



Επιμελητήριο Άρτας

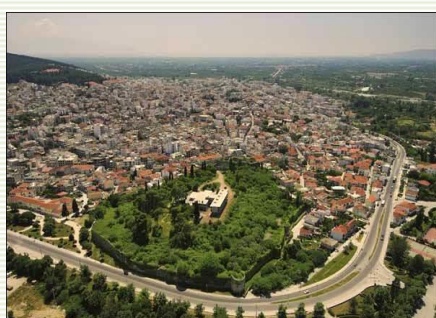
Κ. Αιτωλού & Ν. Πριοβόλου, Άρτα

Τηλ: 2681028728

Fax: 78654

Mail: info@e-artas.gr, epimarta@otenet.gr

www.e-artas.gr



ΠΡΑΚΤΙΚΑ

1ης ΗΜΕΡΑΣ

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 21 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ

1^ο Συνέδριο Τουριστικής Ανάπτυξης Ν. Άρτας

Σύγχρονος ταξιδιώτης
σε αρχαίους δρόμους
με παραδοσιακές
γεύσεις



ΑΡΤΑ

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 21 & ΣΑΒΒΑΤΟ 22 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2016

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 17:00-21:00 ΣΑΒΒΑΤΟ 09:00-13:00

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΤΑΣ (Κ. ΑΙΤΩΛΟΥ & Ν. ΠΡΙΟΒΟΛΟΥ)

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Κυρίες και κύριοι, Σεβασμιότατοι, εκπρόσωποι των φορέων, άνθρωποι του τουρισμού και υπηρέτες του Ξένιου Δία, αγαπητοί Αρτινοί, φίλες και φίλοι σας καλωσορίζω στο 1ου Συνέδριο για την Τουριστική Ανάπτυξη της Άρτας με τίτλο: «**Σύγχρονος ταξιδιώτης σε αρχαίους δρόμους με παραδοσιακές γεύσεις**». Και ευθύς αμέσως δίνω τον λόγο στον Πρόεδρο του Επιμελητηρίου Άρτας που είχε την ευαισθησία να αναπτυχθεί και σε έναν τόσο κρίσιμο τομέα για την περιοχή. Παρακαλώ να έρθει στο βήμα ο κ. Χρήστος Παπάζογλου.

ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΙ

ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΤΟΥ ΠΑΠΑΖΟΓΛΟΥ-

Πρόεδρου Επιμελητηρίου Άρτας



«Κυρίες και Κύριοι, Αγαπητές φίλες και φίλοι,
Σας καλωσορίζω στο 1ο Συνέδριο Τουριστικής Ανάπτυξης του τόπου μας.
Σήμερα η Άρτα κάνει το πρώτο βήμα. Το πρώτο και καθοριστικό βήμα για να βγει ο τόπος μας από την απομόνωση. Ο τουρισμός, η βαριά βιομηχανία της πατρίδας μας, απουσιάζει ως αναπτυξιακή δομή από τον τόπο μας. Σήμερα, ως Επιμελητήριο Άρτας, θέτουμε τις βάσεις, υγιείς βάσεις, ώστε στο μέλλον ο τουρισμός να προσφέρει σε όλους τους Αρτινούς, αυτό που προσφέρει στην υπόλοιπη Ελλάδα: Θέσεις εργασίας και αύξηση εισοδήματος.
Πιστεύω βαθύτατα ότι ο τουρισμός μπορεί και πρέπει να αποτελέσει βασική, κεντρική αναπτυξιακή προτεραιότητα για την Άρτα. Πιστεύω βαθύτατα ότι η Άρτα

διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά ώστε να διεκδικήσει το μερίδιο που της αναλογεί από το συνολικό τουριστικό προϊόν της χώρας.

Πιστεύω βαθύτατα ότι μπορούμε να πετύχουμε. Αρκεί να δουλέψουμε όλοι μαζί. Να ενώσουμε τις δυνάμεις μας. Να δράσουμε υπερκομματικά. Να ξεπεράσουμε τις προσωπικές αντιπαραθέσεις. Να εργαστούμε με σχέδιο και όραμα.

Η Άρτα είναι ένας προικισμένος από τη φύση τόπος. Μια παρθένα περιοχή που συνδυάζει βουνό, πεδιάδα και θάλασσα. Με πλούσια μυθολογία και ιστορία και άγνωστα σε πολλούς, αλλά πολύτιμα αξιοθέατα. Γεφύρια, κάστρα, θέατρα, εκκλησιές, τζαμιά, φάρους...

Η Αρχαία Αμβρακία, η καστροπολιτεία των Μολοσσών (Όρραον), τα βυζαντινά μας μνημεία, ο δρόμος του βασιλιά Αθάμα, ακόμα το Ιμαρέτ και η ιστορία της Εβραϊκής κοινότητας της Άρτας πρέπει να γίνουν γνωστά τη πάση!

Τα Τζουμέρκα, ο Άραχθος, ο Αχελώος, η λίμνη Πουρναρίου και ο Αμβρακικός προσφέρουν μαγευτικές εικόνες και διαδρομές και θα έπρεπε να αποτελούν πόλους έλξης για χιλιάδες τουρίστες.

Κυρίες και κύριοι,

Ο βασικός στόχος είναι αφενός η ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος του νομού μας και η προσέλκυση επισκεπτών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους κι αφετέρου η στήριξη των επαγγελματιών του τουρισμού, η μεταφορά τεχνογνωσίας και ανάδειξη βέλτιστων πρακτικών με απώτερο σκοπό την αμεσότερη ανταπόκριση τοπικών επαγγελματιών του κλάδου στις ανάγκες του σύγχρονου τουρίστα.

Θέλουμε να επενδύσουμε στον Τουρισμό τεσσάρων εποχών με την προώθηση θεματικών και εναλλακτικών μορφών για τουρίστες με ενδιαφέροντα στην Πολιτιστική Κληρονομιά, τον Θρησκευτικό Τουρισμό, τον Αγροτουρισμό, τον Τουρισμό Υγείας και Ευεξίας, τη Γαστρονομία, τα αθλήματα αναψυχής, τον προπονητικό τουρισμό, αλλά και τον Αλιευτικό Τουρισμό.

Το επόμενο χρονικό διάστημα και με αρκετή καθυστέρηση ολοκληρώνεται η Ιόνια Οδός. Αυτό θα έχει ως συνέπεια να μειωθεί ο χρόνος πρόσβασης στο νόμο μας και από την Βόρειο και από τη Νότιο Ελλάδα και ιδιαίτερα από την Πελοπόννησο και την Αθήνα. Είναι μια πρόκληση για την περιοχή μας.

Με την ολοκλήρωση των οδικών έργων θα πρέπει να πιέσουμε ώστε να εκσυγχρονιστεί το αεροδρόμιο του Ακτίου προκειμένου να αυξηθεί η επιβατική του κίνηση και ταυτόχρονα να προωθηθεί η κατασκευή του οδικού άξονα Καμπής – Πρέβεζας, για να διεκδικήσουμε μερίδιο αγοράς κι από εκεί.

Η επιχειρηματική κοινότητα της Άρτας πρέπει να είναι σε εγρήγορση. Είμαστε εδώ για να προωθήσουμε τα συμφέροντά της και τα συμφέροντα του τόπου μας. Είμαστε ανοιχτοί σε ιδέες και απόψεις τις οποίες περιμένουμε με ενδιαφέρον να ακούσουμε στο συνέδριο.

Έχω καταθέσει και στο παρελθόν τις προτάσεις για μια ολοκληρωμένη και βιώσιμη ανάπτυξη στον τόπο μας:

Την επένδυση στον τουρισμό.

Την αξιοποίηση των αγροτικών και κτηνοτροφικών μας προϊόντων.

Την ανάδειξη της πολιτιστικής μας κληρονομιάς.

Και τέλος να δώσουμε έμφαση στην επιχειρηματικότητα μέσω της καινοτομίας μέσα από μια στενή σχέση του ιδιωτικού τομέα και των πανεπιστημιακών ιδρυμάτων, που βρίσκονται στην ελληνική περιφέρεια.

Οι παραπάνω τέσσερις άξονες συνδέονται μεταξύ τους και πρέπει να αποτελέσουν προτεραιότητα για τα επόμενα χρόνια.

Για το σκοπό αυτό, υποβάλαμε, σε συνεργασία με επιστημονικούς & εκπαιδευτικούς φορείς, Επιμελητήρια γειτονικών χωρών κ.ά, προτάσεις στα διασυνοριακά Προγράμματα Ελλάδα- Αλβανία και τώρα συνεχίζουμε στο «Ελλάδα – Ιταλία». Ευελπιστούμε ότι κάποια αυτά θα εγκριθούν προς όφελος των επιχειρήσεων και κατ' επέκταση της οικονομίας της περιοχής μας.

Κυρίες και κύριοι,

Είμαστε αποφασισμένοι να διεκδικήσουμε όσα έχει στερηθεί η Άρτα όλα αυτά τα χρόνια. Το μερίδιο αγοράς της Άρτας στο συνολικό πλούτο που παράγει ο τουρισμός σε εθνικό επίπεδο είναι μηδαμινό.

Ο Τουρισμός συνιστά το 10% του ΑΕΠ σε εθνικό επίπεδο, ενώ οι παραγωγικές του διασυνδέσεις διαχέουν οικονομικό δυναμισμό σε άλλους, κυρίως ελληνικούς, κλάδους που φτάνει στο 25% του ΑΕΠ – στηρίζοντας ταυτόχρονα την απασχόληση σε τουλάχιστον 200 κατηγορίες επαγγελματιών.

Να γιατί λέω ότι πρέπει να διεκδικήσουμε το μερίδιο που μας αναλογεί.

Δεν τρέφουμε όμως και αυταπάτες. Όλα αυτά δεν μπορεί να γίνουν από τη μια μέρα στην άλλη. Και κυρίως είναι δύσκολο να συμβούν όσο η επιχειρηματική κοινότητα πλήττεται από δυσβάσταχτους φόρους και εισφορές.

Η αύξηση του κανονικού συντελεστή ΦΠΑ από το 23% στο 24%, οι επιβαρύνσεις όλων των επιμέρους κλάδων του τουρισμού με νέα τέλη και φόρους, πλήττουν, ασταμάτητα, την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος διεθνώς.

Οι πρόσφατες φορολογικές επιβαρύνσεις του τελευταίου έτους, έχουν επιβαρύνει το «καλάθι του τουρίστα» περισσότερο από 10%. Και κυρίως η κατάρρευση της εσωτερικής τουριστικής αγοράς δυσκολεύουν το εγχείρημα.

Αλλά η τουριστική ανάπτυξη της Άρτας πρέπει να αποτελέσει μονόδρομο. Δεν έχουμε παρά μόνο μια επιλογή. Η Άρτα να γίνει τουριστικός προορισμός.

Κυρίες και κύριοι,

Ανάμεσα μας βρίσκονται ορισμένοι από τους πρωτοπόρους του τουρισμού στο νομό μας. Άνθρωποι που έχουν στήσει τις μικρές, μεσαίες ή μεγαλύτερες τουριστικές επιχειρήσεις στον τόπο μας. Γνωρίζουν τα προβλήματα, αλλά γνωρίζουν και τις προοπτικές. Τους θέλουμε δίπλα μας για να χαράξουμε νέους δρόμους, να μας προσφέρουν τη γνώση και την εμπειρία μας.

Το Επιμελητήριο Άρτας είναι εδώ και θέλει δίπλα του κάθε παραγωγική δύναμη του τόπου μας. Ο αγροτοδιατροφικός τομέας, η δημιουργία ανταγωνιστικών και επώνυμων Αρτινών προϊόντων και τελικά οι εξαγωγές των προϊόντων μας βρίσκονται και θα συνεχίσουν να βρίσκονται πάντα στο επίκεντρο των δράσεων μας.

Πριν από λίγους μήνες τέθηκαν οι βάσεις για τη δημιουργία του Επιχειρηματικού Πάρκου. Ένα πάγιο αίτημα της επιχειρηματικής κοινότητας της Άρτας θα ξεκινήσει να υλοποιείται.

Τόσο εγώ προσωπικά, όσοι και όλοι οι σύμβουλοι του Επιμελητηρίου, εργαζόμαστε και παλεύουμε, με τα μέσα που διαθέτουμε για να πάρουν μπροστά τα γρανάζια της τοπικής μας οικονομίας. Η ανάπτυξη της τοπικής μας οικονομίας μας αφορά όλους. Τα οφέλη από την ανάπτυξη αφορούν ιδίως τη νέα γενιά, το αύριο του τόπου μας.

Σας ευχαριστώ πάρα πολύ!

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: «Ευχαριστούμε τον πρόεδρο του Επιμελητηρίου, **κ. Παπάζογλου** και τον συχαίρουμε για την ευαισθησία που είχε, να αναπτυχθεί και σε έναν τομέα που, πριν από λίγο καιρό, έμοιαζε παράτολμη ιδέα. «Άρτα και τουρισμός” ή “Άρτα και περιήγηση» εθεωρούντο αντιφατικά πράγματα.

Είναι η πρώτη φορά εν μέσω κρίσης που άκουσα ανθρώπους της αγοράς, τους επαγγελματίες του νομού -μιλώντας μαζί τους λίγο πριν ξεκινήσουμε τις εργασίες μας, να είναι αισιόδοξοι. Είναι η πρώτη φορά που συνάντησα ανθρώπους μέσα στην κρίση να λένε συνεχώς πάμε καλύτερα. Άρα σε κάποιον σωστό δρόμο βαδίζουμε. Δεν αρκεί όμως αυτό πρέπει να επιταχύνουμε.

Ακολούθως θα έπρεπε να χαιρετίσει η κυρία **Όλγα Γεροβασίλη**, η οποία για λόγους, που δεν έχουν σχέση με την διάθεσή της να βρίσκεται κοντά μας και λόγω εντοπιότητας και εκπροσωπώντας την κυβέρνηση, έστειλε ένα τηλεγράφημα, έναν χαιρετισμό. Ας ελπίσουμε ότι οι λόγοι που την κρατούν μακριά μας να είναι επ’ ωφελεία της πατρίδος. Λέει η κυρία **Γεροβασίλη**:

**ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ ΟΛΓΑΣ ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΗ-
Υφυπουργού παρά τω πρωθυπουργώ, κυβερνητικής
εκπροσώπου, βουλευτή Άρτας του ΣΥΡΙΖΑ**

«Για λόγους που υπερβαίνουν την προσωπική μου βούληση, δεν κατέστη δυνατόν να παρευρίσκομαι στην έναρξη του 1^{ου} Συνεδρίου Τουριστικής Ανάπτυξης.

Το συνέδριο Τουριστικής Ανάπτυξης πρωτίστως καταδεικνύει, αλλά και ανταποκρίνεται στην ανάγκη επαναπροσδιορισμού και εμπλουτισμού του παραγωγικού μοντέλου της Άρτας και της Ηπείρου. Θέτει τον τουρισμό στο επίκεντρο του αναπτυξιακού ενδιαφέροντος μέσα από την παράλληλη αξιοποίηση των παραδοσιακών παραγωγικών δραστηριοτήτων, το φυσικό περιβάλλον, τις παραδόσεις και τον πολιτισμό μας και αυτό προκύπτει μέσα από ένα πλούσιο πρόγραμμα τοποθετήσεων από διακεκριμένους επιστήμονες και εξειδικευμένους εκπροσώπους στον τομέα του τουρισμού.

Το συνέδριο αυτό αποτελεί ένα δημόσιο βήμα, ένα απαραίτητο κόμβο συνάντησης, όπου οι επαγγελματίες του τουρισμού και οι τοπικοί φορείς μπορούν να ανταλλάξουν απόψεις, να μεταδώσουν εμπειρίες και να δημιουργήσουν τις απαραίτητες ενέργειες.

Η ελληνική πολιτεία σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς και την τοπική αυτοδιοίκηση θα συνεχίσει να δίνει όλες εκείνες τις δυνάμεις, προκειμένου να στηρίξει αυτήν την κορυφαίας σημασίας οικονομική δραστηριότητα, η οποία αποτελεί κεντρική πολιτική κυβερνητική επιλογή, με στόχο ένα νέο βιώσιμο και δίκαιο παραγωγικό μοντέλο που έχει ανάγκη ο τόπος.

Τα συγχαρητήρια ανήκουν στο Διοικητικό Συμβούλιο του Επιμελητηρίου -λέει η κυρία Γεροβασίλη- και στην Οργανωτική Επιτροπή του συνεδρίου.

Εύχομαι ένα συνέδριο γόνιμο και ωφέλιμο για τον τόπο μας και τους ανθρώπους έχοντας πάντα κατά νου μας ότι ο τουρισμός δεν είναι μόνο ένα προϊόν, αλλά είναι οι άνθρωποι, ο πολιτισμός, ο δικός μας τρόπος ζωής και οι παραδόσεις μας»,

καταλήγει η κυβερνητική εκπρόσωπος, η βουλευτής Άρτας, η συντοπίτισσά μας κυρία Όλγα Γεροβασίλη.

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Και τώρα στο βήμα παρακαλώ πάρα πολύ την κυρία **Φωτεινή Αραμπατζή** βουλευτή Σερρών , τομεάρχη Τουρισμού της Νέας Δημοκρατίας. Κυρία Αραμπατζή.

ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ ΦΩΤΕΙΝΗΣ ΑΡΑΜΠΑΤΖΗ - βουλευτή Σερρών, Τομεάρχη Τουρισμού ΝΔ



«Σας ευχαριστώ πολύ. Σεβασμιότατοι Μητροπολίτες Άρτας και Νικοπόλεως και Πρεβέζης, κύριε Δήμαρχε, κύριε Αντιπεριφερειάρχη, κύριε Πρόεδρε του Επιμελητηρίου και αγαπητά μέλη του Επιμελητηρίου, εκλεκτοί προσκεκλημένοι, κυρίες και κύριοι.

Πραγματικά με ιδιαίτερη χαρά βρίσκομαι εδώ στην πανέμορφη και ιστορική Άρτα προκειμένου να χαιρετίσω το 1^ο Συνέδριο Τουριστικής ανάπτυξης που διοργανώνει το Επιμελητήριό σας. Μια πρωτοβουλία -και δεν είναι λόγος προσχηματικός- που αξίζει πραγματικά και το ζηρό χειροκρότημα όλων μας και την επιβράβευση, γιατί είναι μια πρωτοβουλία, που εν μέσω κρίσης έχει στόχο να αναδείξει τόσο την πολυποικιλότητα και την ευρύτητα του Τουριστικού προϊόντος της περιοχής με τις βέλτιστες πρακτικές, που θα πρέπει οι επαγγελματίες του τουρισμού της περιοχής να υιοθετήσουν προκειμένου να ενισχύσουν την δυναμική της περιοχής σας και βεβαίως είναι μία πρωτοβουλία που στόχο έχει να αναδείξει την αξία της επιμήκυνσης του τουριστικού μας προϊόντος σε δωδεκάμηνη βάση.

Και θέλω πραγματικά να σας διαβεβαιώσω τόσο από την θέση μου ως τομεάρχη τουρισμού της Νέας Δημοκρατίας και βεβαίως εκπροσωπώντας τον πρόεδρο της Νέας Δημοκρατίας κύριο Κυριάκο Μητσοτάκη ότι η Νέα Δημοκρατία είναι αποφασισμένη ως αυριανή κυβέρνηση να λάβει όλες εκείνες τις αποφάσεις και να κάνει όλες εκείνες τις δράσεις προκειμένου η Ελλάδα και η ελληνική περιφέρεια να

αναδειχθεί σε ένα σταθερό Ευρωπαϊκό και παγκόσμιο βεβαίως τουριστικό προορισμό αναφοράς.

Γιατί, κυρίες και κύριοι, η Ελλάδα απ' άκρη σ' άκρη αποτελεί έναν τόπο γενναιόδωρα προικισμένο και έναν τουριστικό προορισμό ακαταγώνιστο. Με τη μακραίωνη ιστορία της, τον λαμπρό πολιτισμό της, το μοναδικό ήπιο κλίμα της, το πανέμορφο φυσικό περιβάλλον, την απίστευτη ποικιλία προορισμών και δραστηριοτήτων και βέβαια τα μοναδικά χαρακτηριστικά και τις αξίες όπως είναι το πνεύμα φιλοξενίας και το χαμόγελο του λαού της, αλλά και βεβαίως η μεγάλη εμπειρία και εξειδίκευση των ανθρώπων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό κλάδο.

Διαχρονικότητα λοιπόν, αυθεντικότητα, πολυποικιλότητα του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος και όλα αυτά στο καλύτερο οικόπεδο της γης, την Ελλάδα μας. Είναι σίγουρα το διαφορετικό μας πλεονέκτημα, το ασύγκριτο διαφορετικό μας πλεονέκτημα για την ανάπτυξη του τουρισμού, πραγματικά και ρεαλιστικά 365 μέρες τον χρόνο με την ανάπτυξη βεβαίως και όχημα των ειδικών και εναλλακτικό τρόπο τουρισμού, που προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες και προκλήσεις.

Και η Άρτα όπως και άλλες περιοχές ανά τη Ελλάδα αποτελεί ένα ζωντανό, ένα δυνητικό παράδειγμα αυτής της στρατηγικής αναγκαιότητας, διεύρυνσης του τουρισμού μας σε 12μηνη βάση, όπου πολύ ορθά κύριε Πρόεδρε προσεγγίζετε με τη θεματική του συνεδρίου σας.

Η Άρτα λοιπόν, όπως ταιριάζει σε έναν τόπο όχι μόνο προικισμένο από την φύση, που συνδυάζει άριστα το τρίπτυχο πεδιάδα, βουνό, θάλασσα, αλλά παράλληλα έναν τόπο που συμπυκνώνει τον μύθο, την ιστορία και τον πολιτισμό με τα εμβληματικά αξιοθέατα και τα μοναδικά προϊόντα της μητέρας γης. Έναν τόπο όμως, που βλέπει όλους τους πολύτιμους εναλλακτικούς τουριστικούς προορισμούς, να βρίσκονται ακόμη σε αργούσα κατάσταση. Κι εδώ είναι το στοίχημα που οφείλουμε όλοι οι εμπλεκόμενοι, συνεργώντας, να κερδίσουμε. Γιατί κυρίες και κύριοι είναι γεγονός ότι ο Ελληνικός τουρισμός αναπτύχθηκε για δεκαετίες χάρη στη μεμονωμένη, ιδιωτική επιχειρηματική πρωτοβουλία, επαναπαυμένο στα αθρόα έσοδα των καλοκαιρινών μηνών, που το κλασικό μοντέλο ήλιος και θάλασσα προσέφερε. Με την πολιτεία δυστυχώς, απούσα από τον απαραίτητο συντονισμό και την θεσμική θωράκιση των δράσεων τουρισμού. Όπως είναι επίσης γεγονός ότι η μεγάλη στροφή της επισταμένης ενίσχυσης του τουριστικού μας προϊόντος από την πλευρά της πολιτείας έγινε για πρώτη φορά στα χρόνια διακυβέρνησης της Νέας Δημοκρατίας. Ιδιαίτερα την περίοδο 2012-14 με όραμα και στρατηγική την ολιστική αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος βάλαμε τις βάσεις με ένα ευρύ φάσμα νομοθετικών παρεμβάσεων και κανονιστικών ρυθμίσεων, που οδήγησαν τον ελληνικό τουρισμό στην εκτόξευση της δυναμικής του, με καταγεγραμμένα νούμερα και αριθμούς τόσο σε αφίξεις τουριστών όσο και σε έσοδα. Κορυφαία εξ αυτών η νομοθέτηση των ειδικών, των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που έδινε για πρώτη φορά την δυνατότητα διεύρυνσης νομικά του τουρισμού μας σε 12μηνη βάση για όλη την Ελληνική επικράτεια, ιδιαίτερα βέβαια για την ηπειρωτική Ελλάδα και την Περιφέρεια. Ακολούθησαν κι άλλες σημαντικές νομοθετικές βελτιώσεις του πλαισίου των ειδικών μορφών τουρισμού από την τότε κυβέρνηση.

Θα θυμίσω πολύ γρήγορα την εισαγωγή των όρων και προϋποθέσεων για την αύξηση του ιατρικού τουρισμού. Ένας πολύ δυναμικός τομέας και πολύ

ελπιδοφόρος να φέρει καρπούς και πραγματικά έσοδα. Μέσω της θέσπισης της υποχρεωτικής πιστοποίησης των ιατρικών παρόχων, μέχρι την απλούστευση των διαδικασιών λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων και των τουριστικών υποδομών με ιδιαίτερη μέριμνα σε εναλλακτικές μορφές και από τον ορισμό του εναλλακτικού τουρισμού ως την διαμόρφωση σύγχρονου νομικού πλαισίου για τον αγροτουρισμό, την επανέναρξη μετά από χρόνια της διαδικασίας αναγνώρισης ιαματικών πηγών, για τον ιαματικό τουρισμό και την προώθηση μέσω του ΕΣΠΑ επιλεγμένων έργων ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας τουριστικών προορισμών, με έμφαση στα τοπικά πλεονεκτήματα.

Στον αντίποδα δυστυχώς, η σημερινή κυβέρνηση, όχι μόνο άφησε τον τουρισμό στον αυτόματο πιλότο της δυναμικής, που ανέπτυξε τα προηγούμενα χρόνια, αλλά ορθώνει δυστυχώς με τις πολιτικές της εμπόδια και επιβαρύνσεις και τον καταδικάζει να λειτουργεί σε ένα περιβάλλον αδικαιολόγητα και άδικα εχθρικό.

Ιδεοληψίες και βαρύτατη διαχειριστική ανεπάρκεια στο θέμα του προσφυγικού μεταναστευτικού ζητήματος. Γκρίζαρε άδικα την εικόνα της χώρας μας ως ασφαλούς και τουριστικά ακίνδυνου προορισμού σε μία κατά τα άλλα ευνοϊκή, ευνοϊκότερη γεωπολιτική συγκυρία, που δεν έχουμε την δυνατότητα να έχουμε πάντα. Είχε σαν αποτέλεσμα διαφυγόντα κέρδη, από δυνατότητα κερδών σε αυτή την βιομηχανική συγκυρία, που θα έδιναν κέρδη ρεκόρ φέτος και κυρίως σταθερά τα επόμενα χρόνια. Διαφυγόντα κέρδη και από την απώλεια του κύριου όγκου της καλπάζουσας Ρωσικής τουριστικής αγοράς με τις αβελτηρίες μηνών στην έκδοση των νέων βιομετρικών θεωρήσεων Visa όταν οι ανταγωνιστές μας, οι Ισπανοί για παράδειγμα, έτρεχαν μήνες πιο μπροστά με υποδομές και με λογισμικό για να βγάλουν τις σχετικές visa στους Ρώσους τουρίστες.

Κυρίως όμως, υπονομεύει τον ελληνικό τουρισμό με την ασφυκτική υπερφορολόγηση του τουριστικού κλάδου. Υπερφορολόγηση, κυρίες και κύριοι, που θα μου επιτρέψετε να πω ότι δεν πλήττει τα συμφέροντα μιας εύπορης επαγγελματικής συντεχνίας, όπως ιδεοληπτικά παρουσιάζεται, αλλά βάλει ευθέως κατά της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού γιατί καθιστά το ελληνικό τουριστικό προϊόν μη ανταγωνιστικό σε σχέση με τους διεθνείς ανταγωνιστές μας. Γιατί πολύ απλά με την αύξηση από το 6,5 στο 13% του φόρου διαμονής, με την αύξηση του Φ.Π.Α. από το 13 στο 24% , με ένα τσουνάμι έμμεσων φόρων από τον καφέ, τα αλκοολούχα ποτά, τα τσιγάρα, την συνδρομητική τηλεόραση, το ίντερνετ, όλα αυτά που έχουνε να κάνουνε με το λεγόμενο καλάθι του τουρίστα, τον φόρο ιδιόχρησης που επιβλήθηκε στα ιδιοχρηούμενα, στα παραγωγικά , στα εργαλεία παραγωγής των ξενοδοχειακών μονάδων και βεβαίως με την κατάργηση των μειωμένων συντελεστών Φ.Π.Α., την κατάργηση της ... όταν οι ανταγωνιστές μας, Ισπανία, Πορτογαλία έχουνε ελάχιστους έως μηδενικούς συντελεστές Φ.Π.Α..

Καταλαβαίνετε ότι η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουρισμού βάλλεται και πλήττεται πολύ σημαντικά. Δεν είναι πραγματικά και θα μου επιτρέψετε τα όσα λέω -λόγος αντιπολιτευτικός-, επιβεβαιώνονται δυστυχώς από όλα τα επίσημα στοιχεία που βλέπουμε το φως της δημοσιότητας αδιάλειπτα, της Τράπεζας της Ελλάδος και της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, που δείχνουν σε όλο το '16 πτώση δυστυχώς, των εσόδων παρά τις αφίξεις από τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας σε σχέση με την μείωση στον τζίρο τόσο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων όσο και των υπηρεσιών εστίασης, γιατί από το 13 στο 24% υπήρχε αυτή η συνέπεια. Κι αυτό μας αφορά και μας πλήττει όλους εθνικά, γιατί πραγματικά αφαιμάσσουμε

την αγελάδα, που μας δίνει το γάλα, γιατί δεν αφήνουμε να πάει μπροστά το κάρο που τραβάει την ελληνική οικονομία.

Απέναντι λοιπόν σε όλες αυτές τις πολιτικές που υπομονεύουν τον ελληνικό τουρισμό, η Νέα Δημοκρατία απαντά με ένα τρίπτυχο. Λιγότεροι φόροι, γενναίο άνοιγμα στην επιχειρηματικότητα, περισσότερες θέσεις εργασίας. Προτάσσει ως επιβεβλημένη την ανάγκη για ένα ρεαλιστικό και κοστολογημένο πρόγραμμα φοροελαφρύνσεων και φορολογικών κινήτρων για την ανάκαμψη της τουριστικής επιχειρηματικότητας, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την δέσμευση του Προέδρου μας για την κατάργηση του φόρου διαμονής, του τέλους διανυκτέρευσης στις ξενοδοχειακές μονάδες και στα τουριστικά καταλύματα. Απαντάμε με μια συμφωνία αλήθειας, που δεν είναι λόγος δημαγωγικός, αλλά θα μου επιτρέψετε να πω ότι έχει αντίκρισμα αξιοπιστίας. Αντίκρισμα αξιοπιστίας στην πολιτική, που εφαρμόσαμε κατά την διάρκεια της προηγούμενης διακυβέρνησης και για τον ελληνικό τουρισμό με μετρήσιμα μεγέθη, στόχους και αριθμούς και βεβαίως, δεσμευόμαστε για την επανασύσταση του Υπουργείου Τουρισμού, όχι για να δημιουργήσουμε ένα ακόμη υπουργείο, αλλά γιατί απλά χρειάζεται η διασφάλιση ενός επιτελικού ρόλου του συντονισμού της ταχύτητας και της αποτελεσματικότητας, που πρέπει να έχει στη στρατηγική και στη λήψη αποφάσεων ο δυναμικός τομέας του τουρισμού.

Κυρίες και κύριοι η Άρτα διεκδικεί αυτό που της αξίζει. Έναν τουρισμό πολυθεματικό, έναν τουρισμό τεσσάρων εποχών βασισμένο στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που έχει βεβαίως την δυνατότητα να εξελίξει. Από τον τουρισμό υγείας και ευεξίας, τον αγροτουρισμό μέχρι και τον θρησκευτικό τουρισμό, που προσφέρουν προσκυνηματικοί τόποι, όπως η Παναγία η Παρηγορήτισσα και η Παναγιά η Βλαχέρνα, την γαστρονομία των θαυμάσιων εσπεριδοειδών, που σας δίνει η Αρτινή γη και τον οινοτουρισμό, βεβαίως με τα εξαιρετικά κρασιά, που παράγετε και τα τσίπουρα εδώ στην περιοχή.

Έναν τουρισμό που έχει και αυτός τις προοπτικές μέσω της επικείμενης ολοκλήρωσης της Ιονίας οδού, αλλά και του εκσυγχρονισμού του αεροδρομίου του Ακτίου, που αν δεν υπήρχε η γνωστή ιδεοληπτική καθυστέρηση ήδη τώρα θα έμπαινε στον δρόμο της ιδιωτικοποίησης για να καταστήσει προσβάσιμη την περιοχή, την ευρύτερη περιοχή, όλο τον χρόνο προσελκύοντας τουρίστες και του εσωτερικού και του εξωτερικού, προσδίδοντας τεράστια οφέλη στην τοπική οικονομία και εκατοντάδες θέσεις εργασίας.

Όλα αυτά βεβαίως, κυρίες και κύριοι και για την Άρτα και για την χώρα ολόκληρη για να συμβούν προϋποθέτουν 3 πράγματα.

Εθνική στρατηγική και συνειδητοποίηση ότι ο τουρισμός είναι η απόλυτη, η απαρέγκλιτη εθνική μας προτεραιότητα.

Ένα σταθερό πολιτικό, επιχειρηματικό οικονομικό περιβάλλον χωρίς αβεβαιότητες και χωρίς παλινωδίες και

Αυτό που χρειάζεται είναι αυτό που η έλλειψή του αποτελεί πραγματικά χαίνουσα πληγή της ελληνικής νοοτροπίας. Αυτό που χρειάζεται είναι η ομαδικότητα και η συνέργεια γιατί έχουμε ευθύνη να συνειδητοποιήσουμε και χρέος όλοι ότι στον τουρισμό είμαστε όλοι εταίροι, είμαστε όλοι συμμετοχοί και από το μέρος της προόδου του έχουμε κέρδος και όφελος όλοι. Εταίροι λοιπόν και συνυπεύθυνοι Υπουργεία, Περιφέρειες, Δήμοι, επιχειρηματίες του Τουρισμού, εργαζόμενοι του Τουρισμού, πολίτες. Προϊόν δυναμικό και συλλογικό ο τουρισμός που εξυψώνεται ή

υπονομεύεται αντίστοιχα από τις υποδομές αλλά μέχρι και το χαμόγελο του απλού πολίτη και του ταξιτζή στον επισκέπτη τουρίστα. Όλοι μαζί λοιπόν συμμετοχοί, εταίροι αυτού του τουριστικού προϊόντος οφείλουμε να επικοινωνούμε προς όλον τον κόσμο ότι σε αυτή την μοναδικά ελκυστική γωνιά της γης διαθέτουμε ένα άριστο, ένα μοναδικό, ένα διαρκώς βελτιούμενο τουριστικό προϊόν στην υπηρεσία των εκατομμυρίων τουριστών, που με σεβασμό και χαμόγελο οφείλουμε και πρέπει να υποδεχόμαστε.

Η Νέα Δημοκρατία δεσμεύεται να σταθεί ξανά κοντά στην παραμελημένη τουριστικά Ελλάδα της ενδοχώρας. Κυρίως δεσμεύεται όμως να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις με την επιχειρηματοκεντρική και κίνητρο... της πολιτική, έτσι ώστε η πολύτιμη σταθερά της οικονομίας μας και αυτή που αποτελεί το 22% του Α.Ε.Π. της χώρας και αυτή που προσφέρει τις 700 πολύτιμες χιλιάδες θέσεις εργασίας να αποκτήσει ξανά την ηγέτιδα θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Κύριε πρόεδρε, να σας συγχαρώ και πάλι θερμά για την πρωτοβουλία αυτού του συνεδρίου, να σας ευχαριστήσω για την πρόσκληση, να σας ευχηθώ καλή επιτυχία και να ευχηθώ κυρίως με μεράκι και προσήλωση να καταστεί αυτό το συνέδριο θεσμός.

Σας ευχαριστώ και πάλι».

Χρήστος Μέγας: Ευχαριστούμε την κυρία Αραμπατζή και θα ήθελα τώρα , εκτός από την ευλογία, να πάρουμε και κάποιες ιδέες από τους δύο επόμενους ομιλητές. Είναι ο Σεβασμιότατος Τοποτηρητής της Ιεράς Μητρόπολης Άρτας, Μητροπολίτης πρώην Άρτας Κύριος Ιγνάτιος που τον καλώ να πάρει τον λόγο.

ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΗ πρώην ΑΡΤΗΣ κ.κ. ΙΓΝΑΤΙΟΥ:



«Σεβασμιότατε, αγαπητοί φίλοι,
ήδη πήραμε το μήνυμα και ακούσαμε την σπουδαιότητα που έχει η τουριστική ανάπτυξη σε μια πόλη, σε μια περιφέρεια, σε ένα κράτος. Και βέβαια

προσδιορίστηκαν και οι στόχοι και οι τρόποι με τους οποίους επιτυγχάνεται μια καλή ανάπτυξη τουριστική.

Η πόλη μας, όπως και η περιφέρειά μας, τονίστηκε και όλες τις προϋποθέσεις για μια καλή τουριστική ανάπτυξη έχει, για να προσελκύσει όσο το δυνατόν περισσότερους επισκέπτες, αλλά και να βοηθήσει το τοπικό στοιχείο εδώ να αναπτύξει μια έντονη οικονομική δραστηριότητα.

Θαυμάσια η περιοχή μας, όπως και κάθε περιοχή της πατρίδος μας και με την ολοκλήρωση της Ιόνιας οδού πιστεύουμε ότι πλέον θα υπάρχουν και πιο εύκολες προσβάσεις στην περιοχή μας και στον νομό μας και γενικότερα στην Δυτική Ελλάδα.

Απαιτείται γι' αυτό όπως και αυτό τονίστηκε μια κοινή προσπάθεια όλων των φορέων και παραγόντων προς αυτή την κατεύθυνση. Με μια προγραμματισμένη καλή, εύθυμη κοινωνία και συμπόρευση και προγραμματισμό, που πάντα η ομαδικότητα και η καλή συνεργασία φέρνει καλά αποτελέσματα.

Ευχή μου, ελπίδα μου και προσευχή μου είναι ο Θεός, αυτό που χρόνια ως Αρτινός νοσταλγώ και λέγω και προβάλλω στις όλες μου επικοινωνίες που έχω και εδώ και στα χωριά που είμαι, αυτός ο καημός για τον τόπο αυτόν που πραγματικά μπορεί να δώσει πολλά και όμως έμεινε πίσω, να γίνει πραγματικότητα.

Να συγχαρώ επομένως τον Πρόεδρο του Επιμελητηρίου και όλα τα μέλη που διοργανώνουν αυτό το συνέδριο προς αυτή την κατεύθυνση και να ευχηθώ να έχουμε καλή επιτυχία για το καλό όλων μας γενικότερα.

Ευχαριστώ πολύ».

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Σας ευχαριστώ ιδιαίτερα και για το σύντομο της παρέμβασή σας και καλώ στο βήμα τον Μητροπολίτη Νικοπόλεως και Πρεβέζης σεβασμιότατο κύριο Χρυσόστομο.

ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΗ ΝΙΚΟΠΟΛΕΩΣ & ΠΡΕΒΕΖΗΣ κ.κ. ΧΡΥΣΟΣΤΟΜΟΥ:



«Σεβασμιότατε, Κυρία βουλευτής, Κύριε Αντιπεριφερειάρχα, Κύριε Δήμαρχε, κύριε Πρόεδρε Επιμελητηρίου, φίλοι και φίλες,

διανύουμε μια μακρά περίοδο που αποδείχθηκε ταραχώδης και εφιαλτική ίσως, για ορισμένους, ιδιαιτέρως για τον τουριστικό τομέα. Βιώνουμε συνθήκες βαθιάς κρίσεως και παρατεταμένης υφέσεως με δυσεπίλυτα προβλήματα, που ταλανίζουν τον τουριστικό κόσμο και δοκιμάζουν σκληρά επιχειρήσεις και εργαζόμενους.

Ο τουρισμός είναι ο πρωταγωνιστής, ο τομέας εκείνος που συνεισφέρει σημαντικά σε μια χώρα, που πλήττεται από παντού και αντιμετωπίζει μεγάλα προβλήματα τόσο σε επίπεδο αγοράς όσο και σε επίπεδο κοινωνίας.

Ο οικονομικός όμως, κυκλώνας που πλήττει την πατρίδα μας προσέφερε έστω και ακούσια και ένα καλό. Την διαπίστωση ότι μόνο μέσα από υγιείς και καθαρούς θεσμούς και διαδικασίες, σύμπνοια και ομόνοια και συνεργασία μπορεί να προχωρήσει αυτή η χώρα. Αυτό σημαίνει ότι μόνο αν στηρίξουμε τις προσπάθειες σε αξιακό κώδικα και αρχές θα σημειώσουμε πρόοδο.

Η Άρτα αλλά και η ευρύτερη περιοχή, αλλά και όλη η Ήπειρος διαθέτει και πολιτισμό και φυσικό κάλος, διαθέτει ανθρώπους δραστήριους και ικανούς να ανταπεξέλθουν στις δυσχερές συγκυρίες του σήμερα.

Ας θέσουμε λοιπόν κοινωνικά υγιείς βάσεις, θεμέλια άσειστα, κανόνες ανταγωνισμού σαφείς, αλλά απαράβατους από οποιονδήποτε, όπως είπε και η κυρία βουλευτής, αλλά η πρόοδος θα είναι αλματώδης.

Χαιρετίζω λοιπόν αυτό το 1^ο συνέδριο τουριστικής Ανάπτυξης που διοργανώνει το Επιμελητήριο της Άρτας, εύχομαι καλή επιτυχία στις εργασίες του, ευχαριστώ το Δ.Σ. για την πρόσκληση να είμαι και εγώ παρόν σ' αυτή την έναρξη του Συνεδρίου και ιδιαιτέρως τον Πρόεδρό του, τον κ. Χρήστο Παπάζογλου.

Ευχαριστώ πολύ».

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Ευχαριστούμε τον Σεβασμιότατο και κάπου εδώ τελειώσαμε με τους χαιρετισμούς.

Αντί Εισήγησης ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ - Δημοσιογράφος

Θα κλέψω λίγο από το χρόνο σας καταχρώμενος τον ρόλο του **Συντονιστή:**

«Είμαι εντυπωσιασμένος από την ανταπόκριση που δείξατε στην πρωτοβουλία αυτή του Επιμελητηρίου. Που είναι πρωτοβουλία για κάθε Αρτινό-για κάθε Ηπειρώτη. Αυτή η συμμετοχή σημαίνει ότι έχετε ανάγκη από κάπου να πιαστείτε, ότι θεωρείτε αυτή την πρωτοβουλία άξια προσοχής και, κυρίως, ότι έχετε πίστη στον τόπο σας, σε αυτό που κάνετε και δείχνει όρεξη για δουλειά.

Χαίρομαι γιατί είμαι μεταξύ φίλων, μεταξύ ανθρώπων με ροζιασμένα χέρια, με βασανισμένη ζωή, με κουρασμένο από τις κακουχίες και τις βιοποριστικές ανάγκες σώμα αλλά, ταυτόχρονα με καθαρό μυαλό, μεγάλη καρδιά και προπαντός, όρεξη για δημιουργία και ζωή.

Περνούμε ευθύς αμέσως στις εργασίες του διήμερου συνεδρίου και εισαγωγικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Πρόεδρο και ολόκληρο το Διοικητικό Συμβούλιο του Επιμελητηρίου για την τιμή που μου έκαναν να συντονίσω το 1ο σχετικά Συνέδριο για τουρισμό και τους ανθρώπους του στην πατρίδα μου την Άρτα. Ιδιαιτέρως

θέλω να αναφερθώ προς τούτο την κυρά Μαρία Παπαβασιλείου που είναι ο πιο χρήσιμος κρίκος αυτής της σύζευξης...

Και η Άρτα θέλει την προσοχή μας. Γιατί στην Κρήτη ή την Μύκονο και Σαντορίνη δεν χρειάζεται να κάνει κάτι η πολιτεία για να πάνε ή να αυξηθούν οι επισκέπτες (αντιθέτως, εάν κάνουν κάτι συνήθως διώχνουν κόσμο), Αλλά η Άρτα, η Ήπειρος, η ελληνική ενδοχώρα χρειάζεται πολλά για να πάρει μπρος ο τουρισμός, για να κινητοποιηθούν δυνάμεις, για να έρθει δειλά-δειλά η ανάπτυξη, να υπάρξει καμιά δουλειά, να μείνουν οι νέοι τόπο μας, να παντρευτούν να κάνουν παιδιά... Γιατί, αν περιμένουμε μόνο από τους μετανάστες να λυθεί το δημογραφικό προκειμένου εμείς οι μεγαλύτεροι να πάρουμε σύνταξη, δε λείει..

Γι' αυτό είμαστε εδώ. Γι' αυτούς τους σύνθετους λόγους αλληλεξάρτησης και χρόνιας υπανάπτυξης. Για να εξετάσουμε εάν υπάρχει τρόπος να σπάσουμε το κέλυφος της απομόνωσης...

ΓΙΑΤΙ Η ΑΡΤΑ; Θα επιχειρήσω μια παρουσίαση

Δρόμοι πολυκαιρισμένοι, εκκλησιές αμφίπλευρα, μέσα κι έξω, καπνισμένες (και από τα κεριά των πιστών και τα βόλια των κατακτητών), αρχαία θέατρα που μαρτυρούν τον Ευριπίδη, τον Σοφοκλή, τον Αισχύλο και την παράδοση της πρώτης επανάστασης του Δήμου με την ανατροπή του άρχοντα λόγω οίησης, παλίμψηστες παραδόσεις και τραγούδια (καγκελάρι) που παραπέμπουν στον αρχαίο χορό, κάστρο αναβαθμίδα της διαχρονικής ιστορίας μας, μια αρχαία πόλη χτισμένη -και καλά προστατευμένη- στον μυχό μιας απόρθητης υγρής κοιλάδας που σχηματίζει ο Άραχθος και μαρτυρεί τη συνέχεια του έθνους μας, μια περιοχή επίκεντρο ποικίλων εξορμήσεων. Μια ώρα δρόμος είναι η Δωδώνη, το νεκρομαντείο, η Κασσιόπη, το Ζάλογγο, τη μόνη Σέλτσου, την κόκκινη εκκλησία, το Όρραον.

Η Άρτα αποτελεί την επιτομή της ελληνικής περιφέρειας εν μέσω μιας πολύχρονης παραγωγικής, οικονομικής και, φευ, κοινωνικής κρίσης που βιώνει η χώρα μας.

Ενώ έχει όλες τις προϋποθέσεις για να βγει στο ξέφωτο του ανταγωνισμού, να πρωτοστατήσει και να προσφέρει τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της, ομφαλοσκοπεί παρασυρμένη από την χρόνια εγκατάλειψη της ελληνικής περιφέρειας. Αυτό δεν μπορεί να συνεχιστεί. Αφενός γιατί, όπως προείπαμε, η κρίση μετατρέπεται σε κοινωνική, άρα έχουμε ευθύνες έναντι της νέας γενιάς της περιοχής μας και αφετέρου **γιατί ΜΠΟΡΟΥΜΕ!**

Η Άρτα είναι πολυτραγουδισμένη, ευλογημένη, πολύκαρπη, άνυδρη και εύφορη, ορεινή και πεδινή, παράκτια και ηπειρωτική, κτηνοτροφική και θαλασσινή, φυλλοβόλα και αειθαλή, οικολογική και εναλλακτική, αειφόρα και αναγεννητική.

Κοντολογίς, ο Νομός Άρτας είναι η μικρογραφία της χώρας. Η αποτύπωση του ανάγλυφου των ορεινών όγκων και του δαντελωτού των παραλιών. Και έχει το ιστορικό αποτύπωμα του 20ου αιώνα με όλες τις προκλήσεις του 21ου αιώνα. Ιστορία και ευκαιρίες, παράδοση και σύγχρονες τεχνικές, βιοποικιλότητα και τεχνολογία.

→ Βλέποντας τα διάσπαρτα μνημεία της αρχαίας Αμβρακίας πιάνεις το μίτο της Ελληνικής ιστορίας από την αρχή. Περιδιαβαίνοντας την πόλη «πετάγεσαι» στο Βυζάντιο. Διασχίζοντας τον Νομό έχεις την τοιχογραφία της νεώτερης ιστορίας της πατρίδας μας.

Στην Άρτα, συνυπάρχει η Βυζαντινή «Ανατολή» με τον «Δυτικό» ορθολογισμό που έχει μπολιαστεί με τις πυκνές σχέσεις με την Ιταλία. Αλλά, παρούσα είναι και η

βαλκανική πολυμορφία με τους κυρατζήδες, τους Βλάχους, τους εμπόρους, τους μαστόρους, τους ξενιτεμένους, την διασπορά.

→ Η Άρτα έχει και τα πλουμίδια της και τα στολίδια της (μαζί με τα Γιάννενα σε κάθε περίπτωση) αλλά έχει και Μνημεία.

Πρώτο το Ιστορικό Γεφύρι, η Παναγιά η Παρηγορίτισσα, Η Αγία Θεοδώρα, η Παναγία της Βλαχέρνας, δεκάδες Βυζαντινές εκκλησίες και μοναστήρια.

→ Ωστόσο η Άρτα έχει και τα πορτοκάλια της και τα κάθε λογής εσπεριδοειδή, τα ακτινίδια, τα κηπευτικά, τα περίφημα αρτινά (μικροκαμωμένα αλλά ανθεκτικά) πρόβατα που παράγουν απaráμιλλης γεύσης γαλακτοκομικά προϊόντα, σύγχρονες μονάδες παραγωγής (βιομηχανίες της αγροτοδιατροφικής αλυσίδας, καθετοποιημένες αγροτικές μονάδες, καθώς διάσπαρτα μικρά οινοποιία που παράγουν ένα ιδιαίτερο τσίπουρο από την ποικιλία «ζαμπέλα» και κρασιά με «σώμα» και έντονο «μπουκέ»).

→ Τα παραπάνω είναι οι βάσεις και, ταυτόχρονα, η αφορμή στην επιδίωξη να αναδειχτεί ο Νομός και η ευρύτερη περιοχή σε πόλο τουριστικού προορισμού. Για τις οικογένειες, για τους νέους ανθρώπους που έχουν αναφορά στην Ήπειρο, για όσους αναζητούν εναλλακτικές διαδρομές και γνήσιες γεύσεις, για τον θρησκευτικό τουρισμό.

Με αυτή τη σύντομη αναφορά σαν ερέθισμα θέλουμε να σας καλέσουμε να πάρετε το λόγο με διεισδυτικές προτάσεις, ρεαλιστικές λύσεις, καινοτόμες ιδέες. Θέλουμε να ακούσουμε και να μάθουμε για να τα εφαρμόσουμε.

Και ως Ηπειρώτες και να ξέρουμε.. εμείς ρωτάμε. Για να μάθουμε, να βεβαιωθούμε αλλά και για να επιβεβαιωθούμε...

Μόνο μια ακόμη μικρή αναφορά σε **τέσσερις ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**:

1. Την δημιουργία Ιστοσελίδας για την Άρτα

2. Την διαμόρφωση Προγράμματος Εκδρομών με αφετηρία την πόλη. (ποια διαδρομή θα ακολουθήσει ο επισκέπτης, που θα φάει πρωινό, σε ποιο χωριό και ποιο σπίτι ή καφενείο, που θα πάει για μεσημεριανό, που θα φάει το γλυκό. Όλα αυτά συντονισμένα από την Άρτα, ίσως και πληρωμένα στην Άρτα. Και οι 15-20 επαγγελματίες που θα ενταχθούν στο πρόγραμμα να ξέρουν ποιους, πότε και για πόσο θα υποδεχτούν).

3. Για την υποστήριξη όλων αυτών την δημιουργία ενός Γραφείου Τουρισμού στην πόλη.

4. Αλλά κυρίως πιστεύω κι επειδή εδώ είναι και ο κύριος **Ιωάννου** και θέλω αυτό να ζυμωθεί περισσότερο μεταξύ μας είναι ότι η Ήπειρος επειδή έχει φυσικά όρια ανατολικά την Πίνδο νότια τον Αμβρακικό, δυτικά το Ιόνιο, βόρεια έχουμε κρατικά σύνορα και επειδή είναι μια περιοχή που δεν έχει έντονη παραγωγή μπορεί **να κηρυχτεί μία οικολογικής ζώνη σε μετάβαση**. Έτσι ώστε σε 12-15 χρόνια να είναι μια πραγματικά οικολογική ζώνη. Μέχρι τότε θα ελέγχουμε λίγο τα χημικά, θα ελέγχουμε λίγο τα φυτοφάρμακα και αυτό μπορεί να αναζωογονήσει την περιοχή ως εξής: Σε μόλις 2 χρόνια ενδεχομένως να διπλασιαστούν οι επισκέπτες και σε 3 ή 4 χρόνια να διπλασιαστεί η παραγωγή.' Όλοι θα τα προτιμούν λόγω της ποιότητάς των. Υπάρχει ένα πρόβλημα με επαγγελματίες γεωπόνους, κτηνιάτρους και άλλους ή ακόμα και ορισμένες καθετοποιημένες αγροτικές μονάδες, όπως είναι τα θερμοκήπια κλπ. Καταρχήν τα θερμοκήπια είναι μία πολύ ήπια οικολογική μονάδα δεν χρησιμοποιεί τόσα χημικά. Ως προς τους λοιπούς, ο κύριος Ιωάννου είναι εδώ, θα το μεταφέρει φαντάζομαι και στον κ. Καχριμάνη, το οποίο πλειστάκις έχω

αναφέρει ότι μπορεί να γίνει ένα πρόγραμμα, όπου αυτοί οι άνθρωποι να μπορούν να ενταχθούν και να γίνουν οι καλύτεροι προπαγανδιστές αυτής της μετάδοσης και ένα τελευταίο όφελος.

Τα σπίτια σας, τα σπίτια μας, τα εγκαταλελειμμένα στο χωριό, που τώρα πληρώνουμε ΕΝΦΙΑ και ενδεχομένως καμιά φορά λέμε «ρε πατέρα εντάξει μου το άφησες εις μνήμην, το τιμώ, αλλά μου κοστίζει!», μπορεί να αξιοποιηθεί, να πάρει αξίνα και να διπλασιαστεί η τιμή του. Σας ευχαριστώ πάρα πολύ»!

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Τώρα, καλώ στο βήμα τον κύριο Ιωάννου είναι ο Αντιπεριφερειάρχης Πρέβεζας και υπεύθυνος Τουριστικής Ανάπτυξης Ηπείρου, μέλος του Δ.Σ. του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου, ο οποίος θα μας μιλήσει και εκ μέρους της περιφέρειας και εκ μέρους της ιδιότητάς του στο ξενοδοχειακό επιμελητήριο, με τίτλο “Προοπτικές Τουριστικής Ανάπτυξης στον νομό Άρτας”. Κύριε Ιωάννου έχετε τον λόγο».

ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΣΤΡΑΤΟΥ ΙΩΑΝΝΟΥ-

**Αντιπ/ρχη Πρέβεζας & Τουριστικής Ανάπτυξης της Ηπείρου
- Μέλος ΔΣ Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου**

Εισήγηση: «Προοπτικές Τουριστικής Ανάπτυξης στο Ν. Άρτας»



«Καλησπέρα κι από μένα.

Θέλω να μεταφέρω τον χαιρετισμό του Περιφερειάρχη μας του κ. **Αλέξανδρου Κακριμάνη**, ο οποίος, επειδή υπάρχει Γενική Συνέλευση της Ένωσης Περιφερειών Ελλάδας, έπρεπε να βρίσκεται στην Αθήνα, αλλά με το μυαλό του και την καρδιά του, με τον νου του και την καρδιά του -όπως το γνωρίζετε όλοι- είναι δίπλα σας.

Χαίρομαι ιδιαίτερως που βρίσκομαι, σήμερα μαζί σας, σε ένα συνέδριο που αγγίζει ένα πολύ λεπτό θέμα για τον νομό Άρτας, αλλά και για ολόκληρη την Ελλάδα, καθώς ο τουρισμός αποτελεί όχι μόνο την βαριά βιομηχανία της Ελλάδας, αλλά κι έναν άμεσο χρηματοδότη της οικονομίας.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟ Ν. ΑΡΤΑΣ



Στράτος Ιωάννου

Αντιπεριφερειάρχης Πρέβεζας και υπεύθυνος Αντιπεριφερειάρχης
για την τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου
Μέλος του Δ.Σ του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας

Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει για την Άρτα, αλλά και για ολόκληρη την Ήπειρο, έναν μοχλό ανάπτυξης ο οποίος θα αιμοδοτήσει τον τόπο και θα συμβάλει αποφασιστικά στην πρόοδο και στην μείωση της ανεργίας.

Είμαι σίγουρος και βλέποντας τους συνομιλητές μου ότι θα είναι ένα εποικοδομητικό συνέδριο και θα ήθελα να ευχαριστήσω για αυτό τον Πρόεδρο και το Διοικητικό Συμβούλιο, τον Χρήστο Παπάζογλου τον πρόεδρο του Επιμελητηρίου.

Έχω κληθεί εδώ σήμερα να σας μιλήσω ως εκπρόσωπος της Περιφέρειας Ηπείρου και ως εκπρόσωπος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας. Πέραν αυτού του λόγου, θα προσπαθήσω να σας μιλήσω και σαν επιχειρηματίας, που αγωνιά καθημερινά για το μέλλον των επιχειρήσεων του και βλέπει ότι πρέπει να υπάρξει μεγάλη κινητοποίηση από εμάς τους ίδιους προκειμένου να επέλθουν τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Η Περιφέρεια με το πρόγραμμα τουριστικής προώθησης για όλη την Ήπειρο ενθαρρύνει και υποβοηθά τις τοπικές προσπάθειες και τις τοπικές προωθητικές ενέργειες, που αναπτύσσονται για την τουριστική ανάπτυξη της κάθε περιοχής. Στόχος της είναι η πιο μεγάλη και ισόρροπη διάχυση της αύξησης του τουριστικού ρεύματος.

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, με τη σειρά του, ενεργό και δίπλα στους επαγγελματίες όλα αυτά τα χρόνια είναι μια δύναμη που πρέπει να αξιοποιήσουμε. Από όταν αναλάβαμε, ως Περιφέρεια, εφαρμόζουμε ένα ενιαίο στρατηγικό σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης για όλη την Ήπειρο και την αντιμετωπίζουμε ως έναν ενιαίο προορισμό κι αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό. Η αντιμετώπιση της Ηπείρου ως ενιαίο προορισμό μας έχει δώσει μία σειρά από πλεονεκτήματα και οφέλη τα οποία τα καρπώνεται ολόκληρη η Ήπειρος, τόσο τα πιο αναπτυγμένα τουριστικά μέρη όσο και τα λιγότερο τουριστικά.

Οι βασικοί πυλώνες της στρατηγικής βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης που εφαρμόζουμε τα τελευταία χρόνια είναι οι εξής:

- Ήπειρος των τεσσάρων εποχών
- Τουριστική ανάπτυξη πάντοτε και παντού.
- Περιβάλλον η Προίκα μας
- εξωστρέφεια, αξιοποίηση κάθε καινούριας ευκαιρίας και δημιουργία ευκαιριών.
- Οριστική προσέγγιση, καινοτομία. Εδώ θα ήτανε χρήσιμο, αλλά δεν είναι θέμα του τωρινού συνεδρίου, και γι' αυτό δεν θα το αναπτύξω, απλώς θα σας πω τα bullet, έτσι τα σημεία, τα κεντρικά σημεία εν τάχει για να πάμε στο κυρίως θέμα που είναι και θέμα του συνεδρίου.

Πρωθούμε λοιπόν:

- την ποιοτική ενίσχυση του μαζικού τουρισμού.
- Ταυτόχρονα με τον ίδιο ζήλο προσπαθούμε όλες τις θεματικές μορφές τουρισμού που προσφέρει η Ήπειρος.
- Δίνουμε μεγαλύτερο βάρος σε προορισμούς που δεν έχουν αναπτυχθεί αρκετά.
- Χρησιμοποιούμε καθιερωμένα ισχυρά brand name της Ηπείρου για τουρίστες στην Ήπειρο,
- δείχνουμε εξωστρέφεια και αξιοποιούμε κάθε ευκαιρία που παρουσιάζεται.

Επιλέξαμε να επιβάλουμε το τουριστικό προϊόν μας θεματικά. Η θεματική προβολή της Ηπείρου ενισχύει την ανάδειξη τουριστικού προϊόντος και βοηθά στην διασπορά του τουριστικού ενδιαφέροντος σε πολλά σημεία της επικράτειάς της. Θεματική διάρθρωση της επικοινωνίας και δημιουργία διαφορετικών διαδρομών, προσέγγισης της Ηπείρου. Έχουμε λοιπόν θεματικά πεδία: Ήπειρος της φύσης, Ήπειρος της περιπέτειας, Ήπειρος του πολιτισμού, Ήπειρος του ήλιου και της θάλασσας, Ήπειρος της γεύσης, Ήπειρος της θρησκείας.

Η Θεματική Προβολή της Ηπείρου ενισχύει την ανάδειξη πτυχών του τουριστικού προϊόντος και βοηθάει στην διασπορά του τουριστικού ενδιαφέροντος σε πολλά σημεία της επικράτειάς της.

→ Θεματική διάρθρωση της επικοινωνίας και δημιουργία διαφορετικών διαδρομών προσέγγισης της Ηπείρου

- Ήπειρος της Φύσης
- Ήπειρος της περιπέτειας
- Ήπειρος του πολιτισμού
- Ήπειρος του Ήλιου και της θάλασσας
- Ήπειρος της Γεύσης
- Ήπειρος της θρησκείας

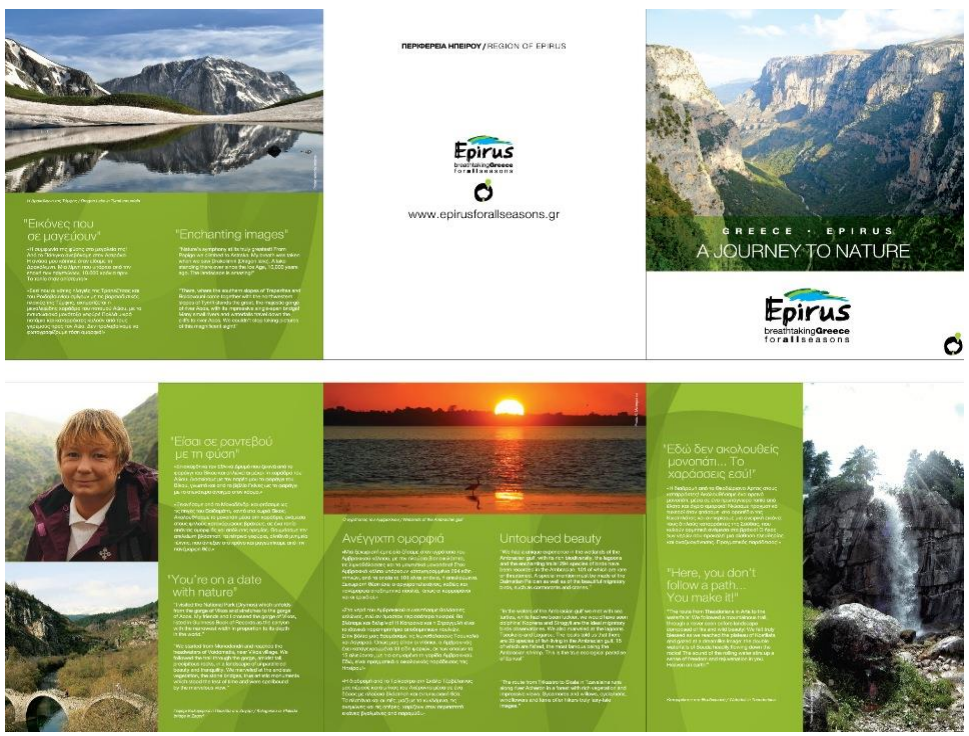


Εξυπακούεται ότι συχνά οι διαδρομές συνδυάζονται π.χ. επισκέπτης του καλοκαιριού που ενδιαφέρεται επίσης για τον πολιτισμό, ή επισκέπτης που ενδιαφέρεται για τα θρησκευτικά μνημεία και την γαστρονομία.

Οι συνδυασμοί παράγουν ένα τεράστιο αριθμό διαδρομών που τείνουν προς την εξατομίκευση και συμβάλουν στην διάνοιξη και εξάπλωση των επισκεπτών της Ηπείρου στον χώρο και στον χρόνο.



Εδώ βλέπετε κάποια από τα φυλλάδια (προτζέκτορας), τα θεματικά φυλλάδια τα οποία έχουν εκδοθεί και κυκλοφορούν από την Περιφέρεια Ηπείρου, τα θεματικά που σας ασπέρα προηγουμένως.



**Η περιπέτεια είναι
in ζων που!**
Και η δική σου είναι...

Η περιπέτεια είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.

**"Adventure is my life!
And it's yours as well..."**

Η περιπέτεια είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.

ΕΠΙΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Epirus
for all seasons

www.epirusforallseasons.gr



ΕΠΙΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

A JOURNEY TO ADVENTURE

Epirus
for all seasons

Ήπειρος της περιπέτειας



"Αβερώνω στο βουνό!"

Η αβερώνη είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.



**"Όχι υπέρβολη όρεξη...
Υπόλοιπο μόνο εσύ!"**

Η αβερώνη είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.

**"Όχι υπέρβολη όρεξη...
Υπόλοιπο μόνο εσύ!"**

Η αβερώνη είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.



**"Όταν ο γεύσιος
δημιουργεί αναμνήσεις"**

Η γεύση είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.

**"When tastes create
memories"**

Η γεύση είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.

ΕΠΙΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Epirus
for all seasons

www.epirusforallseasons.gr

ΕΠΙΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

A JOURNEY TO GASTRONOMY

Epirus
for all seasons

Ήπειρος της γεύσης



**"Το υλικό είναι
αναμμένο. Η γεύση
δύσκολη... πολύ νόστιμη!"**

Η γεύση είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.

**"Το υλικό είναι
αναμμένο. Η γεύση
δύσκολη... πολύ νόστιμη!"**

Η γεύση είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.

**"Το υλικό είναι
αναμμένο. Η γεύση
δύσκολη... πολύ νόστιμη!"**

Η γεύση είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.

**"Η γλυκιά γεύση της
ζαχαρώδους είναι εδώ..."**

Η γεύση είναι ένα συναρπαστικό ταξίδι που σε οδηγεί σε άγνωστα μέρη, σε νέες ανακάλυψεις και σε υπέροχες εμπειρίες. Είναι η αίσθηση της ελευθερίας και της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό. Είναι η αίσθηση της αφοσίωσης σε έναν σκοπό.





Ήπειρος του πολιτισμού



Ήπειρος της θρησκείας



Με την στρατηγική μας τα αποτελέσματα είναι απτά και συγκεκριμένα. Η Ήπειρος έκανε την εμφάνισή της ως ενιαίος προορισμός πριν από λίγα χρόνια. Θέλω να κάνω μία παρένθεση εδώ -τι συνέβαινε πριν από 5 χρόνια, πριν αναλάβουμε: Η κάθε κοινότητα, ο κάθε δήμος, ο κάθε σύλλογος ξενοδόχων, ενοικιαζομένων δωματίων, το κάθε Επιμελητήριο, η κάθε Νομαρχία, ο καθένας προωθούσε από μόνος του με την δικιά του λογική, με ένα δικό του λογότυπο, ένα δικό του brand name προσπαθούσε να προωθήσει την περιοχή και συνέβαινε για παράδειγμα: Γνωρίζετε ότι η Λυγιά- Λούτσα είναι μια παραλία. Η Λυγιά να έχει δικό της brand

name, έχει δικό της λογότυπο και δίπλα η Λούτσα διαφορετικό, με αποτέλεσμα μία τεράστια σύγχυση στον επισκέπτη και να μην γνωρίζει που βρίσκεται, που πηγαίνει. Έτσι λοιπόν εμείς αποφασίσαμε το ενιαίο, ως Ήπειρος και ως Ήπειρος μη στεκόμαστε πάλι γιατί τα διοικητικά όρια είναι δεν είναι κάτι. Ο τουρισμός και ο επισκέπτης δεν στέκεται στα διοικητικά όρια τα δικά μας. Ως Ήπειρος, μπορεί και η Λευκάδα να είναι μαζί μας, όπως μπορούν και τα Γρεβενά να είναι μαζί μας. Ο τουρισμός δεν σταματάει στην Ήπειρο, συνεχίζει και πιο πέρα.

Λοιπόν, είναι ήδη ένας αναγνωρίσιμος και ... προορισμός, με συνεχώς ανοδική τάση του τουριστικού ρεύματος. Έχουμε αύξηση στις αφίξεις, αύξηση στις κρατήσεις και όλα αυτά έγιναν σε συνεργασία. Αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό για τους επιχειρηματίες του τουρισμού, οι οποίοι συνεισέφεραν τα μέγιστα. Η αύξηση του τουριστικού ρεύματος δεν αφορά μόνο συγκεκριμένους προορισμούς που έχουν παραδοσιακά μεγάλη ζήτηση. Η αύξηση αυτή διαχέεται σε ολόκληρη την Ήπειρο. Στόχος μας είναι η πιο μεγάλη και ισόρροπη διάχυση της αύξησης του τουριστικού ρεύματος. Το πρόγραμμα στρατηγικής προώθησης της Ηπείρου δεν αποκλείει, αντιθέτως ενθαρρύνει, υποβοηθά τις τοπικές προσπάθειες και τοπικές προωθητικές ενέργειες που αναπτύσσονται είτε από την πλευρά των περιφερειακών ενοτήτων, των Δήμων, των Επιμελητηρίων όπως γίνεται τώρα, αλλά κι άλλων κλαδικών φορέων κλπ. Έχει σημασία οι τοπικές προωθητικές ενέργειες να συνάδουν με το πνεύμα και τις γενικές στοχεύσεις του στρατηγικού προγράμματος της τουριστικής προβολής της Ηπείρου. Βέβαια και τα αποτελέσματα που θα βγουν εδώ -για να μην υπάρχει αυτή η σύγχυση, το είπα και προηγουμένως,- πρέπει να συνάδουν με το στρατηγικό σχεδιασμό της Περιφέρειας Ηπείρου.

Η Ήπειρος των τεσσάρων εποχών: Η Ήπειρος είναι ένας προορισμός και για τις 4 εποχές του χρόνου. Με την ποικιλομορφία και τον πλούτο της μπορεί να προσφέρει αυτή την πλήρη εμπειρία κάθε εποχή του χρόνου και καλύπτει όλα τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών παρέχοντας δυνατότητες για όλες τις μορφές τουρισμού.



Και η Άρτα είναι η Άρτα των τεσσάρων εποχών, γιατί ισχύει ιδιαίτερα για τον νομό της Άρτας που διαθέτει προτάσεις για να αποτελεί προορισμό τεσσάρων εποχών. Ο νομός Άρτας πληροί τις προδιαγραφές για να γίνει προορισμός. Αν αναλογιστεί κάποιος ότι έχει την μοναδική βυζαντινή προίκά και τον πολιτισμικό πλούτο, εξάισια φύση, ορεινό πανόραμα, τα Τζουμέρκα, το υγρό στοιχείο, Άραχθος, Λούρος και Αμβρακικός, τη θάλασσα, την ποικιλότητα. Όλα είναι εδώ. Με την ποικιλότητα αυτή, την μοναδική γαστρονομία.

Η Ήπειρος ολόκληρη, αλλά ιδιαιτέρως ο νομός Άρτης αποτελεί έναν ιδεώδη προορισμό για τους λάτρεις της βυζαντινής και ορθόδοξης χριστιανικής παράδοσης. Ο νομός Άρτας είναι σπαρμένος με απίστευτης ιστορικής, θρησκευτικής και αισθητικής αξίας βυζαντινούς ναούς και μονές. Εδώ βλέπετε κάποια (προτζέκτορας). Είναι πολύ γνωστά σε μας και σε σας οπότε τα περνάω γρήγορα γιατί τα γνωρίζετε καλύτερα και από μένα.

Η μοναδική Βυζαντινή προίκά



Η Ήπειρος ολόκληρη, αλλά ιδιαιτέρως ο νομός Άρτας, αποτελεί έναν ιδεώδη προορισμό για τους λάτρεις της βυζαντινής και ορθόδοξης χριστιανικής παράδοσης. Ο νομός Άρτας είναι σπαρμένος με απίστευτης ιστορικής, θρησκευτικής και αισθητικής αξίας Βυζαντινούς Ναούς και Μονές.

Ο πολιτισμικός πλούτος της: Ο πολιτισμός, ο ιστορικός και αρχαιολογικός πλούτος είναι μείζον στοιχείο τουριστικού προϊόντος ολόκληρης της Ηπείρου. Ο νομός Άρτας συμμετέχει στο έργο «πολιτισμική διαδρομή στα αρχαία θέατρα της Ηπείρου», με το θέατρο της αρχαίας Αμβρακίας -κι όχι μόνο δήμαρχε- το μικρότερο από τα αρχαία ελληνικά θέατρα που έχουν αποκαλυφθεί μέχρι σήμερα και ένα από τα πιο κομψά.

Εδώ θα μπορούσα να κάνω μία ολόκληρη ομιλία γι αυτό το θέμα, αλλά επειδή είναι ο κύριος Μπένος εδώ και είμαι σίγουρος ότι θα αναφερθεί δεν θα πω περισσότερα για τις πολιτιστικές διαδρομές, για το θέμα αυτό.

Η εξάισια φύση, το ορεινό πανόραμα, τα Τζουμέρκα, το υγρό στοιχείο -όπως είπα και προηγουμένως-, η θάλασσα κτλ, το ανάγλυφο του εδάφους, οι ιστορικές συνθήκες, αλλά κυρίως η αγάπη των Ηπειρωτών για την φύση κατάφεραν να διασώσουν στις μέρες μας ένα απaráμιλλο φυσικό περιβάλλον ανέγγιχτο και αναλλοίωτο. Ο νομός Άρτας αποτελεί μια εξαιρετική περίπτωση διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος. Τα περνάω λίγο γρήγορα αυτά, τα γνωρίζετε όπως είπα.



Η γαστρονομία της. Η καλή γαστρονομία βασίζεται στα καλά τοπικά προϊόντα και ο νομός Άρτας φημίζεται για την ποιότητά του. Αυτά όμως τα μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα του νομού Άρτας πρέπει να αξιοποιηθούν και μάλιστα μέσω αυτών αποφασίζουμε που θα στοχεύσουμε.



Επιλέγουμε τα ποιοτικά κοινά, αγορές-στόχους, μελετούμε το τι θέλει η αγορά. Αναζητούμε γέφυρες ενδιαφέροντος και προχωράμε σε δυνατή προώθηση προβολή.



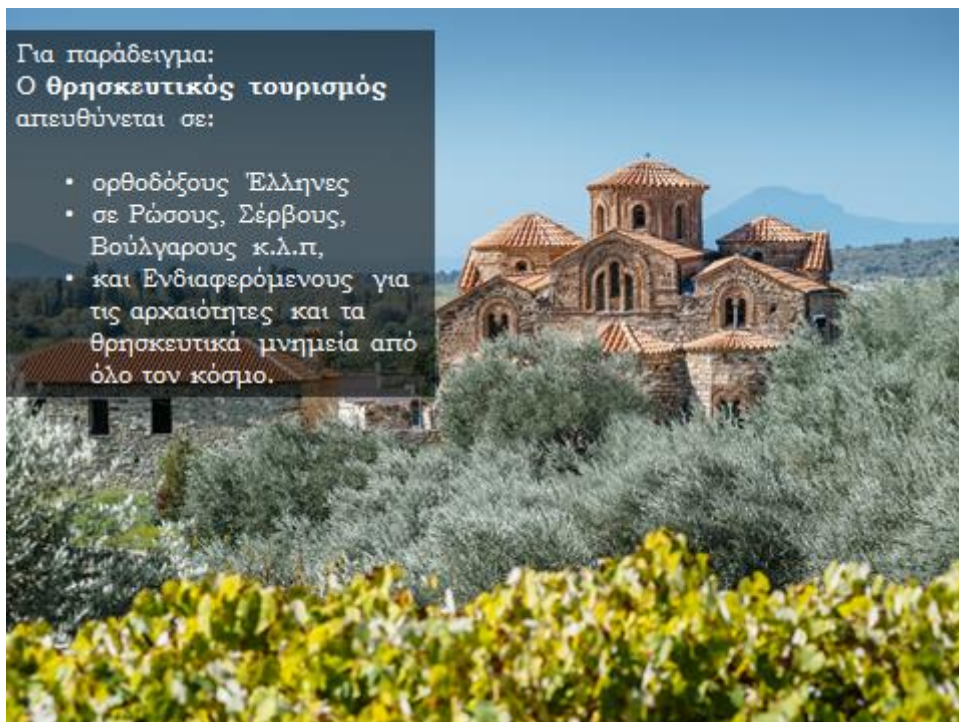
Αυτά όμως τα μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα του Ν. Άρτας πρέπει να αξιοποιηθούν.

Και, μάλιστα, βάσει αυτών, αποφασίζουμε που θα στοχεύσουμε.

- Επιλέγουμε τα ποιοτικά κοινά/αγορές στόχους
- Μελετούμε το τι θέλει η αγορά
- Αναζητούμε γέφυρες ενδιαφέροντος

Και προχωράμε σε δυνατή προώθηση/ προβολή

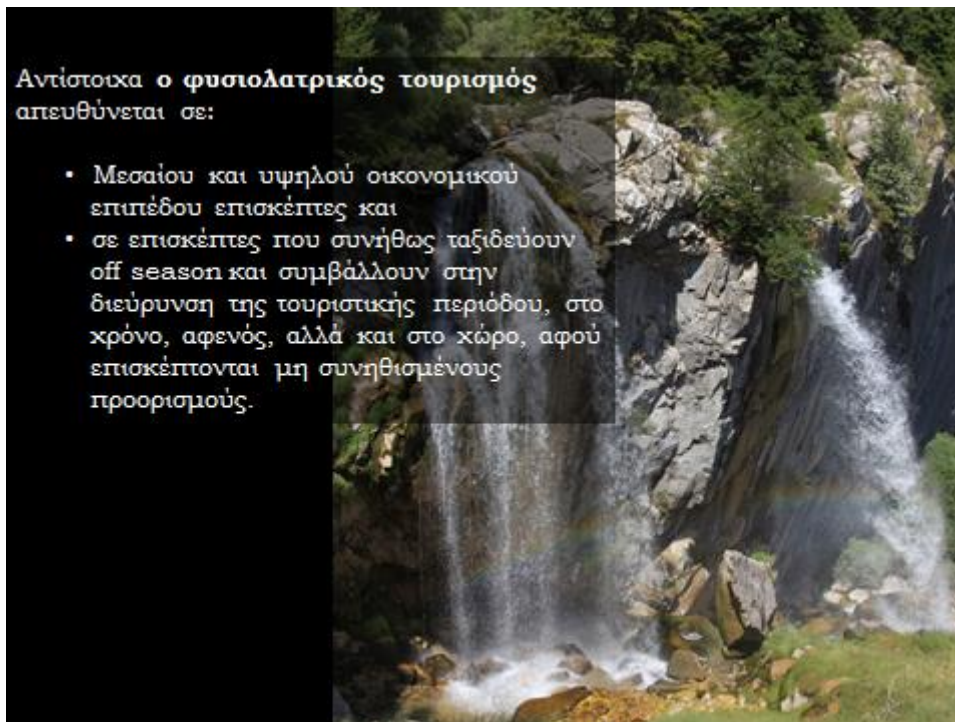
Για παράδειγμα ο θρησκευτικός τουρισμός απευθύνεται σε Ορθόδοξους Έλληνες, αλλά και σε Ρώσους, Σέρβους, Βούλγαρους κλπ και ενδιαφερόμενους βέβαια για τις αρχαιότητες και τα θρησκευτικά μνημεία από όλον τον κόσμο.



Για παράδειγμα:
Ο θρησκευτικός τουρισμός
απευθύνεται σε:

- ορθοδόξους Έλληνες
- σε Ρώσους, Σέρβους, Βούλγαρους κ.λ.π,
- και Ενδιαφερόμενους για τις αρχαιότητες και τα θρησκευτικά μνημεία από όλο τον κόσμο.

Αντίστοιχα, ο φυσιολατρικός απευθύνεται σε μεσαίου και υψηλού επιπέδου επισκέπτες και σε επισκέπτες που συνήθως ταξιδεύουν off season και συμβάλουν προς την διεύρυνση της τουριστικής περιόδου στον χρόνο αφενός, αλλά και στον χώρο αφού επισκέπτονται μη συνηθισμένους προορισμούς. Αυτό που προηγουμένως αναφέρθηκε σαν εναλλακτικός και μη προορισμοί.



Όσον αφορά τον γαστρονομικό τουρισμό δεν είναι αρκετά αναπτυγμένος. Ο λόγος, το γεγονός ότι η γαστρονομία αποτελεί στοιχείο της εμπειρίας του ταξιδιού του επισκέπτη.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν αυτούς τους παραμέτρους έχουμε τις εξής δυνατότητες προβολής:

- Προβολή στο ευρύ κοινό μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης τα γνωστά τηλεόραση, ραδιόφωνο, τύπος, ίντερνετ και τα λοιπά. Το ευρύ κοινό καταρχήν μαθαίνει τον προορισμό και αναπτύσσει την επιθυμία γι' αυτόν. Δηλαδή αναπτύσσει την επιθυμία να επισκεφθεί την Άρτα μέσα από μία δυνατή προβολή και δεν μιλάω μόνο για το κοινό της Ελλάδας, μιλάω για το παγκόσμιο κοινό έτσι. Αυτός είναι ένας ιδιαίτερα δαπανηρός τρόπος προβολής να προσπαθήσεις να κάνεις γνωστή την περιοχή της Άρτας. Ας πούμε για παράδειγμα στις Σκανδιναβικές χώρες καταλαβαίνετε τι κόστος έχει αυτό;
- Προβολή σε τουριστικούς πράκτορες, γραφεία τους λεγόμενους Tour Operators, που τον προωθούν και τον πουλάνε στο κοινό. Μικρό κόστος προβολής.
- Συνδυαστικά και τα δύο. Αυτό είναι το ιδανικό, γιατί το δεύτερο σε μικρούς τουριστικούς πράκτορες πρέπει να επικεντρωθεί σε αυτούς τους Tour Operators και αυτοί μετά θα σε διαφημίσουν και το συνδυαστικό που είναι και το ιδανικό πιθανά να σου ζητήσουν να κάνεις στοχευμένα κι εσύ να αναλάβεις κάποια διαφήμιση.



Το κλειδί για την πετυχημένη τουριστική ανάπτυξη του νομού Άρτας είναι να συστρατευθούν η Περιφέρεια, ως ενοποιός παράγοντας και οι λοιποί φορείς Δήμοι, Επιμελητήριο και οι επαγγελματίες του τουρισμού και πρέπει να ακολουθεί το τρίπτυχο **“Ποιότητα- Ξενοδοχειακό δυναμικό –Εκμετάλλευση των δυνατοτήτων προβολής”** που δίνει η Περιφέρεια και άλλοι φορείς οι Δήμοι παράδειγμα και το Επιμελητήριο και ίσως ο σύλλογος ξενοδόχων κτλ και **«Επαγγελματισμός- Ποιότητα- Ξενοδοχειακό Δυναμικό».**

Το ξενοδοχειακό δυναμικό αποτελεί ένα πραγματικό όριο που καθορίζει την δυνατότητα απορρόφησης, κάλυψης τουριστικής προσέλευσης σε έναν τόπο. Η αύξηση του τουριστικού ρεύματος ωθεί προς την αύξηση του δυναμικού προς την δημιουργία δηλαδή νέων μονάδων, όπως και στην ανανέωση των υφιστάμενων, δηλαδή η αγορά βλέπει την ευκαιρία και επενδύει. Αντιστοίχως, η αύξηση και βελτίωση της δυναμικότητας των τουριστικών μονάδων συμβάλει στην αύξηση του τουριστικού ρεύματος διότι αναβαθμίζει και καθιστά ελκυστικότερο το τουριστικό προϊόν. Δηλαδή, επειδή ακούω πολλές φορές στην Άρτα ότι δεν έχουμε ξενοδοχεία. Σαφώς και δεν υπάρχουν ξενοδοχεία, δεν μπορεί να γίνει ένα ξενοδοχείο και να περιμένουμε να’ ρθει. Μιλάμε για μικρά και μεσαία, δεν μιλάμε για τα πάρα πολύ μεγάλα, αυτά μπορούν να κινηθούν διαφορετικά.

Σαφώς δεν μπορούν να γίνουν ξενοδοχεία και να περιμένουν να’ ρθει ο κόσμος. Αν όμως υπάρχει μια πίεση σαν αυτή που δημιουργείται φέτος, δουν οι επιχειρηματίες της περιοχής, οι άνθρωποι που θέλουν να επενδύσουν ότι αυτή η πίεση έχει μια ροή μέσα στην διάρκεια των χρόνων, τότε θα σκεφτούν και θα πούνε ότι «ναι» αξίζει τον κόπο να επενδύσουμε σε αυτόν τον τομέα.

Το όφελος της τοπικής οικονομίας για όλους τους σχετιζόμενους κλάδους είναι τεράστιο, τόνωση της τοπικής αγοράς, γνωστά αυτά, δημιουργία θέσεων εργασίας, στον καθεαυτό ξενοδοχειακό κλάδο, στους κλάδους εστίασης και αναψυχής, στο εμπόριο, στον πρωτογενή τομέα, εφόσον γίνεται σύνδεση με πρακτικές, όπως το Ελληνικό Ηπειρώτικο πρωινό -και είναι εδώ ο φίλος μου ο Γιώργος Πίττας, που θα

σας μλήσει γι' αυτό που είναι πάρα πού σημαντικό, γιατί συνδέει τον πρωτογενή τομέα πολύ σημαντικά με τον τουρισμό και άλλα που προωθούμε κυριολεκτικά σε όλη την οικονομία, σε όλο το φάσμα της οικονομίας.

Για την βελτίωση και αύξηση των ξενοδοχείων του νομού Άρτας απαιτείται αποτελεσματική προώθηση της περιοχής, για την αύξηση της επισκεψιμότητας: πρώτα η αύξηση της τουριστικής κίνησης, η αξιοποίηση από μέρους των επιχειρηματιών των διαθέσιμων ευκαιριών χρηματοδότησης π.χ., των προγραμμάτων επιδότησης που μπορεί να υπάρχουν μέσα από το ΕΣΠΑ, μέσα από το Leader, μέσα από διάφορα ευρωπαϊκά προγράμματα, γιατί καλό είναι να γίνει χρήση και αυτών.



- Εκμετάλλευση των δυνατοτήτων προβολής που δίνει η Περιφέρεια

Εκμετάλλευση των δυνατοτήτων προβολής που δίνει η Περιφέρεια. Ως Περιφέρεια υλοποιήσαμε ένα πρόγραμμα επικοινωνιακής προβολής της Ηπείρου με προϋπολογισμό 1.000.000 ευρώ. Σε όλα τα μέσα σε μια αντίξοχη οικονομική συγκυρία αυξάνοντας αισθητά την αναγνωρισιμότητα της Ηπείρου στο εξωτερικό και την ελκυστικότητά της ως προορισμού στο εσωτερικό και ετοιμάζουμε μέσα στο χρόνο μία προβολή της τάξεως του 1.500.000 ευρώ για τα επόμενα χρόνια.

Και σε αυτό το νέο πρόγραμμα προβολής ο προσανατολισμός μας είναι: Δυναμική συμμετοχή σε εκθέσεις στο εξωτερικό και στο εσωτερικό με γνώμονα πάντα τις αγορές-στόχους και το τι θέλουν οι αγορές, με την πραγματοποίηση θεματικών παράλληλων εκδηλώσεων π.χ. αθλητικές δραστηριότητες στον ορεινό όγκο, προτάσεις για εκδρομές επιβατών κρουαζιέρας, τα πέτρινα γεφύρια της Ηπείρου, Βυζαντινές εκκλησίες στην Ήπειρο και άλλα, είναι μερικές προτάσεις και b2b συναντήσεις, b2b εκδηλώσεις για να επέλθουν άμεσα συμφωνίες με τους επαγγελματίες.

Σε αυτό το σημείο να σας πω ότι η Περιφέρεια θα δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα στην Αττική λόγω της ολοκλήρωσης της Ιόνιας οδού -φαίνεται πλέον ότι ολοκληρώνεται την επόμενη χρονιά-. Ανοίγεται ένα μεγάλο πεδίο προώθησης σε 4.000.000 πληθυσμό και προσέλκυση μεγάλης μερίδας αυτού, το είπε και ο Πρόεδρος σας.

Πρέπει λοιπόν και η Άρτα να κινηθεί προς αυτή την κατεύθυνση:

- Πραγματοποίηση ταξιδιών εξοικείωσης δύο κατηγοριών: Γενικής γνωριμίας και θεματικών για τουριστικούς δημοσιογράφους, Tour Operators, Travel Agents, διακινητές τουριστών, bloggers που είναι διαμορφωτές γνώμης.
- Αξιοποίηση διαδικτύου και μέσων κοινωνικής δικτύωσης με άξονες ένταξη τουριστικού προϊόντος της Ηπείρου στον διάλογο, ο οποίος πραγματοποιείται στα κοινωνικά δίκτυα, διαμόρφωση της βέλτιστης εμπειρίας για τον χρήστη, διασύνδεση με φορείς ενδιαφέροντος και διαμορφωτές κοινής γνώμης. Αναβάθμιση -όπως είπε και ο κ.Μέγας- του Portal.
- Παραγωγή πρόσθετου προωθητικού υλικού, διάχυση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης εκτός διαδικτύου που θα γίνει ούτως ή άλλως,
- λειτουργία γραφείου τουριστικής δημοσιότητας, συνδυασμός.
- σχεδιασμός, δημιουργία, αναμνηστικών προϊόντων,
- αποτελεσματικότητα των δράσεων, συνδυαστικές προωθητικές εκστρατείες, δράσεις,
- δράσεις προώθησης αγροδιατροφικών προϊόντων.

Ο νομός Άρτας πρέπει να εκμεταλλευτεί στο έπακρον αυτές τις δυνατότητες προβολής που δίνει η Περιφέρεια και ειδικότερα επιβάλλεται η παρουσία των επιχειρηματιών του τουριστικού κλάδου για αξιοποίηση των πραγματικών ευκαιριών που εμφανίζονται. Αυτό έχει αρχίσει να συμβαίνει τα τελευταία χρόνια από την Άρτα. Πραγματικά, ενώ τα πρώτα χρόνια που αναλάβαμε, συνήθως δεν ερχόταν κανένας επιχειρηματίας μετά, με την συμβολή της κυρίας Παπαβασιλείου και άλλων, βλέπουμε μια δυνατή συμμετοχή της Άρτας στις εκθέσεις.

Οι εκθέσεις δεν είναι μόνο ευκαιρίες προβολής, αλλά ευκαιρίες σύναψης εμπορικών συμφωνιών. Η Περιφέρεια δημιουργεί μια πλατφόρμα επικοινωνίας, αλλά δεν μπορεί να συνάψει εμπορικές συμφωνίες. Αυτό πρέπει να το κάνουν οι επιχειρηματίες. Μην ακούτε λόγια παχιά ότι: «να έφερα κόσμο στη Ήπειρο εγώ σαν Αντιπεριφερειάρχης ή οτιδήποτε, δεν ισχύουν αυτά». Εμείς είμαστε δίπλα στους επιχειρηματίες, είμαστε το βήμα τους, εμείς πληρώνουμε το περίπτερο της έκθεσης, προβάλλουμε την Ήπειρο κτλ. Τον κόσμο εδώ θα τον φέρει ο επιχειρηματίας, αυτός θα συνάψει την εμπορική συμφωνία. Αν πάει κάποιος με ένα κατάλυμα, που η αξία του είναι 50 ευρώ και του ζητήσει 100 ευρώ -υποθετικά τα νούμερα- δεν πρόκειται να έρθει κανένας. Αν του ζητήσει τα 50 σχέση ποιότητας, τιμής κτλ. και ξέρει πως θα κινηθεί επαγγελματικά θα έρθει και ο κόσμος. Πρέπει λοιπόν οι επιχειρηματίες να εκμεταλλευτούνε την προβολή της Περιφέρειας. Αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό. Για να 'ρθουν όμως συμφωνίες θα πρέπει να υπάρξει οργάνωση.

Οι επιχειρηματίες πρέπει να αξιοποιήσουν στο έπακρο τους θησαυρούς που έχουν δίπλα τους και αυτοί, εκτός των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που προανέφερα που έχει η Άρτα, είναι το αεροδρόμιο του Ακτίου, το λιμάνι της Ηγουμενίτσας, η Εγνατία οδός και η Ιόνια, η οποία είπαμε ότι του χρόνου θα ολοκληρωθεί. Οι επιχειρηματίες

πρέπει να έχουν ολοκληρωμένη εικόνα για τις πτήσεις που έρχονται στο αεροδρόμιο του Ακτίου. Να γνωρίζουν ποιες εταιρείες έρχονται, από ποιες χώρες έρχονται, τι ενδιαφέροντα έχουν. Έτσι θα μπορέσουν να φτιάξουν ολοκληρωμένα πακέτα και να τα πουλήσουν στις εκθέσεις που συμμετέχει η Περιφέρεια προσεγγίζοντας και μικρότερους Tour Operators, που δεν έχουν άλλη δυνατότητα να ναυλώσουν πτήσεις, αλλά θα ξέρουν ότι μπορούν να φέρουν κόσμο προς την περιοχή χρησιμοποιώντας τις υφιστάμενες πτήσεις ή και μεμονωμένους πελάτες.

Να σας το πω έτσι απλά, εδώ φαντάζομαι υπάρχουν συνάδελφοι -μιλάω με την επιχειρηματική μου ιδιότητα- οι οποίοι είμαι σίγουρος -δεν θέλω να το πούμε αλλά να αναλογιστούμε ποιοι- γνωρίζουν ποιες εταιρείες κατεβαίνουν στο Άκτιο κι από που και πως. Ας πούμε ότι γίνεται μια έκθεση στη Γαλλία και πηγαίνει η Περιφέρεια και αποφασίζουν εδώ 3,4,5 να πάνε στη Γαλλία. Μα πως να έρθουν οι Γάλλοι τουρίστες εδώ αφού δεν υπάρχει πτήση προς το Άκτιο; Μόνο αν είναι να προσεγγίσεις μια μεγάλη εταιρεία, ένα μεγάλο Tour Operator ο οποίος θα αποφασίσει να κατεβάσει πτήση τσάρτερ. Αλλά αν πας όμως έτσι να φέρεις μεμονωμένους ή μικρούς Tour Operators δεν μπορείς να το κάνεις αυτό. Άρα και η στόχευση είναι πάρα πολύ σημαντική. Η γνώση του ποια αεροπλάνα κατεβαίνουν στο Άκτιο είναι πάρα πολύ σημαντική. Πότε, ποιες μέρες και τι και πρέπει μάλιστα να το βάλετε και στα site σας.

Αντίστοιχα πρέπει να εκμεταλλευτούμε το λιμάνι της Ηγουμενίτσας που είναι μια σημαντική είσοδος πόλης που πρέπει κι εκεί να γνωρίζουμε τις τιμές. Όταν στοιχίζει 1.000 ευρώ μια οικογένεια με το αυτοκίνητο 1.200 ευρώ πήγαινε-έλα είναι σίγουρο ότι θα πρέπει ο επαγγελματίας που θα ενδιαφερθεί να πάει σε μια έκθεση -που λέγαμε προηγουμένως- στην Ιταλία, στο Μιλάνο, στο Ρίμινι, στη Νάπολι, στη Ρώμη οπουδήποτε, να ξέρει σε ποιους πελάτες απευθύνεται κι αν το κατάλυμά του είναι για τους πελάτες. Εδώ ξεκινάει ένας με μόνο έξοδο το «πήγαινε-έλα» γύρω στα 1.500 ευρώ. Άρα είναι ένας άλλος πελάτης, που ενδιαφέρεται για συγκεκριμένα καταλύματα. Λοιπόν, θέλουν μια ιδιαίτερη προσοχή όλα αυτά.

Η συμμετοχή στις εκθέσεις τουρισμού θα πρέπει να διέπεται από ένα σκεπτικό με βάση τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Άρτας, που αναφέραμε προηγουμένως και μάλιστα βάσει αυτών πρέπει να αποφασιστεί η στόχευση. Είναι λίγο-πολύ αυτά που είπα προηγουμένως. Κατά την διάρκεια των εκθέσεων θα πρέπει να υπάρχουν άτομα κατάλληλα που να έχουν όλων των ειδών τις πληροφορίες των προορισμών του νομού Άρτας, ενώ παράλληλα θα υπάρχουν επαφές με διάφορους Tour Operators σε ναυτιλιακές και αεροπορικές εταιρείες, σημαντικά πρόσωπα του διεθνούς τουρισμού και άλλους φορείς για την προώθηση του νομού Άρτας ως τουριστικού προορισμού.

Αποτελεσματική συμμετοχή στα ταξίδια εξοικείωσης: Για να είναι ένα ταξίδι εξοικείωσης επιτυχημένο. Μπορεί να φαίνονται απλά, αλλά σας πληροφορώ ότι

όταν πρωτο-αναλάβαμε δεν γινόταν τίποτα απ' όλα αυτά και πήγαιναν τα ταξίδια εξοικείωσης στον βρόντο. Στην αρχή μέχρι να το εντοπίσουμε το πρόβλημα.



**Αποτελεσματική συμμετοχή στα ταξίδια εξοικείωσης
→ Για να είναι ένα ταξίδι εξοικείωσης επιτυχημένο**

- Προσπαθήστε να συνθέσετε μια πλήρη και ολοκληρωμένη εμπειρία στους καλεσμένους σας
- Διαλέξτε τα καλύτερα στελέχη σας ως ξεναγούς.
- Προαπαιτούμενο η καλή χρήση της γλώσσας.
- Μην επιμένετε και μην είστε φορτικοί.
- Προσαρμόστε το πρόγραμμα της ξενάγησης στα ενδιαφέροντα των επισκεπτών σας.

Προσπαθήστε λοιπόν να συνδέσετε μια πλήρη και ολοκληρωμένη εμπειρία για τους καλεσμένους σας.

- Διαλέξτε τα καλύτερα στελέχη σας ως ξεναγούς. Προαπαιτούμενο η καλή χρήση της γλώσσας.
- Μην επιμένετε και μην είστε φορτικοί.
- Προσαρμόστε το πρόγραμμα της ξενάγησης στα ενδιαφέροντα των επισκεπτών σας.
- Σκεφτείτε εκ των προτέρων την ύλη σας και αφήστε περιθώρια ευελιξίας.
- Να είστε ακριβείς στα ραντεβού και στις συναντήσεις, σεβαστείτε απόλυτα τον χρόνο των επισκεπτών.
- Ενσωματώστε μια απροσδόκητη, μη προγραμματισμένη εμπειρία στην επίσκεψη.
- Παίρνετε συνέχεια feed back για την εξέλιξη του ταξιδιού.

Στους προσκεκλημένους θα πρέπει να γίνεται μια αναλυτική παρουσίαση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νομού, σαφέστατα αυτό. Θα πρέπει να τους χορηγείτε πληροφοριακό υλικό, το οποίο να περιλαμβάνει:

- ενημερωτικά δελτία,
- αναλυτικές περιγραφές εισφορών,
- τα μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα,
- φυλλάδια και οδηγούς,
- δυνατές και επιβλητικές εικόνες σε ηλεκτρονική μορφή υψηλής ανάλυσης σε CD κλπ.

- Αξιοποίηση του δικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που είναι πάρα πολύ σημαντικό.
- Ανάπτυξη δράσεων μέσω του κοινωνικού δικτύου.
- Αξιολόγηση τεχνολογιών και εφαρμογών, όπως facebook, instagram , κλπ.
- Χρήση πρακτικών για την ενίσχυση την στόμα με στόμα προώθησης.
- Κινητοποίηση ατόμων και ομάδων που ασχολούνται με την διαχείριση στον τόπο.
- Συστηματική συνεισφορά περιεχομένου σε blogs και διαδικτυακές κοινότητες, εδραιώνοντας έτσι ηχηρή παρουσία στο δημόσιο διάλογο των κοινωνικών μέσων μέσω του διαδικτύου,
- προβολή με διαδραστικό τρόπο πληροφορίας στο κοινωνικό δίκτυο, σημεία ενδιαφέροντος και διαδρομές και με απεικόνισή του σε διαδραστικό χάρτη καθώς και γενικές τουριστικές πληροφορίες.



Το διαδίκτυο είναι πολύ σημαντικό κι είναι ένας σχετικά φθηνός τρόπος προώθησης. Θα πρέπει να συνδυάζονται επιμέρους πληροφορίες βασισμένες στην φιλοσοφία των εμπειριών και όχι μία εξαντλητική παράθεση πληροφοριών. Η εμπειρία είναι πολύ βασικό θέμα. Οι εμπειρίες θα πρέπει να συνδυάζουν περιεχόμενο μέσω μιας βιωματικής προσέγγισης οι οποίες θα αναδεικνύουν τα ιδιαίτερα πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά του προορισμού, προβάλλοντας ανθρώπινες μαρτυρίες, τοπία, γαστρονομικές προτάσεις, πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά.

Άλλες δράσεις είναι η δημιουργία εξαιρετικής ποιότητας πρωτογενούς υλικού, φωτογραφίες και βίντεο και κειμένων, λευκώματος ή book όπως αυτό που δημιούργησε η περιφερειακή ενότητα Άρτας για τις εκκλησίες του νομού, που είναι πάρα πολύ ωραίο και σημαντικό.

Εξίσου σημαντική η διάδοση του, οργανωμένη τακτική αλληλογραφία με δημοσιογράφους, με δημιουργία, αξιοποίηση, αφορμή, αφορμών γι' αυτή την επικοινωνία. Εδώ είναι πολύ σημαντικό και το είδα ότι γίνεται και σήμερα με τον κύριο Μέγα, δηλαδή ένα δίκτυο πατριωτών δημοσιογράφων οι οποίοι να μας βοηθάνε και όταν βγαίνουν και στα πάνελ κάπου τακ να πετάνε και την λέξη Άρτα μέσα ας πούμε. Είναι πολύ σημαντικό αυτό. Πως το κάνει ο Αυτιάς συνέχεια ας πούμε στο ΣΚΑΙ ας πούμε για την Σάμο. Ο επαγγελματισμός, δεν ξέρω αν είναι προς τιμήν της Σάμου αυτό.

Η βελτίωση των παρεχομένων ξενοδοχειακών υπηρεσιών πρέπει να περιλαμβάνει πέραν της βελτίωσης των υποδομών, αναβάθμιση του επιπέδου επαγγελματισμού. Ποιότητα υπηρεσιών κατά έναν ορισμό σημαίνει ότι τα χαρακτηριστικά προϊόντος ή της υπηρεσίας που ικανοποιούν πλήρως ή και ξεπερνούν τις προσδοκίες του πελάτη, όχι αυτό που πιστεύουμε εμείς, αυτό που ικανοποιεί πλήρως ή και ξεπερνά τις προσδοκίες του πελάτη. Θέλει πολύ μεγάλη προσοχή αυτό. Εκπαίδευση επαγγέλματος και βελτίωση σε κάθε επαφή του επισκέπτη με τον ανθρώπινο παράγοντα. Προϋποθέτει:

- διαρκή εκπαίδευση των εργαζομένων και των ιδιοκτητών στον τουριστικό και ξενοδοχειακό κλάδο.
- Βελτίωση της γλωσσομάθειας των εργαζομένων και των ιδιοκτητών στον τουριστικό τομέα,
- καθολική εκπαίδευση των εργαζομένων και των ιδιοκτητών -βλέπετε πάντα τονίζω και των ιδιοκτητών και
- ένα πακέτο στοιχειωδών γνώσεων για τον τόπο ώστε κάθε εργαζόμενος του τουρισμού να είναι σε θέση να δώσει ακριβείς, βασικές, κατατοπιστικές πληροφορίες.

Έλεγα προηγουμένως και των ιδιοκτητών γιατί ένα βασικό σημείο είναι οι ιδιοκτήτες. Επειδή οι μονάδες είναι μικρές δεν υπάρχει δυνατότητα των επαγγελματιών να προσλάβουν ένα επαγγελματικό στέλεχος. Ο μέσος όρος στην Ήπειρο είναι περίπου τα 20-22 δωμάτια αν βάλουμε μέσο όρο σε κάθε ξενοδοχείο. Άλλα με 5 άλλα με 50 μέσος όρος είναι εκεί, άρα λοιπόν υπάρχει ένα πρόβλημα στους ίδιους τους ιδιοκτήτες. Εγώ για παράδειγμα πολιτικός μηχανικός σπούδασα δεν σπούδασα ξενοδόχος. Μπορεί να έχουμε 30ετή εμπειρία στα ξενοδοχειακά, αλλά πάλι δεν σημαίνει ότι είμαι ειδικός. Υπάρχουν επαγγελματικά στελέχη τα οποία έχουν σπουδάσει αυτό και πρέπει αυτά να αξιοποιήσουμε είτε σαν Επιμελητήριο, είτε σαν Δήμος, είτε σαν Ενώσεις Ξενοδόχων, είτε σαν μικρά clusters ανά 5-7 ξενοδοχεία που ταιριάζει, που ταιριάζουν τα χνώτα τους, η ποιότητά τους είναι περίπου, βρίσκονται στη ίδια περιοχή να προσλάβουν ένα επαγγελματικό στέλεχος για να τους προωθήσει. Μη πιστεύουμε ότι τα ξέρουμε όλα, υπάρχουν πολλά πράγματα που δεν τα ξέρουμε και με έναν επαγγελματισμό μπορεί να προωθηθεί.



Νοοτροπία-Ποιότητα-Αξιολόγηση

→ Εμπέδωση μιας νοοτροπίας **φιλοξενίας** και **όχι διεκπεραίωσης** και κερδοσκοπίας, σε όλη την πυραμίδα της ξενοδοχειακής και τουριστικής επιχείρησης, από τον βοηθό κουζίνας, ως τον διευθυντή και τον ιδιοκτήτη.

- Εφαρμογή συστημάτων **ελέγχου ποιότητας** σε κάθε φάση της παρεχόμενης υπηρεσίας
- Εφαρμογή συστηματικής **έρευνας ικανοποίησης πελατών**, τόσο σε επίπεδο ξενοδοχειακής μονάδας, όσο και σε ευρύτερο πλαίσιο (πχ αεροδρόμιο στις αναχωρήσεις, κλπ)
- Συμμετοχή των ιδιοκτητών-διευθυντών ξενοδοχειακών μονάδων σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις

Είναι ένα σημαντικό στοιχείο το ότι βρισκόμαστε πίσω στην Ήπειρο στον τουρισμό, αυτό που αναφέρω τώρα, μπορεί να μας πονάει αλλά είναι η αλήθεια έτσι.

- Εμπέδωση μιας νοοτροπίας, φιλοξενίας και όχι διεκπεραίωσης κερδοσκοπίας σε όλη την πυραμίδα της ξενοδοχειακής και τουριστικής επιχείρησης από τον βοηθό κουζίνας ως τον διευθυντή και τον ιδιοκτήτη.
- Εφαρμογή συστημάτων ελέγχου ποιότητας σε κάθε φάση της παρεχόμενης υπηρεσίας, εφαρμογή συστηματικής έρευνας ικανοποίησης πελατών, τόσο σε επίπεδο ξενοδοχειακής μονάδας όσο και σε ευρύτερο πλαίσιο π.χ. στο αεροδρόμιο, στις αναχωρήσεις κλπ.
- Συμμετοχή των ιδιοκτητών, διευθυντών ξενοδοχειακών μονάδων σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις.
- Ενώσεις ξενοδόχων επαγγελματιών τουρισμού: ενεργοποίηση των ενώσεων ξενοδόχων, τακτικές συναντήσεις και ανταλλαγή εμπειριών,
- διοργάνωση ταξιδιών σε τόπους με πιο προηγμένη τουριστική αγορά στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, ταξίδια παρατήρησης και αποκόμισης εμπειρίας.
- Συνεργασία με τουριστικές ενώσεις, ενώσεις ξενοδόχων με εταιρίες προώθησης τουριστικών προϊόντων απ' άλλες περιοχές που έχουν επιδείξει υψηλές αποδόσεις και καλά αποτελέσματα.
- Πρόσκληση εμπειρογνομώνων για την παρουσίαση key studies και υπόδειξη προτάσεων βελτίωσης παράλληλα - κάτι σαν αυτό που γίνεται απόψε εδώ.

Ο ρόλος των πολιτών, οι πολίτες μπορεί να παίξουν ενεργό ρόλο στην προώθηση ενός προορισμού και πρέπει να εκπαιδευτούν γι' αυτό. Αυτό είναι πάρα πολύ

σημαντικό. Μπορούν να γίνουν πρεσβευτές του τόπου μας όταν να ταξιδεύουν, ως διαφημιστές του τόπου μας όταν επικοινωνούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ως εκπρόσωποι του τόπου μας όταν συνομιλούν, βοηθούν, εμπορεύονται, ξεναγούν, παρέχουν υπηρεσίες σε επισκέπτες, οι συντοπίτες μας της διασποράς, πάρα πολύ σημαντικό, είναι σημαντικό να υπάρχει ενιαίος λόγος για την προώθηση του τόπου και από τους πολίτες. Παραδείγματος χάριν κάποιος είπε στην Πρέβεζα σε έναν δημοσιογράφο που ήρθε «στην Πρέβεζα συνέχεια βρέχει», και ο δημοσιογράφος στο “Πρώτο Θέμα “ μάλιστα ξεκίνησε την τοποθέτησή του «Όταν δεν βρέχει στην Πρέβεζα είναι ωραία». Δεν είναι τα μηνύματα που θέλουμε να περάσουμε. Θα μου πείτε και ο δημοσιογράφος πως το πήγε, αλλά δεν έχει σημασία, θέλει μια εκπαίδευση κι εκεί.

Κλείνοντας, ο νομός Άρτας έχει δυνατότητες να βγει δυναμικά στην επιφάνεια και αυτό έχει αρχίσει να συμβαίνει. Αλλά υπάρχει ακόμα αρκετός δρόμος μέχρι την επίτευξη του στόχου. Αν αξιοποιήσει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα, κάνει όλα αυτά που προανέφερα και εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες πραγματικά της επιφυλάσσεται ένα λαμπρό μέλλον στον τουρισμό. Γ'ι' αυτό τον σκοπό εργαζόμαστε μαζί, είμαστε δίπλα σας και θα συνεχίσουμε με το ίδιο πάθος για ένα καλύτερο μέλλον για μας και για τα παιδιά μας. Σας ευχαριστώ».

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Ευχαριστούμε τον κ. Ιωάννου. Τον δικαιολογούμε για το μακροσκελές της παρέμβασής του, γιατί ήταν σεμινάριο. Ο δρόμος για να έρθουμε, για να έρθουν στην Άρτα, στην Ήπειρο τουλάχιστον από την νότια πλευρά θα γίνει, τον Μάρτιο του 2017 θα αποδοθεί. Το πρόβλημα δεν είναι μόνο να έρθουν, αλλά και να μείνουν. Και για να μείνουν εκτός από σας πρέπει να προσέξουμε και το περιβάλλον. Το είπα αυτό με αφορμή την αναφορά του κυρίου Ιωάννου για το παραλιακό μέτωπο Λούτσας-Βράχου, όπου κ. Ιωάννου δεν υπάρχει βιολογικός καθαρισμός. Χαίρομαι που το ακούω ότι δημοπρατείται και θα γίνει. Έτσι, δεν θέλω να προσθέσω τίποτε άλλο. Το χωριό μου τ' Αμπέλια απ' τον Αμμότοπο είναι 40 λεπτά, δεν πάω για μπάνιο. Δεν θέλω να επεκταθώ. (Συνομιλία εκτός μικροφώνου. Αδύνατη η καταγραφή).

Ως προς τη διαφήμιση, είναι πολύ χρήσιμη αλλά, όπως είπε και ο κ. Ιωάννου μπορεί να είναι έμμεση και έξυπνη.

Θέλετε να σας πω μια έξυπνη διαφήμιση; Ένας ξενοδόχος να κάνει δώρο ένα σελφομπάστουνο - αυτό που το κρατάνε και βγάζουν σέλφι, σελφομπάστουνο ναι! Με αυτό μπορούν να αναρτήσουν πάρα πολλές φωτογραφίες στο Facebook στο Instagram και αυτό να είναι μία πολύ καλή διαφήμιση.

Θέλω να δώσουμε τώρα τον λόγο στο δήμαρχο Αρταίων τον κ. **Χρήστο Τσιρογιάννη** ο οποίος είναι και ο φιλοξενών δήμαρχος, ο οποίος θα μας μιλήσει για το επιχειρησιακό σχέδιο για τον τουρισμό στο Δήμο Αρταίων. Κύριε Τσιρογιάννη...

ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΧΡΗΣΤΟΥ ΤΣΙΡΟΓΙΑΝΝΗ-Δημάρχου Αρταίων «Παρουσίαση Επιχειρησιακού Σχεδίου για τον Τουρισμό στο Δήμο Αρταίων»



«Σεβασμιότατε Νικοπόλεως και Πρεβέζης, κύριε βουλευτή, κύριε Αντιπεριφερειάρχη, κύριε πρόεδρε του Επιμελητηρίου, κύριοι δημοτικοί και περιφερειακοί σύμβουλοι, κυρίες και κύριοι,

με τη σειρά μου θα ήθελα να χαιρετίσω τις εργασίες του συνεδρίου, το οποίο αποτελεί μιας πρώτης τάξεως ευκαιρία να παρουσιάσουμε αφενός το όραμά μας για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Άρτα και αφετέρου τις ενέργειες που έχουμε κάνει για την υλοποίηση αυτού του οράματος.

Από την πρώτη στιγμή έχουμε δηλώσει υπέρ των συνεργασιών και θεωρούμε ο τουρισμός αποτελεί ένα τομέα στον οποίο πρέπει να υπάρξουν συνεργασίες, ώστε να προβάλλουμε από κοινού τον τόπο μας. Ο επισκέπτης δεν θα έρθει μόνο στην Άρτα, αλλά θα πάει για παράδειγμα και στα Τζουμέρκα ή στην Κόπραινα ή στην Μονή Σέλτσου για να αποκομίσει μια συνολική εικόνα για την περιοχή μας, ωστόσο όσο περισσότερο γνωρίζουμε και αξιοποιούμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής ξεχωριστά, τόσο μεγαλύτερες πιθανότητες έχουμε για ενιαία ανάπτυξη. Προς αυτή την κατεύθυνση στον Δήμο Αρταίων, μετά από αρκετούς μήνες εντατικής εργασίας, ετοιμάσαμε ένα πλήρες πλάνο για την τουριστική ανάπτυξη με χρονικό ορίζοντα δύο ετών, αποσκοπώντας στην ανάδειξη των πλεονεκτημάτων της περιοχής και στην προσέλκυση επισκεπτών από την Ελλάδα και το εξωτερικό.



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΔΗΜΟΥ ΑΡΤΑΙΩΝ

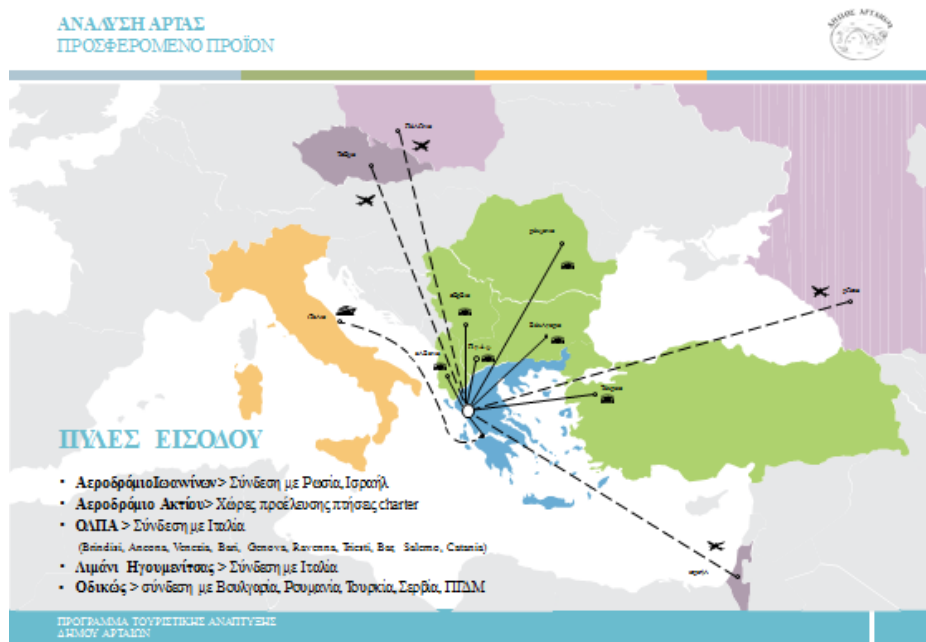
Βασικός στόχος του προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης του Δήμου Αρταίων υπήρξε πρώτα απ' όλα η δημιουργία τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Ευθυγραμμιζόμενοι με την παγκόσμια τάση και συντεταγμένη, συνεκτική και στοχευμένη προβολή των εμπειριών, που καλούμε τους επισκέπτες να ζήσουν στην πόλη μας.

Ζητούμενο αποτέλεσε η καθιέρωση της περιοχής μας ως επισκέψιμης καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου. Αυτό που θέλαμε εξ αρχής να εξυπηρετήσουμε ήταν να τοποθετήσουμε την Άρτα στον τουριστικό χάρτη της Ελλάδος. Να καταγράψουμε και να καταδείξουμε, με προσοχή και σεβασμό, τα χαρακτηριστικά της. Να αξιολογήσουμε τις δυνατότητές της. Να αναπτύξουμε δράσεις συντονισμένοι και σωστά προσανατολισμένοι και να καταφέρουμε να αναπτυχθούμε τόσο στο εσωτερικό της Ελλάδας προσκαλώντας τον ντόπιο επισκέπτη όσο και στο εξωτερικό προωθώντας τον προορισμό σε αγορές-στόχους.

Το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης του Δήμου Αρταίων αποτελεί για μας πυξίδα για να μπορέσουμε να κινηθούμε αποτελεσματικά, να διαφοροποιηθούμε και να προβάλλουμε τα μοναδικά χαρακτηριστικά της περιοχής μας.

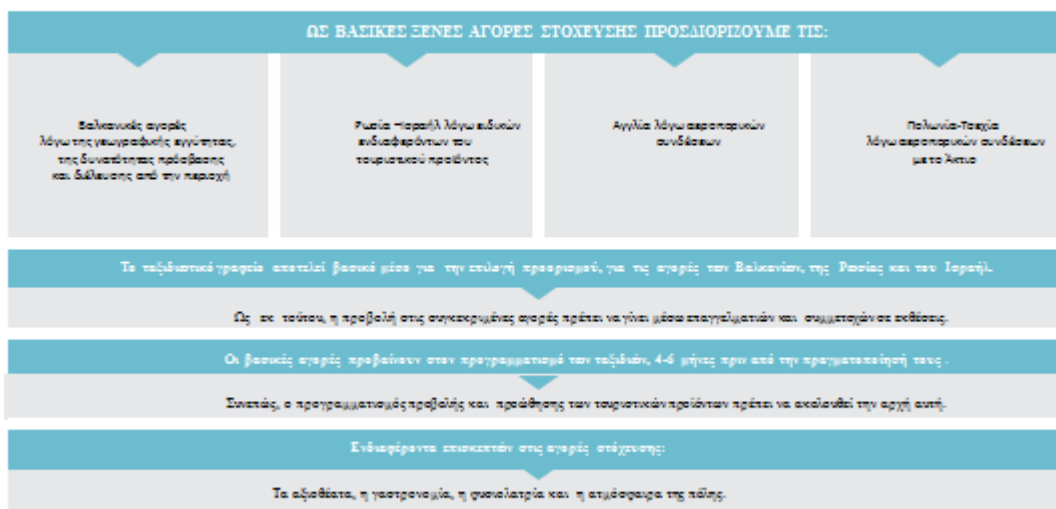
Για να μπορέσουμε να διαμορφώσουμε την ταυτότητα και μετ' έπειτα τις δράσεις προβολής και προώθησής της έπρεπε αρχικά να ερευνήσουμε, να καταγράψουμε και να αναλύσουμε την προσφερόμενη αξία του προϊόντος μας. Η ανάλυση του περιβάλλοντος της Άρτας σε σχέση με τις όμορες περιοχές προέκριναν τα βασικά μας πλεονεκτήματα, αλλά κατέδειξαν επίσης και τα σημεία εκείνα στα οποία η Άρτα δεν διαθέτει ιδιαίτερη δυναμική.

Είδαμε λοιπόν ότι πολύ χαρακτηριστικό μας γνώρισμα είναι τα βυζαντινά και θρησκευτικά μνημεία. Όλος αυτός ο πλούτος που διαφοροποιεί την περιοχή, αλλά ακόμα και η δυνατότητα που προσφέρει η περιοχή να συνδυάζει ο επισκέπτης δραστηριότητες φυσιολατρικές, πολιτιστικές, αθλητικές καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.



Επιπλέον παρατηρήσαμε ότι οι επισκέπτες που προσελκύει η Άρτα προέρχονται απ' τις βαλκανικές χώρες, αφού ο οδικός άξονας της Εγνατίας οδού και η εγγύτητα επιτρέπουν εύκολη και άμεση πρόσβαση. Αυτό για μας είναι ενδεικτικό της σχέσης, που θα αναπτύξουμε με τις αγορές-στόχους. Σε ποιους θ' απευθυνθούμε εξαιτίας αυτής ακριβώς της σχέσης κι αυτό είναι ένα στοιχείο ιδιαίτερα βοηθητικό. Όταν ξέρεις ότι οι πύλες εισόδου περιλαμβάνουν, όχι μόνο το παραπάνω οδικό άξονα, αλλά και τα αεροδρόμια Ιωαννίνων και Ακτίου, όπως και τα λιμάνια Πατρών και Ηγουμενίτσας.

Από την άλλη μεριά είδαμε και τις ελλείψεις μας. Παρατηρήσαμε ότι πέρα από τις περιορισμένες δυνατότητες της περιοχής σε ξενοδοχειακές υποδομές, μια παράμετρος που δεσμεύει τον προγραμματισμό των αφίξεων και για του λόγου το αληθές, η Άρτα καταλαμβάνει την τελευταία θέση αναφορικά με τα ποσοστά αφίξεων της σε σχέση με την ευρύτερη περιοχή. Διακρίναμε ότι απουσιάζει η συνεκτικότητα της ταυτότητας και παρά την υψηλή αναγνωρισιμότητα του brand του γιοφυριού, που αντιμετωπίζει σας ξεχωριστό προϊόν, η Άρτα φάνηκε να αναγνωρίζεται κυρίως γι' αυτό.



Διαπιστώσαμε μετά την ανάλυση των τμημάτων της αγοράς ότι ως βασικές ξένες αγορές-στόχευσης έπρεπε να προσδιορίσουμε τις βαλκανικές αγορές, τη Ρωσία εξαιτίας του μεγάλου ενδιαφέροντος για τα βυζαντινά και χριστιανικά μνημεία μας, καθώς και το Ισραήλ δεδομένης της υψηλής επισκεψιμότητας, που παρουσιάζει στα Ιωάννινα και στα Ζαγοροχώρια αλλά, και το στοιχείο Εβραϊκής ιστορίας που συναντούν στην Άρτα. Την Αγγλία λόγω των αεροπορικών συνδέσεων, την Πολωνία και την Τσεχία λόγω αεροπορικών συνδέσεων με το Άρτα.

Σαφώς όμως, η Ελλάδα αποτελεί κύρια αγορά για την Άρτα, αφού ο εσωτερικός τουρισμός καταγράφει πολύ μεγάλα ποσοστά και μάλιστα σε σχέση με τον εισερχόμενο.

Το επόμενο βήμα μας μετά την στοχοθέτηση των αγορών ήταν να θέσουμε τους στόχους marketing. Δηλαδή, να προσελκύσουμε επισκέπτες καθ' όλη την διάρκεια του έτους:

- Να αυξήσουμε την μέση παραμονή των επισκεπτών με την ενσωμάτωση εκδηλώσεων στα τουριστικά προϊόντα.
- Να αυξήσουμε την ροή των επισκεπτών από συγκεκριμένες ξένες αγορές με την σύνδεσή τους με συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα.
- Να αυξήσουμε την ροή των επισκεπτών από τουριστικές περιοχές της ευρύτερης γεωγραφικής ζώνης, να βελτιώσουμε την εμπειρία του επισκέπτη με την συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας.

Για να εκπληρώσουμε τους προτεινόμενους στόχους έπρεπε να συνθέσουμε την στρατηγική μας.

Ο στρατηγικός συνδυασμός για την δημιουργία των τουριστικών προϊόντων της Άρτας θα είχε τον εξής διττό προσανατολισμό. Η δημιουργία των προϊόντων συνθέτει τα βασικά στοιχεία, που παρουσιάζει η περιοχή, λαμβάνοντας υπ' όψιν τα αντίστοιχα στοιχεία που παρουσιάζουν οι λοιπές περιοχές της Ηπείρου και η σύνθεση των προϊόντων για την δημιουργία των τελικών τουριστικών προϊόντων προς προώθηση ακολουθεί τις προτιμήσεις και προσμονές των κοινών που προτιμούν την Ήπειρο γενικά ή διέρχονται από την ευρύτερη περιοχή και αποτελούν την δεξαμενή των δυνητικών επισκεπτών της Άρτας. Ακολουθώντας την παραπάνω λογική της στρατηγικής δημιουργήσαμε το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν της περιοχής.

ΚΥΡΙΑ & ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



Πρόγραμμα Τουριστικής ανάπτυξης
Δήμος Αρτας

Με σημαντικά αξιοθέατα θρησκευτικού ενδιαφέροντος, όπως ενδεικτικά οι 12 εκκλησίες Βυζαντινής περιόδου, τα Οθωμανικά και Εβραϊκά μνημεία και το κάστρο, η Άρτα μπορεί να υπερηφανεύεται για τον θρησκευτικό της πλούτο.

Ήταν αυτονόητο ότι θρησκευτικός τουρισμός θα αποτελούσε ένα από τα τέσσερα κύρια τουριστικά προϊόντα. Χάρη της γεωμορφολογίας της Άρτας ένα ακόμα βασικό μας προϊόν που προτάθηκε ήταν ο φυσιολατρικός τουρισμός.

Η αξιοποίηση της Κορωνησίας και του καταφυγίου αλιευτικών σκαφών με την ταυτόχρονα επέκτασή του, ιδιαίτερα η ανάπτυξη περιπατητικών διαδρομών στην Κορωνησία, στην Ροδαυγή και στην γύρω περιοχή, αλλά διαδρομών και η σύνδεση

ορεινού και θαλάσσιου τοπίου με προγράμματα, που θα περιέχουν δράσεις στο βουνό, αλλά και στο παραθαλάσσιο μέτωπο, που θα αποτελέσουν τα εχέγγυα για την σύνδεση αυτού του προϊόντος.

Το γιοφύρι της Άρτας, το πιο εμβληματικό τοπόσημο, η αξιοποίηση των αρχαιολογικών χώρων, όπως της δυτικής Νεκρόπολης, του μικρού θεάτρου Άρτας, του ναού του Απόλλωνα, του Κάστρου, του χώρου του Αρχαιολογικού μουσείου και ακόμα την Δημοτική πινακοθήκη και ο συνολικός πολιτιστικός πλούτος που συνδέει, που συνοδεύει την περιοχή, φιλοξενώντας εκδηλώσεις είναι οι λόγοι που μας οδήγησαν να πιστέψουμε ότι ο **πολιτιστικός τουρισμός** μπορεί να συνιστά βασικό προϊόν της περιοχής.

Το τελευταίο βασικό μας προϊόν είναι ο **οικογενειακός τουρισμός**, όπου σχετίζεται κατά κύριο λόγο με δραστηριότητες όπως rafting και καγιάκ στον Άραχθο, περιπατητικές διαδρομές, ποδηλασία κλπ. Αυτά τα τέσσερα βασικά μας προϊόντα ενισχύουν και συμπληρώνονται από 3 δευτερεύοντα προϊόντα, τη **γαστρονομία** με τα τοπικά μας προϊόντα, τον **αθλητικό και τον ιαματικό τουρισμό**.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



Η δημιουργία σήματος και motto για την προώθηση της Άρτας ως τουριστικό προορισμό οφείλει να συνάδει με τους διακηρυγμένους στόχους προβολής της περιοχής. Κυριότερες εξ' αυτών δυνατότητες επίσκεψης της περιοχής καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, με διαφοροποιημένα τουριστικά προϊόντα θα αποτελέσει και τη βασική στρατηγική προβολής της περιοχής. Χρησιμοποιώντας το εκ των πραγμάτων ισχυρότερο τοπόσημο της που είναι το Γέφυρο της πόλης καταλήγουμε στην εξής λεκτική επόπτευση στα ελληνικά και αγγλικά:

ΑΡΤΑ Γέφυρα Εποχών
ARTA Connecting Seasons

Ο λόγος που στα αγγλικά επιλεγίναμε όρος connecting από το bridging είναι γιατί αφενός είναι πιο σύντομος απετέρου γιατί το μήνυμά που θέλουμε να περάσουμε στον ξένο δυναμικό επισκέπτη ο οποίος είναι εν πολλοίς διαρρηγμένος είναι της ένωσης διαφορετικών εμπειριών και σημείων ενδιαφέροντος τα οποία ποικίλουν ανά εποχή.

ΔΗΜΟΥ ΑΡΤΑΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Έχοντας εστιάσει τα κύρια και δευτερεύοντα προϊόντα προχωρήσαμε αμέσως στο επόμενο βήμα. Στην στρατηγική δημιουργίας ταυτότητας. Πίσω απ' το σύνθημα **«Άρτα: Γέφυρα Εποχών»** βρίσκεται όλη η ουσία της στρατηγικής μας. Δηλαδή, η ανάδειξη της Άρτας ως επισκέψιμου προορισμού προς τον επισκέπτη που βιώνει διαφορετικές εμπειρίες οι οποίες ποικίλουν ανά εποχή.

Ο λογότυπος ήρθε ως συνέχεια του συνθήματος, ο οποίος και δημιουργήθηκε με βασικό σκοπό να εξυπηρετεί όλους τους στρατηγικούς μας στόχους και ταυτόχρονα να συνάδει την κεντρική στρατηγική προβολής της Περιφέρειας Ηπείρου. Είναι πολύ σημαντικό για μας η στρατηγική της δικής μας προβολής να ευθυγραμμίζεται με αυτή της Περιφέρειας στην οποία ανήκουμε. Πιστεύω ότι ως σύνολο μπορούμε να επωφεληθούμε περισσότερο από στρατηγικές που εναρμονίζονται και επιδιώκουν κοινά αποτελέσματα και ενισχύουν την τοπική και περιφερειακή οικονομία.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ
ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



ΛΟΓΟΤΥΠΟΣ ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ
ΤΕΤΡΑΧΡΩΜΙΑ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΔΗΜΟΥ ΑΡΤΑΣ

Για την επιτυχία βεβαίως του προγράμματος προτάθηκαν πολύ συγκεκριμένες ενέργειες οι οποίες ενσωματώθηκαν σε ένα ευρύτερο δίκτυο δράσεων. Ο χρόνος υλοποίησής τους ο οποίος προσδιορίζεται στα δύο χρόνια και αναλύθηκαν σε 6 κατηγορίες:

- Δημιουργία ξεχωριστής ταυτότητας (την επόμενη) για τον τουρισμό και προβολή της σε όλους τους χώρους ενδιαφέροντος
- Δημιουργία δικών μας εργαλείων και υλικών επικοινωνίας που θα προβάλλουν τον τουρισμό στην περιοχή
- Διοργάνωση εκδηλώσεων, αναβάθμιση των υπαρχόντων και συνεκτική προβολή τους
- Συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού στο εξωτερικό
- Προβολή και επικοινωνία στην Ελλάδα και στο εξωτερικό
- Δημιουργία αυθεντικής τουριστικής εμπειρίας με την συμμετοχή των κατοίκων και των επαγγελματιών, καθώς και ανάπτυξη δράσεων κοινωνικής υπευθυνότητας ως εργαλείο για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Ενδεικτικά σας αναφέρω κάποιες δράσεις απ' αυτές:

- Σήμανση με την τουριστική ταυτότητα της Άρτας στα εμπορικά καταστήματα, καταλύματα, σημεία ενδιαφέροντος.
- Δημιουργία εγχειριδίου για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών,

- δημιουργία ιστοσελίδας, εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα και θεματικών videos,
- εκδηλώσεις όπως το φεστιβάλ γαστρονομίας, το φεστιβάλ Άρτας και άλλα,
- την συμμετοχή του δήμου σε εκθέσεις που έχουν άμεση σύνδεση με τα κοινά, στόχους του εξωτερικού, και με στοχευμένο επικοινωνιακό υλικό, media και fun trips και άλλες κοινωνικές δράσεις με στόχο πάντα την δημιουργία αυθεντικής τουριστικής εμπειρίας.

ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ ΓΕΦΥΡΙΟΥ



ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ ΓΕΦΥΡΙΟΥ
 Πότε: Έτος Μαρτίου - αρχές Απριλίου
 Που: Με απελευθέρωση το Γεφύρι, κερδίζει από σημαντικά αξιοθέατα της περιοχής. Επίσης, επιλογή διαδρομών και στον κόσμο της Άρτας αναδεικνύοντας τις εκτάσεις με τα εκπαιδευτικά.

ΑΠΟΣΤΑΣΕΙΣ ΑΓΩΝΩΝ
 Ημιμαραθωνίου αγώνων δρόμου 21,1 χλμ
 Σκυταλοδρομία 21,1 χλμ (2x10,550 μέτρα)
 Άθλων δρόμου 5 χλμ
 Αγώνων Περιπατητικός 5 χλμ

ΕΧΩΛΙΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ
 Αγώνες 1.000 μέτρα 4η - 6η σΤ Δημοτικού
 Αγώνες 2.000 μέτρα γυμνάσια
 Αγώνες 2.500 μέτρα Λύκειο

- Συμμετοχή αθλητών με αναπηρίες
- Χορηγίες, Press Trip

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΗΜΟΥ ΑΡΤΑΙΩΝ

Κλείνοντας, θα ήθελα να σταθώ στο γεγονός ότι για πρώτη φορά μετά από πολλά χρόνια ο δήμος Αρταίων κάνει ένα θαρραλέο βήμα εξωστρέφειας επιδιώκοντας να διαμορφώσει την δική του ταυτότητα και να ενθαρρύνει τις συνεργασίες και τις συνέργειες μέσα από τους ανθρώπους του. Εύχομαι σε αυτή την προσπάθεια που μόλις ξεκινάμε να βρούμε όλους εσάς υποστηρικτές και συνεργάτες με τελικό στόχο την ανάπτυξη της περιοχής μας την οποία βλέπουμε και θεωρούμε ως ενιαία. Σας ευχαριστώ πολύ».

Χρήστος Μέγας: Ευχαριστούμε τον κ. Τσιρογιάννη τον φιλοξενούντα Δήμαρχο. Βεβαίως, άυριο θα έχουμε και τους υπόλοιπους δημάρχους του νομού, οι οποίοι θα παρουσιάσουν και αυτοί το δικό τους σχέδιο για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Ευχαριστούμε τον κ. Τσιρογιάννη για την συνεκτική παρουσίαση αυτού του σχεδίου για την πόλη της Άρτας και την ευρύτερη περιοχή, γιατί καλύπτει και ένα μεγάλο μέρος των χωριών του νομού. Πριν περάσουμε στον επόμενο ομιλητή, ο οποίος είναι φίλος μου και γνωστός από 30 χρόνια, όταν έγιναν εκείνοι οι καταστροφικοί σεισμοί στην Καλαμάτα και εγώ νεαρός δημοσιογράφος είχα σπεύσει τότε να καλύψω το γεγονός.

Θέλω να πω ένα ιστορικό στοιχείο, δεν είναι ιδιαίτερα γνωστό, για την Αμβρακία: Την Κορινθιακή αποικία, η οποία το 582 π.Χ ο **Περίανδρος** ο άρχοντας της πόλης δημόσια περηφανεύτηκε για τις ερωτικές επιδόσεις του. Τότε γνωρίζετε πως στην Αθήνα και στην αρχαία Ελλάδα οι σχέσεις, οι ερωτικές σχέσεις μεταξύ δασκάλων και μαθητών ήταν κάτι αποδεκτό, αλλά όχι με ύβρις, όχι με αλαζονεία, δεν ήταν για να περηφανευτείς, απλώς συνέβαινε. Ο Περίανδρος δημόσια περηφανεύτηκε λέγοντας σε έναν νέο «ακόμη δεν κατέστης έγκυος»; Και ο λαός ξεσηκώθηκε, το 582 π.Χ. στην Αμβρακία και έχουμε το πρώτο σπάργανο, το πρώτο κίνημα δημοκρατίας στον ελλαδικό χώρο, άρα και παγκοσμίως. Μετά από αυτό νομίζω ότι μπορεί να μας μιλήσει για την Αμβρακία και για την μαγεία της ιστορικής διαδρομής ο κύριος **Σταύρος Μπένος** ο οποίος είναι πρόεδρος του σωματείου “Διάζωμα”.

Εισήγηση ΣΤΑΥΡΟΣ ΜΠΕΝΟΣ - Πρόεδρος Σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ»

«Η αξία & η μαγεία των συνεργειών»



«Θέλω να δεχτείτε μια θερμή καλησπέρα όλοι σας, θέλω να χαιρετήσω θερμά τον καθένα από εσάς, ευχαριστώ πάρα πολύ κύριε Πρόεδρε για την πρόσκληση, που είναι τόσο τιμητική, σε ένα περιβάλλον, με το οποίο τόσο έχω συνδεθεί και έχω αγαπήσει τα τελευταία χρόνια.

Σκέφτηκα ότι θα ήταν καλό σήμερα, να σας αυτοπαρουσιάσουμε ως “Διάζωμα” με έναν τρόπο ελκυστικό, θα δείτε ευθύς αμέσως ένα βίντεο μόλις οκτώ λεπτών, που είναι όλη η φιλοσοφία και όλη η ζωή του Διαζώματος. Οκτώ χρόνια, που στο κέντρο, αυτή η φιλοσοφία έχει την Ήπειρο. Και μετά θα σχολιάσουμε μαζί, και θα δούμε μαζί την συνέχεια. Παρακαλώ να κλείσουν τα φώτα αν έχετε την καλοσύνη για να απολαύσει ο κόσμος καλύτερα το βίντεο. (Προβολή βίντεο)

Να πείτε και στο Προεδρείο να το δει.

Οι αρχαιολόγοι για μένα είναι μια σύνθετη εποποιία, είναι η μόνη συλλογικότητα στον δημόσιο χώρο που δεν χρηματίστηκε ποτέ, που κράτησε ψηλά τις σημαίες της.

Σ' αυτή την πολιτιστική κατάρρευση της χώρας μας και η χώρα αντί να τους επιβραβεύσει η πολιτεία τους έστειλε στο πυρ το εξώτερο. Έγιναν οι εχθροί του λαού και αυτοί προκειμένου να αυτοπροστατευθούν, όπως λένε οι θεωρητικοί, αυτοεξωστρακίστηκαν από την κοινωνία. Αυτό όμως είχε μια φοβερή στρέβλωση, ένα φοβερό επακόλουθο. Ήταν σαν να έβαλαν ένα τείχος ανάμεσα στα μνημεία και την κοινωνία. Είναι σαν να μας έλεγαν φωναχτά ότι κοιτάξετε οι μόνοι πεφωτισμένοι και επιφορτισμένοι να τα προστατεύσουμε είμαστε εμείς και χρειάζονται άτομα να **προσπαθεί να ρίξει αυτό το τείχος. Προσπαθεί να γεφυρώσει αυτό το ρήγμα το ιστορικό, προσπαθεί να πει, είμαστε πολλοί που ξέρουμε το σπουδαίο έργο που έχετε κάνει, αλλά είναι ώρα να εγκαταλείψετε τις φοβικότητες τα μνημεία για να ζήσουν θέλουν τους ανθρώπους.**

Αυτό που συμβαίνει σήμερα με τα εκατοντάδες μνημεία που είναι ερειπιώνες, που είναι βυθισμένα στη μοναξιά τους έστω και αν έχουν πολλά χρήματα δοθεί για την αποκατάσταση... εγώ το ονομάζω «σύγχρονο αυθαιρετισμό». Όπως οι «αυθαιρίτες» είχαν φτιάξει μια υπέροχη κρήνη, αλλά δεν είχε νεράκι, δεν έχουν νεράκι τα φυτά και το νεράκι **είναι άνθρωποι και οι άνθρωποι μπορούν να συγκριθούν με τους δύο τρόπους που σας περιέγραψα, δηλαδή με τους ανθρώπους, τους πολίτες που θα τα αγκαλιάσουν, που θα τα βοηθήσουν.**

Τι σημαίνει αναβίωση αρχαίων θεάτρων; Καταρχάς πριν φτάσουμε στο «Διάζωμα» και το τι ακριβώς κάνουμε, αποκαθίσταται μία διπλή σχέση και συνάντηση, όχι μόνο των θεάτρων, των μνημείων που είχε ανακοπεί δραματικά στην πατρίδα μου. Η σχέση με τους πολίτες που εγώ αυτονομάζω ... των μνημείων και η σχέση με την αειφορία με την βιώσιμη ανάπτυξη. (Τέλος βίντεο).

Αυτή είναι η καινούρια σελίδα. Λυπάμαι, το είπα και πριν 2 μέρες στο συνέδριο του ΣΕΤΕ . Σαράντα χρόνια τώρα, στη δημόσια ζωή ακούω τα ίδια, και τα ίδια πράγματα. Δεν θέλω να υποτιμήσω κανέναν, αλλά η χώρα είναι καθηλωμένη σε μια τεράστια ιδεοληψία, αλλά η χώρα επίσης, αδιαφορεί για κάτι που υπάρχει δίπλα μας, που το βλέπουμε καθημερινά, που το ζούμε καθημερινά, δεν ξέρω γιατί δεν τολμάμε να το αγγίξουμε. Είναι η μεγαλύτερη προίκα που έχουμε, είναι το απόθεμα το περιβαλλοντικό και το πολιτιστικό. Αυτό λοιπόν το απόθεμα, που είναι ο παρίας της προσωπικής, της ατομικής, της καθημερινής, αλλά και της δημόσιας ζωής το μέγα στοίχημα είναι να γίνει το κέντρο και αυτό που κάνουμε στην Ήπειρο με την πολιτιστική διαδρομή των αρχαίων θεάτρων της Ηπείρου είναι ακριβώς αυτό.

Πιστέψτε με είναι το πιο καινοτομικό πρόγραμμα παγκοσμίως. Παγκοσμίως γιατί φέρνει κάτι καινούριο. Τι είναι το καινούριο, που φέρνει και που πρέπει να έρθει στη χώρα μας να κατακτήσουμε αυτό το άρωμα; Φέρνουμε τα μνημεία, τα συνδέουμε με την ζωή και τα κάνουμε το κέντρο της. Δηλαδή τα προγράμματα αυτά τα καινούρια, τα προγράμματα του νέου ΕΣΠΑ, οι ολοκληρωμένες χωρικές επενδύσεις, όπως λένε και οι λέξεις, δεν αρκούνται στο να χρηματοδοτήσουν υποδομές όπως γινόταν μέχρι τώρα και μετά να μην νοιαζόμαστε τι θα γίνουν αυτές οι υποδομές.

Ξέρετε στη χώρα μας υπάρχει ένα έλλειμμα, όχι τόσο πολύ οικονομικό, αλλά πιο πολύ θεσμικό και πολιτιστικό. Το ελληνικό πολιτικό σύστημα, κυρίες και κύριοι, ταυτίζει δύο έννοιες οι οποίες είναι επάλληλες δεν είναι ταυτόσημες, τις υποδομές με την ανάπτυξη. Οι θεωρητικοί αυτό το λένε ροπή στη **εκτελεστότητα**. Τι είναι αυτό δηλαδή? Πιστεύει ο κάθε πολιτικός ότι κάνοντας ένα σχολείο, ένα νοσοκομείο, ένα αεροδρόμιο, ένα λιμάνι καθάρισε, τέλειωσε. Δεν καθάρισε όμως.

Αν η υποδομή δεν γίνει μέρος της ζωής και δεν γίνει μέρος της οικονομίας είναι σαν να μην υπάρχει. Ένα τέτοιο ακραίο παράδειγμα είναι τα Ολυμπιακά έργα που είναι κελύφη ντροπής για την χώρα μας. Ένα άλλο παράδειγμα που είναι πιο υποδόριο, είναι ύπουλο είναι οι αρχαιολογικές υποδομές, είναι οι περιβαλλοντολογικές υποδομές που είναι βυθισμένες στην μοναξιά τους.

Όπου και αν πήγαμε σήμερα και θα σας μιλήσω και θα κλείσω μ' αυτό, γιατί κάναμε μία απίστευτη βόλτα σήμερα στην Άρτα με τον Δήμαρχο και την κυρία Παπαδοπούλου την αρχαιολόγο, την σπουδαία αρχαιολόγο σας. Εδώ ρωτήσαμε και συναντήσαμε μηδενική επισκεψιμότητα.

Δήμαρχε δεν θέλω να σε αποκαρδιώσω, αλλά αν το ωραίο σου πρόγραμμα δεν γίνει μέρος ενός συνολικού προγράμματος για την Ήπειρο δεν θα γίνει τίποτα. Στο λέω να το ξέρεις. Αν δεν δουλέψετε όλοι για ένα branding για την Ήπειρο κανένας μόνος του δεν θα κάνει τίποτα. Σας παρακαλώ να το καταλάβετε και να μην παιδεύσατε. Εμείς σας έχουμε δώσει ένα προϊόν, δεν είναι μόνο τα θέατρα όλα τα μνημεία θα πάρουν μέρος. Απλώς έπρεπε να υπάρχει, όπως η θεωρία του δέντρου, ξέρετε στο δημόσιο management πρέπει να οικοδομήσεις ένα προϊόν για να γίνει branding, να κυκλοφορεί σε όλο τον κόσμο και αυτό που επελέγη για την Ήπειρο είναι τα αρχαία.

Σε άλλες περιοχές ας πούμε στην βόρεια Ελλάδα είναι η Εγνατία διαδρομή, στην βορειοδυτική Πελοπόννησο είναι η Ολυμπία οδός, στην Κρήτη είναι τα Μινωικά, ο Μινωικός πολιτισμός. Διαφέρει από τόπο σε τόπο.

Εδώ τα θέατρα είναι και τα θέατρα θα παρασύρουν όλα τα άλλα μνημεία, τα περιβαλλοντικά και τα πολιτιστικά. Και προσέξτε πως οικοδομείται αυτό το σύστημα. Έχουμε τις υποδομές των θεάτρων. Τώρα το «Διάζωμα» που μιλάμε. Είδα τον κ. Καχριμάνη εχθές. Πρόκειται να αναθέσει το σύμφωνο ποιότητας της διαδρομής. Είναι δηλαδή οι διαδικασίες και οι τρόποι να συνδεθεί όλη η τοπική οικονομία, ο πρωτογενής τομέας, οι νεοφυείς επιχειρήσεις, ο τουριστικός τομέας, η γαστρονομία όλος πραγματικά ο κόσμος που κάτι παράγει. Να συνδεθούν όλοι μαζί και να φτιάξετε μαζί ένα υπέροχο προϊόν και αυτό το προϊόν θα έχει φορέα διαχείρισης την ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε., όπως έχει ήδη αποφασιστεί.

Και θα έχουμε και την επόμενη μέρα, δεν θα 'χουμε τις υποδομές όπως τα προηγούμενα ΕΣΠΑ που έγιναν υποδομές και τις εγκαταλείψαν. Αυτό θα λειτουργεί και θα φέρνει κόσμο και θα φέρνει έσοδα. Γιατί μόνο έτσι θα 'ρθει δήμαρχε στην Άρτα ο κόσμος. Και στα Γιάννενα και στην Πρέβεζα και παντού. Και στα Ζαγοροχώρια και στα Τζουμέρκα και παντού.

Πρέπει πρώτα να 'ρθει ο κόσμος, να γνωρίσει την Ήπειρο και μετά θα διαχυθεί σε όλες αυτές τις απίστευτες ομορφιές της Ηπείρου. Είναι τεράστια αδικία το ότι η Ήπειρος έχει μόνο το 1% του αγροτουριστικού προϊόντος και της τουριστικής επισκεψιμότητας της χώρας.

(Θέλω να κλείσω με την σημερινή μου εμπειρία, με βλέπετε με πρόχειρα ρούχα δεν ήθελα να σας προσβάλω, ήθελα να γυρίσω στην Πρέβεζα να αλλάξω και να ξαναρθώ. Αυτό ήταν το πρόγραμμα. Όμως με συνεπήρε τόσο πολύ αυτή η βόλτα με τον δήμαρχο, ήρθαμε κατευθείαν).

Ήξερα την Ήπειρο αλλά συγκινήθηκα τόσο πολύ σήμερα, είδα τόσο σπουδαία μνημεία, τόσο σπουδαία, είναι και μια σπουδαία αρχαιολόγος εδώ, που μας συγκλόνησε με την αφηγηματικότητά της πολύ καινοτόμος και πολύ προοδευτική η

κυρία Βαρβάρα Παπαδοπούλου. Ένα χειροκρότημα σας παρακαλώ για την Βαρβάρα μας εδώ σας παρακαλώ πολύ.

Ας πούμε αυτό, η Νεκρόπολις, που είδαμε κυρίες και κύριοι δεν υπάρχει πουθενά στον κόσμο το ξέρετε; Ωχριά! Κάτω στην Αθήνα η αντίστοιχη νεκρόπολις, ο αντίστοιχος Κεραμικός ωχριά μπροστά στην Νεκρόπολη την δική σας το ξέρετε; Η Παρηγορίτισσα είναι Unicom, πως το είπες Βαρβάρα μου; Unique, μοναδικό, δεν υπάρχει άλλος στο είδος του! Το καταλαβαίνετε αυτό ; Δεν υπάρχει άλλο στο είδος του!



Το μικρό θεατράκι, το ωραιότερο του κόσμου, το ωραιότερο θέατρο του κόσμου. Έχετε 2 ιστορικές περιόδους. Έχετε την Αμβρακία και έχετε μετά και το Δεσποτάτο, που συνδέονται και συμπλέκονται, αυτό θα γίνει ένα story τέλειο για την περιοχή. Όλα αυτά λοιπόν μαζί πρέπει να τα κάνουμε μία διαδρομή κι εμένα επειδή δεν μου αρέσουν τα λόγια, καταλήγω σε προτάσεις εδώ και τώρα.

Υπάρχει Στράτο έτσι. Έχετε αυτό το θέατρο, πιστεύω Στράτο και στο προτείνω, όπως πήρα και το Υπουργείο Πολιτισμού σήμερα, πήρα τηλέφωνο με την Βαρβάρα και μιλήσαμε για να κάνουμε άμεσες λύσεις. Πρέπει το θέατρο στον φάκελό του να συνδεθεί με όλη την διαδρομή που ξεκινάει από την γέφυρα, που είναι βεβαίως το πιο επώνυμο και πιο γνωστό μνημείο, θα περάσει από το μουσείο, θα περάσει απ' τη Νεκρόπολη και θα καταλήξει στο κάστρο. Που δεν είναι δύο χιλιομέτρων διαδρομή. Φανταστείτε ο επισκέπτης που θα 'ρθει αύριο για το θέατρο. Πρέπει να του δώσουμε την ευκαιρία να κάνει όλη αυτή την διαδρομή.

Ξέρετε πόσο θα σας στοιχίσει αυτό; Τριακόσιες, τετρακόσιες χιλιάδες. Θα πάμε σε έξυπνες λύσεις. Θα βρούμε με μια ομάδα του δήμου και έναν κυκλοφοριολόγο, πως θα χαράξουμε την διαδρομή και με πολύ ταπεινά μέσα, με μια ωραία σήμανση, με ωραία χρώματα, με ωραίο φωτισμό θα κάνουμε αυτόν τον περίπατο να είναι πολύ ελκυστικός.

Και να σας πω στο τέλος το παράπονό μου. Γιατί οι πολίτες της Άρτας δεν έχουν καταλάβει τί έχουν μέσα στα σωθικά τους. Γιατί, γιατί, γιατί, απορώ γιατί; Άμα δεν το καταλάβουν οι πολίτες, θα το αγαπήσει ο ξένος κόσμος; Θέλω με άλλα λόγια να πω, βρείτε τους τρόπους, βρείτε τα μέσα, νομιμοποιούμενα το λέω.

Δήμαρχε, εγώ δεν είχα, είχα το 1/10 του δικού σου πλούτου εδώ. Στην Καλαμάτα κυρίως ήτανε τα νεοκλασικά και όμως έκανα τους πολίτες να παραληρούν για τα νεοκλασικά. Ιδιαίτερα στην περίοδο σεισμών.

Θέλω να πω δηλαδή, πώς φιλοδοξείτε να φέρετε τον κόσμο στην Άρτα, όταν δεν επισκέπτεστε το μουσείο σας; Όταν δεν πάτε με τους φίλους σας που σας επισκέπτονται να δείτε το μουσείο, να δούνε τα μνημεία της περιοχής; Δεν είναι ψόγος αυτό που σας κάνω, δεν θέλω να το κάνω αυτό, είναι μια κραυγή αγωνίας για την χώρα μας.

Όταν ερχόσαστε εδώ και κάνετε συνέδριο πρέπει ο καθένας από εμάς να αναλάβει τις ευθύνες. Κι επίσης, δίπλα σε αυτή την διαδρομή που σας είπα, είπαμε με την Βαρβάρα και με τον δήμαρχο και θα μπω εγώ μπροστά σε αυτό γιατί έχω πολύ μεγάλη εμπειρία, για την σπουδαία αυτή βυζαντινή εκκλησιά σας, την μοναδική θα κάνουμε έναν χορηγικό φάκελο και θα πάμε σε όλο το εύρος των δικών μας χορηγών και θα πάμε μαζί να βρούμε τα χρήματα γιατί χρειάζεται ένα ποσό περίπου 200.000 για την μελέτη, για να ανοίξει ο δρόμος να έχουμε μελέτη.

Λοιπόν σε αυτό πραγματικά θα είναι κάτι που θα το κάνουμε μαζί. Κρατήστε λοιπόν, κατά την γνώμη μου, αυτές τις δύο δράσεις, πρέπει. Σας το προσφέρω ως μία απόφαση του διημέρου, γιατί εδώ πέρα δεν το κάνετε για να μιλήσουμε. Αρκετά πια μιλάμε σε αυτή την χώρα. Πρέπει να παίρνουμε αποφάσεις.

Λοιπόν, η διαδρομή της Ηπείρου βρίσκεται σε μια δυναμική εξέλιξη. Η διαδρομή της Ηπείρου θα είναι κάτι που θα είναι μια ευεργεσία για όλη την Ήπειρο κι από εκεί και πέρα ο καθένας θα κάνει το δικό του πρόγραμμα, στηριζόμενος σε αυτή την διαδρομή και αυτό σημαίνει πολύ πρακτικά για μας εδώ ότι πρέπει να με τρόπο απόλυτα γρήγορο δηλαδή θέμα εβδομάδων, δεν μιλάω για παραπάνω, να συγκροτήσουμε την εσωτερική πολιτιστική διαδρομή, να την εντάξουμε στον φάκελο και να κάνουμε για την σπουδαία βυζαντινή εκκλησιά μας μια οικουμενική προσπάθεια να βρούμε τα χρήματα για την μελέτη.

Σας ευχαριστώ πολύ».

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Ευχαριστούμε τον **Σταύρο Μπένο**, γιατί μας ταρακούνησε και μας περιέγραψε μία κατάσταση εκτάκτου ανάγκης για την οποία πρέπει να δράσουμε. Τουλάχιστον, από έκτακτες και ακραίες συνθήκες κι ανάγκες ο Σταύρος Μπένος γνωρίζει. Ακολούθως στο βήμα και να με συγχωρέσει ότι τον παρέλειψα προηγουμένως -αλλά και οι δύο έχουν ορμητήριο την Πελοπόννησο, μεταξύ τους θα τα βρουνε- , καλώ τον **Κωνσταντίνο Μαρινάκη** καθηγητή τουριστικού management Προέδρου του τουριστικού οργανισμού Πελοποννήσου ο οποίος θα μας μιλήσει για τις ολοκληρωμένες στρατηγικές τουριστικής ανάπτυξης της Άρτας με αειφόρο προσανατολισμό και συμμετοχικό χαρακτήρα. Κύριε Μαρινάκο.

**Εισήγηση ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΜΑΡΙΝΑΚΟΣ- Καθηγητής
Τουριστικού Μάνατζμεντ Πρόεδρος Τουριστικού Οργανισμού
Πελοποννήσου**

**«Ολοκληρωμένος Στρατηγικός Σχεδιασμός Τουριστικής
Ανάπτυξης της ΠΕ Άρτας με αειφόρο προσανατολισμό και
συμμετοχικό χαρακτήρα»**



«Συγκλονιστικά τα μηνύματα που μας πέρασε ο κύριος Μπένος, τον οποίον πραγματικά τον θυμάμαι να μεγαλουργεί ως δήμαρχος στην Καλαμάτα και συνεχίζει να διαπρέπει με τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει.

Σεβασμιότατοι, αγαπητοί εκπρόσωποι της πολιτείας, της τοπικής αυτοδιοίκησης, των παραγωγικών τομέων, αγαπητοί σύνεδροι,

κι εγώ θα αναφερθώ στο κομμάτι του στρατηγικού σχεδιασμού για την περιοχή. Ως πανεπιστημιακός, αλλά και ως επαγγελματίας του τουρισμού και εκπρόσωπος τουριστικών φορέων, τον ιδιωτικό τομέα τον αντιλαμβάνομαι. Είναι αλήθεια ότι στην δευτερογενή έρευνα που έκανα για την περιοχή διαπίστωσα πολλά κοινά στοιχεία με την δική μου την περιοχή και διαφορές βέβαια. Πολλά κοινά στοιχεία, πλεονεκτήματα, αλλά και γηγενής αδυναμίες, που χαρακτηρίζουν την περιοχή.

Η πραγματικότητα είναι ότι πολλές περιφερειακές οικονομίες ποντάρουν στον τουρισμό. Θέλουν τον τουρισμό. Αυτό λοιπόν επιτάσσει στην πραγματικότητα την αναγκαιότητα να υπάρξει ένας προσεκτικός σχεδιασμός και προγραμματισμός και διαχείριση στο θέμα της ανάπτυξης, της τουριστικής ανάπτυξης.

Βέβαια, η όλη αυτή αναπτυξιακή διαδικασία είναι δεδομένο ότι ξεκινάει από το γεγονός ότι θα πρέπει να υπάρξει πραγματική, δηλαδή να νιώσει η τοπική κοινωνία την αναγκαιότητα για τουριστική ανάπτυξη και άρα θα πρέπει να είναι μία καθαρά επιθυμητή επιλογή. Οι στόχοι μπορεί να είναι πολλοί. Μπορεί να είναι κοινωνικοπολιτιστικοί, περιβαλλοντολογικοί, κυρίως όμως οικονομικοί. Δηλαδή, έχει να κάνει κυρίως, με την αύξηση του εισοδήματος και την ενίσχυση της απασχόλησης. Θα μπορούσαμε να εξιστορήσουμε δηλαδή, να απαριθμήσουμε μια σειρά από ισχυρά στοιχεία για την περιοχή.

Regional Unit of Arta Swot Analysis Matrix	
Δυνατά σημεία (Strengths)	Αδύναμα σημεία (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ισχυρή πολιτιστική κληρονομιά της αρχαίας, βυζαντινής και μεταβυζαντινής ιστορίας. ✓ Πλούσιο φυσικό περιβάλλον με μεγάλη ποικιλία χλωρίδας και πανίδας και αυθεντικότητα περιβάλλοντος. ✓ Ισχυρή παράδοση και αυθεντικός τρόπος ζωής των κατοίκων ✓ Ήπια τουριστική ανάπτυξη στις περισσότερες περιοχές. ✓ Ανταγωνιστικές τιμές τουριστικών υπηρεσιών ✓ Δυνατότητες του πρωτογενή τομέα για παραγωγή υψηλής ποιότητας παραδοσιακών προϊόντων 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Εποχικότητα ανά περιοχή. ✓ Έλλειψη υψηλής ποιότητας τουριστικών υποδομών στα περισσότερα μέρη. ✓ Διαρκώς βελτιούμενο αλλά δύσκολο ορεινό δίκτυο ✓ Ελλιπής προώθηση της Π.Ε Άρτας ως 4 εποχών τουριστικό προορισμό ✓ Σχετικά χαμηλό επίπεδο τεχνικών υποδομών (μαρίνες, θεματικά πάρκα, αρδευτικά έργα οδικές αρτηρίες κ.α.) ✓ Ανεπαρκής καταγραφή, ανάδειξη κα αξιοποίηση χώρων αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος ((μοναστηρίων, εκκλησιών κλπ.). ✓ Καθυστερήση στην εισαγωγή κι εφαρμογή νέων τεχνολογιών δικτυακής υποδομής από επιχειρήσεις και φορείς ✓ Ελλείψεις σε θέματα τουριστικής εκπαίδευσης

Σίγουρα η πολιτισμική κληρονομιά: έχετε μια τεράστια περιουσία και σε αρχαία και σε βυζαντινή και μεταβυζαντινή ιστορία, ένα ποικιλόμορφο φυσικό περιβάλλον, μια πλούσια χλωρίδα και πανίδα, μια ισχυρή παράδοση. Δεν υπάρχει παντού ισχυρή παράδοση. Βέβαια έναν πρωτογενή τομέα, αγροτουριστικό τομέα που και αυτός υπόσχεται πάρα πολλά και φυσικά μια σειρά από ελλείψεις, αδυναμίες. Είτε πρόκειται για την εποχικότητα, για την ποιότητα των τουριστικών υποδομών, το δίκτυο και πολλές ακόμα που δεν είναι του παρόντος. Δεν θέλω να κουράσω το κοινό μου με όλα αυτά τα στοιχεία.

Regional Unit of Arta Swot Analysis Matrix	
Ευκαιρίες (Opportunities)	Απειλές (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Περαιτέρω ανάπτυξη οδικού δικτύου. ✓ Ανάπτυξη brand name Π.Ε. Άρτας. ✓ Αυξημένη ζήτηση για εναλλακτικές θεματικές μορφές τουρισμού. ✓ Διασκέδαση των καταναλωτών από την υπερβολική τουριστική ανάπτυξη άλλων ελληνικών και μεσογειακών προορισμών ✓ Ο υδροβιότοπος του Αμβρακικού έχει τη δυνατότητα να αναπτυχθεί περισσότερο ως περιβαλλοντικό κέντρο, με την δημιουργία ενός πάρκου, παρατηρητηρίων πουλιών, φυσιολατρών, σύνδεσης των επισκεπτών με την παραδοσιακή αλιεία ✓ Αυξανόμενη ενασχόληση του καταναλωτικού κοινού με ειδικές μορφές τουρισμού (θεραπευτικό τουρισμό, αναρρίχηση, φυσιολατρία, αλιεία, δραστηριότητες άθλησης και περιπέτειας στη φύση) ✓ Η αυθεντικότητα του αγροτικού τοπίου που μπορεί να οδηγήσει στην αξιοποίηση του ορεινού αγροτικού τουρισμού με παράλληλη ανάπτυξη βιώσιμων πολιτιστικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών συστημάτων 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ασταθές οικονομικό περιβάλλον της χώρας ✓ Κοινωνικός αναβρασμός στον εργασιακό τομέα και συρρίκνωση των εισοδημάτων λόγω της οικονομικής ύφεσης στη χώρα ✓ Εθνικός και Διεθνής Ανταγωνισμός. ✓ Περιβαλλοντικές πιέσεις από την ανάπτυξη τουριστικών και άλλων ανθρωπίνων δραστηριοτήτων (υδροηλεκτρικά εργοστάσια, ελλιπής διαχείριση στερεών αποβλήτων μειωμένη διαχείριση δραστηριοτήτων σε συγκεκριμένες περιοχές ✓ Ανακατατάξεις στον κλάδο των tour operators

Έχουμε να κάνουμε πάντως με μία περιφερειακή, μάλλον με μία γεωγραφική ενότητα, η οποία δυστυχώς είναι από τις λιγότερο ανεπτυγμένες τουριστικά στην Ελλάδα. Κι εγώ προέρχομαι από μια τέτοια περιοχή. Παρά το γεγονός ότι έχουμε μια σειρά υποδομών κάπως πιο ανεπτυγμένη, αλλά και στο δικό μας τόπο η συμμετοχή της τουριστικής δραστηριότητας δεν υπερβαίνει το 7% του Α.Ε.Π. της εθνικής οικονομίας. Εδώ είναι πολύ λιγότερο βέβαια.

Άρα λοιπόν, κυρία Αραμπατζή, πράγματι είναι πανέμορφη η Ελλάδα απ' άκρη σ' άκρη, αλλά δεν έχει απ' άκρη σ' άκρη την ίδια ταχύτητα τουριστικής ανάπτυξης.

Έχουμε μία Ελλάδα, η οποία παρουσιάζει πολύ έντονη τουριστική δραστηριότητα εκεί όπου η συμμετοχή πραγματικά της τουριστικής..., είναι πολύ υψηλή, σε ορισμένες περιπτώσεις υπερβαίνει το 90% της ελληνικής οικονομίας και έχουμε μια άλλη Ελλάδα, όπως αυτή της Ηπείρου, της Δυτικής Μακεδονίας, της Πελοποννήσου, που αν εξαιρέσουμε το κομμάτι της Μεσσηνίας, που έχει μια καλπάζουσα ανάπτυξη την τελευταία περίοδο, η υπόλοιπη και κυρίως εκείνη που είναι, που έχει πολύ υψηλό βαθμό εξάρτησης απ' την εγχώρια αγορά, δυστυχώς δεν τα πάει πολύ καλά.

Άρα λοιπόν, **μια προϋπόθεση διαμόρφωσης ενός αναπτυξιακού προτύπου τουριστικής ανάπτυξης για την περιφερειακή ενότητα Άρτας** προϋποθέτει να υπάρξει μία συμφωνία όλων, των άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενων με την τουριστική ανάπτυξη φορέων, του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα -το τονίζω αυτό- αλλά και όλων των πολιτικών δυνάμεων του τόπου, κυρίως ως προς δύο ερωτήματα.

Δηλαδή, προς πια κατεύθυνση επιθυμούμε να στρέψουμε την τουριστική ανάπτυξη για την Άρτα, για την περιφερειακή ενότητα της Άρτας και ποιο θα είναι τελικά εκείνο το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που θα επιλέξουμε;

Εκτίμησή μου είναι, με βάση τα στοιχεία που έχουμε διαθέσιμα, ότι το μοντέλο το οποίο θα πρέπει να προτείνουμε, να στηρίξουμε και να στηριχτούμε να είναι ένα μοντέλο, που θα είναι ένας **συνδυασμός ενός τουρισμού ήπιας βεβαίως τουριστικής ανάπτυξης** -αυτά είναι τα γηγενή χαρακτηριστικά της περιοχής μη γελιόμαστε- **και φυσικά σε απόλυτο συνδυασμό με τον αγροτροδιατροφικό τομέα** που είναι πολύ σημαντικός στη περιοχή. Άσχετα από την αδυναμία που παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια λόγω της υποτίμησης των προϊόντων που παράγονται κυρίως στον κάμπο κτλ και βέβαια πάντα με στραμμένη την προσοχή μας στο περιβάλλον, στην καινοτομία και στις νέες τεχνολογίες, γιατί είναι γεγονός ότι δεν μπορούμε να κάνουμε χωρίς αυτό. Δεν σημαίνει ότι αποκλείουμε το μοντέλο μαζικού τουρισμού το οποίο σαφέστατα συνεισφέρει σε πολλούς, δηλαδή σε όλους σχεδόν κοινωνικούς και οικονομικούς δείκτες, αλλά δεν νομίζω ότι ταιριάζει με τα γηγενή χαρακτηριστικά της περιοχής.

Μάλιστα, η Ήπειρος και μιλάω για την Ήπειρο όχι μόνο για την περιφερειακή ενότητα Άρτας -έχει πολύ δίκιο ο κύριος Μπένος σαν Ήπειρο πρέπει να τον βλέπουμε τον προορισμό, σαν μια ενιαία γεωγραφική ενότητα, σαν έναν ενιαίο τουριστικό προορισμό-, έχει το συγκριτικό πλεονέκτημα αυτούς τους δύο τομείς πραγματικά να συμπλέουν. Δηλαδή, δύο μικροοικονομίες που ούτως ή άλλως συνυπάρχουν στο περιβάλλον της Ηπείρου κάτι το οποίο αποτελεί και ένα πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες περιοχές που είναι ή αμιγώς τουριστικές ή αμιγώς αγροτικές.

Απαιτούνται μια σειρά από προϋποθέσεις βέβαια για να το προωθήσουμε αυτό. Δηλαδή και οι φέρουσες ικανότητες των περιοχών πρέπει να εκτιμηθούν κι ένας άρτιος σχεδιασμός όλου του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της περιοχής, διότι δεν σας κρύβω ότι δυσκολεύτηκα πραγματικά στην αναζήτησή μου να δω, να βρω βάσεις δευτερογενούς στοιχείων για τα πολιτιστικά στοιχεία της περιοχής δυσκολεύτηκα πάρα πολύ. Ίσως να μην έκανα τις κατάλληλες επιλογές κι αν δεν απευθυνόμουν σε κάποιες εργασίες μεταπτυχιακών φοιτητών στον τουρισμό, που έχω επιβλέψει, δεν θα έβρισκα ίσως πλήρη στοιχεία.

Απαιτείται λοιπόν και η καταγραφή, αλλά κυρίως η συντήρηση και η ανάδειξη του πολιτιστικού πλούτου της περιοχής -σε αυτό έχει απόλυτο δίκιο ο κ. Μπένος, είναι εξαιρετική η πρωτοβουλία αυτή και είναι πραγματικά μια παθογένεια στον ελληνικό τουρισμό, γενικότερα όχι μόνο στη περιοχή σε όλη την Ελλάδα-, αυτή βέβαια, σίγουρα η ανάπτυξη ενός σχεδίου marketing.

Απαιτείται λοιπόν, μία **οριζόντια θα λέγαμε ανάδειξη, αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων και των απαραίτητων υποδομών υπό την μορφή των πολιτιστικών διαδρομών** οι οποίες βέβαια να μπορούν να συνδυαστούν. Έχουμε μια κάθετη οργάνωση με την ένταξη αυτών των οριζόντιων πολιτιστικών διαδρομών και με μια σειρά ακόμα αλυσίδας προϊόντων και υπηρεσιών. Δεν αρκεί να συντηρήσουμε και να διασώσουμε τα μνημεία μας θα πρέπει να τα συνδυάσουμε και με μια σειρά ακόμα προϊόντων και υπηρεσιών για να μπορούμε να συνθέσουμε ένα πιο ολοκληρωμένο προϊόν για την περιοχή.

Η τουριστική εκπαίδευση δεν είναι ελλιπής στη χώρα μας, την γνωρίζω πολύ καλά, συμμετέχω ενεργά σε αυτό το κομμάτι. Ο επαγγελματισμός είναι ένα έλλειμμα, η τουριστική εκπαίδευση όχι. Αν και βέβαια τα στοιχεία καταμαρτυρούν ότι εδώ υπάρχει η αδυναμία σε κάποια σημεία δηλαδή.

Δυστυχώς όλα αυτά τα προγράμματα των τελευταίων δεκαετιών ενέταξαν στον χώρο άτομα τα οποία δεν είναι αμιγώς ξενοδόχοι δεν είναι επαγγελματίες του τουρισμού. Επενδυτές ήταν του τουρισμού, οπότε σήμερα μετά από μια μακρά περίοδο κρίσης αυτή η αδυναμία ανασύρεται στην επιφάνεια και πραγματικά υπάρχουν σοβαρά προβλήματα στο χώρο του τουρισμού και βέβαια κάποιες πολιτικές απασχόλησης στον τουριστικό τομέα και ένα πολύ σημαντικό στοιχείο για το οποίο ακούγεται από όλες τις πλευρές -κατά κόρων συζητήθηκε σήμερα το πρωί προσυνοδικακά σε μια σύσκεψη είχαμε με εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης και φορέων σήμερα το μεσημέρι -.

Οι συνέργιες, αυτό που λέμε στρατηγική διακυβέρνηση, έτσι το αποκαλούμε, ως στρατηγική διακυβέρνηση τον τουρισμό. Δηλαδή, οι συνέργιες εμείς πιστεύουμε ακράδαντα και σαν φορέας, αλλά κι εγώ προσωπικά έχω την πεποίθηση ότι η τουριστική ανάπτυξη εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις σχέσεις αλληλεπίδρασης που μπορεί να δημιουργηθούν μεταξύ φορέων του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα. Άρα λοιπόν θα πρέπει να πάψουν πλέον περιφερειακά και δημοτικά συμβούλια να είναι αποξενωμένα και αποκομμένα από την πραγματική οικονομία.

Άκουσα με πολύ ενδιαφέρον όλα όσα ειπώθηκαν και κυρίως από πλευράς του κυρίου Ιωάννου, αλλά και του δημάρχου Αρταίων και διερωτάται κανείς μετά από τόσες πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί και από την Περιφέρεια που πράγματι είναι αξιόλογες και από τον δήμο και μετά από τόσους πόρους, που έχουν ενεργοποιηθεί, τελικά γιατί δεν έχει έρθει, δεν έχει επέλθει η επιθυμητή τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή και αν έχει επέλθει για ποιο λόγο το κάνουμε αυτό το συνέδριο; Μήπως τελικά δεν είναι απόλυτα ενταγμένη κάτω από ένα πραγματικά στρατηγικό σχεδιασμό όλες αυτές οι προσπάθειες; Μήπως δεν συμμετέχουν ενεργά οι εκπρόσωποι του ιδιωτικού τομέα σε αυτή την κοινή προσπάθεια;

Διαμόρφωση Αναπτυξιακού Προτύπου Τουριστικής Ανάπτυξης για την Π.Ε. Άρτας με ενσωμάτωση των τοπικών ιδιαιτεροτήτων

Στα πλαίσια του Στρατηγικού Τουριστικού Σχεδιασμού για την Π.Ε. Άρτας θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι, οι Δήμοι-Προορισμοί της Π.Ε. Άρτας παρουσιάζουν μια κάποια ποικιλομορφία, με περισσότερα του ενός χαρακτηριστικά.

Καθότι υπάρχουν Δήμοι, Δημοτικές Ενότητες και Δημοτικές Κοινότητες:

- ✓ **Ορεινοί απομονωμένοι και «γηρασμένοι»:** ο Ορεινός όγκος των Τζουμέρκων και ειδικότερα οι Δήμοι Γεωργίου Καραϊσκάκη και Κεντρικών Τζουμέρκων.
- ✓ **Με εξάρτηση από τη γεωργική δραστηριότητα:** Ολόκληρος ο κάμπος και ειδικότερα οι Δήμοι Αρταίων και Σκουφιά
- ✓ **Με εντατικές καλλιέργειες:** στην περιοχή του κάμπου μεμονωμένες περιπτώσεις

10

Βέβαια θα πρέπει να προσέξουμε και κάτι ακόμα. Στην έρευνα που πραγματοποιήσα στην περιοχή παρατηρήθηκε ότι υπάρχει και μια ανομοιογένεια σε δήμους- προορισμούς. Δηλαδή, υπάρχει μια ποικιλομορφία προορισμών με περισσότερα του ενός χαρακτηριστικά. Έχουμε περιοχές που είναι απομονωμένες και γερασμένες πληθυσμιακά με εξάρτηση την παραγωγική δραστηριότητα, γεωργικές καλλιέργειες, κάποιες παραλιακές ζώνες, περιοχές με ιστορικά μνημεία χαρακτηρίζονται κατά κύριο λόγο από ιστορικά μνημεία, με ορεινούς παραδοσιακούς οικισμούς και δασικές οικολογικές εκτάσεις, αλλά και η πόλη της Άρτας ως αστική συγκέντρωση. Αυτό τι σημαίνει; Σημαίνει ότι πρέπει να' μαστε πολύ προσεκτικοί ώστε να εντοπίσουμε τα χαρακτηριστικά και τα διαρθρωτικά προβλήματα της κάθε περιοχής και θα πρέπει κατά συνέπεια να προτείνουμε και έναν αντίστοιχο τύπο ανάπτυξης, ο οποίος να είναι αλληλένδετος και σε απόλυτη συμβατότητα με τους γενικούς στρατηγικούς στόχους της περιφερειακής ενότητας Άρτας, αλλά και της Ηπείρου.

Δήμοι και Δημοτικές Ενότητες

- ✓ **Με παραλιακές ζώνες:** περιοχές της Σαλαώρας, Κωρονησίας και Ροδιάς
- ✓ **Με ιστορικά μνημεία (τουριστικά θέλητρα):** η πόλη της Άρτας (κάστρο, Παρηγορήτρια, Αγ. Θεοδώρα, Αγ. Βασίλειος, Κάτω Παναγιά κ.α.) Βλαχέρνα (ομώνυμο χωριό) Αγ. Δημήτριος (Πλησιόι-η πιο παλαιά Βυζαντινή εκκλησία) η κόκκινη εκκλησιά στο Βουλγαρέλι, το Γεφύρι της Πλάκας (στα όρια με τον Νομό Ιωαννίνων, πλησίον του Καταρράκτη)
- ✓ **Με ορεινούς παραδοσιακούς οικισμούς και δασικές-οικολογικές εκτάσεις:** Καταρράκτης, Ροδαυγή, Φανερωμένη, Θεοδώριανη, Βουλγαρέλη
- ✓ **Αστικές συγκεντρώσεις:** η πόλη της Άρτας

Συνοπώς, μέσω του εντοπισμού των χαρακτηριστικών και των διαρθρωτικών προβλημάτων της κάθε περιοχής, πρέπει να προτείνεται και ο αντίστοιχος τύπος ανάπτυξης αλληλένδετος και σε απόλυτη συμβατότητα με τους Γενικούς Στόχους του Στρατηγικού Σχεδιασμού Τουριστικής Ανάπτυξης της Π. Ε. Άρτας και της Ηπείρου.

11

Και βέβαια θα πρέπει να κινηθούμε σε μια σειρά αξιών και δράσεων, σίγουρα ένα brand name για την βελτίωση της τουριστικής εικόνας για την Περιφερειακή ενότητα Άρτας, αναδιάρθρωση του τουριστικού προϊόντος και παρεχόμενων υπηρεσιών, ενίσχυση της ελκυστικότητας, διασύνδεση του τουρισμού με την παραγωγή και ιδιαίτερα με τον πρωτογενή τομέα διαμέσου κάποιων συμφώνων ποιότητας, ανάπτυξη μηχανισμών παραγωγής και διάχυσης της καινοτομίας και τεχνολογίας στις επιχειρήσεις, στην επιχειρηματικότητα, ενίσχυση της εκπαίδευσης τόσο των επαγγελματιών, των επιχειρηματιών όσο και των απασχολούμενων στον τουρισμό και εξασφάλιση κάποιων όρων περιβαλλοντολογικής ευφορίας, με μια σειρά βέβαια αξιών και δράσεων, που για λόγους οικονομίας χρόνου δεν θα αναπτύξω στην παρούσα φάση.



Γενικοί Στόχοι και Άξονες Δράσης Στρατηγικού Τουριστικού Σχεδιασμού για την Π.Ε. Άρτας

- ✓ Δημιουργία Brand name και βελτίωση της διεθνούς εικόνας της Π.Ε. Άρτας ως τουριστικού προορισμού, μέσω δυναμικών πρωτοβουλιών προβολής και προώθησης
- ✓ Αναδιάρθρωση του τουριστικού προϊόντος και των παρεχόμενων υπηρεσιών της Π.Ε. Άρτας
- ✓ Ενίσχυση της ελκυστικότητας της Π.Ε. Άρτας ως τουριστικός προορισμός μέσω της αναβάθμισης των κοινωνικών και τεχνικών υποδομών και αναδομών που υποστηρίζουν την τουριστική δραστηριότητα.
- ✓ Διασύνδεση του τουρισμού με την παραγωγή και ιδιαίτερα με τον πρωτογενή τομέα, μέσω της υλοποίησης και εφαρμογής **Ηπειρώτικου Συμφώνου Ποιότητας** με ορισμό προδιαγραφών για χώρους διαμονής, εστίασης και παραγόμενων προϊόντων με στόχο την διασύνδεση και αλληλοϋποστήριξη των παραγωγικών τομέων
- ✓ Ανάπτυξη μηχανισμών παραγωγής και διάχυσης της καινοτομίας και της τεχνολογίας με στόχο την ενσωμάτωση της τοπικής επιχειρηματικότητας και των υπηρεσιών την "κοινωνία της γνώσης" και του "δημιουργικού περιβάλλοντος"
- ✓ Ενίσχυση του μεγέθους και της ποιότητας εκπαίδευσης, απασχόλησης και ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού στον τομέα του τουρισμού
- ✓ Εξασφάλιση όρων περιβαλλοντικής αειφορίας

12

Με τις σκέψεις αυτές θα ήθελα να σας ευχαριστήσω για την προσοχή σας».

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Ευχαριστούμε τον κύριο **Μαρινάκο**. Θα κάνουμε ένα αυστηρώς πεντάλεπτο διάλειμμα για ξεμούδιασμα και θα έχει και μπουφέ. Να μείνετε εδώ γιατί ακολουθεί ανάλογη συνέχεια ενδιαφέρουσα και κυρίως θα μπορείτε να πάρετε και εσείς τον λόγο με ερωτήσεις και παρεμβάσεις.

(5λεπτο διάλειμμα)

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΕΓΑΣ: Για λόγους ανωτέρας βίας θα κάνουμε μία μικρή αλλαγή στο πρόγραμμα. Θα προηγηθεί ο Χρήστος Πετρέας, για τεχνικούς λόγους, ο οποίος θα μας μιλήσει για τα θρησκευτικά μνημεία ως πόλο έλξης τουριστικών δραστηριοτήτων. Κύριε Πετρέα!

Εισήγηση ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ - Εμπειρογνώμων - Σύμβουλος Περιφερειακής και Τουριστικής Ανάπτυξης- Μέλος της Συνοδικής Επιτροπής Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Ιεράς Συνόδου της Εκκλησίας της Ελλάδος
«Τα Θρησκευτικά μνημεία ως πόλος έλξης τουριστικών δραστηριοτήτων- Η περίπτωση της Άρτας»



«Καλησπέρα σας, ευχαριστώ πολύ, λυπούμαι που αρκετοί από σας φύγατε για να μπειτε εις την νυχτερινή ζωή της Άρτας αλλά είναι κατανοητό, η οποία προφανώς τώρα που σταμάτησε και η βροχή πρέπει να είναι αρκετά γοητευτική. Και είναι και ένα χαρακτηριστικό στοιχείο το οποίον θα δούμε αμέσως και πιο είναι το χαρακτηριστικό στοιχείο; Αυτό το οποίο έχει να αντιμετωπίσει ο πελάτης του θρησκευτικού τουρισμού. Ποιο είναι το στοιχείο αυτό;



Τα μνημεία κατά κανόνα είναι κλειστά μετά την δύση του ηλίου. Οι ιερές μονές κλείνουν και οι εκκλησίες συνήθως, αν δεν έχουν εσπερινό, επίσης κλείνουν. Όμως ο τουρισμός είναι εικοσιτετράωρος. Ο τουρίστας δεν ταξιδεύει μόνον από την ανατολή στη δύση του ηλίου και μετά εξαφανίζεται, πρέπει κάτι να κάνει. Βεβαίως το κατά πόσον θέλει να πάει στη νυχτερινή ζωή της Άρτας είναι ένα ερωτηματικό. Και στις δύο όμως περιπτώσεις δεν θα πάει ούτε στη νυχτερινή ζωή, ούτε στο μνημείο εάν δεν έχει κάποια γνώση του τί συμβαίνει.

Θα προσπαθήσω να είμαι λίγο τεχνοκρατικός. Νομίζω ότι οι ομιλητές στην προηγούμενη ενότητα καλύψανε πάρα πολύ καλά όλα τα θέματα στρατηγικών στόχων, ενότητων κλπ.

Εγώ θα αναφερθώ, όχι σε εξειδικευμένα, αλλά σε θέματα και δεν θα ήθελα να πω θρησκευτικός τουρισμός. Πρώτον βεβαίως, φύγανε οι σεβασμιότατοι και οι άλλοι.

Η εκκλησία δεν προτιμάει τον όρο θρησκευτικός τουρισμός προτιμάει τον όρον προσκυνηματικές περιηγήσεις. Βεβαίως κατ' επέκτασιν είναι αποδεκτός και ο όρος θρησκευτικός τουρισμός για λόγους πρακτικούς. Συγνώμη, επειδή έχουμε και ένα προηγούμενο δεδομένο περί πολιτισμού. Μας έφυγε όμως, ο κύριος Μπένος. Προφανώς πήγε σε κάποιο πολιτιστικό μνημείο.

Πριν 2-3- χρόνια, επί του εορτασμού τόσων ετών Κύριλλου και Μεθόδιου, ο πρωθυπουργός της Ρωσίας βγήκε και είπε οι άγιοι λέει ανέπτυξαν τον Ρωσικό πολιτισμό. Διότι οι άγιοι Κύριλλος και Μεθόδιος έδωσαν το αλφάβητο με το οποίο βεβαίως γραφτήκανε συγγράμματα και δημιούργησαν αρχικά την κοινωνία την θεοκρατική, όπως είχαμε και εμείς στο Βυζάντιο, διότι ο Αυτοκράτωρ Τσάρος της Ρωσίας -όπως ξέρετε ήταν επίσης-, όπως και ο Αυτοκράτωρ του Βυζαντίου και αρχηγός της εκκλησίας. Ανεξάρτητα από το αν ήταν και ο Πατριάρχης και κατά ένα ποσοστό στη Ρωσία συνεχίζει να είναι μαζί οι δύο αρχές και οι δύο κεφαλές.

Γιατί θρησκευτικός τουρισμός; Καταρχήν διότι υπάρχει μία σαφής διεθνής αύξηση, αλλά έχουμε και κάποια δεδομένα που δεν αλλάζουν. Όπως ξέρετε ή έχετε ακούσει υπάρχουν τα μνημεία της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα 2/3 από αυτά έχουν και χαρακτήρα θρησκευτικό. Στην Ελλάδα έχουμε 17 τέτοια μνημεία. Από αυτά τα 5 είναι καθαρά θρησκευτικά. Στη Θεσσαλονίκη, τα Μετέωρα είναι μικτό, στη Θεσσαλονίκη είναι μικτό, η μονή Βακτίου. Όμως, η μονή του Οσίου Λουκά έχει μοναδικό χαρακτηριστικό, θρησκευτικό.

Η Καθολική Εκκλησία, η οποία κάνει ορισμένα πράγματα πολύ και επιχειρηματικά, έχει ιδρύσει εδώ και 80 χρόνια ή μάλλον τώρα θα είναι 82, Τουριστικό Οργανισμό. Πως έλεγε ο κύριος Μαρινάκος για τον Τουριστικό Οργανισμό Πελοποννήσου! Η καθολική εκκλησία έχει τον Τουριστικό Οργανισμό, ο οποίος πρέπει να έχει καμιά 150αρια υπαλλήλους και διακινεί ετησίως γύρω στα 40.000.000 καθολικούς σε

προσκυνηματικές περιηγήσεις. Ψιλοπράγματα. Οι διαστάσεις όμως, και γι' αυτό είπα ότι δεν θέλω να χρησιμοποιήσω μόνον τον όρο αυτόν και θα σας προτείνω τον όρο τουρισμός θρησκευτικών ενδιαφερόντων, διότι ο θρησκευτικός τουρισμός είναι πραγματικά ειδικών ενδιαφερόντων. Έχουμε 5 διαστάσεις του, ας το πούμε, θρησκευτικού τουρισμού:

Τουριστικές διαστάσεις της δραστηριότητας του θρησκευτικού τουρισμού

- (1) το προσκυνηματικό ταξίδι ή η προσκυνηματική περιήγηση.
- (2) «πολιτιστική επίσκεψη» (περισσότερα από 2/3 από τα μνημεία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς UNESCO έχουν [και] θρησκευτική σημασία)
- (3) **θρησκευτική παραδοσιακή/επετειακή δραστηριότητα** (Πάσχα, επιτάφιος, Αγιασμός υδάτων, εορτή προσκυνήματος, κλπ)
- (4) **θρησκευτική δραστηριότητα**, (όπως είναι τα ιεραποστολικά ταξίδια, οι θερινές κατασκηνώσεις νεολαίας, τα θρησκευτικά ή θρησκευτικού αντικειμένου συνέδρια και συναντήσεις, καθώς και οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες)
- (5) **συμμετοχή στις εκφράσεις της λατρευτικής ζωής** (θρησκευτικές τελετές, γάμοι, επέτειοι, πανηγύρεις, κλπ)

© ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2012

- Έχουμε την διάσταση η οποία είναι το προσκυνηματικό ταξίδι, το καθαρά προσκυνηματικό, που πηγαινει ο άλλος διότι αισθάνεται κάτι, που θέλει να πάει να προσκυνήσει μία εικόνα, να ζητήσει μία βοήθεια, όλα αυτά είναι αποδεχτά.
- Υπάρχει η πολιτιστική επίσκεψη. Μεγάλος αριθμός Κινέζων που έρχεται στην Ελλάδα πηγαίνουν στα Μετέωρα. Όπως φαντάζεστε δεν πηγαίνουν για να κάνουνε προσκυνηματική επίσκεψη. Πηγαίνουν όμως, για τον πολιτιστικό χαρακτήρα των Μετεώρων και των μοναστηριών.
- Η θρησκευτική, παραδοσιακή, επετειακή δραστηριότητα. Ξέρετε πολύ καλά Πάσχα, αγιασμός των υδάτων, όλα αυτά είναι συνυφασμένα με την παράδοση και την θρησκευτική, αλλά και την λαϊκή και συνδυάζονται και έχουν προσελκυσιμότητα. Σε κάποιες μάλιστα περιοχές, κάποιες από αυτές τις δραστηριότητες είναι και ιδιαίτερου ενδιαφέροντος. Είναι διαφορετικές, έχουνε κάτι χαρακτηριστικό.
- Έχουμε την θρησκευτική δραστηριότητα την συγκεκριμένη που δεν έχουμε τόσο πολύ στην Ελλάδα, έχουμε βεβαίως νυχτερινές κατασκηνώσεις, αλλά συνέδρια, ευαγγελικές συνάξεις, τις ιεραποστολικές συναντήσεις, τέτοια δεν

έχουμε στην Ελλάδα. Όχι ότι δεν υπάρχουν στην Ορθόδοξη Εκκλησία, στην ευρύτερη Ορθόδοξη Εκκλησία.

- Έχουμε επίσης την συμμετοχή στις εκφράσεις λατρευτικής ζωής. Δεν μπορεί να μην έχετε ακούσει ότι πηγαίνουν άνθρωποι να κάνουν τον γάμο τους κάπου αλλού. Διότι είναι ένα συγκεκριμένο εκκλησάκι, είτε είναι κάτι ιδιαίτερο. Ας αφήσω τους Κινέζους και την Σαντορίνη. Αυτοί δεν πηγαίνουν να κάνουν τον γάμο τους, αυτοί πηγαίνουν απλώς να φωτογραφηθούν, και να πουν ότι πήγανε εκεί, που αγαπήθηκαν δύο πρωταγωνιστές μίας ταινίας, που γι' αυτό ήταν το δεδομένο και μάλιστα παίρνουν μαζί -σας πληροφορώ πριν 2 εβδομάδες γύρισα από την Κίνα που ήμασταν με τον δήμο Λευκάδας για μία παρουσία εκεί-, τον δικό τους φωτογράφο από την Κίνα, μην γίνει λάθος και βγει άλλο εκκλησάκι στη φωτογραφία. Σας το λέω, το έχω συναντήσει. Βρέθηκα σε ένα συνέδριο στη Σαντορίνη και βλέπω στον κήπο του ξενοδοχείου ένα ζευγάρι με πλήρη αμφίεση νεονύμφων, τους έκανα λοιπόν νόημα από πάνω, τους λέω μου επιτρέπεται λέω να σας φωτογραφίσω; Βεβαίως, αλλά λέει με φόντο. Λέω με φόντο, τι να κάνουμε.

Γιατί μας ενδιαφέρει για την Ελλάδα και όχι μόνο για τον ημεδαπό θρησκευτικό τουρισμό.

Η **Βόρεια Αμερική** κάνει πολλά ταξίδια και έρευνα -είναι μεν λίγο παλαιότερη δεν αλλάζουν τα δεδομένα- λέει ότι το 42% των υποψηφίων ταξιδιωτών, ενός πολύ μεγάλου ταξιδιωτικού γραφείου που ασχολείται ειδικά με θρησκευτικό τουρισμό, λένε ότι θέλουν 50-50 θρησκευτικές και μη θρησκευτικές δραστηριότητες.

Άρα, πηγαίνετε να δείτε την Παναγία την Παρηγορήτισσα και το βράδυ έχει νυχτερινή ζωή στην Άρτα.

Το 75% δε αυτών προτιμούν να ταξιδέψουν με οργανωμένη διακίνηση, προσέξτε, ο μαζικός τουρισμός και η οργανωμένη διακίνηση δεν είναι ταυτόσημα πράγματα. Βεβαίως, ο μαζικός τουρισμός μπορεί να είναι οργανωμένος. Η διαφορά ποια είναι: Στον μαζικό τουρισμό ο πράκτωρ, ο tour operator κατασκευάζει το τουριστικό προϊόν, όπως κατασκευάζω ένα στυλό ή ένα τηλέφωνο, ευελπιστώντας ότι υπάρχει πελατεία να το αγοράσει και το βγάζει στην αγορά. Το οργανωμένο μπορεί πάρα πολύ καλά να είναι: και εγώ μαζεύομαι με μία παρέα ή κάτι άλλο και πηγαίνω σε ένα τουριστικό γραφείο και λέω παρακαλώ οργάνωσέ μου ένα ταξίδι εκεί. Είναι οργανωμένο αυτό, δεν είναι μαζικό.

Τι είναι τα τμήματα της αγοράς: -Εδώ βλέπετε (προτζέκτορας), αριστερά αυτά που έχουμε και στην Ελλάδα τα είπα προηγουμένως και δεξιά αυτά που δεν έχουμε ουσιαστικά, αλλά θα μπορούσαμε να αναπτύξουμε-. Και ημεδαπών ή και άλλων ορθοδόξων, αλλά κυρίως για αλλοδαπών.

Τα τμήματα αγοράς του θρησκευτικού τουρισμού

Ήδη πραγματοποιούνται:

- Προσκυνήματα
- Πολιτιστικές επισκέψεις
- Θρησκευτικές εκδηλώσεις - εορτασμοί
- Εκδρομές κρουαζιέρας
- Συνδυασμός με αναψυχή



Μελλοντικές δυνατότητες:

- Συνέδρια
- Ευαγγελικές συγκεντρώσεις
- Χριστιανικές κατασκηνώσεις
- Εθελοντισμός
- Νεολαία / φοιτητές
- Ίεραποστολές

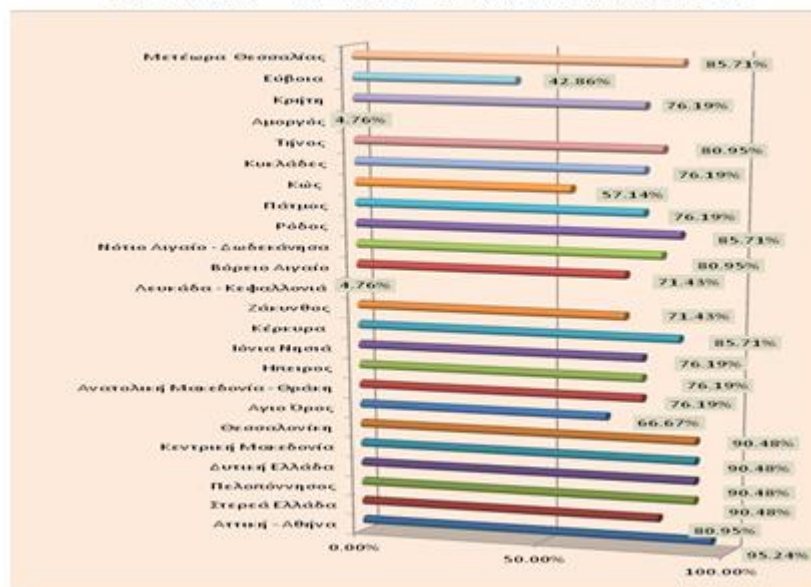
© ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΛΙΣ 2016

Σας πληροφορώ ότι στο συνοδικό γραφείο της Ιεράς Συνόδου ήρθε ένας Αγγλικανός Επίσκοπος πριν 2 χρόνια και μας είπε ότι εμείς κάνουμε ένα και ζήτησε ένα συνέδριο κάθε χρόνο και θα θέλαμε εάν γίνεται να κάνουμε αυτό το συνέδριο στην Ελλάδα και πέστε μας εάν υπάρχει κάποιος χώρος, εάν διάφορα δεδομένα. Τελικώς δεν έγινε, αλλά θέλω να πω υπήρξε ένα ενδιαφέρον.

Σας λέγω δε ότι στα βήματα του Αποστόλου Παύλου, που δυστυχώς εδώ δεν υπάρχουνε στην Άρτα, στην Ήπειρο υπάρχουνε, διότι ο Απόστολος Παύλος διαχείμασε στην Νικόπολη με βάση τις επιστολές του, αλλά δεν υπάρχει αρχαιολογικό στοιχείο που να μπορεί κανείς να το δείξει όπως π.χ. υπάρχει στην Καβάλα που είναι το βαπτιστήριο έρχονται και κάνουν επισκέψεις. Το έτος, που ήταν έτος Αποστόλου Παύλου πριν 5-6 χρόνια, μου έλεγε ο Μητροπολίτης Βεροίας ότι είχε δεχθεί το καλοκαίρι 6.000 καθολικούς. Έχετε πάει στη Βέροια; Ξέρετε τα βήματα του Αποστόλου Παύλου, τίποτε; Είναι φρεσκοβαμμένη, πρόσφατη κατασκευή, με ένα πολύ ωραίο ψηφιδωτό στον τόπο που θεωρείται ότι πήγε ο Απόστολος Παύλος, αλλά δεν έχει κανένα ιστορικό στοιχείο και όμως εκεί πήγανε 6.000 καθολικοί, λόγω αυτής της σχέσης. Υπάρχει λοιπόν ενδιαφέρον. Αυτά τα οποία μπορούν επίσης, να αναπτυχθούν και σας δίδω έτσι μερικά νούμερα για να αντιληφθείτε τα μεγέθη. 15.000.000 άτομα κάνανε το 2006 -που καταγραφήκανε 17.000- συνεδριακές συναντήσεις σε διάφορα μέρη του κόσμου, θρησκευτικού τουρισμού. Όλα αυτά τα οποία λέμε είναι δυτικός κόσμος. Είναι ουσιαστικά, ας πούμε το 90% χριστιανικά. Γιατί αν πάμε στην Άπω Ανατολή μιλάμε ότι κάθε 10 χρόνια μαζεύονται στην Ινδία, στον Γάγγη για προσκύνημα 700.000.000 βουδιστές στο έτος που είναι, της δεκαετίας. Κάθε χρόνο πηγαίνουνε στην Μέκκα για να προσκυνήσουν περίπου 2,5- 3 εκατ. μωαμεθανοί κλπ.

Κάναμε μία έρευνα από το συνοδικό γραφείο σε τουριστικά γραφεία, που ασχολούνται και με εκδρομές, που θα μπορούσαμε να πούμε θρησκευτικών ενδιαφερόντων. Βλέπετε λοιπόν εδώ (προτζέκτορας) -ίσως όχι πολύ καθαρά αλλά θα δείτε στο επόμενο- διάφορες δραστηριότητες και διάφορες περιοχές. Τους ρωτήσαμε που πάτε;

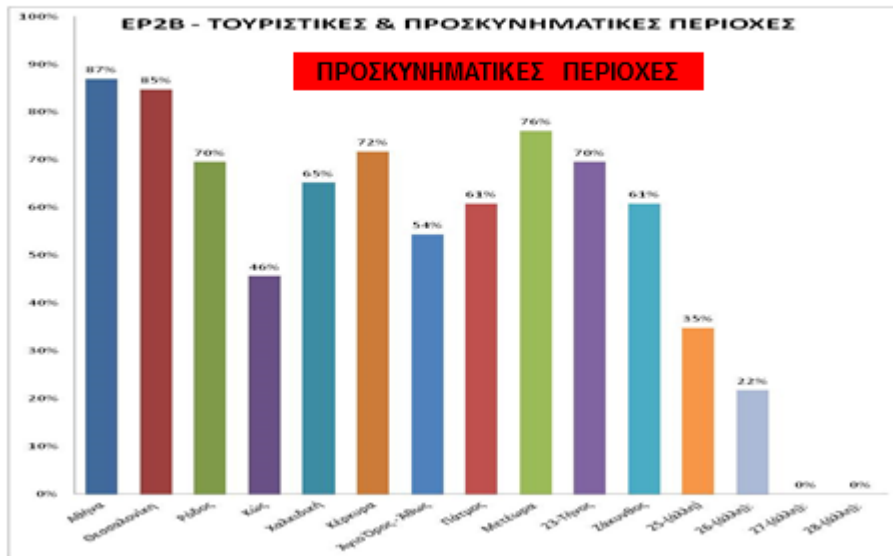
ΕΡΩΤΗΣΗ – ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ



ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ – ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ © ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2013

- Είχαμε λοιπόν Αθήνα- Αττική 95%. Βεβαίως, όπως καταλαβαίνετε, η εκδρομή δεν ήταν μόνο για τα θρησκευτικά μνημεία της Αθήνας. Η Αθήνα είναι και τουριστικός προορισμός, τραβάει κλπ.
- Είναι η Θεσσαλονίκη,
- όταν όμως φτάνω στα Μετέωρα και λέει 85% εκεί, είναι βεβαίως πολιτιστικό, θρησκευτικό κλπ. προσκύνημα.
- Όμως όταν μιλάω για την Πάτμο το 76% είναι ουσιαστικά θρησκευτικός τουρισμός.
- Βλέπετε εδώ τις περιοχές με την μεγαλύτερη προσελκυστικότητα και βεβαίως:
- Αθήνα,
- Θεσσαλονίκη
- Ρόδος
- Κως
- Χαλκιδική
- Κέρκυρα και μετά είναι
- Άγιο Όρος- Άθως. Αυτό είναι Άγιο Όρος-Άθως. Καθαρά προσκυνηματικός τουρισμός, συγνώμη προσκυνηματική περιήγηση.

ΕΡΩΤΗΣΗ – ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ & ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ



ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ – ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ © ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2013

Άρα βλέπετε ότι στα μεν έχω τον συνδυασμό εκεί δεν έχω. Γιατί εκεί δεν έχω νυχτερινή ζωή. Στον Άθω έχω νυχτερινή λειτουργία και κατάνυξη. Δεν επιτρέπονται οι γυναίκες. Τώρα βεβαίως, έχει οργανωθεί και κάνεις μία κρουαζιέρα και μπαίνουν γυναίκες σε ένα μεγάλο κρουαζιερόπλοιο το οποίο κάνει τον περίπλου σε απόσταση 501 μέτρα από την ακτή, διότι στα 500 απαγορεύεται να μπει μέσα και ορισμένες μονές φέρνουν ειδικά κειμήλια στο κρουαζιερόπλοιο για να προσκυνήσουν οι γυναίκες και μετά τα ξαναγυρίζουν. Απλώς αυτές είναι οργανωμένες κρουαζιέρες. Λένε λοιπόν τα τουριστικά γραφεία, έτσι για να έχετε μία εικόνα, οργανώσαμε τις ανωτέρω εκδρομές σε άλλες περιόδους εκτός Χριστουγέννων και Πάσχα. Άρα δεν είναι προφανώς μόνον Χριστούγεννα και Πάσχα ο θρησκευτικός τουρισμός. Οργανώσαμε μικρής διάρκειας μια ή δύο διανυκτερεύσεις στην Ελλάδα μικτού χαρακτήρα. Τι εννοούμε μικτός χαρακτήρας, πάω να επισκεφτώ αλλά κάνω και κάτι άλλο. Αλλά έχω προβλέψει την επίσκεψη στο θρησκευτικό μνημείο μέσα στην εκδρομή. Όχι, το έκανα αφού πήγα. Και οργανώσαμε πολυήμερες άνω των 3 διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα μικτού χαρακτήρα και υπήρχαν διάφορες άλλες επιλογές.

Στην Ελλάδα λέμε ο τουρισμός είναι τα 3S. Έχετε ακούσει πιθανόν Sun See και Shingle. Είναι ο ήλιος, η θάλασσα και η παραλία. Εγώ λέω θέλουμε να δούμε τα 3 Σίγμα. Θέλουμε:

- στρατηγική,
- συνέργειες, συνεργασίες δηλαδή, και
- συντονισμό.



Το τρίτο, στον θρησκευτικό τουρισμό, μας λείπει αρκετά. Βεβαίως το συνοδικό γραφείο έχει ήδη κανονίσει και κάθε ιερά μητρόπολη της Ελλάδος έχει και έναν προσδιορισμένο κληρικό, ο οποίος είναι αρμόδιος, είναι ο σύνδεσμος με το συνοδικό γραφείο της Ιεράς Συνόδου της εκκλησίας για συντονισμό διαφόρων δραστηριοτήτων.

Τι είναι οι δραστηριότητες; π.χ. Εγώ είχα την τιμή και την ευκαιρία και συνόδευσα 3 Μητροπολίτες από 2 πόλεις της Ρωσίας, όχι της Μόσχας, στα Ουράλια, μέσα από 2 μικρούλες μητροπόλεις η μία των 3 εκατομμυρίων κατοίκων και η άλλη των 5, μικρούλες, οι οποίοι κάνανε μία σειρά περιοδειών στην Αθήνα και μετά ανεβήκανε μέσω Μετεώρων κλπ έφθασαν Θεσσαλονίκη, Χαλκιδική και φύγανε.

Το επόμενο έτος το γραφείο Ε.Ο.Τ. της Ρωσίας, που είχε μεσολαβήσει και για να έρθουν αυτοί με την συνοδεία τους, γιατί ήρθανε και κληρικοί, ήρθανε 2 λαϊκοί και ένας διάκονος δημοσιογράφος, ο οποίος βιντεοσκοπούσε όλο το ταξίδι και μετά έγινε ντοκιμαντέρ στη Ρωσία. Είπαν πως είχαμε αύξηση τον Ιανουάριο σε σχέση με τον προηγούμενο Ιανουάριο πριν απ' το ταξίδι των Μητροπολιτών στη ζήτηση προς την Ελλάδα 175%. Το 175% ακούγεται μεγάλο νούμερο, οι πραγματικοί αριθμοί των επισκεπτών ήταν μικροί διότι δεν ήταν μες στη Μόσχα. Όμως αυτή η κίνηση δημιούργησε την αύξηση, διότι οι άλλοι ακούσανε, πάει ο Μητροπολίτης μία εβδομάδα στην Ελλάδα, μετά είδανε και εικόνες, ο Μητροπολίτης προφανώς γύρισε και μετέφερε την εμπειρία. Ξέρετε ότι τα ταξίδια μας είναι πάντα μικρότερα σε χρόνο, από το χρόνο που τα διηγούμεθα. Μπορώ να σας διηγούμαι για περί ταξιδίων και περί εμπειριών επί ώρες και είμαι βέβαιος ότι κι εσείς. Αυτό κι εμένα μου κάνει κέφι διότι βρίσκω ένα ακροατήριο και τους κάνω και με ακούνε, από την

άλλη όμως πλευρά, δημιουργεί κι ένα ενδιαφέρον στον κόσμο, ο οποίος λέει «γιατί να μην πάω και εγώ»; Και βεβαίως αυτό ήτανε ένα από τα δεδομένα.

**Προσέγγιση ανάπτυξης τουρισμού
θρησκευτικών ενδιαφερόντων**

Τα 3 «Σ»
[όχι τα 3 «s»]

Στρατηγική
Συνέργειες
Συντονισμός

- Ο Τουρισμός είναι δραστηριότητα 24 ωρών
- Οι ιερές Μονές ανοίγουν από Ανατολή σε Δύση
- Πρόβλεψη δραστηριοτήτων υπόλοιπου χρόνου

© ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2016

Όμως είπα πριν, περί των 24ωρών, που είχαμε αυτούς που φύγανε για την νυχτερινή ζωή. Γι' αυτό χρειαζόμαστε πρόβλεψη δραστηριοτήτων στον υπόλοιπο χρόνο εκτός απ' τον χρόνο που είναι ανοιχτά τα θρησκευτικά μνημεία.

Πρέπει όταν στείλει κάποιος το θρησκευτικό προϊόν, το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού να προβλέψει και να πει. Είναι πάνω από δέκα χρόνια από τη σύνταξη της μελέτης τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής Μετεώρων-Καλαμπάκας(2004). Η Καλαμπάκα ή μάλλον τα Μετέωρα δέχονται χονδρικά περί το ένα εκατομμύριο επισκέπτες κατ' έτος. Οι διανυκτερεύσεις στην Καλαμπάκα είναι της τάξεως των 250.000, όλοι οι άλλοι είναι ημερήσιοι. Μπήκαν-βγήκαν.

Είπα λοιπόν, πρέπει να τους κρατήσετε μία νύχτα. Αλλά για να τους κρατήσετε μία νύχτα από τις 5-6 που κλείνουν οι ιερές μονές μέχρι το επόμενο πρωί που μπορούν να πάνε σε μια δεύτερη μονή στα Μετέωρα λειτουργούν και είναι επισκέψιμες 6 μονές. Πρέπει κάτι να κάνουμε.

- **Πρώτον** ζητήστε από την Μητρόπολη να αφήσει κάποιες εκκλησίες ανοιχτές το βράδυ. Ο Μητροπολίτης, είτε ο άνθρωπος πολύ ευχαρίστως, να βρούμε έναν τρόπο να κάνουμε κάποιες βάρδιες κάποιοι ιερείς. Τα λέω για να ακούει και ο δήμαρχος εδώ. Ο Μητροπολίτης έφυγε. αλλά και αυτός ακούει.
- **Δεύτερον** έχετε κάποια μουσεία, συνεννοηθείτε τα μουσεία αυτά να είναι ανοιχτά το βράδυ.

- **Και τρίτον** φτιάξτε μία-δύο περιηγητικές διαδρομές μέσα στην πόλη, φωτισμένες το βράδυ, για να κάνει βόλτα ο τουρίστας, να έχει κάτι να κάνει. Και ας κάνει και την νυχτερινή του ζωή αν θέλει να κάνει, νυχτερινή ζωή δεν θέλουνε όλοι. Αλλιώς λέμε ο πελάτης θα έρθει μόνο για ημερήσια εκδρομή.

Οι ενέργειες προσέλκυσης.

Ενέργειες προσέλκυσης

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ	ΜΕΣΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Αναγνωρισιμότητα • «Μοναδικότητες» • Προσβασιμότητα • Τουριστικές υπηρεσίες • Κάλυψη του «υπόλοιπου» χρόνου • Λατρευτικές ή άλλες δυνατότητες • Ανάδειξη «ημερομηνιών» εορτασμών ή εθίμων 	<ul style="list-style-type: none"> • Έντυπο υλικό (ενορίες, ταξιδιωτικά γραφεία, εκθέσεις) • Ταξίδια εξοικείωσης (fam trips) και opinion leaders • Ηλεκτρονικό υλικό – με βάση το «ενδιαφέρον» και το «διαφορετικό» • Καλλιέργεια "word of mouth" με τον ευχαριστημένο πελάτη

© ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2016

Δεν χρειάζεται να τις ξαναπώ, είπαν οι προηγούμενοι, εγώ θέλω να σταθώ σε ένα μόνο δεδομένο. Σας είπα ήδη, την ιστορία με τους Μητροπολίτες της Ρωσίας, την κάλυψη του υπόλοιπου χρόνου σας.

Ανάδειξη ημερομηνιών, εορτασμών ή εθίμων. Με όλο το σέβας και το συμπάθιο όταν έρθει ο τουρίστας στη περιοχή και θα του πείτε ότι έχουμε το τάδε πανηγύρι, είναι πολύ αργά. Διότι δεν του δώσατε το ερέθισμα να έρθει αυτή την συγκεκριμένη περίοδο προκειμένου να συμμετάσχει στο τάδε πανηγύρι. Δεν είναι μόνον το Πάσχα, το Δεκαπενταύγουστο, τα Χριστούγεννα. Είναι και πάρα πολλές άλλες εορτές και σε ορισμένες περιπτώσεις και τοπικές, παραδοσιακές εορτασμοί. Θέλει καλεντάρι, το καλεντάρι αυτό πρέπει να το ξέρει ο οργανώνων το τουριστικό πακέτο. Πρέπει να του το πείτε. Να το πει, να το διαφημίσει, να το έχει αναρτήσει στην ιστοσελίδα και να μην πουλάει εκδρομή μία εβδομάδα στην Άρτα, αλλά να πουλάει εκδρομή την 34^η βδομάδα του χρόνου στην Άρτα, που συμβαίνει αυτό.

Τα μέσα τα έχουμε πει.

Ποιες είναι οι ομάδες που μπορούμε να απευθυνθούμε για τον θρησκευτικό τουρισμό;

Πέντε ομάδες / κατηγορίες τουριστικών αγορών:

- **Οι πιστοί και οι ομόθρησκοι** καταρχήν ορθόδοξοι από άλλες χώρες ή και άλλοι χριστιανοί.
- **Οι επισκέπτες του πολιτιστικού τουρισμού** που επισκέπτονται ένα θρησκευτικό μνημείο για τα πολιτιστικά και ιστορικά χαρακτηριστικά
- Οι επισκεπτόμενοι το θρησκευτικό μνημείο **για λόγους** επιστημών, τεχνών, καλλιτεχνικών στοιχείων, επιστημονικού ενδιαφέροντος, χωροταξικών χαρακτηριστικών
- Η επίσκεψη του θρησκευτικού μνημείου απλά και μόνο **σε συνδυασμό με μία θρησκευτική τελετή ή έθιμα**, όπως γίνεται τουλάχιστον στην Ελλάδα κατά την περίοδο και του Πάσχα αλλά και του Δεκαπενταύγουστου.
- Η ανάδειξη τουριστικών προορισμών **για την τέλεση χαρμόσυνων τελετών** (γάμοι) και η προσέλκυση επισκεπτών για πανηγύρεις και άλλες εκδηλώσεις συνυφασμένες με θρησκευτικές επετείες.

© ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2016

Μπορούμε να διαχωρίσουμε 5 τμήματα αγοράς, όπως λέμε στο μάρκετινγκ, όπως λέει ο κ. Μαρινάκος, δυστυχώς εκεί είμεθα όχι ανταγωνιστές, συναγωνιστές διότι κι εγώ έκανα τουριστικό μάρκετινγκ στο ανοιχτό πανεπιστήμιο πριν μερικά χρόνια. Εκείνος είναι νεότερος, το κάνει τώρα.

Οι πιστοί και οι ομόθρησκοι. Έχουμε αρκετούς. Πέραν των Ορθοδόξων έχουμε και άλλες λεγόμενες ομολογίες. Έτσι λέγονται εκκλησιαστικά. **Οι επισκέπτες του πολιτιστικού τουρισμού.** Οι εκτιμήσεις του παγκόσμιου τουρισμού λένε ότι 97% των ταξιδιωτών ενδιαφέρονται να κάνουν επίσκεψη σε πολιτισμικό μνημείο. Ε αναδείξετε τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά των θρησκευτικών μνημείων τι πειράζει; Η Εκκλησία της Ελλάδος έχει πάει 3 φορές στην Κίνα. Κατόπιν συνεργασίας που θα σας πω με το υπουργείο Τουρισμού. Σε τουριστική έκθεση μία φορά, σε ειδική οργάνωση με πράκτορες b to b με Κινέζους για να αναδείξει τι ; Τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά των θρησκευτικών μνημείων. Διότι οι Κινέζοι σέβονται τους πολιτισμούς και τον Βυζαντινό πολιτισμό δεν τον ξέρανε, τον μάθανε μετά. Ή πρέπει να τους τον μάθουμε. Ο Βυζαντινός πολιτισμός έχει και τέχνες και αιογράφηση και αρχιτεκτονική και κατασκευαστικά δεδομένα και την τέχνη του ψηφιδωτού κ.ο.κ.

Έχω **θρησκευτικές τελετές και έθιμα**, τα είπαμε προηγουμένως και έχω και την τέλεση χαρμόσυνων τελετών που μπορεί να είναι οι γάμοι που είπαμε, αλλά μπορεί να είναι και βαφτίσεις κι άλλα δεδομένα, που μπορούν να αναδειχθούν ορισμένα θρησκευτικά μνημεία για τέτοιου είδους δραστηριότητες. Βεβαίως, σας πληροφορώ ότι κατόπιν ειδικής προηγούμενης όμως συνεννόησης, **ξένες χριστιανικές ομολογίες επιτρέπεται να κάνουν παράκληση**, έστω και οι μη ορθόδοξοι χριστιανοί σε χριστιανική εκκλησία με παρουσία ορθόδοξου ιερέα -παράκληση. Δηλαδή, οι

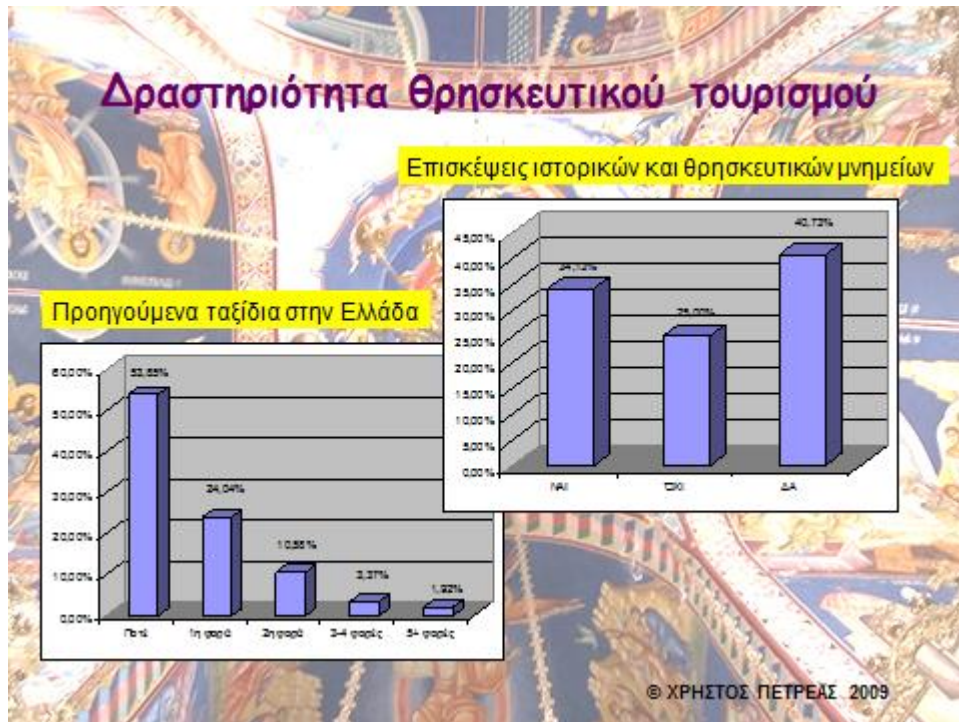
καθολικοί μπορούν να κάνουν παράκληση σε ορθόδοξη εκκλησία. Οι ορθόδοξοι Ρώσοι, Ουκρανοί οι Καζακστανοί κλπ. μπορούν να κάνουν συλλειτουργία με τον ιερέα της Μητρόπολης κατόπιν αδείας του Μητροπολίτη, η οποία γενικώς δίδεται. Διέρχονται με τον ιερέα τους, αλλά παρευρίσκεται και ο δικός μας ιερέας.



Έξι στόχους πρέπει να καλύψει η επίσκεψη στο προσκύνημα και δεν θα τους αναλύσω όλους, αλλά ένα από τα δεδομένα που είναι σεβαστό, αλλά θέλει προσοχή είναι η **κάλυψη των εμπορικών αναγκών των επιχειρήσεων**. Είναι σεβαστό και η εκκλησία καταλαβαίνει ότι πρέπει και οι επιχειρήσεις να λειτουργήσουν. Απλώς πρέπει να λειτουργήσουν με κάποια πλαίσια που να μην καταρρακώσουν την θρησκευτικότητα ενός μνημείου. Αυτά όλα δεν τα λέω θεωρητικά. Μεταξύ άλλων δεχόμεθα Ρουμάνους. Οι Ρουμάνοι είναι ορθόδοξοι πολύ. Κάναμε λοιπόν μία ειδική έρευνα στους Ρουμάνους, που σε μία τουριστική έκθεση στο Βουκουρέστι, επισκεπτόντουσαν το ελληνικό περίπτερο. Μας είπαν λοιπόν: Διάρκεια ταξιδιού στην Ελλάδα οι περισσότεροι 4 έως 7 ημέρες. Ποιος το οργανώνει; Οι περισσότεροι απάντησαν: ο ταξιδιωτικός πράκτωρ μόνος. Μέσο μετακίνησης; Οι Ρουμάνοι όμως έρχονται και με αυτοκίνητο, επιλογή ήταν το αεροπλάνο και το αυτοκίνητο. Επιλογή καταλύματος 3-2-1 αστέρια, οι περισσότεροι και 4-5 λιγότεροι, αλλά πολύ σαφώς μεγάλα ποσοστά. Διότι 35 και 52 είναι ήδη το 87% των επισκεπτών.

Τι κάνουν στο ταξίδι; Χαλάρωση, αυτό είναι τα 3S, ήλιος, θάλασσα, παραλία αλλά και μνημεία, θρησκευτική επίσκεψη και μουσεία. Και κάνουν κι άλλα. Άρα πρέπει να τους δώσω την θρησκευτική επίσκεψη σε συνδυασμό με τις διακοπές ή με την χαλάρωση ή με κάτι τέτοιο. Για τη δραστηριότητα του θρησκευτικού τουρισμού οι

ερωτηθέντες είπαν: Κατά 34% ότι όταν πήγανε κάναμε επίσκεψη σε θρησκευτικό μνημείο, δυστυχώς το 40% δεν απήντησε την συγκεκριμένη ερώτηση και 25% είπαν όχι. Όμως το 53% δεν είχε ξαναπάει στην Ελλάδα. Άρα εκφράστηκαν οι μισοί που δεν είχαν ξαναπάει, αλλά ενδιαφερόντουσαν και βεβαίως αυτοί που είχαν πάει σίγουρα θα ξαναπηγαίνανε.



Πως μου χρειάζεται αναγνωρισιμότητα. Προχωρώ γιατί έχει ήδη λεχθεί απ' τους άλλους.

Βήματα επίτευξης αναγνωρισιμότητας

- Επισήμανση των διάφορων θρησκευτικού ενδιαφέροντος και τουριστικής δυνατότητας θρησκευτικών πόρων
- Η ανάδειξη αυτών των μνημείων με βάση τα χαρακτηριστικά τους από απόψεως θρησκευτικής ακτινοβολίας, τυχόν ειδικών ιδιομορφιών
- Εξασφάλιση της προσβασιμότητας προς τον προσκυνηματικό τόπο ή θρησκευτικό μνημείο για την διευκόλυνση των επισκεπτών
- Η προώθηση και προβολή του θρησκευτικού ή προσκυνηματικού μνημείου ή τόπου προς τις υποψήφιες ή τις δυνητικές αγορές με διάφορες ενέργειες.

© ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2016

Για την Άρτα, καταρχήν μου χρειάζεται να αναδειχθούν οι μοναδικότητες. Ήδη συζητήθηκε και έχετε, διότι η Ιερά Μητρόπολης Άρτης έχει πολύ ωραία περιγράψει τα θρησκευτικά της μνημεία. Περιγράφει, όχι αναδείξει τουριστικά. Όμως έχει τις περιγραφές και έχει τις ιδιαιτερότητες και έχει μοναδικότητες. Αυτό όμως θέλει να μπει σε τουριστικό λεξιλόγιο. Έχετε κάτι το οποίο και εγώ οφείλω να ομολογήσω την αμαρτία μου διάβασα τώρα με την ευκαιρία της παρουσίας μου εδώ.

Βήματα επίτευξης αναγνωρισιμότητας

- Επισήμανση των διάφορων θρησκευτικού ενδιαφέροντος και **ΜΟΝΑΔΙΚΟΤΗΤΕΣ:**
- Η ανάδειξη αυτών των μνημείων με βάση τα χαρακτηριστικά τους απ **ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ - ΔΕΣΠΟΤΑΤΟ** ιδιαιτεροτητων
- Εξί θρη **ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ** πο ή
- Η προώθηση και προβολή του θρησκευτικού ή προσκυνηματικού μνη **ΜΑΞΙΜΟΣ ΓΡΑΙΚΟΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΡΩΣΟΥΣ** ε διάψυρες ενεργειες.

© ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2016


Διάβασα περί Δεσποτάτου Ηλείου και πρωτεύουσάς του Άρτας και την ιστορία του. Δεν σκαμπάζουμε γρι. Δεν ξέρω πόσοι από σας το ξέρετε πόσο διδάσκεται στα τοπικά σχολεία η τοπική ιστορία δεν μιλάω περί θρησκευτικών, αφήστε αυτό τώρα είναι μία άλλη κουβέντα που δεν είναι κατάλληλη, συνδυασμός με άλλες δραστηριότητες.

Είπατε και θα πατήσω λίγο στα αυριανά, αλλά δεν μπορώ να είμαι αύριο δυστυχώς εδώ, πρέπει να είμαι στην Λήμνο, ότι υπάρχει και η Άρτα προσφέρεται ως περιοχή για δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων. Σας ενημερώνω. Είναι καταγεγραμμένα 7 εκατομμύρια Γερμανών οι οποίοι κάνουν ποδήλατο. Εκ των οποίων τα 3,5 εκατομμύρια κάνουν ποδήλατο βουνού. Είναι καταγεγραμμένοι 20 εκατομμύρια Γάλλοι οι οποίοι τα σαββατοκύριακα πεζοπορούν. Πριν μερικά χρόνια, ελπίζω να ζει ακόμα, γνώρισα τον 80ετή πρόεδρο της Ομοσπονδίας Πεζοπορικών Συλλόγων Γαλλίας ο οποίος μου είπε ότι εγώ κάθε σαββατοκύριακο ένα περιπατάκο. Καμιά δεκαριά με 20 χιλιόμετρα και καταγράφω οδηγούς περιπατητικών διαδρομών ανά την Γαλλία. Το πιάσατε κι αυτό. Φτιάξτε διαδρομές που ο περιπατητικός οδηγός λέει: Εδώ είναι το πάρκο, το τάδε κτήριο το οποίο έχει αυτά τα χαρακτηριστικά και αυτές τις μοναδικότητες κλπ κλπ. Έχετε -και

βεβαίως είχαμε την ευκαιρία και συναντηθήκαμε με τον κύριο Δήμαρχο Άρτας στη Μόσχα, όπου είχε έρθει και βεβαίως μεταξύ άλλων μιλούσε για τον Μάξιμο τον Γραικό. Ο Μάξιμος ο Γραικός είναι θαμμένος σε μοναστήρι της Μόσχας. Οι Ρώσοι είναι ευαίσθητοι σε θέματα αγίων που έχουν σχέση. Βεβαίως αναδεικνύεται ήδη εδώ, δεν ξέρω αν έχει τελειώσει η εκκλησία και πως ας το πούμε προβάλλεται, αλλά αυτό προφανώς πρέπει να προβληθεί και να συνδυαστεί, διότι οι Ρώσοι που έρχονται στην Ελλάδα οι οποίοι θέλουν κυρίως να κάνουνε διακοπές των τριών S (ήλιος-θάλασσα-παραλία) κάνουνε όμως και τουλάχιστον μονοήμερη εκδρομή σε θρησκευτικά μνημεία. Βάλτε λοιπόν και βρείτε το καλεντάρι των ημερομηνιών που μπορεί να γιορτάζεται ο Μάξιμος ο Γραικός και με την συγχώρεση του Σεβασμιότατου που δεν είναι εδώ πείτε του να δημιουργήσουμε ειδικούς εορτασμούς του Μάξιμου του Γραικού, ώστε να μπορούν να έρθουν περισσότερες φορές και κάντε και μία δοξολογία παραπάνω Σεβασμιότατε, προκειμένου να πούμε ότι έχουμε περισσότερες ημέρες. Σχεδιασμός είναι αυτός. Έχουμε συνήθως την ανακομιδή των λειψάνων, εν πάση περιπτώσει βρίσκονται τέτοια.

Ο 10-λογος των προβληματισμών για τις συνέργειες «εκκλησίας & λαϊκών»

1. Η παροχή - διασφάλιση του κλίματος «πίστης» και «λατρείας»
2. Η διατήρηση της ιερότητας του χώρου του μνημείου - τόπου
3. Οι παρενοχλήσεις των «πιστών» από τουριστικές εμπορικές δραστηριότητες
4. Οι διαδικασίες θρησκευτικών τελετών - ιεροτελεστίες
5. Η «διευκόλυνση» του επισκέπτη (στις διάφορες διαστάσεις)
6. Η τήρηση θρησκευτικών κανόνων / κανονισμών
7. Η ενδυμασία του επισκέπτη
8. Η προσβασιμότητα στο μνημείο και τον περιβάλλοντα χώρο
9. Προσφορά συναφών προϊόντων και υπηρεσιών - γαστρονομικών κλπ.
10. Η «ταξιδιωτική» αντίληψη των κατοίκων της ευρύτερης περιοχής



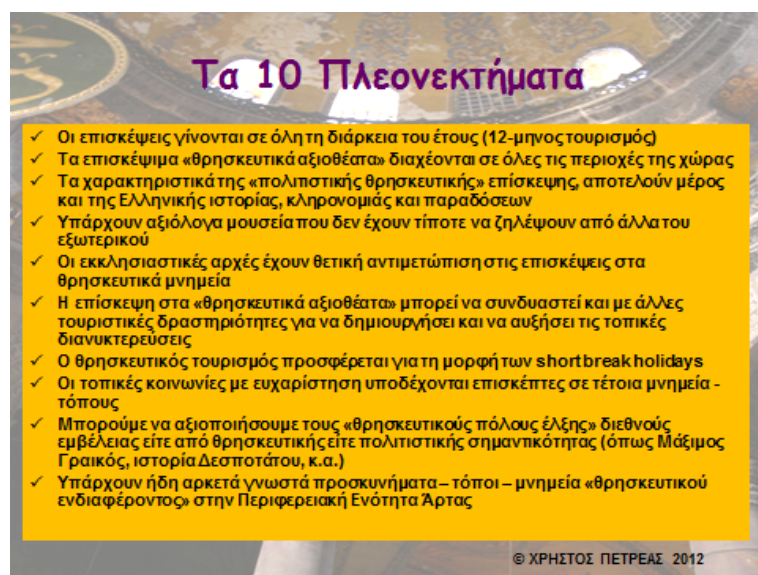
© ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΕΤΡΕΑΣ 2016

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι και τρόπος να δώσουμε δουλειά σε ανέργους ή και σε ανθρώπους οι οποίοι θέλουν να εμπλακούν και υπάρχουνε πολλές δουλειές. Δεν είναι απλά και μόνο για να κάνουμε προσκύνημα. Ένας δεκάλογος όχι προβλημάτων, προβληματισμών για τις συνέργειες εκκλησίας και λαϊκών. Θα σταματήσω σε ένα μόνο. Η διευκόλυνση του επισκέπτη ή η ενδυμασία του επισκέπτη. Τον διευκολύνω τον επισκέπτη να το επισκεφθεί. Τί σημαίνει αυτό; Έχω μία εκκλησία όπου υπάρχει δυσκολία προσβασιμότητας λόγω ΑΜΕΑ ; Εκεί μπορεί να παρέμβει ο δήμος και να παρέμβει και στην αρχαιολογική υπηρεσία και να πει ελάτε να φτιάξουμε μια ράμπα να μπορούν να μπουν να περπατήσουν. Η γυναίκα

μου εμένα δεν είναι ΑΜΕΑ έχει πρόβλημα με το πόδι της. Δυσκολεύεται να ανεβοκατέβει σκαλιά. Άμα όμως της έχεις μία ράμπα πάει πολύ πιο άνετα. Φτιάξε της μία ράμπα. Υπάρχουν και ράμπες που δεν χρειάζεται να είναι παγίως κατασκευασμένες, την φτιάχνεις ξύλινη ή μεταλλική και δεν χαλάει το μνημείο. Και την τραβάς, την βγάζεις ή τη βάζεις.



Εάν βάλουμε το θρησκευτικό αντικείμενο ή μνημείο στο κέντρο θα δείτε ότι ο τελευταίος κύκλος γύρω-γύρω είναι ουσιαστικά οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτό, και όλοι οι άλλοι είναι στο ενδιάμεσο. Και η πολιτεία και η εκκλησία και όλοι αυτοί. Όλοι όμως έχουν την δική τους ευθύνη ή αρμοδιότητα, κάτι να κάνουν. Δεν χρειάζεται, γιατί ήδη συζητήθηκε, να αναφερθώ στα πλεονεκτήματα του ποιά είναι τα δεδομένα εάν αναπτύξω θρησκευτικό τουρισμό. Θα πω ένα μόνο το οποίο είναι προφανές. **Είναι προφανώς δωδεκάμηνος.** Δεν έχει εποχές, υπάρχει σε όλο τον χρόνο.



Εάν αναλύσουμε με την μέθοδο SWOT ήδη η Άρτα έχει και πόρους και συγκριτικά πλεονεκτήματα. Θετικό. Έχει έλλειψη branding συζητήθηκε και χρειάζεται να το προβάλλει αυτό, έχει πολλές δυνητικές αγορές, εγώ σας ανέφερα αρκετές.

Θρησκευτικός Τουρισμός Άρτας
Εφικτή Προσέγγιση;

- Εάν το βλέπαμε με την μεθοδολογία SWOT:
 - S – Πόροι και Συγκριτικά Πλεονεκτήματα
 - W - Έλλειψη «branding» του προϊόντος
 - O - Πολλές δυνητικές αγορές
 - T - Προτρέπει ο ανταγωνισμός

Όμως προτρέπει ο ανταγωνισμός. Ζούμε σε μία περίοδο που στον κόσμο έχουμε ανταγωνισμό. Ο ανταγωνισμός μελετάται, συγκρίνεται και μετά φροντίζεις εσύ να το κάνεις λίγο καλύτερα.

Θρησκευτικός Τουρισμός Άρτας
Εφικτή Προσέγγιση;

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ

ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Πρέπει να με ξέρουν, εάν δεν με ξέρουν δεν θα έρθουν ποτέ. Πρέπει να έχω προσβασιμότητα, ήδη έγινε η αναφορά από τον κύριο Ιωάννου, νομίζω για το θέμα των αεροδρομίων κλπ. Πρέπει αυτό να το πω. Πως μπορείς να έρθεις, το είπα πολύ σωστά. Πρέπει να πω γιατί εγώ είμαι διαφορετικός και είπα, θυμηθείτε όλη την ιστορία του Δεσποτάτου Ηπείρου. Έχετε πολλές ιστοριούλες εκεί να θυμάται ο άλλος. Κι ο άλλος με την γυναίκα του, την Αγία Θεοδώρα η οποία έκανε έτσι, έκανε αλλιώς, είναι και τα καλά και τα κακά και η φιλενάδα του Μιχαήλ κι αυτή που την έδωσε μετά. Είναι ιστοριούλες αυτές, που είναι διαφοροποιητικές. Και θέλει συμπληρωματικότητα. Προσθέστε στα πράγματα στα οποία δημιουργούν μία ολοκληρωμένη προσέγγιση. Ο κ. Πίττας που μετά θα μιλήσει περί γαστρονομίας υποθέτω θα πει ότι δεν μπορείς να μου δώσεις σε ένα γεύμα ένα μόνο φαγητό, μία γεύση, πρέπει να έχω και μερικές ακόμα γεύσεις για να έχω ένα ολοκληρωμένο γεύμα. Θέλει ένα ολοκληρωμένο γεύμα, θέλω θρησκευτικού τουριστικού προϊόντος.

Το γραφείο, το συνοδικό γραφείο τι κάνει; Υπάρχει πρωτόκολλο συνεργασίας με το Υπουργείο. Όλα αυτά είναι αναρτημένα στην ιστοσελίδα της Εκκλησίας. Το συνοδικό γραφείο δεν κάνει τίποτα κρυφά. Είναι όλα εκεί και μπορείτε να τα δείτε.-

**Το ΣΥΝΟΔΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΗΓΗΣΕΩΝ
ΤΗΣ ΙΕΡΑΣ ΣΥΝΟΔΟΥ ΤΗΣ ΕΚΚΛΗΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

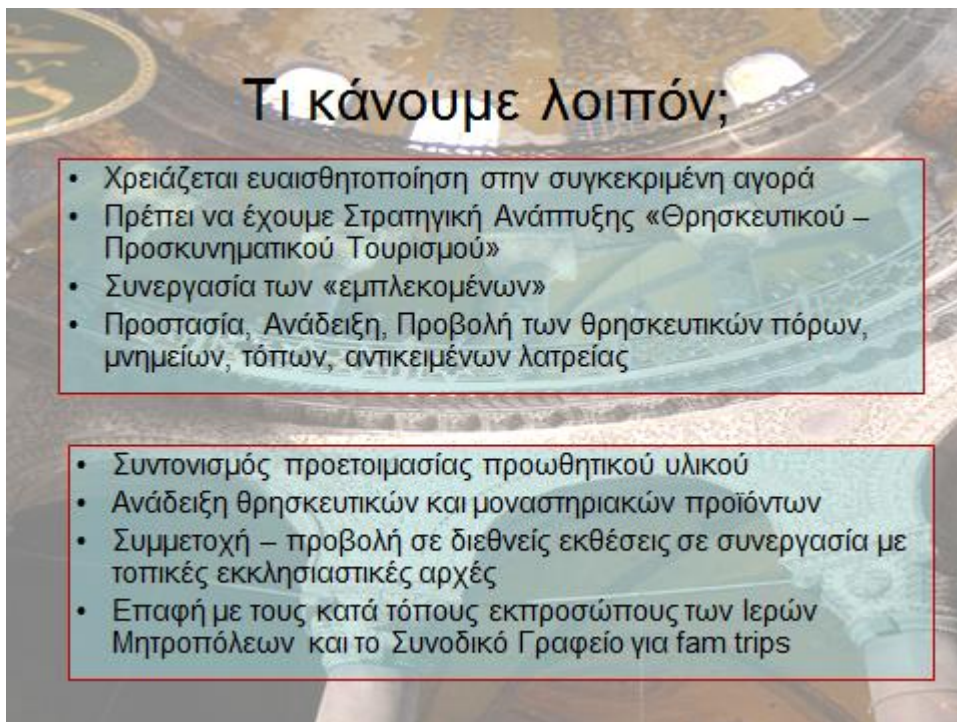
- Πρωτόκολλο Συνεργασίας με Υπουργείο
- Επαφή και συνεργασίες με άλλες ορθόδοξες και χριστιανικές εκκλησίες (Ρωσία – Κύπρος – Βατικανό)
- Εκπόνηση ειδικών οδηγιών και παρουσιάσεων
- Φιλοξενία – Ξενάγηση εκκλησιαστικών εκπροσώπων άλλων εκκλησιών
- Συμμετοχή με ΕΟΤ σε τουριστικές εκθέσεις και άλλες εκδηλώσεις – συνέδρια κλπ
- Συνεργασία με τουριστικά γραφεία
- Διενέργεια ερευνών πεδίου
- Διευκόλυνση προσκυνηματικών ομάδων

2ο Πανορθόδοξο Συνέδριο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων στην Κατερίνη Νοέμβριο 2016 που συν-διοργανώνει η Ιερά Σύνοδος Εκκλησίας της Ελλάδος

Κάνει επαφή με άλλες Ορθόδοξες εκκλησίες και έχουν ήδη υπογραφεί πρωτόκολλα με Ρωσία, Κύπρο. Δεν έχει υπογραφεί με Βατικανό, αλλά έχουν γίνει επαφές για συνεργασία για να έρθουν καθολικοί στα προσκυνήματα, που ενδιαφέρουν καθολικούς. Έχει γίνει ακόμα και συζήτηση με το Ισραήλ και το Υπουργείο Τουρισμού του Ισραήλ. Πωλούνται ειδικοί οδηγοί και παρουσιάσεις, τώρα θα βγάλει ο Ε.Ο.Τ. έναν καινούριο οδηγό για τον Απόστολο Παύλο, απλώς εσείς

είσαστε ξώφαλτσοι σε αυτό θα έχει θέματα της Νικόπολης κ.ο.ε. , κάνουμε και διάφορες έρευνες.

Τον Νοέμβριο θα γίνει το 2^ο Πανορθόδοξο Συνέδριο προσκυνηματικών περιηγήσεων στην Κατερίνη, το οποίο είναι κληρικοί ουσιαστικά και θα προσκληθούν και οι άλλες εκκλησίες. Βέβαια στο πλαίσιο αυτό, θα αναδειχθούν και προς τους ιερείς και τις εκκλησίες ό,τι κινείτε για τα προσκυνήματα της Ελλάδος.



Τι κάνουμε λοιπόν;

- Χρειάζεται ευαισθητοποίηση στην συγκεκριμένη αγορά
- Πρέπει να έχουμε Στρατηγική Ανάπτυξης «Θρησκευτικού – Προσκυνηματικού Τουρισμού»
- Συνεργασία των «εμπλεκόμενων»
- Προστασία, Ανάδειξη, Προβολή των θρησκευτικών πόρων, μνημείων, τόπων, αντικειμένων λατρείας

- Συντονισμός προετοιμασίας προωθητικού υλικού
- Ανάδειξη θρησκευτικών και μοναστηριακών προϊόντων
- Συμμετοχή – προβολή σε διεθνείς εκθέσεις σε συνεργασία με τοπικές εκκλησιαστικές αρχές
- Επαφή με τους κατά τόπους εκπροσώπους των Ιερών Μητροπόλεων και το Συνοδικό Γραφείο για fam trips

Τι κάνουμε; Ευαισθητοποίηση στην αγορά. Στρατηγική ανάπτυξη θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να είναι ένα υποκεφάλαιο σε μία γενικότερη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξη, γι' αυτό η ανάπτυξη είναι το ένα κομμάτι , η τουριστική προβολή είναι το άλλο. Ανέφερε ο κ. Ιωάννου και η Περιφέρεια ότι έχουμε κατά τύχη συνεργασία. Προετοιμάζεται την επόμενη περίοδο η τουριστική προβολή όλων των χαρακτηριστικών μνημείων της Περιφέρειας και μέσα σε αυτούς τους θεματικούς άξονες είναι και ο θρησκευτικός τουρισμός. Προστασία, ανάδειξη, προβολή μνημείων, τόπων, αντικειμένων λατρείας, προετοιμασία του προωθητικού υλικού, εξειδικευμένο προωθητικό υλικό. Θέλει λίγη μελέτη δεν χρειάζεται να είναι πολυσέλιδο. Και δεν είναι απλώς γράφετε μερικά πράγματα σε μία ιστοσελίδα. Θέλει εξειδικευμένα, θέλει προσοχή.

Το ίντερνετ μας έχει δώσει την δυνατότητα να έχουμε άπειρες πληροφορίες, τώρα γυρίζουμε στο ανάποδο. Πρέπει αυτές να μπορείς να τις φιλτράρεις, ώστε να δώσεις στον άλλον αυτό που θέλει και να το βρει τη στιγμή που το ψάχνει.

Και τέλος, αξιοποιήστε τις συμμετοχές που έχει το συνοδικό γραφείο σε τουριστικές εκθέσεις, δίδοντας το κατάλληλο υλικό και προβολή και επίσης, λάβετε υπ' όψιν

σας ότι υπάρχουν εκκλησιαστικοί -συχνά γκρίζες ζώνες- συντονιστές προσκυνηματικών περιηγήσεων σε κάθε Ιερά Μητρόπολη, προφανώς και στη Μητρόπολη Άρτης, οι οποίες συνεργάζονται και έχουν επαφή με το συνοδικό γραφείο. Σας ευχαριστώ πολύ».

Χρήστος Μέγας: Ευχαριστούμε τον κ. **Πετρέα** και κυρίως για την πτυχή του τουριστικών ολονυκτιών. Την βρήκα πολύ ενδιαφέρουσα. Μία άλλη δυνατότητα προβολής είναι και η λογοτεχνία. Θα ήταν παράληψη να μην αναφέρω το βιβλίο του **Γιάννη Καλπούζου** για το "Ιμαρέτ", θα ήταν παράληψη να μην αναφέρουμε το βιβλίο του **Μάνθου Σκαριώτη** "Στον δρόμο των Αρωμάτων". Είναι νομίζω κάποια βιβλία, που έδωσαν μια ώθηση στην Άρτα, την έκαναν πιο γνωστή.

Βεβαίως υπάρχει και το πρόβλημα της αξιοπιστίας. Αυτά που διαβάζουμε στο ίντερνετ, όπως είπε και ο κ. Πετρέας, θέλουν ένα φίλτρο, γι' αυτό η αξιοπιστία είναι πάνω απ' όλα. Αν αυτό που αναφέρεται στο διαφημιστικό φυλλάδιο είναι πιστοποιημένο και αντιστοιχεί σε μια ποιότητα.

Στο βήμα θέλω να καλέσω τώρα την **κα Λία Ζαμπέτογλου**, είναι διευθύντρια εκπαίδευσης του ΣΕΤΕ. Θα μας μιλήσει για τον συνδυασμό του τουρισμού με τους ανθρώπους του.

Εισήγηση ΛΙΑΣ ΖΑΜΠΕΤΟΓΛΟΥ - Δ/ντρια Εκπαίδευσης ΣΕΤΕ «Συνδέοντας τον Τουρισμό με τους ανθρώπους του»



«Καλησπέρα κι από μένα. Λοιπόν χρειάζομαι μία απάντηση για να βεβαιωθώ ότι είστε ακόμα εδώ. Καλησπέρα.... Ευχαριστώ.

Λοιπόν, χαίρομαι πάρα πολύ που είμαι εδώ μαζί σας. Είμαι λίγο στεναχωρημένη, ελάχιστα, που δεν αναφέρθηκε αυτός ο τόσο σοβαρός παράγων ο άνθρωπος, λίγο

πιο έντονα. Οπότε χαίρομαι που είμαι εδώ για να τον βάλω μέσα στο παιχνίδι, διότι πάρα πολύ ωραία όλα αυτά που λέμε αλλά ποιός τα κάνει όλα αυτά;

Είδα έναν- δυο να λένε, εγώ τα κάνω αυτά. Ακριβώς εσείς τα κάνετε αυτά. Λοιπόν ξεκινάμε. Εισαγωγικό: Βάση του στρατηγικού σχεδιασμού του ΣΕΤΕ -Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων -εγώ εκπροσωπώ αυτή την στιγμή το Ινστιτούτο του ΣΕΤΕ- τα βασικά μας τουριστικά προϊόντα είναι αυτά που βλέπουμε μπροστά μας.

Ήλιος και θάλασσα. Μπορεί να λέμε ότι δεν είμαστε μόνο παραλίες, και όντως δεν είμαστε μόνο παραλίες, αλλά τι να κάνουμε; Βασικό μας προϊόν είναι ο ήλιος και η θάλασσα, έτσι δεν χρειάζεται να τα χωρίζουμε. Ήλιος και θάλασσα λοιπόν. Εντάξει θα δουλέψουμε και στα υπόλοιπα, αλλά δείτε λίγο αυτά (προτζέκτορας):



Είναι τα εκατομμύρια ταξίδια που κάνουν οι Ευρωπαίοι σε όλον τον κόσμο. Μάλιστα εκατομμύρια ταξίδια κάνουν οι Ευρωπαίοι σε όλον τον κόσμο.

- 105 εκατ. ταξίδια για ήλιο και θάλασσα. Αυτό μπορεί να είναι στη Μαγιόρκα, μπορεί να είναι στη Χαβάη, μπορεί να είναι και στην Πάρο έτσι;
- 64 εκατ. ταξίδια για city break πόλεων - τουρισμός πόλεων;
- 61 εκατ. για Πολιτισμό και θρησκεία -Culturing and religion.
- 34 εκατ. για Meetings and settings conference events- Συνεδριακό Τουρισμό.
- 11 εκατ. για Αθλητικό τουρισμό και ευεξία
- 6 εκατ. ναυτικός τουρισμός και
- 3 εκατ. ταξίδια Ιατρικός τουρισμός.

Βλέπετε τα νούμερα. Γιατί τα 'βαλα τώρα αυτά εδώ. Για να έχουμε μια εικόνα.

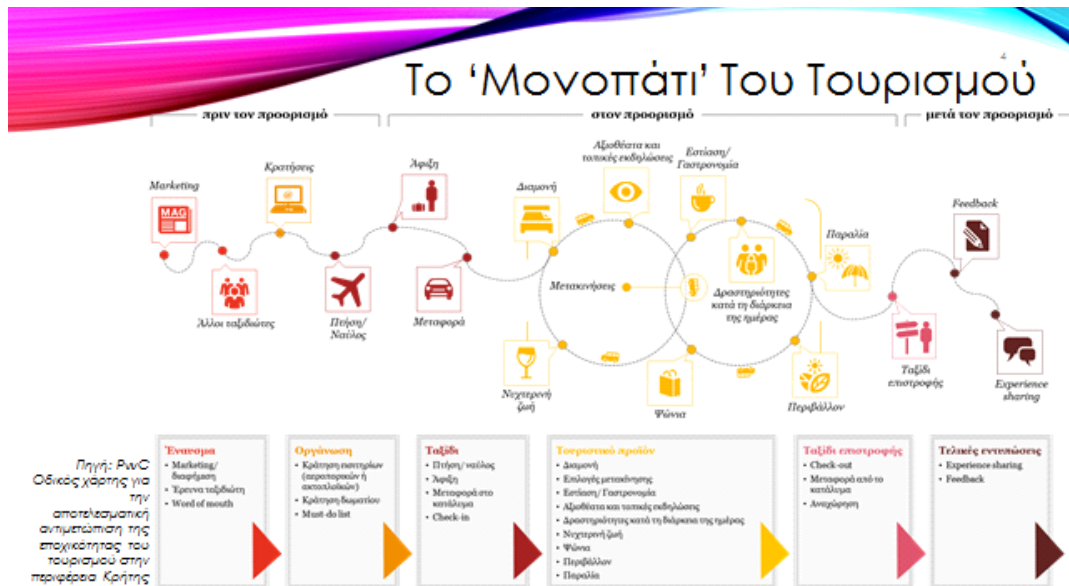
Πρώτο βήμα: Σε ποιους απευθυνόμαστε; Πως πάμε να χτίσουμε; Πάνω σε ποιους. Και ταυτόχρονα ήθελα να δείτε εδώ που βρίσκεται το city break ο τουρισμός πόλης και ο πολιτισμός & θρησκεία.



- 102 δις. ευρώ για ήλιο και θάλασσα.
- 59 δις. ευρώ για Πολιτισμό και θρησκεία.
- 46 δις. ευρώ για city break
- 26 δις. ευρώ για Meetings and settings conference events
- 9 δις. ευρώ για Αθλητικό τουρισμό και ευεξία
- 7 δις. ευρώ ναυτικός τουρισμός &
- 3 δις. ευρώ Ιατρικός τουρισμός.

Πρώτα το city break έρχεται σε ταξίδια, αλλά δείτε την σειρά κατάταξης όταν μιλάμε για το πόσο ξοδεύουνε. Αλλάζουνε αυτά τα δύο μεταξύ τους. Πολιτισμός και θρησκεία έρχεται πάνω διότι στο city break ξοδεύουμε πολύ σε πόλεις, αλλά έχουμε και τα φιλαράκια μας, έχουμε και τα σπίτια, πάμε κι ερχόμαστε, πιο πολύ business οπότε αυτά που ξοδεύουνε σε δις ευρώ πλέον, είναι πολύ περισσότερα στο πολιτισμός και θρησκεία. Όλα αυτά τα βρίσκετε στο Σ.Ε.Τ.Ε. κάτω από τις μελέτες μας το SETE inteligens.

Ιατρικός Τουρισμός είναι όταν κάποιος ταξιδεύει για ιατρικούς λόγους εκτός του χώρου στον οποίο ζει, δηλαδή για κάποια επέμβαση, για κάποια θεραπεία. Ναι βέβαια ιατρικός τουρισμός. Όχι στην χώρα μας, αλλά σε κάποιες άλλες χώρες είναι πάρα πολύ μεγάλο marketing. Ακόμα και σεις όταν ταξιδεύετε κάπου για να κάνετε μια εγχείρηση -ας πούμε- ή μια επέμβαση -χτύπα ξύλο-. Ναι εντάξει, δεν ταξιδεύετε πουθενά για να κάνετε, δεν κάνετε επεμβάσεις. Πάμε παρακάτω. Λοιπόν το μονοπάτι του τουρισμού για δείτε λίγο τι περιλαμβάνει: δεν θα μπω σε λεπτομέρειες απλά θέλω να δούμε το εξής:

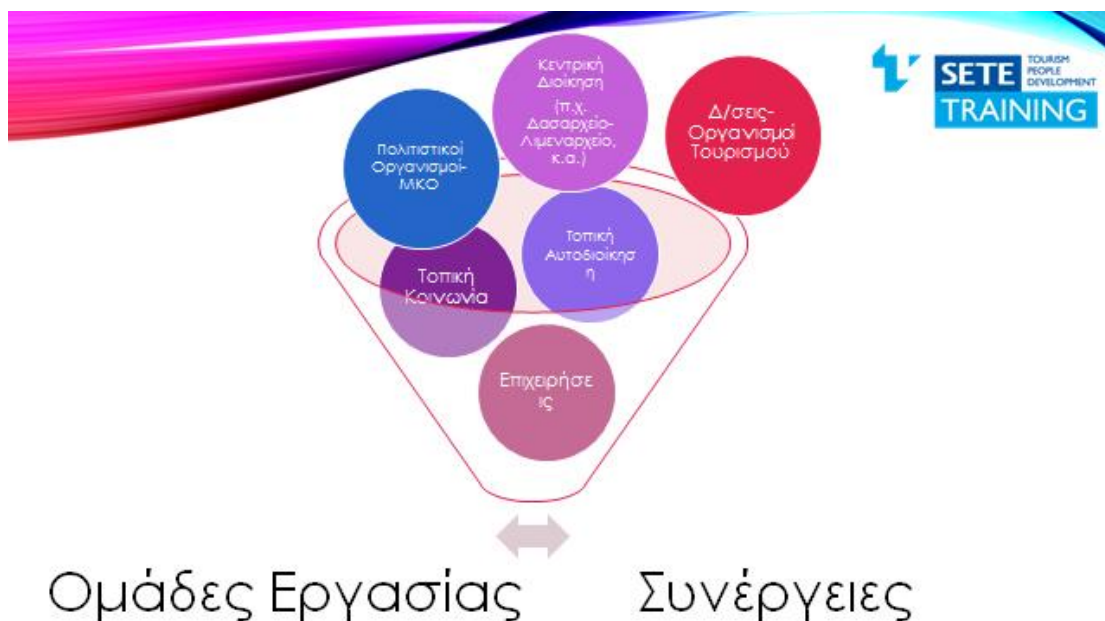


- Έχουμε το «πριν τον προορισμό» marketing, κρατήσεις, άφιξη, πτήση, ναύλος.
 - Έχουμε το «στον προορισμό» όλα αυτά τα ωραία που κάνει διανομή, αξιοθέατα, νυχτερινή ζωή, ψώνια, περιβάλλον, δραστηριότητες και έχουμε και
 - το «μετά τον προορισμό» μην το ξεχνάμε αυτό, και αφού φύγει υπάρχει μία συνέχεια, υπάρχει και η ουρά του ταξιδιού η οποία πολλές φορές είναι πολύ σημαντική.
- Μέσα σε αυτό το «Μονοπάτι» βρίσκονται οι δικοί μου αγαπημένοι, οι άνθρωποι και το κάθε ένα κομματάκι από αυτά από κάτω έχει άλλα εκατοντάδες.



Με λίγα λόγια αυτό που βλέπετε στην φωτογραφία είναι πάρα πολύ ωραίο, να πάρουμε όλα αυτά που έχουμε στα χέρια μας, να τ' απλώσουμε στο πάτωμα, αλλά αυτό από μόνο του δεν είναι προϊόν.

Χρειάζεται να ρθει κάποιος, να τα βάλει όλα αυτά μαζί. Εδώ έχουμε και μια κατακλείδα θα δούμε τι είναι αυτό στη συνέχεια και να φτιάξει το προϊόν. Αυτό είναι. Μπορείς να μπει μέσα, να βάλεις μπρος και να το οδηγήσεις.



Αυτό που χρειάζεται λοιπόν είναι όλοι όσοι βρίσκεστε εδώ, όλοι όσοι περάσανε σήμερα από 'δω να μπουνε σε μία διαδικασία να συνεργαστούνε παρεούλα για να παραχθεί αυτό που θέλουμε να παράξουμε στο τέλος:

- Ποιό; Αυτό που θα ζήσει ο επισκέπτης
- Ποια; Την εμπειρία του.

Γιατί συνήθως λειτουργούμε κάπως έτσι.



Βλέπετε εδώ τα μακαρονάκια; Ο καθένας είναι ένα μακαρονάκι αλλά δυστυχώς ο επισκέπτης αυτό που ζει και αυτό που θέλει είναι αυτό. Είναι το προϊόν έτοιμο, να

το γευτεί , να το δοκιμάσει. Πρέπει να καταστρέψουμε τα σιλό. Ο καθένας λειτουργεί στο δικό του κάθετο κόσμο. Εγώ κοιτάζω το μαγαζί μου. Εγώ κοιτάζω τον οργανισμό μου. Εγώ κοιτάζω τον φορέα μου. Εγώ τα πάω καλά. Το μαγαζί μου τα πάει καλά.



Ναι αλλά υπάρχει μια ιδιαιτερότητα στον κλάδο του τουρισμού. Εμείς λειτουργούμε κάθετα, αλλά η εμπειρία του επισκέπτη είναι οριζόντια. Οπότε ή θα κερδίσουμε παρέα ή θα χάσουμε παρέα. Για να μπορέσουμε να πούμε ότι έχουμε δημιουργήσει αφοσίωση και έχουμε φέρει κάποιον εδώ, έχει ζήσει κάτι το οποίο θα επιστρέψει για να το ξαναζήσει ή θα γυρίσει πίσω και θα πει ότι του άρεσε. Τα λέω πολύ, πολύ απλά. Και γιατί σας τα λέω αυτά. Αυτό που κάνουμε εμείς είναι training-εκπαίδευση. Ως Ινστιτούτο Σ.Ε.Τ.Ε. είμαστε ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός. Είναι πολύ σημαντικό να πω ότι δεν είμαι εδώ για να πουλήσω υπηρεσίες εκπαίδευσης, σε καμία περίπτωση.



Ο στόχος μας είναι η αναβάθμιση των προϊόντων και των υπηρεσιών στις επιχειρήσεις. Είναι η διάχυση της γνώσης, είναι το να προσφέρουμε την ενημέρωση που χρειάζονται οι επαγγελματίες για να μπορέσουν να κάνουν delivery όλο αυτό το προϊόν για το οποίο μιλάμε. Μέχρι τώρα έχουμε στο κομμάτι της εκπαίδευσης έτσι, γιατί ασχολούμαστε και με πολλά κομμάτια, στατιστικά, μελέτες κ.ά. Έχουμε κάνει προγράμματα εκπαιδευτικά πολύ συγκεκριμένα, μόλις 65. Λειτουργούμε ενάμιση χρόνο τώρα, έχουμε αναπτύξει 29 θεματολογίες, έχουμε πάει σε 6 περιοχές μέχρι στιγμής στην Ελλάδα, Λιτόχωρο, Καλαμάτα, Ηράκλειο Κρήτης, Θεσσαλονίκη, Αθήνα.

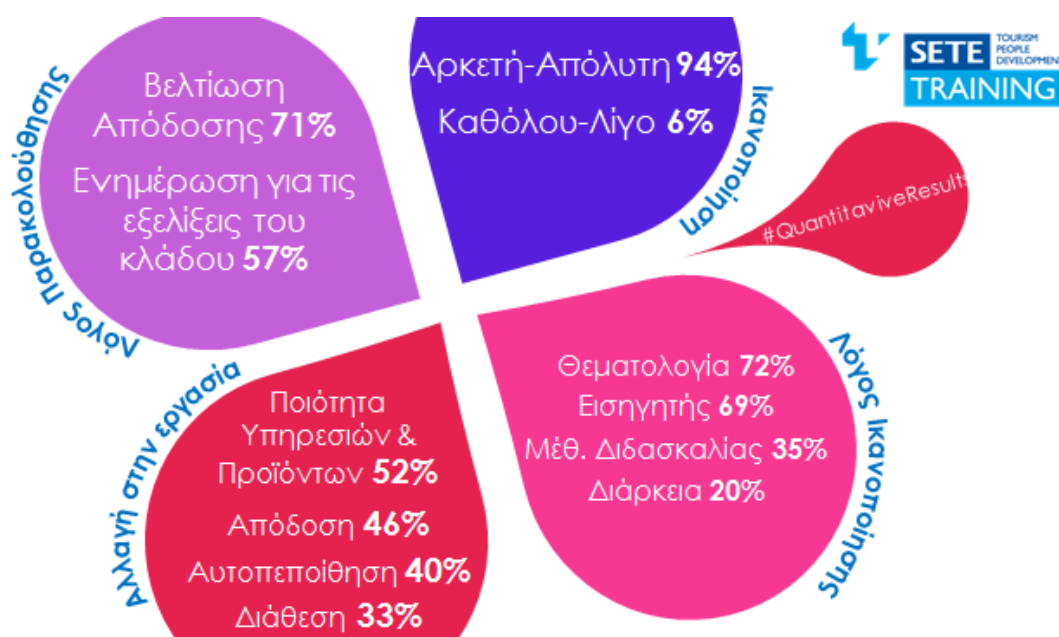
Και τι κάνουμε; Ουσιαστικά μαζεύουμε τις ανάγκες, μαζεύουμε τις ανάγκες τις δικές σας, είτε σε τοπικό επίπεδο, είτε σε επίπεδο επιχείρησης, μελετάμε αυτές τις ανάγκες και ετοιμάζουμε προγράμματα εκπαίδευσης που έρχονται κι απαντάνε σε αυτές τις ανάγκες.



Τι ανακαλύπτουμε; Μετά την τελευταία μας δράση, μαζέψαμε εκπροσώπους τουριστικών επιχειρήσεων, όχι μόνο ξενοδοχειακά έτσι, είχαμε και από αερομεταφορές και από ακτοπλοΐα και από τουριστικά πρακτορεία και από ενοικιάσεις αυτοκινήτων γιατί κάτω από την ομπρέλα του ΣΕΤΕ είναι όλοι αυτοί οι κλάδοι, δεν είναι μόνο τα ξενοδοχεία. Τους μαζέψαμε λοιπόν κι αυτούς κι εκπαιδευτές του τουρισμού, τους λέμε για ελάτε εδώ παιδιά χρειαζόμαστε το info σας. Λοιπόν, τι χρειάζεστε εσείς στις επιχειρήσεις σας; Και μπήκαμε σε μία διαδικασία, περάσαμε μια ολόκληρη μέρα μαζί και αναλύσαμε τι χρειάζονται. Γυρίσαμε πίσω στους εκπαιδευόμενους που είχαμε από τα σεμινάρια. Τους λέμε, παιδιά να σας κάνουμε μια ερώτηση; Ωραία πάω σε ένα σεμινάριο αχ τι ωραία, αχ τρεις μέρες, κάναμε και παιχνίδια, μάθαμε και 'κείνο μάθαμε και τ' άλλο πολύ ωραία περάσαμε, χαρά και μετά πάω πίσω στην επιχείρηση και σε κάνα 2 μέρες

μετά έρχεται κάποιος και μου λέει πως πέρασες στην εκπαίδευση; Ποια εκπαίδευση; Κι είναι πάρα πολύ δύσκολο να πάρεις όλο αυτό που μαθαίνεις και να το εφαρμόσεις μετά. Διότι χρειάζονται κάποιες προδιαγραφές.

Τους ρωτήσαμε λοιπόν γιατί ήρθανε; Ήρθανε λοιπόν για να βελτιώσουν την απόδοσή τους, ήρθανε για να ενημερωθούν για τις εξελίξεις στον κλάδο; Ήταν απόλυτα ικανοποιημένοι. Είναι στοχευόμενα, μικρά τμήματα οπότε είναι και λίγο πιο εύκολο δεν είναι κάτι πολύ μεγάλο, ο λόγος που ικανοποιήθηκαν ήταν η θεματολογία, τους χτυπούσε σε σημεία που χρειαζόντουσαν, ήταν ο εισηγητής, η μέθοδος διδασκαλίας και το πόσο διήρκεσε όλο αυτό και το πιο σημαντικό για μένα ερώτημα ήταν: Άλλαξε κάτι στην καθημερινότητά σου αγαπητέ μου; Είδες διαφορά στην εργασία σου; Αυτά που πήρες μπόρες να πας πίσω και να τα εφαρμόσεις; Και οι απαντήσεις τους ήταν ότι είδαν διαφορά στην ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων που παρήγαγαν οι ίδιοι και το προσέφεραν, στην απόδοσή τους, στην αυτοπεποίθησή τους και μπορεί να σας φαίνεται λίγο ρομαντικό, αλλά δεν είναι καθόλου, πιστέψτε με στην διάθεσή τους για δουλειά.



Στο μέλλον λοιπόν. Εμείς συνεχίζουμε και έχουμε 3 βασικές κατηγορίες. Τεχνικά σεμινάρια που κάτω από αυτά βάζουμε τα κομμάτια γαστρονομία, software οτιδήποτε έχει να κάνει με το να μάθω να λειτουργώ ένα πρόγραμμα, το να μάθω, να μπω στην διαδικασία. Να μάθω για τα κρασιά, για τον καφέ, για την μπύρα, γαστρονομικά σεμινάρια που κάνουμε. Πωλήσεις και marketing, διοίκηση και λειτουργική διαχείριση.

Αυτά τα 3 βασικά κομμάτια σε 3 βασικές κατηγορίες επίπεδα εργαζομένων:



- Πρώτης γραμμής τους λεγόμενους front liners, τους ανθρώπους που θα εξυπηρετήσουν πρώτοι, θα' ρθουν πρώτοι σε επαφή με τον πελάτη, με τον επισκέπτη
- middle manager τα μεσαία στελέχη που κατ' εμέ είναι ίσως το μεγαλύτερο, το περισσότερο ζουμί βρίσκεται εκεί με την έννοια ότι αυτοί είναι οι άνθρωποι που θα εκπαιδεύσουνε τους υφισταμένους τους, αλλά και θα διαχειριστούνε τους προϊσταμένους τους με μια δόση χιούμορ και φυσικά
- τα στελέχη, οι διευθυντές και οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων. Αυτά είναι τα 3 βασικά σημεία της ιεραρχίας.

Τώρα, κλείνω και σας κάνω μία ανοιχτή πρόσκληση. Το συζητήσαμε και με τις υπέροχες κυρίες που διοργανώσανε το συνέδριο που βρισκόμαστε. Εμείς έχουμε φτιάξει ένα πολύ απλό online ερωτηματολόγιο με τα πολύ απλά και πολύ χρήσιμα uniformts όπου με αυτόν τον τρόπο μαζεύουμε τις εκπαιδευτικές ανάγκες κάνουμε δηλαδή ένα μόνιμο training in analysis στους ανθρώπους που μας προσεγγίζουνε και μας λένε, θέλουμε εκπαίδευση γιατί σήμερα είναι πάρα πολύ σημαντικό να έρχονται ορεξάτοι φορείς, Επιμελητήρια, Ενώσεις Ξενοδόχων και να λένε θέλουμε να εκπαιδευτούμε, τι θα κάνουμε; Ε τι χρειάζεστε να κάνετε; Κάτι από αυτά που έχεις. Κάτι από αυτά που έχω; Σούπερ μάρκετ;

Είναι πάρα πολύ σημαντικό η κατάρτιση, για να έχει οποιοδήποτε νόημα, να είναι στοχευμένη. Ειδικά όταν μιλάμε για επαγγελματίες. Οπότε, εγώ θα δώσω το link γι' αυτό το ερωτηματολόγιο στις υπέροχες κυρίες. Το συζητήσαμε λίγο και μπορεί να το στείλουνε, μπορούν να το στείλουνε στους συμμετέχοντες αυτού του συνεδρίου.

Από 'κει και πέρα, με τις απαντήσεις μας θα το κάνουμε μόνιμα αυτό και θα μαζεύουμε τις απαντήσεις κι ανάλογα με τις ανάγκες που θα εντοπίζουμε θα

διοργανώνουμε και στον τόπο τα αντίστοιχα σεμινάρια, όσα πιο πολλά μπορούμε θα καλύψουμε όσες περισσότερες ανάγκες γίνεται. Αυτά από μένα. Ευχαριστώ πάρα πολύ. Γεια σας».

Χρήστος Μέγας: Ευχαριστώ την κυρία **Ζαμπέτογλου**, ήταν παραστατικότατη και έχει το χάρισμα της μετάδοσης. Νομίζω ότι ήταν κάτι το ιδιαίτερο. Θέλω να καλέσω στο βήμα τον **Γιώργο Πίττα**, είναι επικεφαλής του Ελληνικού Πρωινού, θα μας μιλήσει για την γαστρονομία και βεβαίως ως τελευταίος ομιλητής να ετοιμάζεται ο κύριος Μπίζας να μας ταξιδέψει σε όλον τον κόσμο.

**ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΠΙΤΤΑ- Μέλος ΔΣ ΞΕΕ- Επικεφαλής
«Ελληνικού Πρωινού**

***«Γαστρονομικός Τουρισμός. Ένας άλλος εναλλακτικός
Θεματικός τουρισμός ή μια ευκαιρία μέσω της ολιστικής
προσέγγισης της γαστρονομίας, να προβληθεί κατά τον
καλύτερο τρόπο η ταυτότητα μιας περιοχής»***



«Γεια σας! Θα μιλήσω από το πάνελ, γιατί θα χρειαστώ κάποιες πληροφορίες. Επειδή θα έχετε κουραστεί για να μην την κοπανίσετε σας λέω ότι στο τέλος της ομιλίας, μετά την θεωρία θα υπάρχουν και εξαιρετικές φωτογραφίες από ταβέρνες, από πανηγύρια, από φαγητά οπότε περιμένετε. Περιμένετε, μην κουραστείτε από την πολυλογία μου.

Θα μιλήσω πιο πολύ από κάποιες εμπειρίες.



Με το «**Ελληνικό Πρωινό**» που ήταν ένα πρόγραμμα, το οποίο χειρίστηκε το ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος κι έχω την τιμή να είμαι επικεφαλής, γύρισα την Ελλάδα περίπου 7 χρόνια. Στόχος μας ήταν αυτά τα 25 εκατομμύρια επισκέπτες, που έρχονται στην Ελλάδα, να πάρουν χαμπάρι τι γίνεται γύρω τους. Δηλαδή, τί τρώει ο κόσμος, ποια είναι η γαστρονομία μας κάτι που δεν γινόταν. Να φανταστείτε ότι η ποιότητα έχει ακόμα τις προδιαγραφές κρουασάν και μαργαρίνη. Δηλαδή, έχουν μείνει πάρα πολύ πίσω κι ουδέποτε ήταν στις προδιαγραφές του αναπτυσσόμενου νεοελληνικού τουρισμού η ταυτότητα. Με καμάρι λέγαμε έχουμε American breakfast, continental breakfast.

Πως το οργανώσαμε; Δεν θέλαμε να κάνουμε ένα ενοποιημένο ελληνικό πρωινό, που θα στηρίζονταν σε κάποια βασικά στοιχεία όπως το λάδι, οι ελιές, τα τυροκομικά, τα διάφορα αρτοσκευάσματα, οι πίτες, ήταν τα χαρακτηριστικά, το μέλι, η φέτα, το γιαούρτι. Αλλά είπαμε τις 10 βασικές κατηγορίες ανά περιοχή να τις τροφοδοτούμε με τα τοπικά προϊόντα. Δηλαδή, στα αλλαντικά η Κέρκυρα θα 'χει Νούμπουλο, η Μύκονος θα έχει Λούζα, η Κρήτη θα έχει το δικό της το αλλαντικό ή σύγκλινο, το απάκι που γίνεται με ξύδι. Έτσι λοιπόν, όλα τα προϊόντα θα μπαίνανε σε αυτόν τον μηχανισμό. Ήταν πάρα πολύ δύσκολο. Το μεγαλύτερο πρόβλημα ήταν ότι ο κόσμος. Έτσι όπως εξελίχθηκε η γαστρονομία στην Ελλάδα και ο πολιτισμός στην Ελλάδα, εξελίχθηκε με έναν τρόπο που στιδήποτε μας θύμιζε το παρελθόν ήτανε μια ντροπή για μας. Μετά τον εμφύλιο πόλεμο, που κυνηγήθηκε όλος ο κόσμος εντεύθεν και εντεύθεν κι ήρθαν όλοι στην Αθήνα τρελαμένοι, θελαν να

διαγράψουν όλες τις μνήμες. Μία από τις μνήμες που διαγράψαν ήταν και το φαγητό. Ντρεπόμασταν για τον τραχανά.

Ήμουν σε ένα ξενοδοχείο προχτές στην λίμνη Πλαστήρα, είχε πρωινό κανονικό, υπέροχο. Ένα σαββατοκύριακο το αφαιρεί όπως αφαίρεσε και κάποιες πίτες. Τι γίνεται λέω; Έχουμε συνέδριο γιατρών και πρέπει να έχουμε ευρωπαϊκά φαγητά. Δηλαδή, είναι απίστευτο αυτό που συνέβαινε. Υπήρχε αυτό το έλλειμμα της πολιτιστικής αυτοπεποίθησης.

Η όλη μάχη λοιπόν δεν έγινε με ΕΣΠΑ γιατί έχουνα χαθεί 150 δις. ευρώ έχουνα έρθει και έχουνα μοιραστεί στην ελληνική κοινωνία σε leader, σε ΜΟΠ, σε χιλιάδες προγράμματα και όλα γίνανε αφρός. Και την μεγαλύτερη επένδυση που έπρεπε να γίνει είναι να μάθει ο κάθε Έλληνας να μην ντρέπεται το παρελθόν του. Δεν έχουμε ακούσει τίποτα γι' αυτό, για την αυτογνωσία, για την αυτοπεποίθηση, να είμαστε υπερήφανοι για το παρελθόν μας. Στην Τοσκάνη, που έγινε ο πρώτος γαστρονομικός προορισμός του κόσμου, δεν είναι ότι έχει μεγάλους σεφ, ότι έχει παραγωγούς, ότι έχει... Είναι ότι η κάθε κοινότητα, η κάθε οικογένεια είναι ένας πυρήνας γαστρονομικής παράδοσης.

Θέλω να μάθω σε ποια Νεμέα, σε ποια Έδεσσα, σε ποια Άρτα, σε ποια Πάτρα τα σπιτικά μαγειρεύουνε ντόπιες κουζίνες; Δεν υπάρχει τίποτα! Όλα αυτά που λέμε λοιπόν έξω από τα τεχνικά κομμάτια, εγώ δεν θέλω να αμφισβητήσω, εφόσον έρχονται χρήματα να τα παίρνουμε, αλλά έχουμε πάρει 150 δις. ευρώ, θα ξαναπάρουμε και άλλα, ας ακουμπήσουμε ένα κομμάτι που είναι η αυτοπεποίθηση, να αγαπήσουμε τον εαυτό μας, να αγαπήσουμε, να μάθουμε.

Όταν πήγαινα σε διάφορα μέρη, το πρώτο πράγμα που ρώταγα ήταν: παιδιά τί γίνεται, τι τρόφιμα έχουμε, τι πράγματα έχουμε; Α! τίποτα, τίποτα. Από μια γιαγιά τραβάγαμε μια συνταγή, μόλις άκουγε την μία συνταγή η μία, α και η γιαγιά μου, α και η γιαγιά μου και ξαφνικά βγάζαμε εκατό τέτοια. Προχτές ήμουνα σε ένα ξενοδοχείο, πρωινό μια πίτσα έχει. Μα, εδώ κοντά, 200 πίτες έχει καταγράψει ο συγχωρεμένος ο Αλέξανδρος ο Γιώτης που είναι τοπικές, ντόπιες! Απ' τη κασιόπιτα, θα σας τις δείξω αυτές τώρα, να τις δείτε και να έτσι λιγουρευτείτε.

Άρα λοιπόν, όταν μιλάμε για γαστρονομικό τουρισμό, δεν μιλάμε για τον γαστριμαγικό. Η γαστρονομία δεν είναι μια επίδειξη γνώσεων, γούστων, ότι εγώ πήγα και έφαγα εκεί. Γαστρονομία είναι το σύνολο του πολιτισμού που υπάρχει σε κάθε τόπο. Πριν από 50 χρόνια ότι βλέπαμε στην κοινωνία είτε ανεμόμυλοι, είτε νερόμυλοι, είτε γεφύρια, -τα γεφύρια τα κάνανε για να περνάνε τα κοπάδια όχι για να περνάνε οι άνθρωποι τι νόημα είχε να περάσει ο άνθρωπος, περνάγαμε 6.000 πρόβατα και πήγαιναν από το ένα μέρος στο άλλο. Τα καϊκία, τα βαρέλια, ό,τι έχει φτιαχτεί στον ελληνικό πολιτισμό έχουν σχέση με την διατροφή. Το αιώνιο πρόβλημα της ανθρωπότητας ήταν το πρόβλημα της πείνας. Γι' αυτό όταν τρώμε

ακόμα και είμαστε χαλαροί, μαζευόμαστε γιατί είναι το πιο οικείο πράγμα που έχουμε μέσα μας. Αντανακλαστικά, τρώμε και δίνουμε ζωή στον εαυτό μας.

Λοιπόν, στην Ελλάδα όπως είπαμε περάσαμε δυσκολίες και ήρθαμε στην Αθήνα, ξεχάσαμε την παράδοση, μετά δυστυχώς ήρθε ο τουρισμός. Οι ξένοι αγάπησαν πάρα πολύ κάποια ελληνικά φαγητά και αυτό δείχνει πόσο καθοριστικό είναι το φαγητό στη διαμόρφωση μιας ταυτότητας. Αλλά αυτά τα 4-5 φαγητά που δοκίμασαν: ο μουσακάς, το τζατζίκι, το σουβλάκι κ.ά., αντί εμείς αυτά να τα διατηρήσουμε ή να τα εκμοντερνίσουμε και να τα διαχύσουμε μαζί με τα άλλα τα φαγητά, τα έκαναν μονοπώλιο και όπου και να πήγαινες τουρίστες, ήταν ο «μουζάκα». Αυτό όλα τ' άλλα φαγητά είχαν εξαφανιστεί. Και μετά βέβαια ήρθε και το 2000, αυτή η περίοδος η φοβερή του lifestyle και κάναμε την ρόκα-παρμεζάνα εθνικό μας φαγητό. Πείτε μου ταβέρνα σε χωριό που να μην έχει ρόκα-παρμεζάνα. Μιλάμε παιδιά για μία παράνοια, άρα λοιπόν όταν αρχίσουμε γιατί θα ξαναρθούν τα π.ο.π. , θα ξαναρθούν αυτά και θα μιλήσουμε για γαστρονομία και χώσε πάλι παρμεζάνα.

Λοιπόν, αυτό που χρειάζεται για να αναπτυχθεί ένας τόπος είναι να ξεκινήσει από μία φάση αυτογνωσίας. Δηλαδή τι έχουμε εδώ, τι προϊόντα έχουμε, πως θα τα διαχειριστούμε; Δηλαδή να καταγράψουμε ταυτόχρονα όσο ακόμα ζουν οι τελευταίες γιαγιάδες να αρχίσουμε να παίρνουμε ιδέες. Αυτές οι ιδέες ας πούμε στην Μύκονο μια απίστευτη, ίσως την πιο ωραία συνταγή με την κοπανιστή ήτανε κάτι που προήλθε από μία ανάμνηση. Οι παππούδες έπαιρναν το πρωί το κουλουράκι, έβαζαν πάνω λίγο τυράκι και το βουτάγανε στον καφέ. Λοιπόν, να φάτε! Ένα από τα πιο γκουρμεδικά πράγματα που παρουσιάσανε ήτανε αυτό το κουλουράκι, την μόστρα με κοπανιστή και με καφέ είχανε βάλει και λίγο πετιμέζι. Απίστευτη γεύση. Θέλω να πω ότι υπάρχει μια τεράστια παράδοση εδώ και δεν είναι τυχαίο ότι τα Ζαγοροχώρια αναπτύσσονται -θα σας δείξω τώρα κάτι στις εικόνες- που δεν έχουν ήλιο και θάλασσα.

Γιατί όπου υπάρχει ήλιος και θάλασσα δεν τους νοιάζει η γαστρονομία. Σε μέρη που δεν υπάρχει ήλιος και θάλασσα, που βρέχει αρκετές φορές και ο κόσμος είναι αναγκασμένος να είναι κλεισμένος, η γαστρονομία παίζει πολύ πιο σημαντικό ρόλο. Άρα λοιπόν, πρέπει να εξαντλήσουμε όλες αυτές τις πληροφορίες που έχουμε για να κάνουμε το χαρτοφυλάκιο. Τώρα θα σας δείξω ποιο είναι το γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο.

Πάμε να δούμε το γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο για να το συνδέσουμε με το προηγούμενο το ελληνικό πρωινό δεν πήρε καμία δραχμή από ΕΣΠΑ. Σε αυτό συνεργαστήκανε. Οι παραγωγοί προσέφεραν την πρώτη ύλη για να κάνουμε το πρότυπο, ώστε τα ξενοδοχεία να το υιοθετήσουν. Μετά σε μία περιοχή έφεραν πρώτη ύλη , οι σεφ έβαζαν τη δουλειά τους για να φανεί ο εαυτός τους και οι ξενοδοχοί παρουσίαζαν το ξενοδοχείο. Ίδιες δράσεις στην Τήνο, στα Ζαγοροχώρια,

στην Κρήτη η κοινότητα, οι κοινότητες, η κοινωνία των πολιτών οργανώνεται. Μιλάμε πάντα για καθοδήγηση, αλλά στην Ιταλία ή οπουδήποτε η οργάνωση ανήκει στους πολίτες. Αν ένας ταξιτζής δεν κάνει καλά την δουλειά του εμφανίζεται το συνδικάτο των ταξιτζήδων και τον κρεμάει. Δεν πάνε στην αστυνομία, το ίδιο και οι τυράδες, το ίδιο και εστιατορές. Ήρθε κάποια ώρα γιατί η κεντρική εξουσία ποτέ δεν θέλει να πει παιδιά απελευθερωθείτε, πάρτε και σεις δύναμη. Η κεντρική εξουσία όπου και να 'ναι θέλει, επειδή έχει τα λεφτά, να μοιράζει τα λεφτά και ο κόσμος να ακολουθεί γιατί θα παίρνει κάποια χρήματα.

Είναι πολύ σημαντικό οι παραγωγικοί κλάδοι να καταλάβουν ότι έχουν μία δύναμη και ότι έχουν άποψη. Το είχε πει πριν ένας μελετητής ότι καλό είναι, καλά όλα αυτά που κάνουμε σαν κεντρική διοίκηση, αλλά πρέπει οι παραγωγικές τάξεις -και όχι μόνο οι εκπρόσωποί τους, που εκπροσωπούν μόνο τον εαυτό τους- να έχουν την βαρύτητα, να έχουνε γνώμη. Αλλιώς χάνεται η επαφή με την πραγματικότητα.

Λοιπόν, θα σας δείξω τώρα 2-3 παραδείγματα για το πώς θα μπορούσε να οργανωθεί ένα γαστρονομικό δίκτυο σε μία περιοχή. Λοιπόν. Λέμε ότι η γαστρονομία σε έναν τόπο αναπτύσσεται σε 12 επίπεδα. Ο ένας είναι ο τόπος και η ιστορία, δηλαδή ποιος είναι ο τόπος, ποιες είναι οι καλλιέργειες, ποια είναι η ιστορία, άρα ποιοί έχουν έρθει και έχουν αφήσει τα αποτυπώματά τους. Δηλαδή στην Κέρκυρα έχουν έρθει οι Βενετσιάνοι που έχουν αφήσει 5-6 φαγητά, έχουν έρθει οι Ρώσοι που έχουν αφήσει άλλα 2 φαγητά, έχουν έρθει οι Εγγλέζοι που έχουν αφήσει την πουτίγκα. Πρέπει να δούμε και την ιστορία για να καταλάβουμε τι είναι ο τόπος. Μετά είναι η κουζίνα, ποια είναι η παραδοσιακή κουζίνα κάθε τόπου. Ποια είναι τα ξενοδοχεία που ασχολούνται με την γαστρονομία. Ποια είναι τα προϊόντα, ποιοι είναι οι παραγωγοί, ποια είναι τα εδέσματα, ποια είναι τα πιάτα δηλαδή, ποιες είναι οι λαϊκές ταβέρνες και τα εστιατόρια, ποια είναι τα καφεενεία, τα πανηγύρια, γιατί εκεί στα πανηγύρια γίνονται ειδικά γεύματα, τελετουργικά γεύματα, ποιες είναι οι αγορές, έχουν πάρα πολύ ωραίες αγορές που πρέπει να δούμε, ποια είναι τα αξιοθέατα.

Ας πάρουμε ένα παράδειγμα, την Σαντορίνη. Θα πάμε και στα Ζαγοροχώρια πολύ ωραία, μετά με τους παραγωγούς. Ένας λοιπόν ταξιδιώτης έχει αυτό το δωδεκάθεο, τα 12 επίπεδα και αρχίζει πια να ψάχνει. Λοιπόν, ας πάμε τώρα, δεν πήγαμε να δούμε τα κρασιά της Σαντορίνης, αλλά θα πάω στη Σαντορίνη μόνο και μόνο επειδή είμαστε εδώ, να δείτε πόσα οινοποιεία έχει και πως. (Προβολή στον Προτζέκτορα). Λοιπόν εδώ μέσα από μία κοινή λογική εμφανίζονται όλοι οι παραγωγοί με κείμενα τα οποία δεν είναι παρμένα από τις ιστοσελίδες, κλεμμένες, έχουνε tailing story έχουνε μια ιστορία πιο προσωπική η οποία τραβάει τον πελάτη γιατί είναι πολύ σπουδαίο αυτά που διαβάζεις να μην είναι μπαγιατικά, να είναι φρέσκα. Ιστορίες οι οποίες είναι ελκυστικές κι εδώ υπάρχουνε μία παιδική φωτογραφία, 10

φωτογραφίες, τις οποίες θα βλέπεις όλο το περιεχόμενο, όλη την ομορφιά του κάθε τοπίου.

Πάμε τώρα σε έναν τόπο πιο αγαπητό για σας, πάμε σε μια περιοχή πιο οικεία, το Ζαγόρι. Στο Ζαγόρι, ας δούμε τα εδέσματα. Τα εδέσματα αυτά, μία λογική είναι -να μια φωτογραφία, ή να είναι ένα κείμενο, ή συνταγή-. Εδώ σε κάθε έδεσμα γράφουν και την ιστορία. Πως προέρχεται, ετυμολογικά, αν ήταν προϊόν της φτώχειας ή του πλούτου. Η Κασσιόπιτα ήταν ίσως η πιο φτηνή, είχε μόνο αλεύρι και λίγο τυράκι και ταυτόχρονα έχουμε και φωτογραφία.



Λοιπόν εδώ βλέπουμε πως παράγεται, ξαφνικά αυτό είναι και δίγλωσσο, ξαφνικά ο ταξιδιώτης αρχίζει και εξοικειώνεται μετά είναι η μπλατσαριά και εκεί δεκάδες συνταγές.



Δηλαδή κάποια στιγμή αν θέλει πάλι ο ξένος δεν θέλω τώρα να σας ζαλίσω, ουσιαστικά είναι πολύ σημαντικό όταν ένας άνθρωπος έρχεται εδώ και του αρέσει το φαγητό και το κύριο χαρακτηριστικό της γαστρονομίας είναι ότι δεν είναι θεματικός τουρισμός, δεν είναι εναλλακτικός τουρισμός, είναι καθολικός τουρισμός. Όχι ορθόδοξος καθολικός!

Όλοι όσοι ταξιδεύουν είτε είναι ποδηλάτες, είτε είναι θρησκευτικού τουρισμού ή το στιδήποτε, τρώνε! Και το 40% των εντυπώσεων από κάθε ταξίδι προέρχεται από το καλό φαγητό. Τρώνε, αλλά γευστικά και αντιλαμβάνονται και ορισμένα βιώματα. Ένα από τα βιώματα του ελληνικού φαγητού είναι ότι μαζευόμαστε στο κέντρο και μοιράζουμε τα φαγητά. Ξέρετε τι βραχυκύκλωμα έχουν οι ξένοι όταν βγαίνουμε παρέα και στην μέση βλέπουν φαγητά και δεν ξέρουν πιο είναι το δικό τους; Έχουν ξεχάσει να μοιράζονται. Όπως μετά, όταν έρθει ο λογαριασμός και λέμε τον μοιραζόμαστε εμείς δια του 6, μα εγώ έφαγα παραπάνω, είναι πράγματα τα οποία δεν τα καταλαβαίνουν. Αυτά όμως είναι και ο πολιτισμός μας. Το πώς διαχειριζόμαστε αυτά ή ο πολιτισμός μας είναι που μπαίνεις σε ένα χώρο και του λες «κέρασε εκείνον» κι έρχεται ο τουρίστας και λέει «τι με κερνάς πού με ξέρεις;». «Πάρε ρε παιδί μου για το καλό» και πανικοβάλλονται. Όλα αυτά, διάφορα τέτοια, είναι κομμάτια της γαστρονομίας. Η γαστρονομία είναι μες στην καθημερινότητά μας. Αυτά όλα λοιπόν είναι πολύ σημαντικά ή σε καφεενία διάφοροι μεζέδες, ή σε πανηγύρια πως μοιράζεται το φαγητό, όπου εθελοντικά μαζεύονται όλοι και το ετοιμάζουνε 5-6 μέρες για να το προσφέρουν και μετά λένε ταΐσαμε εφτακόσιους. Σαν να ήσουν επιχειρηματίας και να λες έβγαλα από 700 άτομα φράγκα. Εκεί δεν είναι έτσι, παρείχαν υπηρεσίες, προσφέρανε στον κόσμο.

Άρα λοιπόν το κομμάτι της γαστρονομίας είναι ένα κομμάτι πάρα πολύ ευρύ, ένα πάρα πολύ λεπτό κομμάτι, το οποίο πάει σε όλους τους τουρισμούς. Σε όλους τους θεματικούς τουρισμούς είναι μέσα και το χουμε αφήσει ελπίζοντας ότι ερχόμενα κάποια χρήματα θα κάνουμε τι; θα κάνουμε την έρευνα; θα ανυψώσουμε το ηθικό το γαστρονομικό; Θα πείσουμε για ποιόν λόγο μία πίτα Κασσιόπιτα θα πουλήσει μετά από ένα χρόνο, ένα κρουασάν ή ένα τυράκι ντόπιο.

Χρειάζεται λοιπόν μία στρατηγική στην αλλαγή της ψυχολογίας και της οικογένειας. – τι έχει το κρουασάν ; -Είναι κατεψυγμένο, το βγάζεις και το βάζεις. Και υπάρχει και κάτι άλλο: Όπως πάμε, που οι νέες γενιές δεν μαγειρεύουν, όσο δεν μαγειρεύουν οι νέες γενιές, τόσο θα παίρνουμε έτοιμα φαγητά, τόσο τα έτοιμα θα είναι κατεψυγμένα, άρα πρώτες ύλες από αλλού και δεν θα μπορούμε να καταναλώνουμε τα δικά μας προϊόντα που έχουμε μια απίστευτα μεγάλη ποικιλία. Άρα λοιπόν χρειάζεται μια πολύ μεγάλη μάχη που δεν είναι μόνο τουρισμού αλλά είναι και μια μάχη της κοινωνίας να βρει τον εαυτό της. Ευχαριστώ πολύ».

Χρήστος Μέγας: Ευχαριστούμε τον κ. Πίττα, γιατί τα έμαθε τόσο καλά. Τα έμαθε μαγειρεύοντας και τρώγοντας και φαίνεται ότι τα έχει χωνέψει και καλά. Θέλω να

πω μόνο για την ρόκα κάτι. Οι Μεγαρείς την τρώγανε πολλά χρόνια πίσω, δεκαετίες, αλλά ως βραστό χόρτο, το κοχλάζανε, ακέρια λάχανα που λένε εδώ στην Ήπειρο, έτσι την τρώγανε την ρόκα. Μα το πρόβλημα δεν είναι η ρόκα αλλά, τα άλλα χόρτα τα βραστά που έχουμε και δεν σερβίρουμε. Η ρόκα η παραδοσιακή είναι τόσο δυνατή που δεν μπορείς να την φας, πικρίζει. Βάζεις ένα κομματάκι, ένα κομματάκι στην σαλάτα και τρελαίνεσαι. Τώρα αυτές που έρχονται από τις καλλιέργειες, είναι χορταρικό. Το θέμα είναι με την ρόκα και την παρμεζάνα που δεν είναι ελληνική. Οι αρχαίοι σίγουρα δεν έτρωγαν παρμεζάνα.

Να καλέσω τώρα τον φίλο μου τον **Μπάμπη Μπίζα** να μας κάνει ένα τελευταίο ταξίδι πριν περάσουμε στις ερωτήσεις. Ακούσαμε για ντοματάκια Σαντορίνης, για σύρτικο Σαντορίνης, ακούσαμε για κρόκο Κοζάνης ενδεχομένως για αβγοτάραχο, θέλω να σας διαβάσω μια μικρή λίστα μέχρι να' ρθει ο κύριος Μπίζας. Τσιπούρα, γάμπαρη, παπαλίνα Αμβρακικού, αρνί Ξηροβουνίου, φακές Φανερωμένης, τσίπουρο από ζαμπέλα, ακτινίδιο από το Νεοχώρι, πορτοκάλι Άρτας, ντομάτες απ' το Τετράκωμο, νερό απ' την Κωστηλάτα, κάστανα Πιστιανών, κηπευτικά από τον Αμμότοπο, καλαμποκίσιο αλεύρι απ' τα Τζουμέρκα, μέλι από θρούμπι, κλούρα, κατσικοτύρι απ' τα Θεοδώριανα, χέλι απ' τ' αυλάκι και σοκολάτα από την ΙΟΝ. Τι χρεια άλλων αποδείξεων έχουμε; Τι άλλο κίνητρο θέλετε;

Κύριε **Μπίζα** έχετε τον λόγο και να μας πείτε και για την περιήγησή σας στον κόσμο. Έχετε γεμίσει 43 -αν θυμάμαι καλά- διαβατήρια, τα έχετε σφραγίσει και τα 43 και έχετε ταξιδέψει σε όλους τους τόπους, σε όλον τον κόσμο και μπήκατε στο βιβλίο Γκίνες ως ο πιο ταξιδεμένος πολίτης του πλανήτη. Και βεβαίως είναι πατριώτης μας!

Παρέμβαση ΜΠΑΜΠΗ ΜΠΙΖΑ- «Ο πιο πολυταξιδεμένος άνθρωπος του πλανήτη - βιβλίο Γκίνες», Τουριστικός Πράκτορας - Δημοσιογράφος



«Θέλω να πω λοιπόν καλά όλα αυτά. Τι συνεισφέρει ένας Αρτινός που ταξίδεψε σε όλον τον πλανήτη, στην Άρτα; Γιατί αυτό είναι το ζητούμενο! Καταρχάς πιστεύω εσείς που μείνατε εδώ να έχετε όλοι πραγματικά ένα ενδιαφέρον. Γιατί όση ώρα παρακολουθώ όλα αυτά τα ωραία που έχουν παρουσιαστεί, λέω εδώ ανάμεσα, υπάρχουν οι άνθρωποι οι οποίοι είναι άμεσα εμπλεκόμενοι με αυτό το προϊόν; Ή τα λέμε μεταξύ μας και ανταλλάσσουμε ωραίες απόψεις; Ο ένας είναι καθηγητής, ο άλλος είναι δημόσιος υπάλληλος, ο τρίτος είναι κάτι άσχετο, θα τα πούμε όλα ωραία, θα καταθέσουμε τις απόψεις μας, αλλά δεν είναι εδώ μέσα ενδεχομένως, δεν ξέρω και δεν έχουμε γνωριστεί, οι άνθρωποι οι οποίοι είναι αποδέκτες αυτών των πληροφοριών. Εδώ έχω ένα χαρτί το οποίο, είναι ένα ωραίο φυλλάδιο με χάρτη κτλ. Το οποίο πραγματικά αυτό είναι που ονειρευόμουν να δω και λέω τώρα, απ' το ξενοδοχείο "Μαραθιά" Λουτρά Χανόπουλου είναι κανείς εδώ; Δεν είναι κανείς εδώ. Από το Arta Palace είναι κάποιος; Δεν είναι κάποιος. Για ποιόν τα λέμε λοιπόν, εμείς εδώ πέρα αυτά; Ανησυχώ, μήπως λοιπόν, εμείς θα τα πούμε, δηλαδή δεν έχουμε καμία αντίρρηση, αλλά αυτοί οι οποίοι πρέπει να τα ακούσουν δεν είναι εδώ. Και φοβάμαι πως είναι ένα κοινό μυστικό πως στην Ελλάδα και στην Άρτα, μηδενός εξαιρουμένης έχουμε πάρα πολλές ιδέες οι οποίες ποτέ δεν γίνονται έργα. Ή αν όχι ποτέ, να μην είμαι κακός, εν πολλοίς δεν γίνονται έργα, ενώ ακούμε σε άλλες περιοχές ότι έχουν γίνει.

Θα παρακαλούσα τον κύριο Πίττα -τον άκουσα πως τα λέει και τόσο ωραία και ενδιαφέροντα- να βγει ένας νόμος να απαγορεύει τον μουσακά στα νησιά. Δηλαδή, το πιο αηδιαστικό κατασκεύασμα που τρώμε σήμερα στα νησιά είναι ο μουσακάς. Διότι αυθαιρετούν οι εστιατορές. Να βγει κάποιος νόμος απαγορεύεται ο μουσακάς

εκτός αν έχει προδιαγραφές από κάποιον φορέα. Οι Ιταλοί το 'καναν. Δεν θα έχουν όλα τα εστιατόρια λέει ιταλικό " Italian restaurant", θα έχει προδιαγραφές για να πάρει την ιδιότητα αυτή. Κάπως έτσι πρέπει να κάνουμε και 'μεις.

Να ξαναγυρίσω όμως στα δικά μας. Εάν λοιπόν δεν είναι εδώ οι ξενοδόχοι, οι οποίοι είναι οι πρώτοι αποδέχτες αυτού του προϊόντος; Ο τουρισμός τί είναι στην πραγματικότητα; Μετακίνηση. Μπήκα σε ένα όχημα, σε ένα μεταφορικό μέσο και πήγα. Είναι μεταφορά από το σημείο που έφτασα στο κατάλυμα. Ξενοδόχοι. Είναι εστίαση, τρώω. Αν λοιπόν εδώ μέσα, δεν έχουμε... Έχουμε κανέναν από τα εστιατόρια της Άρτας παρόντα; Κανένας. Για ποιόν τα λέμε αυτά; Και κάτι ακόμα, θέλω τις απορίες σας να τις απαντήσετε μόνοι σας.

Υπάρχει κανείς που όταν θα τελειώσει αυτό το συνέδριο θα τα πάρει, θα τα βάλει σε ένα ντοσιέ και θα τα κάνει έργο; Γιατί το σημαντικότερο συνέδριο δεν είναι το πρώτο, είναι το δεύτερο. Θα ερωτηθούμε τι κάναμε μετά από 2 χρόνια; Εκεί θέλω να είμαι. Στο δεύτερο συνέδριο όχι στο πρώτο. Στο πρώτο μια χαρά τα' πανε όλοι οι σύνεδροι ειδικευμένοι. Εγώ δεν είμαι τίποτα, ταξιδιωτικός πράκτορας είμαι 30 χρόνια. Ήρθα πιο πολύ, όχι με την ιδιότητα που ταξίδεψα σε όλον τον κόσμο, αλλά ότι πήγα επισκέπτες σε όλο τον κόσμο. Το ότι εγώ πήγα και λίγο παραπέρα, σε όλες τις χώρες μου δίνει την δυνατότητα να έχω, ως το πούμε μία άποψη. Η UNESCO έχει 1.033 μνημεία ως πούμε στον κατάλογό της. Από αυτά καμιά 900αριά είναι κτίσματα, τα άλλα είναι εκατόν τόσα, είναι εθνικά πάρκα και δρυμοί. Έχω πάει στα 600. Αυτό σημαίνει ότι έχω μία άποψη για να καταθέσω την γνώμη μου. Αλλά, θα την καταθέσω την γνώμη μου και μετά; Που την κατέθεσα τι έγινε;

Εμείς δεν πάσχουμε από ιδέες, ιδέες ένας Έλληνας έχει δυο γνώμες, δυο ιδέες. Το θέμα είναι να 'χουμε έργο. Δηλαδή όταν θα φύγουμε από 'δω και θα κλείσουν αυτές οι πόρτες να ξέρουμε ότι την Δευτέρα το πρωί στις 9:00 αρχίζει να μπαίνει μπροστά το σχέδιο. Εγώ δεν θέλω να το ξέρω, ούτε είμαι αρμόδιος να το εκτελέσω, να το εφαρμόσω αλλά κάτι να ξεκινήσει. Σας βεβαιώ ότι είχε γίνει πριν από χρόνια ένα τέτοιο εγχείρημα σε τοπικό επίπεδο πριν απ' τον Καλλικράτη, ήταν το προηγούμενο σχέδιο, που είχαν κλιθεί άνθρωποι να πάνε στον τουρισμό, πήγαμε με τις βάρκες να δούμε τα βουβάλια κάτω στη λίμνη της Ροδιάς, είχαμε δει ωραία πράγματα, κι όμως 10 χρόνια μετά και παραπάνω -μπορεί να είναι και παραπάνω τώρα, έχω ξεχάσει το πότε ήτανε- εξακολουθούμε να είμαστε back to the fair square, εξακολουθούμε να διερωτόμαστε γιατί δεν έχουμε προχωρήσει. Γιατί κανείς δεν το θεώρησε ότι είναι δικό του έργο.

Ρωτώ, ποιος είναι αύριο, την Δευτέρα στις 9 το πρωί, που αυτά που θα λεχθούν εδώ πέρα θα τα φιλτράρει, θα τα αξιολογήσει και θα τα κάνει έργο; Φοβάμαι πως δεν υπάρχει απάντηση. Θα κλειστεί ο φάκελος και μετά από 2 χρόνια θα κάνουμε το 2^ο συνέδριο και θα ξαναπούμε τα ίδια. Ή θα έχουν γίνει μερικά έτσι σπασμωδικά, ή από κεκτημένη ταχύτητα. Αυτό τι είναι; Συγγνώμη λίγο πεζή η προσέγγισή μου στα

θέματα, αν περιμένατε να βγάλω τρομερούς λόγους τί υπάρχει στον γύρω κόσμο, να σας πω και τι υπάρχει στον γύρω κόσμο, βεβαίως και τα ξέρετε.

Πριν από χρόνια 20, 30 χρόνια ας πούμε ότι οι άνθρωποι δεν ταξιδεύανε. Δεν ξέραμε πως είναι το να πας στο Στρασβούργο ή να πας στην Αλσατία. Τώρα όμως πάει ο κόσμος σε αυτό. Άντε δεν ξέρουμε να το χειριστούμε, δεν ξέρεις ότι υπάρχει πάντα ένα τουριστικό γραφείο σε κάποιο κεντρικό σημείο της πόλης που σου δίνει πληροφορίες; Που σου μοιράζει μπροσουρίτσες; Εμείς τα έχουμε κλείσει όλα τα γραφεία στην Ελλάδα, δεν υπάρχει ούτε ένα. Σε καμία πόλη. Δεν ξέρεις ότι θα υπάρχει όπου να πας, σε όποιο μέρος να πας της Ευρώπης, σε μία πόλη ενδιαφέρουσα check tourist office με το information με το ερωτηματικό θα το δεις. Χαίρετε, που μπορώ να φάω; Θα σου πει δύο πληροφορίες. Το τι μπορώ να φάω δεν το ρωτάω εδώ πέρα στην Άρτα γιατί είναι ένα πρόβλημα αυτό. Αλλά εν πάση περίπτωση το ξέρουμε όλοι, δεν ξέρουμε ότι πρέπει να υπάρχει ένα τουριστικό γραφείο;

Που είναι το τουριστικό γραφείο της Άρτας; Είναι συνέδριο αυτό το πράγμα; Συνέδριο να βάλω τουριστικό γραφείο της Άρτας; Ξεκινάμε απ' το άλφα:

- Α. Τουριστικό Γραφείο.
- Αγγλόφωνα κοριτσάκια, αγοράκια να έχουν τελειώσει το λύκειο που να λένε πληροφορίες. Και να τα ξέρουν καλά, που θα πας, πόσα χιλιόμετρα είναι, πόση ώρα κάνει, που θα βρεις να φας. Είναι βασικό ερώτημα αυτό. Τώρα, αυτά είναι τα πρακτικά.

Εγώ αυτό θέλω σαν τουρίστας. Όταν πηγαίνω σαν τουρίστας, μόνος μου, με τα γκρουπ ή χωρίς τα γκρουπ εκεί πηγαίνω. Τσάκα τσάκα, τι έχετε να μου δώσετε παρακαλώ; Να μια tourist card, να κι αυτό, να κι η βάρκα. Αυτά δημιουργούν το προϊόν.

Θέλω μία βάρκα να με πηγαίνει στην λίμνη της Ροδιάς να βλέπω τα βουβάλια. Υπάρχει καμία να πάω αύριο ή μεθαύριο Κυριακή; Δεν υπάρχει. Πώς να πάω λοιπόν, πώς να αναπτυχθεί το τουριστικό πακέτο; Αυτό θέλω. Εγώ λοιπόν βλέπω τα πράγματα από μία πρακτική άποψη. Επί 30 χρόνια και ήμουν tour leader. Αρχηγός γκρουπ, στο εξωτερικό. Σε κλασικά μέρη και σε λίγο παράδοξα μέρη. Τώρα γύρισα από τα νησιά Σολομώντος. Τα νησιά Σολομώντος είναι ένα μέρος στο οποίο δεν περιμένεις βασικό τουρισμό. Απευθύνεται σαν αυτά που λέμε εδώ πέρα, οικολογικά και έτσι, διάφορα. Πολύ ωραία. Υπάρχουν όμως μέρη να πας.

Ένα παλιογραφείο τουρισμού υπάρχει να πας να σου δώσει πληροφορίες και να σου κλείσει, να πάρει κι ένα τηλέφωνο από το κινητό του γιατί δεν έχουν καλό, καλή καλωδιακή τηλεφωνία να σου κλείσει ένα ξενοδοχείο να πας να το βρεις. Αυτά λοιπόν μπορώ να πω, έχω την οπτική γωνία.

Λείπουν βασικά πράγματα να ξεκινήσουμε. Ξαναθέτω λοιπόν το ερώτημα ποιος την Δευτέρα το πρωί στις 9 θα βάλει μπρος και θα εφαρμόσει αυτά; Εδώ δεν είναι κανένας από ξενοδοχεία. Άλλο από το Βυζαντινό, που βλέπω την κόρη του Γιάννη του Κουτσούμπα, δεν βλέπω κανέναν άλλον. Εκτός αν συγγνώμη, εσείς παρακαλώ; Από πού; Πείτε μου; Εσύ από την Ροδαυγή. Ναι το άκουσα, εσείς; Κασσιόπη πολύ χαίρομαι. Συγχαρητήρια. Εσείς παρακαλώ; Είναι εδώ πέρα γραμμένο; Όχι ε; Σας έχουν γράψει εδώ; Όχι θα σας γράψουν. Εσείς παρακαλώ; Κορωνησία, χαίρομαι. Πατέντας; Ποίοι είστε; Πολύ ωραία. Κυριακή θα 'μαι εκεί. Ωραία, εγώ την Κυριακή στην ταβέρνα έχω δεσμούς ψυχικούς πολύ καλούς. Εν πάση περίπτωση τα λέω αυτά λοιπόν, διότι φοβάμαι πως τα λέμε μεταξύ μας. Αυτό είναι το ζητούμενο. Εν πάση περιπτώσει, να πάω ένα βήμα παραπέρα να ξεφύγω απ' το πεζό και να πάμε λίγο στο πιο επιστημονικό, να το πούμε έτσι.

Η Άρτα όπως ακούσατε, από όλους τους ειδήμονες, σπεσιαλίστες έχει ένα τρομερό αρχιτεκτονικό πλούτο. Αυτός ο αρχιτεκτονικός πλούτος πρέπει να μπει στην UNESCO. Δεν ξέρω αν ξέρετε τι αντιπροσωπεύει η UNESCO, μπορεί στα μάτια ενός επισκέπτη ή ενός ντόπιου να μην είναι και τίποτα σπουδαίο, ίδια είναι η Παρηγορίτισσα και σήμερα, ίδια θα είναι και την άλλη μέρα, δεν θ' αλλάξει. Όμως αλλάζει στην παγκόσμια λίστα κατάταξης. Εγώ λοιπόν αυτά τα χρόνια που ταξιδεύω -και υπάρχουν διάφορα διεθνή κλαμπ μέσα στα οποία συμμετέχω- είμαι μέλος καταρχάς της ρωσικής γεωγραφικής εταιρίας. Οπότε συναλλάσσομαι με ανθρώπους που έχουνε και αυτοί 43 διαβατήρια. Δεν έχει σημασία αν έχουν πάει σε όλες τις χώρες του κόσμου ή όχι, αλλά έχουμε όμως κοινούς στόχους. Δηλαδή βάζουμε όλοι στόχο να επισκεφθούμε όλα τα μέρη της UNESCO διότι θεωρούμε σημείο αναφοράς πολιτιστικό. Φανταστείτε λοιπόν, αν η Άρτα μπει στον κατάλογο της UNESCO για τον πλούτο των βυζαντινών μνημείων. Δεν μιλάω για να μπει και για το οικοσύστημα του Αμβρακικού, θα μπορούσε ή θα μπορούσε να μπει στα οικοσυστήματα. Αμέσως αλλάζει την κατάταξη και την παγκόσμια προσέλκυση. Διότι ξαφνικά εκεί που είναι η Ελλάδα και έχει 17 προορισμούς, αν θυμάμαι καλά, που είναι στον κατάλογο της UNESCO θα μπει, θα γίνει 18^ο. Αμέσως μπαίνει προτεραιότητα από ένα κοινό το οποίο αναζητά αυτού του είδους τα πολιτιστικά μνημεία να τα κάνει κτήμα του. Αλλιώς δεν θα περάσουνε. Αυτό λοιπόν, είναι κάτι που γίνεται μόνο σε επίπεδο διοίκησης. Το μόνο πράγμα που έχει να κάνει με την διοίκηση και δεν μπορεί να κάνει κάτι ο ιδιωτικός φορέας. Έχει να κάνει με τον δήμο, με την Περιφέρεια, με το Υπουργείο. Όλοι οι δήμοι έχουνε διάφορους μηχανισμούς στα χέρια τους και μπορούνε να τα προωθήσουνε. Αυτό είναι το πράγμα το οποίο έχει ανάγκη σήμερα η Άρτα παράλληλα με τις υπόλοιπες ενέργειες. Πρέπει τα μνημεία της Άρτας να μπουν στον κατάλογο της UNESCO. Είναι μοναδικά. Δεν υπάρχει πουθενά στον ελλαδικό και βαλκανικό χώρο μνημείο αντάξιο βυζαντινό της Αγίας Σοφίας. Υπάρχουν πολλά και μικρά σε άλλες πόλεις,

δεν υπάρχει κανένα αυτού του μεγέθους και αυτής της εμβέλειας. Να λοιπόν γιατί υπάρχει ένα σημείο αναφοράς στο οποίο πρέπει να προσχωρήσει.

Ποιόν την Δευτέρα τις 9 η ώρα το πρωί -το ξέρω ότι ξαναρωτώ αυτό το πράγμα- και πολύ θα 'θελα να ξέρω πότε προγραμματίζεται το 2^ο συνέδριο για να είμαι. Θέλω να έρθω πραγματικά να δω τι έχει γίνει από αυτά που ελέχθησαν και θα λεχθούν κι αύριο. Δεν θέλω να είμαι, να προβλέψω κακά πράγματα, ελπίζω πως θα συμβεί κάτι, αλλά σίγουρα απέχουμε πολύ, διότι συζητάμε, συζητάμε, συζητάμε και είμαστε πάλι πίσω, διότι κανένας δεν θεωρεί ότι είναι δική του υπόθεση.

Όσα είχα γράψει, με κάλυψαν οι προλαλήσαντες και την συμμετοχή στα συνέδρια και την ιστοσελίδα και τα φυλλάδια. Αυτό το φυλλάδιο θέλει λίγο βελτίωση. 1^ο να γίνει αγγλόφωνο , τουλάχιστον μία γλώσσα ακόμη και 2^ο να έχει από κάτω ιστοσελίδες www. Δηλαδή σήμερα έχει πεθάνει το τηλέφωνο. Εγώ θα πάρω αύριο όλα αυτά τα τηλέφωνα να δω αν απαντάνε, σήμερα δεν πρόλαβα να το κάνω γιατί πήρα αργά. Αύριο Σάββατο θα τηλεφωνήσω σ' όλα αυτά τα νούμερα να δω ποιος θα βγει. Θα ισχύουν; Ναι, εσείς θα βγείτε, βεβαίως, έχετε ιστοσελίδα. Μπράβο χαίρομαι. Θέλω λοιπόν να πω, θα το δω και να το πάμε ένα βήμα παραπέρα ή πραγματικά να είναι ένα εργαλείο. Διότι θα έχει και ενημέρωση. Δικαιούται κάποιος να αλλάξει και τηλέφωνο, εγώ δεν λέω αλλά σημαίνει ότι τον άλλον χρόνο μπορεί να βγει κάτι διαφορετικό. Και να το έχουμε και στα αγγλικά. Έχουμε; χαίρομαι πολύ που το έχουμε και στα αγγλικά. Δεν θέλω να πω περισσότερα, ένα σεμινάριο στις 10:10 σπάνια γίνεται αλλά πιστεύω εσείς που μείνατε πραγματικά έχετε λόγο που μείνατε, πραγματικά κάτι σας κρατάει εδώ πέρα και αυτό νομίζω είναι πιο σημαντικό απ' το να είναι απλώς άνθρωποι, που έχουν έρθει για εθιμοτυπία ή ήρθαν απλώς επειδή ήταν ευγενείς. Σας ευχαριστώ πολύ. Καλή σας νύχτα και εις άλλα με υγεία».

Χρήστος Μέγας: Ευχαριστούμε πολύ τον κύριο. Όλο τον κόσμο, τους εισηγητές που ήρθαν για να βάλουν το ένα λιθάρι πάνω στ' άλλο να φταχτεί κάτι. Δεν είναι εδώ ο Δήμαρχος αλλά με πληροφόρησε ότι εάν η Τρόικα το επιτρέψει κι αν το ΑΣΕΠ εγκρίνει τον διαγωνισμό, θα 'χει ολοκληρωθεί η διαδικασία για την πρόσληψη 2 παιδιών που θα λειτουργήσουν το γραφείο τουρισμού.

Αλλά, ήδη ξεκίνησε ο διάλογος, υπάρχει κάποιος να ρωτήσει κάτι; Παρακαλώ πολύ.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Ερώτηση: Εγώ προέρχομαι από μία άλλη περιοχή, αλλά ήρθα μόνο για το συνέδριο για να σας κλέψω ιδέες και γνώσεις. Κι ευχαριστώ πολύ, τουλάχιστον τους δυο κυρίους που ήτανε όχι στρατηγικοί, αλλά πρακτικοί. Κι ελπίζω να αφυπνίσει το κουδούνι που μας χτύπησε τώρα ο κύριος, που μόλις κατέβηκε από το βήμα. Το ερώτημα είναι : Το πρωινό έχει εφαρμοστεί σε κάθε νομό ναι ή όχι;

Απάντηση: Η προσέγγιση του ελληνικού πρωινού έγινε με 2 τρόπους. Ο ένας τρόπος ήταν να πάμε σε κάποιους νομούς, αρκεί να μας καλέσει η τοπική ένωση ξενοδόχων, γιατί το διοργανώνουμε εμείς με την τοπική ένωση. Δεν έχουμε άλλο σύνδεσμο. Κι εκεί κάνουμε το πρότυπο. Υπάρχουν περιοχές, όπως το Καστελόριζο, όπως πολλές περιοχές που δεν έχουμε κάνει ελληνικό πρωινό. Εκεί λοιπόν, μας ζητούν. Τι ακριβώς θέλουμε; Εμείς έχουμε μία ευρύτερη παιδεία ποιά είναι τα βασικά πράγματα που πρέπει να έχεις και τους ενημερώνουμε. Τώρα μάλιστα, μέσα στην επόμενη χρονιά όλα αυτά θα γίνουν αυτόματα, θα γίνει και μηχανισμός πιστοποίησης, τα οποία εμείς εντάξαμε, ελέγξαμε και η πιστότητα του πρωινού διασφαλίζεται δια του ελέγχου, δηλαδή ο κάθε ξενοδόχος φωτογραφίζει τα προϊόντα, που έχει και τα γράφει και το βάζει στην ιστοσελίδα του. Άρα λέει στους πελάτες του εγώ έχω αυτά, εάν δεν τα έχει θα εκτεθεί απέναντι στους πελάτες του. Κι απ' ότι ξέρετε οι πελάτες των ξενοδοχείων είναι ανελέητοι. Τώρα με τα συστήματα των σχολιασμών είτε στο Trip Advisor, είτε σε τίποτε άλλο, εάν δεν είσαι αυτά που τάξεις σου κατεβάζουνε χιλιάδες κριτικές.

Παρόλα αυτά εμείς τώρα ετοιμάζουμε έναν μηχανισμό που θα υπάρχει ένας τρόπος αυτόματης πιστοποίησης και θα στέλνουμε και ελεγκτές. Στο αίτημά σας λοιπόν εάν για να μπεις στο ελληνικό πρωινό πρέπει να έχει γίνει πρότυπο στον νομό δεν είναι απαραίτητο. Μπορείς να είσαι από ένα μέρος άσχετο, ας πούμε απ' τα ... Στην Ήπειρο κάναμε ένα πρότυπο, γενικά της Ηπείρου. Στην Τρίπολη δεν έχουμε κάνει, αλλά υπάρχει ένα ξενοδοχείο το οποίο έχει πάρει ελληνικό πρωινό. Πρέπει να κάνουμε στην Τρίπολη ένα πρότυπο ελληνικού πρωινού.

Σας κάλυψε; Βέβαια, βέβαια, καταρχάς το ίδιο το ξενοδοχείο έχει στην ιστοσελίδα του τα χαρακτηριστικά του ελληνικού πρωινού. Ταυτόχρονα έχει και ένα σήμα.

.....

Όχι όχι, όχι δεν είναι. Η πρώτη φάση ήτανε. Είμαστε Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, τα μέλη μας είναι οι ξενοδόχοι. Δεν μπορούμε να κάνουμε τίποτε άλλο. Τώρα γίνεται μία προσπάθεια να ενσωματωθούν και οι ξενώνες και τα ενοικιαζόμενα.

Χρήστος Μέγας: Ο κύριος Ρομπόλης, ο οποίος θα μιλήσει, αύριο για όποιον ενδιαφέρεται, όχι για το ασφαλιστικό κατ' ανάγκην.

Ερώτηση: Θέλω να ρωτήσω τον κύριο Πίττα σε όλη αυτή την προσέγγιση, αλλά δεν υπάρχει μέσα το στοιχείο του κόστους. Εμείς απ' τις έρευνες που κάνουμε και σε διάφορες περιοχές, παίρνουμε αυτό που λέτε, την γαστρονομία και επειδή, επειδή ακούω για τον τουρισμό ότι είναι κλάδος, ότι είναι βαριά βιομηχανία δεν τίποτα απ' όλα αυτά. Οικονομικά για μας ο τουρισμός είναι μία ζήτηση εμείς οι οικονομολόγοι του 21^{ου} αιώνα προσπαθούμε σε αυτή τη ζήτηση να προσδώσουμε αναπτυξιακή διάσταση και να της δημιουργήσουμε μια διασύνδεση με άλλους κλάδους. Όταν

πάμε επομένως σε μία περιοχή για να μην αναφέρω περιοχές απ' τις μελέτες που κάνουμε και λέμε εδώ πέρα φτιάχνετε την κασιόπιτα, το αλεύρι ποιιάς χώρας αλευροβιομηχανία λειτουργεί. Το τυρί, ακριβώς η προστιθέμενη αξία, εάν δε μείνουμε έτσι και σε αυτό που δεν ξέρω πως το είπε ο κύριος Μπίζας κάνουμε μια προσέγγιση του τουρισμού στην Ελλάδα από αυτήν την άποψη κόστους –οφέλους, το πρόσημο είναι αρνητικό. Κινητοποιούμε παραγωγές άλλων χωρών και στο τυρί και στα πρώτα. Επομένως όλα αυτά. Η επιλογή τελευταία, δηλαδή μελέτη ήταν, ας πούμε όταν πήγαμε σε ένα ορεινό χωριό της Κρήτης, στο Ρέθυμνο όπου μπαίνοντας μέσα και βλέποντας όλα τα ψυγεία γεμάτα απ' τη γραβιέρα, με συγχωρείτε τι κάνετε εδώ πέρα; Το ωραιότερο τυρί στον πλανήτη δεν υπάρχει απ' αυτό και γυρίζει και λέει που να το πουλήσω; -Στα ξενοδοχεία – Μα τα ξενοδοχεία παίρνουν τα πλαστικά της Δανίας με 5ευρώ γιατί εγώ το δίνω 12 ευρώ. Επομένως ή 7 επομένως θέλω να πω ότι επιλογή ναι η Κασιόπιτα, ναι εκείνο, αλλά η πρώτη ύλη νομίζω και είναι πολύ ενδιαφέρον αυτό να το δούμε κινητοποιεί μεγάλη παραγωγή.

Ερώτηση: Η ερώτηση μου είπατε έχουμε φτιάξει το πρωινό, δεν έχουμε φτιάξει της Τρίπολης ακόμη. Το κάθε πρωινό το προσαρμόζετε ανάλογα με τα τοπικά προϊόντα της κάθε περιοχής ή θα έχουμε ένα ελληνικό πρωινό για όλη την Ελλάδα;

Απάντηση: Λοιπόν το είπαμε και πριν ότι εμείς θέλουμε. Καταρχάς η προηγούμενη συνάδελφος απ' το Σ.Ε.Τ.Ε. είπε ότι έχουμε κτίσει κάτι άξονες και ο καθένας κοιτάζει τον εαυτό του. Οι παραγωγοί με τους ξενοδόχους δεν είχαν καμία σχέση. Ο ξενοδόχος έπαιρνε το στέλεχος του το Ν.Φ.Ρ. και ο Ν.Φ.Ρ. έπαιρνε τον γενικό του προμηθευτή φέρε μου τυρί, φέρε μου άσπρο τυρί, φέρε μου φέτα.

Αυτό που επιχειρήσαμε να κάνουμε είναι ότι ένα επώνυμο ξενοδοχείο έχει επώνυμους προμηθευτές και επώνυμα προϊόντα. Και να τα βάζει επάνω. Τώρα, στο θέμα του κόστους. Υπάρχουν 2 κομμάτια, εάν όντως είναι φθηνότερο ή ακριβότερο και το άλλο είναι εάν είναι θέμα ψυχολογικό. Ένα μεγάλο ξενοδοχείο στα Καλάβρυτα μου 'στειλε το πρωινό του και του πουλιού το γάλα. Είχε δηλαδή και ελληνικά και ξένα, είχε στριμμένο πάνω, είχε λουκάνικα από 'δω και του στέλνω απαντητικό: «σε κόβω έτσι». –«Κύριε Γιώργο τι έγινε»; -«Βρε παλιοκερατά, του λέω, Καλάβρυτα» -Τι πράγμα; -«Για ποιο λόγο έκανε ο Τρικούπης τον οδοντωτό»; -«Για να κατεβάζετε την σταφίδα και την φέτα και την στέλνετε στο εξωτερικό και δεν έχεις βάλει φέτα ντόπια». –«Και λοιπόν»;

Οι μάχες είναι ανελέητες, το να μην βάλει ντόπια φέτα και να μην βάλει σταφίδα Κορινθίας δεν είναι θέμα κόστους, είναι θέμα ντροπής, ξεφτίλας. Άρα εμείς το ένα κομμάτι που παλεύουμε είναι να δώσουμε και εγώ με το πάθος που έχω δεν μιλάω τεχνοκρατικά. Εγώ πάω να πείσω τους ανθρώπους ότι πρέπει να σερβίρουνε ντόπια. Τώρα όταν ένας ξενοδόχος θέλει για να κάνει την μόστρα, να έχει 62 προϊόντα το πρωινό του για να κερδίσει τον τάδε και είναι όλα ευτελούς αξίας, ενώ αν έχει 2 προϊόντα καλής αξίας θα ήτανε πάλι οικονομικότερο. Στο οικονομικότερο,

όταν πας στη μάχη του οικονομικότερου κατεβάζεις την μάχη των τιμών και χαμηλότερα, εάν έχεις προϊόντα πιο επώνυμα και όχι μόνο τα 'χεις και του λες και του πελάτη σου και τον στέλνεις και στον παραγωγό να δεις που τα παράγει, θα μπορέσει να ανεβάσει τις τιμές. Δηλαδή, βάζεις 1 ευρώ in put στην αξία, με τον μύθο μαζί θα πάρεις 3. Και ποιά ξενοδοχεία έχουν 200 και 300 ευρώ και 70 ευρώ; Εγώ δεν μιλάω για τα all inclusive. Διότι αν όλα τα ξενοδοχεία ζητάγανε προϊόντα ελληνικά, τα 25 εκατομμύρια ξένοι που έρχονται δεν θα 'χαμε... Εμείς ζητάμε χρόνο με τον χρόνο όλο και περισσότεροι να παίρνουν τοπικά προϊόντα και το βασικότερο να γνωρίζουν οι ξενοδόχοι τους οίνοποιούς. Τώρα κάνω ένα νέο πρόγραμμα, ξενοδοχεία και κρασί. Δηλαδή και όλο το κλίμα είναι, αυτό βοηθάει πάρα πολύ και το διαδίκτυο. Το διαδίκτυο παιδιά απελευθερώνει τον κάθε ταξιδιώτη να ταξιδεύει μόνος του. Είπατε πριν για γραφεία, τώρα πια όλα γίνονται, έχουν τελειώσει. Υπάρχουνε. Παρακαλώ.

Ερώτηση: Όταν ρωτούσες για 'Ηπειρο ήξεραν τα Γιάννενα, δεν ήξεραν ούτε την Πρέβεζα, ούτε την Άρτα, ούτε την Θεσπρωτία. Δεν θα 'πρεπε να υπάρξει μία πρωτοβουλία, από την περιφέρεια, να υπάρξει ένα ισοζύγιο μεταξύ των πόλεων όλων και μετά να υπάρξει μια τουριστική προβολή της Ηπείρου σαν Περιφέρεια; Και η Μεσσηνία που είτε πριν ο κύριος Μαρινάκος αναπτύχθηκε λόγω του Costa Navarino, που έγινε στην Πύλο, μια πόλη δηλαδή κινητοποιήθηκε, επειδή έγινε μία μεγάλη ιδιωτική πρωτοβουλία. Σωστά.

Απάντηση: Η 'Ηπειρος είναι ένας θεματικός προορισμός με τις θεματικές ενότητες που έχει. Για παράδειγμα ο ήλιος-θάλασσα αντί να πάρει αν το πάρουμε από άποψη εισροών το 30 -50% του τουριστικού πακέτου προβολής φέρνει το 1/6 από τις 6 θεματικές που προωθούμε. Εμείς δεν προωθούμε την Άρτα σαν Άρτα μόνη της, ή τα Γιάννενα σαν Γιάννενα μόνα τους. Ναι, η προβολή γίνεται σαν 'Ηπειρος. Μέσα έχει την προώθησή της η κάθε περιοχή, πάνω από αυτές τις θεματικές δραστηριότητες που είπα πριν. Τις 6 θεματικές δραστηριότητες οι οποίες έχουν το ίδιο ποσοστό. Μπορεί να φαίνεται περίεργο αυτό, δηλαδή θα δώσουμε παράδειγμα 1.000 ευρώ για μία διαφήμιση σε μια εφημερίδα; Θα είναι το 1/6 για ήλιο-θάλασσα, 1/6 για το φυσικό περιβάλλον, 1/6 για τα βυζαντινά για τα μνημεία, 1/6 για την γαστρονομία κτλ. Δηλαδή δεν είναι ότι προωθούμε μόνο, βοηθάμε περιπτώσεις, όπως είναι Άρτα, όπως έκανε η περιφερειακή ενότητα Άρτας, όπως έβγαλε το λεύκωμα παράδειγμα, για τα βυζαντινά μνημεία. Αυτό είναι κάτι εξτρά που γίνεται σε περιοχές που θέλουμε να προωθήσουμε κάποια ειδικά ενδιαφέροντα κι αυτό κάνουμε και τώρα, στο καινούριο πρόγραμμα που θα βγάλουμε κάποιες περιοχές, γι' αυτό έχουμε ζητήσει αν είναι εδώ ο δήμαρχος, από τους δήμους και από τους φορείς, τι θέλουμε για να στηρίξουμε περισσότερο κάποιες περιοχές που είναι πιο χαμηλά σε ανάπτυξη. Ήτανε έτοιμοι είπατε; Σαν νομός μιλάτε, προβολή σε αυτόν.

Χρήστος Παπάζογλου: Σας ευχαριστούμε πάρα πολύ όλους, εις αύριο τα σπουδαία. Εδώ θα είναι, δεν έφυγε ο κόσμος. (αδύνατη η καταγραφή).

ΦΩΤΟ από την Προσυνεδριακή συνάντηση φορέων & επιχειρηματιών!



