



**ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ  
ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΚΑ΄ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ**

**ΤΕΛΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΤΙΤΛΟΣ**

**Περιφερειακή Ανάπτυξη στη συγκυρία  
της κοινωνικοοικονομικής κρίσης στην Ελλάδα.**

**Μελέτη Περίπτωσης:**

**Πολιτιστικός τομέας και τουρισμός στον Νομό Ευβοίας.**

**ΤΜ. ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ**

**ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ**

**Επιβλέπουσα:**

**Δρα ΕΛΕΝΗ ΣΤΑΜΑΤΙΟΥ**

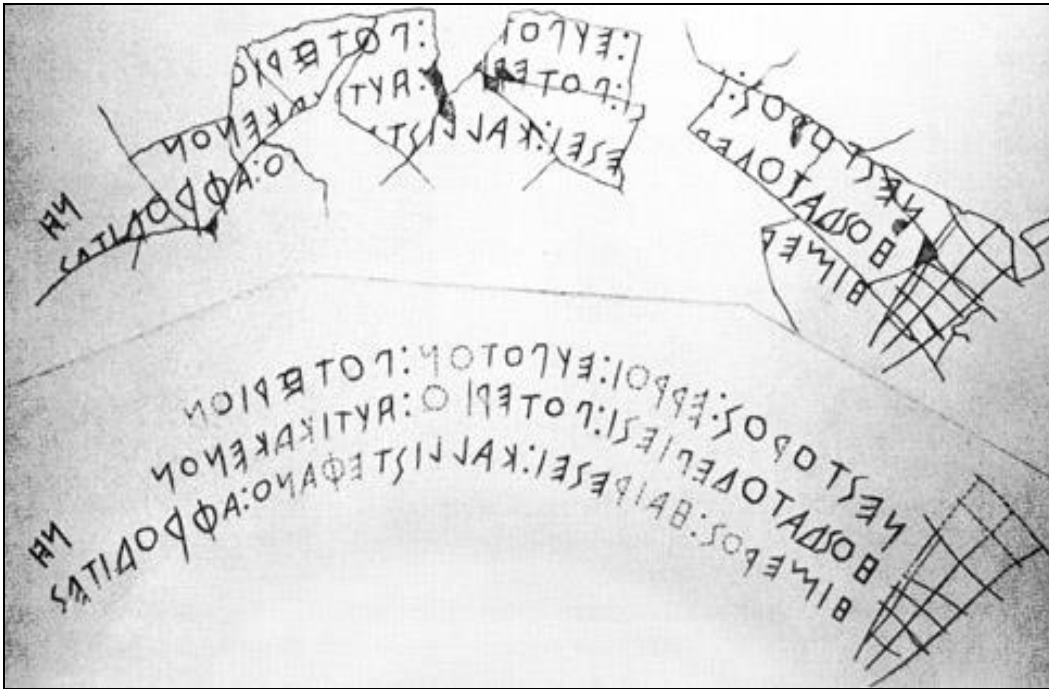
**Σπουδαστής:**

**ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΑΘΗΝΑ – ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2017**

**Περιφερειακή Ανάπτυξη στη συγκυρία  
της κοινωνικοοικονομικής κρίσης στην Ελλάδα.**

**Μελέτη Περίπτωσης:  
Πολιτιστικός τομέας και τουρισμός στον νομό Ευβοίας**



**«Το regional branding και το κύπελλο του Νέστορα.»**

Μια ανάγνωση στις δυνατότητες που προσφέρει ως αναπτυξιακό εργαλείο ο πολιτιστικός τουρισμός στην Εύβοια της κρίσης του σήμερα

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία εστιάζει στη μελέτη των δυνατοτήτων και προοπτικών του νησιού της Εύβοιας στο πεδίο του πολιτιστικού τουρισμού ως εργαλείο περιφερειακής ανάπτυξης και άμβλυνσης των αρνητικών συνεπειών της οικονομικής και κοινωνικής κρίσης που ταλανίζει γενικότερα την Ελλάδα και ειδικότερα την περιοχή.

Για την ολοκλήρωση της ακολουθήθηκε, η μεθοδολογία της βιβλιογραφικής μελέτης και επισκόπησης ελληνικών και ξενόγλωσσων πηγών και διαδικτύου, ενώ παράλληλα χρησιμοποιήθηκε το corpus δεδομένων που συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδος, το Υπουργείο Τουρισμού και η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας. Στο πρώτο μέρος της εργασίας αισθητοποιείται η θεωρητική επεξεργασία και η εννοιολογική πλαισίωση των όρων που συγκροτούν το πλέγμα ενδιαφερόντων του πεδίου της εργασίας.

Στο δεύτερο μέρος αρθρώνεται η παρουσίαση του σχεδιασμού, των προτάσεων και των δράσεων που θα υλοποιήσουν το όραμα για μια πολιτική πολιτιστικού τουρισμού που θα αναδείξει τον πολιτιστικό πλούτο της Εύβοιας ως άξονα ανάπτυξης και αναγέννησης της οικονομικής δραστηριότητας και της κοινωνικής κινητικότητας της περιοχής.

**Όροι Κλειδιά:** Εύβοια, Πολιτιστικός Τουρισμός, Πολιτισμός, Κρίση, Περιφερειακή Ανάπτυξη, Πολιτιστικό Απόθεμα.

## **ABSTRACT**

The current essay, entitled “Regional Development and the difficult socioeconomic situation in Greece. Case study. Cultural affairs and tourism in the area of Evia.” focuses on the study of Evia’s capabilities and prospective in cultural tourism, as a tool of regional development and as a mitigation to socioeconomic crisis’s negative effects. That study has been completed using bibliographic research and analyzing data concerning this sector that had been gathered by Central Greece’s region, Ministry of Tourism and General Secretariat of Research and Technology.

In the first part, a theoretical analysis and a conceptual formulation are held concerning essay’s area.

In the second part the case study is fragmented and the strategic plan for the development of cultural tourism in Evia is presented. The successful implementation of cultural tourism as strategic aim will contribute to Evia’s development economically and socially.

**Key Words.** Evia, Cultural Tourism, Civilization, Crisis, Regional Development, Cultural reserve.

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εμπειρία να ζεις στο νησί της Εύβοιας είναι μοναδικού χαρακτήρα. Η εμπειρία μου της εργασιακής απασχόλησης ως φιλόλογου στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση του νησιού, ήταν εκείνη που με ώθησε να γνωρίσω και να αγαπήσω τον τόπο για τον πολιτισμό, την ιστορία και τους ανθρώπους του. Αποτέλεσε καταλυτικό παράγοντα στην επιλογή του συγκεκριμένου θέματος ως αφορμή εμβάθυνσης στον πολιτιστικό και κοινωνικό πλούτο της Εύβοιας

Οφείλω να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στο σύνολο των στελεχών και συνεργατών της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Διοίκησης για την υποστήριξη και καθοδήγηση τους κατά τη διάρκεια της φοίτησης της ΚΔ σειράς.

Είναι αναπόδραστη ανάγκη να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα Δρα Ελένη Σταματίου για τη συνεχή προτροπή και συνδρομή της στην συγκρότηση, συγγραφή και ολοκλήρωση της διπλωματικής.

Θερμότερες ευχαριστίες οφείλονται στους οικείους μου, που μου παρείχαν κατάλληλες συνθήκες έρευνας και μελέτης, καθώς, κυρίως και αμέριστη συμπαράσταση, στοιχεία χωρίς τα οποία η ποιότητα της εργασίας μου δεν θα ήταν η ίδια.

ΕΣΔΔΑ, ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, ©, 2017.

Με την επιφύλαξη παντός δικαιώματος

Δήλωση

«Δηλώνω ρητά ότι, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας, δεν παραβιάζει καθ' οιονδήποτε τρόπο πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής.»

Αθήνα, 27/10/2017

Γεώργιος Γεωργακόπουλος

Υπογραφή

## Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	4
ABSTRACT .....	5
ΠΡΟΛΟΓΟΣ .....	6
Περιεχόμενα.....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΠΟΠΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ .....	10
Βραχυγραφίες .....	11
Εισαγωγή.....	13
A Μέρος. ....	14
1. Εννοιολογικό Περιεχόμενο και Θεωρητικές προσεγγίσεις.....	14
1.1 Η έννοια του πολιτισμού. ....	14
1.2.Η πολιτιστική πολιτική. ....	14
1.3. Οι πολιτιστικοί πόροι. ....	15
1.4.Το φαινόμενο του Τουρισμού. ....	16
1.5.Πολιτιστικός τουρισμός. ....	17
1.6. Τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού.....	17
1.7. Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη. ....	19
1.8.Ο τουριστικός σχεδιασμός. ....	20
2. Υπόθεση Εργασίας.....	21
2.1. Διατύπωση Στοχοθεσίας. ....	21
2.2. Υπόθεση Εργασίας.....	23
Διατύπωση ερευνητικού ερωτήματος. ....	23
3. Θεωρητική επισκόπηση του θέματος.....	23
3.1. Ο πολιτισμός ως τομεακή πολιτική.....	23



3.2. Το δίπολο τουρισμού- πολιτισμού. ....	26
Εκπαιδευτικός Τουρισμός.....	29
3.3. Η τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο. ....	29
3.4. Η πρόκληση του σήμερα.....	31
B Μέρος.....	32
Μελέτη Περίπτωσης.....	34
1.1. Η Εύβοια.....	34
1.2. Καταγραφή Υφιστάμενης Κατάστασης.....	34
1.3. Ο Τουρισμός.....	37
2. Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης με βάση τον πολιτιστικό πλούτο της Εύβοιας .....	39
2.1. Το πλαίσιο. ....	39
2.2. Η εστίαση του σχεδιασμού. ....	45
2.3. Προτάσεις.....	50
3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	62
Επίλογος.....	64
Βιβλιογραφία.....	65
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία.....	65
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....	67
Δικτυογραφία.....	69
Κείμενα Εργασίας και Θεσμικής αναπλαισίωσης .....	70
Σχετικά αρχεία .....	70
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....	71
1. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΥΒΟΙΑ.....	71
2. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΤΗΣ ΕΥΒΟΙΑΣ .....	73
3. ΤΟ ΛΑΤΙΝΙΚΟ ΑΛΦΑΒΗΤΟ.....	74
4. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ .....	76
5. Η ΕΙΔΙΚΗ ΔΡΑΣΗ «ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ».....	78

## **ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΠΟΠΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

### **ΠΙΝΑΚΕΣ**

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 1. Σελίδα 36**

*Μείωση του ΑΕΠ (σε εκατομμύρια ευρώ).*

Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:5.

Πηγή ΕΛ.ΣΤΑΤ. 2014 Περιφερειακοί Εθνικοί Λογαριασμοί.

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 2. Σελίδα 36**

*Η εξέλιξη της ανεργίας*

(Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:5).

Πηγή ΕΛ.ΣΤΑΤ.2014 Περιφερειακοί Εθνικοί Λογαριασμοί

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 3. Σελίδα 71-73**

*Αξιολόγηση υφιστάμενης κατάστασης για τον τουρισμό στην Εύβοια*

Πηγή: Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδος

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας 2015-2019 :118-121.

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 4. ΣΕΛΙΔΑ 73-74**

*Οι πολιτιστικοί πόροι της Εύβοιας*

Πηγή

Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδος

«Τουριστική Ανάπτυξη Περιφέρειας Στ. Ελλάδας 2000-2006»: 12-15.

Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας / Οδικός Χάρτης 2015-2020: 124-125.

Μελέτη για την κατάστρωση Σχεδίου Τουριστικού Μάρκετινγκ για τον νομό Εύβοιας από το Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών του Πανεπιστημίου Αιγαίου για την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Εύβοιας.( Ιανουάριος 2010) :24-27

## **EΙΚΟΝΕΣ.**

### **EΙΚΟΝΑ 1.** Σελίδα 74

*Το ελληνικό και λατινικό αλφάβητο .*

### **EΙΚΟΝΑ 2.** Σελίδα 75

*Χάρτης της Μεγάλης Ελλάδας με επίκεντρο την Κύμη.*

### **EΙΚΟΝΑ 3.** Σελίδα 76

*Το κύπελλο του Νέστορα.*

Και οι 3 εικόνες προέρχονται από τις ακόλουθες πηγές.

Πηγές:

evia portal, Μουσείο Χαλκίδας, Wikipedia.org, Worldstandards.eu

## **Βραχυγραφίες**

---

ΓΓΕΤ: Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας

ΔΑΑ: ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΑΘΗΝΩΝ

Ε.Ε: Ευρωπαϊκή Ένωση

ΕΙΕ: Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών.

ΕΛΣΤΑΤ: Ελληνική Στατιστική Αρχή

ΚΕ.ΠΛΗ.ΝΕ.Τ. : Κέντρο Πληροφορικής και Νέων Τεχνολογιών

ΠΕ Εύβοιας: Περιφερειακή Ενότητα Εύβοιας

ΠΠΧΣΑΑΠ Περιφερειακό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης της Περιφέρειας

ΤΠΕ: Τεχνολογία Πληροφοριών και Επικοινωνίας

UNESCO: The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

ICOMOS: International Council on Monuments and Sites

---

---

## Εισαγωγή

Ο σύγχρονος πολιτισμός έχει αναδειχθεί σε τομέα επιχειρηματικής δράσης υψηλής αιχμής και δυναμισμού, με συνέπεια την επίτευξη ρυθμών ανάπτυξης, ως πεδίου οικονομικής δράσης, εξαιρετικά υψηλών. Ο πολιτισμός θεωρείται έκφραση άσκησης δημοσίων πολιτικών, ικανή να συμβάλει στην υπόθεση της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης (Hall 2000:640, Ψαρρού 2016:22). Η επιλογή της επένδυσης στην προσπάθεια ανάδειξης του πολιτιστικού προϊόντος ως μοχλού ανάπτυξης θεωρείται ιδιαίτερα επιτακτική σήμερα σε συνδυασμό με την ενίσχυση της περιφέρειας ως επιλογή οικονομικής δραστηριότητας (Λουρή-Δενδρινού 2007:7). Ο πολιτισμός θεωρείται σε επίπεδο οικονομικής ανάλυσης και κοινωνικής αισθητοποίησης ως αναγκαία συνθήκη για την πολιτιστική έκφραση, την επίτευξη της ανάπτυξης, τη διαφύλαξη της κοινωνικής συνοχής, της προστασίας του περιβάλλοντος (Σταματίου 2006β) και την κατοχύρωση της αειφορίας σε συνδυασμό με την εμβάθυνση της συμμετοχικότητας των τοπικών κοινωνιών στις επιλογές διαμόρφωσης της τοπικής οικονομικής δράσης.( Ψαρρού 2016:22)

Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την παρουσία ενός συγκεκριμένου κινήτρου στη ζήτηση (π.χ. συνέδρια, πολιτισμός, οικολογία) και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης εξειδικευμένης υποδομής στις περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος ώστε να εξυπηρετηθεί η αντίστοιχη ομάδα-στόχος τουριστών επισκεπτών της κάθε εξειδικευμένης μορφής και περίπτωσης (Σωπασή 2007:37) που κυριαρχεί στη διαμόρφωση της ζήτησης ως προς την προσέλκυση επισκεπτών και αυτή υποστασιοποιείται ως θεματική με πεδίο τη φυσιολατρία, τη γνωριμία με την τοπική παράδοση, το περιβάλλον και την περιήγηση.

---

## **Α' Μέρος.**

### **1. Εννοιολογικό Περιεχόμενο και Θεωρητικές προσεγγίσεις**

#### **1.1 Η έννοια του πολιτισμού.**

Ο πολιτισμός όπως προσδιορίζεται εννοιολογικά σε επίπεδο χρήσης στη δημόσια σφαίρα της διοίκησης αισθητοποιεί την πολιτιστική κληρονομιά (Κόνσολα), την καλλιτεχνική δημιουργία, τα εργαλειακά και αξιακά σχήματα που συνοδεύουν και υποστηρίζουν την πραγμάτωση και προώθηση των επιλογών που προσδιορίζουν τις ανωτέρω έννοιες (Ψαρρού 2016:25).

Ο όρος σύμφωνα με τον Levis Strauss,1962 (Ψαρρού 2016:23) αναφέρεται στις επιμέρους κουλτούρες.Εξαιρετικά σύνθετη είναι η διεργασία εννοιολόγησης του όρου, ωστόσο σήμερα αναδεικνύεται ιδιαίτερα έντονη η θεώρηση του ως πόρου ικανού να σχηματοποιηθεί σε εργαλείο προώθησης πολιτικών με πρόσημο και περιεχόμενο την αντιμετώπιση ζητημάτων κοινωνικοοικονομικού χαρακτήρα. (Yudice 2003:279 και Ψαρρού 2016:24). Ο πολιτισμός θεωρείται ως ο τέταρτος πυλώνας της αειφορίας, δίπλα στην περιβαλλοντική υπευθυνότητα, την οικονομική ευημερία και την κοινωνική ισότητα (Ψαρρού 2016:24)<sup>1</sup>. Συνεπώς, είναι εξαιρετικά σύνθετη η απόπειρα εννοιολόγησης. Ωστόσο, επισημαίνεται ότι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εκτιμά ότι *«ο πολιτισμικός τουρισμός είναι το ταξίδι που γίνεται με βασικό κίνητρο το πολιτιστικό, συνδυασμένο με εκπαιδευτικές συναντήσεις, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, φεστιβάλ, θεατρικές παραστάσεις, μελέτη φυσικού περιβάλλοντος, λαϊκού πολιτισμού και τέχνης»*. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:195).

#### **1.2.Η πολιτιστική πολιτική.**

Η UNESCO οριοθετεί την πολιτιστική πολιτική ως *«ένα σύνολο πρακτικών, παρεμβάσεων και επιλογών οι οποίες καθορίζουν τα κριτήρια σύνδεσης του πολιτισμού*

<sup>1</sup> Culture as a key dimension of sustainability  
(<http://www.cultureandcommunities.ca/downloads/WP1-Culture-Sustainability.pdf>).

*ως πεδίου άσκησης πολιτικών αλλά και προϊόντος με την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη.» (UNESCO 1969:8).*

Η άσκηση δημοσίων πολιτικών στο πεδίο του πολιτισμού συνίσταται στην προώθηση δράσεων οι οποίες αποσκοπούν στην ανάπτυξη της οικονομίας, τη στρατηγική ενίσχυσης των τοπικών οικονομιών, στην ανάδειξη της πολιτιστικής βιομηχανίας ως κρίσιμου παράγοντα οικονομικής μεγέθυνσης και ανάπτυξης (Miles και Paddison 2005:836 και Ψαρρού 2016:26). Ο Ward ήδη από το 2007 επισημαίνει ότι οι επενδύσεις στον πολιτισμό δυνητικά αποτελούν ικανό παράγοντα ενίσχυσης της οικονομικής δραστηριότητας μιας περιοχής. Στην Ελλάδα το μοντέλο της πολιτιστικής πολιτικής που ακολουθείται αναδεικνύει τη σημασία τόσο της κεντρικής διοίκησης όσο και των περιφερειακών και τοπικών οργανισμών (Κόνσολα).

Ιδιαίτερη σημασία είχε η απόπειρα, το 2009, να συγκροτηθούν σε επίπεδο οργανωσιακής και διακυβερνητικής λειτουργίας τα υπουργεία Πολιτισμού και Τουρισμού. Η σε κοινή υπουργική σχηματοποίηση ενσωμάτωση τους αποτέλεσε σταθμό για την διαφοροποίηση σε επίπεδο προσλαμβάνουσας, θεώρησης, στόχευσης και εννοιολόγησης του περιεχομένου της πολιτιστικής πολιτικής. Η απόπειρα σύζευξης αυτών των δύο πεδίων πολιτικής και πόλων της οικονομικής δραστηριότητας συνίστατο στην διακήρυξη της επιθυμίας ενίσχυσης της αξιοποίησης των πολιτιστικών και περιβαλλοντικών πλεονεκτημάτων της χώρας με στόχο τόσο την ενίσχυση της εισροής επισκεπτών όσο και στην αύξηση της δαπάνης ανά επισκέπτη (Κουρή 2010:327, Ψαρρού 2016:31).

Οι ασφυκτικές συνθήκες δημοσιονομικής προσαρμογής μετά το 2009 σηματοδότησαν και μια περιοριστική πολιτική σε επίπεδο πολιτιστικής πολιτικής. Επίδραση προκάλεσε, επίσης, η νέα διοικητική αλλαγή από το 2012, όταν και το Υπουργείο Τουρισμού έγινε αυτόνομο, ενώ το Υπουργείο Πολιτισμού συνενώθηκε με το Παιδείας και Θρησκευμάτων για μικρό, ωστόσο, χρονικό διάστημα.

### **1.3. Οι πολιτιστικοί πόροι.**

Οι πολιτιστικοί πόροι συγκροτούν ένα ευρύ φάσμα στοιχείων και συνιστωσών από τον τρόπο ζωής του παρελθόντος και του παρόντος (Κόνσολα), αφορούν νοοτροπία και

φαινόμενα κοινωνιολογικής απόχρωσης και συμπεριλαμβάνουν δεδομένα που αποτυπώνουν την ιστορική διαδρομή ενός τόπου σε επίπεδο και μορφή αρχιτεκτονική (ιστορικοί οικισμοί, παραδοσιακές οικίες, φρούρια, κάστρα) ή χώρους πολιτισμού που βασίζονται στην απόδοση ενός ιστορικού γεγονότος ή μιας εποχής (μουσεία, περιοχές ιστορικής κληρονομιάς). Το πεδίο αυτό συμπληρώνουν ιστορικές πόλεις ή και κτήρια με αισθητική και ποιότητα που αποτυπώνουν μια εποχή (Gekas, Mastorakis, Stamatiou 2008). Οι πολιτιστικοί πόροι αποτελούν εκφάνσεις και εκφράσεις των διαφορετικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνικής κατασκευής στη διαχρονία και συγκροτούν τον τρόπο που η ανθρωπογεωγραφία και η διαφορετικότητα της κάθε περιοχής αποτέλεσε πεδίο κοινωνικής όσμωσης και πολιτιστικού συγκριτισμού (Σωπασή 2007:38).

Οι πολιτιστικοί πόροι υποστασιοποιούνται και μέσα από την αισθητοποίηση και πρόσληψη των θρησκευτικών δοξασιών, τα στοιχεία της εθνοτικής ομάδας του πληθυσμού, οπτικές και περιστάσεις του τρόπου ζωής ή της διαδρομής κάθε περιοχής σε επίπεδο μακροιστορικό και μακροκοινωνικό. (Καραγιάννης & Έξαρχος 2006:306-307, Σωπασή 2007:39).

#### **1.4.Το φαινόμενο του Τουρισμού.**

Ο τουρισμός συνιστά μια εξαιρετικά σύνθετη και δυναμική έννοια. Συνισταμένη των εννοιολογικών αυτών παρατηρήσεων είναι ότι ο τουρισμός περιλαμβάνει όλα τα ταξίδια για ψυχαγωγία, σπουδές, υγεία, εργασία που υπερβαίνουν το εικοσιτετράωρο (Καραγιάννης και Έξαρχος 2006:40-43).

Οι πτυχές που αισθητοποιούν την τουριστική ανάπτυξη σχετίζονται με το πρότυπο της βιώσιμης ανάπτυξης. Με τον όρο αυτό εννοείται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που εγκολπώνει ισόρροπα την τοπική, οικονομική, πολιτισμική, κοινωνική και περιβαλλοντική υποδομή και συγκρότηση κάθε περιοχής. Σε αυτό το περιβάλλον αντίστοιχα διαρθρώνονται και δομούνται σε παράλληλο επίπεδο οι σχετικές και σε συνέργεια υπηρεσίες, τεχνογνωσία και υποδομές ώστε να επιτευχθεί μια ροή συνεχούς ανατροφοδότησης (Κοκκώσης και Τσάρτας 2001).

Οι βασικές παράμετροι του μοντέλου αυτού είναι ο ειδικός σχεδιασμός με στόχο την επίτευξη της ισορροπίας ανάμεσα σε οικονομία, κοινωνία και περιβάλλον, αλλά και η



διασύνδεση σε επίπεδο τοπικής οικονομίας, που θα ενισχύσουν την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης. Παράλληλα ως σημαντικό πεδίο αναδεικνύεται η ανάγκη για εξειδικευμένη θεσμική πλαισίωση που θα διασφαλίσει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και την τοπική συμμετοχή. Επιπρόσθετα, η ειδοποιός διαφορά στο βαθμό επίτευξης του στόχου εδράζεται στο βαθμό ενσωμάτωσης των χαρακτηριστικών της αειφορίας με την παράλληλη προσπάθεια υιοθέτησης, με δυναμικό τρόπο, ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού που θα συμβάλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

### **1.5. Πολιτιστικός τουρισμός.**

*«Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού που διαμορφώνει ως κυρίαρχη δραστηριότητα τη γνωριμία των επισκεπτών με τα ήθη και τα έθιμα της περιοχής, την τοπική γαστρονομία, τη συμμετοχή σε ή την παρακολούθηση διαφόρων πολιτιστικών εκδηλώσεων, επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και γνωριμία με την ιστορία και γενικότερα με τους πολιτιστικούς πόρους του τόπου υποδοχής»(Σωπάση 2007:38).*

Ο πολιτιστικός τουρισμός δεν αναδεικνύεται μόνο ως μια δράση που αποσκοπεί στον θαυμασμό των μνημείων μιας περιοχής. Εδράζεται στη θεώρηση, προσδιορισμό και κατανόηση των παραμέτρων οι οποίες συνθέτουν την εικόνα μιας περιοχής σε επίπεδο νοοτροπίας, πρακτικών συμπεριφοράς, ηθών και εθίμων. Αναδεικνύει την ανάγκη για πιο εξειδικευμένη αντιμετώπιση της πολιτιστικής κληρονομιάς σε επίπεδο οργανωσιακό και διαχειριστικό και συνδέεται με την εννοιολογική αναπλαισίωση και οργανωσιακή σύζευξη των εννοιών της πολιτιστικής κληρονομιάς, των πολιτιστικών πόρων, των αρχιτεκτονικών στοιχείων ενός τόπου (Σταματίου 2006a,b). Αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία, ιστορικές περιοχές, αρχιτεκτονικά δημιουργήματα, παραδοσιακοί οικισμοί, εκφάνσεις του πολιτισμού του σήμερα, φεστιβάλ, συνθέτουν την εικόνα των παραμέτρων που στοιχειοθετούν και δομούν την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού.

### **1.6. Τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού.**

Αποτελεί εργαλειακά, όχημα μορφωτικού τουρισμού καθώς οι επισκέπτες πληροφορούνται μέσα από την εμπειρία της τουριστικής πολιτιστικής διεργασίας για τον πολιτιστικό και πολιτισμικό πλούτο της περιοχής επίσκεψης. Εγκολπώνει την

έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτιστικού πλούτου σε διασύνδεση με τον τουριστικό προορισμό. Μέσω της ανάδειξης των στοιχείων που συγκροτούν την πολιτιστική ταυτότητα μιας περιοχής συμβάλλει στην προσπάθεια για προστασία και αναβίωση των δεδομένων αυτών. Η δραστηριοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων με τέτοιο περιεχόμενο μπορεί να συνοδευθεί από συμπληρωματικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Παράλληλα είναι μια μορφή τουρισμού φιλική προς την προστασία του περιβάλλοντος καθώς προάγει την αξία της συνύπαρξης φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Επιπρόσθετα, συντελεί στη διεργασία συμμετοχής του πληθυσμού της τοπικής κοινωνίας, καθώς η διάσταση αυτή αποτελεί κρίσιμη παράμετρο για την ορθολογική και με σεβασμό στο περιβάλλον και την κοινωνική συνοχή, διαχείριση του πολιτιστικού πλούτου και της διαμόρφωσης πολιτιστικών προϊόντων.(Σφακιανάκης 2000:294)

Ο πολιτιστικός τουρισμός εντάσσεται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η παρουσία του είναι συμπληρωματική της κύριας δραστηριότητας που είναι ο παράκτιος τουρισμός σε μαζικό επίπεδο.

Στόχος του πολιτιστικού τουρισμού είναι η ανάδειξη και η αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και παράλληλα η ανάπτυξη ήπιας μορφής τουρισμού, η οποία θα συμβάλει στην ουσιαστική γνωριμία του ταξιδιώτη επισκέπτη με τον τρόπο ζωής, την κουλτούρα και τον πολιτισμό και παράδοση της περιοχής και του πληθυσμού της.

Περιλαμβάνει τους αρχαιολογικούς χώρους, τα αρχαιολογικά μνημεία και μουσεία, τα λαογραφικού ενδιαφέροντος ήθη και έθιμα, τις θρησκευτικού χαρακτήρα τοποθεσίες, τα εθνικά και τοπικά φεστιβάλ, τις καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, τα αρχιτεκτονικά μνημεία. Συνιστά μια περιδιάβαση που παραμετροποιείται από τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες του τουρίστα και τα χαρακτηριστικά της περιοχής. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:203).

Τα στοιχεία του τουρισμού που μπορούν να θεωρηθούν παράλληλα και τουριστικοί πόροι (Τσάρτας 1996:297) είναι οι μορφές τέχνης, τα έθιμα και παραδόσεις της περιοχής, στοιχεία της ιστορικής, θρησκευτικής και πνευματικής πορείας μιας περιοχής στη διαχρονία, οικισμοί και αρχιτεκτονικές κατασκευές.

Ως υποκατηγορίες του πολιτιστικού τουρισμού μπορούν να προσδιορισθούν ο καλλιτεχνικός τουρισμός (μουσεία, κτιριακά σύνολα, πινακοθήκες, θέατρα, γκαλερί,

μνημεία, αρχαιολογικοί τόποι και εκθέσεις), ο κινηματογραφικός τουρισμός, ο εθνικός τουρισμός με αναφορά στη λαϊκή-παραδοσιακή( ή και σύγχρονη) τέχνη, ενδυμασία ή μουσική. Επίσης περιλαμβάνεται ο γαστρονομικός και οινολογικός τουρισμός. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:202).

### **1.7. Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη.**

Η ελληνική Περιφερειακή Πολιτική εκκινώντας μεταπολεμικά με τη μορφή νομοθετημάτων και μεμονωμένων δράσεων μέσω εθνικών αναπτυξιακών, προγραμμάτων οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, συγκροτείται, πλέον, διαμορφώνοντας συγκεκριμένο χαρακτήρα, μεθοδολογία και στόχευση υπό την επίδραση και της Πολιτικής Συνοχής της ΕΕ. Ειδικά τις τελευταίες δύο δεκαετίες περίπου, η Περιφερειακή Πολιτική της χώρας διαμορφώνεται και ασκείται αποκλειστικά στο πλαίσιο των κανονισμών και των γενικότερων διαδικασιών της Κοινοτικής Περιφερειακής Πολιτικής. Η ιστορική πρόκληση που αντιμετωπίζει η Ελλάδα σήμερα είναι η ικανότητα της και ιδιαίτερα των περιφερειών που εξέρχονται του στόχου με τις ισχυρές χρηματοδοτικές ενισχύσεις, να διατυπώσουν εναλλακτικές αποτελεσματικές και βιώσιμες περιφερειακές αναπτυξιακές στρατηγικές για τις περιοχές αυτές προς άρση ή έστω δραστηριότητα απευθύνεται ουσιαστικά σε δύο ομάδες επισκεπτών τουριστών. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:204).

Προϋπόθεση ώστε να αποκτήσει χαρακτηριστικά αναπτυξιακά η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού είναι ή συνεργασία των κρατικών φορέων, των παραγόντων της αγοράς, του τοπικού πληθυσμού σε ζητήματα που αφορούν τη διαχείριση των προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού. Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι η συγκεκριμένη δραστηριότητα απευθύνεται ουσιαστικά σε δύο ομάδες επισκεπτών τουριστών. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:204).

Η πρώτη περιλαμβάνει τους τουρίστες με ευρύτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον και η δεύτερη αυτούς με εξειδικευμένο πολιτιστικό ενδιαφέρον. Σε αυτό το πλαίσιο ο τουρισμός αποκτά τη διάσταση είτε του τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage tourism) που επιτρέπει την εξερεύνηση της πολιτισμικής κληρονομιάς του τουρισμού είτε τη σχετική με τις τέχνες τουριστική δραστηριότητα (arts relevated travel) που

εστιάζει στην παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:204).

### **1.8.Ο τουριστικός σχεδιασμός.**

Ο σχεδιασμός αποτελεί το εργαλείο μέσω του οποίου η τουριστική βιομηχανία μπορεί να αναβαθμίσει την παροχή υπηρεσιών, να διευρύνει το φάσμα των προϊόντων της, να συντονιστεί με τις τάσεις της αγοράς και τις ανάγκες των καταναλωτών και να λειτουργήσει συνδυαστικά και σε ισορροπία με την τοπική οικονομία και κοινωνία.

Είναι συνεπώς μια διαδικασία λήψης αποφάσεων που διαμορφώνει ως ζητούμενο την καθοδήγηση μελλοντικών ενεργειών τουριστικής ανάπτυξης και επίλυσης μελλοντικών προβλημάτων. Ως διαδικασία συνιστά και συγκροτείται ως ένα εργαλειακό σχήμα καθορισμού στόχων που στοχεύει στην ανάπτυξη και επαύξηση των θετικών στοιχείων της τουριστικής ανάπτυξης. Περιλαμβάνει προώθηση μελετών, επιλογές στόχων, αποσκοπεί στη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων παραγόντων, στο μετριασμό των αρνητικών επιδράσεων, τη επίτευξη συνεργειών και οικονομιών κλίμακας που θα διαφυλάξουν το περιβάλλον και την κοινωνική συνοχή (Καραγιάννης & Έξαρχος 2006:204).

Ο τουρισμός, ο πολιτισμός και η τοπική ανάπτυξη αναπλαισιώνονται εννοιολογικά ως έννοιες άμεσα σχετιζόμενες. Η αισθητοποίηση των παραμέτρων των αναπτυξιακών χαρακτηριστικών και διαστάσεων εκλαμβάνει την αξιοποίηση με αναπτυξιακό περιεχόμενο της πολιτιστικής δραστηριότητας και κληρονομιάς ως έκφανση της τουριστικής ανάπτυξης (Καραχάλης 2007).

Στην εποχή μας ο πολιτισμός εντάσσεται πλέον ως μια έννοια και ένα προϊόν σε ένα ευρύτερο τοπικής αλλά και εθνικής ιεράρχησης πεδίο πολιτικών. Η εννοιολόγηση και ιεράρχηση των εννοιών του πολιτιστικού τουρισμού και της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας εδράζονται στην σχηματοποίηση τους σε πεδία σχεδιασμού και υλοποίησης πολιτικών με υψηλό βαθμό προτεραιοποίησης (Pratt 2004).

Σε αυτό το πλαίσιο διαμορφώθηκε η έννοια του πολιτιστικού προγραμματισμού και της ένταξης του στον οικονομικό και αναπτυξιακό στρατηγικό σχεδιασμό. Ειδικότερα

για πιο ευαίσθητες περιοχές, όπως αυτές του νησιωτικού χώρου “*Η εξειδίκευση της πολιτικής της περιφερειακής ανάπτυξης για το νησιωτικό χώρο αποτελεί βασική επιδίωξη των φορέων άσκησης της περιφερειακής πολιτικής τόσο στον ελληνικό, όσο και στον Κοινοτικό χώρο. Το βασικό πρόβλημα σ’ αυτή την προσπάθεια είναι ότι δεν έχει διαμορφωθεί μια περιφερειακή αναπτυξιακή στρατηγική που να λαμβάνει ουσιαστικά υπόψη την αναπτυξιακή διαδικασία στο νησιωτικό χώρο. Παρά το γεγονός ότι έχει αναγνωριστεί η ιδιαιτερότητα των νησιών, δεν έχει εφαρμοστεί ουσιαστικά μια διαφορετική πολιτική, αλλά η αναπτυξιακή πολιτική των νησιών περιλαμβάνεται στην ευρύτερη περιφερειακή πολιτική για τις λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές.*” (Παπαδασχαλόπουλος, Μέργος & Χριστοφάκης) .

## **2. Υπόθεση Εργασίας**

### **2.1. Διατύπωση Στοχοθεσίας.**

Στόχος της εργασίας είναι να αποτυπωθούν οι όποιες κατευθύνσεις/ τάσεις σε σχέση με το τομεακό αντικείμενο (τουρισμός & πολιτισμός), στο πλαίσιο της διάθρωσης και λειτουργίας της οικονομίας της Εύβοιας και στη συνέχεια να διαπιστωθεί σε ποιο βαθμό υπάρχουν συνέργειες ή ενσωματώσεις τους ως εκφάνσεις στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη της περιοχής.

Η κρίση και η παρούσα οικονομική συγκυρία με τις συνέπειες στον εθνικό προϋπολογισμό και στις δυνατότητες των κεντρικών αναπτυξιακών φορέων, επέτειναν τα προβληματικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος και ανέδειξαν την έλλειψη ολοκληρωμένου και εμπειριστατωμένου στρατηγικού σχεδιασμού, ο οποίος θα προσέφερε διάσταση, εύρος και μακρό χρονικό ορίζοντα.

Η τοπική αυτοδιοίκηση μπορεί να αξιοποιήσει τον πολιτιστικό τουρισμό ως στρατηγικό εργαλείο για την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης και αστικής αναζωογόνησης,

την πολιτιστική μέριμνα, την ενίσχυση της απασχόλησης και την άμβλυνση της ύφεσης στο νησί της Εύβοιας.

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνηθούν οι δυνατότητες συσχέτισης της προώθησης του πολιτιστικού τουρισμού ως εργαλείου επίτευξης των στόχων που περιγράφηκαν ανωτέρω.

Η ερευνητική μεθοδολογία συνδυάζει τη μελέτη ερευνητικών δεδομένων που έχει στη διάθεση της κυρίως η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδος, η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας και το Υπουργείο Τουρισμού και την παραμετροποίηση των προτεινόμενων δράσεων για την επίτευξη των στόχων. Η αξιοποίηση της προσωπικής εμπειρίας του υπογράφοντος, από την εργασιακή απασχόλησή του ως δημοσίου λειτουργού στην Εύβοια (Καθηγητής Μέσης Εκπαίδευσης), των επιτόπιων παρατηρήσεων και διαπιστώσεων στην περιοχή, του αντικειμένου σπουδών στο Τμήμα Εξειδίκευσης Αναπτυξιακών Περιφερειακών Πολιτικών στην ΕΣΔΔΑ, των μεταπτυχιακών σπουδών στη Δημόσια Διοίκηση στο Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Δημόσιας Διοίκησης του ΕΚΠΑ, καθώς και των σπουδών της Ιστορίας στη Φιλοσοφική Σχολή ΕΚΠΑ, υπήρξε χρησιμότητα προς την κατεύθυνση αυτή.

Οι στόχοι αυτοί μπορούν να προσδιορισθούν ως η αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων της περιοχής με απόληξη την επίτευξη στοχεύσεων όπως η διαμόρφωση της εικόνας ταυτότητας για την περιοχή, η άμβλυνση της ύφεσης μέσα από την ενίσχυση της ανάπτυξης και της απασχόλησης και η ανάδειξη του πολιτισμού ως παράγοντα ενίσχυσης και μέριμνας των δομών και των διεργασιών της περιοχής και της τοπικής κοινωνίας. Η παραμετροποίηση αυτής της διαδικασίας σε επίπεδο θεσμικό, πολιτικό, οικονομικό και σε πεδίο σχεδιασμού και υλοποίησης πολιτικών σχηματοποιεί ένα πλέγμα δράσεων οι οποίες θα ενισχύσουν την ανάπτυξη μέσα από την θεμελίωση του πολιτιστικού τουρισμού ως πυλώνα της οικονομίας και της κοινωνίας του νησιού.

## **2.2. Υπόθεση Εργασίας.**

### **Διατύπωση ερευνητικού ερωτήματος.**

*Η συσχέτιση της εφαρμογής στρατηγικού σχεδιασμού στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού με την επίδραση στην ανάπτυξη της περιφέρειας του νησιού της Ευβοίας στην περίοδο της οικονομικής και κοινωνικής κρίσης των τελευταίων ετών.*

Ο γενικός στόχος ο οποίος θα μπορούσε να τεθεί είναι η ανάδειξη της Εύβοιας ως τουριστικού προορισμού με διακριτή και υψηλή πολιτιστική αξία, έχοντας ως παραδοχές την ύπαρξη σημαντικού πλούτου, με πολιτιστικό, αρχαιολογικό και λαογραφικό πρόσημο και περιεχόμενο. Αυτό το στοιχείο ενισχύεται από την ιδιαίτερα σημαντική ανίχνευση σημείων θρησκευτικής παράδοσης και μνημειακής αποτύπωσης. Οι τόποι και χώροι, οι οποίοι θα μπορούσαν να καταστούν πόλοι ιδιαίτερα σημαντικής τουριστικής κίνησης, όπως οι ιστορικοί χώροι, τα θρησκευτικά μνημεία, οι τουριστικές διαδρομές, σε συνδυασμό με πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτελούν παράγοντες ικανούς να στοιχειοθετήσουν ένα υπολογίσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την ανάδειξη της Εύβοιας σε τουριστικό προορισμό με σημαντική πολιτιστική φυσιογνωμία.

Μια τέτοια εξέλιξη θα σηματοδοτούσε μια ικανή τάση να ανασχέσει την εικόνα ύφεσης της οικονομίας του νησιού και να ενισχύσει την αναπτυξιακή ώθηση της δομής και οικονομικής λειτουργίας της αγοράς. Αποτελεί έκφανση της διασύνδεσης του πολιτισμού με την τουριστική αγορά ως μοχλού και εργαλείου ανάπτυξης, σε επίπεδο περιφερειακό άλλα και τοπικό.

## **3. Θεωρητική επισκόπηση του θέματος.**

### **3.1. Ο πολιτισμός ως τομεακή πολιτική.**

Η ΕΕ επιδιώκει να διαφυλάξει την κοινή πολιτιστική κληρονομιά της Ευρώπης και να την κάνει προσβάσιμη σε όλους, καθώς και να στηρίξει και να προωθήσει τον ευρωπαϊκό κλάδο της τέχνης και της δημιουργίας. Ο πολιτισμός μπορεί, επομένως, να

αναδειχθεί ως μια «αστική στρατηγική», που αν και σε μεγάλο βαθμό άυλη, παρέχει όμως νέες διεξόδους και παράγει σημαντικά υλικά/χωρικά αποτελέσματα.

Οι βασικές πτυχές της ασκούμενης σε ευρωπαϊκό επίπεδο τομεακής αυτής πολιτικής διαγράφονται μέσα από το κείμενο των συμπερασμάτων του Συμβουλίου και των αντιπροσώπων των κυβερνήσεων των κρατών μελών στο πλαίσιο του Συμβουλίου σχετικά με το πρόγραμμα εργασιών στον πολιτιστικό τομέα (2015-2018, 2014/C 436/02)

Η αύξηση της ζήτησης (Τσάρτας κ.α.,2001:103-105) στην αγορά της τουριστικής δραστηριότητας για προϊόντα με πολιτιστικό πρόσημο και περιεχόμενο δημιουργεί συνέπειες ως προς τη χωρική, χρονική αλλά και με βάση το κόστος παραμετροποίηση και προσέγγιση του προϊόντος του πολιτιστικού τουρισμού. Η επιθυμία της ομάδας στόχου για περιοχές όπου οι πολιτιστικοί πόροι και προορισμοί διακρίνονται για τη σημασία αλλά και την αισθητική τους, συνδυάζεται με την ανάγκη ικανοποίησης του συγκεκριμένου μορφωτικού επιπέδου της ομάδας στόχου επισκεπτών και της ανάγκης διαμόρφωσης ενός ανταγωνιστικού πακέτου προσφοράς που θα καλύπτει τις επιθυμίες και τις ανάγκες από τα ζητήματα της διαμονής, διατροφής και μεταφοράς μέχρι την δραστηριοποίηση σε συσχέτιση με το πολιτιστικό στοιχείο. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:216).

Η ανάδειξη αυτού του νέου πεδίου στην τουριστική βιομηχανία ως απότοκο της διασύνδεσης του πολιτισμού με τον τουρισμό αποτελεί κρίσιμο ζήτημα σχεδιασμού και υλοποίησης δημόσιων πολιτικών, καθώς διαμορφώνεται ένα δίκτυο ανάμεσα στο Κράτος, τους τοπικούς φορείς και την κοινωνία που διαμορφώνει τα δεδομένα.

Η πρόσφατη έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ για το 2013<sup>2</sup> αποτύπωσε την πραγματικότητα που αφορά την Ελλάδα. Η χώρα κατέχει την 25η θέση ως προς την ύπαρξη πολιτιστικών πόρων διεθνώς και την 3<sup>η</sup> θέση για την τουριστική της υποδομή.

Το τρίπτυχο εννοιολογικά, εργαλειακά και αξιακά του τουρισμού, του πολιτισμού και της βιώσιμης ανάπτυξης αποτελεί αντικείμενο ενδιαφέροντος σε διεθνές επίπεδο με οργανισμούς όπως η UNESCO, ICOMOS να συγκροτούν λόγο για αυτή τη θεματική (Γρηγορίου 2014:5).

---

<sup>2</sup> <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2013/>



Η Ελλάδα αποτελεί προορισμό με ιδιαίτερη ζήτηση για θέματα πολιτισμού. Παρουσιάζει αξιοσημείωτη ποικιλία πόρων με χαρακτηριστικά ποιοτικά στοιχεία, ωστόσο σε επίπεδο υποδομών και υπηρεσιών (Stamatiou & Sapounaki 2003) η εικόνα περιλαμβάνει και προβληματικά χαρακτηριστικά.

Η προβληματική κατάσταση των υποδομών, ιδιαίτερα τους χειμερινούς μήνες σε συνδυασμό με την απουσία συστηματικής και εξειδικευμένης προώθησης και διαμόρφωσης εικόνας αμβλύνουν τις δυνατότητες για πραγματική ανάπτυξη του εύρους και των διαστάσεων του προϊόντος. Η ανάγκη για εξειδικευμένα προϊόντα και ευρύτητα υπηρεσιών διαμορφώνει το πεδίο των επιθυμητών παρεμβάσεων. Εξειδικευμένα προϊόντα θα μπορούσαν να είναι ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς, ιστορικής κληρονομιάς, ο αρχαιολογικός και ο βιομηχανικός τουρισμός, ο τουρισμός γαστρονομίας ή γευσιγνωσίας, ο οινικός τουρισμός, ο ιστορικός τουρισμός. (Σταματίου 2006β, Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:233).

Η ελληνική περίπτωση με προϊόντα που διαμορφώνουν το πεδίο του πολιτιστικού τουρισμού χαρακτηρίζεται από την θεσμική πλαισίωση, η οποία εγκολπώνει την θετική αντιμετώπιση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων ως έκφανση ανάπτυξης. Επιπρόσθετα η ελληνική αγορά έχει σημαντική θέση, ενώ υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης σε χρηματοδοτικά αναπτυξιακά εργαλεία μέσω Ε.Ε. Η στελέχωση σε επίπεδο ανθρωπίνου δυναμικού είναι σε ικανοποιητικό βαθμό ενώ το πιο σημαντικό στοιχείο είναι η εικόνα που συνδυάζει τη δυναμική της ιστορίας και του πολιτισμού. Ωστόσο, η συχνότητα των καθυστερήσεων σε επίπεδο παρεμβάσεων για την ανάδειξη και αναβάθμιση αρχαιολογικών χώρων ή πολιτιστικών πόρων συνδυάζεται με την δημοσιονομική στενότητα που οδηγεί σε προβληματική υλοποίηση επενδυτικών προγραμμάτων και την ανεπαρκή στελέχωση των υποδομών των πολιτιστικών πόρων (Stamatiou 2007, Μαυρομάτη & Σταματίου 2015). Η αδυναμία αυτή κορυφώνεται σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο όπου η προβληματική εικόνα παροχής υπηρεσιών και λειτουργίας υποδομών είναι πιο έντονη. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:221).

Σήμερα παρουσιάζεται πιο επιτακτική από ποτέ η ανάγκη διασύνδεσης του πολιτισμού με τον τουρισμό, η πραγμάτωση συνεργειών ώστε να επιτευχθεί η τοπική ανάπτυξη μέσα από την έκφανση αυτή της οικονομίας. Η πρόκληση για ένταξη της ελληνικής αγοράς στη διεθνή αγορά του πολιτιστικού τουρισμού με την ταυτόχρονη δημιουργία υποδομών, υπηρεσιών και κυρίως νέων εξειδικευμένων θέσεων εργασίας θα

σχηματοποιούσε τον πολιτιστικό τουρισμό σε πυλώνα της τοπικής ανάπτυξης και πολιτιστικής αναφοράς. Θα οδηγούσε σε βιώσιμη ανάπτυξη των πόρων του πολιτισμικού τουρισμού και θα λειτουργούσε ευεργετικά για την ανάπτυξη και άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού ωθώντας σε αναπτυξιακή τροχιά τις τοπικές οικονομίες και σε διαδικασία ανάδειξης και προβολής των πολιτιστικών πόρων. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:221).

Η πρόκληση αυτή αποκτά επιτακτικά χαρακτηριστικά καθώς διαμορφώνεται ένα εξαιρετικά ανταγωνιστικό πλαίσιο στη διεθνή αγορά όπου η ανεπάρκεια πόρων και υποδομών, οι καθυστερήσεις σε αναπτυξιακού χαρακτήρα κινήσεις και η μη προσαρμογή στις απαιτήσεις για υψηλού επιπέδου εξειδικευμένες υπηρεσίες αποδομούν τα πλεονεκτήματα της χώρας και υπονομεύουν της ταυτότητα και την εικόνα της. Η έλλειψη συστηματικής προβολής και η ελλιπής διαχείριση σε επίπεδο διαμόρφωσης εικόνας ως εξειδικευμένου τουριστικού προορισμού λειτουργούν αρνητικά για την επίτευξη της στοχοθεσίας που περιγράφηκε ανωτέρω. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:221).

Για πρώτη φορά στη σύγχρονη ιστορία του τουρισμού, η ανάπτυξη δεν μπορεί να θεωρηθεί δεδομένη σε ένα περιβάλλον διεθνοποιημένο και χωρίς περιορισμούς. Η παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος είναι εξαιρετικής σημασίας και ανάγεται σε κορυφαίο παράγοντα. (Lichorish & Carson 2004:54).

Η συνθετότητα του τουρισμού ως οικονομικού φαινομένου γίνεται αντιληπτή εάν κάποιος αναλογισθεί την ευρύτητα και περιπλοκότητα των πόρων και των υπηρεσιών που εμπλέκονται

### **3.2. Το δίπολο τουρισμού- πολιτισμού.**

Η διασύνδεση πολιτιστικού τουρισμού με την τοπική ανάπτυξη έχει θετικό πρόσημο καθώς συμβάλλει στην προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων και των χαρακτηριστικών που αποτελούν την ειδοποιό διαφορά σε κάθε περιοχή προορισμό (Σπιλάνης 2000, Τσάρτας 2003). Επιδρά ώστε να είναι δυνατή η διάχυση των τουριστικών ροών σε ευρύτερα πεδία προορισμούς με συνέπεια την ανάδειξη και νέων περιοχών, λιγότερο ανεπτυγμένων. Λειτουργεί θετικά στην διαδικασία επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, καθώς δεν επηρεάζεται από την εποχικότητα και τις αντίστοιχες

μεταβολές στις κλιματολογικές συνθήκες. Διακρίνεται για την θετικότερη και πιο φιλική επιδραστικότητα σε σχέση με την προστασία των φυσικών πόρων και του περιβάλλοντος καθώς δεν έχει τον όγκο και τα χαρακτηριστικά του μαζικού τουρισμού και επομένως σέβεται τη φέρουσα ικανότητα του τόπου.. Σε οικονομικό επίπεδο βοηθά στην επίτευξη αναπτυξιακών χαρακτηριστικών και αποτελεσμάτων καθώς συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, διαμορφώνει προοπτικές φιλικές για την προσέλκυση επενδύσεων και υποστασιοποιεί μια δυναμική δημιουργίας νέων προοπτικών απασχόλησης για εξειδικευμένο προσωπικό. Παράλληλα διαμορφώνονται συνθήκες ικανές να λειτουργήσουν συμπληρωματικά με νέα χρηματοδοτικά εργαλεία ή επενδυτικά σχήματα αλλά και να αποτελέσουν ένα κυρίαρχο άξονα στρατηγικής του σήμερα για την αναζωογόνηση του αστικού ιστού των σύγχρονων αστικών κέντρων μέσω του πολιτισμού. Η ανάπτυξη αυτής της έκφανσης της τουριστικής βιομηχανίας έχει αποκτήσει χαρακτηριστικά μιας δραστηριότητας με διακριτό πρόσημο και διαρκή αναπτυξιακή διάσταση. (Navrund and Ready 2002, Greffe 2003, Mazzanti 2003).

Το θετικό πρόσημο του πολιτιστικού τουρισμού διευρύνεται από την συμβολή του στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας ενός προορισμού αλλά και τη διαμόρφωση ενός περιβάλλοντος όπου η τοπική κοινωνία υιοθετεί πρακτικές συνεργατικές, διαφύλαξης του πολιτιστικού πλούτου και ενσυναίσθησης της ανάγκης ανάδειξης νέων πτυχών μιας περιοχής.

Η επιλογή αυτή συνοδεύεται από την αλλαγή στην αγορά της τουριστικής βιομηχανίας όπου η τάση για νέες ιδέες και νέες μορφές τουρισμού ως προϊόντα αναδεικνύει την ιεράρχηση της ποιότητας, της αυθεντικότητας και της ιδιαιτερότητας στη βίωση του ταξιδιού ως εμπειρίας ζωής.

Η ύπαρξη και ανάδειξη αυτών των πτυχών και διαστάσεων είναι αυτή που θα αποδώσει σε μια αγορά πλεονέκτημα στη, συνεχώς διευρυνόμενη και με κλιμακούμενο ανταγωνισμό παγκόσμια τουριστική αγορά.

Σαφέστατα, οι κίνδυνοι σε μια τέτοια υλοποίηση πολιτικών που θα αναδείξουν τον πολιτιστικό τουρισμό είναι αισθητοί όταν η εκμετάλλευση ως τύπος και ένταση υπερβαίνουν τις αντοχές του τόπου και της κοινωνίας (υπερβαίνουν, δηλαδή, τη φέρουσα ικανότητα, όπως προαναφέρθηκε ανωτέρω). Σε αυτή την περίπτωση, ο κίνδυνος υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος και αφανισμού των φυσικών πόρων επέρχεται σε συγχρονία με τον κίνδυνο παραχάραξης και αλλοίωσης της εικόνας και

της φυσιογνωμίας σε επίπεδο πολιτισμικών αναφορών και πρακτικών, της αρχιτεκτονικής εξαιτίας φθοροποιού επίδρασης στα μνημεία αλλά και αρνητικών επιδράσεων σε επίπεδο κουλτούρας και τρόπου ζωής της τοπικής κοινωνίας από την όσμωση αυτή. (Γρηγορίου 2014:6).

Αυτό το δίπολο που υποστασιοποιείται στη σχέση πολιτισμού τουρισμού περιλαμβάνει συνεπώς τόσο θετικές όσο και αρνητικές διαστάσεις που ουσιαστικά επικεντρώνονται στους ακόλουθους άξονες συμφερόντων και οπτικών.

1.αφενός, της διαχείρισης του πολιτιστικού αποθέματος και της πολιτιστικής κληρονομιάς ως μια έκφανση πεδίου πολιτικών με εξαιρετικά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

2.αφετέρου, του ιδιαίτερα σύνθετου, πολύπτυχου και δυναμικού φαινομένου του τουρισμού που αποσκοπεί στην επίτευξη κέρδους και θετικού οικονομικού αποτυπώματος.

Η αναγκαιότητα σύζευξης αυτών των δύο θεωρήσεων αποτέλεσαν πεδίο προβληματισμού και η UNESCO υιοθέτησε μια νέα πολιτική σχετικά με τη στοχοθεσία του πολιτιστικού τουρισμού η οποία δομήθηκε στη βιώσιμη ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού (UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme, <http://whc.unesco.org/en/tourism>). Η νέα αυτή θεώρηση προωθεί τη σημασία της ανάδειξης της συνεργασίας των τοπικών φορέων που έχουν την ευθύνη σχεδιασμού και υλοποίησης πολιτικών με στόχο την βιώσιμη ανάπτυξη του αλλά και τη διαφύλαξη του πολιτιστικού πλούτου μιας περιοχής. (Γρηγορίου 2014:6).

Το πρόγραμμα αυτό αποσκοπεί στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, τον εμπλουτισμό της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω της τοπικής καλλιτεχνικής δραστηριότητας, τη βελτίωση των συνθηκών επικοινωνίας με διαπολιτισμικό περιεχόμενο, την επίτευξη του στόχου της βιώσιμης ανάπτυξης αλλά και διαφύλαξης του τοπικού χαρακτήρα της κάθε περιοχής και εν γένει τον ιδεότυπο της αλληλοσυμπληρούμενης και συνδυαστικής ύπαρξης και λειτουργικότητας του τουρισμού με τον πολιτισμό. (Πασχαλίδης, Καμπούρη & Ιωαννίδου 2002:238-239).

Η νέα πραγματικότητα της διεθνοποίησης σε απόλυτο βαθμό της οικονομικής δράσης αποτελεί το όχημα εφαρμογής πολιτικών και διεργασιών οι οποίες εστιάζουν σε νέες μορφές ανάδειξης των πλεονεκτημάτων της κάθε περιοχής. Η έμφαση δίνεται πλέον

και στη συμβολική οικονομία (Zukin 1995, Hall 1999, Montgomery 2004, Καραχάλης 2007) η οποία εδράζεται στην ανάδειξη της οπτικής μιας εξειδικευμένης προσλαμβάνουσας που αφορά στο τουριστικό και πολιτιστικό προϊόν ως αντικείμενο marketing, στην έννοια της βίωσης της εμπειρίας, στην καθιέρωση δηλαδή της πολιτιστικής εκδοχής του τουρισμού ως προτεραιότητα (Zukin 1995, Greffe 2005, Markusen and Schrock 2006, Καραχάλης 2007), στο city branding.

### **Εκπαιδευτικός Τουρισμός**

Έχει ως στόχο την πραγματοποίηση ταξιδιών και επισκέψεων με στόχο την εκπαίδευση και την επιστήμη μέσα από σεμινάρια, εκδηλώσεις, επιστημονικές ανταλλαγές και έρευνες που αφορούν συγκεκριμένες ομάδες τουριστών όπως φοιτητές, σπουδαστές, ερευνητές, εκπαιδευτικοί, επιμορφούμενοι.

Η πραγματοποίηση τέτοιων ταξιδιών διευρύνεται με την επέκταση του περιεχομένου σε εκδηλώσεις και επισκέψεις με πολιτιστικό περιεχόμενο και εθνογραφικό λαογραφικό πρόσημο όπως εκδηλώσεις και φεστιβάλ ή άλλες θεματικές (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:199). Ο σχεδιασμός και υλοποίηση τέτοιων τουριστικών πακέτων αναδεικνύουν νέες θεματικές δραστηριότητες με διευρυμένη κινητροδότηση που επεκτείνεται στο οργανωσιακό και διαχειριστικό επίπεδο. Οι εκπαιδευτικές επισκέψεις σε διαφορετικού χαρακτήρα μορφές αποτελούν πεδίο επιστημονικής συνάντησης και αφορμή έρευνας και μάθησης. Αυτό σημαίνει ότι περιοχές με πλούσιο πολιτιστικό αποτύπωμα μπορούν να αποτελέσουν περιοχές θέλγητρα και να λειτουργήσουν ως χώροι υποδοχής τουριστικών ροών με πρόσημο την εκπαίδευση περιβαλλοντικού, περιηγητικού ή πολιτιστικού χαρακτήρα (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011:212).

Ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται από την Χάρτα Πολιτιστικού Τουρισμού (1976 Βρυξέλλες ) ως μια εναλλακτική μορφή τουρισμού προοριζόμενη όχι μόνο για την ανακάλυψη μνημείων, συνόλων, τοποθεσιών, αλλά και για τη διατήρηση και προστασία τους.

### **3.3. Η τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο.**

Ο τουρισμός είναι μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη βιομηχανία με ετήσιο ρυθμό της τάξης του 4 με 5 %. Αποτελεί μια αγορά με ιδιαίτερα ανταγωνιστικά χαρακτηριστικά, με

συνεχή αύξηση του αριθμού των προορισμών. Η επιτυχία ενός προορισμού έγκειται στη βιώσιμη ανάπτυξη που συντελείται με οικονομικά και κοινωνικά κριτήρια και με σεβασμό στην προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. (Σταματίου 2006 α,β). Προϋπόθεση ο προσεκτικός και προγραμματισμένος σχεδιασμός, ειδικά σε τοπικό επίπεδο. Ο σχεδιασμός πραγματοποιείται σε επίπεδο εθνικό, περιφερειακό και τοπικό. Ο σχεδιασμός σε εθνικό επίπεδο περιλαμβάνει το συντονισμό μέσω της αναπτυξιακής πολιτικής ενώ σε τοπικό επίπεδο αισθητοποιείται ο προγραμματισμός για τη διαχείριση των περιοχών που αποτελούν χώρους υποδοχής.

Η ανάγκη για σχεδιασμό σε επίπεδο τοπικό συνιστά μια διεργασία που ανταποκρίνεται στην ανάγκη για σωστή οριοθέτηση και δυναμική ερμηνεία του τουριστικού φαινομένου.

Οι τοπικές κοινότητες που αποτελούν χώρους υποδοχής τουριστικών ροών αποτελούν πεδίο σχεδιασμού ως προορισμοί με παραμέτρους τη προώθηση της ανάπτυξης της τοπικής τουριστικής βιομηχανίας. Ο σχεδιασμός στην ανάπτυξη ενός συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού ως έκφραση της τοπικής τουριστικής βιομηχανίας έχει ως στοχοθεσία την κατάλληλη και συνδυασμένη επιλογή λύσεων και ενεργειών που θα οδηγήσει στην έγκαιρη και καλύτερη δυνατή ανάπτυξη της περιοχής( Καραγιάννης & Έξαρχος 2006:240).

Ο τουρισμός αποτελεί όχημα μετασχηματισμού σε επίπεδο νοοτροπίας και πρακτικών που αφορούν στις οικονομικές και κοινωνικές διεργασίες σε μια τοπική κοινωνία καθώς η τουριστική ανάπτυξη είναι ικανή να προκαλέσει αλλαγές με σημαντική επιδραστικότητα στη χρήση των υφιστάμενων πόρων. Ο τύπος και η έκταση των αλλαγών αποτελούν το διακύβευμα για την θετική αποτίμηση σε επίπεδο τοπικής κοινότητας της επίδρασης της τουριστικής οικονομίας. Ωστόσο, για να διασφαλισθεί η επιτυχία του εγχειρήματος, η ισορροπία ανάμεσα στην οικονομία της αγοράς και τις ανάγκες διαφύλαξης του κοινωνικού ιστού και προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος, είναι καθοριστική η εποπτεία ενός φορέα που θα κινητοποιήσει τις τοπικές κοινωνικές δυνάμεις ώστε να επιτευχθεί η μεγιστοποίηση των θετικών αποτελεσμάτων. Άλλως, «*Ο λεπτομερής έλεγχος των υφιστάμενων τουριστικών πόρων βοηθά τους τοπικούς προορισμούς στο να προσδιορίσουν τα αποθέματα τους και να επισημάνουν τις ευκαιρίες*»( Καραγιάννης& Έξαρχος,2006:206).

Η ορθολογική αποτύπωση αυτού του πεδίου θα καταστήσει δυνατή τη χάραξη μιας πολιτικής σχετικά με τις παραμέτρους που θα τεθούν ως προτεραιότητα στις επιλογές της τουριστικής βιομηχανίας της τοπικής κοινωνίας.

Η στρατηγική της διαδικασίας που αποσκοπεί στη διαμόρφωση στρατηγικής ανάπτυξης στο χώρο της τουριστικής βιομηχανίας σχετίζεται με την ενσυναίσθηση της ανάγκης ότι η πολιτική αυτή αποτελεί πεδίο διασύνδεσης της αναπτυξιακής πολιτικής μιας περιοχής. Ο σχεδιασμός αυτός πρέπει να αποσκοπεί στην αύξηση των ωφελειών που προκύπτουν από τη μεγέθυνση της αγοράς, τις δυνατότητες συνεργειών και αναπτυξιακού πρόσημου συνεργασιών και τη διαμόρφωση μιας διαδικασίας ελέγχου των πόρων, των ζητημάτων και των συνεργειών που αφορούν τη βελτίωση του επιπέδου των υπηρεσιών και την αύξηση του όγκου και του εύρους της αγοράς. (Καραγιάννης&Εξαρχος,2006:346).

Σε αυτό το πλαίσιο η στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης εγκολπώνει μια σειρά από βήματα που θα βοηθήσουν στην υλοποίηση του σχεδιασμού και την πραγμάτωση των στόχων. Οι προτεραιότητες, η διαμόρφωση τουριστικού μάρκετινγκ και η ανάλυση δεδομένων αποτελούν τις βασικές αναφορές σε μια αποτύπωση των στόχων, των ενεργειών και τον έλεγχο των επιτευγμάτων.

Η ανάδειξη του πολιτιστικού τουρισμού δεν πραγματοποιείται μέσα από τα προγράμματα μαζικού τουρισμού αλλά με εστιασμένες δράσεις πολιτιστικού περιεχομένου και με τη διασύνδεση με τη νοοτροπία και την κουλτούρα του χώρου υποδοχής.

### **3.4.Η πρόκληση του σήμερα**

Η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί σύμφωνα με την ευρωπαϊκή ατζέντα 21 (2007) μια δραστηριότητα η οποία έχει στον πυρήνα της τη Δράση για ένα πιο αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό ο οποίος θα βασίζεται στην ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας.

Η συνέργεια τουρισμού -πολιτισμού είναι ικανή να σχηματοποιήσει ένα δίπολο θετικής αλληλεπίδρασης οικονομίας, κοινωνίας, φυσικού περιβάλλοντος και πολιτιστικού πλούτου. Σε αυτό το πλαίσιο προκρίνεται η ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος με βάση το περιβάλλον και τον πολιτιστικό πλούτο με αναφορά στις ανάγκες για

προβλέψεις στα χωροταξικά πλαίσια οργάνωσης. Η ανάγκη για εξειδικευμένη προσέγγιση στη χωρική οργάνωση και η υιοθέτηση περιορισμών που θα διασφαλίζουν την ισόρροπη ανάπτυξη με σεβασμό στον πολιτισμό και το περιβάλλον ανιχνεύεται ως διακριτή επιλογή.





## **Β' Μέρος.**

### **Μελέτη Περίπτωσης**

#### **1.1.Η Εύβοια**

Είναι περιοχή η οποία χαρακτηρίζεται από το γεγονός της συνύπαρξής της σε όλη τη διαδρομή της ιστορίας με τη γειτονική της Αθήνα. Είναι ενδεικτικό ότι σε μεγάλο βαθμό λειτουργεί σε συμπληρωματική διάσταση ως έκφανση της δραστηριότητας που εμφανίζει η Αττική και κυρίως η πρωτεύουσα. Η εικόνα αυτή ενισχύθηκε ιδιαίτερα στα μεταπολεμικά χρόνια όταν και η Αθήνα χαρακτηρίστηκε από υπέρμετρης έντασης διόγκωση δημογραφικά αλλά και σε επίπεδο οικονομικής δραστηριότητας (Stamatiou 2007, Stamatiou & Sapounaki).

Η Εύβοια του σήμερα καλείται να διαχειριστεί μια κατάσταση η οποία θυμίζει εν πολλοίς την Εύβοια που αποτελούσε την ενδοχώρα της Αθήνας όταν και λειτουργούσε ως αποικία της. Για μια ακόμη φορά στην ιστορική της διαδρομή εμφανίζεται να ασφυκτιά όπως άλλοτε όχι πια υπό το βάρος των αθηναϊκών κληρουχιών και της αθηναϊκής ηγεμονίας, αλλά από συγκεντρωτικό σύστημα διοίκησης και οικονομικής λειτουργίας που λογίζεται ως υδροκεφαλικό με κυρίαρχο σημείο αναφοράς και δομή λειτουργίας την πρωτεύουσα. Η Εύβοια υπό το βάρος της καταλυτικής σκιάς της Αθήνας λειτουργεί ως δορυφόρος και όχι με την αυτονομία και τη δυναμική που η γεωγραφική της θέση, η ιστορική της διαδρομή και οι πόροι της επιτρέπουν αλλά και επιβάλλουν.

#### **1.2.Καταγραφή Υφιστάμενης Κατάστασης**

Η ανάλυση που παρατίθεται βασίστηκε στα κείμενα που παρουσίασε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας για τις δράσεις της τα επόμενα χρόνια και καταδεικνύει τα δομικά ζητήματα σχετικά με την οικονομική λειτουργία της Εύβοιας αλλά και στο Σχέδιο Κατευθύνσεων Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής στον Τομέα του Τουρισμού για την περίοδο 2014-2020 του Υπουργείου Τουρισμού. Στην περιγραφή και αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης αποτυπώνεται η εικόνα της Εύβοιας σε επίπεδο

μακροοικονομικό αλλά και σε σχέση με τη θεματική ενότητα του πολιτισμού και του τουρισμού.( Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας 2014-2019 Α΄ Φάση Στρατηγικός Σχεδιασμός, Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020,Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας).

### **Γεωγραφία**

Η Εύβοια διακρίνεται για τον ημιορεινό χαρακτήρα της γεωμορφολογίας της με την εξαίρεση της περιοχής δυτικά της Χαλκίδας. Ιδιαιτερότητα αποτελεί το γεγονός της ιδιόμορφης νησιωτικότητας της Εύβοιας καθώς η σύνδεση της με την Στερεά Ελλάδα είναι τόσο στενή που δεν λειτουργεί ως τυπικό νησιωτικό χωρικό υπόδειγμα. Αξίζει να επισημανθεί η δυσκολία που χαρακτηρίζει σε ζητήματα πρόσβασης την περιοχή νοτιώς της Καρύστου.

### **Διοικητική Διαίρεση.**

Στην Π.Ε Ευβοίας λειτουργούν οι δήμοι Διρφύων-Μεσσαπίων, Ερέτριας, Καρύστου, Κύμης-Αλιβερίου, Μαντουδίου-Λίμνης-Αγίας Άννας, Σκύρου, Χαλκιδέων, Ιστιαίας-Αιδηψού.

### **Οικονομία.**

Η κρίση με αφετηρία το 2008 οδήγησε την ελληνική οικονομία σε κρίση δανεισμού, ελλειμμάτων και χρέους. Οι πολιτικές δημοσιονομικής περιστολής που εφαρμόστηκαν απέτελεσαν την αφορμή να αισθητοποιηθούν οι δομικές και διαθρωτικού χαρακτήρα αδυναμίες της οικονομικής λειτουργίας και του νησιού της Εύβοιας.

Η αποτύπωση αυτών των μεγεθών σε μακροοικονομικό επίπεδο καταδεικνύει την αρνητική κλιμάκωση της ύφεσης, της ανεργίας και της υποχώρησης σε επίπεδο παραγωγικότητας και εξωστρέφειας. Ιδιαίτερα αισθητοποιήθηκε το φαινόμενο αυτό στην Εύβοια, η οποία ήδη υφίστατο τις συνέπειες της αποβιομηχανοποίησης της δεκαετίας του 90. Η κρίση επιτείνεται από την ισχνή επενδυτική δραστηριότητα και την ανάγκη για σύγχρονο χωροταξικό σχεδιασμό που θα απελευθερώσει τις αναπτυξιακές προοπτικές. Μοιραία, γνώρισε αύξηση της ανεργίας αλλά και μείωση του ΑΕΠ (σε εκατομμύρια ευρώ) ως εξής (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:5.)

## ΠΙΝΑΚΑΣ 1. ΜΕΙΩΣΗ ΑΕΠ την ΠΕΡΙΟΔΟ 2008-12.

2008	4162
2009	3780
2010	3588
2011	3231
2012	3013

Πηγή ΕΛ.ΣΤΑΤ. 2014 Περιφερειακοί Εθνικοί Λογαριασμοί.

Ο πρωτογενής τομέας εμφανίζει εικόνα συρρίκνωσης παρά την ύπαρξη υψηλών ποσοστών απασχόλησης ενώ αντιθετική είναι η εικόνα του δευτερογενούς τομέα χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερο δυναμισμό. Ενδιαφέρον το στοιχείο ότι ο τουρισμός δεν εμφανίζει τη δυναμική που θα αναμενόταν εξαιτίας του μεγέθους και του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της Εύβοιας.

Η εξέλιξη της ανεργίας αποτυπώνεται στον ακόλουθο πίνακα. (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:5).

## ΠΙΝΑΚΑΣ 2. ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΒΟΙΑ.

2008	10.3
2009	12.2
2010	17.2
2011	24.9
2012	32.8
2013	30
2014	29

Πηγή ΕΛ.ΣΤΑΤ.2014 Περιφερειακοί Εθνικοί Λογαριασμοί

Η οξύτητα του ζητήματος γίνεται ακόμη πιο αισθητή εάν παραμετροποιηθούν τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της ανεργίας η οποία είναι μακροχρόνια και δομική. Σε αυτό το επίπεδο καθίσταται αναπόδραστη η ανάγκη για την περιοχή να υιοθετήσει πολιτικές δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας.

Η Εύβοια εξυπηρετείται από τον οδικό άξονα που συνδέει Αθήνα - Θεσσαλονίκη , το βασικό οδικό άξονα σύνδεσης Χαλκίδας- Κύμης, ενώ διαθέτει αεροδρόμιο η Σκύρος (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Στερεάς Ελλάδος 2015-19:33,39).

Η Εύβοια διαθέτει λιμενικές υποδομές, μικρούς και μεσαίους λιμένες ως στοιχεία της χωρικής της οργάνωσης. Το ΠΠΧΣΑΑΠ αξιολογεί ως κορυφαίο στην ιεράρχηση του το λιμάνι της Κύμης σε επίπεδο εθνικής αναφοράς, ενώ ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στις μαρίνες Ιτέας, Καρύστου και Σκύρου. Δύο εμπορευματικά λιμάνια φιλοξενεί η Χαλκίδα ( Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Στερεάς Ελλάδος 2015-19:36).

Στον αγροτικό τομέα κυριαρχούν οι επιχειρήσεις μεταποίησης λαδιού/ελαιοτριβεία(75),τα συσκευαστήρια ξηρών σύκων και ξηρών καρπών(14) και τα οινοποιεία(38).(Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Στερεάς Ελλάδος 2015-19:59).<sup>3</sup>

Ιδιαίτερη σημασία έχει η αλιεία και οι υδατοκαλλιέργειες με τα συσκευαστήρια και τα κέντρα αποστολής οστράκων να αποτελούν τη βασική δραστηριότητα. 40 μονάδες ιχθυοκαλλιέργειας παράγουν 11.800 τόνους αποτελώντας περίπου το 10% της εγχώριας παραγωγής<sup>4</sup>(Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Στερεάς Ελλάδος 2015-19:61).

### **1.3.0 Τουρισμός**

Αποτελεί ιδιαίτερα δυναμική έκφανση της οικονομίας η οποία χαρακτηρίζεται από τις αναπτυξιακές της προοπτικές. Το πολιτιστικό και περιβαλλοντικό αποτύπωμα της περιοχής αποτελεί ικανό σημείο αναφοράς για να οικοδομήσει μια επιλογή εναλλακτικού τουρισμού ως σημείο προορισμού. Επιπρόσθετα, ο ιατρικός τουρισμός συνιστά επιλογή ιδιαίτερης μορφής τουρισμού, καθώς η παρουσία των λουτροπόλεων και των ιαματικών πηγών ενισχύουν την ελκυστικότητα της περιοχής σε συνδυασμό με την πλούσια γαστρονομική παράδοση.

Ωστόσο αξίζει να επισημανθεί ότι την περίοδο 2005-2013 οι αφίξεις στο νομό σημείωσαν πτώση 18%, ενώ η πτώση αγγίζει το 35% σε σχέση με το 2009.

---

<sup>3</sup> Πηγή. Διευθύνσεις Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής Π.Ε .

<sup>4</sup> Πηγή. Διευθύνσεις Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής Π.Ε

Είναι χαρακτηριστικό ότι οι αφίξεις ξένων αγγίζουν το 19% στο συνολικό ποσοστό των αφίξεων, ενδεικτικό της αδυναμίας του νομού να διαμορφώσει πολιτική εικονοποίησης και προβολής ταυτότητας στη διεθνή αγορά της τουριστικής βιομηχανίας (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:9).

Η Εύβοια διαθέτει 227 ξενοδοχεία και 856 μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων .Από αυτά 8 ξενοδοχεία έχουν υποδομή για να φιλοξενήσουν συνεδριακές δραστηριότητες με όριο τη χωρητικότητα εκδηλώσεων έως 650 συνέδρων (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:53).

Η Εύβοια διαθέτει το πλεονέκτημα του συνδυασμού βουνού και θάλασσας με κυρίαρχο το στοιχείο ενός πλούσιου πολιτιστικού αποτυπώματος και ενός μοναδικού φυσιολατρικού πλούτου. Η εγγύτητα και ευκολία πρόσβασης λόγω κοντινής απόστασης από την Αθήνα και το ΔΑΑ Ελευθέριος Βενιζέλος σε συνδυασμό με τη δυνατότητα προσέλκυσης ροών σε μια επιμηκυμένη τουριστική περίοδο αποτελούν πρόσθετα θετικά στοιχεία. Διαθέτει ως το δεύτερο μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας μια μεγάλη ακτογραμμή, φημισμένη λουτρόπολη, ένα εντυπωσιακό μωσαϊκό από βουνά, παραλίες, φαράγγια, ενώ παράλληλα συνοδεύεται από τη διοικητική ένωση με τη Σκύρο που προσθέτει εναλλακτική επιλογή. Έχει 110 παραλίες και 4 γαλάζιες σημαίες, ενώ ο πολιτιστικός της πλούτος (Stamatiou 2007, Μαυρομάτη & Σταματίου 2015) εκτείνεται από την αρχαιότητα έως τα νεότερα χρόνια. Περιλαμβάνεται στους 10 προορισμούς παγκοσμίως για Sailing Cruises(Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:50), ενώ διαθέτει 14 μαρίνες που παρέχουν βασικές υπηρεσίες και δυνατότητα ελλιμενισμού (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:50).

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό προϊόν το οποίο βασίζεται στην εικονοποίηση της αυθεντικής και πολυσχιδούς διαδρομής μιας περιοχής στον χρόνο και αποτελεί πεδίο σχεδιασμού και υλοποίησης πολιτικών που θα συνδυάζουν τη διαχείριση των τουριστικών ροών και την ισορροπημένη τουριστική δραστηριότητα σε σχέση με την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και του πολιτιστικού πλούτου.

## **2.Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης με βάση τον πολιτιστικό πλούτο της Εύβοιας**

### **2.1. Το πλαίσιο.**

Ο σχεδιασμός ανάπτυξης ενός προορισμού με συγκεκριμένη χωρική ενότητα και στα πλαίσια διαμόρφωσης ικανοποίησης της στόχευσης για ανάδειξη του πολιτιστικού τουρισμού προσδιορίζει ως αναγκαία την συγκεκριμενοποίηση της στόχευσης της τοπικής κοινωνίας σε επίπεδο παραγόμενου τουριστικού προϊόντος. Η αναλυτική καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης και η αναζήτηση συγχρονισμού με τις τάσεις της αγοράς της τουριστικής βιομηχανίας σε διεθνές επίπεδο συνιστούν το αναγκαίο πλαίσιο για την αισθητοποίηση ενός πλέγματος σχεδιασμού και υλοποίησης πολιτικών που θα ανταποκριθούν στις ανάγκες και την ικανότητα σε επίπεδο πόρων.

Η προσέγγιση αυτή που επιχειρείται θα αποτυπώσει τις δυνατότητες που απορρέουν από την καταγραφή των υφιστάμενων πόρων σε επίπεδο πολιτιστικού αποθέματος. (Βλέπε παράρτημα:1&2).

Η επενέργεια σε αυτό το επίπεδο της τοπικής κοινότητας είναι θεμελιώδους σημασίας και χαρακτηρά όσον αφορά την προσέγγιση, την επίτευξη των στόχων αλλά και τη νοοτροπία, αισθητική και ποιότητα πραγμάτωσης της σχεδιαζόμενης πολιτικής. Η υποδοχή και εγκόλπωση της τοπικής κοινότητας ως έκφανση της εικόνας και της λειτουργίας της τοπικής κοινωνίας ως φορέας υποδοχής τουριστικών ροών με άξονα τον πολιτιστικό τουρισμό θα κρίνει την επιτυχία και την ένταση των ποιοτικών χαρακτηριστικών του εγχειρήματος.

Για την Εύβοια η υιοθέτηση νέας πολιτικής στόχευσης στο πολιτιστικό τουρισμό ως εργαλείο περιφερειακής ανάπτυξης θα σημαίνει την ενσυναίσθηση ότι ο σχεδιασμός του προγραμματισμού πρέπει να οριοθετεί το εύρος και την ένταση των αλλαγών που θα μετασχηματίσουν την τοπική κοινωνία. Η Εύβοια λόγω της ισχυρής παρουσίας πολιτιστικού πλούτου αλλά και της όχι με τον δυναμισμό που θα της αναλογούσε τουριστικής ανάπτυξης, υιοθετώντας μια τέτοια στόχευση όχι μόνο ανταποκρίνεται σε αυτό που είναι το ζητούμενο στη διεθνή αγορά της τουριστικής βιομηχανίας αλλά και θα διεκδικήσει την απεμπλοκή της από τον αποκλειστικά μαζικό τουρισμό

διατηρώντας τον ήπιο χαρακτήρα τουριστικής ανάπτυξης που προσδιορίζει τη λειτουργία της.

Η επιλογή μιας στοχευμένης πολιτικής θα συμβάλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην ανακατασκευή και αναμόρφωση παλιών αρχιτεκτονικών κατασκευών και θα αναζωογονήσει την οικονομική και πολιτιστική ζωή της περιοχής.

Ο σχεδιασμός πρέπει να λάβει υπόψη του τις διαστάσεις χωρικής οργάνωσης, την διεύρυνση της τουριστικής περιόδου και την ανταπόκριση στην ανάγκη διαμόρφωσης ενός προϊόντος που θα ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένες ομάδες στόχους ως τμήμα της αγοράς της τουριστικής βιομηχανίας με σκοπό την προσέλκυση επισκεπτών υψηλού επιπέδου παιδείας και εκπαίδευσης, με μέσο και υψηλό οικονομικό επίπεδο (Αποστολόπουλος & Σδράλη 2009:127). Παράλληλα πρέπει να επιδιωχθεί η συνάφεια και η σύνδεση με άλλες ομάδες προϊόντων ώστε αυτή η συνάρθρωση κινήτρων και εμπειριών να λειτουργήσει πολλαπλασιαστικά για το πλέγμα υπηρεσιών αλλά και ως θέλγητρο για την επισκεψιμότητα της περιοχής.

Σε αυτό το πλαίσιο θα μπορούσαν να συσχετιστούν δραστηριότητες πολιτισμικού τουρισμού με αναφορά στην επιδίωξη φυσιολατρικής έκφρασης. Οι οινοτουριστικές περιηγητικές διαδρομές θα μπορούσαν να ενταχθούν σε μια τέτοια ανίχνευση επιλογών πολυθεματικού χαρακτήρα. Η επίσκεψη σε θρησκευτικά μνημεία ή η συμμετοχή σε συνέδρια αλλά και η παρακολούθηση εκδηλώσεων, εκθέσεων και φεστιβάλ θα μπορούσαν να διευρύνουν το φάσμα των δυνατοτήτων που θα παρέχει ένα ολοκληρωμένο πακέτο προϊόντος πολιτισμικού τουρισμού. Σε αυτή την οπτική θα μπορούσε να ενταχθεί η παράλληλη συμμετοχή σε θαλάσσια ταξίδια με πολιτιστικό πρόσημο αλλά και η ανάδειξη της υγείας και της ευεξίας ως πτυχή μια επίσκεψης σε λουτρόπολη.

Η δυνατότητα συνδυασμού μιας μεγάλης παράδοσης με τη νέα τάση που επικρατεί στη τουριστική βιομηχανία που ενισχύει τη ζήτηση θα αποτελούσαν εν δυνάμει ικανό παράγοντα μετασχηματισμού της εικόνας και του αποτελέσματος οικονομικά και κοινωνικά του προϊόντος του πολιτισμικού τουρισμού για το νησί της Εύβοιας. Η πληθώρα μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, τα διαφορετικά αξιοθέατα και η γεωμορφολογική διαφοροποίηση δεν μεταφράζονται σε μια εικόνα που θα ήταν παράγοντας ανασχετικός της ύφεσης και της κρίσης που ταλανίζει την περιοχή. Οι αδυναμίες και οι ελλείψεις που αναφέρθηκαν και στην περιγραφή της υφιστάμενης



κατάστασης κυριαρχούνται από την έλλειψη υποδομών και δικτύων και σε ενίσχυση αυτής της εικόνας κυριαρχεί το έλλειμμα εικονοποίησης και διαμόρφωσης ταυτότητας της Εύβοιας ως τουριστικού προορισμού.

Η αδυναμία αυτή σε επίπεδο μαρκετινγκ που μεταφράζεται σε όχι αυτοδύναμη και εξειδικευμένη εικόνα τονίζει την ανάγκη η Εύβοια να αποκτήσει τη δική της εικόνα και ταυτότητα με κυρίαρχο στοιχείο τη σχηματοποίηση ενός τουριστικού προϊόντος και ενός πλέγματος υπηρεσιών που θα εστιάσει στην μορφή τουρισμού με κίνητρα τον πολιτισμό, την εκπαίδευση και σε παράλληλη συνύπαρξη με τον κλασικό τουρισμό θερινών διακοπών (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα 2011:229).

Η κατηγορία συνεπώς του πολιτιστικού τουρισμού προσφέρεται ως επιλογή προτεραιότητας στην διαμόρφωση ενός διευρυμένου χαρτοφυλακίου παρεχομένων τουριστικών προϊόντων για την περιφέρεια και τον νομό. Η πληθώρα και η ποικιλία αρχαιολογικών χώρων, μοναστηριών, ναών και άλλων αξιοθέατων διαμορφώνει το πεδίο συνεργειών και συνδυασμού με εξειδικευμένα προϊόντα που θα προσελκύσουν αντίστοιχα εξειδικευμένα τμήματα ομάδων τουριστών.

Η ίδια η περιφέρεια στον οδικό χάρτη για την θεματική του τουρισμού τονίζει πως το φυσικό τοπίο και η δυνατότητα συνδυασμού βουνού, φυσικού τοπίου και θάλασσας θα αναδειχθούν μέσα από την άμβλυση της εποχικότητας, τη διαφοροποίηση στην παροχή υπηρεσιών και προϊόντων και την διεύρυνση του μεγέθους της αγοράς.

(Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:62).

Στην παρουσίαση της πρότασης της για ανάπτυξη θεματικών προϊόντων η Περιφέρεια στο πεδίο του πολιτιστικού τουρισμού δίνει έμφαση στην περιοχή των Δελφών και στις Θερμοπύλες λόγω της ισχυρής αναγνωρισιμότητάς τους (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:64-65). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον προκαλεί σχεδιαζόμενο πρόγραμμα για πολιτιστικές διαδρομές στο οποίο εντάσσει το αρχαίο θέατρο της Ερέτριας.

Η επιλογή αυτή καταδεικνύει την αναπόδραστη ανάγκη η Εύβοια να αναπτύξει μια νέα συμπληρωματική αλλά και με αυτόνομη δυναμική πρόταση σε σχέση με τον πολιτιστικό τουρισμό η οποία θα εμφορείται από την ενσυναίσθηση της ανάγκης να διαμορφώσει ισχυρή αναγνωσιμότητα και brand name σε επίπεδο διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας.

Είναι χαρακτηριστικό ότι η Εύβοια προτείνεται ως χώρος υποδοχής τουρισμού για τα ακόλουθα προϊόντα (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:66-76):

- Ήλιος και θάλασσα
- Ιαματικά λουτρά και θεραπευτικές υπηρεσίες
- Ιστιοπλοΐα Sailing/ yachting
- Ορειβατικές δράσεις
- Οι διαδρομές του οίνου
- Οδικές διαδρομές
- Ιδιαίτερη αναφορά εντοπίζεται για τη Σκύρο με τα γραφικά σοκάκια και τις παραδοσιακές οικίες.

Η Εύβοια πρέπει, λοιπόν, να ανταποκριθεί με δυναμική και δυναμισμό στις προκλήσεις της νέας εποχής αλλά και του στρατηγικού σχεδιασμού της Περιφέρειας για συνδυασμό φυσικής ομορφιάς και πολιτιστικής κληρονομιάς με παράλληλη ανάδειξη ενός ισχυρού brand name με δυνατή ταυτότητα και τουριστικά προϊόντα (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:78).

Οι αξίες όπως δηλώνονται στον σχεδιασμό είναι η ισορροπία, η ηρεμία, η γαλήνη, η διαχρονικότητα και η παράδοση (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020:84), που ανταποκρίνονται στον χαρακτήρα της τουριστικής ανάπτυξης στην Εύβοια, ο οποίος διαχρονικά ήταν ήπιας μορφής και εστίαζε στον οικογενειακό τουρισμό, ειδικά της εσωτερικής αγοράς.

Η ανάγκη διαμόρφωσης εικόνας για τον πολιτιστικό πλούτο της Εύβοιας θα πρέπει να μην είναι αντινομική με την προσπάθεια της Περιφέρειας σχετικά με τη διαμόρφωση της σύνθεσης του brand essence.

Στην πρόταση για τη διαμόρφωση προϊόντων για την τουριστική βιομηχανία σε σχέση με την θεματική του πολιτιστικού τουρισμού πρέπει να ληφθεί ιδιαίτερα υπόψη η δυνατότητα συνδυαστικής εφαρμογής με την υλοποίηση ενός σχεδίου δράσης που θα λάμβανε υπόψη τον πλούτο του νησιού στο πεδίο του οίνου ως χώρος πρόσφορος για οινολογικό τουρισμό.

Στη βασική διάσταση και κυρίαρχη προϊοντική κατηγορία που περιλαμβάνει τη θεματική ήλιος και θάλασσα όπου η Εύβοια διαθέτει το πλεονέκτημα ενός διαφορετικού σκηνικού που συνδυάζει με αρμονία αλλά και ιδιαίτερο τρόπο τη θάλασσα με το βουνό, τις άπειρες παραλίες κατά μήκος των ακτογραμμών της και το τοπίο που αποτελεί ιδανικό σκηνικό για φυσιολατρικές δραστηριότητες και περιηγήσεις. Συνθέτει μια εικόνα ως χώρος υποδοχής η οποία ανταποκρίνεται στην ήπια τουριστική ανάπτυξη που γνώρισε μέχρι σήμερα και η οποία εστιάζει στην καταλληλότητα της ως τόπος προσέλκυσης που προσφέρει μια σύνθετη και ολοκληρωμένη εμπειρία για ήσυχες οικογενειακές διακοπές. Παράλληλα, η λουτρόπολη της Αιδηψού και η ύπαρξη ξενοδοχείου 5 αστέρων (Thermae Sylla) διαμορφώνουν ελκυστική πρόταση για διακοπές αναζωογόνησης και υψηλού επίπεδου ιαματικού τουρισμού.

Ο ναυτικός τουρισμός με αντικείμενο την ιστιοπλοΐα τοποθετείται ως ξεχωριστή επιλογή στο νησί της Εύβοιας όπου η γειτνίαση με τη Σκύρο και η ποικιλομορφία των ακτών και των διαδρομών διαμορφώνουν μοναδικό πακέτο για τη συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδα/Οδικός Χάρτης 2015-2020:129-132). Η εμπειρία της πλεύσης μέσα από τα στενά περάσματα της Χαλκίδας, τα ρεύματα του Ιασίου, οι ξεχωριστές παραλίες, διαμορφώνουν μοναδικές διαδρομές για ναυσιπλοΐα και ιστιοπλοΐα.

Τέλος η επίσκεψη σε οινοποιεία αποτελεί έκφραση τουριστικής δραστηριότητας που συνδυάζει αρμονικά την αγάπη για τον οίνο, την παράδοση στη γαστρονομία και τοπικά φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Κυριαρχεί η αναφορά στα οινοποιεία των Avantis (Μύτικας Ληλαντίου), Vrinioti (Αιδηψός) και Λύκος (Μαλακώντας) (Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδα/Οδικός Χάρτης 2015-2020:132).

Παραμένει, ωστόσο, ενδεικτική η ανάγκη αναφορών που να αποτελούν προτάσεις ως προς το χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων των θεματικών προτάσεων σε σχέση με τον πολιτιστικό τουρισμό που θα εξέφευγαν της διαχείρισης των υφιστάμενων πόρων και θα προέκριναν με δυναμισμό την υιοθέτηση μιας δυναμικής, εννοιολογικής, αξιακής, εργαλειακής, θεσμικά πλαισιωμένης προσέγγισης που θα αποσκοπούσε στη διαμόρφωση brandname με πρόσημο τον πολιτιστικό τουρισμό για την Εύβοια. Η εργασία αυτή αποσκοπεί στην εξειδικευμένη παρουσίαση αυτής της διαφοροποίησης η

οποία εντάσσεται στη γενικότερη στρατηγική της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδος για διαμόρφωση ισχυρού brand name για την περιφέρεια. **Η πρόταση μας συνίσταται στη διαμόρφωση ενός πλέγματος δομών και υπηρεσιών που θα διαμορφώσουν την εικόνα της Εύβοιας ως χώρου υποδοχής ροών πολιτιστικού τουρισμού με αυτοτελή και δυναμική αναγνώριση μιας εικόνας που θα συνθέτει και την ταυτότητα της Εύβοιας σε επίπεδο διεθνούς τουριστικής πολιτιστικής βιομηχανίας.**

Η ανάλυση και ο σχεδιασμός αισθητοποιούνται στην πρόσληψη της περιοχής ως πηγή ανάπτυξης η οποία θα έχει οριοθετηθεί στα όρια της τοπικής κοινότητας και θα μετατρέπει τα πλεονεκτήματά της σε θετικό οικονομικό και κοινωνικό αποτέλεσμα.

Το τουριστικό πολιτιστικό μάρκετινγκ θα δημιουργήσει θετικές συνέπειες στις ροές των επισκεπτών και θα διαμορφώσει μια ροή εσόδων και τη δυναμική για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Παράλληλα θα ενισχύσει την προσπάθεια διαμόρφωσης ταυτότητας για την περιοχή ενδυναμώνοντας και τους δεσμούς ανάμεσα σε νοικοκυριά, επιχειρήσεις, φορείς της δημόσιας σφαίρας και οργανισμούς πολιτιστικούς.

Θα είναι ένα εργαλείο ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας, το οποίο θα χαρακτηρίζεται από την ενεργό εμπλοκή της κοινωνίας στη διαδικασία αλλά και διεργασία διαχείρισης της εικόνας και του ίδιου του προϊόντος σε επίπεδο τουριστικής βιομηχανίας.( SY\_CULTour. Synergy of culture and tourism: utilization of cultural potentials in less favoured rural regions:7)

Η θετικά αποτίμηση θα αισθητοποιηθεί στην διατήρηση του παραδοσιακού πολιτιστικού τοπίου ως πεδίου τουριστικής δραστηριότητας και θα ενισχύσει την προσπάθεια για συστηματική, συνεχή και αυτοτροφοδοτούμενη από την τοπική κοινωνία προστασία, συντήρηση και αποκατάσταση του πολιτιστικού πλούτου, της πολιτιστικής κληρονομιάς σε υλική και άυλη μορφή και προσλαμβάνουσα (SY\_CULTour. Synergy of culture and tourism: utilization of cultural potentials in less favoured rural regions:7).

Ουσιαστικά ο σχεδιασμός οφείλει να λάβει καταλυτικά και κυριαρχικά υπόψη του την έννοια της «πολιτιστικής αξίας» η οποία εννοιολογείται ως η απόπειρα ενίσχυσης της δυναμικής της έκφανσης των αναπτυξιακών δυνατοτήτων της πολιτισμικής και πολιτιστικής κληρονομιάς σε μια περιοχή (Smid Hribar and Lendinekl Lozei,2013) & (SY\_CULTour Synergy of culture and tourism: utilization of cultural potentials in less

favoured rural regions:7). Είναι αναπόδραστη ανάγκη σε αυτή την εξαιρετικά δυσμενή συγκυρία της οικονομικής κρίσης που ταλανίζει το νησί της Εύβοιας σε ένα ευρύτερα υφεσιακό περιβάλλον να υιοθετηθεί μια επιλογή με μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα η οποία θα αποτελέσει εργαλείο ανάπτυξης. Αυτή η διάσταση μπορεί να δοθεί μέσα από την ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού όπου η τοπική κοινωνία θα πρέπει να διατρέχεται ως αντικείμενο της επιδίωξης για αναπτυξιακή διαδικασία.

Κρίσιμο στοιχείο είναι η επιδίωξη μιας αυτόνομης ανάπτυξης ώστε να αποσυνδεθεί και να απεμπλακεί από την εντύπωση και εικόνα ότι αποτελεί παρακολούθημα της Αθήνας. Το region branding θα είναι το όχημα για την αυτόνομη αναπτυξιακή πορεία του νησιού στα πλαίσια της περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδος.

Το κρίσιμο στοιχείο επιτυχίας και διατήρησης στο χρόνο μιας τέτοιας πολιτικής είναι η συνέργεια και η συνεργασία με τους ανθρώπους της τοπικής κοινωνίας ως κατεξοχήν φορείς και «ιδιοκτήτες» του τοπικού πολιτισμού(SY\_CULTour. Synergy of culture and tourism: utilization of cultural potentials in less favoured rural regions:7). Διαδικασίες συμμετοχικής διαβούλευσης είναι κρίσιμο να υιοθετηθούν ώστε οι φορείς και εταίροι σε όλη την τοπική κοινωνία της Εύβοιας να διαμορφώσουν κώδικες και κανάλια επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης ώστε να διευκολυνθεί η διάσταση του συμμετοχικού σχεδιασμού στον τρόπο υλοποίησης και στη λεπτομέρεια τους οι στοχεύσεις.

## **2.2.Η εστίαση του σχεδιασμού.**

Το κλειδί σε αυτό τον σχεδιασμό είναι να αναγνωρισθούν οι βασικές πολιτιστικές αξίες που θα δομήσουν την προσπάθεια διαμόρφωσης ενός ισχυρού brandname σε επίπεδο πολιτιστικού τουρισμού για την Εύβοια.

**Η βασική ιδέα η οποία θα δομήσει το εργαλειακό και αξιακό σχήμα για τη διαμόρφωση ισχυρής ταυτότητας της Εύβοιας στο επίπεδο διεθνούς αναγνώρισης στην αγορά της βιομηχανίας του πολιτιστικού τουρισμού είναι η εκμετάλλευση δύο πεδίων-συμβόλων αναφοράς με ιστορικό και πολιτιστικό πρόσημο τα οποία διαθέτουν τεράστιο ειδικό βάρος.** Αυτό σημαίνει ότι η προσπάθεια θα επικεντρωθεί στη διασύνδεση της Εύβοιας με τα δύο αυτά brandnames και όχι στην ανάδειξη της

σημασίας τους ως κίνητρα, θέλητρα για την προσέλκυση τουριστικών ροών με περιεχόμενο τον πολιτιστικό τουρισμό.

**Αυτά τα δύο σχήματα στα οποία θα δομηθεί ο σχεδιασμός είναι τα ακόλουθα.**

**A. Η διασύνδεση της Χαλκίδας με τον φιλόσοφο Αριστοτέλη<sup>5</sup>.**

**B. Η ανάδειξη της Χαλκίδας και Κύμης ως αφετηρία-γενέτειρα του Λατινικού Αλφαβήτου.**

Η δυναμική της απήχησης των δύο αυτών συμβόλων είναι ικανή να λειτουργήσει με ένταση και δυναμισμό που θα αποτελέσει την ειδοποιό διαφορά. Η σύνδεση της Εύβοιας με αυτά τα δύο τεράστια brandnames θα σχηματοποιήσει μια άλλη αξιακή ανάγνωση και ιεράρχηση της ως προορισμός πολιτιστικού τουρισμού. Η ιδέα αυτή είναι σε αντιστοίχιση με το όραμα της περιφέρειας για ισχυρή εικονοποίηση και αναγνώριση.

Αυτές οι δύο αναφορές είναι το κεντρικό δίπολο στην προσπάθεια καθορισμού και ιεράρχησης προτεραιοτήτων ώστε να αναδειχθούν οι πολιτιστικές αξίες με δυνατότητες ανάπτυξης. Αυτά τα στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς θα αποτελέσουν το πεδίο διαμόρφωσης των προτεραιοτήτων οι οποίες θα συμπληρωθούν από συνέργειες σε επίπεδο θεματικό και τοπικό. Αυτό το πλαίσιο θα δώσει τη δυνατότητα διαμόρφωσης ενός τουριστικού προϊόντος το οποίο θα έχει ποιοτικά χαρακτηριστικά και δυνατότητες για διεύρυνση των παρεχόμενων υπηρεσιών (ιαματικός τουρισμός, περιηγητικός, γαστρονομία, οινοτουρισμός, φεστιβάλ, ιστιοπλοΐα).

Η βασική έκφραση του σχεδιασμού είναι η ανάδειξη της προσωπικότητας του Αριστοτέλη και του λατινικού αλφαβήτου ως έννοιες που σχετίζονται και συνδέονται καταλυτικά και αναπόσπαστα με την Εύβοια.

Διαμορφώνεται μια ομάδα στόχος εξαιρετικά ευρεία καθώς το πρόσωπο και το έργο του φιλοσόφου καθιστούν εξαιρετικά αναγνωρίσιμη τη σημασία του σε όσους είναι λάτρεις της φιλοσοφίας και της Αρχαίας Ελληνικής σκέψης. Η δε σημασία του

---

<sup>5</sup> Το 323 π.Χ. ο 62χρονος μεγάλος φιλόσοφος Αριστοτέλης (384-322, υιός του Νικομάχου, ιατρού του βασιλιά της Μακεδονίας Αμύντα Γ', πατέρα του Φιλίππου) αναγκάστηκε να έλθει στη Χαλκίδα, από όπου η καταγωγή της μητέρας του Φαιστιάδας, καταγόμενης από γένος ιατρών (των Ασκληπιαδών). και να ζήσει την τελευταία περίοδο της ζωής του εκεί. (Rose, fr. 667, Vita Ar.Vulgata): «...Μετέπειτα δ' ανταρσίας γενομένης εν τοις Αθηναίοις ήλθεν ο Αριστοτέλης εν Χαλκίδι ειρηκώς τοις Αθηναίοις ότι 'ουκ εάσω υμάς δις εις φιλοσοφίαν αμαρτείν' και γαρ ήδη ήσαν τον Σωκράτην φονεύσαντες οι Αθηναίοι, εδήλωσε και Αντιπάτρω τω βασιλεί ότι το εν Αθήνησιν διατρίβειν εργώδες, είπε δε και το ομηρικόν εκείνον έπος (σημ.σ. Οδύσσεια, η' 120) ...σύκον δ'επί σύκω, ως εκ τούτων ελέγχων τας των Αθηναίων συκοφαντίας».

λατινικού αλφαβήτου διαμορφώνει μια δυνητική δεξαμενή επισκεπτών από τον Δυτικό κόσμο η οποία μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά σημαντική.

Οι στόχοι που θα τεθούν είναι η επίτευξη αυτής της διασύνδεσης με την υλοποίηση μέτρων που θα προωθήσουν αυτή την στόχευση ενώ κρίσιμο στοιχείο είναι η διαμόρφωση ενός δικτύου άλλων πολιτιστικών αξιών που θα συνδεθούν ώστε να δημιουργηθεί η δυνατότητα διαμόρφωσης ενός μύθου ο οποίος θα λειτουργήσει καταλυτικά στην αποδοχή του μηνύματος.

Το σχέδιο δράσης θα επικεντρωθεί στις περιοχές της Χαλκίδας, της Κύμης, της Ερέτριας, της Καρύστου και της Αιδηψού ως άξονες εμπλοκής και υλοποίησης σε επίπεδο χωρικό και τοπικό.

Οι πολιτιστικές αξίες που διατρέχουν τον σχεδιασμό είναι οι ακόλουθες:

- Ο Αριστοτέλης στη Χαλκίδα
- Η Κύμη και το Λατινικό αλφάβητο
- Η Αιδηψός και οι θέρμες του Σύλλα
- Οι Περσικοί πόλεμοι και α. η Ερέτρια. β ο περίπλους της Εύβοιας από τον περσικό στόλο
- Οι αποικίες των Ευβοέων
- Η μεσαιωνική Εύβοια
- Το Ληλάντιο πεδίο ως διαχρονικό πεδίο μαχών
- Η Αθηναϊκή ηγεμονία και οι κληρουχίες
- Διεθνείς προσωπικότητες της Εύβοιας<sup>6</sup> όπως οι Νικ. Σκαλκώτας (μουσικοσυνθέτης της κλασικής), Δημ. Μυταράς (ζωγράφος- Καθηγητής ΑΣΚΤ, Ακαδημαϊκός), Γιάννης Σκαρίμπας (λογοτέχνης), Γεώργιος Παπανικολάου (ιατρός, Καθηγητής, ερευνητής -test PAP), κ.ά.
- Σημαντικές προσωπικότητες της Εύβοιας, που, η φήμη τους, επίσης, θα μπορούσε να ενισχύσει την επισκεψιμότητα της περιοχής με τη δημιουργία κέντρων πολιτισμού, δράσεων ή εκδηλώσεων προς τιμήν τους ή με αφορμή τη σχέση τους με το νησί, είναι:
- -Νικόλαος Κριεζώτης αρχιστράτηγος Ευβοίας που οδήγησε τους Ευβοιώτες στην επανάσταση έναντι των Τούρκων

<sup>6</sup> <http://www.eviachamber.gr/el>

- -Ιωάννης Βελισαρίου στρατιωτικός του Ελληνικού Στρατού, κορυφαίος ήρωας των Βαλκανικών Πολέμων.
- -Λέλα Καραγιάννη, κορυφαία ηρώίδα της εθνικής αντίστασης εναντίον των γερμανών ναζί.
- -Σωτηρία Μπέλλου, κορυφαία τραγουδίστρια του λαϊκού και ρεμπέτικου τραγουδιού.
- -Ορέστης Μακρής, κορυφαίος ηθοποιός του θεάτρου και του κινηματογράφου και αρχικά τενόρος της ελληνικής οπερέτας.
- -Δημήτρης Γαλάνης, χαράκτης από τους πρώτους στον Ελληνικό καλλιτεχνικό κόσμο, καθώς και ζωγράφος-γελοιογράφος, ισόβιο μέλος της Γαλλικής Ακαδημίας Καλών Τεχνών
- .
- Τα Δρακόσπιτα της Νότιας Εύβοιας.
- Ο αρχαιολογικός χώρος της Ερέτριας, ο οποίος πρέπει να αναδειχθεί μέσα από την λειτουργική ενοποίηση του.
- Η παράδοση της Σκύρου
- Η ένωση της διαδρομής της μυθολογίας . από την Αυλίδα στην Τροία και η παραμονή του Αχιλλέα στην Σκύρο.
- Βιομηχανικός πολιτιστικός τουρισμός
- Η λουτρόπολη της Αιδηψού (thermae Sylla)
- Τα μουσεία
- Η καλλιέργεια και επεξεργασία των σύκων της Κύμης
- Τα μονοπάτια που αναδεικνύουν τον περιηγητικό τουρισμό
- Οινολογικός τουρισμός

Οι κύριοι εταίροι θα είναι η περιφέρεια και το συντονιστικό σχήμα δικτύωσης E-via. Οι εμπλεκόμενοι θα είναι:

- Οι τοπικοί παράγωγοί
- Αντιπροσωπείες για την προώθηση του τουρισμού από περιφέρεια, δήμους και φορείς
- Επιλεγμένα κέντρα ευεξίας
- Τοπικές αρχές



- Ο τοπικός πληθυσμός
- Οι επισκέπτες – τουρίστες
- Ερευνητές και σύμβουλοι

Το δίκτυο E-via θα έχει στρατηγικό ρόλο καθώς θα αποτελέσει το συνδετικό κρίκο μεταξύ των φορέων και των προσώπων που εμπλέκονται και συμμετέχουν ενθαρρύνοντας τις δράσεις και ενέργειες που θα προωθήσουν την προβολή και επικοινωνία της προσπάθειας για region branding στον πολιτιστικό τουρισμό.

Η αυθεντικότητα, η ποικιλία στις εκφάνσεις του προϊόντος και η συνεργασία ανάμεσα στους δρώντες θα δημιουργήσουν υπεραξία στην προώθηση των πολιτιστικών αξιών και θα συντελέσουν στην οικονομική ανάπτυξη και πολιτιστική αναπλαισίωση της περιοχής με σεβασμό στην παράδοση και με όραμα για το μέλλον (SY\_CULTour. Synergy of culture and tourism: utilization of cultural potentials in less favoured rural regions:32).

Η λειτουργία και διαμόρφωση ενός τέτοιου σχήματος συνεργασίας θα βοηθούσε ώστε το πρόγραμμα ως έκφραση του σχεδιασμού να συνδέσει την περιοχή με την ανάπτυξη πρωτοβουλιών που θα δομηθούν στις υφιστάμενες πολιτιστικές αξίες, στη βαθιά γνώση του πολιτισμού, της ιστορίας και του πολιτιστικού αποθέματος με ανάδειξη των δυνατοτήτων της περιοχής μέσω της ενίσχυσης καλών πρακτικών, δικτύωσης και καινοτομιών.

Η προτεινόμενη σχηματοποίηση και σε επίπεδο σχεδιασμού και σε επίπεδο υλοποίησης αποσκοπεί στην τοπική ανάπτυξη και την ενεργοποίηση μιας πολιτικής που θα ενισχύσει την πολιτιστική κληρονομιά, θα είναι εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης και όχημα διαμόρφωσης και ανάδειξης της τοπικής ταυτότητας.

Η ανάλυση αυτή βασίζεται στην εννοιολόγηση της πολιτιστικής αξίας η οποία εκγολπώνεται σε μια εδαφική οριοθέτηση που αποτελεί ο βασικό όχημα αισθητοποίησης της δημιουργίας τουριστικού πολιτιστικού προϊόντος. Η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί τον στόχο ο οποίος θα πραγματοποιηθεί μέσα από τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας πολιτικής η οποία θα δομηθεί στην δημιουργικότητα, το ανθρώπινο κεφάλαιο, τη συμμετοχή όλων των δυνάμεων και πόρων της τοπικής ενότητας.

Η κυρίαρχη λογική που διατρέχει το αφήγημα αυτό είναι η ανάγκη συμμετοχής και συνέργειας, η εμπλοκή δηλαδή των δυνάμεων των τοπικών κοινοτήτων σε όλη τη

γραμμική εξέλιξη του σχεδιασμού και της υλοποίησης.(SY\_CULTour. Synergy of culture and tourism: utilization of cultural potentials in less favoured rural regions:48). Το εύρος, η δυναμική και η ένταση της συμμετοχής θα διαμορφώσουν ένα πλέγμα που θα απορροφήσει πιθανές συγκρούσεις και θα οδηγήσει στην ευόδωση της στοχοθεσίας.

Στον τομέα αυτό των ειδικών προγραμμάτων πολιτιστικού τουρισμού εμβληματική είναι η περίπτωση της γενέτειρας του Σαίξπηρ στο Στράτφορντ, πόλη με περίπου 5 εκατομμύρια επισκέπτες το χρόνο (Καφούρος 2015:78). ). Κατ'αναλογία στην Εύβοια θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν αντίστοιχα οι συναφείς με εξέχοντα πρόσωπα τόποι.

### 2.3.Προτάσεις.

**A** Η περιοχή της Χαλκίδας έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει σειρά δράσεων, οι οποίες θα αποτυπώσουν το εγχείρημα διαμόρφωσης χαρτοφυλακίου τουριστικών εμπειριών που θα δομούνται στην εμπειρία και τη διάδραση της φιλοσοφίας του μεγάλου έλληνα φιλοσόφου Αριστοτέλη.

- 1. Η Χαλκίδα (τόπος καταγωγής εκ μητρός του φιλοσόφου και τελευταίων χρόνων της ζωής του) θα είχε τη δυνατότητα να φιλοξενήσει σεμινάρια, επισκέψεις, συνέδρια και εκδηλώσεις, βιωματικές παραστάσεις και φιλοσοφικές συζητήσεις, ώστε να παρέχεται συστηματικά και με συνέπεια η δυνατότητα στους θαυμαστές του λόγου και της σκέψης του να βιώνουν μια εμπειρία ταξιδιού, γνώσης και περιδιάβασης στο νοητό κόσμο.**

Ενδεικτικά θα μπορούσε να ζητηθεί η αρωγή και η συνεργασία φορέων, όπως η Ακαδημία Αθηνών, το Υπουργείο Παιδείας, Πολιτισμού και Εξωτερικών, οι Τομείς Φιλοσοφίας των Φιλοσοφικών Σχολών και κυρίως το Διεπιστημονικό Κέντρο Αριστοτελικών Μελετών του ΑΠΘ, το οποίο αποσκοπεί στην μελέτη και προβολή, σε διεθνή κλίμακα, του Αριστοτελικού έργου. Το πλεονέκτημα της πρότασης για τη συσχέτιση Χαλκίδας -Αριστοτέλη διαμορφώνεται στη βάση ότι το Αριστοτελικό έργο είναι ευρέως φάσματος σε πολλούς κλάδους επιστημών και αυτό εξασφαλίζει τη δυνατότητα σχηματισμού ομάδας στόχευσης η οποία θα διακρίνεται για τη δυναμική και την επιθυμία της να συνδυάσει την εμπειρία του ταξιδιού με την πρόκληση εσωτερικής αναζήτησης της αλήθειας μέσω της ενασχόλησης με το φιλοσοφικό λόγο του Αριστοτέλη.

2. **Η ανάπτυξη στοχευμένων δραστηριοτήτων σε χώρους όπως τα μουσεία ή σε ανοικτούς χώρους (αρχαιολογικοί) θα πραγματοποιηθεί μέσω της δυνατότητας να σχεδιαστούν και να υλοποιηθούν δράσεις διαδραστικού χαρακτήρα προηγμένων τεχνικών εικονικής αναπαράστασης της ζωής και του έργου, τη λειτουργία έξυπνων συστημάτων ήχου και εικόνας και μετάφρασης (e guide) που θα λειτουργούν σε χώρους που θα λειτουργεί ως μουσείο Αριστοτέλη (στο πρότυπο του μουσείου Magritte στις Βρυξέλλες) και το οποίο θα λειτουργεί σε βάση στόχευσης της απόδοσης κάθε έκφανσης και στιγμής της ζωής και του έργου του μεγάλου στοχαστή. Σε αυτή τη δράση θα μπορούσαν να ενταχθούν mobile applications που θα λειτουργούν ως πολλαπλασιαστές της γνώσης, e υπηρεσίες κρατήσεων, ψηφιακά ενθυμήματα, πλατφόρμα ενημέρωσης επισκεπτών για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα μαθήματα προσομοίωσης των μαθημάτων της σχολής του Αριστοτέλη με ύφος σύγχρονο αλλά και αρχαιότροπο (μαθήματα και περιπατητική σε ανοικτούς χώρους στα πρότυπα της Περιπατητικής του Αριστοτέλη) και ενεργοποίηση ΤΠΕ για ΑΜΕΑ(ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ της ΓΓΕΤ/ΠΑΡΑΡΤΗΜΗ,2014:2).**

Αυτή η επιλογή θα μπορούσε να αποτελέσει βάση συνεργασιών και συμπράξεων με επιχειρήσεις σε επίπεδο διεθνών tour operators, καθώς η επιτυχία αυτής της πρότασης διασφαλίζει ότι το συγκεκριμένο προϊόν δεν θα έχει τον κύκλο ζωής που θα καταλήγει σε απίσχναση και παρακμή καθώς το brandname του Αριστοτέλη διασφαλίζει σταθερή εκδήλωση ενδιαφέροντος από επισκέπτες υψηλού μορφωτικού επιπέδου.

3. Συνεπώς, η σωστή στόχευση, η εξειδικευμένη διάρθρωση και η επαγγελματική πραγμάτωση του εγχειρήματος θα είναι ένας δυναμικός παράγοντας που θα μπορέσει να ενεργοποιήσει ακόμη και **clusters για τα ψηφιακά ενθυμήματα και να προωθήσει τη δικτύωση φορέων για την ενίσχυση της προβολής της εικόνας της Χαλκίδας ως Αριστοτελικής πόλης. Σε αυτό το επίπεδο θα μπορούσε να επιδιωχθεί η συνεργασία με το Κέντρο Ελληνικών Σπουδών Harvard στο Ναύπλιο και η ένταξη της Χαλκίδας του Αριστοτέλη σε διάφορες δράσεις και δραστηριότητες με πρόσημο την αριστοτελική παράδοση. Τέτοιες δράσεις μπορούν να είναι συμμετοχή στο θερινό πρόγραμμα πρακτικών ασκήσεων φοιτητών από τις ΗΠΑ για να παρακολουθήσουν σεμινάρια ελληνικής γλώσσας ή να εργαστούν με**

- έλληνες φοιτητές σε συνεργαζόμενους οργανισμούς της Χαλκίδας με άξονα τη λειτουργία πολυχώρου-κέντρου μελετών για τον Αριστοτέλη στην πόλη, ο οποίος θα λειτουργεί συντονιστικά και ενημερωτικά για όλες τις δράσεις με σημείο αναφοράς τον φιλόσοφο.
4. **Η χρήση ψηφιακών εργαλείων γνώσης, η πλατφόρμα με πρόσβαση στα κείμενα και υλικό για το φιλόσοφο, η ψηφιακή βιβλιοθήκη και η χρήση άλλων διαδικτυακών εργαλείων θα μπορούσε να λειτουργήσει πολλαπλασιαστικά στην προσέλκυση ενδιαφέροντος.** Παράλληλα θα είναι ουσιαστικά πρόταση που θα αναδεικνύει την δυνατότητα για εκπαιδευτικό τουρισμό με στόχο την εσωτερική αγορά ( σχολεία, πανεπιστήμια) και κυρίως το εξωτερικό προωθώντας τη λογική του travel study με σκοπό την προσέλκυση ερευνητών, μαθητών και φοιτητών από το εξωτερικό.
  5. Είναι κρίσιμο να επιδιωχθεί η ανάπτυξη εφαρμογών αποτύπωσης της σκέψης και του λόγου ώστε να επιτευχθεί η ψηφιοποίηση του υλικού που σχετίζεται με τη συγκεκριμένη πολιτιστική κληρονομιά. Σε αυτό πρέπει να προστεθεί η **δημιουργία εκθεσιακού χώρου με σύγχρονα μέσα τεχνολογίας για ξενάγηση των επισκεπτών. Παράλληλα να δημιουργηθεί χώρος επισκεπτών (visitor center) και να επιδιωχθεί η δυνατότητα ψηφιακής αναπαράστασης των μαθημάτων μέσω συγχρόνων μέσων τεχνολογίας.** Σε αυτό θα μπορούσαν να ενταχθούν εγχώριες εταιρείες πληροφορικής και ερευνητικά κέντρα και να επιδιωχθεί συνεργασία με το ΤΕΙ Χαλκίδας και το ΚΕΠΛΗΝΕΤ της Δ/βάθμιας Εκπαίδευσης. (ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ της ΓΓΕΤ/ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ,2014:3).
  6. Διάσταση η οποία θα ενίσχυε τη δράση αυτή θα ήταν η εξειδικευμένη και **προσωποποιημένη υπηρεσία για τους επισκέπτες με δυνατότητα πρόσβασης σε υπηρεσίες εκμάθησης της ελληνικής γλώσσας ή των αρχαίων ελληνικών** ώστε να υπάρχει η **δυνατότητα γλωσσικής εξομάλυνσης των κειμένων του Αριστοτέλη από το πρωτότυπο,** γεγονός που θα εκτόξευε τη συναισθηματική διασύνδεση του επισκέπτη με την εμπειρία του ταξιδιού και θα προσέδιδε αυθεντικότητα στο εγχείρημα, στόχος που θεωρείται κυριαρχικός στον πολιτιστικό τουρισμό.

Το πλεονέκτημα είναι ότι η συνεργασία με μέλη ΔΕΠ, ερευνητές, φοιτητές φιλοσοφικών σχολών, φιλόλογους καθηγητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης που διδάσκουν Φιλοσοφία στο Λύκειο, διαμορφώνουν μια δεξαμενή ικανή να προσφέρει στην προώθηση, αλλά κυρίως και τη διενέργεια αυτού του είδους τουρισμού, ο οποίος εστιάζει στον αναστοχασμό, τα σεμινάρια και την εκπαιδευτική διεργασία που καθορίζει τον παιδαγωγικό ρόλο της φιλοσοφίας ως αξιακό εργαλείο νόησης. Η δράση αυτή θα έχει ως αποτέλεσμα και την αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για τον Αριστοτέλη και σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας με θετικό στοιχείο την διεύρυνση της γνώσης για την πολιτισμική κληρονομιά. (ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ της ΓΓΕΤ/ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ,2014:7).

7. Το κλειδί σε αυτή τη στόχευση είναι η **λειτουργία θεματικών σεμιναρίων αρχαίας ελληνικής φιλοσοφίας στους επισκέπτες με την παράλληλη προσομοίωση της Περιπατητικής Σχολής του Αριστοτέλη**. Η δυνατότητα συνδυασμένης παροχής τέτοιων υπηρεσιών θα μπορούσε να αποτελέσει παράγοντα ικανό για τη δημιουργία νέας αγοράς, εφόσον αυτά τα **εργαστήρια της αρχαίας ελληνικής φιλοσοφίας** ανταποκριθούν στις προσδοκίες των επισκεπτών και με κατάλληλη προβολή και προώθηση μετασχηματίζονται σε σημεία αναφοράς ικανά να αποτελέσουν πόλους έλξης πολιτιστικών και εκπαιδευτικών εκδρομών. Η δυνατότητα διαβίωσης στο μέρος όπου έζησε και πέθανε ο κορυφαίος, ίσως, φιλόσοφος του αρχαίου κόσμου τονώνει το αίσθημα της βίωσης του ταξιδιού ως αφορμή εμπειρίας που θα ταξιδέψει τον επισκέπτη μέσα από την φαντασία και το νου.
8. Παράλληλα σε επίπεδο ερευνητικό θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αφορμή για την **πραγμάτωση συνεδρίων με θέμα τον Αριστοτέλη** και να διαμορφώσει δράσεις που θα εντάξουν τη Χαλκίδα σε προγράμματα ευρωπαϊκά και της Unesco με αναφορά στον φιλόσοφο. Έτσι θα επιτευχθεί **σειρά δράσεων δικτύωσης με τον κόσμο της έρευνας και των πανεπιστημίων**, ώστε να προωθηθούν συνέργειες, ανταλλαγές τεχνογνωσίας που θα αναπτύξουν τον συνεδριακό τουρισμό μέσα από εκθέσεις, διεθνή fora και ερευνητικά συνέδρια.

**Η ανάδειξη αυτής της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι σε σύζευξη με την προώθηση ενός χαρτοφυλακίου πολιτιστικού τουρισμού μέσω σύγχρονων τεχνολογιών ΤΠΕ, αποθετηρίων και διασύνδεσης βάσης δεδομένων σε επίπεδο**

διεθνές, ώστε να προωθηθεί σειρά συμπράξεων που θα ενισχύσουν υποδομές και δράσεις διασύνδεσης του πολιτιστικού περιεχομένου με τη τουριστική και γεωγραφική πληροφορία. (ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ της ΓΓΕΤ/ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ,2014:24).

Η λογική που διατρέχει την πρόταση εστιάζει παραδειγματικά στη δυνατότητα μέσω ΤΠΕ ο επισκέπτης να προχωρά άμεσα στη συσχέτιση του Αριστοτέλη με τη Χαλκίδα, να μπορεί να αναλογίζεται όταν θα βρίσκεται μπροστά από το άγαλμα του στην πόλη ότι ο φιλόσοφος ασχολήθηκε ιδιαίτερα με τη μελέτη του φαινομένου της παλίρροιας των νερών του Ευρίπου και να αποτελέσει η πληροφορία αυτή που θα εμφανίζεται στο κινητό του τηλέφωνο αφορμή να παρακολουθήσει αυτή τη διεργασία, απολαμβάνοντας τη γαστρονομική παράδοση της Χαλκίδας ή παρακολουθώντας ένα σεμινάριο μελέτης του Αριστοτέλη στα φυσικά φαινόμενα.

Πλήθος τεχνολογιών μπορούν να υποστηρίξουν αυτές τις δράσεις και η ΓΓΕΤ στο παράρτημα των προτάσεων της στη σελίδα 33 «(augmented reality, content streamling, mobile technologies, location based services, 3D,metadata, open access to content, Europeana, repositories). Η Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας 2014:114, αποτυπώνει με τρόπο αναλυτικό τη δυνατότητα χρήσης ψηφιακών υπηρεσιών στην υπηρεσία του οράματος αυτού (Βλέπε Παράρτημα:4Α) ενώ και το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού. (ομάδα εργασίας 2012) διαμόρφωσε μέσα από την πρόταση για μια νέα πολιτιστική πολιτική, πλέγμα δράσεων προς αξιοποίηση των ψηφιακών υπηρεσιών (Βλέπε παράρτημα:4Β).

Αυτό θα συντελέσει στη διάχυση ενημέρωσης και στη διευκόλυνση της προβολής και επικοινωνίας του εγχειρήματος, καθώς ο στόχος είναι η αναζήτηση για τον Αριστοτέλη να οδηγεί στη λέξη Χαλκίδα ως σύνδεσμος αναζήτησης. Αυτό θα συνιστά πλέγμα δράσεων που θα αποσκοπεί στην αναβάθμιση των συνεδριακών υποδομών και στην ενδυνάμωση της ταυτότητας της Χαλκίδας ως πόλης του Αριστοτέλη.

**B** Το δεύτερο βασικό σημείο κλειδί της πρότασης για τον πολιτιστικό τουρισμό είναι η αξιοποίηση της ανασκαφής στο Βιγλατούρι Κύμης, από την αρχαιολόγο Έφη-Σαπουνά Σακελλαράκη και η οποία ταυτίζεται με την αρχαία Κύμη που θεωρείται η πατρίδα του λατινικού αλφαβήτου. Η δημοσίευση, το 1984, άρθρου της σε αρχαιολογική εφημερίδα αποτέλεσε κρίσιμο στοιχείο για την επιβεβαίωση του ισχυρισμού ο οποίος ενισχύθηκε με την αποκάλυψη του οικισμού της αρχαίας Κύμης το 1995.Ο καθηγητής Γλωσσολογίας Γ. Μπαμπινιώτης επισημαίνει ότι το λατινικό

αλφάβητο προέρχεται από το δυτικό ελληνικό αλφάβητο της Χαλκίδας και της Κύμης που μεταφέρθηκε στην Ιταλία. Την άποψη αυτή ενισχύει και το περίφημο “ποτήρι του Νέστορα” που βρέθηκε στο νησί των Πιθηκουσών στην Ιταλία, το οποίο φέρει εγχάρακτη επιγραφή με τέτοιους χαρακτήρες. Ίσως είναι η αρχαιότερη επιγραφή που βρέθηκε.

**Η προσέγγιση σε αυτό το επίπεδο έχει αναλογία στη μεθοδολογία με το πλέγμα δράσεων για τον Αριστοτέλη. Η αξία του λατινικού αλφαβήτου (Βλέπε παράρτημα:3) είναι αυτονόητη και για αυτό η προσπάθεια πρέπει να επικεντρωθεί στην προβολή της αφετηρίας αυτής της διαδρομής από την Κύμη και την Χαλκίδα στην Κύμη της Κάτω Ιταλίας, και τη Νέα Πόλη (Νάπολι) που θα τη διαδεχθεί μετά την καταστροφική έκρηξη του Βεζούβιου.**

1. Εδώ οι δράσεις που θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν είναι **σεμινάρια και θεματικές διαλέξεις για τη διαμόρφωση των γλωσσών και των διαλέκτων, την επικοινωνία σε γλωσσολογικό επίπεδο της Ελλάδας με τη Δύση μέχρι σήμερα** και να προβληθεί ως φράση προβολής η διατύπωση του σημαντικού Ιταλού συγγραφέα ιστορικών μυθιστορημάτων Μανφρέντι «*πως όλοι οι Ιταλοί σε κάποια περίοδο της ιστορίας υπήρξαμε -και ίσως είμαστε ακόμα- Έλληνες*».

Σε αυτό το πλαίσιο όπως προτείνεται και στο κείμενο της ΓΓΕΤ (ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ της ΓΓΕΤ/ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ,2014:61) πρέπει να επιδειχθεί η ανάδειξη του πολιτιστικού τουρισμού μέσα από το ταξίδι στη γλώσσα, τη γραφή και το χρόνο προβάλλοντας τη σημασία της διατύπωσης ότι με τη γραφή αρχίζει η ιστορία. Αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αφήγημα προσέλκυσης επισκεπτών πολιτιστικού τουρισμού, οι οποίοι αναζητώντας πληροφορίες για το λατινικό αλφάβητο θα έχουν την αφορμή να επισκεφτούν την αφετηρία της διαδρομής. Αυτή η σημασιολογικού χαρακτήρα σύνδεση της αναζήτησης των επισκεπτών με την απεικόνιση τουριστικών σημείων ενδιαφέροντος σε μια ευρύτερου χαρακτήρα συσχέτιση και θεώρηση του πολιτισμού και της ιστορίας της λατινικής γλώσσας και γραφής θα οδηγούσε στην αύξηση τουριστικών επισκέψεων. Αυτή η επιλογή θα πρέπει να υποστηριχθεί μέσα από τη διαμόρφωση ενός αντίστοιχου θεματικού πακέτου με εκδηλώσεις, σεμινάρια και μαθήματα που θα επιτρέπουν την εμπλοκή των τουριστών μέσω μιας διευρυμένης πρόσβασης σε ψηφιακής μορφής πολιτιστικό περιεχόμενο που θα αισθητοποιεί μέσα από ευρήματα και μελέτες τη σύνδεση με το συγκεκριμένο πολιτιστικό απόθεμα.

2. Παράλληλα θα αποτελούσε αφορμή ώστε η περιοχή να αποτελέσει πεδίο οργανωμένης και **συστηματικής προσπάθειας γλωσσολογικών ερευνών και μελετών από αντίστοιχα τμήματα Ελληνικών, Ιταλικών και άλλων πανεπιστημίων με γλωσσολογικό και ιστορικό-αρχαιολογικό χαρακτήρα** και να ενισχύσει μέσα από αυτή τη διάσταση την αναζήτηση της επιστημονικής γνώσης μέσα από τη διαλειτουργικότητα, τη συνεργασία σε διεθνές επίπεδο (ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ της ΓΓΕΤ/ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ,2014:61).

Η ΓΓΕΤ επισημαίνει τις δυνατότητες διαμόρφωσης αυτής της διάδρασης μέσω των ΤΠΕ οι οποίες θα ενεργοποιήσουν την ανάπτυξη συνεργασιών σε επίπεδο ΕΟΤ, εταιρειών πληροφορικής, tour operators, ερευνητικών κέντρων ώστε μέσα από **διαλειτουργικά συνδεδεμένα συστήματα και πλατφόρμες προβολής να πραγματοποιούν δράσεις συμμετοχικές που θα αφορούν στα θέματα έρευνας σχετικά με τη μελέτη του λατινικού αλφαβήτου και την αποτίμηση σε επίπεδο γλωσσολογικό και ιστορικό**, ευρύτερο της σημασίας του.

3. Η θεώρηση αυτή μπορεί να εμπλουτιστεί μέσα από **δράσεις εντός μουσείων ή σε αρχαιολογικούς χώρους ή μέσα από τη διενέργεια μαθημάτων αρχαίων ελληνικών και λατινικών** με στόχευση την προσέλκυση όχι μόνο των ομάδων τουριστών που εμπλέκονται ως ερευνητές αλλά κυρίως στην προσέλκυση της ομάδας στόχου που θέλει να βιώσει τον τουρισμό ως εμπειρία που βασίζεται στη δημιουργικότητα και την ανάπλαση της πραγματικότητας μέσα από το στοιχείο μιας φαντασιακής κοινότητας που εγκολπώνει τους στόχους τόσο του επισκέπτη όσο και του τόπου. Η δυνατότητα γλωσσικής εξομάλυνσης των κειμένων από το πρωτότυπο θα σηματοδοτούσε τη συναισθηματική διασύνδεση του επισκέπτη με την εμπειρία του ταξιδιού και θα προσέδιδε αυθεντικότητα στο εγχείρημα, στόχος που θεωρείται κυριαρχικός στον πολιτιστικό τουρισμό. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι η συνεργασία με μέλη ΔΕΠ, ερευνητές, φοιτητές φιλοσοφικών σχολών, φιλόλογους καθηγητές Δευτεροβάθμιας που διαμορφώνουν μια δεξαμενή ικανή να προσφέρει στην προώθηση αλλά κυρίως και τη διενέργεια αυτού του είδους τουρισμού ο οποίος δίνει έμφαση στον αναστοχασμό, τα σεμινάρια και την εκπαιδευτική διεργασία που αναδεικνύει τον ρόλο της γλώσσας ως εμβληματικό εργαλείο της ιστορίας διαχρονίας. Η δράση αυτή θα έχει ως αποτέλεσμα και την αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος



για την περιοχή και τη διαμόρφωση ικανού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε επίπεδο πολιτιστικού τουρισμού.

Στο επίπεδο των συνεργειών με αφορμή τον πολιτιστικό τουρισμό θα μπορούσε να προβληθεί

**Γ**

1. **η δυνατότητα ο επισκέπτης μέσα από τις δραστηριότητες του yachting και sailing να συνδυάσει την απόλαυση του θαλάσσιου ταξιδιού με το ταξίδι στο μύθο και να ακολουθήσει τη διαδρομή του Στόλου των Περσών μετά την ναυμαχία στο Αρτεμίσιο και με κατεύθυνση την Αττική και την Σαλαμίνα, να ξαναζήσει την περικύκλωση της Καρύστου, των Στύρων και της Ερέτριας από τον Δάτη και τον Αρταφέρνη και να αναλογιστεί ότι η Εύβοια βίωσε σε όλες τις στιγμές της ιστορίας τη πρώτη μεγάλη αναμέτρηση Δύσης-Ανατολής.**
2. Αυτή η ιστορική θεώρηση των θαλάσσιων διαδρομών της Εύβοιας μπορεί να εμπλουτιστεί μέσα από την **υπόμνηση της εκπληκτικής μυθικής ιστορίας της Τροίας. Με αφετηρία δηλαδή την Αυλίδα** ο επισκέπτης που βιώνει το θαλάσσιο τουρισμό ως δραστηριότητα θα ακολουθήσει τη διαδρομή που θα τον οδηγήσει στην Σκύρο και την Κύμη. Ο Αγαμέμνονας κυριαρχεί με την δραματική ιστορία της θυσίας της Ιφιγένειας αλλά και ως μορφή που θα συνοδεύσει σε επίπεδο φαντασικό τους ταξιδιώτες οι οποίοι σε αυτό το ταξίδι θα συναντήσουν τον Αχιλλέα ο οποίος σύμφωνα με τον μύθο είχε καταφύγει στην Σκύρο με προτροπή της μητέρας του για να αποφύγει τη συμμετοχή στον πόλεμο, τον Οδυσσέα που με ένα εντυπωσιακό εύρημα τον αποκάλυψε και έπεισε ακολουθήσει και τον Νέστορα με αφορμή το ποτήρι του Νέστορα, το λατινικό αλφάβητο και την Κύμη. **Δημιουργείται σε αυτό το πλαίσιο μια διαδρομή όχι απλά πάνω στα κύματα των θαλασσιών διαδρομών της Εύβοιας αλλά και στο φαντασικό του επισκέπτη** ο οποίος αναλογίζεται και κυριαρχείται από την ενσυναίσθηση ότι ακολουθεί τη διαδρομή που ακολούθησε ο στόλος των Αχαιών στην απαρχή της εκστρατείας εναντίον της Τροίας.
3. Εάν αυτή η πρόταση συνοδευτεί από υλικό που θα αναπαριστά αυτή τη **διαδρομή σε ψηφιακή μορφή ή ενσωματωμένη ως πρόταση στα**

**συστήματα πλοήγησης των ενοικιαζόμενων σκαφών** οι μαρίνες της Εύβοιας θα ενισχύσουν σημαντικά τη δυναμική τους.

«*O Dewey*», όπως αναφέρει η Davidson (2001), «*θεωρεί ότι μια ποιοτική εκπαιδευτική εμπειρία είναι ευχάριστη και ελκυστική για τον συμμετέχοντα, έχει την τάση να προωθεί επιθυμητές μελλοντικές εμπειρίες, να αφυπνίζει την περιέργεια και να ενδυναμώνει τη λήψη πρωτοβουλιών.*» (Γαβριήλ, Σκανδάλη & Τεμπονέρα 2016: 9). Η ανωτέρω πρόταση έρχεται να το τεκμηριώσει.

**Η πρόταση αυτή αποσκοπεί στο να δομηθεί μια θαλάσσια πολιτιστική διαδρομή ως αναγνωρισμένο προϊόν πολιτιστικού τουρισμού, το οποίο αισθητοποιείται με βάση ένα συγκεκριμένο στοιχείο που αποτελεί και το συνεκτικό στοιχείο που εδράζεται στον μύθο της Τροίας και τους Ελληνοπερσικούς πολέμους ως αφορμή για ταξίδι με θαλάσσιο μέσο.**

Η απόκτηση αυτού του συγκεκριμένου region branding θα συντελέσει στην ενίσχυση της ανάπτυξης της περιοχής σε επίπεδο υποδομών και υπηρεσιών.



Στο πλέγμα αυτών των προτάσεων θα μπορούσαν να ενταχθούν και άλλα πεδία όπως η αξιοποίηση του γεγονότος ότι η Εύβοια διαθέτει **τα περίφημα Δρακόσπιτα που κυριαρχούν στη προσλαμβάνουσα της Νοτίου Εύβοιας και ειδικότερα στην περιοχή των Στύρων. Η θεματική αυτή θα μπορούσε να ενισχυθεί μέσα από την ένταξη τους σε ένα μονοπάτι πολιτισμού, ανάλογο με αυτό που η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας και το Υπουργείο Πολιτισμού και το σωματείο «Διάζωμα» μέσα από την δημιουργία της Πολιτιστικής Διαδρομής δημιουργούν με βασικό άξονα τα αρχαία θέατρα Δελφών, Ορχομενού, Ερέτριας, Καβριείου, καθώς και τους αντίστοιχους αρχαιολογικούς χώρους.**

Η προσπάθεια αυτή είναι σε αρχική φάση υλοποίησης και αποτελεί εμβληματική προσπάθεια της περιφέρειας να δομήσει ένα χαρτοφυλάκιο προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού( <http://www.diazoma.gr/cultural-routes>).

**Αυτό μπορεί να συνδυαστεί και με το πρόγραμμα «Κάστρων Περίπλους» ένα πρόγραμμα αναβάθμισης και ανάδειξης 36 κάστρων στην ηπειρωτική και νησιωτική Ελλάδα, ανάμεσα τους το κάστρο της Καρύστου και την προσπάθεια ανάδειξης του**

**συνόλου των οχυρωματικών κατασκευών στο νησί αλλά και άλλων δομών όπως το αρχαίο ρωμαϊκό λατομείο στην Κάρυστο.**

# Ε

Η Εύβοια είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει ως κίνητρα πολιτιστικού τουρισμού την επίδραση που ασκεί το γεγονός ότι σημαντικές προσωπικότητες όπως ο **ιατρός Παπανικολάου, ο λογοτέχνης Σκαρίμπας, ο μουσικός Σκαλκώτας, ο ζωγράφος Μυταράς, κ.ά. συνδέονται με το νησί.** Αυτή η δυναμική μπορεί να μετασχηματιστεί σε απήχηση αν συνοδευτεί

1. **από τη φιλοξενία δράσεων και εκδηλώσεων οι οποίες θα αναδεικνύουν το έργο των συγκεκριμένων δημιουργών και προσωπικοτήτων,** θα προβάλλεται η σχέση τους με το νησί της Εύβοιας και θα συνοδεύεται από πλέγμα δράσεων όπως σεμινάρια, θεματικά εργαστήρια, εκδηλώσεις, συνέδρια και μαθήματα στις αντίστοιχες κατηγορίες. Η δυνατότητα ανάληψης πρωτοβουλιών σε διεθνές επίπεδο θα ενισχύσει την προσπάθεια στο branding της περιοχής καθώς θα προσδώσει εκφάνσεις νεωτερικότητας που θα προβάλλουν την Εύβοια στο χρόνο της σύγχρονης θεώρησης. Το πλεονέκτημα αυτής της πρότασης είναι ο πολυθεματικός της χαρακτήρας, η πολυδιάστατη ανάγνωση και πρόσληψη από διαφορετικού ενδιαφέροντος θεματικής επισκέπτες πολιτιστικού τουρισμού και η δυνατότητα συνεργειών με δράσεις που συνοδεύουν καλλιτεχνικά φεστιβάλ ζωγραφικής η διασύνδεση με τον τουρισμό ευεξίας και αναζωογόνησης με εστίαση στις περίφημες θέρμες του Σύλλα.

*«Οι προορισμοί είναι μοναδικοί στο βαθμό που κάθε ένας προσφέρει ένα μοναδικό σύνολο ευκαιριών εμπειρίας. Η δημιουργία εμπειρίας συνεπάγεται τη δημιουργία ενός μύθου τον οποίο θα ζήσει ο επισκέπτης μέσα από ένα σύνολο δραστηριοτήτων. Ο μύθος αποτελεί ένα από τα βασικά στοιχεία πώλησης του προορισμού. Η δημιουργία της εμπειρίας απαιτεί την ενεργή συμμετοχή τόσο των τουριστών όσο και της τοπικής κοινότητας ή οποία θα δώσει ζωή στο μύθο.» (Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας, 2014:105).*

Η σύγχρονη θεώρηση προσδιορίζει ω αναγκαία την συμπληρωματική αλληλεπίδραση δύο επιπέδων προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού ώστε να υπάρχει αναφορά τόσο στον

πολιτιστικό πλούτο μιας περιοχής όσο και στην δημιουργικότητα της σύγχρονης εποχής σε επίπεδο τεχνών και πολιτισμού που μπορεί να περιλαμβάνει ήθη και έθιμα από τον τρόπο ζωής, τη γαστρονομία ή τον οίνο, στοιχεία τα οποία ενσαρκώνουν τον μετασχηματισμό της αισθητοποίησης των άυλων εκφάνσεων του πολιτισμού σε υλιστική συγκρότηση και λειτουργία. Αυτή η διάσταση θα προσδώσει αυθεντικότητα και ενσυναίσθηση των παραστάσεων σε επίπεδο φαντασιακό και δημιουργικής μετεγγραφής στο νου ( Richards 2011& Γαβριήλ ,Σκανδάλη &Τεμπονέρα 2016:11-15).

*«Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ενός προορισμού εξαρτάται πλέον από την ικανότητα του να συνδυάζει αποτελεσματικά τα στοιχεία των δύο κύκλων»* (Γαβριήλ, Σκανδάλη & Τεμπονέρα 2016: 15).

# ΣΤ

**Ο Βιομηχανικός τουρισμός** αποτελεί μια μορφή τουρισμού που μπορεί να εγκλωπωθεί στις πολιτικές του πολιτιστικού τουρισμού μέσα από την εννοιολογική και αισθητική αναπλαισίωση των στοιχείων που αποτελούν τη βιομηχανική κληρονομιά με κυρίαρχα παλιά κτίρια, εργοστάσια και υποδομές.

**1.Στην Εύβοια, ενδεικτικά, θα μπορούσαν να αποτελέσουν τα δομικά στοιχεία συγκρότησης μιας πολιτιστικής διαδρομής που θα ένωνε τη βιομηχανική ιστορία του νησιού και θα ήταν εμβληματική της ιστορικής διαδρομής της Εύβοιας στη νεότερη ιστορία. Η δυναμική αυτή δραστηριότητα, κατέλειπε σημαντικό αποτύπωμα στην ιστορική διαδρομή όπως βιομηχανικά κτήρια, ορυχεία, συστήματα μεταφοράς, σκάλες φόρτωσης.**

- Μεταλλείο Δ. Παπαστρατή και μετέπειτα Ι.Γ. Λαμπρινίδη στην παραλία Κυμασίου, περιοχή Μαντουδίου
- Μεταλλείο Hoizer και μετέπειτα Δ. Σκαλιστήρη στη θέση Βοριά Ρέμα, περιοχή Λίμνη

Οι ανωτέρω ήταν οι πρώτες βιομηχανίες επεξεργασίας λευκόλιθου στη βορειοκεντρική Εύβοια (1890-1940) (Αγγελική Χρυσάνθη, PhD c. Αρχαιολόγος)<sup>7</sup>

*«Η Χαλκίδα είναι διάσπαρτη με παλιά εγκαταλειμμένα βιομηχανικά κτήρια, σύμβολα που μαρτυρούν την οικονομική άνθηση της πόλης. Δύο από αυτά, αναστηλώνονται για να*

<sup>7</sup> <https://www.monumenta.org/article.php?IssueID=5&lang=gr&CategoryID=6&ArticleID=455>

γίνονται τα νέα μουσεία της πόλης μας, όπως το κτήριο Αρέθουσα και ο ΑΣΑΧ (πρώην Αλευρόμυλος Δήμητρα), άλλα έχουν αφηθεί στη φθορά του χρόνου, όπως το κτήριο Γεωργιάδη, τα βυρσοδεψεία Αναστασίου και Χαρίτου και κάποια αποτελούν παρελθόν, αφού κατεδαφίστηκαν για να χτιστούν στη θέση τους σύγχρονα κτήρια, όπως η ΑΒΕΝΑ στο παραλιακό μέτωπο και το εργοστάσιο των Κιαπέκου, Καράκωστα, Λινάρδου στον νέο σταθμό των λεωφορείων.»( <http://boutsivivi.wixsite.com/vivi/---c1h4>) Πηγή: Ελληνική Εταιρεία σπουδών "Εγγύς Ανατολή"

- Περιοχή ΔΑΡΙΓΚ Χαλκίδας
- Ο παλιός σιδηροδρομικό σταθμό Χαλκίδας

**2. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον ως πεδίο υλοποίησης προγραμμάτων βιομηχανικής αρχαιολογίας με θεματικό προϊόν τη διαδικασία εξηλεκτισμού στην Ελλάδα έχουν τα λιγνιτωρυχεία του Αλιβερίου τα οποία η ΔΕΗ την περίοδο 2004-2005 ενέταξε στο πρόγραμμα ιστορικής και αρχαιακής καταγραφής που εκπονεί ήδη από το 1992 (Μαυροειδή 2013:31-32).**

Φορείς που θα μπορούσαν να συνδράμουν στη διαμόρφωση ενός προγράμματος με περιεχόμενο το βιομηχανικό τουρισμό θα μπορούσαν να ήταν:

Το Ινστιτούτο Νεοελληνικών Ερευνών/ ΕΙΕ: προωθεί την ιστορική έρευνα για την ιστορία της βιομηχανίας και τη βιομηχανική αρχαιολογία: ιδίως με το πρόγραμμα Ιστορία του εξηλεκτισμού/ΔΕΗ (Μαυροειδή,2013:4-5).

Πρότυπο αυτής της επιλογής θα μπορούσε να αποτελέσει και το πρόγραμμα European route of industrial heritage και τα Saxon Museum of Industry | Chemnitz Museum of Industry με την προοπτική δημιουργίας μιας αντίστοιχης υποδομής που θα συνεργαζόταν σε αυτή την προσπάθεια ανάδειξης της ιστορίας της βιομηχανικής κληρονομιάς σε ευρωπαϊκό επίπεδο.<sup>8</sup>

**Παράλληλα η ποικιλία και ο πλούτος των δρόμων του κρασιού στην Εύβοια<sup>9</sup>** αποτελούν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην προσφορά ενός

<sup>8</sup> <http://www.erih.net/i-want-to-go-there/site/show/Sites/saxon-museum-of-industry-chemnitz-museum-of-industry/>

<sup>9</sup> <https://winesurveyor.weebly.com/>

συναρπαστικού προϊόντος οινολογικού τουρισμού που θα αναδείξει τη σημασία της εμπειρίας

Εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο για την υλοποίηση του προγράμματος θα ήταν η ένταξη του στο πρόγραμμα/Η ΕΙΔΙΚΗ ΔΡΑΣΗ «ανοιχτή καινοτομία στον πολιτισμό» (βλέπε Παράρτημα:5) το οποίο θα μπορούσε να λειτουργήσει ως σχήμα διαμόρφωσης για ενίσχυση από χρηματοδοτικά εργαλεία για τις ανάγκες προβολής και προώθησης της δράσης που προτείνεται.

Το σύνολο των προτεινόμενων δράσεων εστιάζει στη στόχευση της ενίσχυσης των δυνατοτήτων και προοπτικών για την πραγμάτωση της περιφερειακής ενδυνάμωσης.

### **3.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η Εύβοια δεν είναι ο τυπικός και πολυδιαφημισμένος τουριστικός προορισμός με τις εντυπωσιακές, υπερσύγχρονες υποδομές, αλλά και εκ του γεγονότος της συμπληρωματικότητας και μικρής σχετικά απόστασης με την Αθήνα και την Αττική που διαθέτει κορυφαία αρχαιολογικά μνημεία και πολιτιστικό πλούτο, επισκιάζεται από την πρωτεύουσα και την ευρύτερη περιοχή. Δημιουργείται η ανάγκη για έρευνα ως προς την περιφερειακή της ανάπτυξη με γνώμονα το πολιτιστικό της και επομένως και τουριστικό προϊόν. Το κενό αυτό, όπως και βιβλιογραφικά προκύπτει από τη μελέτη ελληνικών και ξένων πηγών, στο βαθμό που της αναλογεί και δύναται να συμβάλει έρχεται να προβάλλει αλλά και να καλύψει η παρούσα διπλωματική.

Σε αυτό το πλαίσιο η εστίαση αφορά την κατάρτιση της πρότασης που περιγράφηκε και αποσκοπεί στο branding και η οποία θα συνοδευτεί από πλέγμα ενεργειών που θα αποσκοπούν στην προώθηση και προβολή σε επίπεδο επικοινωνίας και διαφήμισης της προσπάθειας για ένα χαρτοφυλάκιο προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού από το νησί της Εύβοιας με τελικό ζητούμενο την περιφερειακή της ανάπτυξη. Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση αυτού του marketing plan για τον πολιτιστικό τουρισμό στην Εύβοια θα πρέπει να συνοδεύεται από την διενέργεια, κάθε έτος, ενός εμβληματικού event, το οποίο θα σηματοδοτεί την προσπάθεια διεύρυνσης των θεματικών και της απήχησης του προϊόντος. Όπως προαναφέρθηκε τα κρίσιμα στοιχεία που θα προσδιορίσουν τη δυναμική του εγχειρήματος και την επιτυχία του είναι ο βαθμός εμπλοκής και

συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας, ώστε να υπάρχει η ενσυναίσθηση ότι αποτελεί μια win win situation για όλους τους φορείς που συμμετέχουν και η ενσωμάτωση στα στάδια προβολής, επικοινωνίας αλλά και πραγμάτωσης του εγχειρήματος της ψηφιακής στρατηγικής και της καινοτομίας όπως καθοριστικά επισημαίνει η ΓΓΕΤ στο κείμενο Στρατηγική για την Έξυπνη Εξειδίκευση.

Η διαμόρφωση της διεθνούς εικόνας , η προβολή των προορισμών και των θεματικών μέσα από μέσα δικτύωσης και πλατφόρμες ενημέρωσης σε συνδυασμό με τη δυνατότητα μέσα από την ηλεκτρονική διακυβέρνηση και οικονομία για υποστήριξη του ταξιδιού και της συνολικής εμπειρίας μέσα από την διασύνδεση με αντίστοιχα δίκτυα θα καταστήσει λειτουργικό ένα σχήμα διαχείρισης του πληροφοριακού, γνωσιακού και διαχειριστικού-οργανωτικού υλικού που θα ενδυναμώσει το προϊόν και την εικόνα της περιοχής. (Σιγάλα & Χρήστου 2015:9).

Η στόχευση αυτή εναρμονίζεται με τις συνοπτικές κατευθύνσεις της εθνικής αναπτυξιακής στρατηγικής για την περίοδο 2014-2020 όπου εγκύκλιος του Υπ.Αν επισημαίνει ότι το προϊόν Τουρισμός μπορεί να ενισχύσει καταλυτικά την αναπτυξιακή προσπάθεια μέσα από ισχυρές διατομεακές συνέργειες και συγκεκριμένες πολλαπλασιαστικές επιδόσεις. Τη στρατηγική αυτή επιβεβαιώνει Position Paper της Ευρωπαϊκής Επιτροπής όπου επισημαίνεται η ανάγκη *«στόχευσης των νέων χρηματοδοτικών πόρων σε τομείς (όπως ο Τουρισμός) με υψηλά συγκριτικά πλεονεκτήματα για την οικονομική – κοινωνική ανάπτυξη της χώρας»*.(Υπουργείο Τουρισμού. Σχέδιο Κατευθύνσεων Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής 2014-2020 στον τομέα του Τουρισμού, Νοέμβριος 2013:22).

---

## Επίλογος

Κατόπιν όλων των ανωτέρω θα είναι δυνατή η πολυδιάστατη εκμετάλλευση και αξιοποίηση όλου του εύρους του πολιτιστικού αποθέματος και πλούτου της περιοχής με την προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού ως κυριαρχικού τουριστικού προϊόντος με σκοπό τη διάχυση ολιστικά στο τοπικό πεδίο των δράσεων που εγκολώνουν τη στρατηγική αυτή. Θα καταστεί, με αυτό τον τρόπο, δυνατή η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και θα αισθητοποιηθεί η επιλογή της σύνδεσης και συνέργειας με άλλους παραγωγικούς τομείς και κυρίως με την ανάδειξη της σημασίας του ιαματικού, οινολογικού και γαστρονομικού τουρισμού ως πεδίων σημαντικών για την οικονομία και την κοινωνία του νησιού.



## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

Αποστολόπουλος,Κ.& Σδράλη, Δ.(2009).*Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου,Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές*, Ελληνοεκδοτική,

Γαβριήλ, Ε., Σκανδάλη, Μ. & Τεμπονέρα Ε. (2016). *Ειδικές Μορφές Τουρισμού. Οι περιπτώσεις του εκπαιδευτικού, πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού*, Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monet και Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Γρηγορίου, Δ.(2014).*Οπολιτιστικός τουρισμός ως πυλώνας ανάπτυξης σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Η περίπτωση της παλιάς πόλης στην Κέρκυρα*,. Αθήνα 2014, Εργασία στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Ζαχαράτος, Γ. και Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική.

Καραγιάννης, Σ. και Έξαρχος, Γ.(2006). *Τουρισμός: Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη Πολιτική*. Ηράκλειο: Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης.

Καραχάλης, Ν.(2007).«*Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη*», Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο.

Καφούρος, Β.(2015) *Προτάσεις για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα*, Αθήνα, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Ζήτηση και Προσφορά Νέων Προϊόντων Τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική.

Κόνσολα, Ν. (2006). *Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική*, Παπαζήσης, Αθήνα.

Λουκάκος Κυρ., Μαυρομάτη Ελευθ. , Σγάγιας Κων. , Σκούρα Κ., Σταματίου Ελένη ,Τσαϊτουρίδης Χρ., Φιλιππάκη Δάφνη (2004), *Τα πορίσματα του Κύκλου Ποιότητας*

*Ζωής του Συνηγόρου του Πολίτη 1998-2003*, Εκδ. Σάκουλα, Αθήνα (σελ.203), ISBN 960-15-1236-5.

Λουρή-Δενδρινού, Ε.(2007).*Ο πολιτισμός στη Στρατηγική της Λισσαβόνας* στο Τετράδια Πολιτισμού.

Μαυρομάτη Ελευθ., Σταματίου Ελ. (2015). “Περιβαλλοντικά και πολεοδομικά ζητήματα στα ιστορικά κέντρα των ελληνικών πόλεων – Διοικητική παθογένεια, αδυναμίες, δυνατότητες και προοπτικές – Ανάλυση περιπτώσεων και συμβολή των αρχαιολογικών υπηρεσιών” *,Περιβάλλον & Δίκαιο* τ. 1/2015, Ιαν. – Μαρτίου :14-31.

Παπαδασκαλόπουλος, Αθ.& Μέργος, Γ.& Χριστοφάκης, Μ. (2005). *Αναπτυξιακή Στρατηγική για το Νησιωτικό Χώρο, Επιστημονικές Μελέτες* προς τιμήν του Καθηγητού Ν. Κόνσολα, Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης Παντείου Πανεπιστημίου, Αθήνα:191-224

Πασχαλίδης, Γ.& Καμπούρη-Ιωαννίδου, Α.(2002). *Οι διαστάσεις των πολιτιστικών φαινομένων,Εισαγωγή στον Πολιτισμό*. ΕΑΠ, Πάτρα,

Σιγάλα, Μ. & Χρήστου, Ε. (2014). *Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό της εμπειρίας*, <http://www.hba.gr/5Ekdosis/UplPDFs/sylltomos14/191-206%20Sigala%202014.pdf>

Σταματίου, Ελένη, Τσιρώνη Δήμητρα (2013). “Από την Απελευθέρωση, στην Ανασυγκρότηση και την Ανάπτυξη στην Ελλάδα. Ο κρατικός λειτουργός στον τομέα του περιβάλλοντος, των υποδομών και της ποιότητας ζωής” *, Περιβάλλον & Δίκαιο*, τ. 2/2013 Απρ.-Ιουν., Αθήνα: 225-245.

Σταματίου, Ελένη (2006α). «Περιφερειακή Ανάπτυξη και Τοπική Ανάπτυξη- Η περίπτωση Δήμων μεσαίων πόλεων της Ελλάδας», Διεθνές Συνέδριο *Αυτοδιοίκηση: Φορέας Δημοκρατίας και Μοχλός Κοινωνικών Αλλαγών και Ανάπτυξης*, 19-20.5.2006 στο πλαίσιο του προγράμματος «ΕΛΛΑΔΑ 2020», διοργάνωση ΙΝΕΡΠΙΟΣΤ (Ινστιτούτο Ερευνών και Πολιτικής Στρατηγικής για την Ανάπτυξη και τη Διακυβέρνηση) σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης «Ι.Τ.Α.» της Κεντρικής Ένωσης Δήμων και Κοινοτήτων Ελλάδας «ΚΕΔΚΕ» και το Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών, υπό την Αιγίδα της Α.Ε. του Προέδρου της Ελληνικής Δημοκρατίας, Δελφοί(Πρακτικά <http://www.inerpost.org/attached/delphes/delfoi-20Eleni%20Stamatiou.doc>).

Σταματίου, Ελένη (2006β), (Επιμέλεια, μετάφραση και σύνταξη διεθνούς τόμου) Πρακτικά Διεθνούς Συνεδρίου *Πολιτιστικό περιβάλλον και τουρισμός: ο ρόλος του αρχιτέκτονα*, UIA, Καβάλα, 20-23 Σεπτεμβρίου 2001, ΤΕΕ.

Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα ΕΛΛΗΝ.

Σωπασή, Ε. (2007). *Τουριστικά Θέματα*. ΔΡ.Α.Τ.Τ.Ε., Αθήνα.

Τσάρτας, Π.(1996).*Ταξίδια, Τουρίστες, Τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα.

Τσάρτας, Π., Μανώλογλου, Ε.& Μάρκου, Α. σε συνεργασία με Ε. Αλίσον, Ι. Σαγιά (2001). *Ποιοτικά Χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης Εσωτερικού Τουρισμού*, ΕΚΚΕ-ΕΟΤ, Αθήνα.

Τσάρτας, Π.(2003).«*Εκπαιδευτικές Τεχνικές στον Τουρισμό*», Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Εθνικό Πρόγραμμα Εκπαίδευσης Εκπαιδευτών του Υπουργείου Εργασίας, σελ. 35.

Ψαρρού,Μ.(2016).*Η τοπική αυτοδιοίκηση ως φορέας προβολής του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού μέσω της διοργάνωσης πολιτιστικών φεστιβάλ.*, Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πάντειο Πανεπιστήμιο.

## **Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία**

Gekas Vassilis, Mastorakis Nikos, Stamatiou Eleni (editors), (2008). *New Aspects of Cultural Heritage and Tourism, proceedings of the WSEAS International Conference on Cultural Heritage and Tourism, Heraklion, Crete Island, 22-24 July 2008*, WSEAS Press, .ISBN 978-960-6766-89-3)

ETC, WTO (2005). *City Tourism & Culture: The European Experience*, Madrid, (<http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/122/CityTourismCulture.pdf>)

Greffe X.(2005).*Culture and Local Development*, O.E.CD., Paris.

Greffe, X. (2003). *La valorisation économique du patrimoine*, Paris : La Documentation française, 2003. – 383 p.

- Hall P. (1999). "The Creative city in the 3rd Millenium" Verwijnen J., Lehtovuori P.(eds) *Creative Cities: Cultural Industries, Urban Development and the Information Society*, Helsinki.
- Hall C. M. (1999/2007). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*, Harlow: Prentice Hall.
- Harris, D. (2004/2011) *Ελεύθερος Χρόνος: Θεωρία και Πράξη*, Αθήνα: Πλέθρον.
- Holloway, J.C., Humphreys, C. (1983/2012) *The Business of Tourism*, Harlow: Pearson Education.
- Hooper- Greenhill, Eil., (2001). *The educational role of museum*, Routledge, London and New York
- Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins (2004).*Μια εισαγωγή στον τουρισμό*, Κριτική.
- Mazzanti, M. (2003). *Valuing cultural heritage in a multi-attribute framework microeconomic perspectives and policy implications Department of Economics Institutions and Territory*, University of Ferrara.
- Markusen A., Schrock G. (2006)."The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialisation and Economic Development Implications" in *Urban Studies*, Vol. 43, No 11, 1661-1686, September 2006.
- Miles S. και Padisson R. (2005). *The rise and rise of culture-led urban regeneration*, Urban Studies 42, (5/6), 833-839.
- Montgomery J. (2004), "*Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 2: A Review of Four Cultural Quarters in the UK, Ireland and Australia*" in *Planning, Practice & Research*, Vol. 19, No 1, p. 3-31, February 2004.
- Navrund and Ready (2002). *Valuing Cultural Heritage Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artefacts*.
- Pratt, A.C. (2004). "Creative Clusters: Towards the governance of the creative industries production system?", Paper resubmitted to Media International Australia incorporating Culture and Policy, London 2004.

Richards G. (1996). European cultural tourism: trends and future prospects, 311-333) στο G. Richards (Ed.) Cultural tourism in Europe, Wallingford Oxon: CAB International,

Smith, P. (2001/2006). *Πολιτισμική Θεωρία: Μια Εισαγωγή*, Αθήνα: Κριτική.

Stamatiou Eleni (2007). «Institutions and the protection of the manmade and natural environment- The case of the Greek Ombudsman», plenary speech, 2007 *Iasme/Wseas International Conference on Energy, Environment, Ecosystems and Sustainable Development*, 24-26.07.2007, Agios Nikolaos, Crete Island, Greece, [www.wseas.org](http://www.wseas.org).

Stamatiou Eleni & Sapounaki Lydia (2003). “Evolution de la Législation et de la Politique Urbaine en Grèce”, *Discussion Paper Series*, 9(20):447-488, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, Βόλος.

[http://www.prd.uth.gr/uploads/discussion\\_papers/2003/uth-prd-dp-2003-20\\_fr.pdf](http://www.prd.uth.gr/uploads/discussion_papers/2003/uth-prd-dp-2003-20_fr.pdf)

Zukin S. (1995). *The Cultures of Cities*, Cambridge.

## **Δικτυογραφία**

ΕΛΣΤΑΤ [www.statistics.gr](http://www.statistics.gr) Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία (ΕΛΣΤΑΤ)

[CECA network.icom.museum/ceca](http://www.icom.museum/ceca) Committee for Education and Cultural Action (CECA)

diazoma <http://www.diazoma.gr/cultural-routes/>

GUNET eClass, [Μαρία Μαυροειδή Ιστορικός - βιομηχανική αρχαιολόγος Απρίλιος 2013 Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών Πρόγραμμα «Ακαδημία Πλάτωνος](#))

Sycultour <http://www.sycultour.eu> (SY\_CULTour Synergy of culture and tourism: utilization of cultural potentials in less favoured rural regions)

UNWTO [www.unwto.org](http://www.unwto.org) World Tourism Organization (UNWTO)

Weforum, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2013/>

Visitgreece [Visitgreece Official Portal: www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)

### **Κείμενα Εργασίας και θεσμικής αναπλαισίωσης**

Γιαννόπουλος Γεράσιμος, Δάλλας Κωστής, Ζαχαρόπουλος Ντένης, Ζορμπά Μυρσίνη, Καζαζάκη Ζωή, Καρράς Χρήστος, Τσούχλος Νίκος (Μάρτιος 2012). *Πρόταση για μια νεά πολιτιστική πολιτική*, Υπουργείο Τουρισμού και Πολιτισμού.

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας 2014-2019 (2013). Α Φάση Στρατηγικός Σχεδιασμός.

Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Στερεάς Ελλάδας/Οδικός Χάρτης 2015-2020 (2014). Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Ενδιάμεση Διαχειριστική Αρχή στην Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας, Ιούνιος.

«Προτάσεις για τη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης» της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας στη Μελέτη για την Τουριστική Ανάπτυξη Περιφέρειας Στ. Ελλάδας 2000-2006

Μελέτη για την κατάσρωση Σχεδίου Τουριστικού Μάρκετινγκ για τον νομό Εύβοιας από το Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών του Πανεπιστημίου Αιγαίου για την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Εύβοιας. ( Ιανουάριος 2010).

Υπουργείο Τουρισμού (2013). Σχέδιο Κατευθύνσεων Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής 2014-2020 στον τομέα του Τουρισμού, Νοέμβριος 2013.

Πλατφόρμα Τουρισμού της ΓΓΕΤ. Συνοπτική Έκθεση Συμπερασμάτων και Παράρτημα..

### **Σχετικά αρχεία**

- Κείμενο Εργασίας (Προτεραιοποίηση Δράσεων)
- Σχέδιο Δράσης Πλατφόρμας
- Παρουσίαση Σχεδιασμού Διαδικασιών
- Παρουσίαση Συνοπτικής Ενημέρωσης

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### 1. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΥΒΟΙΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πλούσιο και διάσπαρτο γεωγραφικά πολιτιστικό αποτύπωμα.</li> <li>• Ποικιλία ως προς τις επιλογές σε μορφή και τύπο διακοπών.</li> <li>• Θεσμική πλαισίωση σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο που ενισχύει την υλοποίηση δράσεων με πολιτισμικό πρόσημο στην αγορά της τουριστικής βιομηχανίας.</li> <li>• Ύπαρξη λιμενικών υποδομών κατάλληλων και για την αγορά της κρουαζιέρας.</li> <li>• Ανάληψη πρωτοβουλιών για την προβολή της χώρας ως προορισμός σημαντικών τουριστικών ροών με συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού.</li> <li>• Δυνατότητα οργανωτικής συγκρότησης με άξονα την Περιφέρεια δικτύσεων και οργάνων που θα αναλάβουν το έργο προώθησης για τον Τουρισμό</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Διαρθρωτικού χαρακτήρα αδυναμίες στη λειτουργία και οργάνωση της αγοράς του τουριστικού προϊόντος.</li> <li>• Ισχνός βαθμός διαφοροποίησης τουριστικού προϊόντος και απουσία εξειδικευμένων πακέτων τουριστικού χαρτοφυλακίου.</li> <li>• Περιορισμένη και όχι με δυναμισμό επιδίωξη αξιοποίησης του Πολιτιστικού Αποθέματος για τη διαμόρφωση πολιτικής ενίσχυση της ταυτότητας της Περιφέρειας και τον εμπλουτισμό του Τουριστικού Προϊόντος</li> <li>• Χαμηλός βαθμός διασύνδεσης τουριστικής δραστηριότητας με κλάδους της τοπικής οικονομίας</li> <li>• Απουσία ολιστικής και εποπτικής –συμμετοχικής διαμόρφωσης με το σύνολο των δυνάμεων του νομού σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης).</li> <li>• Έλλειψη Περιφερειακού</li> </ul>

<p>σε συνδυασμό με την πρωτοβουλία της Περιφέρειας να θεσπίσει ύπαρξη θεματικού αντιπεριφερειάρχη.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προκήρυξη έργου τουριστικής προβολής Της Περιφέρειας</li> <li>• Δυνατότητες ανάδειξης και αξιοποίησης πολιτιστικού τουρισμού στη Στερεά Ελλάδα, με εκμετάλλευση της γειτνίασης με την Αττική.</li> <li>• Σύνδεση των πόρων με τον πολιτιστικό πλούτο, δημιουργώντας εναλλακτικές μορφές τουρισμού,</li> </ul>	<p>συντονιστικού–καθοδηγητικού οργάνου για την ανάπτυξη και τη διαχείριση ειδικών και θεματικών υποδομών και δομών τουριστικής ανάπτυξης και διαμόρφωσης χαρτοφυλακίου τουριστικών προϊόντων όπως : συνεδριακός, αστικός, θαλάσσιος, κρουαζιερόπλοια, διαχείριση επισκεπτών, νέες υπηρεσίες και προϊόντα κ.λπ.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ανάγκη εξειδίκευσης και συγκεκριμενοποίησης με την υιοθέτηση θεματικών προτάσεων του σχεδίου ανάπτυξης πολιτιστικών υποδομών διεθνούς εμβέλειας.</li> <li>• Απουσία επαρκούς εξειδικευμένου προσωπικό παροχής υπηρεσιών</li> <li>• Όχι ισχυρή εικονοποίηση της Εύβοιας ως τμήμα της ισχυρής εικόνας της Ελλάδος ως χώρα με σημαντική θέση στη διεθνή αγορά του πολιτιστικού τουρισμού.</li> </ul>
---	---



<b>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</b>	<b>ΑΠΕΙΛΕΣ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Η αυξανόμενη τάση στη διεθνή αγορά της τουριστικής βιομηχανίας για αναζήτηση νέων μορφών τουρισμού.</li> <li>• Στρατηγικός Σχεδιασμός για ένα νέο οργανωσιακό πρότυπο τουριστικής ανάπτυξη και διαμόρφωσης ισχυρής ταυτότητας ως περιοχή περιφερειακού τουριστικού προορισμού</li> <li>• Ανάπτυξη συνεργειών σε διαθεματική και διατομεακή βάση για την ενίσχυση της τουριστικής βιομηχανίας.</li> <li>• Κατάρτιση Στρατηγικού και Επιχειρησιακού Σχεδίου θεματικού τουρισμού στην Περιφέρεια .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Εμβάθυνση οικονομικής κρίσης</li> <li>• Μικρή διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος__</li> </ul>

Πηγή: Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδος

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας 2015-2019 :118-121.

## **2. ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΤΗΣ ΕΥΒΟΙΑΣ**

### **ΠΙΝΑΚΑΣ 4**

**Οι αρχαιολογικοί χώροι και μνημεία όπως καταγράφονται στα κείμενα της Περιφέρειας.**

« Ο Μακεδονικός τάφος (Ερέτρια), ο Αρχαίος Θόλος (Ερέτρια), τα Αρχαία Λουτρά Αιδηψού ,η Οικία των Ψηφιδωτών (Ερέτρια), το Αρχαίο Θέατρο (Ερέτρια), το Μουσολείο Καρύστου, το Αρχαίο Νεκροταφείο Ριτσώνας (Αυλίδα), η Αρχαία Χαλκίδα, τα Αρχαιολογικά Μουσεία Χαλκίδας, Καρύστου και Ερέτριας, το



ΕΙΚΟΝΑ 2



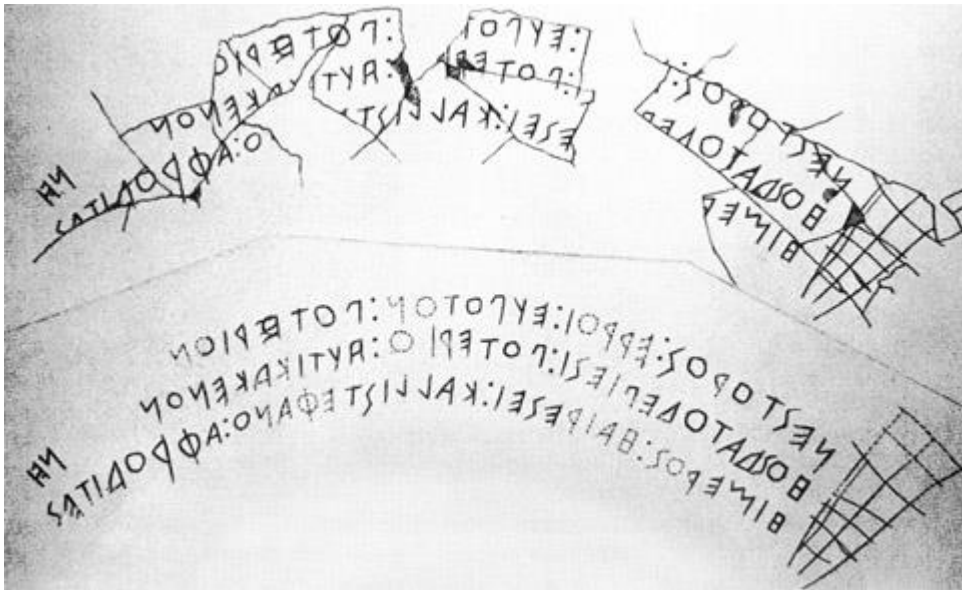
« Η μεγάλη σπουδαιότητα του Χαλκιδικού αλφάβητου έγκειται στο γεγονός ότι μέσω των αποικιών των Χαλκιδέων και των υπόλοιπων Ευβοέων στην Ιταλία και ιδιαίτερα την αποικία των Χαλκιδέων και Ερετριέων Κύμη, το Χαλκιδικό αλφάβητο εξαπλώθηκε πέρα από τα σύνορα της Εύβοιας και της Ελλάδας.

Σήμερα θεωρείται από τους γλωσσολόγους παγκοσμίως ως ο πιθανότερος πρόγονος του **λατινικού αλφάβητου.**»

Μία από τις αρχαιότερες Ελληνικές επιγραφές και η αρχαιότερη με την χρήση της Χαλκιδικής γραφής βρέθηκε στο νησί Ίσκια της Νότιας Ιταλίας στο ονομαζόμενο κύπελλο του Νέστορα.

*«Είμαι το γλυκόπιτο ποτήρι του Νέστορα. Όποιος λοιπόν πει από αυτό το ποτήρι, αυτόν αμέσως θα τον κυριέψει ο πόθος της Αφροδίτης με το όμορφο στεφάνι».*

ΕΙΚΟΝΑ 3



Πηγές:

Μουσείο Χαλκίδας, Wikipedia.org, Worldstandards.eu

[http://www.eviaportal.gr/euboea\\_content.asp?ID=33915](http://www.eviaportal.gr/euboea_content.asp?ID=33915)

#### 4. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

**Α. Το κείμενο της ομάδας εργασίας που συντάξε την στρατηγική έξυπνης εξειδίκευσης για την περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας εστιάζει στα ακόλουθα σημεία.**

« Θα υποστηριχθεί η δημιουργία e-υπηρεσιών και e-περιεχομένου που θα συνδράμουν στην ενσωμάτωση του πολιτισμού στην αλυσίδα της βιομηχανίας της εμπειρίας. Το παραγόμενο υλικό και οι σχετικές βάσεις δεδομένων θα πρέπει να είναι σε θέση να τροφοδοτήσουν και διεθνείς υπηρεσίες διαμοίρασης περιεχομένου:

- Πλατφόρμες καταγραφής πολιτιστικών εκδηλώσεων

- Εφαρμογές οδηγών αρχαιολογικών χώρων:
- Εικονική αναπαράσταση γεγονότων
- Ψηφιοποίηση τουριστικών και πολιτισμικών πόρων, διαδρομών, χαρτών κλπ»

ΠΗΓΗ.

Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας 2014:114

**Β. Το κείμενο της ομάδας εργασίας του Υπουργείου Πολιτισμού αποσκοπεί στη «  
χρήση ΤΠΕ στη βιομηχανία της εμπειρίας» και προτείνει:**

- Ανάπτυξη ιστοσελίδων και εφαρμογών για την προώθηση των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Επέκταση της διασύνδεσης των τοπικών ή μεμονωμένων συστημάτων κρατήσεων με τις μεγάλες διεθνείς υπηρεσίες κρατήσεων.
- Ανάπτυξη και διάχυση εφαρμογών διαχείρισης επισκεπτών σε όλα τα στάδια της αλυσίδας αξίας του τουρισμού.»

ΠΗΓΗ.

Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού.( ομάδα εργασίας 2012, πρόταση για μια νέα πολιτιστική πολιτική δράση 1.3.2:

## 5. Η ΕΙΔΙΚΗ ΔΡΑΣΗ «ΑΝΟΙΧΤΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ»

ως μέρος της πλατφόρμας της ΓΓΕΤ με πεδία τον Πολιτισμό – Τουρισμό - Δημιουργικές Βιομηχανίες προβάλλει ως «στόχο την ενίσχυση της καινοτομίας για την διαμόρφωση νέων προϊόντων και υπηρεσιών για τον επισκέπτη αρχαιολογικών χώρων / μουσείων / συλλογών και άλλων πόλων και εκδηλώσεων πολιτιστικής δραστηριότητας» και αποτελεί έκφραση και μια ολιστική, με κοινό συντονισμό των Αναπλ. Υπ. Έρευνας & Καινοτομίας και Αναπλ. Υπ. Πολιτισμού εμβληματική πρωτοβουλία για την πιλοτική ανάπτυξη και λειτουργία επιδεικτικών εγκαταστάσεων σε χώρους πολιτισμού αλλά και με στόχευση την ενίσχυση καινοτόμων και νεοφυών επιχειρήσεων στον τομέα 'Πολιτισμού – Τουρισμού – ΠΔΒ' που θα στοχεύουν σε νέα προϊόντα ή υπηρεσίες, με επικέντρωση στους προαναφερθέντες πυλώνες παρέμβασης.»

ΠΗΓΗ

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΤΑΚ.

### Κείμενα Εργασίας σε Τομείς Προτεραιότητας (Διαβούλευση)

---

#### Σχετικά αρχεία

- Κείμενο Εργασίας (Προτεραιοποίηση Δράσεων)
- Σχέδιο Δράσης Πλατφόρμας
- Παρουσίαση Σχεδιασμού Διαδικασιών
- Παρουσίαση Συνοπτικής Ενημέρωσης



Ε.Π.  
**ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΗ  
ΔΗΜΟΣΙΟΥ  
ΤΟΜΕΑ**



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης (ΕΣΔΔΑ)

Πειραιώς 211, ΤΚ 177 78, Ταύρος

τηλ: 2131306349 , fax: 2131306479

[www.ekdd.gr](http://www.ekdd.gr)