

ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΜΙΑ
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ
ΑΡΧΑΙΩΝ ΘΕΑΤΡΩΝ
ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ

Συμβολή του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ στον πολιτιστικό
τουρισμό

Η πολιτιστική διαδρομή, ως επώνυμο τουριστικό προϊόν

- Η πολιτιστική διαδρομή είναι ένα **εξειδικευμένο και επώνυμο τουριστικό προϊόν**, ένα προϊόν πολιτιστικού τουρισμού, το οποίο διαμορφώνεται με βάση ένα συγκεκριμένο **συνεκτικό στοιχείο**.
- Το συνεκτικό στοιχείο-«θέμα» μπορεί να είναι : αρχαιότητες όπως πχ παρεμφερή στοιχεία της ίδιας περιόδου ή διαφόρων περιόδων ή ακόμη και ιστορικές διαδρομές, μύθοι κ.ο.κ.
- Η πρότασή μας αφορά μια πολιτιστική διαδρομή με **συνεκτικό στοιχείο τους αρχαίους χώρους θέασης και ακρόασης μιας περιοχής**, και συγκεκριμένα της ΗΠΕΙΡΟΥ , σε ένα πρώτο τουλάχιστον **πilotικό στάδιο**

Για να βελτιώσει την τουριστική της ζήτηση η Χώρα πρέπει να διαμορφώσει διαδρομές

- Σύμφωνα με την τελευταία στρατηγική μελέτη μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού (εκπόνηση PRC-MRB και THR Ισπανίας, 2007) που ανέθεσε ο ΕΟΤ, η Χώρα πρέπει να στραφεί στη δημιουργία εξειδικευμένων επώνυμων (branded) προϊόντων με **μορφή διαδρομών ή δικτύων**, κάτι που δεν έχει γίνει επαρκώς.
- Στο χώρο του πολιτιστικού τουρισμού δεν υπάρχουν τέτοια προϊόντα από τα δεκάδες, που θα μπορούσαν να οργανωθούν (πχ προϊστορικές αρχαιότητες, κυκλαδικός πολιτισμός, κλασσικά μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι ευρύτερων περιοχών, βυζαντινά μνημεία ευρύτερων περιοχών, παραδοσιακοί οικισμοί συγκεκριμένων αρχιτεκτονικών τύπων ή επί μέρους στοιχεία παραδοσιακής αρχιτεκτονικής κ.ο.κ).

Γιατί δεν υπάρχουν πολιτιστικές διαδρομές;

- Ο λόγος είναι κυρίως η έλλειψη της παρέμβασης ενός **φορέα**, που θ' αναλάβει την οργάνωση αυτή, ενός φορέα είτε ιδιωτικού, δηλ. μιας εταιρείας διαχείρισης του προορισμού (destination management company- DMC), που σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία θα μπορούσε να είναι ένα νόμιμο τουριστικό γραφείο, είτε ενός φορέα του ευρύτερου δημόσιου τομέα, δηλ. **ενός Οργανισμού διαχείρισης του προορισμού** (destination management organization- **DMO**)., που θα μπορούσε να είναι μια αναπτυξιακή εταιρεία και οποιοσδήποτε άλλος δημόσιος ή ιδιωτικός μη κερδοσκοπικός φορέας. Χωρίς την ανάμειξη ενός DMO, η απαιτούμενη οργάνωση δεν είναι δυνατή, καθώς ελάχιστες είναι οι περιπτώσεις που ιδιωτικοί φορείς- DMC αναλαμβάνουν τη σχετική επένδυση και τον επιχειρηματικό κίνδυνο.

Απαιτήσεις μιας διαδρομής

- Ένα εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν , όπως η πολιτιστική διαδρομή, **προϋποθέτει οργάνωση και τοποθέτησή του στη Αγορά**, κάτι που φυσικά δεν κάνει το Υπ.Πολιτισμού, αλλά ούτε ο ΕΟΤ.
- Πριν από αυτά, προϋποθέτει επιλογή του συνεκτικού στοιχείου, των χώρων επίσκεψης, τεκμηρίωση, που να διευκολύνει όχι μόνο τις ξεναγήσεις αλλά και τη δημιουργία έντυπου και ηλεκτρονικού πληροφοριακού υλικού και οργάνωση των επισκέψεων μέσα στους χώρους

Απαιτήσεις μιας διαδρομής (2)

- Η **τεκμηρίωση** είναι πολύ σημαντική, αν λάβουμε υπόψη, ότι η τουριστική πελατεία μιας διαδρομής δεν είναι συνήθως – ή δεν είναι μόνο- το λεγόμενο **γενικό κοινό**, αλλά και **άτομα με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα** πχ αρχαιολόγοι, ιστορικοί, κλπ
- Η τοποθέτηση της διαδρομής, ως εξειδικευμένου προϊόντος πολιτιστικού τουρισμού, στην Αγορά εσωτερικού και εισερχόμενου τουρισμού γίνεται από **τουριστικά γραφεία**, που εξάλλου οργανώνουν και τις αναγκαίες μετακινήσεις, κλείνουν διανυκτερεύσεις, γεύματα κλπ και που προσφέρουν το προϊόν σε ολοκληρωμένη μορφή και το προβάλλουν κατάλληλα.

Η πρόταση του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ

- Η πρόταση του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ είναι να αναλάβει τη διαμόρφωση μιας τέτοιας διαδρομής στην Ήπειρο. Θα επιλέξει δηλαδή ένα «δρομολόγιο», μια σύνθεση της επίσκεψης αρχαίων θεάτρων, θα εξασφαλίσει την τεκμηρίωση, θα λάβει τις αναγκαίες άδειες, θα επιλέξει τα άτομα, που θα ξεναγούν σε κάθε χώρο, και γενικά θα καταρτίσει **το μη τουριστικό** τμήμα του προγράμματος των επισκέψεων.
- Το καθαρά **τουριστικό πακέτο** (τοποθέτηση της διαδρομής στην Αγορά) εκφεύγει των σκοπών και της εμπειρίας του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ

Το τουριστικό τμήμα της διαδρομής

- Είναι προφανές ότι το ΔΙΑΖΩΜΑ δεν μπορεί να οργανώσει το τουριστικό (εμπορικό) πακέτο της διαδρομής, δηλ να εξασφαλίσει τις τουριστικές υπηρεσίες (τουριστικά λεωφορεία, ξενοδοχεία, εστίαση κλπ) ούτε να υπεισέλθει στο χρονικό πρόγραμμα της περιήγησης (πχ μία ημέρα ή περισσότερες), με μόνη εξαίρεση τα ωράρια των επισκέψεων, που θα είναι συγκεκριμένα και συμφωνημένα με την τοπική εφορεία. Κατά συνέπεια, το **τουριστικό πακέτο** θα το αναλάβει ένα ή περισσότερα τουριστικά γραφεία.

Για ένα επώνυμο (branded) προϊόν

- Θα πρέπει να διευκρινίσουμε εξ αρχής, ότι το οποιοδήποτε τουριστικό γραφείο (κατά την ελληνική νομοθεσία μόνο τα νόμιμα τουριστικά γραφεία μπορούν να οργανώνουν εκδρομές και περιηγήσεις σε εμπορική βάση Ν.393/76 άρθρ.1) θα μπορούσε να έχει οργανώσει ή να οργανώσει οποτεδήποτε στο μέλλον μια τέτοια διαδρομή. Όμως, αφενός αυτό δεν έχει συμβεί, και αφετέρου το ζητούμενο δεν είναι να οργανωθεί απλά μια εκδρομή τουριστικού γραφείου, αλλά ένα «επώνυμο (branded) τουριστικό προϊόν», που να χαρακτηρίζεται από ποιότητα, και μάλιστα με την εγγύηση ενός πολιτιστικού φορέα, όπως το ΔΙΑΖΩΜΑ, που θα του προσδίδει «προστιθέμενη αξία» και θα λειτουργεί ως παράγοντας ποιότητας στη συνείδηση του δυνητικού τουρίστα.

Τελικά προτείνουμε στην Περιφέρεια



- Να επεξεργαστούμε και να οργανώσουμε μαζί ένα επώνυμο ποιοτικό προϊόν πολιτιστικού τουρισμού, με συνεκτικό στοιχείο τα αρχαία θέατρα της Ηπείρου!
- Να αναλάβουμε **ΜΑΖΙ** το ενδιαφέρον αυτό εγχείρημα!

Γιατί στην Ήπειρο;

- Θα πρέπει εξ αρχής να σημειωθεί ότι το εγχείρημα της διαμόρφωσης μιας τέτοιας διαδρομής στην Ήπειρο, δηλ. σε μια μη ιδιαίτερα τουριστική περιφέρεια της Χώρας (παρά την ύπαρξη σημαντικών τουριστικών πυρήνων στα παράλια) δεν είναι εύκολο, διότι **δεν υπάρχει «έτοιμη» τουριστική πελατεία-μαγιά στα μεγέθη**, που υπάρχει σε άλλες περιοχές όπως πχ θα μπορούσε να υπάρχει στην Αττική, στην Κρήτη κλπ τουριστικές περιοχές. Αυτό, όμως, καθιστά το εγχείρημα πιο σημαντικό και πρωτότυπο για την περιοχή.

Σε ποια πελατεία στοχεύουμε;

- Η αναμενόμενη τα πρώτα χρόνια **τουριστική πελατεία**, προς την οποία και θα πρέπει να στραφεί το στοχευμένο μάρκετινγκ της διαδρομής, είναι **εσωτερική κυρίως, αλλά, και σε μικρότερα μεγέθη, εισερχόμενη**: άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και πολιτιστικά ενδιαφέροντα, είτε από το γενικό κοινό είτε ανάμεσα στους ειδικούς επιστήμονες πχ ιστορικούς, αρχαιολόγους, αρχιτέκτονες, αλλά και θεατρολόγους, σκηνοθέτες, ηθοποιούς κλπ

Εργασίες του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ για το μη τουριστικό τμήμα

- Ενεργοποίηση αρμόδιων κρατικών φορέων και συμφωνία με αυτούς (αρμόδιες εφορείες, Περιφέρεια, ΕΟΤ)
- Οργάνωση και υλοποίηση της τεκμηρίωσης, που θ' αποτελέσει τη βάση για το ενημερωτικό υλικό (έντυπο και ηλεκτρονικό) και τις ξεναγήσεις.
- Εξασφάλιση δυνατότητας επισκέψεων των τουριστών στα αρχαία θέατρα, που συμμετέχουν στη διαδρομή, καθορισμός ημερών και ωραρίων και επιλογή ατόμων που θα πραγματοποιούν την ξενάγηση

Εργασίες του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ για το μη τουριστικό τμήμα (2)

- Έλεγχος της ποιότητας της υλοποίησης των περιηγήσεων της διαδρομής (προδιαγραφές για τουριστικά γραφεία).
- Έλεγχος του μάρκετινγκ της διαδρομής από τη σκοπιά της ποιότητας,
- Εφαρμογή ηλεκτρονικής ξενάγησης μέσω κινητών τηλεφώνων κλπ εν καιρώ
- Συνεννόηση με τον ΕΟΤ και την Περιφέρεια για το στοχευμένο μάρκετινγκ της διαδρομής
- Ετήσια επιμόρφωση επαγγελματιών ξεναγών της Ηπείρου στο περιεχόμενο της ξενάγησης των αρχαίων θεάτρων, εφόσον το δεχθεί και το ΥΠΟΤ

Ο φάκελος της διαδρομής

- Οι εργασίες , που θ' αναλάβει το ΔΙΑΖΩΜΑ, αποτελούν ένα **ολοκληρωμένο έργο**-«φάκελο», που θα καταθέσει το ΔΙΑΖΩΜΑ στην Περιφέρεια.
- Το ΔΙΑΖΩΜΑ θα διατηρήσει ασφαλώς τα **πνευματικά δικαιώματα** των δικών του εργασιών, πράγμα που θα σημειώνεται στο σχετικό ενημερωτικό υλικό.

Η τοποθέτηση της διαδρομής στην Αγορά

- Με την ολοκλήρωση του φακέλου θα πρέπει να αντιμετωπιστεί το πρακτικό πρόβλημα της υλοποίησης της περιήγησης, δηλ. της **τοποθέτησής της στην Αγορά**
- Το ΔΙΑΖΩΜΑ δεν μπορεί να συμβληθεί με τουριστικά γραφεία, έχει, όμως., συμφέρον, το συγκεκριμένο προϊόν να είναι υψηλού ποιοτικού επιπέδου, γι αυτό μπορεί **να καταρτίσει συγκεκριμένες προϋποθέσεις** για την πραγματοποίηση της διαδρομής εκ μέρους ενός ή περισσότερων γραφείων.

Γι αυτό προτείνουμε :

- Να αναλάβει η Περιφέρεια τη σχέση με τα τουριστικά γραφεία. Η Περιφέρεια θα πρέπει, στην περίπτωση αυτή, να καλέσει τα τουριστικά γραφεία να εκδηλώσουν το ενδιαφέρον τους, θέτοντας τους όρους (στους οποίους θα συμπεριλαμβάνονται και οι ποιοτικοί όροι και τα πνευματικά δικαιώματα του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ) και εξασφαλίζοντας, εφόσον καταστεί δυνατό, ένα ποσοστό της τελικής τιμής των πακέτων, που θα διατίθεται για τη συντήρηση των οικείων χώρων. Στην περίπτωση αυτή, τη σύμβαση ή συμβάσεις με τα τουριστικά γραφεία θα καταρτίσει η Περιφέρεια.

Περιηγήσεις ποιοτικά άρτιες

- Η συνεργασία Περιφέρειας και ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ θα πρέπει να εξασφαλίσει, ότι οι περιηγήσεις θα είναι **ποιοτικά άρτιες** (ως «άρτιες» δεν νοούνται κατ' ανάγκην οι «πολυτελείς») και θα συγκεντρώνουν εκ των προτέρων πιθανότητες επιτυχίας, ότι δηλαδή :
- Θα υπάρχει πραγματική δικτύωση με Τ.Ος και τουριστικά γραφεία, που διακινούν πολιτιστικό τουρισμό και γενικά τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων στην Ελλάδα και το Εξωτερικό (archeology Τ.Ος, classical tours Τ.Ος κλπ)
- Ότι οι καθαρά τουριστικές υπηρεσίες θα είναι άρτιες (η προϋπόθεση αυτή περιλαμβάνει μια μακροσκελή σειρά άλλων, που μπορεί να αναλυθεί στις επί μέρους τουριστικές υπηρεσίες)