέρειας.

Πολλαπλασιαστικές επεμβάσεις του τουρισμού ή αρνητικές επιδράσεις σε άλλους κλάδους της τοπικής οικονομίας (μεταφορές,λιανικό εμπόριο, μεταποίηση, πολιτισική παραγωγή κλπ.) μπορούν να εντοπιστούν μόνο στις μεταφορές (υψηλή συγκέντρωση στη Θεσσαλονίκη, αλλά με πολλαπλά αίτια). Η επίπτωση του τουρισμού στην απασχόληση εντοπίζεται στη «στρέβλωση» της αγοράς εργασίας κατά τόπους (Χαλκιδική, Πιερία) και στην ευρεία διάδοση προτύπων απασχόλησης και εργασιακής συμπεριφοράς («κατοχύρωση» της εποχικότητας και μάλιστα επιδοτούμενης, αύξηση αυτοαπασχόλησης, εκτεταμένη παράλληλη απασχόληση). Η συμβολή του τουρισμού στην αύξηση εισοδήματος, ιδιωτικής κατανάλωσης, φορολογικών εσόδων είναι κατά τόπους σημαντική.

Οι δυο κυρίαρχες μορφές μαζικού τουρισμού (καλοκαιρινές διακοπές / θάλασσα και χειμερινές διακοπές / βουνό) δημιουργούν μεγάλες πληθυσμιακές πιέσεις εποχιακά στις τουριστικές περιοχές (Χαλκιδική, Πιερία). Οι σημαντικότερες επιπτώσεις στο περιβάλλον είναι η ρύπανση εδάφους και υδάτων. Άλλες αρνητικές επιπώσεις είναι η εκεταμένη αισθητική ρύπανση και η ηχορρυπανση. Επιπλέον, δημιουργούνται σημαντικές συγκρούσεις στις χρήσεις γης, με τη μετατροπή ολοένα και νέων πόρων σε τουριστικούς.

1.5. Ανάλυση των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών της σημερινής τουριστικής ανάπτυξης.

Ο συνολικός χώρος της Κεντρικής και Δυτικής Μακεδονίας εμφανίζεται με ‘’διττή’’ τουριστική φυσιογνωμία: ανεπτυγμένος παράκτιος θερινός τουρισμός αφενός, αναφυόμενος τουρισμός των εσωτερικών ζωνών προς ειδικές ή διαφορετικές μορφές τουρισμού, αφετέρου. Τα συμπεράσματα της SWOT ανάλυσης αναφέρονται στο σύνολο του χώρου, με ειδικότερες επισημάνσεις για την Κεντρική (παράκτιος, ώριμος τουρισμός στο πρότυπο ‘’ήλιος και θάλασσα’’) ή για τη Δυτική Μακεδονία.

Πλεονεκτήματα:

- Πλούσιοι φυσικοί - περιβαλλοντικοί και πολιτιστικοί πόροι
- Καλός βαθμός ικανοποίησης και καλή προφορική προώθηση
- Λογικά επίπεδα τιμών
- ΄Υπαρξη δυνητικής ζήτησης

Αδυναμίες:

- Ανεπαρκής σύνδεση με το ιστορικό - πολιτιστικό απόθεμα
- Ανεπαρκής σύνδεση με το φυσικό - περιβαλλοντικό απόθεμα
- Ανεπαρκής εκπαίδευση και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού στον τουρισμό

Ειδικότερα για την **Κεντρική Μακεδονία**, πλεονέκτημα συνιστά:

- Η καλή συγκοινωνιακή δικτύωση (προορισμός πτήσεων chartered) με τις βασικές αγορές - πηγές.

ενώ αδυναμίες αποτελούν:

- Η ανεπαρκής προστασία του περιβάλλοντος, η αστική - οικιστική υποβάθμιση, η απώλεια παραδοσιακού χαρακτήρα.
- Η χαμηλής ποιότητας προσφορά υπηρεσιών (σε καταλύματα και -κυρίως- σε λοιπές εξυπηρετήσεις), η έλλειψη επαγγελματισμού.
- Η δυσκολία ανάπτυξης τουριστικής δραστηριότητας σε περιόδους χαμηλής ζήτησης (Δεκέμβριος - Μάρτιος).

Ειδικότερα για τη **Δυτική Μακεδονία**, πλεονεκτήματα συνιστούν:

- Ο φυσικός πλούτος με κύρια χαρακτηριστικά τους Εθνικούς Δρυμούς, τις περιοχές NATURA 2000 και φυσικού κάλλους.
- Η μη διαμορφωμένη και κατά συνέπεια προσαρμόσιμη σε υγιείς βάσεις τουριστική πραγματικότητα.
- Οι διατηρούμενες παραδόσεις και τα έθιμα, η ιστορία της περιοχής στο πρόσφατο παρελθόν, καθώς και η πολιτιστική και αρχιτεκτονική της κληρονομιά.

ενώ αδυναμίες αποτελούν:

- Η μη ευχερής πρόσβαση (που ενισχύεται από την έλλειψη διεθνούς αεροδρομίου στην Δ. Μακεδονία).
- Η δυσκολία διαμόρφωσης επαρκούς ζήτησης σε μη θερινή περίοδο.
- Η ανεπαρκής τουριστική προσφορά, ιδίως σε ό,τι αφορά τη διαμονή.

1.6. Διερεύνηση των ευκαιριών και των δυνατοτήτων αξιοποίησης, αναβάθμισης και προβολής του τουριστικού δυναμικού της περιφέρειας.

Οι προοπτικές για την **Κεντρική Μακεδονία** - και το κυρίως τουριστικό προϊόν της - συνοψίζονται:

- Στην καλή γεωγραφική θέση στις δυτικοευρωπαϊκές και ανατολικοευρωπαϊκές αγορές.
- Στην αναγνωρισιμότητα του προορισμού στην Ευρώπη και στις υπερπόντιες αγορές, αν και μικρότερη από αυτήν άλλων Περιφερειών.
- Στη συνεχή θετική τάση ζήτησης του προϊόντος "ήλιος + θάλασσα".
- Στην ύπαρξη πρόσθετων πόρων και δυνατοτήτων δικτύωσης στην περιφέρεια και στον ευρύτερο χώρο, που επιτρέπει διαφοροποίηση από πιθανούς ανταγωνιστές (π.χ. νησιωτικές περιοχές που στηρίζονται κατ' αποκλειστικότητα στο προϊόν ''ήλιος και θάλασσα'').
- Στη γενικά θετική και φιλική "Εικόνα", στο γεγονός ότι αποτελεί ασφαλή ταξιδιωτικό προορισμό και ευρωπαϊκό προορισμό χωρίς αρνητική εμπειρία ή προκατάληψη.
- Στην αναμενόμενη ώθηση από την Ολυμπιάδα του 2004.

Οι προοπτικές για τη **Δυτική Μακεδονία** - και γενικότερα τις εσωτερικές ζώνες και τη δυνατότητα ανάπτυξης νέων μορφών τουρισμού - συνοψίζονται:

- Στη δυνατότητα ανάπτυξης ποικίλων - ειδικών και εναλλακτικών - μορφών τουρισμού, συνδεδεμένων με το ιδιαίτερο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, καθώς και με την τοπική οικονομία.
- Στη βελτίωση των δυνατοτήτων πρόσβασης (Εγνατία οδός και κάθετοι άξονες).
- Στην τάση καθιέρωσης των χειμερινών διακοπών και την αυξανόμενη προτίμηση για διακοπές με συμπληρωματικές δραστηριότητες.
- Στην ενσωμάτωση του "εναλλακτικού" τουρισμού στους στόχους της τουριστικής πολιτικής της χώρας.
- Στο γεγονός ότι το ξενοδοχειακό δυναμικό είναι καινούριο και προσαρμοσμένο στις ιδιαίτερες απαιτήσεις των επισκεπτών.

1.7. Εξέταση των απειλών και εντοπισμός προβληματικών ζωνών και τομέων.

Απειλές για τον τουρισμό συνολικά, συνιστούν:

α. Ο διεθνής ανταγωνισμός και ο τρόπος ανάπτυξης της αγοράς:

- Κίνδυνος περαιτέρω απώλειας μεριδίου αγοράς του ελληνικού τουρισμού, που θα συμπαρασύρει και τον περιφερειακό τουρισμό.
- Θεαματική βελτίωση ποιότητας ορισμένων ανταγωνιστικών προορισμών, χωρίς αύξηση τιμών.
- Κίνδυνος να αποβεί (συνολικά η Ελλάδα) ακριβός προορισμός, για νομισματικούς λόγους (Ευρώ).
- Παραδοσιακή ζήτηση που ελέγχεται από τη δύναμη και επιρροή των Tour Operators.

β. Η κατάσταση στις αγορές - πηγές:

- Συνεχώς αυξανόμενος ανταγωνισμός, με ολοένα μεγαλύτερη προσφορά και χαμηλότερες τιμές.
- Μείωση των επαναλαμβανόμενων επισκέψεων (διεθνώς και γενικώς).
- Ολοένα και πιο σκληρή και καθοδηγούμενη από ενέργειες marketing προσέλκυση τουριστών.
- Αδυναμία υποκατάστασης της δυτικής Ευρώπης από νέες αγορές (π.χ. κεντρική - ανατολική Ευρώπη) στο προβλέψιμο μέλλον. Στασιμότητα στις υπερπόντιες αγορές.

Συμπέρασμα: **Ο τουρισμός στην Κεντρική Μακεδονία - στην κυρίαρχη μορφή του - συνολικά απειλείται αν δεν απαντήσει στην πρόκληση του ανταγωνισμού και της βελτίωσης της ποιότητας.**

Ο τουρισμός στη Δυτική Μακεδονία - και στις ανάλογες εσωτερικές ζώνες - απειλείται αν δεν αξιοποιήσει προγραμματισμένα και προς τη σωστή κατεύθυνση την τουριστική προοπτική που διανοίγεται.

1.8. Διερεύνηση της δυνητικής ζήτησης, τόσο στις ξένες αγορές όσο και στο εσωτερικό.

1.8.1 Η τουριστική ζήτηση: μεγέθη, τάσεις, χωρική και χρονική κατανομή.

Τα τουριστικά ρεύματα διαφοροποιούνται ανά τύπο και περιοχή:

- Στις παράκτιες περιοχές της Κεντρικής Μακεδονίας (Χαλκιδική - Πιερία), η ζήτηση ξεκινά από τον Μάιο ως τον Οκτώβριο, με αιχμές το δίμηνο Ιούλιος - Αύγουστος. Ο αριθμός διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών είναι, στο σύνολο, μεγαλύτερος αυτού των ημεδαπών. Την περίοδο αιχμής καθορίζουν κυρίως οι Ημεδαποί τουρίστες, καθώς οι αλλοδαποί εμφανίζουν πιο ομαλή κατανομή στο εύρος Ιούνιος - Σεπτέμβριος. Η μέση παραμονή, η προέλευση των τουριστών κ.α., δείχνουν διαφορές στο προφίλ του μέσου τουρίστα των δυο περιοχών. Σε γενικές γραμμές η Χαλκιδική φαίνεται να ελκύει τουρισμό μέσων εισοδημάτων, κυρίως από την Κεντρική Ευρώπη, με την μορφή οργανωμένου τουριστικού πακέτου διακοπών. Η Πιερία έλκει τουρίστες σχετικά χαμηλότερων εισοδημάτων από τις χώρες της πρώην Γιουγκοσλαβίας και της Ανατολικής Ευρώπης.
- Η ζήτηση στην Θεσσαλονίκη παρουσιάζεται σταθερή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, με αιχμές στις περιόδους διοργάνωσης μεγάλων εκδηλώσεων στην πόλη (Σεπτέμβριος Δ.Ε.Θ., Νοέμβριος - Φεστιβάλ Κινηματογράφου), ενώ μικρή κάμψη παρατηρείται τους θερινούς μήνες. Οι κύριοι επισκέπτες είναι έλληνες.
- Σε περιοχές της ενδοχώρας όπου μπορούν να αναπτυχθούν ειδικές μορφές τουρισμού διαφαίνεται μια αξιόλογη ζήτηση. Ο Εθνικός Δρυμός του Ολύμπου π.χ. έλκει περί τις 100.000 επισκέψεις τον χρόνο, με σημαντική συμμετοχή αλλοδαπών, ενώ στοιχεία των Κέντρων Περιβαλλοντικής Ενημέρωσης στις Πρέσπες, την Κερκίνη και το Δέλτα του Αξιού δείχνουν μια αυξανόμενη επισκεψιμότητα από οργανωμένους και ατομικούς επισκέπτες, με αιχμές την άνοιξη και το φθινόπωρο.

Και οι δύο Περιφέρειες υπολείπονται στην εκμετάλλευση του ξενοδοχειακού τους δυναμικού (σχέση προσφοράς-ζήτησης), σε σχέση με άλλες περιοχές της χώρας, με την Δυτική Μακεδονία να υστερεί σημαντικά. Το ίδιο συμπέρασμα προκύπτει από την θεώρηση των ποσοστών πληρότητας.

Οι πρόσφατες εξελίξεις στη ζήτηση κρίνονται ενθαρρυντικές: Η Κεντρική Μακεδονία φαίνεται ότι ανακάμπτει από το "σοκ" των αρχών του '90 (Γιουγκοσλαβία). Οι βελτιωμένοι ρυθμοί αναφέρονται ισόρροπα στους αλλοδαπούς και στους ημεδαπούς τουρίστες. Η Δυτική Μακεδονία παρουσιάζει μεσοπρόθεσμους ρυθμούς ανάπτυξης μεγαλύτερους από τον εθνικό μέσο όρο, και από αυτούς της Κεντρικής Μακεδονίας. Το συνολικό μέγεθος διαμορφώνεται εδώ από την βελτιούμενη ζήτηση των αλλοδαπών, παρά το μικρό ποσοστό συμμετοχής τους στο σύνολο των διανυκτερεύσεων, εφόσον οι "παραδοσιακοί" ημεδαποί επισκέπτες αυξάνονται με ρυθμούς που υπολείπονται του εθνικού μ.ο.

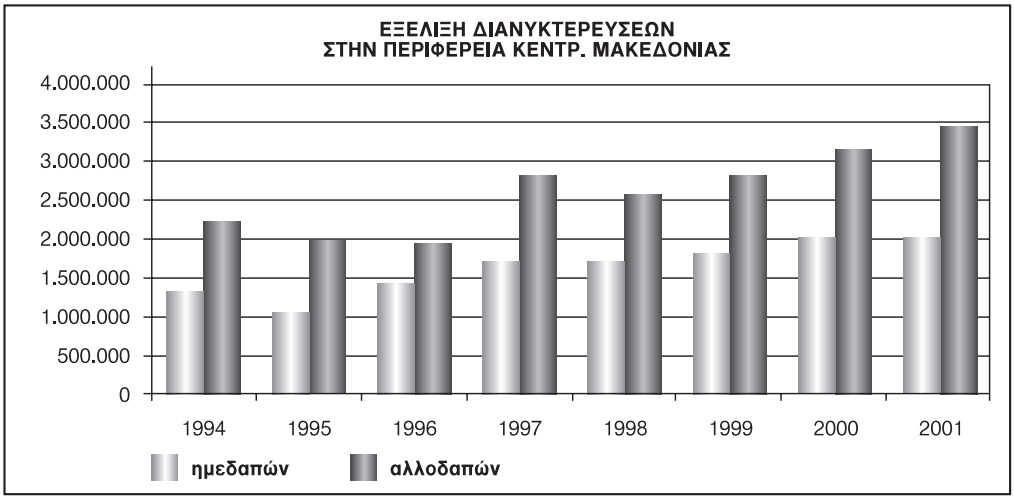
1.8.2 Τάσεις της ζήτησης. Προσαρμοστικότητα στις απαιτήσεις της αγοράς

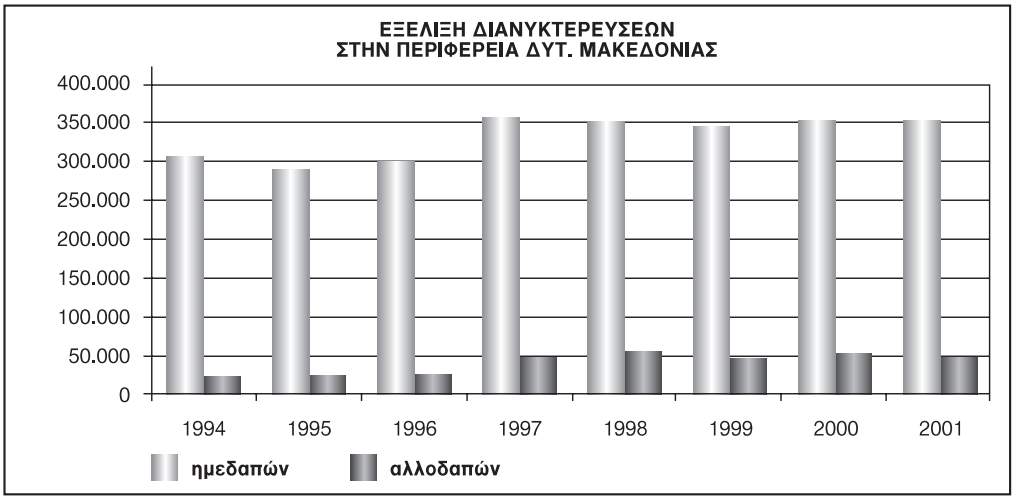
Τα λιγοστά στοιχεία πεδίου που είναι διαθέσιμα για το ειδικό τουριστικό κοινό στην περιοχή Μελέτης και που αφορούν την καταγραφή γνώμης των επισκεπτών στον Όλυμπο και στα Κέντρα Ενημέρωσης των υγροτόπων Κερκίνης και Πρεσπών, επιβεβαιώνουν την αλλαγή του προφίλ των επισκεπτών - τουριστών, και συμφωνούν με τις μεταβολές στην ευρωπαϊκή και παγκόσμια αγορά.

Οι παραπάνω παράγοντες διαμόρφωσης της ζήτησης, προβλέπεται να ενισχύσουν περαιτέρω την ανάπτυξη ποιοτικών και εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων. Κάτω από αυτό το πρίσμα, ο χώρος της Κεντρικής Μακεδονίας, και προνομιακά ο χώρος της Δυτικής Μακεδονίας, διαθέτουν εν δυνάμει συγκριτικά πλεονεκτήματα τα οποία πρέπει να αξιοποιηθούν και να προβληθούν προς τα έξω για την ενίσχυσή τους απέναντι στον διεθνή ανταγωνισμό. Έως σήμερα, η σύνδεση αυτή είναι αποσπασματική και ιδιαίτερα φτωχή. Η κατάσταση αυτή δείχνει την μικρή ικανότητα που έχει επιδείξει ο κλάδος στο να ανταποκριθεί στα νέα δεδομένα της ζήτησης.

Συγκεκριμένες αδυναμίες εντοπίζονται:

- Στο βαθμό ανάδειξης, τρόπο ενσωμάτωσης στο τουριστικό κύκλωμα και προβολή, των αρχαιολογικών χώρων, μνημείων και στοιχείων της πολιτιστικής παράδοσης.
- Στη διαχείριση των περιβαλλοντικών πόρων (ανεπαρκής προστασία).
- Στον κατακερματισμό των πόρων και την μη ύπαρξη τουριστικών δικτύων και διαδρομών.





2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

2.1. Καθορισμός στρατηγικής για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας.

2.1.1. Ορισμός σκοπών και στόχων

Για τον προσδιορισμό της στρατηγικής βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην Κεντρική και Δυτική Μακεδονία, λαμβάνονται υπόψη:

- οι πιο σύγχρονοι προβληματισμοί και απόψεις για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, και η ενσωμάτωσή τους σε κείμενα πολιτικής, μελέτες και έρευνες,
- η κοινοτική και εθνική πολιτική για τον τουρισμό, όπως διατυπώνονται σε σχετικές ανακοινώσεις και προγραμματικά κείμενα,
- οι νέες τάσεις της ζήτησης και της τουριστικής αγοράς, και βεβαίως
- το ίδιο το τουριστικό προϊόν, η κατάσταση τουριστικής ανάπτυξης και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Κεντρικής και Δυτικής Μακεδονίας.

Η τουριστική ανάπτυξη στον χώρο της Κεντρικής και Δυτικής Μακεδονίας έχει να αντιμετωπίσει τις εξής προκλήσεις:

- Τον συνεχώς αυξανόμενο διεθνή και ευρωπαϊκό ανταγωνισμό,
- Την ικανότητα προσαρμογής σε νέα πρότυπα βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και σε νέα πρότυπα ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών,
- Την ικανότητα ενσωμάτωσης των νέων τεχνολογιών και της κοινωνίας της πληροφορίας, ως παράγοντα ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας.

Ο συνολικός στρατηγικός σκοπός (συνολική στρατηγική), διατυπώνεται επομένως ως εξής:

Προώθηση ενός βιώσιμου, ποιοτικού και ανταγωνιστικού τουρισμού

και συνεπάγεται την μέσω της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, της διαφοροποίησης και της ποιοτικής αναβάθμισης, ανάπτυξη του τομέα του τουρισμού και αύξηση του μεριδίου του στην τουριστική αγορά.

Οι επιμέρους στρατηγικοί στόχοι διατυπώνονται ως εξής:

- Επέκταση και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος προς την κατεύθυνση της βιωσιμότητας.
- Ενίσχυση της τοπικότητας ως βασικής παραμέτρου της τουριστικής ανάπτυξης
- Πρόληψη, μείωση και έλεγχος των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον
- Βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών - προϊόντων
- Προώθηση του υπεύθυνου, κοινωνικά και πολιτιστικά, αποδεκτού και δίκαιου τουρισμού

2.1.2. Οι τουριστικοί προορισμοί

Κατά τη Β' Φάση επιχειρείται η προσαρμογή και η εξειδίκευση των στρατηγικών στόχων στα ειδικά χαρακτηριστικά κάθε προορισμού. Το αποτέλεσμα που προκύπτει καταγράφεται ως ειδικές κατευθύνσεις - μορφές τουρισμού ανά προορισμό, και ενσωματώνεται στο αναλυτικό Πρόγραμμα. Συγκεκριμένα:

1. Στο σύνολο των τουριστικών προορισμών, προτείνεται η δημιουργία ενιαίων σχημάτων - συνεργασιών σε τοπικό επίπεδο (τα οποία ορίζονται ως Τοπικά Σύμφωνα για τον Τουρισμό) και τα οποία καλούνται να αναλάβουν την ευθύνη του ενιαίου και ολοκληρωμένου σχεδιασμού και της διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης, με ειδικούς κάθε φορά στόχους.

2. Στους παράκτιους προορισμούς της Κεντρικής Μακεδονίας (Κ1, Κ5, Κ6, Κ7, Κ8), οι ειδικοί στόχοι είναι:
   - η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών του θερινού τουρισμού,
   - η διαχείριση -κατά τόπους- των ζητημάτων φθοράς ή κρίσης,
   - ο εμπλουτισμός και η προικοδότηση του τοπικού προϊόντος με ειδικές τουριστικές υποδομές,
   - και η σύνδεσή τους με δίκτυα εναλλακτικού τουρισμού.
3. Στη Θεσσαλονίκη (προορισμός Κ9), ειδικός στόχος είναι:
   - Η ανάπτυξη - οργάνωση του τουρισμού πόλης, με κύριες συνιστώσες την εκθεσιακή, τη συνεδριακή, την πολιτιστική αλλά και την καταναλωτική.

4. Οι υπόλοιποι προορισμοί, οι οποίοι χαρακτηρίζονται και ως νέοι - βιώσιμοι, επικεντρώνουν την προσπάθεια ανάπτυξης του τουρισμού τους σε ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, κατ' αντιστοιχία με τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα, ως εξής:

Κ2 Όρος Βέρμιο, Βέροια - Νάουσα

Ορεινός και ορεινός - χιονοδρομικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός. Ανάπτυξη - δικτύωση του τουρισμού πόλης μεταξύ Βέροιας - Νάουσας - Έδεσσας.

Κ3 Όρος Βόρας, Έδεσσα

Ορεινός φυσιολατρικός τουρισμός και τουρισμός άθλησης - περιπέτειας στον ορεινό όγκο. Ανάπτυξη - δικτύωση του τουρισμού πόλης μεταξύ Βέροιας - Νάουσας - Έδεσσας.

Κ4 Κερκίνη - Δοϊράνη - κοιλάδα Στρυμώνα

Ήπια τουριστική ανάπτυξη με επίκεντρο τον οικοτουρισμό στην Κερκίνη, και διάχυση στους βόρειους οικισμούς της κοιλάδας του Στρυμώνα έως τους λοιπούς διάσπαρτους τουριστικούς πόλους. Ήπια τουριστική αξιοποίηση λίμνης Δοϊράνης (διασυνοριακή συνιστώσα).

Κ10 Λίμνες Λαγκαδά (Βόλβη - Κορώνεια), Βερτίσκος

Ήπιος αθλητικός τουρισμός και τουρισμός αναψυχής. Περιβαλλοντική εκπαίδευση. Αγροτοτουρισμός στον ορεινό όγκο Βερτίσκου - Κερδυλλίων.

Δ1 Λίμνες και Εθνικός Δρυμός Πρεσπών, ορεινός όγκος Βιτσίου

Ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού (διασυνοριακή συνιστώσα). Συνδυασμός με τουρισμό φύσης (φυσιολατρικό ήπιο λιμναίο και ορεινό), αγροτοτουρισμό, χειμερινό αθλητικό (χιονοδρομικό Βίγλας)

Δ2 Καστοριά, ορεινό σύμπλεγμα Γράμμου - Βιτσίου, Βόιο όρος

Ήπιος λιμναίος και ορεινός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, αγροτοτουρισμός, χειμερινός αθλητικός τουρισμός. Ανάπτυξη του τουρισμού πόλης στην Καστοριά.

Δ3 Εθνικός Δρυμός Πίνδου (Βάλια Κάλντα), Βασιλίτσα

Ήπιος τουρισμός φύσης στον Εθνικό Δρυμό. Χειμερινός αθλητικός τουρισμός στη Βασιλίτσα.

Δ4 Πιέρια όρη, Πολύφυτος

Ανάπτυξη του αγροτοτουρισμού, σε συνδυασμό με ήπιο, ορεινό τουρισμό φύσης και με χιονοδρομικό τουρισμό.

Δ5 Άσκιο όρος, Βούρινος, Κοιλάδα Μεσιανού Νερού

Ανάπτυξη του αγροτοτουρισμού και του τουρισμού φύσης.

Δ6 Νυμφαίο, Λίμνες Χειμαδίτιδας, Ζάζαρης, Πετρών, Βεγορίτιδα

Ανάπτυξη ήπιου τουρισμού φύσης στην περιοχή του Νυμφαίου και των λιμνών. Ήπια τουριστική αξιοποίηση της Βεγορίτιδας.

Η συγκεκριμενοποίηση των παραπάνω κατευθύνσεων ανά προορισμό, ενσωματώνεται στην αναλυτική παρουσίαση του Προγράμματος.

2.1.3. Τα δίκτυα

Η οργάνωση θεματικών, περιφερειακών και δια-περιφερειακών, τουριστικών δικτύων και διαδρομών, αποτελεί εξίσου βασική συνιστώσα του προτεινόμενου Προγράμματος. Το διαπεριφερειακό χωρικό επίπεδο αναφοράς της Μελέτης, ευνόησε την αναγνώριση της αναγκαιότητας αυτής. Μέσω των δικτύων θεματικού / εναλλακτικού τουρισμού οργανώνεται η τουριστική κίνηση και εμπλουτίζεται το τουριστικό προϊόν κάθε προορισμού και συνολικά. Οι δυνατότητες δικτυώσεων μελετώνται κατά την Α' Φάση της Μελέτης και οριστικοποιούνται κατά τη Β' Φάση (βλέπε Άξονας 4, Μέτρο 4: "Σχεδιασμός και στήριξη δικτύων ειδικού / εναλλακτικού τουρισμού").

Ανά κατηγορία ειδικής / εναλλακτικής μορφής τουρισμού, προτείνεται η συγκρότηση των κάτωθι δικτύων και διαδρομών:

1. Μορφωτικός - πολιτιστικός τουρισμός:
   - Η Μακεδονία των Μύθων και της προϊστορίας (από το Διονυσιακό Παγγαίο και τον Στρυμώνα έως τα Πιέρια και τον Όλυμπο).
   - Η "κλασσική" Μακεδονία της ακτογραμμής (από την Αμφίπολη έως την Πύδνα, με σταθμούς τις αποικίες της Χαλκιδικής)
   - Η Μακεδονία των Βασιλέων και των Ελληνιστικών χρόνων (με επίκεντρο το Τρίγωνο Βεργίνα - Δίον - Πέλλα, και δικτυώσεις προς Αμφίπολη, Ευρωπό, Λευκάδια, Έδεσσα και Βέροια, Θεσσαλονίκη, Αιανή και Πέτρες στη Δυτική Μακεδονία).
   - Η χριστιανική και Βυζαντινή Μακεδονία (στο ίχνος της διαδρομής του Αποστόλου Παύλου, με επίκεντρο τη Θεσσαλονίκη αλλά και την Βέροια και διακλάδωση προς Καστοριά και Πρέσπες).
   - Η Οθωμανική και νεώτερη Μακεδονία (με επίκεντρο τη Θεσσαλονίκη, τη Νάουσα - Έδεσσα και την πολυπολιτισμική Βέροια).

2. Θρησκευτικός - προσκυνηματικός τουρισμός:

   με αιχμή το Άγιο Όρος και την ιδιαίτερη αίγλη των προσκυνημάτων στον ελληνικό και ευρύτερο ορθόδοξο και καθολικό κόσμο.

3. Ορεινός - περιηγητικός τουρισμός:

   με βάση τα Ευρωπαϊκά μονοπάτια μεγάλων διαδρομών Ε4 και Ε6 που συναντώνται στη Μακεδονία, ανάδειξη των ορεινών περασμάτων της Πίνδου και αξιοποίηση και της πολιτισμικής συνιστώσας (δρόμος των πραματευτάδων: Σέρβια - Κλεισούρα - Νυμφαίο - Πισοδέρι).

4. Ορεινός τουρισμός άθλησης και περιπέτειας:

   μετά από δικτύωση - εξειδίκευση των οκτώ χιονοδρομικών κέντρων, αξιοποίηση ποταμών και ορεινών όγκων, αλλά και των παραθαλάσσιων περιοχών της Χαλκιδικής και της Πιερίας.

5. Οικολογικός τουρισμός:

   στη βάση περιηγητικών διαδρομών στα υγροτοπικά συστήματα, που συνδέουν τις τρεις περιοχές Ραμσάρ (Δέλτα Αξιού - Αλιάκμονα, Κορώνεια - Βόλβη, Κερκίνη) και τις ανάλογες περιοχές του δικτύου Φύση 2000, και επεκτείνονται στη Δυτική Μακεδονία (Πρέσπες, Βεγορίτιδα και "μικρές Λίμνες") και τη Θράκη (Νέστος, Βιστωνίτιδα, Έβρος).

6. Συνεδριακός τουρισμός:

σε συνδυασμό με τουρισμό κινήτρων και με εκθεσιακό τουρισμό, με χωρική αναφορά στη Θεσσαλονίκη, στη Χαλκιδική και στις πόλεις της Κ. και Δ. Μακεδονίας

7. Τουρισμός πόλης:

με επίκεντρο τη Θεσσαλονίκη, αλλά και την Καστοριά (και δευτερευόντως τη Φλώρινα), καθώς και τις από παράδοση τουριστικές πόλεις Βέροια - Νάουσα - Έδεσσα.

8. Αγροτουρισμός:

που βασίζεται στο πλούσιο παραγωγικό - πολιτιστικό - κοινωνικό απόθεμα του Μακεδονικής υπαίθρους, και που μπορεί να οργανώσει συνεκτικές θεματικές διαδρομές, όπως:

- "Οι δρόμοι του κρασιού", ως συνεκτική αγροτουριστική διαδρομή, με κλάδους ως τις ΟΠΑΠ Πλαγιές Μελίτωνος και το Άγιον Όρος (Χαλκιδική), τις ΟΠΑΠ Γουμένισσας Νάουσας Αμύνταιου, την Θεσσαλία (Όλυμπος - Ραψάνη) και την Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, όπου αξίζει να σημειωθεί ότι επιχειρείται η προβολή και ανάπτυξη από τον ομώνυμο, ενιαίο, τοπικό φορέα ειδικού ενδιαφέροντος.

9. Θαλάσσιος τουρισμός περιήγησης ή δραστηριοτήτων:

mini κρουαζιέρες - ιστιοπλοϊα - καταδύσεις, στον Θερμαϊκό και στους κόλπους της Χαλκιδικής, σε σύνδεση με τις Σποράδες και τα νησιά του Β. Αιγαίου.

2.2. Πρόταση για τους άξονες και τις μορφές κινητοποίησης των φορέων του ιδιωτικού τομέα και των αναγκαίων κοινών δράσεων των δημόσιων και των ιδιωτικών φορέων.

Στο πλαίσιο του προγράμματος δράσης προτείνονται: Συνεργασίες μεταξύ ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, tour operators, και άλλων επαγγελματιών του κλάδου, με σκοπό τη δημιουργία δικτύων προώθησης στην αγορά Ανάπτυξη ενώσεων tour operators κατά θέμα ή τουριστικό προορισμό Προώθηση της εταιρικότητας μεταξύ του τουριστικού τομέα και άλλων δραστηριοτήτων και κλάδων Ευρύτερες συνεργασίες για την προώθηση των πιλοτικών τουριστικών προορισμών και την προσφορά διακοπών εκτός περιόδων αιχμής Τοπικά Σύμφωνα - Τοπικά Σχέδια για το συνολικό σχεδιασμό και διαχείριση των νέων προορισμών, ως βιώσιμων τουριστικών προορισμών Δημιουργία νέων, ήπιων και ειδικά προσαρμοσμένων υποδομών, στους νέους προορισμούς.

2.3. Πρόγραμμα δράσης

Σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα, το προτεινόμενο Πρόγραμμα Τουριστικής Ανάπτυξης οργανώνεται σε Μέτρα και Δράσεις. Ανά Μέτρο, δίνονται η σκοπιμότητα και οι στόχοι, και προσδιορίζονται οι κύριες γραμμές Δράσεων και οι Φορείς που μπορούν να τις αναλάβουν. Ανά Μέτρο επίσης, επιχειρείται η προκαταρκτική εκτίμηση του κόστους και του χρονοδιαγράμματος υλοποίησης.
Το αναλυτικό Πρόγραμμα έχει ως εξής:

Άξονας 1: Επέκταση του τουριστικού προϊόντος προς νέους, βιώσιμους, τουριστικούς προορισμούς

ΜΕΤΡΟ 1.1 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ, ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ, ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΤΟΥ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Έργα και παρεμβάσεις προστασίας και περιβαλλοντικής διαχείρισης των αξιόλογων φυσικών πόρων. Έργα και παρεμβάσεις αποκατάστασης και ανάδειξης των αξιόλογων αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων και μνημείων, και των παραδοσιακών οικιστικών συνόλων. Ενεργός διαχείριση των φυσικών πόρων (εγκατάσταση ειδικών φορέων διαχείρισης) και των ιστορικών πόρων (επισκεψιμότητα, φύλαξη, υποδοχή). Σχεδιασμός και θεσμοθέτηση ειδικών όρων και περιορισμών στις χρήσεις γης και στη δόμηση.

ΜΕΤΡΟ 1.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΒΙΩΣΙΜΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Τοπικά Σύμφωνα - Τοπικά Σχέδια για το συνολικό σχεδιασμό και διαχείριση των νέων προορισμών, ως βιώσιμων τουριστικών προορισμών. Δημιουργία νέων, ήπιων και ειδικά προσαρμοσμένων υποδομών, στους νέους προορισμούς.

Άξονας 2: Δημιουργία νέων ειδικών καθώς και εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων

ΜΕΤΡΟ 2.1 ΒΕΛΤΙΩΣΗ - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΔΙΚΩΝ, ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ

Βελτίωση και δημιουργία νέων ειδικών τουριστικών υποδομών και εξοπλισμού

Αξιοποίηση των τουριστικών ακινήτων ΕΟΤ προς την κατεύθυνση των υποδομών ειδικού τουρισμού

Αξιοποίηση των δημόσιων και δημοτικών εκτάσεων προς την κατεύθυνση των υποδομών ειδικού τουρισμού

ΜΕΤΡΟ 2.2 ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παροχή ειδικών κινήτρων σε τουριστικές επιχειρήσεις για βελτίωση - δημιουργία ειδικού εξοπλισμού

Ολοκληρωμένα προγράμματα σε θεματικές μορφές προτεραιότητας (συνεδριακός, μορφωτικός / πολιτιστικός, αθλητικός τουρισμός)

ΜΕΤΡΟ 2.3 ΣΤΗΡΙΞΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΙΔΙΚΩΝ - ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΔΙΚΤΥΩΝ

Υποστήριξη της συγκρότησης Δικτύων - Διαδρομών: (σχεδιασμός των θεματικών προϊόντων και ενέργειες για την ένταξή τους στην τουριστική αγορά)

Άξονας 3: Αποκατάσταση, σε βιώσιμα πλαίσια, ώριμων τουριστικών περιοχών

ΜΕΤΡΟ 3.1 ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΩΡΙΜΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

Προγράμματα εκτίμησης της φέρουσας ικανότητας σε διαμορφωμένες, ώριμες τουριστικές περιοχές, Συστήματα Έγκαιρης Προειδοποίησης

Τοπικά Σύμφωνα - Τοπικά Σχέδια για τη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης τοπικά, με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας και την αντιμετώπιση της φθοράς.

ΜΕΤΡΟ 3.2 ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΟΥΣ ΩΡΙΜΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ

Υλοποίηση των παρεμβάσεων προτεραιότητας των Τοπικών Σχεδίων του Μέτρου 3.1, προς τις ακόλουθες, ενδεικτικές, κατευθύνσεις: Σύνδεση με υποδομές και υπηρεσίες θεματικού τουρισμού Βελτίωση - δημιουργία ειδικών τουριστικών υποδομών και εξοπλισμού Υποδομές για τη βελτίωση της διακίνησης επισκεπτών Αντιμετώπιση του 'φθαρμένου' ξενοδοχειακού αποθέματος Υιοθέτηση εναλλακτικών μορφών διαμονής και εναλλακτικών τύπων καταλυμάτων.

Άξονας 4: Οριζόντιος έλεγχος των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον

ΜΕΤΡΟ 4.1 ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΤΗ ΦΥΣΗ

Υιοθέτηση Χάρτη Καλής Συμπεριφοράς στη Φύση

Υιοθέτηση Κανόνων Ενιαίας Διαχείρισης των τρόπων αναψυχής και ελεύθερου χρόνου σε ανοικτούς, περιβαλλοντικά αξιόλογους, χώρους

Γενικά και ειδικά Προγράμματα Ευαισθητοποίησης του κοινού ως προς τις πρακτικές αναψυχής και τις συνέπειές τους Θέσπιση Βραβείου 'Άριστης Πρακτικής'.

ΜΕΤΡΟ 4.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ

Βελτίωση των εξυπηρετήσεων μεταφορών στις κύριες πύλες εισόδου

Βελτίωση των κύριων συνδέσεων μεταξύ των πυλών εισόδου και των τουριστικών προορισμών. Ανάπτυξη εναλλακτικών μεταφορικών συνδέσεων

Τοπική διαχείριση των υποδομών και της κυκλοφορίας στους τουριστικούς προορισμούς. Εγκατάσταση ευέλικτων τοπικών δικτύων

Ανάπτυξη εναλλακτικών προς το αυτοκίνητο κυκλοφοριακών δικτύων στους προορισμούς

Διευθετήσεις χώρων στάθμευσης στα τουριστικά αξιοθέατα.

ΜΕΤΡΟ 4.3 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Ενθάρρυνση των τουριστικών επιχειρήσεων για τη συμμετοχή τους στη διατήρηση των φυσικών περιοχών

Ενθάρρυνση της εθελοντικής συμβολής των επισκεπτών στην προστασία και διαχείριση ιδιαίτερα αξιόλογων ζωνών

Εκστρατείες πληροφόρησης στο τοπικό κοινό και τους επισκέπτες

Άξονας 5: Βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων - υπηρεσιών

ΜΕΤΡΟ 5.1 ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Παροχή κινήτρων στις τουριστικές επιχειρήσεις για επενδύσεις βελτίωσης των περιβαλλοντικών και ενεργειακών τους επιδόσεων

Υιοθέτηση, ανάπτυξη και πιστοποίηση προτύπων περιβαλλοντικής και ενεργειακής διαχείρισης των τουριστικών εγκαταστάσεων

ΜΕΤΡΟ 5.2 ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ

Ολοκληρωμένη διαχείριση ποιότητας στους τουριστικούς προορισμούς

Δημιουργία label αειφορικών τουριστικών προορισμών

Υιοθέτηση προτύπων ποιότητας ως προς την αναβάθμιση και προβολή της τοπικής παράδοσης και πολιτισμού

Προγράμματα ευαισθητοποίησης επαγγελματιών και πληθυσμού στην υποδοχή επισκεπτών

ΜΕΤΡΟ 5.3 ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Παροχή ειδικών κινήτρων στις τουριστικές επιχειρήσεις για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους, (ενδεικτικά):

εισαγωγή νέων τεχνολογιών, βελτίωση εξοπλισμού, συστήματα ποιότητας και σηματοδότησης υπηρεσιών, ανάδειξη δεξιοτήτων του προσωπικού, εφαρμογή 'ηλεκτρονικού' τουρισμού, σχεδιασμός και εφαρμογή προγραμμάτων προβολής, προγράμματα συνεργασίας ξένων επενδύσεων

Άξονας 6: Βελτίωση της διαχείρισης. Προώθηση σε νέες αγορές

ΜΕΤΡΟ 6.1 ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΠΑΡΟΧΗ

Συνεργασίες μεταξύ ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, tour operators, και άλλων επαγγελματιών του κλάδου, με σκοπό τη δημιουργία δικτύων προώθησης στην αγορά Ανάπτυξη ενώσεων tour operators κατά θέμα ή τουριστικό προορισμό Προώθηση της εταιρικότητας μεταξύ του τουριστικού τομέα και άλλων δραστηριοτήτων και κλάδων Ευρύτερες συνεργασίες για την προώθηση των πιλοτικών τουριστικών προορισμών και την προσφορά διακοπών εκτός περιόδων αιχμής

ΜΕΤΡΟ 6.2 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΝΕΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

Περιφερειακά προγράμματα προβολής - προώθησης στην αγορά (παραγωγή τουριστικού υλικού και εισαγωγή του στον παγκόσμιο ιστό, διακίνηση και προώθηση του υλικού)

Ειδικά προγράμματα προβολής και προώθησης (κατά χωρική ή θεματική εξειδίκευση)

ΜΕΤΡΟ 6.3 ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Σύσταση δύο περιφερειακών, διασυνδεδεμένων, Παρατηρητηρίων:

Παροχή υπηρεσιών τεχνογνωστικού και αξιολογικού χαρακτήρα

ΜΕΤΡΟ 6.4 ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ - ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κατάρτιση των managers των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη διαχείριση ανθρώπινων πόρων

Επαγγελματική κατάρτιση των εργαζομένων στον τομέα

Επιμόρφωση επαγγελματιών του ευρύτερου τομέα των υπηρεσιών

Διάδοση και στήριξη νέων επαγγελμάτων που συνδέονται με τον βιώσιμο τουρισμό

Μέτρα στήριξης των εποχιακά εργαζόμενων στον τομέα.

2.4. Στρατηγική μάρκετινγκ και επικοινωνιακή στρατηγική

Προτείνεται σχεδιασμός και υλοποίηση μεσοπρόθεσμων Περιφερειακών Προγραμμάτων Προβολής και Προώθησης στις παραδοσιακές και νέες, προνομιακές αγορές της Ν.Α. Ευρώπης, σε συντονισμό με το Εθνικό Πρόγραμμα του ΕΟΤ. Τα Περιφερειακά Προγράμματα πλαισιώνονται και εμπλουτίζονται από εξειδικευμένα χωρικά κα θεματικά Προγράμματα, και από την διακριτή αν και συνδυασμένη προώθηση των παροχέων τουριστικών υπηρεσιών, μεμονωμένων ή σε δίκτυο. Παράλληλα, επιδιώκεται η προβολή - προώθηση των παρεχόμενων υπηρεσιών των παροχέων, και ανάπτυξη συνδυασμένης επιχειρηματικότητας.