

4. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΗΣ

4.1 ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ, ΑΝΑΓΚΑΙΑ ΕΡΓΑ ΚΑΙ ΘΕΣΜΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ

Η δεύτερη φάση της μελέτης παραθέτει μία πρόταση για το Πρόγραμμα Δράσης που πρέπει να εφαρμοσθεί με στόχο την βιώσιμη και ποιοτικότερη τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Αττικής. Το Πρόγραμμα Δράσης που έχει διαμορφωθεί, αποτελείται από μία σειρά δράσεων που αναφέρονται σε ειδικές μελέτες, αναγκαία έργα και θεσμικές ρυθμίσεις. Για την πιο ουσιαστική και αποτελεσματική εφαρμογή του προτεινόμενου προγράμματος δράσης, πραγματοποιείται μία κατηγοριοποίηση των ειδικών μελετών, αναγκών έργων και θεσμικών ρυθμίσεων στην βάση 8 Αξόνων Δράσης.

Η περιγραφή των ειδικών μελετών, των αναγκών έργων και των θεσμικών ρυθμίσεων κατά άξονα προτεραιότητας, αναδύει την σπουδαιότητά τους και δίνει τις κατευθύνσεις για την αναζωογόνηση και περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στην Περιφέρειας Αττικής.

Άξονας Δράσης 1: Έλεγχος Τουριστικής Ανάπτυξης, Ρυθμίσεις Χρήσεων Γης

Μέτρο 1.1: Ρυθμίσεις χρήσεων γης

1. Εκπόνηση και θεσμοθέτηση του Περιφερειακού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού Αττικής, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.2742/99 (ΦΕΚ 207Α της 7.10.99). Φορέας ανάθεσης: ΥΠΕΧΩΔΕ/ΟΡΣΑ. Ίδρυση περιφερειακού φορέα παρακολούθησης της εφαρμογής του, κατ' αντιστοιχία με το Εθνικό Παρατηρητήριο Χωροταξίας
Το έως σήμερα Ρυθμιστικό Σχέδιο Αττικής (επικαιροποιημένο ή μη) δεν αρκεί να προωθήσει την βιώσιμη ανάπτυξη της περιφέρειας, ούτε να προωθήσει την επιθυμητή παραγωγική και κοινωνική συνοχή και να διασφαλίσει την προστασία του περιβάλλοντος, αλλά ούτε και να εντάξει ισόρροπα την Αττική στο ευρωπαϊκό και το διεθνές περιβάλλον.
Παρ' όλα αυτά, εκτιμάται ότι ο ΟΡΣΑ διαθέτει αναλυτικό και συνθετικό υλικό από εξειδικευμένες Μελέτες, που έχουν εκπονηθεί για λογαριασμό του σχετικά πρόσφατα, στοιχεία των οποίων θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως πρωτογενές υλικό. Το εκτιμώμενο κόστος εκπόνησης του Περιφερειακού Πλαισίου υπολογίζεται με δεδομένη αυτήν την παραδοχή και κινείται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα.
Προτεραιότητα : Α - Κόστος εκπόνησης του πλαισίου: 700.000 ευρώ και απαιτούμενος χρόνος τουλάχιστον τρία έτη.
2. Έως τότε, οι κατευθύνσεις για την εκπόνηση των απολύτως απαραίτητων, υποκείμενων σε επίπεδα σχεδιασμού, Μελετών (ΓΠΣ, ΣΧΟΟΑΠ, ΖΟΕ, κλπ.) και λοιπών κανονιστικών ρυθμίσεων, οφείλουν να εναρμονίζονται προς το Εθνικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού (του οποίου ο δημόσιος διάλογος θα ολοκληρωθεί έως το τέλος Δεκεμβρίου 2002) και τα εγκεκριμένα Ειδικά Πλάισια, σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν.2742/99.
3. Δεν κρίνεται, επομένως σκόπιμη, η εκπόνηση Γενικών Πολεοδομικών Σχεδίων για τους Δήμους του Ηπειρωτικού Τμήματος της Αττικής και του Πόρου - Τροιζηνίας (ενότητα 4γ), πριν την έναρξη και την ολοκλήρωση της προηγούμενης διαδικασίας.

4. Αντιθέτως, πρέπει να προωθηθούν τα Σχέδια Χωρικής και Οικιστικής Οργάνωσης Ανοικτής Πόλης (ΣΧΟΟΑΠ) για τις ενότητες 4α (Αίγινα, Αγκίστρι), 4γ (Ύδρα – Σπέτσες) και 4δ (Κύθηρα – Αντικήθουρα).
Φορείς ανάθεσης: οι οικείοι Καποδιστριακοί Δήμοι / Φορέας έγκρισης: Γενική Γραμματεία Περιφέρειας ή ΥΠΕΧΩΔΕ (ανάλογα με την οριστική απόφαση της Ολομέλειας του Σ.τ.Ε.). Στις Επιτροπές Παρακολούθησης πρέπει να συμμετέχουν και οι ΕΟΤ/ΥΠΑΝ, για τις κατευθύνσεις και τον έλεγχο τουριστικής ανάπτυξης των περιοχών.
Προτεραιότητα : Α - Κόστος εκπόνησης μελετών: 700.000 ευρώ και απαιτούμενος χρόνος τουλάχιστον δύο έτη.
5. Επίσης, πρέπει να συνεχιστεί και να ολοκληρωθεί η προσπάθεια για τη θεσμοθέτηση των Ζωνών Οικιστικού Ελέγχου του Ηπειρωτικού Τμήματος της Αττικής και του Πόρου –Τροιζηνίας, η οποία προωθείται από τον ΟΡΣΑ.
Προτεραιότητα : Α
6. Εκκρεμεί η ολοκλήρωση, η θεσμοθέτηση των Πολεοδομικών Μελετών και η κατοχύρωση των Πράξεων Εφαρμογής τους, που έχουν ανατεθεί από το 1995 και που αφορούν κυρίως στις παραλιακές οικισμένες περιοχές των ενοτήτων 2α (Βάρκιζα – Λαυρεωτική), 2β (Κερατέα – Μαραθώνας) και 2δ (Γραμματικό – Ωρωπός).

Προτεραιότητα : Α

Μέτρο 1.2: Έλεγχος τουριστικής ανάπτυξης

1.2.1 Ανάθεση Ειδικών Μελετών Ελέγχου Τουριστικής Ανάπτυξης για τις ενότητες 1α (Κεντρική περιοχή Αθήνας – Πειραιά), 1γ (περιοχή Χαλανδρίου, Αμαρουσίου, Πεύκης και Κηφισιάς), 2α (Βάρκιζα – Λαυρεωτική), 4α (Αίγινα, Αγκίστρι), 4γ (Ύδρα – Σπέτσες) και από την 3γ, η νήσος Πόρος.

Ο χαρακτήρας τους και η στρατηγική αντιμετώπισής τους περιγράφεται στα οικεία κεφάλαια. Αναφέρεται ειδικά, η ανάγκη για ποιοτική αναβάθμιση του παραδοσιακού μικρής κλίμακας ξενοδοχειακού δυναμικού όλων των ενοτήτων και ειδικότερα αυτών της Κεντρικής Περιοχής της Αθήνας και του Πειραιά.

Φορέας ανάθεσης: ΕΟΤ/ΥΠΑΝ. Στις Επιτροπές Παρακολούθησης να μετέχει και το ξενοδοχειακό Επιμελητήριο.

Προφανώς για την εκπόνησή τους θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και να ενσωματωθούν στοιχεία από υπάρχουσες σχετικά πρόσφατες Μελέτες, που έχουν εκπονηθεί για λογαριασμό δημοσίων φορέων, ιδιαίτερα όσον αφορά στις ενότητες 2α, 4α, 4γ και 3γ.

Προτεραιότητα : Α

Κόστος εκπόνησης των μελετών: 450.000 ευρώ και απαιτούμενος χρόνος τουλάχιστον δύο έτη.

1.2.2 Θεσμικές Ρυθμίσεις: Αφορούν την θεσμοθέτηση των όρων και περιορισμών για τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης που θα προτείνουν οι αντίστοιχες ειδικές μελέτες. Προώθηση της θεσμοθέτησης από το Σ.τ.Ε. του Σχεδίου Π.Δ. «Προστασία και ανάπτυξη δραστηριοτήτων αναψυχής, τουρισμού και πολιτισμού, στην παραλιακή ζώνη από Φαληρικό Όρμο μέχρι Αγία Μαρίνα Κρωπίας».

Προβλέπεται ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών δραστηριοτήτων και δημιουργία υποστηρικτικών υποδομών ήπιου χαρακτήρα.

Φορέας: ΟΡΣΑ/ΥΠΕΧΩΔΕ

Προτεραιότητα : Α

1.2.3 Παρακολούθηση Ενέργειας: Η ενέργεια αφορά την παρακολούθηση της

εφαρμογής των όρων και περιορισμών ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης που θα θεσμοθετηθούν, καθώς και των αποτελεσμάτων από αυτές, προκειμένου να γίνονται οι αναγκαίες διορθώσεις και αναπροσαρμογές. Σημ.: Σε εθνικό επίπεδο θα ήταν δυνατή η δημιουργία ειδικού οργάνου που να λειτουργεί ως "παρατηρητήριο" της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας.

Άξονας Δράσης 2: Προστασία - Ανάδειξη Τουριστικών Πόρων

Μέτρο 2.1 Προστασία, Ποιοτικής Αναβάθμιση, Ανάδειξη Φυσικών Πόρων - Περιβάλλοντος

Η προστασία των φυσικών πόρων και του περιβάλλοντος γενικότερα, καθώς και η ποιοτική αναβάθμιση και ανάδειξη αυτών, διασφαλίζει αντίστοιχα την προστασία και αναβάθμιση μιας από τις σημαντικότερες συνιστώσες της πρωτογενούς τουριστικής προσφοράς. Ειδικές μελέτες και θεσμοθετήσεις προστασίας και διαχείρισης, έργα αναβάθμισης και ανάδειξης καθώς και σχήματα οργάνωσης και προβολής, αποτελούν μερικά από τα βασικά μέσα υλοποίησης του Μέτρου.

2.1.1 Ειδικές Μελέτες Οριοθέτησης, Προστασίας, Αναβάθμισης, Ανάδειξης: Αφορά την εκπόνηση ειδικών μελετών αξιολόγησης, επιλογής και οριοθέτησης των πόρων και των ευρύτερων περιοχών τους που λειτουργούν σαν πόλοι τουριστικής έλξης, καθώς και την διατύπωση προτάσεων αναβάθμισης και ανάδειξης αυτών.

Προκειμένου να γίνουν οποιεσδήποτε παρεμβάσεις για την προστασία, αναβάθμιση, ανάδειξη για τουριστικούς λόγους, σε φυσικούς-περιβαλλοντικούς πόρους που ήδη αποτελούν ή μελλοντικά σχεδιάζεται να αποτελέσουν πόλους τουριστικής έλξης, είναι σκόπιμο να προηγηθούν ορισμένες ειδικές μελέτες, όπως π.χ.: Μελέτες ευρύτερων περιοχών για την καταγραφή, αξιολόγηση, επιλογή, διασύνδεση των πόρων μεταξύ τους ή/και με δίκτυα προσπέλασης, τουριστικές ή άλλες δραστηριότητες κλπ. Ειδικές μελέτες των συγκεκριμένων πόρων που θα επιλεγούν, τόσο για την ακριβή οριοθέτηση αυτών και των άμεσων περιοχών επιρροής τους, όσο και για την προστασία και βιωσιμότητα αυτών. Μελέτες αναβάθμισης, αξιοποίησης και ανάδειξης των συγκεκριμένων πόρων και του περιβάλλοντος για τον τουρισμό (περιβαλλοντικές, διαχειριστικές, χωροταξικές, αρχιτεκτονικές, οικονομοτεχνικές, κλπ.)

2.1.2 Θεσμοθετήσεις: Αφορούν θεσμοθετήσεις της προστασίας κατά οριοθετημένες περιοχές και κατά βαθμό προστασίας των φυσικών πόρων.

Ορισμένα στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος, π.χ. σπάνια οικοσυστήματα, υδροβιότοποι, τμήματα ορεινών όγκων κ.α. χρήζουν ειδικής προστασίας. Στην Περιφέρεια Αττικής δεν έχουν όλα θεσμοθετημένη προστασία, δεν έχουν οριοθετηθεί όλες οι περιοχές και δεν υπάρχουν αντίστοιχοι όροι και περιορισμοί κατά βαθμό προστασίας. Είναι σκόπιμο επομένως να προωθηθούν οι απαιτούμενες μελέτες οριοθέτησης και οι θεσμοθετήσεις προστασίας.(βλ. σχετικά και κεφ. 1.4.2. της Α΄ Φάσης της παρούσας μελέτης).

2.1.3 Έργα Ποιοτικής Αναβάθμισης: Αφορούν έργα ποιοτικής αναβάθμισης των φυσικών πόρων και διαμορφώσεις των περιοχών τους για λόγους επισκεψιμότητας και εξυπηρέτησης τουριστών (π.χ. χώροι στάθμευσης τουριστικών λεωφορείων, πεζόδρομοι, καθιστικά, εγκαταστάσεις υγιεινής κλπ.)

Για την ποιοτική αναβάθμιση, ανάδειξη και αξιοποίηση των σημαντικών ως τουριστικών πόλων έλξης φυσικών πόρων, πέρα από την αναγκαία θεσμική προστασία τους διαπιστώνεται και η σκοπιμότητα δημιουργίας μιας σειράς έργων τόσο για την προστασία, συντήρηση και ανάδειξη

αυτών καθ' εαυτών των πόρων όσο και για την δυνατότητα προσπέλασης και εξυπηρέτησης των επισκεπτών - τουριστών. Πιο εξειδικευμένες σχετικές δράσεις αναφέρονται παρακάτω, στα μέτρα για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού και για την βελτίωση των τουριστικών υποδομών.

2.1.4 Οργάνωση, Προβολή: Αφορά την οργάνωση και προβολή των φυσικών πόρων κατά περιοχές, κατηγορίες, είδη, μορφές, δραστηριότητες κλπ.

Πέρα από τις μελέτες και τα έργα προστασίας και ανάδειξης των φυσικών πόρων που αναφέρθηκαν πιο πάνω, για την προσέλκυση επισκεπτών γενικών ενδιαφερόντων αλλά και εξειδικευμένων τμημάτων της τουριστικής ζήτησης είναι σκόπιμη η οργάνωση, η διαχείριση και η προβολή των πόρων σε διάφορα επίπεδα:

- Μεμονωμένα ή κατά κατηγορίες, ως σύνολα ειδών, μορφών και δραστηριοτήτων τουρισμού και περιβάλλοντος, επιστημονικών φυσιογνωστικών ή φυσιολατρικών ενδιαφερόντων.
- Ως κύρια ή συμπληρωματικά κατά περίπτωση συστατικά της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Αττικής και των χωρικών ενότητων της, αλλά και της χώρας μέσα από αντίστοιχα εθνικά ή/και διεθνή δίκτυα.

Μέτρο 2.2 Προστασία, Ποιοτική Αναβάθμιση, Ανάδειξη Πολιτιστικών Πόρων

Η προστασία των πολιτιστικών πόρων και της πολιτισμικής μας κληρονομιάς γενικότερα, καθώς και η ποιοτική αναβάθμιση και ανάδειξη αυτών, διασφαλίζει αντίστοιχα την προστασία και αναβάθμιση μιας από τις σημαντικότερες συνιστώσες της πρωτογενούς τουριστικής προσφοράς. Ειδικές μελέτες και θεσμοθετήσεις προστασίας και διαχείρισης, έργα αναβάθμισης και ανάδειξης καθώς και σχήματα οργάνωσης και προβολής, αποτελούν μερικά από τα βασικά μέσα υλοποίησης του Μέτρου.

2.2.1 Ειδικές Μελέτες Οριοθέτησης, Προστασίας Αναβάθμισης, Ανάδειξης: Αφορά την εκπόνηση ειδικών μελετών αξιολόγησης, επιλογής και οριοθέτησης των πόρων και των ευρύτερων περιοχών τους που λειτουργούν σαν πόλοι τουριστικής έλξης, καθώς και την διατύπωση προτάσεων αναβάθμισης και ανάδειξης αυτών.

Προκειμένου να γίνουν οποιεσδήποτε παρεμβάσεις για την προστασία, αναβάθμιση, ανάδειξη για τουριστικούς λόγους, σε πολιτιστικούς πόρους που ήδη αποτελούν ή μελλοντικά σχεδιάζεται να αποτελέσουν πόλους τουριστικής έλξης, είναι σκόπιμο να προηγηθούν ορισμένες ειδικές μελέτες, όπως π.χ.: Μελέτες ευρύτερων περιοχών για την καταγραφή, αξιολόγηση, επιλογή, διασύνδεση των πόρων μεταξύ τους ή/και με δίκτυα προσπέλασης, τουριστικές ή άλλες δραστηριότητες κλπ. Ειδικές μελέτες των συγκεκριμένων πόρων που θα επιλεγούν, τόσο για την ακριβή οριοθέτηση αυτών και των άμεσων περιοχών επιρροής τους, όσο και για την προστασία τους. Μελέτες αναβάθμισης, αξιοποίησης και ανάδειξης των συγκεκριμένων πόρων και της ευρύτερης περιοχής τους για τον τουρισμό (στερέωσης, συντήρησης, διαμόρφωσης, χωροταξικές, αρχιτεκτονικές, οικονομοτεχνικές, κλπ.).

2.2.2 Θεσμοθετήσεις: Αφορούν θεσμοθετήσεις της προστασίας κατά οριοθετημένες περιοχές και κατά βαθμό προστασίας των πολιτιστικών πόρων.

Ορισμένα στοιχεία ή περιοχές - πολιτιστικών πόρων είναι πιθανό να μην έχουν ακόμα, για διάφορους λόγους, θεσμοθετημένη προστασία. Στην περίπτωση αυτή είναι σκόπιμη η προώθηση των απαιτούμενων μελετών και διαδικασιών οριοθέτησης των περιοχών και θεσμοθέτησης της προστασίας τους.

2.2.3 Έργα Ποιοτικής Αναβάθμισης: Αφορούν έργα ποιοτικής αναβάθμισης των πολιτιστικών πόρων και διαμορφώσεις των περιοχών τους για λόγους επισκεψιμότητας και εξυπηρέτησης τουριστών (π.χ. χώροι στάθμευσης τουριστικών λεωφορείων, πεζόδρομοι, φωτισμοί, καθιστικά, εγκαταστάσεις υγιεινής κλπ.).

Για την ποιοτική αναβάθμιση, ανάδειξη και αξιοποίηση των σημαντικών - ως τουριστικών πόλων έλξης - πολιτιστικών πόρων, πέρα από την αναγκαία θεσμική προστασία τους διαπιστώνεται και η σκοπιμότητα μιας σειράς έργων, τόσο για την προστασία, συντήρηση και ανάδειξη αυτών καθ' εαυτών των πόρων όσο και για την δυνατότητα προσπέλασης και εξυπηρέτησης των επισκεπτών - τουριστών. Πιο εξειδικευμένες σχετικές δράσεις αναφέρονται παρακάτω, στα μέτρα για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού και για την βελτίωση των τουριστικών υποδομών.

2.2.4 Οργάνωση, Προβολή: Αφορά την οργάνωση και προβολή των πολιτιστικών πόρων κατά περιοχές, κατηγορίες, είδη, μορφές, δραστηριότητες κλπ.

Πέρα από τα έργα προστασίας και ανάδειξης των πολιτιστικών πόρων που αναφέρθηκαν πιο πάνω, για την προσέλκυση επισκεπτών γενικών ενδιαφερόντων αλλά και εξειδικευμένων τμημάτων της τουριστικής ζήτησης, είναι σκόπιμη η οργάνωση, η διαχείριση και η προβολή τους σε διάφορα επίπεδα. Μεμονωμένα ή κατά κατηγορίες, ως σύνολα μνημείων, χώρων, εποχών, μορφών και δραστηριοτήτων τουρισμού και πολιτισμού, επιστημονικών, εκπαιδευτικών ή περιηγητικών ενδιαφερόντων. Ως κύρια ή συμπληρωματικά κατά περίπτωση συστατικά της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Αττικής και των χωρικών ενοτήτων της, αλλά και της χώρας μέσα από αντίστοιχα εθνικά ή διεθνή δίκτυα.

Μέτρο 2.3 Τουριστικές Διαδρομές

Η διαμόρφωση ειδικών τουριστικών διαδρομών για την ανάδειξη των υφιστάμενων ή νέων φυσικών και τουριστικών πόρων ή άλλων πόλων έλξης, καθώς και η διασύνδεση και δικτύωσή τους με αντίστοιχα τουριστικά κυκλώματα, προσφέρει δυνατότητες ανάδειξης νέων τουριστικών προορισμών, νέων μορφών και δραστηριοτήτων τουρισμού, με τις αντίστοιχες θετικές επιπτώσεις στον τουρισμό (άμβλυνση εποχικότητας, εμπλουτισμός τουριστικού προϊόντος, προσέλκυση νέων τμημάτων ζήτησης κλπ.) και στην περιφερειακή ανάπτυξη. Ειδικές μελέτες και έργα, σχήματα οργάνωσης και προβολής, αποτελούν μερικά από τα βασικά μέσα υλοποίησης του Μέτρου.

2.3.1 Ειδικές Μελέτες Προσδιορισμού και Διαμόρφωσης Τουριστικών Διαδρομών: Αφορούν την αξιολόγηση και τον προσδιορισμό των φυσικών ή/και πολιτιστικών πόρων ή/και άλλων πόλων έλξης (π.χ. ολυμπιακές διαδρομές), κατά κατηγορίες, περιοχές, είδη, εποχές, ομάδες ειδικών

ενδιαφερόντων κλπ., με σκοπό την διαμόρφωση ειδικών τουριστικών διαδρομών.

Με την ανάδειξη νέων πόλων έλξης και την διασύνδεση αυτών μεταξύ τους καθώς και με γνωστές καθιερωμένες τουριστικές διαδρομές, δίνεται η δυνατότητα διεύρυνσης των τουριστικών κυκλωμάτων και διάχυσης των υφιστάμενων ή/και νέων τουριστικών ροών προς νέες περιοχές και πεδία ενδιαφερόντων. Για την επίτευξη των ανωτέρω είναι σκόπιμη η εκπόνηση ειδικών μελετών για τον προσδιορισμό και την αξιολόγηση των πόλων έλξης που θα αποτελέσουν τα κομβικά σημεία για την σύνθεση των νέων ειδικών τουριστικών διαδρομών καθώς και των αντίστοιχων μελετών για την διαμόρφωση των διαδρομών.

2.3.2 Έργα Διαμόρφωσης: Αφορούν την διαμόρφωση των ειδικών τουριστικών διαδρομών για λόγους επισκεψιμότητας και εξυπηρέτησης τουριστών (π.χ. πεζοδρομήσεις, χώροι στάθμευσης τουριστικών λεωφορείων, εγκαταστάσεις υγιεινής, υπηρεσίες στήριξης κλπ.)

Βάσει των μελετών που προαναφέρθηκαν στο 2.3.1., είναι δυνατή η υλοποίηση των νέων ειδικών τουριστικών διαδρομών με έργα προσπέλασης και στάθμευσης οχημάτων, πεζοδρομήσεις και στάσεις επισκεπτών, σημάνσεις των διαδρομών καθώς και έργα εξυπηρέτησης και υπηρεσίες στήριξης αυτών.

2.3.3 Οργάνωση, Προβολή: Η ενέργεια αφορά την οργάνωση και προβολή των διαφόρων τουριστικών διαδρομών, κατά κατηγορίες, περιοχές, είδη, εποχές, ομάδες ειδικών ενδιαφερόντων κλπ.

Πέρα από τις μελέτες και τα έργα που αναφέρονται στο Μέτρο αυτό, για την προσέλκυση επισκεπτών γενικών ενδιαφερόντων αλλά και εξειδικευμένων τμημάτων της τουριστικής ζήτησης είναι σκόπιμη η οργάνωση και προβολή των τουριστικών διαδρομών σε διάφορα επίπεδα. Μεμονωμένα ή κατά κατηγορίες, ως σύνολα εναλλακτικών μορφών και δραστηριοτήτων τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων. Ως κύρια ή συμπληρωματικά κατά περίπτωση συστατικά της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Αττικής, των χωρικών της ενοτήτων αλλά και της χώρας, μέσα από αντίστοιχα εθνικά ή διεθνή δίκτυα.

Άξονας Δράσης 3: Ποιοτική Αναβάθμιση, Εκσυγχρονισμός Τουριστικής Προσφοράς

Μέτρο 3.1 Αναβάθμιση Καταλυμάτων

Η ποιοτική αναβάθμιση της δευτερογενούς τουριστικής προσφοράς και ειδικότερα των τουριστικών καταλυμάτων θεωρείται απαραίτητη για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος της Αττικής, που όπως προέκυψε από την ανάλυση της παρούσας μελέτης είναι σχετικά χαμηλή. Έργα αναβάθμισης και συμπλήρωσης των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων, μετατροπή παραδοσιακών κτισμάτων σε τουριστικά καταλύματα στα νησιά της Περιφέρειας Αττικής αλλά και στο κέντρο της Αθήνας, με την θέσπιση κινήτρων για τον σκοπό αυτό, κυρίως όμως η οργάνωση της λειτουργίας των υφισταμένων καταλυμάτων, αποτελούν μερικά από τα βασικά μέσα για την υλοποίηση του Μέτρου.

3.1.1 Έργα Αναβάθμισης – Συμπλήρωσης Τουριστικών Καταλυμάτων: Αφορά διάφορα έργα αναβάθμισης ή/και συμπλήρωσης υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων

Στην Α΄ Φάση της παρούσας μελέτης περιγράφονται αναλυτικά τα προβλήματα και οι ελλείψεις της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Αττικής. Ειδικότερα, τα υφιστάμενα τουριστικά καταλύματα στην πλειοψηφία τους είναι παλαιά και δεν ανταποκρίνονται στις σύγχρονες προδιαγραφές, τόσο στις κτιριοδομικές όσο και στις τεχνολογικές και λειτουργικές. Είναι προφανής επομένως η αναγκαιότητα των έργων αναβάθμισης και συμπλήρωσης των υφισταμένων τουριστικών καταλυμάτων προκειμένου να ανταποκριθούν στις σύγχρονες απαιτήσεις της ζήτησης και να καταστούν ανταγωνιστικά, πολύ περισσότερο κατά την παρούσα συγκυρία της τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004, στα πλαίσια των ήδη προβλεπομένων χρηματοδοτικών προγραμμάτων αλλά και σε συνδυασμό με την κατάταξη των τουριστικών καταλυμάτων με το σύστημα των αστεριών.

3.1.2 Μετατροπή Παραδοσιακών Σπιτιών σε Τουριστικά καταλύματα: Αφορά έργα μετατροπής παραδοσιακών κτισμάτων σε τουριστικούς ξενώνες.

Στην ανάλυση της παρούσας μελέτης διαπιστώθηκε το πολύ μικρό ποσοστό τουριστικών καταλυμάτων που λειτουργούν σε μετατροπές παραδοσιακών κτισμάτων, τόσο στο κέντρο της Αθήνας όσο και κυρίως στα νησιά της Περιφέρειας Αττικής, με εξαίρεση την Υδρα. Η έλλειψη τουριστικών καταλυμάτων σε παραδοσιακά κτίσματα μέσα σε χαρακτηρισμένους παραδοσιακούς οικισμούς όπως οι Σπέτσες, και η Αίγινα αλλά και στον Πόρο και τα Κύθηρα είναι εμφανής, όπως εμφανής είναι και η ποιοτική και αισθητική αναβάθμιση που οι μετατροπές αυτές προσφέρουν στα παραδοσιακά νησιωτικά οικιστικά σύνολα που συνιστούν αυτά καθ' εαυτά πολιτιστικούς πόλους έλξης. Αλλά και στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, η αναβάθμιση και ο εκσυγχρονισμός παλαιών ξενοδοχείων σε παραδοσιακά κτίσματα και η δημιουργία νέων θα καλύψει ένα νέο τμήμα της ζήτησης, διατηρώντας παράλληλα και αναβαθμίζοντας πολύτιμους πολιτιστικούς πόρους.

3.1.3 Κίνητρα: Αφορά την θεσμοθέτηση κινήτρων για την αναβάθμιση και τον

εκσυγχρονισμό υφισταμένων τουριστικών καταλυμάτων καθώς και για την μετατροπή παραδοσιακών κτισμάτων σε ξενώνες.

Με δεδομένη την σκοπιμότητα της Δράσης 3.1.2. που περιγράφεται παραπάνω, τόσο για λόγους αναβάθμισης της τουριστικής προσφοράς σε ένα εξειδικευμένο τομέα όσο και για λόγους συμβολής στην διατήρηση και αναβίωση των παραδοσιακών κτισμάτων ως πολιτιστική κληρονομιά, προτείνεται η ενθάρρυνση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας προς την κατεύθυνση αυτή μέσω αναπτυξιακών κινήτρων.

3.1.4 Οργάνωση Καταλυμάτων: Αφορά την οργάνωση της λειτουργίας υφισταμένων καταλυμάτων.

Εξίσου σημαντική με την κτιριολογική και τεχνολογική συμπλήρωση και αναβάθμιση των τουριστικών καταλυμάτων είναι και η λειτουργική τους αναβάθμιση και οργάνωση τόσο για την βελτίωση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών όσο και για τον εκσυγχρονισμό της διαχείρισης αυτών. Η δικτύωση και οργανωμένη διαχείριση των μικρών μονάδων με τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας θα οφελήσει τον κλάδο και θα αυξήσει την ανταγωνιστικότητά του.

Μέτρο 3.2 Αναβάθμιση Υποδομής

Το Μέτρο αυτό συμπληρώνει το προηγούμενο, αφορά τις τουριστικές επιχειρήσεις γενικότερα και υλοποιείται με έργα αναβάθμισης και συμπλήρωσης υποδομών και εξοπλισμού και οργάνωση της λειτουργίας τους. Ως υποδομές θεωρούνται τόσο οι τεχνικές (π.χ. συστήματα ενέργειας, ύδρευσης, αποχέτευσης, προσπέλαση, χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων κλπ.), όσο και οι ειδικές τουριστικές (πχ. πισίνες, αίθουσες συνεδρίων, γήπεδα αθλοπαιδιών, λουτρικές εγκαταστάσεις κλπ).

3.2.1 Έργα Αναβάθμισης – Συμπλήρωσης Υποδομών – Εξοπλισμού: Αφορά διάφορα έργα αναβάθμισης-συμπλήρωσης υποδομής ή/και εξοπλισμού υφιστάμενων τουριστικών επιχειρήσεων.

Για την άμβλυνση των προβλημάτων και την κάλυψη των ελλείψεων της τουριστικής προσφοράς της Περιφέρειας Αττικής που επισημάνθηκαν στην ανάλυση της παρούσας μελέτης, και μάλιστα εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων 2004, θεωρείται σκόπιμη η συμπλήρωση και αναβάθμιση των υποδομών και του εξοπλισμού των υφισταμένων τουριστικών επιχειρήσεων με τα αντίστοιχα έργα.

3.2.2 Οργάνωση Υποδομής: Αφορά την οργάνωση της λειτουργίας των υποδομών υφιστάμενων τουριστικών επιχειρήσεων.

Για τους ίδιους λόγους που αναφέρονται στις παραπάνω Δράσεις, θεωρείται σκόπιμη και η οργάνωση της λειτουργίας των υποδομών των υφισταμένων τουριστικών επιχειρήσεων, πράγμα που θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα του κλάδου γενικότερα.

Μέτρο 3.3 Αναβάθμιση Υπηρεσιών Τουρισμού

Για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και την ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Αττικής θεωρείται αναγκαία η αναβάθμιση των υπηρεσιών τουρισμού γενικά, με τη βοήθεια ειδικών

μελετών, ερευνών και των αντίστοιχων έργων, κυρίως δε με την οργάνωση και βελτίωση της λειτουργίας των υπηρεσιών.

3.3.1 Ειδικές Μελέτες-Έρευνες για την Αναβάθμιση, Συμπλήρωση, Οργάνωση Τουριστικών Υπηρεσιών: Αφορά την εκπόνηση ειδικών μελετών-ερευνών, σε επίπεδο Περιφέρειας/ Νομού / Δήμου, τομεακών ή κλαδικών, σχετικά με την αναβάθμιση – συμπλήρωση - οργάνωση των υπηρεσιών τουρισμού.

Ως υπηρεσίες τουρισμού νοούνται τόσο οι παρεχόμενες άμεσα ή έμμεσα από τον ιδιωτικό τομέα (π.χ. τουριστικά πρακτορεία, ανταλλακτήρια συναλλάγματος, γραφεία πληροφοριών, καταστήματα τουριστικών ειδών, τουριστικά λεωφορεία, σκάφη, ταξί, κλπ), όσο και εκείνες του ευρύτερου δημόσιου τομέα (π.χ. αδειοδοτήσεις τουριστικών επιχειρήσεων, έλεγχοι υγιεινής, τιμών, δρομολόγια συγκοινωνιών τουριστικών περιοχών, αστυνόμευση, καθαριότητα, ορθολογική διαχείριση επισκεπτών σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία κλπ. αξιοθέατα).

3.3.2 Έργα Αναβάθμισης – Συμπλήρωσης Υπηρεσιών: Αφορά έργα αναβάθμισης, εκσυγχρονισμού και συμπλήρωσης υπηρεσιών τουρισμού σε χωρικό ή τομεακό επίπεδο.

Σε χωρικό επίπεδο τα έργα αφορούν πχ. διαμορφώσεις χώρων, φωτισμό, βελτίωση προσπελάσεων, χώρους στάθμευσης τουριστικών λεωφορείων κοντά σε αρχαιολογικούς χώρους, σημάνσεις, δημιουργία περιπτέρων πληροφοριών, στεγάστρων κλπ. σε τόπους συγκέντρωσης επισκεπτών - τουριστών, για την βελτίωση των συνθηκών εξυπηρέτησης και ομαλής διακίνησης αυτών κυρίως σε περιόδους αιχμής. Σε τομεακό επίπεδο τα έργα αφορούν την δημιουργία νέων χώρων ή νέων υπηρεσιών υποκλάδων ή συμπλήρωση αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό των υφισταμένων (πχ. μεταφορών, επικοινωνιών, ειδικής τουριστικής υποδομής, κλπ.).

3.3.3 Οργάνωση Υπηρεσιών: Αφορά την οργάνωση και βελτίωση της λειτουργίας των υπηρεσιών τουρισμού.

Γενικά η οργάνωση και βελτίωση της λειτουργίας των υπηρεσιών τουρισμού σε όλο τους το φάσμα συνδέεται και με τα Μέτρα για την επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση των απασχολούμενων στον τουριστικό τομέα (και όχι μόνο) αλλά και στην απόκτηση τουριστικής συνείδησης από τον πληθυσμό των τουριστικών περιοχών της Περιφέρειας Αττικής και κυρίως της Αθήνας.

Άξονας Δράσης 4: Ανάπτυξη Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Μέτρο 4.1 Ανάπτυξη Συνεδριακού Τουρισμού

Ως τουριστική κατηγορία, ο συνεδριακός τουρισμός κατατάσσεται περισσότερο στις επαγγελματικές, παρά στις ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Παρά ταύτα, η τουριστική δαπάνη ενός συνεδρίου είναι τετραπλάσια εκείνης του απλού τουρίστα, γεγονός που επιβεβαιώνει την ιδιαίτερη οικονομική σημασία του συνεδριακού τουρισμού για χώρες δέκτριες, με άρτιες τουριστικές εξυπηρετήσεις.

4.1.1 Συνέχιση Κινήτρων Νόμου για όλες τις Ειδικές Μορφές: Αφορά την συνέχιση εφαρμογής των κινήτρων των αναπτυξιακών Νόμων για την ανάπτυξη όλων των ειδικών μορφών τουρισμού, μεταξύ των οποίων και ο συνεδριακός, καθώς η Ελλάδα περιορίζεται στο 1 - 2 % των συνεδριακών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται διεθνώς. Πάντως τα τελευταία χρόνια η Αθήνα συγκεντρώνει το 40 % της συνολικής κίνησης και μάλιστα με προοπτικές αύξησης.

4.1.2 Ολοκλήρωση Νέων Εγκαταστάσεων Μεγάλων Συνεδριακών Κέντρων: Αφορά την ολοκλήρωση των προγραμματισμένων έργων νέων εγκαταστάσεων μεγάλων συνεδριακών κέντρων:

A. Ολοκλήρωση νέων εγκαταστάσεων Συνεδριακού Κέντρου I.B.C.

B. Ολοκλήρωση νέων εγκαταστάσεων Συνεδριακού Κέντρου Ελληνικού.

Γ. Δημιουργία μητροπολιτικού πάρκου, σε συνδυασμό με το Συνεδριακό Κέντρο Ελληνικού.

4.1.3 Εκσυγχρονισμός-Συμπλήρωση Υφιστάμενων Συνεδριακών Κέντρων, Φορέων και Ξενοδοχείων: Αφορά έργα εκσυγχρονισμού και συμπλήρωσης υφιστάμενων συνεδριακών κέντρων ξενοδοχειακών και άλλων ιδιωτικών επιχειρήσεων ή νομικών προσώπων. Επισημαίνεται ότι στην Αθήνα, οι εγκαταστάσεις συνεδριακών κέντρων εκτός ξενοδοχείων, με χωρητικότητα άνω των 1000 θέσεων ανά κέντρο, είναι μόνο δύο.

4.1.4 Νέες Συνεδριακές Εγκαταστάσεις Ιδιωτικών Φορέων: Αφορά την δημιουργία νέων συνεδριακών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα που ανήκουν στην κυριότητα Ιδιωτικών Φορέων και Ξενοδοχείων.

Σήμερα, οι συνεδριακές εγκαταστάσεις εντός ξενοδοχείων στην Αθήνα, με χωρητικότητα άνω των 1000 θέσεων, είναι τρεις.

4.1.5 Νέες Συνεδριακές Εγκαταστάσεις Νησιών: Αφορά την δημιουργία μικρής κλίμακας συνεδριακών εγκαταστάσεων σε νησιωτικούς Ο.Τ.Α.), όπως της Αίγινας, της Υδρας και των Σπετσών.

4.1.6 Σύσταση Εταιρείας Διοργάνωσης Συνεδρίων Convention Bureau: Αφορά την ίδρυση και λειτουργία ειδικού φορέα -Convention Bureau- για την προώθηση του διεθνούς συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας-Αττικής με

δικτύωση σε εθνικό επίπεδο (Θεσσαλονίκη- Ρόδος- Ηράκλειο- Κως- Κέρκυρα).

Στις πόλεις αυτές, οι συνεδριακές εγκαταστάσεις εκτός και εντός ξενοδοχείων χαρακτηρίζονται από μικρή χωρητικότητα, γεγονός που περιορίζει τις δυνατότητες διοργάνωσης μεγάλων και επομένως κερδοφόρων, εκδηλώσεων.

4.1.7 Συνεργασία Φορέων για Οργάνωση Συνεδρίων: Αφορά την συνεργασία των επαγγελματικών φορέων τουρισμού όλων των κλάδων καθώς και των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Περιφέρειας, για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Η διαδημοτική συνεργασία στην περίπτωση μικρών δήμων μπορεί να είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική.

Μέτρο 4.2 Ανάπτυξη Τουρισμού Κινήτρων

Είναι παράλληλο και συμπληρωματικό του Μέτρου 4.1. για τον Συνεδριακό Τουρισμό. Αφορά την οργανωμένη διακίνηση ομάδων προσωπικού εταιρειών για λόγους επαγγελματικούς ή/και τουρισμού. Έχει τα πλεονεκτήματα του (μαζικού) τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων, κατευθυνόμενου εκτός περιόδου αιχμής (και εκτός περιοχών τουριστικής υπερσυγκέντρωσης). Λειτουργεί με την ίδια δομή μέσω ειδικής εταιρείας διοργάνωσης ή/και μεμονωμένα μέσω των αλυσίδων τουριστικών επιχειρήσεων και η ανάπτυξή του έχει ανάγκη από την συνεργασία όλων των κλάδων του τουρισμού. Χρησιμοποιεί την ίδια υποδομή με τον συνεδριακό τουρισμό, σε μικρότερη όμως κλίμακα, ή/και την υποδομή του μαζικού τουρισμού.

4.2.1 Συνεργασία Φορέων για την Διοργάνωση Τουρισμού Κινήτρων: Αφορά την ίδρυση και λειτουργία ειδικού φορέα για την προσέλκυση οργανωμένων ομάδων διεθνούς τουρισμού κινήτρων (Incentive Tourism). Η δράση αυτή είναι δυνατόν να αναληφθεί από το Convention Bureau.

4.2.2 Σύσταση Εταιρείας Διοργάνωσης Συνεδρίων: Αφορά την συνεργασία των επαγγελματικών φορέων τουρισμού όλων των κλάδων καθώς και των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Περιφέρειας, για την ανάπτυξη του τουρισμού κινήτρων.

Μέτρο 4.3 Ανάπτυξη Εκθεσιακού Τουρισμού

Και το Μέτρο αυτό σχετίζεται με τα προηγούμενα (οργανωμένη διακίνηση επαγγελματιών και επισκεπτών, εκτός περιόδου αιχμής) έχει όμως απαιτήσεις ειδικής υποδομής. Η έλλειψη μεγάλης κλίμακας εκθεσιακής υποδομής στην Περιφέρεια Αττικής ελπίζεται ότι θα καλυφθεί με τους νέους χώρους των Εγκαταστάσεων του Εκθεσιακού Κέντρου Helexpro στο Μαρούσι. Με δεδομένη την διαχειριστική πείρα της Helexpro ως εξειδικευμένου εκθεσιακού φορέα, πέρα από την ολοκλήρωσή των εγκαταστάσεων είναι σκόπιμη η συνεργασία της με τους επαγγελματικούς φορείς τουρισμού όλων των κλάδων για την ανάπτυξη και οργάνωση του Εκθεσιακού Τουρισμού στην Περιφέρεια Αττικής σε διεθνώς ανταγωνιστικά και υψηλής ποιότητας πλαίσια.

4.3.1 Ολοκλήρωση Νέων Εγκαταστάσεων Εκθεσιακού Κέντρου Helexpro: Αφορά την ολοκλήρωση των νέων εγκαταστάσεων του Εκθεσιακού Κέντρου

Helexpro στο Μαρούσι.

4.3.2 Συνεργασία Helexpro – Φορέων για Οργάνωση Εκθέσεων: Αφορά την συνεργασία Helexpro και επαγγελματικών φορέων τουρισμού όλων των κλάδων για την ανάπτυξη του εκθεσιακού τουρισμού.

Μέτρο 4.4. Ανάπτυξη Θαλάσσιου Τουρισμού

Ο θαλάσσιος τουρισμός - κρουαζιέρες και ιστιοπλοΐα - από τις πρώτες ειδικές μορφές τουρισμού που αναπτύχθηκαν στην Ελλάδα, θα μπορούσε να λεχθεί ότι έχει ως ορμητήριο την Περιφέρεια Αττικής, με 7 μεγάλες μαρίνες στο χερσαίο και 2 στο νησιωτικό τμήμα της καθώς και πλήθος δυνατοτήτων ελλιμενισμού τουριστικών σκαφών σε λιμένες και καταφύγια. Παρόλα αυτά υπάρχει ανάγκη ολοκλήρωσης των προγραμματισμένων έργων - λιμενικών και χερσαίων εγκαταστάσεων - στις μαρίνες του Φαληρικού Ορμου που προωθούνται άμεσα για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων, η συμπλήρωση, η αναβάθμιση και ο εκσυγχρονισμός των υπολοίπων λιμένων σκαφών αναψυχής της Αττικής αλλά και η δημιουργία νέων, σε προτεινόμενες από ειδικές μελέτες και προγράμματα θέσεις.

4.4.1 Ολοκλήρωση Προγράμματος Έργων Λιμένων Σκαφών Αναψυχής: Αφορά την ολοκλήρωση του προγράμματος έργων λιμένων σκαφών αναψυχής της παραλιακής ζώνης Φαληρικού Όρμου -Βουλιαγμένης από "Αθήνα 2004 " και Ε.Τ.Α. Α.Ε.:

- Α. Μαρίνα Φαληρικού Δέλτα, προγράμματος "Αθήνα 2004"
- Β. Μαρίνα στο Ολυμπιακό Κέντρο Ιστιοπλοΐας Αγίου Κοσμά, προγράμματος "Αθήνα 2004"
- Γ. Μαρίνα Ζέας, προγράμματος Ε.Τ.Α. Α.Ε.
- Δ. Μαρίνα Φλοίσβου, προγράμματος Ε.Τ.Α. Α.Ε.
- Ε. Μαρίνα Αλίμου, προγράμματος Ε.Τ.Α. Α.Ε.
- ΣΤ. Μαρίνα Βουλιαγμένης, προγράμματος Ε.Τ.Α. Α.Ε. που υλοποιείται από "Αστέρα Βουλιαγμένης".

4.4.2 Συμπλήρωση, Αναβάθμιση Και Εκσυγχρονισμό Των Υπόλοιπων Λιμένων Σκαφών Αναψυχής: Αφορά την συμπλήρωση, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό των υπόλοιπων λιμένων σκαφών αναψυχής της Αττικής :

- Α. Μαρίνα Λαυρίου
- Β. Μαρίνα Μεθάνων
- Γ. Μαρίνα Αίγινας
- Δ. Καταφύγιο τουριστικών σκαφών Κυθήρων

4.4.3 Δημιουργία Νέων Λιμένων Σκαφών Αναψυχής: Αφορά την δημιουργία νέων λιμένων σκαφών αναψυχής, προγραμματισμένων ή προτεινόμενων :

- Α. Μαρίνα Σαλαμίνας, προτεινόμενη από Ε.ΣΥ.Λ.Α.
- Β. Καταφύγιο τουριστικών σκαφών Ραφήνας, προγραμματισμένη από Οργανισμό Λιμένος Ραφήνας.
- Γ. Καταφύγιο τουριστικών σκαφών στον Ολυμπιακό πόλο Σχοινιά Μαραθώνα, προτεινόμενο.
- Δ. Καταφύγιο τουριστικών σκαφών στον Ολυμπιακό πόλο Μαρκοπούλου Μεσογαίας, προτεινόμενο.
- Ε. Καταφύγιο τουριστικών σκαφών στον τουριστικό πόλο της Αναβύσσου, πρόγραμμα ΕΤΑ Α.Ε.

Παράλληλα προς την ανάπτυξη των λιμένων και την πραγματοποίηση των σχετικών έργων, κρίσιμο στοιχείο αποτελεί η κατασκευή των χερσαίων εγκαταστάσεων για την εξυπηρέτηση των χρηστών των λιμένων καθώς και η εγκατάσταση δομών διοίκησης και διαχείρισης των λιμένων που θα εξασφαλίζουν όχι μόνο ομαλή λειτουργία όλων των εγκαταστάσεων, αλλά και συνεχή προσαρμογή υλικών και άυλων στοιχείων των λιμένων τόσο στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες του κοινού των χρηστών (αλλαγές προτιμήσεων και συνηθειών), όσο και στις αλλαγές της τεχνολογίας.

Μέτρο 4.5 Ανάπτυξη Υποδομής Golf

Οι τουρίστες - παίκτες του golf, είναι άτομα υψηλού εισοδήματος και κατά κανόνα γ' ηλικίας, που σύμφωνα με τις υπάρχουσες στατιστικές μετρήσεις αποτελούν σήμερα μια συνεχώς μειούμενη "τουριστική ελίτ". Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την συνεχιζόμενη αρνητική κοινωνικοοικονομική συγκυρία κυρίως σε ευρωπαϊκό επίπεδο, επηρεάζει αρνητικά την προοπτική ανάπτυξης μιας περιοχής ως αποκλειστικού τουριστικού προορισμού για golf. Αντίθετα, η δημιουργία υποδομής golf μπορεί να αποτελέσει μέρος της συνολικής τουριστικής προσφοράς για τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων (special interest groups), όχι όμως έναν αυτόνομο πόλο έλξης εισερχόμενου τουρισμού. Σημειώνεται επίσης ότι η κατασκευή γηπέδων golf, είτε πρόκειται για μητροπολιτικά γήπεδα, είτε για τουριστικά, συνοδεύεται από σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις, κυρίως από πλευράς υδάτινων πόρων, οικοσυστημάτων και βιοποικιλότητας.

4.5.1 Ολοκλήρωση Αρχικού Προγράμματος E.T.A. A.E. για την Δημιουργία Γηπέδου Golf 18 Οπών στην Ανάβυσσο: Το έργο θεωρείται αναγκαίο και η υποδομή Golf της Αττικής ανεπαρκής με ένα μόνο γήπεδο στη Γλυφάδα.

4.5.2. Δημιουργία Συντονιστικού Οργάνου Golf : Στόχος του Οργάνου θα είναι ο χειρισμός των σχετικών θεμάτων σε επίπεδο εμπειρογνομόνων με ειδικότητες στην χωροθέτηση, στο υπέδαφος, στην κηποτεχνία κτλ.

Μέτρο 4.6 Ανάπτυξη Υποδομής Θεματικού Παρκου

Στην Α' Φάση της παρούσας μελέτης διαπιστώθηκε η ανάγκη δημιουργίας θεματικού πάρκου για τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος της Αθήνας- Αττικής. Αναφέρθηκε επίσης η πρόταση-επιθυμία της ETA AE για την δημιουργία θεματικού πάρκου μεταξύ άλλων εγκαταστάσεων στην έκταση Αλυκών Αναβύσσου, στα πλαίσια αξιοποίησης της ακίνητης περιουσίας του ΕΟΤ. Το Μέτρο 4.6. υποστηρίζει την σκοπιμότητα υλοποίησης της πρότασης αυτής.

4.6.1 Ολοκλήρωση Προγράμματος E.T.A. A.E. για Δημιουργία Θεματικού Πάρκου στην Ανάβυσσο: Ολοκλήρωση του προγράμματος της E.T.A. A.E. για την δημιουργία θεματικού πάρκου στην έκταση της Αναβύσσου, με θέμα την ελληνική μυθολογία.

Μέτρο 4.7 Ανάπτυξη Ήπιων Εναλλακτικών Μορφών

Ηπιες εναλλακτικές μορφές και δραστηριότητες όπως η πεζοπορία, η ορειβασία, η αναρρίχηση, οικολογικές παρατηρήσεις, ποδήλατο βουνού, ιππασία, τοξοβολία, αιωροπτερισμός κ.α. γίνονται ολοένα και

περισσότερο δημοφιλείς σε μεγάλα τμήματα πληθυσμού και τουριστών, σαν δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου, αναψυχής, άσκησης, επιστροφής στη φύση. Επιπλέον συνυπάρχουν αρμονικά με το περιβάλλον και συμβάλλουν στην βιωσιμότητα των πόρων. Το Μέτρο αυτό αναφέρεται στην διερεύνηση της σκοπιμότητας και των δυνατοτήτων ανάπτυξης Ήπιων Εναλλακτικών Μορφών και Δραστηριοτήτων Τουρισμού στους Ορεινούς Όγκους της Περιφέρειας Αττικής, οι οποίες θα απευθύνονται τόσο στον βεβαρυμένο πληθυσμό του πολεοδομικού συγκροτήματος της Αθήνας όσο και στους τουρίστες και επισκέπτες ειδικών ενδιαφερόντων της Περιφέρειας. Αναφέρεται επίσης στην απαιτούμενη υποδομή υποστήριξης των δραστηριοτήτων αυτών καθώς και στη σύσταση των αναγκαίων φορέων διαχείρισης, συντονισμού και οργάνωσης.

4.7.1 Διερεύνηση των Δυνατοτήτων Ανάπτυξης Ήπιων Εναλλακτικών Μορφών και Δραστηριοτήτων Τουρισμού στους Ορεινούς Όγκους της Αττικής: Αφορά την διερεύνηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης ήπιων εναλλακτικών μορφών και δραστηριοτήτων τουρισμού στους ορεινούς όγκους της Αττικής και την ενδοχώρα της Μεγαρίδος, και την χωροθέτηση αυτών, σε σχέση με τους υφιστάμενους περιβαλλοντικούς περιορισμούς και ζώνες προστασίας.

4.7.2 Έργα Διαμόρφωσης και Σήμανσης Διαδρομών, Πίστες Δραστηριοτήτων και Συμπληρωματικές Εγκαταστάσεις: Αφορά έργα ειδικής υποδομής υποστήριξης των εναλλακτικών μορφών και δραστηριοτήτων, όπως π.χ. διαμόρφωση και σήμανση διαδρομών, πίστες δραστηριοτήτων και συμπληρωματικές εγκαταστάσεις.

4.7.3 Σύσταση Συντονιστικού Οργάνου για την Οργάνωση των Δραστηριοτήτων: Η ενέργεια αφορά την σύσταση συντονιστικού οργάνου για τον συντονισμό των διαφόρων σωματείων και ερασιτεχνικών συλλόγων ως προς την συντήρηση και διαχείριση των εγκαταστάσεων και την οργάνωση και προβολή των εναλλακτικών δραστηριοτήτων τουρισμού.

Μέτρο 4.8 Ανάπτυξη Αθλητικού-Προπονητικού Τουρισμού

Η τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στην Αθήνα θα προικοδοτήσει την Περιφέρεια Αττικής με ένα ευρύτατο φάσμα αθλητικής υποδομής. Η μεταολυμπιακή της χρήση για την ανάπτυξη αθλητικού και προπονητικού τουρισμού σε μόνιμη βάση, σε όλη τη διάρκεια του χρόνου με την προσέλκυση αντίστοιχων τμημάτων της διεθνούς ζήτησης, αποτελεί το αντικείμενο του Μέρους αυτού, που υλοποιείται με την εκπόνηση σχετικών μελετών και την δημιουργία ειδικού φορέα διαχείρισης της αθλητικής υποδομής.

4.8.1 Αξιοποίηση Ολυμπιακής Αθλητικής Υποδομής για Μεταολυμπιακή Χρήση Αθλητικού-Προπονητικού Τουρισμού: Αφορά την εκπόνηση σχετικής μελέτης και τις απαιτούμενες ενέργειες για την αξιοποίηση της υφιστάμενης αθλητικής υποδομής και της νέας που θα δημιουργηθεί για τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004 για μεταολυμπιακή χρήση αθλητικού και προπονητικού τουρισμού.

4.8.2 Σύσταση Διαχειριστικού-Συντονιστικού Οργάνου: Αφορά την σύσταση οργάνου για την διαχείριση της αθλητικής υποδομής και τον συντονισμό της ορθολογικής διάθεσης και της χρήσης των χώρων σε σχέση με την κάλυψη των αναγκών του αθλητικού και προπονητικού τουρισμού.

Μέτρο 4.9 "Το Ολυμπιακό Πάρκο ως Αξιοθέατο"

Το Μέτρο αυτό λειτουργεί συμπληρωματικά με το προηγούμενο και αναφέρεται στην αξιοποίηση της Ολυμπιακής υποδομής και των Ολυμπιακών διαδρομών ως τουριστικό, εκπαιδευτικό, αθλητικό αξιοθέατο. Αποσκοπεί στην προσέλκυση ομάδων τουριστών ειδικών ή και γενικών ενδιαφερόντων για προγραμματισμένες κατά περίπτωση περιηγήσεις σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Υλοποιείται με την εκπόνηση σχετικών μελετών και την σύσταση ειδικού φορέα διαχείρισης και προβολής.

4.9.1 Αξιοποίηση Ολυμπιακής Υποδομής-Διαδρομών για Μεταολυμπιακή Χρήση Τουριστικής Περιήγησης, Εκπαιδευτικό Τουρισμό: Αφορά την εκπόνηση ειδικής μελέτης και τα αντίστοιχα έργα για την αξιοποίηση της Ολυμπιακής Υποδομής και των Ολυμπιακών Διαδρομών για μεταολυμπιακή χρήση τουριστικής περιήγησης, εκπαιδευτικό τουρισμό, επίσκεψη ξένων εμπειρογνομόνων κλπ.

4.9.2 Φορέας Υλοποίησης – Προβολής: Αφορά την σύσταση φορέα για την υλοποίηση του προγράμματος τουριστικής αξιοποίησης, την διαχείριση και την προβολή του Ολυμπιακού Πάρκου ως Αξιοθέατου. Δυνατότητα διαχείρισης από το συντονιστικό όργανο της δράσης 4.8.2 που αναφέρεται στον αθλητικό – προπονητικό τουρισμό

Μέτρο 4.10 Οργάνωση Μεγάλων Γεγονότων (Mega Events)

Η εκτίμηση των επιπτώσεων από τις μεγάλες διοργανώσεις, δηλαδή από Ολυμπιακούς Αγώνες, Παγκόσμιες Εκθέσεις και Διεθνή Συνέδρια, γίνεται κυρίως βάσει του οικονομικού και πολιτικού αποτελέσματος, σε διεθνές, εθνικό και τοπικό επίπεδο. Ειδικότερα από τουριστική άποψη πρέπει να επισημανθεί ότι ενώ ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από εποχικότητα και γεωγραφική συγκέντρωση, ο τουρισμός των μεγάλων διοργανώσεων χαρακτηρίζεται από περιοδικότητα και διασπορά. Το γεγονός αυτό μπορεί να συμβάλλει θετικά στην άμβλυνση της εποχικότητας και στην οργανωμένη προσέλκυση μιας ειδικής πελατείας.

4.10.1 Μελέτη Δημιουργίας Φορέα: Διερευνητική μελέτη για φορέα με αντικείμενο την οργάνωση μεγάλων γεγονότων με διεθνή απήχηση σε συνεχή βάση.

4.10.2 Δημιουργία Ειδικού Φορέα ή την Διεύρυνση του Πεδίου Δραστηριοτήτων Υπάρχοντος Φορέα με Σχετικό Αντικείμενο: για την οργάνωση σε συνεχή βάση, σε ετήσιο πρόγραμμα, γεγονότων με διεθνή απήχηση (αθλητικά, πολιτιστικά, καλλιτεχνικά, επιστημονικά, μόδας, επώνυμων προϊόντων ονομασίας προέλευσης, γαστρονομίας κλπ.) με σκοπό την προσέλκυση τουριστών-επισκεπτών ειδικών ενδιαφερόντων, κατά προτίμηση σε περιόδους εκτός αιχμής τουρισμού.

Μέτρο 4.11 Ανάπτυξη Σπορ Αέρος

Τα σπορ αέρος αποτελούν μια αρκετά διαδεδομένη και δημοφιλή δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου ορισμένων ομάδων τουριστών και κατοίκων, ήδη σε λειτουργία στην Αττική. Για την ανάπτυξη και προβολή τους στα πλαίσια του εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος, εκτός από την εκπόνηση ειδικών μελετών, απαιτούνται οργανωτικές και συντονιστικές ενέργειες ως προς τις αερολέσχες - της Αττικής, άλλων Περιφερειών και χωρών -, τα διαθέσιμα αεροδρόμια καθώς και

υποστηρικτικές υποδομές, στις οποίες αναφέρεται το Μέτρο αυτό.

4.11.1 Ανάπτυξη και Οργάνωση Σπορ Αέρος: Αφορά στην ανάπτυξη και οργάνωση σπορ αέρος, όπως :

- A. Αεροπλοΐα
- B. Αιωροπτερισμός
- Γ. Ανεμοπτερισμός
- Δ. Αλεξίπτωτο πλαγιάς (parapent)

4.11.2 Αερολέσχες: Αφορά την οργάνωση και δικτύωση αερολεσχών της Αττικής, με αερολέσχες άλλων Περιφερειών (πχ. Έδεσσας), και άλλων χωρών για την ανταλλαγή εμπειριών, συνεργασία στην διοργάνωση φιλικών αγώνων και εκδηλώσεων, εκπαίδευση μελών κλπ.

4.11.3 Χρήση Αεροδρομίων Τατοΐου-Τανάγρας: Αφορά την οριοθέτηση των δυνατοτήτων και περιορισμών για την χρήση των αεροδρομίων Τατοΐου και Τανάγρας.

4.11.4 Ειδικές Μελέτες: Εκπόνηση ειδικών μελετών για την ανάπτυξη και υποστηρικτική υποδομή των σπορ αέρος

4.11.5 Έργα Υποδομής, πίστες κλπ.: Έργα υποδομής στήριξης, π.χ. πίστες, εγκαταστάσεις εξυπηρέτησης κλπ.

Μέτρο 4.12 Ανάπτυξη Πολιτιστικού, Θρησκευτικού και Προσκυνηματικού Τουρισμού

Η ανάπτυξη πολιτιστικού τουρισμού στην Περιφέρεια Αττικής θεωρείται δεδομένη, άλλωστε ο πολιτιστικός τουρισμός δεν αποτελεί ειδική - ούτε εναλλακτική ή θεματική - μορφή τουρισμού για την Ελλάδα αλλά ενυπάρχει ως θεμελιώδης συνιστώσα σε όλο το φάσμα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Οι παρεμβάσεις που είναι σκόπιμο να γίνουν στο πεδίο αυτό αφορούν κυρίως την ποιοτική διάσταση και τον τρόπο οργάνωσης, παρουσίασης και προβολής του σημαντικότερου αυτού τμήματος του τουριστικού προϊόντος. Στα Μέτρα 2.1., 2.2., 2.3., 4.15., 4.18., 5.3. αλλά και στο Κεφάλαιο 4.3. του παρόντος περιγράφονται ειδικότερες προτάσεις για τα θέματα αυτά, από διάφορες οπτικές γωνίες.

Η εξειδίκευση της τουριστικής προσφοράς για την προσέλκυση ειδικών τμημάτων της ζήτησης είναι δυνατή με την ανάπτυξη του Θρησκευτικού και Προσκυνηματικού Τουρισμού, στηριζόμενη στον μεγάλο πλούτο, την ποικιλία και την διασπορά των βυζαντινών μνημείων και των μονών στην Αθήνα και την ευρύτερη περιοχή (Δαφνί, Καισαριανή, μονές στην Αίγινα, την Υδρα, εκδηλώσεις Πάσχα, Δεκαπενταύγουστου κλπ.).

Η υπάρχουσα μορφή με την οποία ήδη πραγματοποιείται το είδος αυτό του τουρισμού σήμερα είναι ερασιτεχνική και αποσπασματική, απευθυνόμενη κυρίως σε ημεδαπούς και για την ανάπτυξή της έχει ανάγκη από επαγγελματική οργάνωση και προβολή.

4.12.1 Οργάνωση και Προβολή Διαδρομών και Πόλων Στήριξης του Θρησκευτικού τουρισμού της Περιφέρειας, όπως:

- A. Βυζαντινά μνημεία (Δαφνί, Καισαριανή, μνημεία Αθήνας κλπ), και σε συνδυασμό και με βυζαντινά μνημεία άλλων περιοχών της

χώρας

(π.χ. Νέα Μονή Χίου)

Β. Διαδρομή Αποστόλου Παύλου

Γ. Μονές στην χερσαία (Κιθαιρώνας, Πάρνηθα, κλπ) και στην νησιωτική Αττική (Αίγινα, Υδρα, κλπ)

Δ. Συμμετοχή σε εορταστικές εκδηλώσεις

Μέτρο 4.13 Ανάπτυξη Τουρισμού Γ΄ Ηλικίας Και Τουρισμού Παραχείμασης

Το δημογραφικό πρόβλημα της γήρανσης του πληθυσμού που παρατηρείται σε ολόκληρο τον δυτικό κόσμο και κυρίως στην Ευρώπη, έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης για τουρισμό παραχείμασης κυρίως από άτομα γ΄ ηλικίας. Ανάλογα προγράμματα μπορεί να οργανωθούν, τόσο στην Αθήνα που διαθέτει καταλύματα συνεχούς λειτουργίας και πλούσια υποδομή πολιτιστικού τουρισμού, όσο και σε ορισμένα νησιά του Αργοσαρωνικού, λόγω του ήπιου κλίματος κατά την χειμερινή περίοδο.

4.13.1 Οργάνωση και Προβολή Τουριστικών Προγραμμάτων 3^{ης} Ηλικίας: Αφορά την οργάνωση και προβολή ειδικών προγραμμάτων τουρισμού γ΄ ηλικίας και τουρισμού παραχείμασης.

4.13.2 Ειδικές Υποδομές-Δραστηριότητες Παραχείμασης: Αφορά ενέργειες και έργα υποστηρικτικής υποδομής για τις μορφές αυτές, π.χ. ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, ράμπες κυκλοφορίας και ειδικός εξοπλισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες, θέρμανση, θερμαινόμενες πισίνες, δραστηριότητες ήπιων σπορ, ψυχαγωγίας, καταστήματα ανοικτά τον χειμώνα κλπ.

Μέτρο 4.14 Ανάπτυξη Κοινωνικού Τουρισμού

Στην Ελλάδα, τα Προγράμματα Κοινωνικού Τουρισμού άρχισαν να εφαρμόζονται το 1982 από τον ΕΟΤ, την Εργατική Εστία και την Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς. Αποδέκτες των προγραμμάτων αυτών ήταν οι συνταξιούχοι, οι αγρότες, τα άτομα με ειδικές ανάγκες και οι νέοι. Από τουριστική άποψη τα Προγράμματα Κοινωνικού Τουρισμού συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας, στην αξιοποίηση των μικρών ξενοδοχειακών μονάδων που συνήθως αποτελούν οικογενειακές εκμεταλλεύσεις και επομένως στην ενίσχυση του τοπικού εισοδήματος.

4.14.1 Οργάνωση και Προβολή Τουριστικών Προγραμμάτων Κοινωνικού Τουρισμού: Αφορά την προσέλκυση και οργάνωση τουριστικών προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού διαφόρων ασφαλιστικών οργανισμών, σωματείων εργαζομένων κλπ. σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Μέτρο 4.15 Ανάπτυξη Τουρισμού Πόλεως (Αστικού Τουρισμού)

Η ανάπτυξη τουρισμού πόλης αναφέρεται σε ευρύ πεδίο δραστηριοτήτων που δρουν συμπληρωματικά μεταξύ τους ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις ειδικές συνθήκες του επισκέπτη. Ο επισκέπτης της Αθήνας πρέπει να έχει τη δυνατότητα πληροφόρησης για τις δυνατότητες που του προσφέρει η πόλη και την απαραίτητη υποδομή διευκόλυνσής του για να πραγματοποιεί χωρίς δυσκολίες τις επιλογές του. Έτσι κρίνονται αναγκαίες δράσεις που αποβλέπουν στην επισήμανση και στη συνέχεια στην υλοποίηση των αναγκαίων ενεργειών οργάνωσης και προβολής των ελκυστικών στοιχείων της πόλης:

4.15.1 Μελέτη Οργάνωσης και Προβολής Διαδρομών και Δραστηριοτήτων μέσα στην Αθήνα: Αφορά την εκπόνηση μελέτης οργάνωσης και προβολής διαδρομών και δραστηριοτήτων ειδικών τουριστικών ενδιαφερόντων μέσα στην Αθήνα και την ευρύτετη περιοχή της.

4.15.2 Οργάνωση και Προβολή Διαδρομών και Δραστηριοτήτων μέσα στην Αθήνα: Αφορά την οργάνωση και προβολή διαδρομών (πραγματικών ή/και εικονικών, π.χ. διαδρομή αρχαίων Παναθηναίων) και δραστηριοτήτων ειδικών τουριστικών ενδιαφερόντων μέσα στην Αθήνα και την ευρύτετη περιοχή της, όπως:

- A. Πολιτιστικές, ιστορικές διαδρομές διαφόρων εποχών
- B. Αρχιτεκτονικής, τέχνης
- Γ. Shopping, υγείας, ομορφιάς
- Δ. Φαγητού, ποτού (π.χ. τοπικής κουζίνας, ποτών)
- E. Business

Ειδικότερα σε ότι αφορά την προώθηση των city breaks, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η εφαρμογή μιας δέσμης μέτρων:

- Δημιουργία εκτεταμένου δικτύου κέντρων πληροφόρησης (info-points) μέσα στην πόλη, στους σταθμούς εισόδου, αλλά και στα σημεία διαμονής του επισκέπτη, με τη μορφή ειδικών σημείων όπου θα είναι διαθέσιμο το πληροφοριακό υλικό.
- Πλήρης αναδιοργάνωση και εγκατάσταση ενός σύγχρονου, ορθολογικού και ολοκληρωμένου συστήματος σήμανσης για την κυκλοφορία, τις κατευθύνσεις, τα μνημεία και τα λοιπά τοπόσημα.
- Πλήρης αναδιοργάνωση και στελέχωση των υπηρεσιών τουρισμού του Δήμου Αθηναίων, της Περιφέρειας, καθώς και των άλλων Δήμων και Κοινοτήτων της Αττικής
- Ευέλικτο ωράριο καταστημάτων για να είναι προσβάσιμα στον επισκέπτη του τέλους της εβδομάδας.
- Δημιουργία και εφαρμογή ειδικής κάρτας ή ενιαίου εισιτηρίου για τις συγκοινωνίες και τα μουσεία.
- Προώθηση και προβολή μέσω του διαδικτύου και λοιπών εφαρμογών νέων τεχνολογιών (π.χ., επιταλάμιοι υπολογιστές, κινητή τηλεφωνία) τόσο για παροχή υπηρεσιών ενημέρωσης πριν το ταξίδι, όσο και κατά τη διάρκεια παραμονής στην πόλη.

Μέτρο 4.16 Ανάπτυξη Τουρισμού Γευσιγνωσίας

Η εισαγωγή και βαθμιαία επικράτηση της τυποποιημένης γαστρονομίας στην Ευρώπη και στην Ελλάδα κατά τις τελευταίες δεκαετίες, επιτρέπει αισιόδοξες προβλέψεις για την ανάπτυξη εισερχόμενου και εσωτερικού τουρισμού γευσιγνωσίας σε πολλές περιοχές της χώρας. Ο τουρισμός αυτός, εκτός από την ποικιλία της κάθε τοπικής κουζίνας μπορεί να επικεντρώνεται στη υγιεινή διατροφή και στα διάφορα οικολογικά προϊόντα που ήδη αποτελούν συρμό. Παράλληλα, σε επίπεδο επαγγελματικού τουρισμού υπάρχει η δυνατότητα οργάνωσης εκπαιδευτικών εκδρομών για μαθητές σχολών μαγειρικής του εξωτερικού, όπως επίσης και για άλλους ενδιαφερόμενους σε θέματα γευσιγνωσίας.

4.16.1 Οργάνωση και Προβολή Δραστηριοτήτων και Προϊόντων Γευσιγνωσίας Πιστοποιημένης Ποιότητας και Προέλευσης: Αφορά την οργάνωση και προβολή δραστηριοτήτων και προϊόντων γευσιγνωσίας, πιστοποιημένης

ποιότητας, ονομασίας προέλευσης κλπ., ενδεχόμενα δε και την εκπαίδευση των γευσιγνώστων σε θέματα σχετικά με την παραγωγή και παρασκευή των προϊόντων (π.χ. σεμινάρια μαγειρικής τοπικών σπεσιαλιτέ, επισκέψεις και ξεναγήσεις σε εργοστάσια οينوποιίας).

Μέτρο 4.17 Ανάπτυξη Τουρισμού Χρονομεριστικής Μίσθωσης (Time Sharing)

Ο τουρισμός χρονομεριστικής μίσθωσης θεσμοθετήθηκε και λειτουργεί στην Ελλάδα από την δεκαετία του 1980, αρχίζοντας την εφαρμογή του από το " Πόρτο Ύδρα " της Περιφέρειας Αττικής. Στην εικοσαετία που μεσολάβησε ο θεσμός δεν βρήκε ιδιαίτερη ανταπόκριση, λόγω της έντονης επιθετικότητας του μάρκετινγκ στις πωλήσεις και την δημιουργία σοβαρών προβλημάτων στην αγορά, με συνέπεια την δυσφήμιση αυτού του είδους τουρισμού. Παράλληλα, με την Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση σημειώθηκε βαθμιαία μείωση έως κατάργηση των θεσμικών και γραφειοκρατικών εμποδίων αναφορικά με αγοραπωλησίες και μισθώσεις ακινήτων, μετακινήσεις, οικονομικές και νομικές διαδικασίες κλπ. μεταξύ των κατοίκων χωρών προέλευσης και χωρών υποδοχής τουρισμού στην Ευρώπη. Εν τω μεταξύ, με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και της πληροφορικής, άλλαξε και το μοντέλο των (οικογενειακών) διακοπών, αλλοδαπών και ημεδαπών. Αποτέλεσμα όλων αυτών είναι η απαξίωση της μορφής τουρισμού και η στασιμότητα της ανάπτυξής της.

Είναι σκόπιμο επομένως να αναζητηθούν νέες δυνατότητες μέσα από νέα σχήματα, όπως π.χ. το προωθούμενο προς θεσμοθέτηση σχήμα πώλησης ή ενοικίασης τουριστικών παραθεριστικών κατοικιών υπό καθεστώς συνιδιοκτησίας μέσα σε συγκρότημα τουριστικών εγκαταστάσεων, με μακροχρόνια μίσθωση ή μεταβίβαση χρήσης ή κυριότητας των ακινήτων υπό όρους.

Το Μέτρο 4.17. αφορά την διερεύνηση νέων δυνατοτήτων και προοπτικών ανάπτυξης, προώθησης και προβολής της Χρονομεριστικής Μίσθωσης στην Περιφέρεια Αττικής.

4.17.1 Προώθηση και Προβολή Δυνατοτήτων και Προοπτικών Ανάπτυξης Τουρισμού Χρονομεριστικής Μίσθωσης: Αφορά την διερεύνηση ύπαρξης, την προώθηση και προβολή νέων δυνατοτήτων ανάπτυξης τουρισμού χρονομεριστικής μίσθωσης, πέραν των ήδη υφισταμένων στην Περιφέρεια.

Μέτρο 4.18 Ανάπτυξη Άλλων Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Παράλληλα με την προώθηση των ειδικών μορφών τουρισμού που ιστορικά είναι ο ιαματικός, ο θαλάσσιος και ο χιονοδρομικός τουρισμός, ήδη εξετάζεται η δυνατότητα ανάπτυξης και άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς νέες κατηγορίες καταναλωτών με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα εισέρχονται στην τουριστική αγορά. Παρά τους μικρούς αριθμούς, οι περισσότερες ειδικές μορφές τουρισμού συμβάλλουν θετικά στην χρονική και χωρική ανακατανομή της τουριστικής κίνησης στην Αττική. Παράδειγμα είναι η προώθηση του λεγόμενου " προπονητικού " τουρισμού, που μελλοντικά θα αξιοποιήσει τις αθλητικές εγκαταστάσεις της Αθήνας και των άλλων ολυμπιακών πόλεων (βλ. Μέτρο 4.8.), αλλά και ο μαθητικός και φοιτητικός τουρισμός που συνεχώς αναπτύσσεται (πχ.σχολικές εκδρομές).

4.18.1 Οργάνωση και Προβολή Τουρισμού Νέων, Εκπαιδευτικού Τουρισμού:

Αφορά την οργάνωση και προβολή άλλων ειδικών μορφών τουρισμού ή τουρισμού ομάδων ειδικών ενδιαφερόντων, ηλικιών κλπ.(π.χ. τουρισμού νέων, εκπαιδευτικού τουρισμού κ.ά.).

Άξονας Δράσης 5: Βελτιώσεις Υποδομών

Μέτρο 5.1 Βελτιώσεις Αστικών Υποδομών

Στην Ανάλυση της παρούσας μελέτης καταγράφησαν προβλήματα και ελλείψεις στην αστική υποδομή της Περιφέρειας και ειδικότερα σε περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως πχ. πόλοι έλξης τουριστών, περιοχές τουριστικών συγκεντρώσεων και νησιά, με συνέπεια την υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και της ανταγωνιστικότητάς του. Το Μέτρο αναφέρεται σε αναγκαίες παρεμβάσεις για την βελτίωση και επέκταση τόσο των δικτύων όσο και των λειτουργιών των αστικών υποδομών στις περιοχές αυτές, κατά κατηγορία υποδομής (πχ. ύδρευση, τηλεφωνοδότηση κλπ).

5.1.1 βελτιώσεις-Επεκτάσεις Δικτύων και Λειτουργιών: Αφορά έργα και ενέργειες βελτιώσεων ή/και επεκτάσεων δικτύων και λειτουργιών αστικής υποδομής και κοινωνικών λειτουργιών, με προτεραιότητα στις τουριστικές ενότητες τουρισμού και στα νησιά. Ειδικότερα αφορά βελτιώσεις:

- A. Ύδρευσης
- B. Αποχέτευσης
- Γ. Ηλεκτροδότησης και φωτισμού
- Δ. Τηλεφωνοδότησης
- E. Αποκομιδής απορριμμάτων
- ΣΤ. Υγείας, περίθαλψης κλπ.

Μέτρο 5.2 Βελτιώσεις Υποδομών Μεταφορών

Το Μέτρο αναφέρεται σε σκόπιμες βελτιώσεις στις υποδομές μεταφορών, όπου στην Ανάλυση διαπιστώθηκαν προβλήματα και ελλείψεις, με δυσμενείς επιπτώσεις στο τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας και την ανταγωνιστικότητά του. Η υλοποίησή του γίνεται με σχετικές μελέτες, έργα και ενέργειες κατά κατηγορία μεταφορών.

5.2.1 Μελέτες, Έργα και Ενέργειες Βελτίωσης Υποδομών Μεταφορών: Αφορά μελέτες, έργα και ενέργειες βελτίωσης υποδομών μεταφορών :

5.2.1.1 Αεροπορικές μεταφορές

- 1.1 Ενέργειες και έργα βελτίωσης της εξυπηρέτησης των τουριστών στα
αεροδρόμια
- 1.2 Μελέτες και ενέργειες βελτίωσης των υφισταμένων και ανάπτυξη
νέων
αεροπορικών γραμμών

5.2.1.2 Θαλάσσιες μεταφορές

- 2.1 Ενέργειες και έργα βελτίωσης της εξυπηρέτησης των τουριστών στα λιμάνια της Περιφέρειας
- 2.2 Μελέτες και ενέργειες βελτίωσης των υφισταμένων και ανάπτυξης νέων θαλάσσιων γραμμών, με προτεραιότητα στα νησιά

5.2.1.3 Οδικές μεταφορές

- 3.1 Επώνυμο έργο: Βελτίωση παραλιακής οδού Αθηνών-Σουνίου
- 3.2 Επώνυμο έργο: Βελτίωση οδικού κυκλώματος Ανατολικής Πελοποννήσου (Ερμιονίδας) για την διευκόλυνση της

- πρόσβασης στην Τροιζηνία, Μέθανα-Πόρο και στην Ακτή Υδρας και Κόστα για την διευκόλυνση της πρόσβασης στην Υδρα και Σπέτσες αντίστοιχα
- 3.3 Μελέτες και έργα βελτίωσης-συμπλήρωσης των οδικών προσβάσεων σε πόλους έλξης τουριστών (ακτές, περιβαλλοντικούς, πολιτιστικούς πόρους, άλλα αξιοθέατα, λιμάνια, αεροδρόμια κλπ)
 - 3.4 Μελέτες και έργα για τη δημιουργία χώρων στάθμευσης τουριστικών λεωφορείων
 - 3.5 Μελέτες και έργα πεζοδρομήσεων σε τουριστικές περιοχές (π.χ. Βουλιαγμένη, Ανάβυσσος, Λαύριο, νησιά)

Μέτρο 5.3 Βελτιώσεις Τουριστικών Υποδομών

Ως τουριστικές υποδομές νοούνται οι εγκαταστάσεις υποστήριξης διαφόρων τουριστικών δραστηριοτήτων σε εκτάσεις του ευρύτερου δημόσιου τομέα, όπως πχ. λουτρικές εγκαταστάσεις, εγκαταστάσεις αναψυχής, χερσαίες εγκαταστάσεις λιμένων ή αγκυροβόλιων τουριστικών σκαφών κλπ. Η ΕΤΑ ΑΕ., στην οποία έχουν περιέλθει οι εκτάσεις ιδιοκτησίας του ΕΟΤ, έχει καταρτίσει ένα πρόγραμμα αξιοποίησης, με προτεραιότητα τις ακτές της Αττικής εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 (βλ. αναλυτική περιγραφή Προγράμματος ΕΤΑ ΑΕ. στο κεφ. 1.3 της Α΄ φάσης της παρούσας μελέτης). Με την ολοκλήρωσή των έργων αυτών ένα μεγάλο μέρος της ειδικής τουριστικής υποδομής της Αθήνας - Αττικής θα έχει υλοποιηθεί. Είναι σκόπιμο όμως να ακολουθήσει η αξιοποίηση και των άλλων εκτάσεων και εγκαταστάσεων ΕΟΤ/ΕΤΑ ΑΕ, στην Περιφέρεια, όπως πχ. το υδροθεραπευτήριο και η μαρίνα στα Μέθανα.

Αντίστοιχα έργα μικρότερης κλίμακας, για την αναβάθμιση, τον εκσυγχρονισμό και την συμπλήρωση της τουριστικής υποδομής της Περιφέρειας είναι σκόπιμο να γίνουν από τους Δήμους. ή/και άλλους φορείς του ευρύτερου δημόσιου τομέα, ειδικότερα στις απομακρυσμένες ακτές και τα νησιά. Τέλος, για την δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών, με σκοπό τον εμπλουτισμό και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, σκόπιμο είναι να προωθηθούν σχετικές μελέτες (οικονομοτεχνικές, χωροταξικές, αρχιτεκτονικές κλπ) και αντίστοιχα έργα.

5.3.1 Ολοκλήρωση Προγράμματος Ε.Τ.Α. Α.Ε.: Για ακτές ΕΟΤ Αφορά την ολοκλήρωση του προγράμματος της Ε.Τ.Α. Α.Ε. για τις ακτές ΕΟΤ (λουτρικές εγκαταστάσεις, κοινόχρηστες εγκαταστάσεις, γήπεδα αθλοπαιδιών, χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων κλπ) :

- Α. Ακτές Α΄ και Β΄ αλιπέδου Βούλας
- Β. Βουλιαγμένης
- Γ. Βάρκιζας

5.3.2 Αναβάθμιση, Εκσυγχρονισμός, Συμπλήρωση Υφιστάμενων Τουριστικών Υποδομών: Αφορά μελέτες έργα και ενέργειες για την αναβάθμιση, τον εκσυγχρονισμό και την συμπλήρωση υφιστάμενων τουριστικών υποδομών του ευρύτερου δημόσιου τομέα, (π.χ. λουτρικές εγκαταστάσεις ΕΟΤ/ΕΤΑ Α.Ε. , Δήμων στα νησιά, κ.ά.)

5.3.3 Δημιουργία Νέων Τουριστικών Υποδομών: Μελέτες και έργα δημιουργίας νέων τουριστικών υποδομών, π.χ. εγκαταστάσεις εξυπηρέτησης λουομένων σε παραλίες της Αττικής, στα νησιά κ.ά.

5.3.4 Ολοκλήρωση Προγράμματος Αξιοποίησης Ακίνητης Περιουσίας ΕΟΤ/ΕΤΑ Α.Ε. στην Αττική: Μελέτες και έργα για την ολοκλήρωση του προγράμματος αξιοποίησης της ακίνητης περιουσίας ΕΟΤ/ΕΤΑ Α.Ε. στην Αττική (ξενοδοχεία και καζίνο Πάρνηθας, τηλεφερίκ Πάρνηθας, υδροθεραπευτήριο Μεθάνων κ.ά.)

Άξονας Δράσης 6: Αξιοποίηση Καινοτομίας, Τεχνολογίας, Έρευνας

Μέτρο 6.1 Ανάπτυξη συστημάτων on-line πληροφόρησης και εξυπηρέτησης ενδιαφερόμενων τουριστών

6.1.1 Ανάπτυξη συστημάτων on-line πληροφόρησης για τα τουριστικά ενδιαφέροντα της Αττικής: Δημιουργία, λειτουργία και συνεχής ανανέωση και επικαιροποίηση συστημάτων πληροφόρησης για τα τουριστικά ενδιαφέροντα μόνιμα και εφήμερα (π.χ., συναυλίες, εκθέσεις διεθνούς ακτινοβολίας) της Αττικής. Επιδίωξη διάχυσης της διαθεσιμότητας τους σε πολυμέσα και σε πολλαπλούς τόπους (π.χ., διαδικτυακές σελίδες, βίντεο, τυπωμένα φυλλάδια, διαθέσιμα on line, στις πύλες εισόδου της χώρας, στα ξενοδοχεία τα Αττικής και της υπόλοιπης χώρας.

6.1.2 Ανάπτυξη συστημάτων on-line πληροφόρησης για τις υφιστάμενες τουριστικές διευκολύνσεις και την διαθεσιμότητα και κόστος τουριστικών υπηρεσιών περιλαμβανομένων κρατήσεων σε καταλύματα: Δημιουργία, λειτουργία και συνεχής ανανέωση και επικαιροποίηση συστημάτων πληροφόρησης για τις διαθέσιμες τουριστικές υπηρεσίες. Σύστημα προβολής ευκαιριών, προσφορών και ειδικών προγραμμάτων των τουριστικών επιχειρήσεων της Αττικής

Μέτρο 6.2 Βελτίωση εγκαταστάσεων και τεχνολογίας τουριστικών μονάδων Αττικής

6.2.1 Προμήθεια συμβατής τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνιών στις επιμέρους τουριστικές μονάδες: Εξοπλισμός των τουριστικών επιχειρήσεων της Αττικής με σύγχρονη τεχνολογία που θα αξιοποιεί τις δυνατότητες που προσφέρουν οι εξελίξεις στις επικοινωνίες και την κοινωνία της πληροφορίας και θα συμβάλλει στη μείωση του κόστους λειτουργίας των επιχειρήσεων.

Άξονας Δράσης 7: Προβολή Τουριστικού Προϊόντος

Μέτρο 7.1 Προβολή Τουριστικού Προϊόντος

Ανάλυση των μέτρων προβολής του τουριστικού προϊόντος γίνεται στο κεφάλαιο 4.3 παρακάτω. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται συνοπτική αναφορά στα μέτρα για να υπάρχει σε ενιαίο κείμενο το σύνολο του προτεινόμενου προγράμματος.

7.1.1 Προβολή τουριστικού προϊόντος στο υπόλοιπο της Ελλάδος: Ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων επικοινωνίας και προβολής των ειδικών τουριστικών ενδιαφερόντων της Αττικής (πολιτιστικά γεγονότα, άλλα mega-γεγονότα, αγορές κλπ), με πολλαπλά μέσα, σε κατάλληλους χρόνους.

7.1.2 Προβολή τουριστικού προϊόντος στις χώρες της Ευρώπης: Ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων επικοινωνίας και προβολής των ειδικών τουριστικών ενδιαφερόντων της Αττικής (mega-γεγονότα, ενδιαφέροντα τουρισμού κινήτρων, γευσιγνωσία, πολιτιστικές διαδρομές κλπ), με πολλαπλά μέσα, σε κατάλληλους χρόνους. Ιδιαίτερη αξιοποίηση πανευρωπαϊκών μέσων επικοινωνίας

7.1.3 Προβολή τουριστικού προϊόντος στη Αμερική και την Ασία: Ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων επικοινωνίας και προβολής των ειδικών τουριστικών ενδιαφερόντων της Αττικής και της Ελλάδας (πολιτιστικά μνημεία, φυσικοί πόροι, mega-γεγονότα, ενδιαφέροντα τουρισμού συνεδρίων και κινήτρων, γευσιγνωσία, πολιτιστικές διαδρομές κλπ), με πολλαπλά μέσα, σε κατάλληλους χρόνους.

Άξονας Δράσης 8: Αξιοποίηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Μέτρο 8.1 Αξιοποίηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Ανάλυση των μέτρων ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού γίνεται στο κεφάλαιο 4.2 παρακάτω. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται συνοπτική αναφορά στα μέτρα για να υπάρχει σε ενιαίο κείμενο το σύνολο του προτεινόμενου προγράμματος.

8.1.1 Κατάρτιση στελεχών Δημοσίων φορέων και στελεχών ΟΤΑ: Διαμόρφωση προγραμμάτων επιμόρφωσης των στελεχών της κεντρικής και περιφερειακής διοίκησης, της νομαρχιακής αυτοδιοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης επαναλαμβανόμενα ετησίως με θεματολόγιο που θα ανανεώνεται σε θέματα που αναδεικνύουν τη σημασία του τουρισμού στο σύνολο της οικονομίας και κοινωνίας, αλλά και των δράσεων της διοίκησης που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά τον τομέα.

8.1.2 Κατάρτιση εργαζομένων σε επιχειρήσεις: Προγράμματα αρχικής και συνεχιζόμενης κατάρτισης εργαζομένων σε επιχειρήσεις σε θέματα όπως:

- Ηλεκτρονικό marketing και διανομή (συμπεριλαμβάνεται το διαδίκτυο)
- Αντιμετώπιση ανταγωνισμού
- Ορισμός ποιοτικών προτύπων και διαχείριση ποιότητας
- Νέες τεχνολογίες στη διαχείριση τουριστικών επιχειρήσεων

8.1.3 Ευαισθητοποίηση τοπικού πληθυσμού: Ενημέρωση για τις αλληλεξαρτήσεις των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα, αφ' ενός μεταξύ τους και αφ' ετέρου με επιχειρήσεις άλλων τομέων παραγωγής και με φορείς του τόπου προορισμού, καθώς και για τη σημασία της ολικής ποιότητας στην εξυπηρέτηση του επισκέπτη στον τόπο προορισμού, προκειμένου να μεγιστοποιηθούν τα συνολικά οφέλη για την κοινωνία.

4.2 ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ

4.2.1 Η ανάγκη κατάρτισης και επιμόρφωσης

Στο μέλλον και σε όλους τους τομείς όπου θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας, αυτές θα απαιτούν, με αυξανόμενο ρυθμό, περισσότερες και πιο σύγχρονες γνώσεις. Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και η επανάσταση στις τεχνολογίες διακίνησης της πληροφορίας και της γνώσης, θα μεταβάλουν μέσα σε μια δεκαετία την κοινωνία μας, την οικονομία μας και τον τρόπο που εργαζόμαστε. Οι επιχειρήσεις για να είναι ανταγωνιστικές θα στηρίζονται όλο και περισσότερο στη γνώση, στις ικανότητες των ατόμων να προσαρμόζονται και να εφαρμόζουν δημιουργικά τις νέες τεχνολογίες. Αυτό θα απαιτήσει ένα ανθρώπινο δυναμικό με ευρύτερες γνώσεις, περισσότερες δεξιότητες, μεγαλύτερη υπευθυνότητα, αυξημένη κινητικότητα.

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις κινούνται προς την κατεύθυνση αυτή, κατά κανόνα όμως όχι με την απαραίτητη ταχύτητα. Το ανθρώπινο δυναμικό στον τουριστικό τομέα αποτελεί ένα από τα κύρια κρίσιμα στοιχεία δημιουργίας και διατήρησης ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων. Στις συνθήκες που διαμορφώνονται στην αγορά, το ανθρώπινο δυναμικό στον τομέα πρέπει να έχει ευελιξία για να παρακολουθεί τις αλλαγές στη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών και στην τεχνολογία που χρησιμοποιούν οι τουριστικές επιχειρήσεις.

Στην πρώτη φάση της μελέτης, είχαν διαπιστωθεί τα εξής χαρακτηριστικά της απασχόλησης του τομέα στην Περιφέρεια Αττικής:

Χαρακτηριστικά της απασχόλησης στα τουριστικά επαγγέλματα στην Αττική

Το επίπεδο εκπαίδευσης των απασχολούμενων στον τουρισμό χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι το 51% έχουν τουλάχιστον απολυτήριο Λυκείου, ενώ στην Αττική το ποσοστό αυτό φτάνει το 64% (επόμενο διάγραμμα), δηλαδή ένα επίπεδο γνώσεων και ικανοτήτων που τους επιτρέπει να παρακολουθήσουν τις σύγχρονες εξελίξεις. Ο τομέας όμως υστερεί έναντι του συνόλου της οικονομίας ως προς την προσέλευση στελεχών με υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης. Ενώ στο σύνολο της οικονομίας οι απόφοιτοι ή φοιτήσαντες σε τριτοβάθμια εκπαίδευση αντιπροσωπεύουν 28% του συνόλου, το αντίστοιχο ποσοστό στον τουρισμό περιορίζεται σε μόλις 13% στο σύνολο της χώρας και σε 16% στην Αττική. Ο τομέας συνεπώς εκ της φύσεώς του αλλά και εκ του βαθμού ανάπτυξής του στηρίζεται σε ανθρώπινο δυναμικό χαμηλότερου επιπέδου γνώσεων.

Αναδεικνύεται επομένως ως ιδιαίτερα έντονη η ανάγκη συνεχούς βελτίωσης των γνώσεων και ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού του τομέα με προγράμματα κατάρτισης και δια βίου μάθησης.

4.2.2 Η προσφορά ειδικευμένων υπηρεσιών εκπαίδευσης και κατάρτισης

Ο φορέας παροχής ειδικευμένης εκπαίδευσης και κατάρτισης στα τουριστικά επαγγέλματα στην Ελλάδα είναι κυρίως οι Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης.

Το 2000 η Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών μετονομάστηκε σε Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης και συμπεριέλαβε και τις Σχολές Ξεναγών οι οποίες μέχρι τότε ανήκαν στον Ε.Ο.Τ. Κατά την εκπαιδευτική περίοδο 2000-2001 δημιουργούνται νέα Τμήματα Εξειδίκευσης τα οποία είναι τα εξής:

1. Μαγειρική Τέχνη-Ελληνική Παραδοσιακή Κουζίνα, ελληνική Ζαχαροπλαστική, Διακόσμηση, Πολυτελείς Παρασκευές Μαγειρικής.
2. Οργάνωση-Λειτουργία Υποδοχής.
3. Οργάνωση-Λειτουργία Επισιτιστικών Επιχειρήσεων
4. Οργάνωση-Λειτουργία Ορόφων
5. Οργάνωση-Λειτουργία Μπαρ-Οινολογία

Σήμερα η εκπαίδευση που παρέχουν οι Σ.Τ.Ε. διακρίνεται στα παρακάτω επίπεδα:

- Τριτοβάθμια Εκπαίδευση.
- Σχολές Ξεναγών
- Δευτεροβάθμια και Μεταδευτεροβάθμια Τεχνική Επαγγελματική Εκπαίδευση.
- Μετεκπαίδευση εμπειροτεχνών εργαζομένων στα τουριστικά επαγγέλματα (Άτυπη συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση).
- Συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για ανέργους και εργαζομένους στον τουριστικό τομέα.

Ως προς τη Μετεκπαίδευση που παρέχουν οι Σ.Τ.Ε. για τους ήδη εργαζομένους στα τουριστικά επαγγέλματα, δίνεται η δυνατότητα συστηματοποίησης και συμπλήρωσης των τεχνικών ικανοτήτων των μετεκπαιδευόμενων, με τις απαραίτητες θεωρητικές γνώσεις, ώστε να βελτιωθεί η απόδοσή τους και η παροχή υπηρεσιών. Τα τμήματα μετεκπαίδευσης λειτουργούν κάθε χρόνο σε διάφορες πόλεις της Ελλάδας και απευθύνονται κυρίως σε ήδη εργαζομένους στον τουριστικό χώρο, οι οποίοι έχουν μόνο την εμπειρική γνώση του αντικειμένου εργασίας τους. Τα μαθήματα συνήθως ξεκινούν στα μέσα Οκτωβρίου και τελειώνουν τέλος Μαρτίου και τα τμήματα μετεκπαίδευσης που υπάρχουν αυτή τη στιγμή είναι τα εξής:

- Ξενοδοχειακός τομέας
- Επισιτιστικός τομέας
- Μαγειρικός τομέας
- Ζαχαροπλαστικός τομέας

Με πολύ πρόσφατο νομοσχέδιο (με ημερομηνία 22/11/2002) οι ΣΤΕ μετονομάζονται σε Οργανισμό Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ), που θα διακρίνεται από μεγαλύτερη ευελιξία ως προς τις μορφές σχετικών υπηρεσιών που θα παρέχει, καλύπτοντας και τους χώρους της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης και της συνεχιζόμενης δια βίου κατάρτισης, περιλαμβανομένων των δυνατοτήτων ίδρυσης ΙΕΚ και ΚΕΚ τουριστικών επαγγελματιών.

Οι φορείς των τουριστικών επιχειρήσεων έχουν αξιολογήσει ότι χρειάζεται ενιαίος φορέας κατάρτισης όπου θα συμμετέχουν ισότιμα ο ΟΤΕΚ, οι

εκπρόσωποι των εργαζομένων στον τουρισμό και οι εκπρόσωποι των τουριστικών επιχειρηματιών.

Πέραν όμως των επισήμως αναγνωρισμένων φορέων εκπαίδευσης και κατάρτισης, υπάρχει ένα σύνολο δραστηριοτήτων εκπαίδευσης και κατάρτισης που καλύπτει ανάγκες των επιχειρήσεων για ανάπτυξη των γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού σε επιχειρηματικά θέματα, όπως το μάρκετινγκ των τουριστικών επιχειρήσεων και η κατάρτιση στη νέα τεχνολογία και τα συστήματα που σχετίζονται με αυτήν. Αυτές οι δραστηριότητες παίρνουν συχνά τη μορφή τυπικής κατάρτισης μέσω οργανωμένων και πιστοποιημένων ιδιωτικών φορέων κατάρτισης ή συχνά επίσης πραγματοποιούνται και ατύπως καλύπτοντας ουσιαστικές ανάγκες των επιχειρήσεων.

Ειδικότερα όμως αρκετά στοιχεία που σχετίζονται με το σύστημα κατάρτισης χαρακτηρίζονται από ακαμψίες και αναποτελεσματικές ρυθμίσεις. Διαπιστώνονται αντικίνητρα για την συνεχιζόμενη κατάρτιση εργαζομένων στις επιχειρήσεις, που σχετίζονται με τη γραφειοκρατία, τις διοικητικές καθυστερήσεις, την άκαμπτη νομοθεσία και διοικητικές ρυθμίσεις, όπως π.χ., οι σχετιζόμενες με την αξιοποίηση των πόρων του ΛΑΕΚ. Η δε κατάρτιση των ανέργων, που θα μπορούσε να προσφέρει σε αυτούς μεν τις γνώσεις και ικανότητες για να διεκδικήσουν θέσεις απασχόλησης στον δυναμικό τομέα του τουρισμού, στις δε τουριστικές επιχειρήσεις την δυνατότητα εξεύρεσης καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού, σχεδιάζεται και ελέγχεται αποκλειστικά από το κράτος. Η προσφερόμενη κατάρτιση στους ανέργους δεν έχει προορισμό και συγκεκριμένη στόχευση και δεν λαμβάνονται υπόψη οι φορείς που εκφράζουν τη ζήτηση για το σχεδιασμό της. Χαρακτηρίζεται από έλλειψη ευελιξίας στις εξατομικευμένες ανάγκες κάθε ανέργου.

4.2.3 Κατάρτιση στελεχών Δημοσίων φορέων και στελεχών Ο.Τ.Α.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Περιφέρεια απαιτεί τη συντονισμένη δράση φορέων τόσο του ιδιωτικού όσο και του δημόσιου τομέα.

Το κράτος και οι επιχειρήσεις έχουν διακριτούς και όχι ανταγωνιστικούς ρόλους για την επίτευξη των στόχων τουριστικής ανάπτυξης.

Ο δημόσιος τομέας πρέπει να συγκεράσει τουριστικές και μη τουριστικές δραστηριότητες και να επιτύχει την αρμονική συνύπαρξη τους σε έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Το περιβάλλον αυτό, οριοθετείται από αναπτυξιακές και μη δραστηριότητες, που συνοδεύονται από χρηματοδότες και προτεραιότητες μαζί με τα διάφορα μικρά και μεγάλα συμφέροντα, που αναπόφευκτα αναπτύσσονται.

Ο δημόσιος τομέας (κεντρική και περιφερειακή διοίκηση, τοπική αυτοδιοίκηση) καλείται να συμβάλει στην μορφοποίηση και διατήρηση ενός σημαντικού μέρους του τουριστικού προϊόντος και πιο συγκεκριμένα σε επίπεδο υποδομών, είτε λέγεται πρόσβαση, είτε καθαριότητα, ή ακόμα σε επίπεδο ασφαλείας, διασκέδασης και πληροφόρησης. Καλείται επίσης να προβάλλει τον προορισμό στην προσπάθεια να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες και να δημιουργήσει πρόσθετα έσοδα. Παράλληλα, ο δημόσιος τομέας καλείται να εξυπηρετήσει τις επιχειρήσεις διεκπεραιώνοντας κάποιες γραφειοκρατικές διαδικασίες και παρέχοντας μια σειρά υπηρεσιών.

Είναι προφανές λοιπόν, ότι ο δημόσιος τομέας εμπλέκεται ή πρέπει να εμπλέκεται άμεσα σε πολλούς κρίκους της αλυσίδας του τουριστικού προϊόντος. Επομένως, είναι πολύ λογικό να υπάρχει συνεργασία δημοσίου τομέα και επιχειρήσεων για την από κοινού χάραξη και υλοποίηση μιας πολιτικής υποστήριξης και εξυπηρέτησης των επισκεπτών. Αν ο δημόσιος τομέας υιοθετήσει στο σχεδιασμό και στη δράση του μια σειρά από τουριστικά κριτήρια, δηλαδή αν φιλτράρει κάθε του σχέδιο και ενέργεια βάσει του συμφέροντος των επισκεπτών του, που ουσιαστικά είναι συμφέρον των μόνιμων κατοίκων, και παράλληλα ενημερώσει τις επιχειρήσεις για το πλαίσιο και τους περιορισμούς δράσης του, είναι σίγουρο ότι η αποτελεσματικότητα των μέτρων και παρεμβάσεων του θα πολλαπλασιασθεί.

Ενώ όμως ο ρόλος του δημόσιου τομέα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος και στην ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια είναι σημαντικός, η προετοιμασία και ειδική ενημέρωση, κατάρτιση και εκπαίδευση των στελεχών του υστερεί. Συχνά μάλιστα η ενασχόληση των στελεχών της δημόσιας διοίκησης, ιδίως σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης, με θέματα τουρισμού γίνεται εμπειρικά, χωρίς να συμβάλλει στη μεγιστοποίηση του αποτελέσματος των παρεμβάσεων του.

Κρίνεται λοιπόν αναγκαία η διαμόρφωση προγραμμάτων επιμόρφωσης των στελεχών της κεντρικής και περιφερειακής διοίκησης, της νομαρχιακής αυτοδιοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης στα εξής θέματα:

1. Ο συντονισμός των πολιτικών που επηρεάζουν τον τουρισμό
2. Οι επιλογές τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας
3. Η βελτίωση των υποδομών και η σημασία τους για τον τουρισμό
4. Η γενική προβολή του τουριστικού προϊόντος και ιδιαίτερος των καινοτομικών προϊόντων του τομέα
5. Ο καθορισμός των κανονιστικών όρων τους οποίους πρέπει να σέβεται και να υπηρετεί η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων
6. Η απλοποίηση του κανονιστικού πλαισίου επιχειρηματικής λειτουργίας στον τουριστικό τομέα και η σημασία της για την τουριστική ανάπτυξη
7. Βελτίωση εικόνας προορισμού
8. Προστασία του περιβάλλοντος και τουρισμός
9. Προστασία καταναλωτών
10. Αντιμετώπιση ανταγωνισμού
11. Διευκόλυνση επενδύσεων και χρηματοδοτήσεων

Τα προγράμματα κατάρτισης-επιμόρφωσης στελεχών της δημόσιας διοίκησης στα ανωτέρω θέματα θα είναι επαναλαμβανόμενα ετησίως με θεματολόγιο που θα ανανεώνεται.

| ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΥ | |
|--|--------|
| Αριθμός στελεχών ετησίως | 100 |
| Ωρες κατάρτισης ανά στέλεχος | 40 |
| Κόστος ανά ώρα στελέχους | 20 |
| Συνολικό κόστος προγραμμάτων ετησίως | 80.000 |

4.2.4 Κατάρτιση εργαζομένων σε επιχειρήσεις

Η πολυμορφία των προϊόντων και των υπηρεσιών, η γεωγραφική ποικιλία της εγκατάστασής τους και η εξέλιξη της αγοράς προς έναν βιώσιμο τουρισμό ανοιχτό σε όλους θα οδηγήσουν στη δημιουργία νέων αγορών για τις καινοτόμες επιχειρήσεις, ιδίως τις ΜΜΕ.

Οι νέες διαστάσεις που αναπτύσσονται στην τουριστική αγορά προκαλούν την ανάγκη καινοτομιών για την εισαγωγή νέων τουριστικών προϊόντων, που θα αναπτυχθούν από νέες ή υφιστάμενες επιχειρήσεις και θα προωθηθούν με νέα οργάνωση και χρήση των δυνατοτήτων των νέων τεχνολογιών.

Ο τουριστικός τομέας, οι επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωποι με σημαντικές προκλήσεις οι οποίες συνιστούν ταυτόχρονα ευκαιρίες και κινδύνους.

Κατ' αρχάς, οι επιχειρήσεις πρέπει να συμμετάσχουν στην αξιολογή άνοδο της τουριστικής ζήτησης και του όγκου του τουρισμού και να εκμεταλλευθούν τις δυνατότητες από τις αναμενόμενες διαφοροποιήσεις της ζήτησης. Οι εξελίξεις αυτές μπορούν να αντιμετωπιστούν κατάλληλα μόνο με τη δημιουργία νέων μορφών τουρισμού που απαιτούν ανθρώπινο δυναμικό που μπορεί να τις εκμεταλλευτεί.

Ορισμένες προκλήσεις προσλαμβάνουν νευραλγική σημασία και καθίστανται ιδιαίτερα κρίσιμες:

- η έλλειψη επαρκούς εργατικού δυναμικού για ορισμένα επαγγέλματα και προσόντα, ιδίως λόγω των συνθηκών εργασίας, τόσο μεταξύ των ίδιων των ιδιοκτητών των τουριστικών επιχειρήσεων, όσο και μεταξύ του προσωπικού που απασχολούν, μόνιμου ή ακόμη περισσότερο του προσωρινού
- Ο τουρισμός αποτελεί πρόσφορο έδαφος για τη χρήση των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ΤΠΕ), τόσο από τη βιομηχανία (αλληλεπιδράσεις μεταξύ φορέων, νέες υπηρεσίες) όσο και από τους καταναλωτές (πρόσβαση σε προσαρμοσμένες κινητές υπηρεσίες). Η υιοθέτηση και ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας ως παράγοντας ανταγωνιστικότητας θα αποκτά ολοένα μεγαλύτερη σημασία για τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα της περιφέρειας.

Η έντονη ποικιλομορφία των προσφερόμενων θέσεων εργασίας στον τομέα αποτελεί πρόκληση για νέους που επιχειρούν την πρώτη επαφή τους με την αγορά εργασίας, αλλά και για τους ήδη εργαζόμενους στον τουρισμό ανεξαρτήτως ηλικίας.

Χρειάζονται λοιπόν προγράμματα αρχικής και συνεχιζόμενης κατάρτισης εργαζομένων σε επιχειρήσεις σε θέματα όπως:

- Ηλεκτρονικό marketing και διανομή (συμπεριλαμβάνεται το διαδίκτυο)
- Αντιμετώπιση ανταγωνισμού
- Ορισμός ποιοτικών προτύπων και διαχείριση ποιότητας
- Νέες τεχνολογίες στη διαχείριση τουριστικών επιχειρήσεων
- Νέες εξελίξεις στα επαγγέλματα του Ξενοδοχειακού τομέα
- Νέες εξελίξεις στα επαγγέλματα του Επισιτιστικού τομέα
- Νέες εξελίξεις στα επαγγέλματα του Μαγειρικού τομέα

Εκτιμάται ότι κάθε εργαζόμενος στα τουριστικά επαγγέλματα θα περνάει από πρόγραμμα επανακατάρτισης μία φορά κάθε 5-6 χρόνια. Τα προγραμματικά μεγέθη των προγραμμάτων κατάρτισης των εργαζομένων σε επιχειρήσεις, κυρίως του ιδιωτικού τομέα, υπολογίζονται στον επόμενο πίνακα.

| ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΕΤΗΣΙΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ | |
|---|-------------|
| Συνολική απασχόληση | 78.000 |
| Εκτίμηση ωρών απασχόλησης ετησίως | 132.600.000 |
| % ωρών για κατάρτιση | 0,5% |
| Συνολικές ώρες κατάρτισης | 663.000 |
| Ώρες κατάρτισης ανά στέλεχος ετησίως | 50 |
| Αριθμός στελεχών ετησίως | 13.260 |
| Κόστος ανά ώρα στελέχους | 20 |
| Συνολικό κόστος προγραμμάτων ετησίως | 13.260.000 |

Το κόστος αυτό θα καλυφθεί με χρηματοδότηση κυρίως των ιδιωτικών επιχειρήσεων, κάνοντας χρήση των πόρων του ΛΑΕΚ (Λογαριασμού Απασχόλησης και Επαγγελματικής Κατάρτισης), αλλά και από προγράμματα αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης του ΟΤΕΚ αλλά και του ΟΑΕΔ, καθώς επίσης και από μερική χρηματοδότηση από το Επιχειρησιακό πρόγραμμα Απασχόλησης και Κατάρτισης

4.2.5 Ευαισθητοποίηση τοπικών πληθυσμών

Το τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται από εξαιρετική πολυμορφία. Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι, οι υποδομές υποδοχής και επικοινωνίας, καθώς και η στέγαση και σίτιση συνιστούν τις βασικές πηγές εσόδων ενός τουριστικού προορισμού.

Επιπροσθέτως, οι κάθετες αλληλεξαρτήσεις μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων είναι εντονότερες σε σχέση με την πλειονότητα των άλλων τομέων της οικονομίας. Από αυτές τις αλληλεξαρτήσεις, προκύπτουν ενίοτε πολύπλοκες δομές και τάσεις στις εμπορικές σχέσεις. Εκτός από τις επιχειρήσεις και τους φορείς εκπροσώπησής τους, σημαντικοί παράγοντες αναδεικνύονται οι προορισμοί, με τις διάφορες δραστηριότητές τους που συγκεράζουν δημόσια και ιδιωτικά συμφέροντα.

Οι ανωτέρω αλληλεξαρτήσεις των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα, αφ' ενός μεταξύ τους και αφ' ετέρου με επιχειρήσεις άλλων τομέων παραγωγής και με φορείς του τόπου προορισμού, αναδεικνύουν τη σημασία της συνολικής ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του πληθυσμού της Περιφέρειας για την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης.

Η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του ευρύτερου πληθυσμού της Περιφέρειας θα στηρίζονται κυρίως σε προγράμματα επικοινωνίας με την αξιοποίηση όλων των μέσων:

- Τοπικός τύπος και ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας
- Ημερίδες και συζητήσεις τοπικές και περιφερειακές
- Ενημερωτικό υλικό

Το συνολικό κόστος αυτών των δράσεων εκτιμάται σε 150.000 ευρώ ετησίως και θα καλυφθεί κυρίως από πόρους της Περιφερειακής και Νομαρχιακής Διοίκησης.

4.3 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

4.3.1 Υπόβαθρο του marketing plan

Το Πλάνο Μάρκετινγκ (Marketing Plan) αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για την συγκεκριμενοποίηση των δράσεων για την προβολή του τουρισμού της Περιφέρειας Αττικής. Όπως παρουσιάζεται στη συνέχεια, το Marketing Plan διαμορφώνεται στη βάση της ανάλυσης και των συμπερασμάτων της Α' Φάσης της μελέτης. Ειδικότερα, κρίθηκε αναγκαίο να επισημανθούν οι παρακάτω παράμετροι του Τουρισμού για την Περιφέρεια Αττικής.

Χαρακτήρας Τουρισμού στην Περιφέρεια Αττικής

Η περιφέρεια Αττικής εμφανίζει μια σταθερή μείωση της τουριστικής ζήτησης της τελευταία 25ετία και η Αθήνα έχει χάσει την τουριστική της ελκυστικότητα. Αυτό οφείλεται κυρίως στην μείωση της συμμετοχής της Αθήνας στα τουριστικά πακέτα μαζικού τουρισμού, με την απευθείας μεταφορά των τουριστών με πτήσεις charter στους τουριστικούς προορισμούς της χώρας (νησιά, ακτές). Οφείλεται επίσης σε μεγάλο βαθμό στην περιβαλλοντική, λειτουργική και τουριστική υποβάθμιση της πόλης της ίδιας.

Η Αττική δεν αποτελεί αυτόνομο προορισμό τουρισμού αναψυχής, έχασε έδαφος στην αγορά του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος αλλά και δεν ανέπτυξε νέες καινοτομικές μορφές τουρισμού.

Η τουριστική υποδομή της Περιφέρειας Αττικής χαρακτηρίζεται από προβλήματα ως προς την παλαιότητα, το μέγεθος και την κατηγορία των ξενοδοχειακών μονάδων ενώ οι δείκτες οικονομικών επιδόσεων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Αττικής υστερούν έναντι άλλων περιοχών της χώρας. Επίσης, σημειώνονται κίνδυνοι υποβάθμισης, αλλοίωσης και καταστροφής των μνημείων ενώ εντοπίζονται προβλήματα σημειακών συγκεντρώσεων στο χώρο, με επιπτώσεις στο περιβάλλον. Ελλείψεις όμως παρατηρούνται και στην ειδική τουριστική υποδομή που θα επιτρέψει την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού (π.χ. συνεδριακός, εκθεσιακός, θαλάσσιος), με αποτέλεσμα να μην προσελκύονται επισκέπτες ειδικού ενδιαφέροντος.

Ταυτόχρονα, παρατηρούνται δυσφορία των επισκεπτών και δυσφήμιση του ελληνικού προϊόντος λόγω έλλειψης οργάνωσης, χαμηλού επιπέδου προσφερομένων υπηρεσιών και ανυπαρξίας διαχείρισης των επισκεπτών σύμφωνα με τα σημερινά διεθνή πρότυπα.

Η Αθήνα – Αττική έχει σήμερα θετικές προοπτικές και μεγάλο εύρος δυνατοτήτων επανάκαμψης :

- (α) με την οργάνωση, προβολή και διάθεση, σε διαδοχικούς χρόνους και σε συνεχή βάση, πολλών διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων απευθυνόμενων σε διάφορες ομάδες δυνητικής πελατείας ειδικών ενδιαφερόντων
- (β) με την οργάνωση περιοχών υποδοχής της δυνητικής αυτής πελατείας και των ειδικών δραστηριοτήτων στις διάφορες χωρικές ενότητες τουρισμού της περιφέρειας, με την διασφάλιση της βιώσιμης χρήσης και υψηλής ποιότητας των τουριστικών πόρων.

Σπουδαίο ρόλο θα διαδραματίσει η προοπτική του μεγάλου γεγονότος (mega event) των Ολυμπιακών Αγώνων, σε συνδυασμό με τα έργα μεταφορικής υποδομής και τις παρεμβάσεις αναβάθμισης που συντελούνται. Η ανανέωση

και συμπλήρωση της τουριστικής προσφοράς θα συντελέσει στην ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Ωστόσο είναι απαραίτητη η προσπάθεια οργάνωσης σε συνεχή βάση συμπληρωματικών και ειδικών δραστηριοτήτων για την προσέλκυση ομάδων τουριστών διαφόρων ενδιαφερόντων και την διατήρηση της ζήτησης σε ικανοποιητικά επίπεδα.

Προφίλ Τουρίστα

Ο σημερινός τουρίστας, ανεξαρτήτου ηλικίας, είναι δραστήριος, απαιτητικός και αναζητά αξιοποίηση του χρόνου διακοπών σε όρους ποιότητας. Συνεπώς, επιδιώκει ποικιλία διακοπών με εναλλακτικές προτάσεις και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Η συμπεριφορά του τουρίστα είναι ιδιαίτερα εύθραυστη, υποκείμενη σε ψυχολογικές και κοινωνικές επιρροές, προσωπικές ευαισθησίες και βραχυπρόθεσμες αντιδράσεις.

Ο τουρίστας συνδέει το τουριστικό προϊόν τόσο με τις επιχειρήσεις που του το παρέχουν όσο και με τον προορισμό που επισκέπτεται, με την πεποίθηση ότι δεν θα απογοητευτεί από τις προσδοκώμενες απολαύσεις που θα του αποφέρουν τόσο οι τουριστικές υπηρεσίες όσο και ο ίδιος ο προορισμός του.

Πρέπει να σημειωθεί, ότι οι τουρίστες ηλικίας 50 έως 65 ετών, που έχουν σε μεγάλο βαθμό αποδεσμευτεί από υποχρεώσεις και οικογενειακά βάρη, αναπτύσσουν ιδιαίτερη κινητικότητα και βρίσκονται συνήθως σε καλή οικονομική κατάσταση. Η κατηγορία αυτή τουριστών, αναμένεται ότι θα καταλάβει αυξημένο μερίδιο στην αγορά τουρισμού ενώ θα αποσυμφορήσει την τουριστική δραστηριότητα κατά τα εν λόγω διαστήματα αιχμής, κυρίως στις σχολικές διακοπές, και θα βελτιώσει την κατανομή της τουριστικής περιόδου.

Χώρες-Στόχοι

Κοινή συνισταμένη όλων των ερευνών και μελετών που έχουν εκπονηθεί τα τελευταία χρόνια, τόσο στο ευρωπαϊκό όσο και στο αμερικάνικο προσκήνιο, είναι η αποφυγή ακριβών προβλέψεων και συγκεκριμένων εκτιμήσεων, εκτός και αν αυτές συνδέονται ως λογικές ακολουθίες, με εξεταζόμενα σενάρια. Συχνά ως πιο έγκυρο και αδιαμφισβήτητο «σενάριο» είναι τα στοιχεία του παρελθόντος καθώς και οι διμερείς συμφωνίες που υπογράφονται μεταξύ χωρών και αποσκοπούν στην αμοιβαία ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού. Βάσει αυτής της επιχειρηματολογίας ως προνομιακές χώρες προέλευσης τουρισμού μπορούν να χαρακτηρισθούν χώρες από τις οποίες προέρχεται μεγάλο μέρος του εισερχόμενου ελληνικού τουρισμού, αλλά και χώρες με δυναμικό μεγάλης ανάπτυξης των ροών προς Ελλάδα, ιδιαίτερα εφ' όσον αυτές οι ροές μπορούν να συσχετισθούν με επιθυμητές μορφές τουρισμού.

Πέρα από τη γενικότερη προσπάθεια για προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας Αττικής προς το εξωτερικό, η τουριστική προβολή της Αττικής θα πρέπει να προσεγγίζει συγκεκριμένες χώρες αγορές, όπως αναλύονται στο Marketing Plan, των οποίων τα χαρακτηριστικά και απαιτήσεις μπορούν να βρουν ανταπόκριση στην προσφορά τουριστικής δραστηριότητας της Περιφέρειας Αττικής.

4.3.2 Marketing plan και επικοινωνιακή στρατηγική

♦ ΣΤΟΧΟΙ MARKETING

- Αύξηση της μέσης διαμονής των τουριστών στην Αττική.
- Αύξηση της κατά κεφαλήν Δαπάνης των τουριστών.
- Αύξηση της ξενοδοχειακής πληρότητας της Αττικής
Ξενοδοχειακή πληρότητα

| | |
|------|-----|
| 2003 | 76% |
| 2004 | 80% |
| 2005 | 83% |
- Βελτίωση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης της Αττικής.

♦ ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

- Η αρνητική αντίληψη / εικόνα που έχουν οι ξένοι καταναλωτές ότι το επίπεδο των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών στην Αττική, είναι χαμηλό σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς. Το παραπάνω έχει σαν αποτέλεσμα η Αθήνα να θεωρείται, από τους επισκέπτες της χώρας μας, ένας προορισμός ολιγοήμερης διαμονής, ένας σταθμός, πριν οι τελευταίοι μεταβούν σε ελληνικά νησιά και στην ενδοχώρα που αποτελούν το βασικό προορισμό του ταξιδιού τους.
- Η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της Αττικής, οι βελτιώσεις τόσο στις υποδομές όσο και στις υποστηρικτικές υποδομές των τελευταίων ετών, όπως επίσης και η υλοποίηση μιας σειράς αναπτυξιακών έργων λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων.



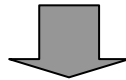
Ανάγκη επικοινωνίας του Νέου Προσώπου της Αθήνας

- Οι Στόχοι Marketing που έχουμε θέσει και πιο συγκεκριμένα οι στόχοι:
 - *Βελτίωση της Εποχικότητας (ενίσχυση των χειμερινών μηνών)*
 - *Αύξηση της κατά κεφαλήν Δαπάνης τουριστών*



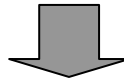
- *Ανάγκη ανάπτυξης του “City Break”, του επαγγελματικού και του εγχώριου τουρισμού*
 - *Επικέντρωση της επικοινωνίας μας σε υψηλές εισοδηματικές τάσεις*
-

- Ο έντονος ανταγωνισμός και η επιθετική στρατηγική άλλων πόλεων που είναι άμεσα ανταγωνιστικές με την Αθήνα λόγω:
 - Της παγκόσμιας Οικονομικής κρίσης που έχει σαν αποτέλεσμα την περικοπή των ατομικών και εταιρικών εξόδων.
 - Της 11ης Σεπτεμβρίου που έχει σαν αποτέλεσμα σημαντική μείωση του τουρισμού ειδικότερα από Αμερικάνους.
- Το υψηλό δυναμικό ανάπτυξης που παρουσιάζει η Αθήνα σε αντίθεση με άλλες άμεσα ανταγωνιστικές πόλεις όπως π.χ. Παρίσι, Λονδίνο, Βερολίνο κλπ.



Υιοθέτηση μιας ανάλογης επιθετικής στρατηγικής έτσι ώστε η Αθήνα όχι μόνο να μη χάσει μερίδιο αγοράς αλλά να αυξήσει το μερίδιο της σε βάρος άλλων πόλεων.

-
- Η «Τουριστικά Στρατηγική Τοποθεσία» της Αττικής και η Ζωντανή Παραλιακή Ζώνη.



Πολλές εναλλακτικές προτάσεις για τον επισκέπτη που θα πρέπει να εκμεταλλευτεί η επικοινωνία μας.

- Το Προφίλ του Σημερινού Τουρίστα
Πεπειραμένος ταξιδιώτης, απαιτητικός, ακολουθεί ένα δραστήριο τρόπο ζωής, εστιάζει την προσοχή του στον ποιοτικό χρόνο με αποτέλεσμα να κάνει προσεκτική επιλογή των δραστηριοτήτων του. Αναζητά την ποιότητα στο τρόπο που ζει, στη διασκέδαση, στη δουλειά.



Η επικοινωνία μας θα πρέπει να λάβει σοβαρά υπ' όψη τα παραπάνω χαρακτηριστικά του σημερινού τουρίστα έτσι ώστε να μπορέσει να τον προσελκύσει.

♦ ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

- Αναβάθμιση της εικόνας της Αττικής ως αυτόνομος προορισμός τουρισμού αναψυχής.

- Αύξηση της ελκυστικότητας της Αττικής προβάλλοντας τις εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού (City break, Συνέδρια, ταξίδια incentives κλπ.)
- Προβολή του Νέου Τουριστικού Προϊόντος της Αττικής που οφείλεται σε βελτιώσεις τόσο στις υποδομές όσο και στις υποστηρικτικές υποδομές των τελευταίων ετών, όπως επίσης και στην υλοποίηση μιας σειράς αναπτυξιακών έργων λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων.
- Έντονη προβολή των στοιχείων εκείνων που διαφοροποιούν την Αθήνα και αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα της σε σχέση με άλλες πόλεις όπως: Παρίσι, Ρώμη, Μαδρίτη, Λονδίνο κλπ.
- Προσέλκυση ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών υψηλής εισοδηματικής τάξης.

♦ ΧΩΡΕΣ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Η τουριστική προβολή της Αττικής θα πρέπει να προσεγγίζει τις παρακάτω χώρες αγορές:

Χώρες πρώτης προτεραιότητας

- | | |
|----------------------|---|
| Α. Υπόλοιπη Ελλάδα: | Η επικοινωνία σε αυτήν την συγκεκριμένη αγορά θα πρέπει να επικεντρωθεί στη νυχτερινή διασκέδαση, στο «shopping» και γενικότερα στο πολιτιστικό τουρισμό. |
| Β. Ευρωπαϊκές Χώρες: | <p>Στις χώρες πρώτες προτεραιότητας συμπεριλαμβάνονται γενικότερα όλες οι ευρωπαϊκές χώρες για τους παρακάτω λόγους:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Η τουριστική κινητικότητα από τις χώρες αυτές είναι σχετικά μεγάλη και δεν έχει επηρεαστεί τόσο πολύ από την τρομοκρατική ενέργεια της 11^{ης} Σεπτεμβρίου. - Η Ελλάδα θεωρείται από τις χώρες αυτές ασφαλέστερη σε σύγκριση με άλλες χώρες ανταγωνιστικές. - Είναι κοντά (δεν αποτελεί μακρινό προορισμό) - Με τη χρήση του Ευρώ δεν υπάρχουν συναλλαγματικές διαφορές (ευκολία σύγκριση τιμών, κόστος συναλλάγματος κλπ.) |

Ειδικότερα, μερικές χώρες είναι:

- * Αγγλία – Γερμανία – Αυστρία: Λόγω της παραδοσιακής σχέσης που έχει γενικότερα η Ελλάδα με τις χώρες αυτές μέσω της τουριστικής οδού.
Η επικοινωνία σ' αυτές τις αγορές θα πρέπει να επικεντρωθεί στον τουρισμό αναψυχής (προβάλλοντας τις πολλαπλές τουριστικές προτάσεις που παρουσιάζει η Αττική λόγω της Τουριστικής Στρατηγικής τοποθεσίας της) όπως επίσης στον επαγγελματικό τουρισμό και city breaks.
- * Γαλλία – Ελβετία: Λόγω του υψηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος των χωρών αυτών αλλά και των υψηλών απαιτήσεων και υψηλών δαπανών τους στο τομέα «τουρισμός».

Η προβολή της Αττικής στις χώρες αυτές θα πρέπει να εστιάσει στον τουρισμό αναψυχής επικεντρώνοντας στοιχεία που την διαφοροποιούν από άλλες πόλεις όπως Λισαβόνα, Μαδρίτη, Ρώμη κλπ., σε συνδυασμό με city breaks και επαγγελματικό τουρισμό.

Χώρες δεύτερης προτεραιότητας

- * **ΗΠΑ:**
στόχο

Η παραπάνω χώρα θα μπορούσε να αποτελέσει προσέλκυσης τουριστών και να συμβάλει σημαντικά στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης της Αττικής.

Η επικοινωνία στη χώρα αυτή θα πρέπει να εστιάσει στον τουρισμό αναψυχής και ειδικότερα σε υψηλού επιπέδου τουριστικές υπηρεσίες, πολυτελή ξενοδοχεία, ενοικίαση σκαφών αναψυχής, σε συνδυασμό με τον πολιτιστικό και αθλητικό τουρισμό (λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων).
- * **Ιαπωνία:**
προς την

Η τουριστική κινητικότητα από την χώρα αυτή Ευρώπη παρουσιάζει ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια.

Η Ιαπωνία, θα μπορούσε να αποτελέσει μια από τις χώρες στόχους επικοινωνιακής πολιτικής λόγω του υψηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος και των υψηλών προδιαγραφών υπηρεσιών τουρισμού που απαιτούν οι Ιάπωνες.

Η επικοινωνία στην χώρα αυτή θα εστιάσει στον τουρισμό αναψυχής, πολιτιστικό και αθλητικό τουρισμό (Ολυμπιακοί Αγώνες).
- * **Κίνα:**

Η Κίνα είναι η χώρα η οποία θα φιλοξενήσει τους Ολυμπιακούς Αγώνες το 2008.

Πιστεύουμε ότι ένα σημαντικό ποσοστό της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος της Αττικής μπορεί να προέλθει από την χώρα αυτή γιατί πολλοί Κινέζοι (όχι μόνο κρατικοί υπάλληλοι αλλά και επιχειρηματίες) θα επισκεφθούν την Ελλάδα για τους Ολυμπιακούς Αγώνες.
- * **Αραβικές Χώρες:**
Αραβικών

Τα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα των Χωρών θα μπορούσαν να αποτελέσουν στόχους Επικοινωνιακής Πολιτικής λόγω της “Εγγύτητας” της Αθήνας με τις χώρες αυτές (Η Αθήνα είναι η πιο κοντινή τους Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα). Η επικοινωνία στις χώρες αυτές θα εστιάσει **στον τουρισμό αναψυχής και ειδικότερα σε υψηλά επίπεδα τουριστικές υπηρεσίες, πολυτελή ξενοδοχεία κλπ.**

σε συνδυασμό με “Shopping” αλλά και Αθλητικό Τουρισμό λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων 2004.

* Ρωσία:
εισοδηματικά

Η Τουριστική κινητικότητα από τα υψηλά

στρώματα προς τη χώρα μας παρουσιάζει ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια. Το παραπάνω μας κάνει να πιστεύουμε ότι η Ρωσία θα μπορούσε να αποτελέσει στόχο προσέγγισης τουριστών εστιάζοντας στον:

- α) Αθλητικό τουρισμό λόγω Ολυμπιακών Αγώνων
- β) Τουρισμό αναψυχής υψηλού επιπέδου

Συνοψίζοντας οι χώρες στόχοι είναι:

Χώρες πρώτης προτεραιότητας

- Υπόλοιπη Ελλάδα
- Αγγλία
- Γερμανία, Αυστρία
- Ελβετία, Γαλλία

Χώρες δεύτερης προτεραιότητας

- Η.Π.Α
- Ιαπωνία
- Κίνα
- Ρωσία
- Αραβικές Χώρες

♦ Το Κοινό Στόχος πιο αναλυτικά

- *Κάτοικοι Υπόλοιπης Ελλάδας*
Ηλικίας 25+
Μέσης και Ανώτερης κοινωνικής τάξης
- *Κάτοικοι ξένων χωρών που αναφέρθηκαν ως χώρες στόχοι*
Ηλικίας 25+
Μέσης και Ανώτερης κοινωνικής τάξης

Στα παραπάνω κοινά περιλαμβάνονται και υποομάδες με επιπρόσθετες ανάγκες επικοινωνιακής υποστήριξης (Direct Mails, Συμμετοχή σε εκθέσεις κ.λ.π.) όπως:

- *Στελέχη πολυεθνικών και μεγάλων εταιριών για την προώθηση του επαγγελματικού τουρισμού (Συνεδριακός τουρισμός, ταξίδια incentives)*
- *Οργανωτές Συνεδρίων για την προώθηση συνεδρίων στην Αττική*
- *Tour Operators / Ταξιδιωτικοί Πράκτορες*

♦ Τουριστικά Προϊόντα Προβολής ανάλογα με τη Χώρα

A. Υπόλοιπη Ελλάδα: Shopping, City break (ψυχαγωγία Σαββατοκύριακου), Πολιτιστικός Τουρισμός.

B. Ευρώπη και ειδικότερα
Αγγλία, Γερμανία, Αυστρία,
Ελβετία, Γαλλία: City break, Επαγγελματικός
Τουρισμός, Τουρισμός Αναψυχής, Πολιτιστικός
Τουρισμός, Σχολικός Τουρισμός

Γ. Αμερική, Ιαπωνία, Αραβικές Χώρες, Ρωσία:
Πολιτιστικός Τουρισμός, Αθλητικός
Τουρισμός, Τουρισμός Αναψυχής

♦ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η Στρατηγική που προτείνουμε επικεντρώνεται:

Στις πολλαπλές εναλλακτικές επιλογές που προσφέρει η Αττική στον επισκέπτη της σε συνδυασμό με τις κλιματολογικές συνθήκες

- Ευρωπαϊκή πρωτεύουσα γεμάτη ζωντάνια 24 ώρες το 24ωρο
- Έντονη νυκτερινή ζωή
- Ζωντανή παραλιακή ζώνη
- Αρχαιολογικοί, Πολιτιστικοί χώροι κλπ.

(προβάλλοντας πάντοτε το «Νέο της Πρόσωπο»).

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες 2004 αποτελούν ένα άλλο σημαντικό στοιχείο της προβολής της Αττικής (αναβαθμίζουν την εικόνα της σαν τουριστικό προορισμό / αποτελούν υποστηρικτικό στοιχείο της εξέλιξης της υποδομής της (ξενοδοχεία, δρόμοι, συγκοινωνίες κλπ.). Κρίνεται σκόπιμο το σήμα / λογότυπο της Αθήνας 2004 να υπογράφει όλο το διαφημιστικό υλικό της καμπάνιας.

Υλοποίηση της Στρατηγικής

Integrated Marketing Communication Plan

α) Διαφημιστική καμπάνια η οποία κάνει χρήση όλων των Μέσων (TV, Ραδιόφωνο, Περιοδικό Τύπο, Αφίσες κλπ.)

Μέσα πανευρωπαϊκής κάλυψης αποτελούν μέγιστης σημασίας λόγω εξοικονόμησης κονδυλίου.

β) Δημόσιες Σχέσεις και Προωθητικά Προγράμματα για εξειδικευμένα κοινά (Tour Operators κλπ.). με επιπρόσθετες ανάγκες επικοινωνιακής υποστήριξης.

γ) Internet το οποίο θεωρούμαι ένα από τα πλέον δυνατά Μέσα Επικοινωνίας λόγω της παγκόσμιας κάλυψης του αλλά και της δυναμικής που παρουσιάζει ως Μέσον τα τελευταία χρόνια ειδικότερα στον τομέα «Τουρισμός».

Προτείνουμε επίσης ένα Mini Site

στο site του ΕΟΤ ειδικά για την Αττική.

δ) Συμμετοχή σε εκθέσεις.