

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

M.B.A IN TOURISM MANAGEMENT

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η Συμβολή των Πολιτιστικών Φορέων στην τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας»

ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΛΙΩΚΗΣ, ΔΕΜΤ 1212

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Π. ΑΡΤΙΚΗΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, ΜΑΪΟΣ 2014



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού: MBA-Tourism Management» με τίτλο:

«Η συμβολή των πολιτιστικών φορέων στην τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας»
έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας: 

Όνοματεπώνυμο: Αλέξανδρος Λιώκης

Ημερομηνία: 23/10/2014

Η Συμβολή των Πολιτιστικών Φορέων στην τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας

Σημαντικοί όροι: Πολιτιστικός τουρισμός, πολιτιστική κληρονομιά, τουριστική ανάπτυξη, αστική ανάπτυξη.

Περίληψη

Ο πολιτιστικός τουρισμός εδραιώνει την παρουσία του στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, η παγκόσμια ζήτηση του πολιτιστικού προϊόντος αυξάνεται, ενώ ολοένα και περισσότερες πόλεις επενδύουν στην ανάπτυξη πολιτιστικών υποδομών και την διεξαγωγή πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς απήχησης για την προσέλκυση μεγαλύτερων τμημάτων της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Η παρούσα εργασία προσπαθεί με θεωρητικά εργαλεία και πραγματικά παραδείγματα να δείξει την αλληλεξάρτηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος και του πολιτιστικού προϊόντος και την άμεση και έμμεση επίδραση και συνεισφορά του πολιτισμού στην οικονομική και τουριστική ανάπτυξη.

Η μεθοδολογική προσέγγιση χρησιμοποίησε τη συλλογή στοιχείων από ελληνική και ξένη βιβλιογραφία επιχειρώντας να καταδείξει την ισχυρή επίδραση του πολιτιστικού προϊόντος στην οικονομική ενίσχυση και ανάπτυξη. Σε πρώτο στάδιο παρουσιάζεται με ποσοτικά κυρίως δεδομένα η διαχρονική εξάρτηση της ελληνικής οικονομίας από τον τουρισμό και την εισροή τουριστικού συναλλάγματος, ενώ καταγράφεται και συνοπτικά η τάση για δυναμική ανάπτυξη και ενίσχυση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος την προσηχή δεκαετία.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται πιο αναλυτικά το φαινόμενο του πολιτιστικού τουρισμού και περιγράφονται οι διάφορες υποκατηγορίες του, ενώ γίνεται αναφορά στη σημασία του για την Ελληνική οικονομία και στην αλληλεπίδρασή του με το τουριστικό προϊόν.

Ακολουθεί θεωρητική ανάλυση των οικονομικών και γενικότερων οφελών που παρουσιάζει ο πολιτισμός για τον τουρισμό και την οικονομία, ενώ παρουσιάζονται και πραγματικά παραδείγματα πόλεων που εμφάνισαν εντυπωσιακά αποτελέσματα και ανάπτυξη στηριζόμενες στη σταδιακή αύξηση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων και επενδύσεων στον τομέα του πολιτισμού. Γίνεται εκτενής αναφορά στην πόλη της Αθήνας και σε επενδύσεις σε νέα πολιτιστικά έργα που αναμένεται να επιφέρουν μεγάλες βελτιώσεις στο προσφερόμενο προϊόν της πόλης. Εν συνεχεία παρουσιάζονται τα βασικά συμπεράσματα και κάποιες δικές μου προτάσεις για τη βελτίωση του πολιτιστικού προϊόντος.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους συνέβαλαν με την καθοδήγησή, τις συμβουλές και πληροφορίες τους στην εκπόνηση αυτής της διπλωματικής εργασίας. Πρώτα απ'όλους τους γονείς μου. Στη συνέχεια ευχαριστώ τον Κο Αρτίκη για το ειλικρινές ενδιαφέρον και την άμεση απόκριση στις απορίες μου. Ευχαριστώ τον Κο Καραχάλιο, προϊστάμενο του τμήματος πολιτισμού του Οργανισμού πολιτισμού, αθλητισμού και νεολαίας του Δήμου Αθηναίων για τις πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες του πολιτιστικού οργανισμού και για την καθοδήγησή του. Τέλος ευχαριστώ πολύ τις κυρίες Δήμητρα Κονδύλη και Όλγα Τσακιρίδη του Εθνικού κέντρου κοινωνικών ερευνών για την παροχή υποστηρικτικών πρωτογενών δεδομένων αναφορικά με τις πολιτιστικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται ή έχουν πραγματοποιηθεί στην Ελλάδα και για την διάθεση χρήσιμου υλικού.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	2
Ευχαριστίες.....	3
Κατάσταση πινάκων.....	6
Κατάσταση διαγραμμάτων.....	7
Κεφάλαιο 1 ^ο : Εισαγωγή.....	8
Κεφάλαιο 2 ^ο :Ελληνική οικονομία και τουρισμός.....	10
2.1 Ο τουρισμός στην Ελλάδα διαχρονικά και η συμβολή του στην οικονομία... 10	
2.2 Βασικά χαρακτηριστικά του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....	13
2.3 Τάσεις στον τουριστικό κλάδο.....	18
Κεφάλαιο 3 ^ο Το φαινόμενο του πολιτιστικού τουρισμού-Πολιτιστικός τουρισμός και διαχείριση πολιτιστικής κληρονομιάς.....	23
3.1 Το φαινόμενο του πολιτιστικού τουρισμού.....	23
3.2 Κατηγορίες Πολιτιστικού τουρισμού.....	26
3.2.1 Τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς.....	26
3.2.2 Θεματικές διαδρομές.....	28
3.2.3 Ο τουρισμός πόλης.....	29
3.2.4 Τουρισμός παράδοσης και εθνοτικός τουρισμός.....	31
3.2.5 Θρησκευτικός τουρισμός- Προσκυνηματικές διαδρομές.....	32
3.2.6 Τουρισμός φεστιβάλ και εκδηλώσεων.....	33
3.2.7 Δημιουργική κουλτούρα-Δημιουργικός τουρισμός.....	34
3.3 Η σημασία του Πολιτιστικού τουρισμού για την Ελλάδα.....	35
3.4 Το προφίλ των πολιτιστικών τουριστών.....	38
3.5 Η δυναμική αλληλεπίδραση μεταξύ τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς	42
Κεφάλαιο 4 ^ο Πολιτιστικός Τουρισμός και τουριστική ανάπτυξη. Οικονομικά οφέλη και ανάπτυξη μέσω πολιτιστικού τουρισμού.....	46
4.1 Η συμβολή του πολιτισμού, των πολιτιστικών δραστηριοτήτων και της πολιτιστικής κληρονομιάς στην τουριστική ανάπτυξη και στην αστική ανάπτυξη	46
4.2 Case study: Η περίπτωση της Βαρκελώνης. Πώς η ανάπτυξη πολιτιστικών υποδομών ώθησε στην οικονομική και τουριστική ανάκαμψη την πόλη.....	59

4.3 Δημιουργία εισοδήματος από την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων	64
Κεφάλαιο 5^ο Οικονομικά οφέλη, δημιουργία εισοδήματος και αστική ανάπτυξη από την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα	70
5.1 Πολιτιστικοί χώροι μεγάλης επισκεψιμότητας και εσόδων	70
5.2 Νέα έργα και πολιτιστικές δράσεις-πρωτοβουλίες που αναμένεται να αναβαθμίσουν την εικόνα της Ελλάδας και να αποφέρουν έσοδα	75
5.2.1 Κέντρο Πολιτισμού Νιάρχος(ΚΠΙΣΝ)	75
5.2.2 ΕΜΣΤ(Εθνικό μουσείο σύγχρονης τέχνης)	79
5.2.3 Rethink Athens- Η Αθήνα στο κέντρο	81
Κεφάλαιο 6^ο Συμπεράσματα και Προτάσεις	85
Βιβλιογραφία	88
Ελληνική Βιβλιογραφία	88
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία	89

Κατάσταση πινάκων

Σελίδα

Πίνακας 1: Η ανάπτυξη του τουρισμού τα επόμενα χρόνια με βάση την ανάλυση όλων των κύριων προϊόντων και αγορών	Σελ 18
Πίνακας 2: Πλαίσιο για την ταξινόμηση των τόπων και των πολιτιστικών τους προϊόντων	Σελ 52
Πίνακας 3: Ταξινόμηση Ευρωπαϊκών πόλεων σύμφωνα με το πλαίσιο ταξινόμησης του πίνακα 2	Σελ 53
Πίνακας 4: Εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων(ΕΙΑ)	Σελ 62
Πίνακας 5: Οικονομική ανάλυση αποτυπώματος	Σελ 63
Πίνακας 6: Ενδεχόμενη αποτίμηση	Σελ 63
Πίνακας 7: Κοινωνική απόδοση της επένδυσης	Σελ 64
Πίνακας 8: Μεμονωμένοι επισκέπτες των 10 πρώτων χωρών σε επισκέψεις στο Μουσείο της Ακρόπολης(Ιούνιος 2012-Μάϊος 2013)	Σελ 67
Πίνακας 9: Επισκέπτες μουσείων και αρχαιολογικών χώρων και συνολικές εισπράξεις : 2011, 2012 και Ιανουάριος – Νοέμβριος 2012, 2013	Σελ 68

Κατάσταση διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία	Σελ 9
Διάγραμμα 2: Ποσοστό(%) άμεσης & έμμεσης συνεισφοράς τουρισμού στο συνολικό ΑΕΠ του 2012 και πρόβλεψη για 2023	Σελ 15
Διάγραμμα 3: Ο πολιτισμός ως τουριστικό προϊόν	Σελ 32
Διάγραμμα 4: Τυπολογία πολιτιστικών τουριστών	Σελ 38
Διάγραμμα 5: Το μοντέλο της στήριξης των κατοίκων στην τουριστική ανάπτυξη.	Σελ 53

Κεφάλαιο 1^ο : Εισαγωγή

Τα ιστορικά μνημεία, οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μουσεία και γενικότερα κάθε πολιτιστικό κληροδότημα που εσωκλείει στοιχεία από το παρελθόν και την κουλτούρα του εκάστοτε πολιτισμού, αποτελεί αδιαμφισβήτητα ένα ισχυρό κίνητρο για την προσέλκυση ενδιαφέροντος και για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού.

Την τελευταία δεκαετία, ο πολιτιστικός τουρισμός έχει θεωρηθεί ένας από τους σημαντικότερους τομείς ανάπτυξης του τουρισμού στην Ευρώπη και θεωρείται ολοένα και περισσότερο ως ένας σημαντικός τομέας της ανάπτυξης και διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος από τους τουριστικούς προορισμούς. Η αυξανόμενη επιθυμία για «ποιοτικό τουρισμό», η ανάγκη να βρεθούν πόροι για τη στήριξη του πολιτισμού και την άμεση διαθεσιμότητα των πολιτιστικών πόρων καθιστούν τον τομέα του πολιτισμού μια πολύ ελκυστική επιλογή τουρισμού τόσο για τις αστικές, όσο και για τις περιφερειακές περιοχές. Παρ' όλη την ανάπτυξη του τομέα τα τελευταία χρόνια, δεν υπάρχει ακόμα έντονη κατανόηση της έννοιας του πολιτιστικού τουρισμού και εις βάθος πληροφόρηση για την πολιτιστική τουριστική αγορά.¹

Στη σύγχρονη οικονομία, οι πολιτιστικοί φορείς και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις αποτελούν πλέον απαραίτητα συστατικά τόσο για την ενίσχυση της κοινωνίας της γνώσης, όσο και για την οικονομική σταθερότητα και ανάπτυξη. Σε κοινωνικό επίπεδο, τα βασικά οφέλη είναι η ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και η ενσωμάτωση διαφορετικών κοινωνικών ομάδων, η ανάπτυξη πολιτιστικής πολυμορφίας, η διευκόλυνση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας, αλλά και η ενίσχυση της εθνικής ταυτότητας. Σε οικονομικό επίπεδο τα τελευταία χρόνια έχει γίνει κατανοητό ότι οι πολιτιστικές βιομηχανίες έχουν επιπτώσεις στο ΑΕΠ και στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, καθώς και στην αύξηση της απασχόλησης, ενώ βελτιώνουν το ισοζύγιο εξωτερικών πληρωμών και την ανταγωνιστικότητα της χώρας και συμβάλλουν στην αναγέννηση και το branding δημιουργικών πόλεων, αλλά και στην προσέλκυση επιχειρήσεων και επενδύσεων. Πολλοί συγγραφείς αναγνωρίζουν τις σημαντικές επιπτώσεις που

¹ European Cultural Tourism: A view from Barcelona, Greg Richards, 2004, σελ 1

έχει η λειτουργία των πολιτιστικών βιομηχανιών για την κοινωνία, καθώς εισάγει ένα νέο πρότυπο οικονομικής ανάπτυξης, ενώ θεωρούνται από τους οικονομικούς τομείς που αναμένεται να έχει δυναμική μελλοντική ανάπτυξη, έχοντας κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη μιας δημιουργικής οικονομίας.²

Στην παρούσα διπλωματική εργασία γίνεται μια προσπάθεια περιγραφής της συμβολής του τουριστικού και ειδικά του πολιτιστικού προϊόντος στην ανάπτυξη της οικονομίας, ενώ αναλύεται διεξοδικά ή έννοια του πολιτιστικού τουρισμού και του πολιτιστικού προϊόντος. Επιπλέον τονίζεται η σημασία τους για την οικονομική και τουριστική ανάπτυξη και την ανοικοδόμηση των πόλεων, ενώ δίνονται παραδείγματα πολιτιστικής πολιτικής που απέφεραν θετικά αποτελέσματα στην οικονομία ολόκληρων περιοχών και πόλεων, προωθώντας την οικονομική ανάπτυξη μέσω του πολιτιστικού τομέα.

Αξίζει να τονιστεί το γεγονός ότι δεν έχει υπάρξει αναλυτική καταμέτρηση των οφελών που προκύπτουν από το σύνολο των πολιτιστικών αξιοθέατων της Ελλάδας και ειδικότερα μια προσπάθεια «κεφαλαιοποίησης» του πολιτιστικού μας προϊόντος και του οικονομικού του αποτυπώματος στην Ελληνική οικονομία, κάτι που ίσως είναι απαραίτητο για την ανάδειξη της πραγματικής σημασίας που έχει ο πολιτισμός και η πολιτιστική μας κληρονομιά για την οικονομία και την κοινωνία μας, αλλά και για τον αποδοτικότερο και ορθολογικότερο σχεδιασμό της πολιτιστικής πολιτικής σε εθνικό και τοπικό επίπεδο.

² Measuring the economic contribution of cultural industries, A review and assessment of current methodological approaches, UNESCO framework for cultural statistics handbook, 2009

Κεφάλαιο 2^ο :Ελληνική οικονομία και τουρισμός

2.1 Ο τουρισμός στην Ελλάδα διαχρονικά και η συμβολή του στην οικονομία

Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι δεδομένη. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό περιβάλλον είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τη χώρα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως³. Η εξέλιξη και καταγραφή των αφίξεων και των εσόδων που προέρχονται από τον τουρισμό επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό το Ακαθάριστο Εθνικό προϊόν της Ελλάδας αλλά και την απασχόληση και την περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας. Το πρότυπο της διεθνούς τουριστικής ζήτησης σε συνδυασμό με το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν που παρείχε η Ελλάδα το οποίο βασιζόταν στο μοντέλο των 3s, είχαν ως αποτέλεσμα την μονοδιάστατη προσαρμογή της προσφοράς του Ελληνικού τουρισμού, πράγμα που οδήγησε και στην εξάρτησή του από μεγάλους tour operators του εξωτερικού, καθώς και από συγκεκριμένες Ευρωπαϊκές αγορές(πχ Γερμανία, Αγγλία).

Ο τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην εισροή συναλλάγματος και στη μείωση του ελλείμματος του Ισοζυγίου Πληρωμών. Τα τελευταία 30 χρόνια ο τουριστικός τομέας αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης, δημιουργίας εισοδήματος και απασχόλησης. Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά πάνω από 15%, ενώ κατά περιόδους έχει ξεπεράσει το 18%. Περίπου 1 στους 5 κατοίκους απασχολείται στον τουρισμό, στοιχείο που μας δείχνει τη σημασία του για την αντιμετώπιση της κρίσης μέσω της αύξησης της απασχόλησης και την ανάγκη για μεγαλύτερη έμφαση και μακροχρόνια στρατηγική.⁴ Επίσης, είναι ιδιαίτερα σημαντική η συμβολή του τουρισμού στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, καθώς κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου παρατηρείται αύξηση του πληθυσμού στις περιοχές με υψηλή τουριστική ζήτηση.

³ Έκθεση IOBE, 2012

⁴ Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2009, Η σημασία του τουρισμού για την Ελληνική οικονομία

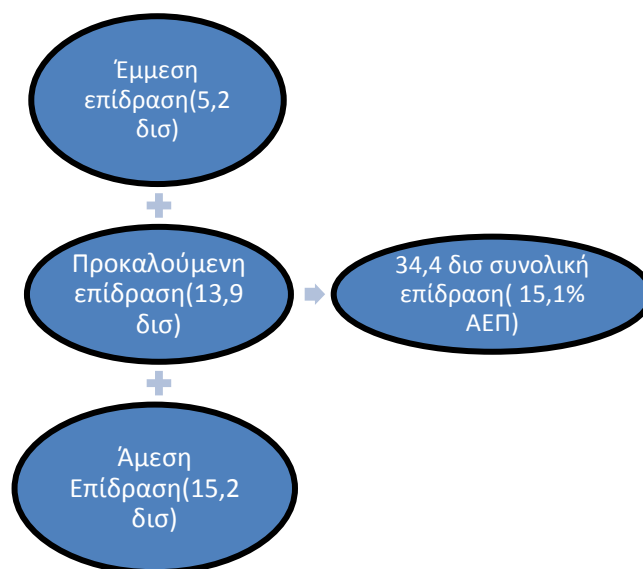
Με βάση το Σύνθετο Δείκτη Ευημερίας και Ανάπτυξης(ΣΔΕΑ) ο οποίος συνεκτιμά τους επιμέρους παράγοντες που καθορίζουν την αναπτυξιακή ταυτότητα μιας περιοχής, οι νομοί στους οποίους παρατηρείται υψηλή τουριστική ζήτηση κατατάσσονται σε υψηλές θέσεις με βάση τον ΣΔΕΑ αποδεικνύοντας με αυτόν τον τρόπο τη σημασία του τουρισμού για τη γενικότερη κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη ενός προορισμού.

Η αξιοποίηση των τουριστικών πόρων που διαθέτει η επαρχία έχει συνδράμει στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μεγάλου αριθμού περιφερειακών, κυρίως νησιωτικών και παραθαλάσσιων περιοχών. Ο τουρισμός συμβάλλει στη συγκρότηση του πληθυσμού της περιφέρειας, αλλά και στην μετακίνηση σε αυτήν από τα αστικά κέντρα κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου, καθώς δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας τόσο στις τουριστικές μονάδες, όσο και στις λοιπές παραγωγικές και εμπορικές δραστηριότητες που δρουν συμπληρωματικά στο τουριστικό κύκλωμα.⁵ Από την δημογραφική εξέλιξη των περιφερειών του ελλαδικού χώρου αποδεικνύεται έμπρακτα ότι στις ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές, όχι μόνο συγκρατείται ο πληθυσμός τους, αλλά αυξάνεται και ο αριθμός εποχιακών εργατών από την υπόλοιπη χώρα. Η Ελλάδα, λόγω της γεωγραφικής και ιστορικής της θέσης διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των βασικών της ανταγωνιστών, τα οποία πρέπει να αξιοποιήσει για να επιτύχει βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της. Ειδικότερα στον κλάδο του τουρισμού υπάρχουν έντονες προϋποθέσεις για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της Ελληνικής οικονομίας. Ο ανταγωνισμός για την προσέλκυση τουριστών και την αύξηση των εσόδων εντείνεται σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς νέοι τουριστικοί προορισμοί εισέρχονται στη διεθνή αγορά. Δεδομένου ότι η Ελλάδα θεωρείται ένας ώριμος τουριστικά προορισμός πρέπει να ακολουθηθεί μια αναπτυξιακή στρατηγική που να ανταποκρίνεται στις παγκόσμιες απαιτήσεις. Με την κατάλληλη πολιτική και τη δημιουργία ποιοτικών υποδομών και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι πιο πιθανό να αντιμετωπιστεί μια μελλοντική κάμψη του ρυθμού αύξησης των αφίξεων και να

⁵ Μελέτη Equal, 2006, Τουριστική οικονομική και Ελληνική τουριστική οικονομία

αντισταθμιστεί με αυξημένα τουριστικά έσοδα .⁶Το νέο αναπτυξιακό μοντέλο του τουρισμού βασίζεται στην ανάλυση όλων των κύριων προϊόντων και αγορών και εστιάζει στην δημιουργία 6 κύριων κατηγοριών τουριστικών προϊόντων, 2 υποστηρικτικών και 4 εξειδικευμένων κατηγοριών. Για κάθε κατηγορία προϊόντος θα υπάρχει η αντίστοιχη στρατηγική προϊόντος, στρατηγική αγοράς, στρατηγική ανά κατηγορία επισκεπτών, στρατηγική υποδομών (υλικών και άυλων και κατάλληλου επιχειρηματικού περιβάλλοντος) και η κατάλληλη στρατηγική προώθησης του προϊόντος.⁷

Η συγχώνευση των Υπουργείων Πολιτισμού και Τουριστικής Ανάπτυξης σε ένα, βάσει της νέας οργανωτικής δομής που προωθήθηκε το 2009 αναγνωρίζει τις συνέργιες που υπάρχουν μεταξύ των δύο κλάδων και τη σημασία του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς στην ποιοτική διαφοροποίηση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος.



Διάγραμμα 1:Επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία

ΠΗΓΗ: ΙΟΒΕ 2010

⁶ Eurobank research, Οικονομία και αγορές, Τεύχος 8, 25/10/2006

⁷ 12^ο Συνέδριο ΣΕΤΕ-«Τουρισμός & Ανάπτυξη»

Η συνεισφορά του τουριστικού τομέα στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα, αναδεικνύει την ισχυρή δυναμική που έχει ο κλάδος για την βελτίωση της συνολικής οικονομικής θέσης της χώρας. Ο τουρισμός μπορεί να γίνει ο βασικός μοχλός ανάκαμψης της πραγματικής οικονομίας εντασσόμενος σε ένα γενικότερο πλαίσιο στρατηγικού σχεδιασμού του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων. Είναι επομένως σημαντικό να δοθεί έμφαση τα επόμενα χρόνια σε ανεκμετάλλετους έως τώρα πόρους και δραστηριότητες που μπορούν να ενισχύσουν τις αφίξεις και τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό.

Το σημερινό χαρτοφυλάκιο προϊόντων που προσφέρει ο Ελληνικός τουρισμός περιλαμβάνει τα εξής 8 προϊόντα: «ήλιος και θάλασσα», θαλάσσιος τουρισμός, περιηγητικός τουρισμός, τουρισμός ευεξίας, city break, οικοτουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός και συνεδριακός τουρισμός.⁸

2.2 Βασικά χαρακτηριστικά του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Το συνολικό τουριστικό προϊόν μιας χώρας αποτελείται από τα εξής βασικά χαρακτηριστικά⁹: 1) **Τα θέλγητρα του τόπου προορισμού**, που μπορεί να είναι φυσικά (τοπίο, ακτές), κατασκευασμένα (ιστορικές πόλεις), πολιτιστικά (μουσεία, θέατρα) ή κοινωνικά (τρόπος ζωής). Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι η χώρα μας κατέχει την 9η θέση σε αριθμό μνημείων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς και την 23^η θέση σε μνημεία παγκόσμιας φυσικής κληρονομιάς¹⁰. Η Ελλάδα διαθέτει αρχαιολογικούς χώρους, μοναστηριακά συγκροτήματα και άλλα αξιοθέατα που βρίσκονται στην λίστα με τα μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO, καθιστώντας την έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς πολιτισμού παγκοσμίως.

2) **Οι διευκολύνσεις του τόπου προορισμού**, ώστε οι τουρίστες να απολαμβάνουν τα θέλγητρά του. Τα καταλύματα, τα εστιατόρια, τα μαγαζιά, τα μέσα μεταφοράς κλπ αποτελούν διευκολύνσεις του τόπου προορισμού. Σύμφωνα με την αναφορά για την τουριστική και ταξιδιωτική ανταγωνιστικότητα του 2013 (WEF), η Ελλάδα διαθέτει από τις καλύτερες τουριστικές υποδομές παγκοσμίως

⁸ Έκθεση ΣΕΤΕ, 2010, σελ 66

⁹ Λαγός Δ. (2005), *Τουριστική Οικονομική*, σελ. 112

¹⁰ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009, World Economic Forum

(3^η θέση από τις 140 χώρες) ενώ βελτιωμένη βαθμολογία έχει και στις μεταφορές εδάφους και στις τεχνολογίες πληροφοριακών συστημάτων. 3) **Η προσπελασιμότητα του τόπου**, η οποία σχετίζεται με το πόσο εύκολα, γρήγορα και οικονομικά μπορεί να φτάσει ο τουρίστας στον προορισμό του. Είναι επομένως θέμα συγκοινωνιακής υποδομής και συγκοινωνιακής τεχνολογίας. Τα τελευταία χρόνια, παρά τις δυσκολίες που παρουσιάζει μορφολογικά το έδαφος της Ελλάδας, το συγκοινωνιακό δίκτυο της χώρας έχει εκσυγχρονιστεί βοηθώντας στην ασφαλή και γρήγορη μετακίνηση στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Επιπλέον στις υποδομές εναέριων μεταφορών η Ελλάδα βρίσκεται στην 20^ή θέση παγκοσμίως.(WER 2013)

Ο εκσυγχρονισμός της συγκοινωνιακής υποδομής αναμένεται να συνεισφέρει σε επιπλέον έσοδα για την ελληνική οικονομία μέσω της επενέργειας του πολλαπλασιαστή και του επιταχυντή επενδύσεων. Επιπλέον αναμένεται να παρουσιαστεί αυξημένη τουριστική ανάπτυξη και τουριστική κίνηση στις νέες μορφές τουρισμού καθώς θα μπορέσουν να αξιοποιηθούν περιοχές με έντονη τουριστική δυναμική, αλλά με χαμηλή επισκεψιμότητα. Μεγάλα έργα προς αυτή την κατεύθυνση έχουν αποτελέσει η καλωδιακή γέφυρα Ρίου – Αντιρρίου, η Εγνατία Οδός, ο οδικός άξονας Π.Α.Θ.Ε., η Αττική Οδός, οι βελτιωτικές εργασίες στο λιμάνι του Πειραιά και της Ραφήνας και ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών¹¹. 4) **Η εικόνα του τόπου προορισμού**, που εκφράζει τις παραστάσεις που διαμορφώνουν οι τουρίστες σχετικά με το τι θα δουν και θα κάνουν εκεί που θα πάνε. Οι εικόνες που διαμορφώνουν οι άνθρωποι αναφορικά με τους ποικίλους τουριστικούς προορισμούς, όταν εκτιμηθούν, αξιολογηθούν και συνδυαστούν με άλλους παράγοντες οδηγούν στη λήψη της ταξιδιωτικής απόφασης. Αυτή τη στιγμή γίνεται προσπάθεια συμπλήρωσης της κλασικής εικόνας που έχει μεγάλο μέρος του εισερχόμενου τουρισμού που αφορά στην εικόνα των 3s(sun,sea,sex) Τέλος, 5) **η τιμή του τουριστικού προϊόντος**, δηλαδή το συνολικό κόστος της μετακίνησης, διαμονής, διατροφής και συμμετοχής σε δραστηριότητες έχει μειωθεί σε σημαντικό βαθμό τα τελευταία χρόνια με διαφαινόμενες τάσεις ανάδειξης του αεροδρομίου της Αθήνας σε σημαντικό τουριστικό κόμβο για ταξίδια προς την

¹¹ Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2009, Η σημασία του τουρισμού για την Ελληνική οικονομία, σελ 10

Μέση Ανατολή. Ήδη φέτος οι αφίξεις στο αεροδρόμιο της Αττικής παρουσίασαν σημαντική άνοδο σε σχέση με άλλες χρονιές.¹² Το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας διαθέτει όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά σε έντονο βαθμό. Τα τελευταία χρόνια λόγω της κρίσης έχει αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της χώρας και στις τιμές, καθώς πριν την κρίση χώρες όπως η Αίγυπτος και η Τουρκία, οι οποίες είναι βασικοί μας ανταγωνιστές, παρείχαν σχεδόν το ίδιο τουριστικό προϊόν σε πολύ χαμηλότερο κόστος απ' ότι η Ελλάδα.

Το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης του εθνικού τουριστικού προϊόντος προέρχεται από την Ευρωπαϊκή αγορά με ένα ποσοστό της τάξης του 90% της συνολικής τουριστικής ζήτησης την τελευταία δεκαετία. Είναι μεγάλος δηλαδή ο βαθμός της εξάρτησης από την Ευρωπαϊκή τουριστική αγορά. Σε επίπεδο χωρών οι πλέον παραδοσιακές αγορές είναι η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο από τις οποίες προέρχεται και το μεγαλύτερο μέρος του αριθμού ξένων επισκεπτών, αν και το μερίδιό τους βαίνει μειούμενο την τελευταία δεκαετία. Σημαντική είναι η ανάδειξη νέων χωρών- αγορών τα τελευταία χρόνια, όπως οι γειτονικές Βαλκανικές χώρες, αλλά και η Ρωσία. Τα έσοδα που αποκομίζονται από την αύξηση των αφίξεων από τις νέες αυτές αγορές, αντισταθμίζουν σε μεγάλο βαθμό την μείωση των εσόδων που προέρχονται από τις παραδοσιακές χώρες- αγορές. Ειδικότερα η μέση δαπάνη των επισκεπτών από την Ρωσία κυμαίνεται σε διπλάσιο επίπεδο από τον μέσο όρο των δαπανών του συνόλου των ξένων επισκεπτών(1100 ευρώ μέση δαπάνη από την αγορά της Ρωσίας, έναντι 640 μέση δαπάνη για το σύνολο του τουρισμού το 2010). Ο αριθμός των αφίξεων από την Ιαπωνία και την Κίνα βρίσκεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα και υπάρχει δυνατότητα προσέλκυσης σημαντικού αριθμού τουριστών από τις πολυπληθείς αυτές χώρες, δεδομένων και των πολιτιστικών μας ιδιαιτεροτήτων και της μακρόχρονης ιστορίας μας.

Το τουριστικό μοντέλο στο οποίο ήταν βασισμένη η Ελλάδα τις τελευταίες δεκαετίες ήταν έντονα στηριγμένο στην υψηλή εποχικότητα του τουρισμού(υψηλή προσέλευση κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες) αλλά και στην υψηλή συγκέντρωση της τουριστικής προσέλευσης σε συγκεκριμένες περιφέρειες της Ελληνικής επικράτειας. Το πρότυπο της τουριστικής μεγέθυνσης που εφαρμόζεται

¹² <http://traveldailynews.gr/news/article/56561>

έως και σήμερα αφορά κυρίως στον παραθεριστικό τουρισμό και έχει συνεισφέρει σε μια σχετική αναπτυξιακή στασιμότητα και μια έλλειψη δυναμικής μην βοηθώντας τη χώρα να βρει και να διατηρήσει τα επιθυμητά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας που χρειάζεται. Ειδικότερα, η υψηλή εποχικότητα έχει ως αποτέλεσμα την έντονη διακύμανση της πληρότητας των ξενοδοχείων και την δυσκολία της λειτουργικής βιωσιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων καθ' όλη την διάρκεια του έτους.¹³ Τα αποτελέσματα της Έρευνας Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2012 δείχνουν ότι το 68,9% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών πραγματοποιείται στο διάστημα Ιουνίου – Σεπτεμβρίου, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στο διάστημα Μαΐου- Οκτωβρίου φτάνει στο 85%. Η αιχμή των αφίξεων σημειώνεται παραδοσιακά τον Αύγουστο (20% περίπου των ετήσιων επισκέψεων. Η εποχική συμπεριφορά των τουριστών συνδέεται στενά με την εθνικότητά τους.¹⁴

Η προσπάθεια ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη χώρα μας έχει ενισχυθεί τα τελευταία χρόνια μέσα από επενδύσεις σε διάφορα έργα υποδομής. Ο ΕΟΤ σε συνεργασία με το υπουργείο ανάπτυξης, τους δήμους και τους Ο.Τ.Α έχει πραγματοποιήσει τα τελευταία χρόνια επενδύσεις σε τουριστικές αστικές υποδομές. Μέσω των επενδύσεων σε νέες ανταγωνιστικές τουριστικές υποδομές αλλά και μέσω της αгаσής συνεργασίας φορέων και οργανισμών που απασχολούνται στον τουριστικό κλάδο μπορεί να επιτευχθεί η ανάπτυξη των νέων μορφών τουρισμού, η οποία μπορεί και να συμβάλει άμεσα στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Μέσω της βελτίωσης των συγκοινωνιακών υποδομών, της αύξησης του αισθήματος ασφαλείας, της ολοένα και πιο έντονης εισχώρησης των τεχνολογικών μέσων και της κοινωνίας της πληροφορίας στην καθημερινότητα των τουριστικών επιχειρήσεων μπορεί να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού και στη συνέχεια μπορεί να διαχυθεί πολλαπλασιαστικά το όφελος στην Ελληνική οικονομία.

¹³ Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2009, Η σημασία του τουρισμού για την Ελληνική οικονομία, σελ 14

¹⁴ Δελτίο τύπου ΙΤΕΠ&ΞΕΕ, Αθήνα, 28/03/2013

Το 2013 η Ελλάδα κατέχει την 32^η θέση στον τουριστικό δείκτη ανταγωνιστικότητας μέσα από 140 χώρες.(3 θέσεις κάτω από το 2011). Πιο αναλυτικά το κανονιστικό πλαίσιο που αφορά την βιομηχανία των ταξιδιών και του τουρισμού λαμβάνει την 39^η θέση σε παγκόσμιο επίπεδο, στο επιχειρηματικό περιβάλλον και τις υποδομές βρίσκεται στην 33^η θέση με ιδιαίτερα καλή βαθμολογία στις τουριστικές υποδομές(3^η σε παγκόσμιο επίπεδο). Αξίζει να επισημανθεί η πολύ χαμηλή βαθμολογία στην ανταγωνιστικότητα των τιμών(127^η θέση), κάτι που σε μεγάλο βαθμό επηρεάζεται και από την υπερπροσφορά καταλυμάτων και ξενοδοχείων που χαρακτηρίζει την χώρα, αλλά και από την υψηλή εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον εισερχόμενο τουρισμό. Ο δείκτης ανθρώπινων, πολιτιστικών και φυσικών πόρων που απασχολούνται στον τουρισμό σημειώνει βελτίωση τα τελευταία χρόνια. Ειδικότερα παρουσιάζει έντονη βελτίωση η τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού(από 82^η θέση το 2009, η Ελλάδα βρίσκεται στην 69^η θέση το 2013).¹⁵ Βέβαια, χρειάζεται ακόμα σημαντική βελτίωση του δείκτη αν λάβουμε υπ' όψιν τη σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα, αλλά και δεδομένης της τουριστικής ανάπτυξης που προβλέπεται την επόμενη δεκαετία και η οποία έχει συντελέσει στην αύξηση της ζήτησης για τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση. Ένα άλλος πυλώνας που είναι πολύ σημαντικός για την ανάπτυξη του τουρισμού, οι μεταφορές, εξετάζεται. Όσον αφορά τις αερομεταφορές οι υποδομές λαμβάνουν καλή θέση στην παγκόσμια κατάταξη(20/140) ενώ βελτίωση χρειάζεται στην κατάταξη ως διεθνούς κόμβου αερομεταφορών(58/140), καθώς η Ελλάδα θα μπορούσε να είναι βασικός κόμβος σύνδεσης Ευρώπης και Ασίας και να έχει ένα αυξημένο δίκτυο πτήσεων σε σχέση με το υπάρχον. Επιπλέον, η Ελλάδα βρίσκεται σε υψηλή κατάταξη όσον αφορά τους φυσικούς και πολιτισμικούς πόρους που διαθέτει. Πιο αναλυτικά, το 2013 βρίσκεται στην 25^η θέση όσον αφορά στις φυσικές τοποθεσίες παγκόσμιας κληρονομιάς και την 31^η θέση όσον αφορά την ποιότητα του φυσικού της περιβάλλοντος. Επίσης βρίσκεται στην 14^η θέση όσον αφορά τα μνημεία παγκόσμιας τουριστικής κληρονομιάς, στα αθλητικά αξιοθέατα κατέχει την 38^η

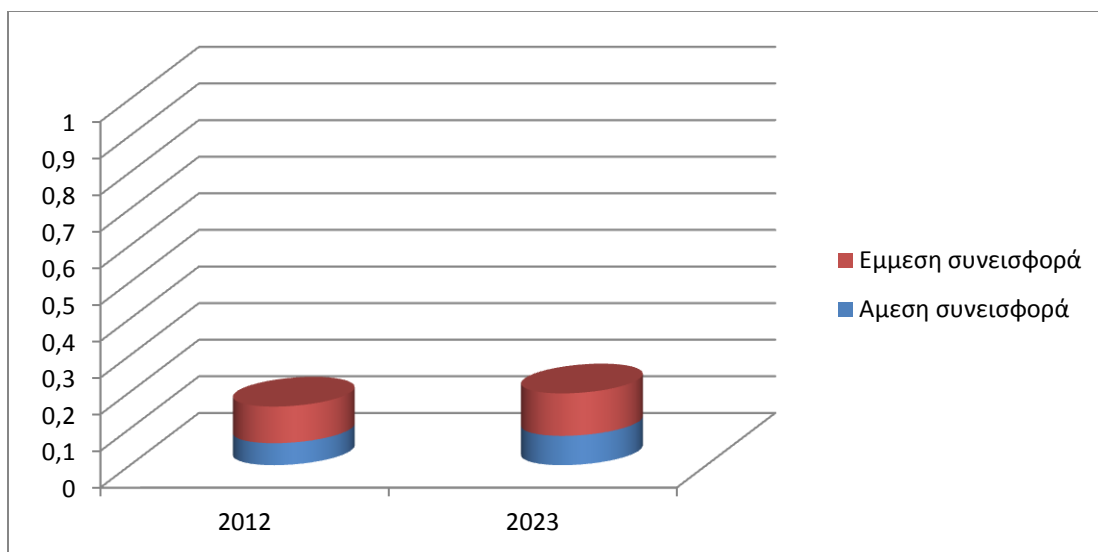
¹⁵ World Economic Forum, The travel and Tourism Competitiveness Report, 2013

θέση, ενώ στις διοργανώσεις διεθνών πολιτιστικών εκδηλώσεων και εκθέσεων βρίσκεται στην 28^η θέση με προοπτικές βελτίωσης.

2.3 Τάσεις στον τουριστικό κλάδο

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους και πιο δυναμικούς τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, καθώς σημειώνει σημαντική άνοδο και διαφοροποίηση μέσω της ανάδειξης νέων χωρών -προορισμών στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Σε αυτό συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό η βελτίωση των υποδομών και των μεταφορών, γεγονός που καθιστά τις μετακινήσεις φθηνότερες και ταχύτερες. Σήμερα, ο τουρισμός αποτελεί προσδιοριστικό παράγοντα κοινωνικής και οικονομικής προόδου, και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του διεθνούς εμπορίου, με τις εισπράξεις από τον αλλοδαπό τουρισμό να κατατάσσονται στην τέταρτη θέση σε παγκόσμιο επίπεδο, πίσω από το εισόδημα που δημιουργείται από τις εξαγωγές καυσίμων, χημικών και προϊόντων της αυτοκινητοβιομηχανίας.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, το 2012 αποδείχτηκε η ανθεκτικότητα της βιομηχανίας ταξιδιών και τουρισμού στην παγκόσμια οικονομική αναταραχή, καθώς υπήρξε επιβράδυνση, αλλά ακόμα και αρνητική ανάπτυξη σε κάποιες βασικές παγκόσμιες αγορές. Η συμβολή του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ ήταν ανοδική για τρίτη συνεχόμενη χρονιά(9% του παγκόσμιου ΑΕΠ), ενώ συνολικά πάνω 4.000.000 νέες θέσεις εργασίας δημιουργήθηκαν.



Διάγραμμα 2: Ποσοστό(%) άμεσης & έμμεσης συνεισφοράς τουρισμού στο συνολικό ΑΕΠ του 2012 και πρόβλεψη για 2023

Πηγή: WTCC Travel & Tourism Economic Impact 2013

Σε εθνικό επίπεδο σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία των τουριστικών αφίξεων στα κυριότερα αεροδρόμια της χώρας, που ανακοίνωσε ο ΣΕΤΕ, το δεκάμηνο Ιανουαρίου-Οκτωβρίου 2013 σημειώνει διψήφια αύξηση 10,93% σε σχέση με το ίδιο διάστημα 2012. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι, βάση των διαθέσιμων στοιχείων του ΣΕΤΕ, ο Οκτώβριος 2013 είναι από πλευράς διεθνών αφίξεων ο καλύτερος Οκτώβριος όλων των εποχών, με αύξηση της τάξεως του 21,52% σε σχέση με το 2012.

Επίσης, επιβεβαιώνεται το γεγονός ότι ο προορισμός της Αθήνας έχει μπει σε πορεία ανάκαμψης, με την κίνηση του αεροδρομίου να παρουσιάζει τον Οκτώβριο διψήφιο ποσοστό +13,24% και στο σύνολο της περιόδου Ιανουαρίου – Οκτωβρίου 2013 για πρώτη φορά θετικό πρόσημο +1,26%.¹⁶ Από τα φετινά στοιχεία επομένως και με βάση τις προβλέψεις του παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού, διαφαίνεται μια τάση συνεχούς ανάκαμψης του εισερχόμενου τουρισμού για την επόμενη δεκαετία.

Σε σχέση με την περίοδο Ιανουαρίου- Σεπτεμβρίου 2012, το έτος 2013 υπήρξε πλεόνασμα 9.311 εκατ. Ευρώ στο ταξιδιωτικό ισοζύγιο, δηλ μια αύξηση 17,7% ή

¹⁶ <http://traveldailynews.gr/news/article/56561>

1.4δισ. Ευρώ. Αυτή η εξέλιξη οφείλεται στην αύξηση των εισπράξεων κατά 1.34 δισ ευρώ αλλά και στην μείωση των ταξιδιωτικών πληρωμών κατά 57 εκατ. Ευρώ ή 3,9%, αλλά και στην αύξηση των αφίξεων κατά 15,2% και την ταυτόχρονη αύξηση της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι κατά 1,4%¹⁷.

Η επίδειξη αποφασιστικότητας για την επιστροφή της οικονομίας σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης, το πρωτογενές πλεόνασμα που αναμένεται για το 2013, καθώς και κάποιες πρωτοβουλίες ιδιωτών (Up Greek Tourism) και του υπουργείου τουρισμού βοήθησαν στη σταδιακή αποκατάσταση της εικόνας της χώρας στο εξωτερικό. Ειδικότερα ο τουρισμός επέδειξε και συνεχίζει να επιδεικνύει αντοχές αλλά και ιδιαίτερη προσαρμοστικότητα καθ'όλη την διάρκεια της κρίσης. Στην Ελλάδα σημειώθηκε η μεγαλύτερη ποσοστιαία μείωση τιμής ξενοδοχείων (10,5%) (Trivago hotel Price Index, 2012) διαμορφώνοντας την μέση τιμή στα 85 ευρώ, καθιστώντας την χώρα μας την 4^η φθηνότερη χώρα της Ευρώπης, πίσω από τη Βουλγαρία (63 ευρώ), τη Ρουμανία (68 ευρώ) και την Πολωνία (72 ευρώ). Όσο για την Αθήνα, με χαμηλό κόστος και με συντονισμό των προσπαθειών, μπορεί να θυμίσει την Ολυμπιακή πόλη του 2004 και η Ελλάδα να σπάσει το όριο των 17 εκατ. Τουριστών. Επιπλέον, η προώθηση της ανάπτυξης του Φαληρικού Όρμου, μέσω της δημοπράτησης των έργων ανάπτυξης και η δημιουργία συνεδριακού κέντρου που θα συστεγάζει συμπληρωματικές εγκαταστάσεις, όπως η Λυρική σκηνή, η Εθνική βιβλιοθήκη και το Οικολογικό πάρκο αναμένεται να δώσουν περαιτέρω ώθηση στον τουρισμό της Αθήνας και συνεπακόλουθα στο σύνολο της Ελληνικής οικονομίας.¹⁸

Το 2014 αποτελεί μια κρίσιμη χρονιά για την τουριστική ανάκαμψη της χώρας, καθώς η Ελλάδα καλείται να ανταποκριθεί στις ανοδικές προσδοκίες που δημιουργήθηκαν το έτος 2013 αλλά και να παγιώσει μια τάση ανόδου του τουρισμού που μπορεί να βοηθήσει στην έντονη ανάκαμψη της οικονομίας. Μετά από έκθεση της WTT (World Travel Tourism) διαπιστώνεται για την αγορά της Μ. Βρετανίας ποσοστιαία αύξηση των προκρατήσεων άνω του 10% καθώς και προσδοκίες για ακόμα υψηλότερη προσέλευση Βρετανών τουριστών. Από την

¹⁷ <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/732735>

¹⁸ Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, Τεύχος 1, Ιανουάριος 2013, σελ 50-52

Ρωσία αναμένεται άνοδος των αφίξεων κατά 15%. Από τη Γερμανία για το 2014 υπάρχει μια τάση σταθεροποίησης στα επίπεδα του 2013, με προοπτικές επανάκαμψης και επανεκκίνησης της Γερμανικής αγοράς για το 2014. Η Σκανδιναβική αγορά αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση της τάξης του 10%. Τέλος, η Γαλλική αγορά αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση άνω του 10% και για του χρόνου, παρά τις δυσοίωνες προβλέψεις για το έτος 2013.¹⁹

Ο ΣΕΤΕ και οι τουριστικοί και εθνικοί φορείς έχοντας αντιληφθεί πλέον το ειδικό βάρος που πρέπει να έχει ο τουρισμός για να αποτελέσει την κινητήριο δύναμη στην επανεκκίνηση της Ελληνικής οικονομίας, έχουν αποφασίσει σε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την ανάπτυξη του τουρισμού. Ο συνολικός τζίρος που παράγεται από τον τουρισμό στην Ελλάδα θα πρέπει να αυξηθεί από 22 δισ. Ευρώ σήμερα στα 31-34 δισ. Ευρώ το 2021. Στο ίδιο διάστημα η Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία(ΑΠΑ) - ο τζίρος που παράγεται σε όλους του κλάδους εξαιτίας του τουρισμού αναμένεται να αυξηθεί από 28 δισ. Ευρώ σήμερα στα 41-44 δισ. Ευρώ. Ο νέος στόχος της συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας από το 16% σήμερα είναι στο 19-20% (+22%) για το 2021 .Για να συμβεί αυτό θα πρέπει μέχρι το 2021 οι διεθνείς αφίξεις να φτάσουν τα 22-24 εκατ. επισκέπτες(+31%), οι συνολικές θέσεις εργασίας τις 985.000-1.044.000 (+36%) και το μέσο έσοδο από κάθε επισκέπτη τα 750-800 ευρώ (+11%).²⁰

¹⁹ http://money-tourism.blogspot.gr/2013/11/2013-2014_13.html

²⁰ ΣΕΤΕ, 12^ο συνέδριο-«Τουρισμός & Ανάπτυξη»

Πίνακας 1: Η ανάπτυξη του τουρισμού τα επόμενα χρόνια με βάση την ανάλυση όλων των κύριων προϊόντων και αγορών

Πηγή: 12^ο Συνέδριο ΣΕΤΕ, «Τουρισμός και Ανάπτυξη»

	2013	2021	
Διεθνείς αφίξεις (εκατομμύρια)	17,5	22-24	+31%
Συνολικός τζίρος (Δις ευρώ)	22	31-34	+48%
Συνολική ΑΠΑ τουρισμού (Δις ευρώ)	27	41-44	+57%
Τουριστική ΑΠΑ/ Συνολική ΑΠΑ οικονομίας	16%	19-20%	+3,5%
Συνολικές θέσεις εργασίας (Χιλιάδες)	661	985-1044	+53%
Δαπάνη/Επίσκεψη (Ευρώ)	657	750-800	+18%

Κεφάλαιο 3^ο Το φαινόμενο του πολιτιστικού τουρισμού- Πολιτιστικός τουρισμός και διαχείριση πολιτιστικής κληρονομιάς.

3.1 Το φαινόμενο του πολιτιστικού τουρισμού

Το πολιτιστικό κίνητρο ήταν και παραμένει από την αρχαιότητα ένα από τα σοβαρότερα αίτια ταξιδιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Το φαινόμενο του πολιτιστικού τουρισμού υπήρχε πολύ πριν ακόμα ο τουρισμός δομηθεί σε συγκεκριμένο τομέα της οικονομίας. Βέβαια, ο τομέας του πολιτιστικού τουρισμού, αν και διαχρονικός, είναι ένας από τους πιο δυναμικά αναπτυσσόμενους κλάδους στη σύγχρονη παγκόσμια βιομηχανία του τουρισμού και ανήκει στην κατηγορία των ήπιων και μη μαζικών μορφών τουρισμού.

Από μια παραδοσιακή άποψη, είναι σκόπιμο να περιοριστεί η ανάλυση του πολιτιστικού τουρισμού στην προσφορά και τη ζήτηση των υπηρεσιών κληρονομιάς που συνδέονται με τις επισκέψεις σε μουσεία, τα μνημεία, τα ιστορικά κτίρια, τους αρχαιολογικούς χώρους και τα φυσικά πάρκα. Ωστόσο, μαζί με τα στοιχεία αυτά, ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει επίσης τη συμμετοχή σε οποιαδήποτε εκδήλωση της πολιτισμικής παράδοσης (όπως παραδοσιακές γιορτές και πανηγύρια), εκθέσεις τέχνης και χειροτεχνίας, παρουσίαση βιβλίων, και φεστιβάλ σινεμά, θεατρικές παραστάσεις, χορευτικές εκδηλώσεις και εκδηλώσεις όπερας.²¹

Σύμφωνα με το ICOMOS(International Scientific Committee on Cultural Tourism) «Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως η δραστηριότητα που επιτρέπει στους ανθρώπους να βιώσουν τον τρόπο ζωής των άλλων ανθρώπων, αποκτώντας εμπειρικά κατανόηση των εθίμων, των παραδόσεων, του φυσικού περιβάλλοντος, των πνευματικών ιδεών, αλλά και των αρχιτεκτονικών, ιστορικών, αρχαιολογικών και άλλων πολιτιστικών χώρων που έχουν ιδιαίτερη σημασία για τον τόπο και προέρχονται από το παρελθόν. Ο πολιτιστικός τουρισμός διαφέρει από τον τουρισμό αναψυχής στον βαθμό που επιτυγχάνει ένα βαθύτερο επίπεδο κατανόησης και εκτίμησης της 'φύσης' του τόπου επίσκεψης.»²²Συνεπώς, ο

²¹ A Handbook of Cultural Economics, edited by Ruth Towse,2003, σελ 188

²² ICOMOS Charter for Cultural Tourism, Draft April 1997

πολιτισμικός τουρισμός πραγματοποιείται για πολιτιστικούς λόγους και έχει σαν βασικό τουριστικό προϊόν την επαφή, τη γνωριμία και τη γνώση του πολιτιστικού πολιτισμού των τουριστικών προορισμών, καθώς και τις διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες. Κάποιες από τις βασικές δραστηριότητες που μπορεί να περιλαμβάνει αυτή η μορφή τουρισμού είναι οι επισκέψεις μουσείων και αρχαιολογικών χώρων, ιστορικών μνημείων, παραδοσιακών οικισμών, μοναστηριών, φυσικών τοπίων, κτιρίων με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, παρακολουθήσεις θεατρικών παραστάσεων, όπερας, παραδοσιακών εθίμων, η περιήγηση σε ιστορικά κέντρα πόλεων, καθώς και διαδικασίες παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων.

Ο πολιτιστικός τουρισμός αναγνωρίζεται σήμερα ως ένας τομέας που συγκεντρώνει από τις μεγαλύτερες τουριστικές κινήσεις παγκοσμίως, ιδιαίτερα στην Ευρωπαϊκή περιφέρεια. Ο Παγκόσμιος Οργανιστής Τουρισμού, η Παγκόσμια Τράπεζα, η UNESCO και το Συμβούλιο της Ευρώπης εντάσσουν τον πολιτιστικό τουρισμό στα προγράμματα τους είτε ως τον κεντρικό στόχο τους, είτε ως ένα από τα σημαντικότερα μέσα για μια βιώσιμη ανάπτυξη με τη μικρότερη δυνατή επιβάρυνση στο περιβάλλον και τους τοπικούς πολιτισμούς. Ο παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού προβλέπει ότι μέχρι το 2020, ο πολιτιστικός τουρισμός θα αποτελεί ένα από τα βασικά σημεία ενδιαφέροντος και τουριστικής εστίασης. (UNWTO, 2013). Αυτό υποδηλώνει μια αύξηση της ζήτησης τουριστικών προϊόντων με βάση τις πολιτιστικές αξίες των επισκεπτών. Αποτελεί γεγονός το ότι στις σύγχρονες μεταβιομηχανικές κοινωνίες, η ανάπτυξη του πολιτισμού και πολιτιστικών δραστηριοτήτων αποτελούν στρατηγική προτεραιότητα για τη συνολική ανάπτυξη της οικονομίας.²³

Ο παγκόσμιος Κώδικας Δεοντολογίας για τον Τουρισμό (άρθρο 4)²⁴, προβλέπει την προστασία της φυσικής, καλλιτεχνικής, αρχαιολογικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, ώστε τα πολιτιστικά προϊόντα, τα έργα χειροτεχνίας και λαϊκής τέχνης να μπορούν να συντηρηθούν και να αναπτυχθούν προς όφελος του πολιτισμού που τα φιλοξενεί. Με αυτόν τον τρόπο αποφεύγεται ο εκφυλισμός και η

²³ Tatiana Abankina, 2013 ,Regional Development Models Using Cultural Heritage Resources, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research vol 7

²⁴ <http://ethics.unwto.org/en/content/tourism-and-intangible-cultural-heritage>

τυποποίηση των πολιτιστικών προϊόντων. Βεβαίως, πρέπει να αναφερθεί ότι υπάρχει ένας αρκετά μεγάλος αριθμός διαφορετικών ορισμών του πολιτιστικού τουρισμού σε χρήση, με αποτέλεσμα την χρησιμοποίηση διαφορετικών ορισμών που χρησιμοποιούνται στις ερευνητικές μελέτες που σχετίζονται με τον πολιτιστικό τουρισμό αλλά και τον ευρύτερο τομέα του πολιτιστικού τουρισμού(City Tourism and Culture – The European Experience, 2005). Σύμφωνα με τον Hofstede(1997), ο πυρήνας της κουλτούρας σχηματίζεται από τις διαφορετικές αξίες που υπάρχουν. Σε όρους τουρισμού το σύνολο αυτών των αξιών αποτελούν το βασικό λόγο προσέλκυσης τουριστών στον προορισμό. Άλλες διαστάσεις της κουλτούρας οι οποίες παίζουν ενεργό ρόλο στην επισκεψιμότητα ενός προορισμού είναι οι τελετουργίες, οι ήρωες και τα σύμβολα που την απαρτίζουν. Με βάση άλλον έναν ορισμό του Roshan Cultural Heritage Institute, ο πολιτισμός αναφέρεται στους ακόλουθους τρόπους ζωής που περιλαμβάνουν αλλά δεν περιορίζονται μόνο στα ακόλουθα:

- Γλώσσα: Ο παλαιότερος ανθρώπινος θεσμός και το πιο εξελιγμένο μέσο έκφρασης και επικοινωνίας.
- Τέχνες και επιστήμες: οι πιο προηγμένες και εκλεπτυσμένες μορφές της ανθρώπινης έκφρασης.
- Σκέψη: οι τρόποι με τους οποίους οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται, ερμηνεύουν και κατανοούν τον κόσμο γύρω τους.
- Πνευματικότητα: το σύστημα αξιών που μεταδίδονται από γενιά σε γενιά για την εσωτερική ευεξία των ανθρώπων, που εκφράζονται μέσω της γλώσσας και των δράσεων.
- Κοινωνική δραστηριότητα: οι κοινές επιδιώξεις μέσα από μια πολιτιστική κοινότητα, που επιδεικνύονται σε μια ποικιλία των εορτασμών και εορταστικών εκδηλώσεων.
- Αλληλεπίδραση: οι κοινωνικές πτυχές της ανθρώπινης επαφής, συμπεριλαμβανομένων του δούνα και λαβείν της κοινωνικοποίησης, των διαπραγματεύσεων, των πρωτοκόλλων και των συμβάσεων.²⁵

²⁵ <http://www.roshan-institute.org/474552>

Η έκθεση της Ευρωπαϊκής επιτροπής τουρισμού του 2005 για τον τουρισμό πόλης και τον πολιτιστικό τουρισμό κάνει διάκριση μεταξύ ενός εσωτερικού και ενός εξωτερικού κύκλου του πολιτιστικού τουρισμού.

- Ο εσωτερικός κύκλος αντιπροσωπεύει τα κύρια στοιχεία του πολιτιστικού τουρισμού, που μπορούν να διαχωριστούν σε 2 κατηγορίες, δηλαδή στον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς (στοιχεία και αντικείμενα πολιτιστικής κληρονομιάς που ανήκουν στο παρελθόν), καθώς και τουρισμό της τέχνης(σχετίζεται με σύγχρονη πολιτιστική παραγωγή, όπως τέχνη του θεάματος, οπτικές τέχνες, σύγχρονη αρχιτεκτονική, λογοτεχνία κ.α.)
- Ο εξωτερικός κύκλος αντιπροσωπεύει τα δευτερεύοντα στοιχεία του πολιτιστικού τουρισμού που μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες, που είναι ο τρόπος ζωής(lifestyle)(περιλαμβάνει στοιχεία όπως πεποιθήσεις, τοπική κουζίνα, παραδόσεις, λαογραφία κ.α.) και οι δημιουργικές βιομηχανίες(σχέδια μόδας, γραφιστικά σχέδια, κινηματογράφος, μέσα ενημέρωσης και ψυχαγωγίας κ.τ.λ.)(City Tourism and Culture – The European Experience, 2005)

3.2 Κατηγορίες Πολιτιστικού τουρισμού

Με βάση το θεματικό περιεχόμενο και τις προτιμώμενες δραστηριότητες έχουμε την εξής κατηγοριοποίηση:

3.2.1 Τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς

Αποτελεί την πλέον σημαντική μορφή πολιτιστικού τουρισμού. Βασίζεται στην βιωματική εμπειρία των τοποθεσιών και των δραστηριοτήτων που αντιπροσωπεύουν αυθεντικούς ιστορικούς, πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους μιας περιοχής. Ο εκπαιδευτικός, επιστημονικός και πολιτιστικός οργανισμός των Ηνωμένων εθνών(UNESCO), διαφοροποιεί τα διαφορετικά στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς σε μνημειώδη, κινητά, άυλα, και παγκόσμιας κληρονομιάς. Δεδομένων των διαφορετικών μορφών της πολιτιστικής κληρονομιάς αλλά και του τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς, μπορεί να υπάρξει μια διάκριση μεταξύ των υλικών διαστάσεων της κληρονομιάς(αρχιτεκτονική κληρονομιά, αρχαιολογικοί χώροι,

μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, εθνικά και ιστορικά μνημεία) και των άυλων διαστάσεων(λογοτεχνία, τέχνες, λαογραφία) αλλά και της αμιγούς πολιτιστικής κληρονομιάς(μουσεία, συλλογές, θέατρα, βιβλιοθήκες, τοποθεσίες εκδηλώσεων και αναμνήσεις που σχετίζονται με ιστορικά πρόσωπα).

Λόγω των νέων τάσεων του τουρισμού η ζήτηση για την ιδιαίτερη αυτή κατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού έχει γνωρίσει ραγδαία αύξηση από το 1990 και έπειτα, αλλά κυρίως τον 21^ο αιώνα.²⁶ Η πρόσφατη ανάπτυξη της ζήτησης της πολιτιστικής κληρονομιάς οφείλεται σε αλλαγές που πραγματοποιούνται στην κοινωνική ζωή, καθώς και στο σύνολο των τάσεων της τουριστικής βιομηχανίας. Κάποιες από αυτές είναι:

- Η ολοένα και περισσότερο συμμετοχή των μέσων μαζικής ενημέρωσης στην διαφήμιση και αναγνώριση από το ευρύ κοινό των χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Η αύξηση του επιπέδου εκπαίδευσης του πληθυσμού έχει δημιουργήσει περισσότερες ανάγκες ταξιδιών για πολιτιστικούς σκοπούς(τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Η πολιτιστική κληρονομιά έχει μετατραπεί σε προϊόν που μπορεί να καταναλωθεί μέσω του διαμεσολαβητικού ρόλου της τουριστικής βιομηχανίας.
- Η υποστήριξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς έχει αυξηθεί από το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα. (Berki, 2004)

Επίσης, από τα τέλη του 20^{ου} αιώνα προς τις αρχές του 21^{ου} υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στον τομέα των αξιοθέατων πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς από την πλευρά της ζήτησης έχει αυξηθεί η ανάγκη για παροχή πιο σύνθετων και πολύπλευρων τουριστικών προϊόντων, επηρεάζοντας με αυτόν τον τρόπο την λειτουργία των παραδοσιακών αξιοθέατων (όπως τα μουσεία) και αναδύοντας ανάγκες εμπλουτισμού του βασικού ρόλου τους. Πολλά σχετικά νέα μουσεία είναι μικρότερου μεγέθους και πιο κερδοσκοπικού χαρακτήρα απ' ό,τι τα παλαιότερα μουσεία. Παραδείγματα τέτοιων εξειδικευμένων θεματικών μουσείων μπορούν να

²⁶ The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry, János Csapó, University of Pécs, Institute of GeographyHungary, σελ 208-224

βρεθούν στο Λονδίνο(μουσείο κινούμενης εικόνας, θεατρικό μουσείο, μουσείο σχεδίασης), στο Άμστερνταμ(μουσείο του σεξ, μουσείο της κάνναβης) και σε πολλές άλλες Ευρωπαϊκές πόλεις.(Urry, 1990).

3.2.2 Θεματικές διαδρομές

Σύμφωνα με τους Puczko & Rätz (2000; 2007), οι θεματικές διαδρομές είναι τέτοια τουριστικά προϊόντα, τα οποία καθιστούν προσβάσιμα φυσικά ή τεχνητά αξιοθέατα με διαφορετικό τρόπο μεταφοράς γύρω από ένα επιλεγμένο θέμα. Η ανάπτυξη των θεματικών διαδρομών έχει στόχο την ανάδειξη τοπικών και περιφερειακών αξιοθέατων αυξάνοντας την τουριστική προσφορά κάποιων περιφερειών και αποκεντρωμένων περιοχών. Τα τελευταία χρόνια ο αριθμός των θεματικών διαδρομών, καθώς και το είδος των συμμαχιών έχει πολλαπλασιαστεί. Έχει παρατηρηθεί μια μακροπρόθεσμη πρακτική συντονισμού και συνεργασίας των διαφορετικών θεματικών διαδρομών που απαρτίζουν το συνολικό δίκτυο. Η ανάπτυξη των θεματικών διαδρομών συμβάλλει στην αξιοποίηση ανεκμετάλλευτων τουριστικών πόρων και δημιουργεί μια νέα κατηγορία ζήτησης για τον πολιτιστικό τουρισμό.

Κάποια από τα πλεονεκτήματα της ανάπτυξης θεματικών διαδρομών, που έχουν και άμεσο αντίκτυπο στην δημιουργία οικονομικών οφελών είναι:

- Μπορούν να υλοποιηθούν με σχετικά χαμηλό κόστος.
- Διαφοροποιούν τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος και χρονικά και χωρικά.
- Βοηθούν στη χρησιμοποίηση ανεκμετάλλευτων πόρων.
- Διαμορφώνουν νέες ομάδες ζήτησης για νέους προορισμούς.
- Δίνουν κίνητρο για επιχειρηματικότητα στις τοπικές κοινωνίες.
- Υποστηρίζουν επενδύσεις ανάπτυξης κτιριακών υποδομών και ανθρώπινου δυναμικού. Δημιουργούν εγκαταστάσεις οι οποίες συνοδεύονται από προσφορά υπηρεσιών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν και από τους κατοίκους των τοπικών κοινωνιών.

- Αυξάνουν την ροή του τουρισμού, με άμεσο αποτέλεσμα την αύξηση των εσόδων και την δημιουργία εισοδήματος, αλλά και την δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης.²⁷

Εκτός από τα οικονομικά οφέλη της ανάπτυξης αυτού του είδους τουρισμού, υπάρχουν και κοινωνικές επιπτώσεις ιδιαίτερης σημασίας, όπως η μεγαλύτερη σύνδεση μεταξύ των κοινοτήτων και του πολιτισμού.

Το πλέον σημαντικό τμήμα των θεματικών διαδρομών αποτελείται από τις πολιτιστικές διαδρομές. Οι πρώτες πολιτιστικές διαδρομές εισηχθησαν από το Συμβούλιο της Ευρώπης το έτος 1987, με αποτέλεσμα την δημιουργία των πρώτων δέκα πολιτιστικών διαδρομών, οι οποίες αποτέλεσαν ένα βασικό βήμα για τα πρώτα στάδια της ανάπτυξης των πολιτιστικών διαδρομών, αναδεικνύοντας και την διασύνδεση που μπορούν να έχουν αυτές οι διαδρομές σε τοπικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο. Οι πολιτιστικές διαδρομές αποτελούν μια ακόμα μορφή πολιτιστικής κατανάλωσης και τουρισμού εμπειριών. Πέρα από τις γεωγραφικές και οικονομικές πτυχές, οι πολιτιστικές διαδρομές συνιστούν μια σχετικά νέα έννοια, οδηγώντας σε μια νέα μορφή πολιτιστικής κληρονομιάς που ανταποκρίνεται σε νεότερες προσδοκίες τουριστών, πιο βιωματικές.²⁸ Επιπλέον, ανταποκρίνονται στις σύγχρονες αξίες και αρχές της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς βοηθούν στην βιώσιμη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.

3.2.3 Ο τουρισμός πόλης

Ο τουρισμός πόλης με πολιτιστικά κίνητρα είναι άλλο ένα είδος πολιτιστικού τουρισμού, και είναι γεγονός ότι ένα μεγάλο μέρος των πολιτιστικών τουριστικών αφίξεων υποκινούνται από τον τουρισμό πόλης. Ο θεσμός της Ευρωπαϊκής πολιτιστικής πρωτεύουσας είναι η σημαντικότερη πολιτιστική πρωτοβουλία, που συμβάλλει στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού πόλεων, καθώς συμβάλλει στην διοργάνωση σημαντικών πολιτιστικών εκδηλώσεων που απευθύνονται σε άτομα υψηλού προφίλ. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή επιτροπή, το πρόγραμμα αυτό θεσπίστηκε το 1985, με βασικό σκοπό την ανάδειξη του πλούτου και της

²⁷ Berki, M. – Csapó, J. (2008). *The Geographical Basis for the Development of Thematic Routes*. In. *Progress in Geography in the European Capital of Culture 2010*. University of Geography – University of Pécs. σελ 161-173.

²⁸ AlmaTourism N.2, 2010 : *Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective*, σελ 29.

ποικιλομορφίας των Ευρωπαϊκών πολιτισμών, προσφέροντας κατανόηση των πολιτιστικών δεσμών που συνδέουν τις Ευρωπαϊκές χώρες και βοηθώντας στην κατανόηση της διαφορετικής κουλτούρας και των ιδιαιτεροτήτων του κάθε πολιτισμού, αλλά και προωθώντας ένα αίσθημα Ευρωπαϊκής ιθαγένειας. Επιπλέον, μελέτες έχουν δείξει ότι η εκδήλωση αυτή είναι μια σημαντική ευκαιρία για την ανάπλαση των πόλεων, την ενίσχυση της εικόνας της πόλης σε διεθνές επίπεδο αλλά και για τους κατοίκους της πόλης, την ώθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων και την διεύρυνση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων και για την ενίσχυση του τουρισμού και την περαιτέρω προώθησή του. Η επιλογή, που γίνεται σε ετήσια βάση, δεν γίνεται μόνο με βάση τον πολιτιστικό πλούτο της κάθε πόλης, αλλά με βάση την πλήρωση ορισμένων κριτηρίων, αλλά και το πρόγραμμα των πολιτιστικών εκδηλώσεων που η πόλη αυτή οργανώνει το συγκεκριμένο χρόνο.²⁹

Μέχρι στιγμής, η πρωτοβουλία αυτή είναι από τα πλέον σημαντικά βήματα της Ευρωπαϊκής ένωσης, προκειμένου να επιτευχθεί ένα ορισμένο πρότυπο ανάπτυξης και αλλαγής της εικόνας και της πολιτιστικής ανάπτυξης των μεγάλων πόλεων της Ευρώπης.

Ο θεσμός της Ευρωπαϊκής πολιτιστικής πρωτεύουσας ενώ ξεκίνησε με προσδοκία την ενθάρρυνση της συνεργασίας και της αναγνώρισης της σημασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς των Ευρωπαϊκών πόλεων, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν αρωγός στο ευρύτερο πλαίσιο της ανάδειξης της πόλης ως τουριστικού προορισμού και της προώθησης του τουριστικού προϊόντος της κάθε πόλης. Ειδικότερα, πόλεις που δεν έχουν πλούσιο ιστορικό και πολιτιστικό παρελθόν και που δεν είναι διεθνώς αναγνωρισμένες για τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες, μέσω του προγράμματος αυτού έχουν την δυνατότητα να διαφημιστούν έντονα. Παράδειγμα αποτελεί η Γλασκόβη, η οποία χρησιμοποίησε τον θεσμό αυτό για την εμπέδωσή της ως μια σημαντική μεταβιομηχανική Ευρωπαϊκή πόλη με σημαντικές τάσεις και αυξανόμενο ενδιαφέρον στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού και των πολιτιστικών εκδηλώσεων. Αυτό υποδεικνύει ένα σημαντικό βαθμό στρατηγικής σκέψης σε όρους Marketing προορισμών και πόλεων, καθώς η πόλη αυτή

²⁹ http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc413_en.htm

αναγνώρισε τη σημασία του θεσμού για την γενικότερη προώθηση και αναζωογόνηση της πόλης.³⁰

3.2.4 Τουρισμός παράδοσης και εθνοτικός τουρισμός

Ο τουρισμός αυτού του είδους αναφέρεται στην κατηγορία των τουριστών που επισκέπτονται έναν τόπο με σκοπό να γνωρίσουν το διαφορετικό πολιτιστικό υπόβαθρο αυτού του τόπου μέσα από μια αυθεντική και βιωματική προσέγγιση. Σύμφωνα με τον ορισμό του Sanyal(2009) ο εθνοτικός τουρισμός αναφέρεται στα ταξίδια που έχουν ως κίνητρο την αναζήτηση από πρώτο χέρι, την αυθεντική και ενίοτε στενή επαφή με τους ανθρώπους των οποίων οι εθνοτικές διαφορές και το πολιτιστικό υπόβαθρο είναι διαφορετικές από εκείνες των τουριστών.³¹ Έτσι, οι επισκέπτες με τα εθνοτικά πολιτιστικά κίνητρα ταξιδεύουν σε άλλο προορισμούς, προκειμένου να εξοικειωθούν με τους διαφορετικούς πολιτισμούς . Ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα σε αυτό το είδος τουρισμού είναι φυσικά η περιέργεια και ο σεβασμός στις διαφορετικές εθνοτικές ομάδες.

Βασικός στόχος αυτής της μορφής πολιτιστικού τουρισμού είναι η γνωριμία των άλλων πολιτισμών, χωρίς να υπάρξει αλλοίωση και αρνητική επίδραση στον τοπικό πληθυσμό και την τοπική κουλτούρα.

Οι ταξιδιώτες επιλέγουν να γνωρίσουν από πρώτο χέρι τις πρακτικές των άλλων πολιτισμών, παρακολουθώντας παραστάσεις, παρουσιάσεις και αξιοθέατα που παρουσιάζονται από τις τοπικές κοινότητες. Οι διάφορες παραδόσεις και η εθνοτική ποικιλομορφία μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης και παράγοντα ελκυστικότητας ενός προορισμού.

Με σωστή διαχείριση και σωστό σχεδιασμό μπορεί να αποτελέσει μορφή τουρισμού χρήσιμη για την βιώσιμη ανάπτυξη και την διατήρηση παραδόσεων και πολιτιστικών δραστηριοτήτων, καθώς και για την άμβλυση των οικονομικών προβλημάτων.

³⁰ Cultural policy and Urban regeneration: The west European experience, Franco Bianchini, Michael Parkinson, σελ 32

³¹ <http://anandasanyal.blogspot.com/2009/06/ethnic-tourism-istravel-motivated-by.html>

3.2.5 Θρησκευτικός τουρισμός- Προσκυνηματικές διαδρομές

Ο θρησκευτικός τουρισμός και οι προσκυνηματικές διαδρομές αποτελούν την πιο αρχαία μορφή τουρισμού. Κάποιες από τις βασικές δραστηριότητες αυτής της κατηγορίας τουρισμού είναι :

- Η επίσκεψη θρησκευτικών χώρων και μνημείων(εκκλησίες, εκθεσιακοί χώροι)
- Η συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις(άγιες μέρες, θρησκευτικά πολιτιστικά και μουσικά προγράμματα, επίσκεψη θρησκευτικών προσώπων)
- Οι προσκυνηματικές διαδρομές
- Η πνευματική εκπαίδευση(Θρησκευτικές κατασκηνώσεις, αποστολές κ.α.)

Επιπλέον, μπορεί να γίνει διαφοροποίηση των διαφορετικών κατηγοριών θρησκευτικών τουριστών στις εξής κατηγορίες:

- Οργανωμένες ομάδες που επισκέπτονται ιερούς τόπους ως θρησκευτικούς προορισμούς, είτε με θρησκευτικά κίνητρα, είτε με κίνητρο την αρχιτεκτονική και πολιτιστική σημασία των θρησκευτικών αξιοθέατων
- Ατομικοί επισκέπτες με την οργάνωση του δικού τους ατομικού προγράμματος
- Πολιτιστικοί τουρίστες με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα
- Προσκυνητές που συμμετέχουν με οργανωμένο τρόπο σε προγράμματα πνευματικής κατάρτισης
- Προσκυνητές που με ατομική πρωτοβουλία παρακολουθούν κάποιο πρόγραμμα πνευματικής κατάρτισης.

Στην Ελλάδα τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και οι μεταβυζαντινές εκκλησίες με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, οι τοιχογραφίες και οι σπάνιες εικόνες τους, τα ψηφιδωτά, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια και τα προσκυνήματα της υπαίθρου, τα μοναστήρια, τα μετόχια και οι σκήτες, οι ιερές εικόνες, τα λειτουργικά βιβλία και σκεύη, τα ιερά άμφια και τα κειμήλια, καθώς και η μοναδική μοναστική πολιτεία του Αγίου Όρους και τα μοναστήρια των Μετεώρων, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και τη στενή και μακραίωνη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία.³²

³² http://www.protipo-athinon.edu.gr/pdf/thriskeftikos_tourismos.pdf σελ 6

3.2.6 Τουρισμός φεστιβάλ και εκδηλώσεων

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση και ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού στην σημερινή τουριστική βιομηχανία. Αυτές οι εκδηλώσεις παρέχουν στους τουρίστες επιπλέον λόγους να επισκεφτούν ένα μέρος πέραν του βασικού πολιτιστικού προϊόντος που παρέχεται. Συχνά, επειδή οι πολιτιστικές εκδηλώσεις έχουν περιορισμένη χρονική διάρκεια(πχ πολιτιστικό φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου) και προσφέρουν συγκεντρωμένο και μοναδικό πολιτιστικό προϊόν, αποτελούν έναν επιπλέον λόγο και ένα ακόμα κίνητρο για την επίσκεψη νέων μερών από τους πολιτιστικούς τουρίστες, καθώς μπορούν να αποτελέσουν βασικό παράγοντα αύξησης της ελκυστικότητας ενός προορισμού. Τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις αποτελούν δύο αποτελεσματικά μέσα για την προσέλκυση επισκεπτών για πρώτη φορά, καθώς και για την επαναληψιμότητα των επισκέψεων σε έναν προορισμό.³³

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ βοηθάνε στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης και στις μεγάλες μητροπόλεις και σε μικρότερες πόλεις και χωριά, τα οποία σε διαφορετική περίπτωση μπορεί να μην διέθεταν την ίδια αίγλη ως πολιτιστικοί τουριστικοί προορισμοί. Παραδείγματα αποτελούν το φεστιβάλ λέξης, εικόνας και αρχιτεκτονικής που γίνεται κάθε Καλοκαίρι στο Watou στο Βέλγιο, το φεστιβάλ όπερας Savonlinna στη Φινλανδία που πραγματοποιείται κάθε χρόνο από τον Ιούλιο έως τον Αύγουστο και το διεθνές φεστιβάλ θεάτρου και τεχνών του δρόμου που λαμβάνει χώρα στο Βαγιαδολίδ της Ισπανίας κάθε Μάιο.

Υπάρχουν επιπλέον ενδείξεις ότι ο αριθμός των πολιτιστικών φεστιβάλ και των εκδηλώσεων αυξάνονται σε όλη την Ευρώπη, παράλληλα με τους προϋπολογισμούς τέτοιων μεγάλων εκδηλώσεων. Έτσι, εκτός των καθιερωμένων φεστιβάλ, όπως αυτό του Εδιμβούργου και του Στρασβούργου, τα οποία διαθέτουν πολύ μεγάλα ποσά για την διενέργεια των εκδηλώσεων, νεότερα σχετικά φεστιβάλ, όπως το Ruhr Triennale που πραγματοποιείται στη Γερμανία(με 40 εκατομμύρια ευρώ προϋπολογισμό το 2002) και το φεστιβάλ Mozartjahr (Mozard year) που πραγματοποιείται στη Βιέννη(το 2006 είχε προϋπολογισμό 30 εκατομμύρια ευρώ)

³³ City tourism and culture, The European experience, European Travel Commission, 2005, σελ 44

διαθέτουν μεγάλα χρηματικά ποσά για την πραγματοποίηση αυτών των εκδηλώσεων.

Στο παρελθόν σημαντικά γεγονότα, όπως η διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων και διεθνείς εκθέσεις υπήρξαν καθοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης και αναγέννησης, ιδιαίτερα σε πόλεις που ήθελαν να συνδυάσουν την ανάπτυξη του τουρισμού με την ανάπτυξη τουρισμού αναψυχής, πολιτιστικής και αστικής ανάπτυξης. (πχ Βαρκελώνη μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες του 1992³⁴

3.2.7 Δημιουργική κουλτούρα-Δημιουργικός τουρισμός

Ο ορισμός της UNESCO για τον δημιουργικό τουρισμό είναι ο ακόλουθος: « αφορά ταξίδια που κατευθύνονται προς μια βιωματική και αυθεντική εμπειρία μέσω συμμετοχικής μάθησης στις τέχνες, την πολιτιστική κληρονομιά, ή τον ειδικό χαρακτήρα ενός τόπου. Το είδος αυτού του τουρισμού παρέχει μια σύνδεση με τους ανθρώπους που κατοικούν σε αυτόν τον τόπο και που δημιουργούν την ζωντανή κουλτούρα του.»³⁵

Φυσικά, η σχέση μεταξύ της δημιουργικότητας και του πολιτισμού είναι προφανής και είναι επίσης φυσικό ότι οι άνθρωποι που εμπλέκονται σε δημιουργικές βιομηχανίες (καλλιτέχνες ή επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στον πολιτιστικό τομέα και στις δημιουργικές βιομηχανίες συνδέονται άλλοτε άμεσα και άλλοτε έμμεσα με τον πολιτιστικό τουρισμό. Εδώ εξετάζεται η επίδραση του πολιτισμού στην δημιουργικότητα, που είναι και η κινητήρια δύναμη της οικονομικής και κοινωνικής καινοτομίας. Ο αντίκτυπος της καλλιτεχνικής δημιουργίας στην καινοτομία, η σύνδεση των τεχνών και του πολιτισμού με τον επιχειρηματικό κόσμο, η κοινωνική λειτουργία της πολιτιστικής και καλλιτεχνικής δημιουργικότητας είναι θέματα που σχετίζονται με τον τομέα του δημιουργικού τουρισμού. Επιπλέον η δημιουργική βιομηχανία με βοηθό την μουσική, τις εικαστικές τέχνες, τον κινηματογράφο και την ποίηση, μπορεί να συμβάλλει στην τόνωση της απασχόλησης, την οικονομική ευημερία και την κοινωνική μάθηση και συνοχή.³⁶

Ειδικότερα στην σημερινή μεταβιομηχανική κοινωνία, οι επιχειρήσεις σε ένα ευρύ φάσμα τομέων πρέπει να διασφαλίζουν ότι εκτός των ανταγωνιστικών προϊόντων,

³⁴ City tourism and culture, The European experience, European Travel Commission, 2005, σελ 45

³⁶ *The Impact of Culture on Creativity* (2009). A Study prepared for the European Commission, σελ 3, 21

παρέχουν και μια πλούσια και μοναδική εμπειρία. Η δημιουργική κουλτούρα είναι ο βασικός οδηγός προς αυτήν την πορεία προς την «οικονομία της εμπειρίας».

3.3 Η σημασία του Πολιτιστικού τουρισμού για την Ελλάδα

Ο πολιτιστικός τουρισμός εντάσσεται στις 6 κύριες κατηγορίες προϊόντων που προσφέρει συνολικά ο Ελληνικός τουρισμός (οι υπόλοιπες είναι ο ναυτικός τουρισμός, ο τουρισμός city break, ο ιατρικός τουρισμός, η διαχρονική κατηγορία sun and beach, καθώς και ο τουρισμός MICE(meetings,incentives, conferences,exhibitions)) και που όλες μαζί συνθέτουν τον βασικό πυλώνα στρατηγικής ανάπτυξης του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος την επόμενη δεκαετία. «Ο πολιτισμός ως τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει δραστηριότητες που συνδέονται με την πολιτιστική κληρονομιά, με τις σύγχρονες τέχνες(σύγχρονη αρχιτεκτονική, οπτικές τέχνες και performing),με στοιχεία lifestyle(κουζίνα και παραδόσεις κοκ) και με τις δημιουργικές βιομηχανίες(μόδα, web και graphic design, κινηματογράφος κοκ)»³⁷



³⁷ ΣΕΤΕ 2010, Ο τουρισμός πρωταγωνιστής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας, σελ 81

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3: Ο πολιτισμός ως τουριστικό προϊόν

ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ 2010

Ως γνωστόν η Ελλάδα διαθέτει μια τεράστιας σημασίας πολιτιστική κληρονομιά και πληθώρα μνημείων και αρχαιολογικών χώρων (αρχαία θέατρα, ναούς, στάδια, κ.τ.λ.) σε όλο το μήκος της επικράτειάς της. Ήδη κατά την Ελληνιστική περίοδο και ακόμα περισσότερο στους ρωμαϊκούς χρόνους η Αθήνα είχε αποτελέσει πόλο πολιτιστικού τουρισμού εξαιτίας της αίγλης και του μύθου της κλασσικής κληρονομιάς που είχε δημιουργηθεί, καθιστώντας την επίκεντρο ενός ιδιόμορφου εκπαιδευτικού τουρισμού όπου οι πλούσιοι και ανήσυχοι από όλο το μεσογειακό κόσμο έρχονταν για να παρακολουθήσουν μαθήματα στις διάσημες φιλοσοφικές και ρητορικές σχολές της πόλης.³⁸

Σήμερα υπάρχει μεγάλη ποικιλία μουσείων που καλύπτουν κοινό από αρχαιολάτρες μέχρι και φίλους της μοντέρνας τέχνης, καθώς και πλήθος πολιτιστικών εκδηλώσεων και εκθέσεων πολιτιστικού περιεχομένου. Επίσης στην Ελλάδα διοργανώνονται κάθε χρόνο πολιτιστικά φεστιβάλ, όπως το φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου με τη συμμετοχή και διεθνώς αναγνωρισμένων καλλιτεχνών. Γενικά ο πολιτιστικός πλούτος της Ελλάδας καλύπτει μεγάλο μέρος των προτιμήσεων επισκεπτών που είναι λάτρεις της Ιστορίας και του πολιτισμού και έχει όλα τα απαραίτητα στοιχεία, ώστε να δώσει μια πλούσια και μοναδική πολιτιστική εμπειρία στους τουρίστες που έλκονται από την αγορά του πολιτιστικού τουρισμού.

Στην έρευνα του Country brand Index που διεξάγει η διεθνούς φήμης συμβουλευτική εταιρία Future Brand κατατάσσονται οι χώρες στην παγκόσμια κατάταξη με βάση κάποια κριτήρια. Όσον αφορά την διάσταση της πολιτιστικής κληρονομιάς και κουλτούρας η Ελλάδα λαμβάνει την 18^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη με την ανάλυση των επιμέρους βαθμολογιών να παρουσιάζουν έντονο ενδιαφέρον. Η ιστορία, οι τέχνες, η γλώσσα και τα αξιοθέατα κ.α. αποτελούν μοναδικά στοιχεία του πολιτισμού μιας χώρας και συνθέτουν την ιδιαίτερη πολιτιστική ταυτότητα μιας χώρας. Όσον αφορά επιμέρους διαστάσεις της

³⁸ Μάριος Κωστάκης, Εισήγηση για το Συνέδριο «Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη» Θέμα: «Τουρισμός – Πολιτισμός. Η διεθνής εμπειρία»

πολιτιστικής κληρονομιάς, η Ελλάδα είχε πολύ καλές βαθμολογίες. Πιο συγκεκριμένα στην διάσταση των τεχνών και της κουλτούρας βρισκόταν στην 11^η θέση, ενώ στην διάσταση της Ιστορίας βρισκόταν στην 6^η θέση.

Τα πολιτιστικά αγαθά είναι κινητήριοι μοχλοί του τουρισμού. Οι 15 από τις 20 χώρες που έχουν την καλύτερη βαθμολογία όσον αφορά τα αξιοθέατα, βρίσκονται μέσα και στις top 20 χώρες όσον αφορά την πολιτιστική κληρονομιά και τον πολιτισμό.³⁹ Επομένως, αν ληφθεί υπ' όψιν η σημασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτισμού για την ανάδειξη μιας χώρας σε ελκυστικό τουριστικό προορισμό, καθώς και το ειδικό βάρος που μπορεί να έχει ο πολιτισμός με την μορφή του τουριστικού προϊόντος μιας χώρας διακρίνεται μια έντονη δυναμική για την Ελλάδα στην αγορά του πολιτιστικού τουρισμού.

Ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οποίος ανήκει στις ιδιαίτερες μορφές τουρισμού, μπορεί να αποτελέσει μια διέξοδο για την ανανέωση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Η εστίαση στον πολιτιστικό τουρισμό μπορεί να βοηθήσει στην ανάδειξη και αξιοποίηση της τοπικής ιστορίας και του πολιτισμού. Η ανάπτυξη δραστηριοτήτων σχετικών με τον πολιτισμό, όπως η δημιουργία θεματικών μουσείων ή η κατασκευή art hotels και θεματικών πάρκων πολιτισμού, μπορούν να συμβάλλουν σε μια μακρόχρονη προοπτική κερδοφορίας, υγιούς ανάπτυξης και δημιουργίας θέσεων εργασίας. Επιπλέον, ο πολιτιστικός τουρισμός συνδέεται από την φύση του με την αειφόρο ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος, που σημαίνει ότι η επένδυση στην περαιτέρω ανάπτυξή του δεν ενέχει κάποιο κοινωνικό κόστος.⁴⁰ Ειδικότερα, μπορεί να αυξήσει την ανταγωνιστική θέση της χώρας μας έναντι των βασικών ανταγωνιστών μας στην ευρύτερη περιοχή, που είναι η Τουρκία και η Αίγυπτος, χώρες με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και προσφορά εκλεπτυσμένου πολιτιστικού προϊόντος, οι οποίες βρίσκονται στην 19^η θέση, (μόλις μια θέση κάτω από την Ελλάδα) και 9^η θέση αντίστοιχα στην παγκόσμια κατάταξη με κριτήριο την πολιτιστική κληρονομιά και τον πολιτισμό. Ανεξάρτητα από το βαθμό επιτυχίας του εγχειρήματος ανάδειξης του πολιτισμού ως βασικό κίνητρο επίσκεψης στη χώρα μας, μια δυνατή πολιτιστική εμπειρία

³⁹ Country brand Index 2012-13, σελ 88, www.futurebrand.com

⁴⁰ Μαρίνη Δήμητρα, 2008 «Πολιτιστικός ξενώνας στα Κύθηρα, η προσέγγιση του στρατηγικού Μάνατζμεντ», Παν Πειραιά, σελ 9

μπορεί να βοηθήσει στη συμπλήρωση, στον εμπλουτισμό και την διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς μιας χώρας. Επιπλέον μέσω της ανάδειξης του πολιτιστικού προϊόντος επιτυγχάνονται αποτελέσματα προς το γενικότερο όφελος της κοινωνίας, όπως υψηλότερο επίπεδο πολιτών, αναβάθμιση της ποιότητας της ζωής, ενίσχυση της δημιουργικότητας. Η επίδραση όλων αυτών των παραγόντων διαχέεται σε όλες τις κοινωνικές και οικονομικές δομές, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής οικονομίας.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού βοηθάει στην γενικότερη ανάδειξη ενός προορισμού, και αν λάβουμε υπόψη την πολυμορφία που παρουσιάζει από την φύση του ο τουρισμός και την ανάδειξή του σε ισχυρό παράγοντα οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, διαφαίνεται η στενή συσχέτιση που έχει ο πολιτιστικός τουρισμός με τις υπόλοιπες κατηγορίες προϊόντων που προσφέρει ο Ελληνικός τουρισμός. Η πολιτιστική κληρονομιά ενισχύει και ενισχύεται από τον τουριστικό κλάδο, καθώς μέσω του πολιτιστικού στοιχείου ενισχύεται το σύνολο του τουριστικού τομέα, ο οποίος με τη σειρά του επενδύει μέρος των εσόδων του στον πολιτισμό και στην ανάδειξη και διαχείριση των πολιτιστικών αγαθών.

3.4 Το προφίλ των πολιτιστικών τουριστών

Οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι άκρως επιλεκτικοί στην 'κατανάλωση' των πολιτιστικών πόρων και της πολιτιστικής κληρονομιάς και δίνουν μεγάλη έμφαση στην ιστορική και πολιτιστική αξία πιο παραδοσιακών τόπων πολιτιστικής κληρονομιάς. Έτσι γι' αυτούς μέρη με μεγάλη ιστορική και συμβολική αξία, έχουν μεγαλύτερο ειδικό βάρος σε σχέση με νεότερα στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς, εξαιτίας της συσσωρευμένης συμβολικής και αισθητικής αξίας τους.⁴¹

Με βάση έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί, οι πολιτιστικοί τουρίστες μπορούν να καταταχθούν σε πέντε κατηγορίες:⁴²

⁴¹ Greg Richards, Tilburg University Production and Consumption of European Cultural Tourism, σελ 2

⁴² Agata Niemczyk, Cracow University of Economics, Cultural tourists, "An attempt to classify them", σελ 24-26

1. Στην 1^η κατηγορία ανήκουν οι τουρίστες που επισκέπτονται σκόπιμα έναν πολιτιστικό προορισμό. Για αυτούς, η απόκτηση της γνώσης και της εμπειρίας του πολιτισμού ενός άλλου έθνους αποτελεί τον κύριο λόγο για την πραγματοποίηση του ταξιδιού. Συνήθως έχουν μεγάλη κατανόηση των εκθεμάτων.
2. Στην 2^η κατηγορία βρίσκονται αυτοί που τυχαία επισκέφτηκαν τα πολιτιστικά αξιοθέατα. Για αυτούς, η εστίαση σε πολιτιστικά θέματα δεν έχει ιδιαίτερη σημασία κατά το σχεδιασμό των ταξιδιών, αλλά κατά την διάρκεια της παραμονής τους εμπλέκονται σε κάποιο είδος πολιτιστικής δραστηριότητας, χωρίς όμως να ενδιαφέρονται για μια βαθιά γνωστική αντίληψη των εκθεμάτων.
3. Στην 3^η κατηγορία βρίσκονται αυτοί που συγκυριακά επισκέπτονται πολιτιστικά εκθέματα κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους. Οι τουρίστες αυτής της κατηγορίας δεν λαμβάνουν σοβαρά υπ' όψιν τους τα πολιτιστικά δρώμενα του τόπου προορισμού τους, αλλά λαμβάνουν ευχαρίστως κάποιας μορφής πολιτιστική δραστηριότητα κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους, έτσι ώστε εκ του αποτελέσματος η υποδοχή τους σε διάφορα πολιτιστικά δρώμενα να ναι αρκετά υψηλή.
4. Στην 4^η κατηγορία ανήκουν οι 'απλοί' πολιτιστικοί τουρίστες. Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν αυτοί οι οποίοι δεν λαμβάνουν υπ' όψιν τους τις πολιτιστικές δραστηριότητες κατά τον προγραμματισμό του ταξιδιού αλλά και για το ίδιο το ταξίδι. Στην περίπτωση που πραγματοποιήσουν κάποια πολιτιστική δραστηριότητα η γνωστική τους αντίληψη θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ρηχή.
5. Στην 5^η κατηγορία βρίσκονται αυτοί που ενδιαφέρονται για να δουν αξιοθέατα ήδη από τον προγραμματισμό του ταξιδιού τους και επιθυμούν να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τον πολιτισμό ενός άλλου έθνους, όμως η επίσκεψη που αφορά πολιτιστικές δραστηριότητες είναι χαλαρής φύσης, επικεντρωμένη πιο πολύ στην ψυχαγωγία και όχι στην εις βάθος γνωστική αντίληψη και κατανόηση των αξιοθέατων.

Τα κίνητρα για τη συμμετοχή στον πολιτιστικό τουρισμό βασίζονται σε δυο διαστάσεις: 1) τη σημασία του πολιτισμού για τον επισκέπτη και 2) την παρουσίαση και το επίπεδο της υποδοχής του πολιτισμού στον τόπο προορισμού. (McKercher & Du Cros 2002) . Αμφότερες οι διαστάσεις, περιγράφονται μέσα από το πρίσμα ορισμένων συστατικών. Η **διάσταση της σημασίας του πολιτισμού και της κουλτούρας** για τον επισκέπτη αποτελεί συνάρτηση των παρακάτω στοιχείων:

- i. Τον κύριο λόγο για την επίσκεψη ενός τουριστικού προορισμού
- ii. Τους παράγοντες που καθορίζουν την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού
- iii. Τη σημασία των πολιτιστικών αγαθών κατά τον προγραμματισμό του ταξιδιού σε έναν τουριστικό προορισμό
- iv. Τις δράσεις που αναλαμβάνονται μέσα στο πλαίσιο της προετοιμασίας ενός ταξιδιού

Όσο για τη **διάσταση της παρουσίασης του πολιτισμού και το επίπεδο της υποδοχής του πολιτισμού** στον τόπο προορισμού αυτή απαρτίζεται από τα κάτωθι στοιχεία:

- i. Την αξιολόγηση του τουριστικού προϊόντος και των τουριστικών στοιχείων μιας πόλης
- ii. Αξιολόγηση των εντυπώσεων που αποκομίστηκαν από τις πολιτιστικές πτυχές του τόπου προορισμού.
- iii. Το βαθμό συμμόρφωσης με τις προσδοκίες
- iv. Την πρόθεση επιστροφής στον προορισμό.

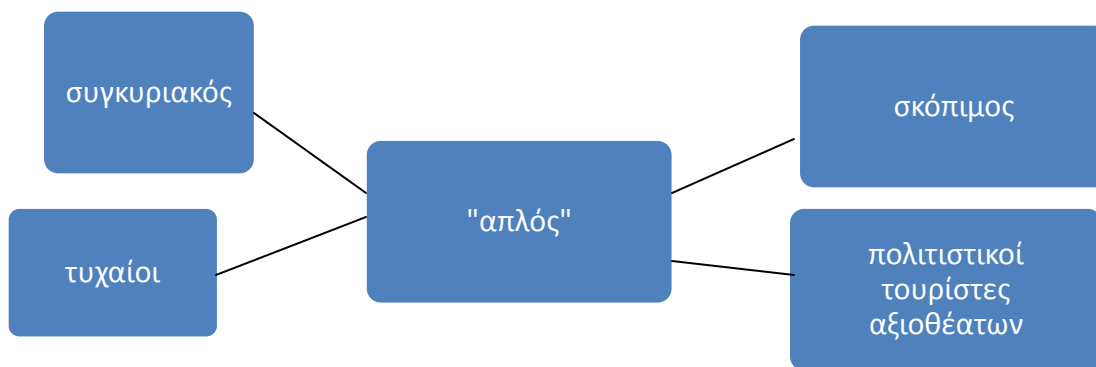
Η μελέτη του ATLAS (Σύλλογος για τον τουρισμό και την εκπαίδευση δραστηριοτήτων αναψυχής) του 1992 για τους πολιτιστικούς επισκέπτες, επιβεβαίωσε την καθιερωμένη εικόνα των πολιτιστικών τουριστών και επισκεπτών, που περιλαμβάνει στην πλειοψηφία μορφωμένα άτομα ανώτερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων. Από τα 6400 άτομα που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα, το 80% είχε λάβει κάποιας μορφής τριτοβάθμια εκπαίδευση, ενώ το ¼ των ερωτηθέντων είχαν κάνει μεταπτυχιακές σπουδές. Αξίζει να σημειωθεί ότι όλοι οι συμμετέχοντες είχαν το πολιτιστικό κίνητρο ως βασικό κίνητρο στην επιλογή

του προορισμού τους. Η έρευνα έδειξε και τη μεγάλη σημασία που έχουν αυτοί οι τουρίστες ως 'καταναλωτές' της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς μεγάλο μέρος της οικονομικής δραστηριότητάς τους όταν ταξιδεύουν αφορά κατανάλωση πολιτιστικών αγαθών και δραστηριοτήτων. Επιπλέον, τα στοιχεία έδειξαν ότι οι πολιτιστικοί τουρίστες ήταν πιο συχνοί 'καταναλωτές' έργων και μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες των επισκεπτών, ενώ είχαν και μεγάλο μερίδιο στη συνολική τουριστική κατανάλωση στα ταξίδια μικρής διάρκειας. Ο Bourdieu (1984) υποστηρίζει ότι αυτό που διαχωρίζει κυρίως τους 'ειδικούς' πολιτιστικούς τουρίστες από τους 'γενικούς' δεν είναι τόσο τα πρότυπα κατανάλωσης της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά το επίπεδο της συμμετοχής τους στην πολιτιστική παραγωγή, καθώς ένα σημαντικό μέρος των 'ειδικών' πολιτιστικών τουριστών εργάζεται στον πολιτιστικό τομέα και στις πολιτιστικές δραστηριότητες.

Τα χαρακτηριστικά των τμημάτων της τουριστικής αγοράς που ανταποκρίνονται πιο έντονα στο σύγχρονο τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς είναι:

- Οι τουρίστες εκπροσωπούνται κυρίως με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο.
- Η μέση δαπάνη των τουριστών αυτής της κατηγορίας είναι υψηλότερη από το μέσο όρο.
- Η πλειοψηφία αυτής της κατηγορίας των τουριστών προέρχεται από περισσότερο αστικά περιβάλλοντα και από τις πιο αναπτυγμένες οικονομίες του «Δυτικού κόσμου».
- Η πλειοψηφία τους είναι στη μέση ηλικία χωρίς παιδιά.
- Η διάρκεια της διαμονής τους είναι χαμηλότερη από το μέσο όρο, ενώ η συχνότητα πραγματοποίησης ταξιδιών είναι πάνω από το μέσο όρο.⁴³

⁴³ The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry, János Csapó, University of Pécs, Institute of GeographyHungary, σελ 212



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4: Τυπολογία πολιτιστικών τουριστών

ΠΗΓΗ: McKercher, 2002

3.5 Η δυναμική αλληλεπίδραση μεταξύ τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς

Οι χώροι του πολιτισμού και του τουρισμού προσεγγίζουν από διαφορετικές οπτικές γωνίες την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού. Δεν έχουν όλες οι τουριστικές δραστηριότητες και πολιτιστική πλευρά αλλά και μερικές πτυχές του πολιτισμού δεν είναι αξιοποιήσιμες τουριστικά. Οι δύο τομείς συχνά έχουν διαφορετικές ευαισθησίες, στόχους, σχεδιασμούς, αποφάσεις διαχείρισης και προσεγγίσεις για το περιεχόμενο και τη βελτίωση των πωλήσεων των προϊόντων τους.⁴⁴

Ο εγχώριος και ο διεθνής τουρισμός αποτελούν τα βασικά μέσα ανταλλαγής πολιτιστικών τουριστών, παρέχοντας μια προσωπική εμπειρία, όχι μόνο των έργων του παρελθόντος, αλλά και μια οπτική στη σύγχρονη ζωή και κοινωνία του τόπου προορισμού. Ο πολιτιστικός τουρισμός γίνεται όλο και πιο πολύ αντιληπτός ως ένα μέσο για την διατήρηση και συντήρηση των πολιτιστικών και φυσικών πόρων μιας χώρας. Μέσω του τουρισμού μπορούν να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά της πολιτιστικής κληρονομιάς προς οικονομική αξιοποίηση και να

⁴⁴ Μάριος Κωστάκης, Εισήγηση για το Συνέδριο «Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη» Θέμα: «Τουρισμός – Πολιτισμός. Η διεθνής εμπειρία»

χρησιμοποιηθούν για τη συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, μέσω άντλησης χρηματοδότησης, εκπαίδευσης της κοινότητας και επηρεασμού των πολιτικών προς αυτήν την κατεύθυνση. Ο πολιτισμός και η πολιτιστική κληρονομιά αποτελούν ουσιαστικό μέρος πολλών εθνικών και περιφερειακών οικονομιών και μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη, όταν η διαχείριση των πολιτιστικών πόρων γίνεται σωστά.

Ο τουρισμός έχει γίνει ένα όλο και πιο σύνθετο φαινόμενο με πολιτικές, κοινωνικές, οικονομικές, οικολογικές, αισθητικές και πολιτιστικές διαστάσεις. Η επίτευξη μιας θετικής αλληλεπίδρασης μεταξύ των δυνητικά αλληλοσυγκρουόμενων προσδοκιών των επισκεπτών και των τοπικών κοινωνιών, παρουσιάζει πλήθος προκλήσεων και ευκαιριών.

Η φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, οι διαφορετικοί και ζωντανοί πολιτισμοί αποτελούν μεγάλα αξιοθέατα για τον τουρισμό. Η κακή διαχείριση του τουρισμού, καθώς και δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την ανάπτυξη του μπορούν να αποτελέσουν απειλή για την αλλοίωση βασικών χαρακτηριστικών του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. Επιπλέον μέσω της ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων δύναται να υποβαθμιστούν και να αλλοιωθούν το οικολογικό περιβάλλον και ο τρόπος ζωής των κοινοτήτων υποδοχής, κάτι που στη συνέχεια μπορεί να συμβάλλει στην υποβάθμιση της εμπειρίας για τους επισκέπτες.

Οι πολιτιστικές τουριστικές δραστηριότητες πρέπει να παρέχουν οφέλη στις κοινότητες που τις φιλοξενούν και πρέπει να αποτελέσουν ένα σημαντικό κίνητρο συντήρησης και διατήρησης της υπάρχουσας πολιτιστικής κληρονομιάς. Η διαπροσωπική συνεργασία μεταξύ αντιπροσώπων της τοπικής κοινωνίας, οικολόγων, τουριστικών πρακτόρων, ιδιοκτητών ακινήτων, υπεύθυνων χάραξης πολιτικής, επιτροπών υλοποίησης ενός σχεδίου εθνικής ανάπτυξης είναι απαραίτητη για την επίτευξη μιας βιώσιμης τουριστικής βιομηχανίας και την ενίσχυση της προστασίας των πολιτιστικών πόρων και της πολιτιστικής κληρονομιάς για τις επόμενες γενιές.⁴⁵

Πολλές κυβερνητικές υπηρεσίες στηρίζονται στον τουρισμό για χρηματοδότηση συντήρησης μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς και χώρων μεγάλης πολιτιστικής

⁴⁵ ICOMOS International Cultural Tourism Committee, Δεκέμβριος 2002, σελ 5

αξίας, χωρίς να λαμβάνουν υπ' όψιν τους στοιχεία που αφορούν την ζήτηση της αγοράς. Ομοίως τοπικοί οργανισμοί Μάρκετινγκ προορισμού προβάλλουν και προωθούν χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς για επίσκεψη, χωρίς να έχουν κάνει έρευνα για την ζήτηση που μπορεί να υπάρχει για τέτοιους χώρους. Πρέπει να υπάρχει μια παράλληλη σχέση μεταξύ των τουριστικών φορέων και αυτών της πολιτιστικής διαχείρισης. Τυπικά ο φορέας της πολιτιστικής διαχείρισης είναι υπεύθυνος για την καθημερινή διαχείριση των πολιτιστικών πόρων, ενώ η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσει τουριστικά προϊόντα και υλοποιεί το Μάρκετινγκ ώστε να αυξήσει την ζήτηση για ένα πολιτιστικό προϊόν και για να βελτιώσει την εμπειρία των επισκεπτών.⁴⁶

Οι τουριστικοί φορείς και οι φορείς διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς δεν είναι ούτε φυσικοί εχθροί, ούτε έχουν να χωρίσουν κάτι. Η ανάπτυξη συνέργιας μεταξύ των δυο αυτών τομέων είναι απαραίτητη, καθώς οι δυο αυτοί τομείς αλληλοσυμπληρώνονται. Ο πολιτισμός χρειάζεται συχνά χρηματοδότηση για την διατήρηση και ανάπτυξη κάποιων οικονομικά ατελέσφορων προϊόντων του αλλά και ενίοτε ελλειμματικών, ενώ ο τουρισμός έχει ανάγκη τον πολιτισμό και τις πολιτιστικές δράσεις για την βελτίωση της ποιότητας του συνολικού τουριστικού προϊόντος του και την περαιτέρω διαφοροποίησή του.

Για να είναι πιο αποτελεσματική η συνέργια μεταξύ του πολιτισμού και του τουρισμού, οι δυο τομείς θα πρέπει να ορίζουν από κοινού τους σκοπούς τους και να προγραμματίζουν τις από κοινού δράσεις τους. Επειδή οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν συγκεκριμένους στόχους, χρονοδιαγράμματα και μεγέθη είναι πιο λογικό ο προγραμματισμός να ξεκινάει από αυτές με δέκτη το χώρο του πολιτισμού, στον οποίο τα όρια δεν είναι τόσο στενά, όπως στον κόσμο των επιχειρήσεων. Μέσω της συνεργασίας των δυο τομέων μπορούν να προκύψουν νέες ιδέες για νέα προϊόντα που θα συνδυάζουν την καλλιτεχνική δημιουργικότητα με την λογική της αγοράς.

Το είδος της σχέσης που μπορεί να προκύψει μεταξύ των δυο αυτών τομέων στο επίπεδο των περιουσιακών στοιχείων, σχετίζεται με το επίπεδο της

⁴⁶Tourism management 26(2005) Relationship between Tourism and Cultural heritage management: evidence from Hong Kong, B. McKercher et al, page 544

συσσωρευμένης εμπειρίας, της 'ωριμότητας', της γνώσης, καθώς και της καλής θέλησης που θέλουν να επιτύχουν οι δυο αυτοί τομείς. Ο κλάδος του πολιτιστικού τουρισμού είναι πιο πιθανόν να αναπτυχθεί όταν και οι δυο φορείς έχουν πραγματική επίγνωση της τουριστικής αξίας του πολιτιστικού στοιχείου και αποδέχονται την ανάγκη διατήρησης των βασικών πολιτιστικών αξιών.

Τέλος, σημαντικό είναι να υπάρχει έννομο ενδιαφέρον στο πολιτιστικό στοιχείο και από τις δυο πλευρές, καθώς και να υπάρχει διαχωρισμός του ρόλου που έχουν στην προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού.⁴⁷ Στο διοικητικό επίπεδο πρέπει ομοίως να υπάρχει αλληλοκατανόηση, ώστε οι πολιτιστικοί διαχειριστές να κατανοούν πώς δρα και λειτουργεί η τουριστική βιομηχανία, αλλά και τα στελέχη του τουρισμού να καταλάβουν τις αξίες και τους περιορισμούς των διαχειριστών πολιτιστικών πόρων.

⁴⁷ Tourism management 26(2005) Relationship between Tourism and Cultural heritage management: evidence from Hong Kong, B. McKercher et al, σελ 546

Κεφάλαιο 4^ο Πολιτιστικός Τουρισμός και τουριστική ανάπτυξη. Οικονομικά οφέλη και ανάπτυξη μέσω πολιτιστικού τουρισμού.

4.1 Η συμβολή του πολιτισμού, των πολιτιστικών δραστηριοτήτων και της πολιτιστικής κληρονομιάς στην τουριστική ανάπτυξη και στην αστική ανάπλαση

Υπάρχουν στοιχεία που αποδεικνύουν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός γίνεται όλο και πιο σημαντικό τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Ο παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού έχει στοιχεία που δείχνουν αύξηση των διεθνών ταξιδιών από τους πολιτιστικούς τουρίστες από 37% το 1995, σε 40% το 2004. Αν ληφθεί υπόψιν και η μεγάλη αύξηση στον παγκόσμιο όγκο των τουριστών είναι σαφές πόσο σημαντικό είναι αυτό το ποσοστό για την παγκόσμια αγορά. Σε έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί διαφαίνεται ότι και οι κάτοικοι των τοπικών κοινωνιών υποστηρίζουν αυτήν την μορφή τουρισμού και τα δυνητικά οφέλη που έχει. (πχ διάγραμμα 5) Επιπλέον, μετά την επιτυχή διεκπεραίωση των Ολυμπιακών αγώνων, όταν οι κάτοικοι της Βαρκελώνης ρωτήθηκαν για τα είδη τουρισμού που επιθυμούσαν να αναπτυχθούν στην πόλη τους, το 90% συμφώνησαν στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, καθώς έβλεπαν οφέλη από αυτή την μορφή τουρισμού, όπως αύξηση των εισοδημάτων και υποστήριξη των τοπικών πολιτιστικών ιδρυμάτων.⁴⁸

Φορείς χάραξης πολιτικής, τουριστικοί φορείς και διαχειριστές πολιτιστικών αξιοθέατων εξακολουθούν να θεωρούν τον πολιτισμικό τουρισμό ως μια σημαντική πηγή ανάπτυξης του τουρισμού γενικότερα. Υπάρχει μια γενικότερη αντίληψη ότι ο πολιτιστικός τουρισμός κάνει καλό στο σύνολο του τουριστικού τομέα καθώς προσελκύει άτομα υψηλού εισοδήματος, είναι φιλικός για το περιβάλλον και συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη, βοηθάει στην διατήρηση του τοπικού

⁴⁸ Richards, G. (2011) Cultural tourism trends in Europe: a context for the development of Cultural Routes, σελ 11

πολιτισμού, συμβάλλοντας στην οικονομία και στην διατήρηση των πολιτιστικών ιδιαιτεροτήτων.⁴⁹

Οι ενασχολούμενοι με την παραγωγή, την ανάπτυξη και τη συντήρηση του πολιτιστικού προϊόντος παίζουν σημαντικό ρόλο στην αξιοποίηση του πολιτιστικού κεφαλαίου που είναι συγκεντρωμένο στα κέντρα των ιστορικών πόλεων της Ευρώπης. Οι πολιτιστικοί πόροι που ανήκουν στα πιο παραδοσιακά και ιστορικά μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς πλεονεκτούν έναντι των πιο μοντέρνων και σύγχρονων χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς, εξαιτίας της συσσωρευμένης αισθητικής και συμβολικής αξίας τους.⁵⁰ Συνήθως, οι πολιτιστικοί τουρίστες, ιδίως η υποκατηγορία η οποία περιλαμβάνει τους τουρίστες που επισκέπτονται αποκλειστικά ένα μέρος για τα πολιτιστικά αξιοθέατα ενδιαφέρονται πιο πολύ για τα μνημεία που έχουν μεγάλη ιστορική και συμβολική αξία και είναι και διατεθειμένοι να ξοδέψουν μεγαλύτερο κεφάλαιο σε αυτούς τους αρχαιολογικούς χώρους. Το πολιτιστικό και συμβολικό κεφάλαιο που σχετίζεται με συγκεκριμένες τοποθεσίες και πόλεις, μπορεί να αξιοποιηθεί για την δημιουργία νέων εκδηλώσεων, αξιοθέατων και θεαμάτων.(Britton, 1991). Ως εκ τούτου, τα πολιτιστικά μνημεία και τα αξιοθέατα πολιτιστικής κληρονομιάς έχουν γίνει μέρος των καταναλωτικών πρακτικών που χρησιμοποιούνται στη δημιουργία του σύγχρονου τοπίου παραγωγής πολιτιστικών αγαθών.

Ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς συνδέεται με την άνοδο των μοντέρνων μορφών τουρισμού (Rojek 1993; Urry 1994). Ο μοντέρνες μορφές τουρισμού είναι στενά συνδεδεμένες με την εικόνα, την αυθεντικότητα, την έντονη διαφοροποίηση της αγοράς και τα ευέλικτα πρότυπα παραγωγής.

Το πολιτιστικό κεφάλαιο δεν είναι μόνο ένα μέσο διαφοροποίησης και διάκρισης ενός μέρους, αλλά είναι και ένα χαρακτηριστικό του μέρους ή της τοποθεσίας. Για την προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων και καταναλωτών σχετικά υψηλού εισοδήματος δίνεται έμφαση στις αισθητικές ιδιότητες των υλικών αγαθών, αλλά και των υπηρεσιών που αντιπροσωπεύουν το ιστορικό και συμβολικό κεφάλαιο. Έτσι τα μουσεία, τα μνημεία και άλλα αξιοθέατα πολιτιστικής κληρονομιάς μπορούν να

⁴⁹ Richards, G. (2003) What is Cultural Tourism?

⁵⁰ Greg Richards, Tilburg University Production and Consumption of European Cultural Tourism, σελ 262

χρησιμοποιηθούν στις στρατηγικές περιφερειακής, τοπικής και οικονομικής ανάπτυξης. Τα πολιτιστικά αγαθά και οι υπηρεσίες που τα συνοδεύουν αποτελούν πραγματικό κεφάλαιο, εφόσον έχουν ενσωματωθεί ως εμπορεύματα στην αγορά κυκλοφορίας του κεφαλαίου. Ο ορισμός ζωνών πολιτιστικής διαχείρισης συνδέεται άμεσα με την οικονομική αξία και ανάπτυξη μιας περιοχής, καθώς με αυτόν το τρόπο διατηρείται, αλλά και αυξάνεται η οικονομική αξία των περιουσιακών στοιχείων που βρίσκονται στην εγγύς περιοχή. Ως εκ τούτου, η κατανάλωση και αγορά πολιτιστικών αγαθών, δεν επηρεάζει μόνο τη συμβολική αξία μιας τοποθεσίας, αλλά και τη συσσώρευση κεφαλαίου στην περιοχή, καθώς και την ανάπτυξη ακινήτων. Αυτή η τάση παρατηρείται κυρίως στα ιστορικά κέντρα των πόλεων.⁵¹ Ειδικότερα, οι ιστορικές πόλεις που διαθέτουν μεγάλη προσφορά πολιτιστικών αγαθών τείνουν να συγκεντρώνουν μεγάλη ζήτηση.

Τις τελευταίες δεκαετίες έχει υπάρξει σημαντική αύξηση επισκέψεων πολιτιστικής κληρονομιάς σε όλη την Ευρώπη. Στοιχεία της βάσης δεδομένων της ένωσης ATLAS δείχνουν αύξηση 100% επισκέψεων πολιτιστικής κληρονομιάς σε όλη την Ευρώπη μεταξύ των ετών 1970 και 1991. Βέβαια υπάρχουν σημαντικές διακυμάνσεις της ζήτησης πολιτιστικής κληρονομιάς από τη μια χώρα στην άλλη. Για παράδειγμα τη συγκεκριμένη εικοσαετία υπήρχε αύξηση της ζήτησης 200% στο Ηνωμένο Βασίλειο, 130% στη Γαλλία και μόνο 18% στην Ιταλία. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν πώς η έλλειψη διαχείρισης πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να συμβάλλει στην μικρή ή μηδαμινή αύξηση των επισκέψεων, ακόμα και σε χώρες με τεράστια προσφορά πολιτιστικών αξιοθέατων, όπως είναι η Ιταλία, η οποία με βάση το Irish Tourist Board(1988) διαθέτει την μεγαλύτερη δυναμική στην προσφορά στοιχείων πολιτιστικής κληρονομιάς.⁵²

Οι δαπάνες για τα πολιτιστικά αξιοθέατα, τόσο από την άποψη της δημόσιας χρηματοδότησης, όσο και από τα έσοδα από τα εισιτήρια, καθώς και άλλων εσόδων εμφανίζουν αυξητική πορεία σε όλη την Ευρώπη. Οι προϋπολογισμοί για την διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς έχουν αυξηθεί σημαντικά σε πολλές χώρες, καθώς τα πολιτιστικά, οικονομικά και κοινωνικά οφέλη από την διατήρηση

⁵¹ Greg Richards, Tilburg University, Production and Consumption of European Cultural Tourism, σελ 268

⁵² Greg Richards, Tilburg University, Production and Consumption of European Cultural Tourism, σελ 26

της πολιτιστικής κληρονομιάς έχουν γίνει κοινώς αποδεκτά. Το γεγονός αυτό προκάλεσε αύξηση στον αριθμό των μουσείων και στον αριθμό των κτιρίων που είναι ανοιχτά στο κοινό.⁵³

Τοποθεσίες με φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, περιλαμβανομένων γραφικών τοπίων και ιστορικών πόλεων, είναι πλέον σημαντικά στοιχεία του παγκόσμιου τουρισμού, αντιπροσωπεύοντας μια μεγάλη και ολοένα αυξανόμενη πηγή εσόδων για τον τουριστικό τομέα. Καθώς ο πολιτισμός και η πολιτιστική κληρονομιά αποκτούν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο στην παγκόσμια αγορά του τουρισμού πρέπει να διαμορφωθεί ένα κοινό πλαίσιο για τους διαχειριστές προορισμών και πολιτιστικής κληρονομιάς και για το σύνολο του τουριστικού κλάδου, ώστε να ανταποκρίνονται στις επιθυμίες των τουριστών για ενδιαφέρουσες και ελκυστικές πληροφορίες σχετικά με τα μέρη που επισκέπτονται και παρέχοντας ότι χρειάζεται για την ενδυνάμωση της εμπειρίας των τουριστών και τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών στα μέρη αυτά. Η αντιστοίχιση των προσδοκιών των τουριστών με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και το σύνολο των εμπειριών στον τόπο που τους φιλοξενεί, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την βιωσιμότητα και το μακροπρόθεσμο θετικό αποτέλεσμα για οποιαδήποτε τουριστική επιχείρηση, προωθητική καμπάνια του δημόσιου τομέα και για τον τουριστικό προορισμό.

Η σχέση μεταξύ τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς επεκτείνεται σε νέους τομείς. Ενώ τα γνωστά μνημεία και τα εντυπωσιακά φυσικά τοπία βοηθούν στην διαφοροποίηση ενός προορισμού ή μιας τοποθεσίας από άλλα, αυξάνεται το ευρύτερο ενδιαφέρον της τουριστικής αγοράς για τον τρόπο ζωής και την καθημερινότητα της πόλης και της τοποθεσίας που τους φιλοξενεί. Οι τουρίστες θα επισκέπτονται τα μνημεία και τα πολιτιστικά αξιοθέατα, αλλά θα ξοδεύουν το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου τους, παρατηρώντας τις διαφορές στην κουλτούρα της τοπικής κοινωνίας σε σχέση με τις δικές τους, καθώς και στην εξερεύνηση της τοπικής κουζίνας και γαστρονομίας, των τοπικών αγορών και εμπορευμάτων, αλλά και στην διάδραση με τον τοπικό πληθυσμό. Έτσι με μια πιο ολιστική προσέγγιση αυτά τα ευρύτερα πολιτιστικά και κληρονομικά χαρακτηριστικά που προσφέρει ο

⁵³ Cultural Attractions and European Tourism, Greg Richards, 2001, σελ 11.

προορισμός αυξάνουν κατά πολύ το εύρος του παραδοσιακού τμήματος των 'πολιτιστικών τουριστών'.⁵⁴

Υπάρχουν λειτουργικές και πρακτικές πλευρές του ζητήματος της προώθησης της βιωσιμότητας των ιδιοτήτων της πολιτιστικής κληρονομιάς. Αν και έχουν γίνει σημαντικά βήματα προς τη σωστή κατεύθυνση, η πλειοψηφία των μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς υποφέρουν από έλλειψη χρηματοδότησης, πόρων και εμπειρογνομώνων, αν και σκοπός της σύμβασης παγκόσμιας κληρονομιάς είναι η ενίσχυση και ενθάρρυνση της διεθνούς συνεργασίας, η ανταλλαγή γνώσεων, τεχνικής κατάρτισης και χρηματικών κεφαλαίων. Χρειάζεται αναγνώριση του συγκρουσιακού χαρακτήρα των τουριστικών δραστηριοτήτων με τις εργασίες συντήρησης που είναι απαραίτητες, σε συνδυασμό με την αναγνώριση της αναγκαιότητας δημιουργίας εσόδων, ώστε να εξασφαλίζεται η συντήρηση και βιωσιμότητα των πολιτιστικών πόρων αλλά και η ανταπόκριση στις προσδοκίες των επισκεπτών. Διανύουμε μια περίοδο σημαντικών αλλαγών στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς όσον αφορά την κεντρική κυβερνητική στήριξη, όπου εξετάζεται η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στην μελλοντική διαχείριση κάποιων πολιτιστικών αξιοθέατων.⁵⁵

Πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως μνημεία και μουσεία έχουν αποτελέσει σημαντικό πόλο έλξης όχι μόνο επισκεπτών, αλλά και εσωτερικών επενδύσεων. Ευρωπαϊκές πόλεις όπως το Bilbao και το Tilburg, έχουν επενδύσει στην ανάπτυξη πολιτιστικών αξιοθέατων, ως μέσο για την προσέλκυση περισσότερων τουριστών και αύξησης της συνολικότερης ελκυστικότητας της πόλης ως ένα μέρος για να ζει και να εργάζεται κάποιος. Έτσι, η ανάπτυξη πολιτιστικών αξιοθέατων έχει χρησιμοποιηθεί τα τελευταία χρόνια για την τόνωση της οικονομίας και της πολιτιστικής ζωής των αστικών περιοχών πολλών Ευρωπαϊκών πόλεων.⁵⁶ Ένα ενσωματωμένο όραμα για τα κοινωνικά και οικονομικά οφέλη είναι απαραίτητο για την μελλοντική ανάπτυξη πολιτιστικών πολιτικών όπου οι δαπάνες για τις τέχνες και τον πολιτισμό θα βλέπονται περισσότερο ως επένδυση παρά ως κρατική

⁵⁴ Communicating Heritage- A Handbook for the tourism sector, UNTWO 2011, σελ 10

⁵⁵ Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management, McKercher, Bob and Hilary du Cros, σελ 96

⁵⁶ Cultural policy and urban regeneration: The west European Experience, Franco Bianchini, Michael Parkinson, σελ 73-76

επιδότηση. Επένδυση, με σημαντικές μελλοντικές οικονομικές απολαβές αλλά και κοινωνικές, καθώς θα αυξάνεται η ποιότητα ζωής του τοπικού πληθυσμού.

Η συνειδητοποίηση της σημασίας της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς αυξάνεται σε όλο και περισσότερες πτυχές της τουριστικής αγοράς. Οι καταναλωτές απαιτούν υψηλότερα επίπεδα αειφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης στους τουριστικούς προορισμούς και στις πρακτικές που ακολουθούνται από τους παρόχους υπηρεσιών. Οι πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών έχουν επίγνωση ότι η μακροχρόνια επιτυχία τους εξαρτάται από την αποτελεσματική και σωστή χρήση των τουριστικών 'περιουσιακών στοιχείων'- σωστή διαχείριση της φυσικής κληρονομιάς, σωστή συντήρηση και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και των ζωντανών πολιτιστικών παραδόσεων.⁵⁷

Η σωστή διαχείριση και προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς θα πρέπει:

- Να διευκολύνει την πρόσβαση στην αγορά, ειδικότερα μικρότερων επιχειρήσεων και τουριστικών επιχειρήσεων βασισμένων στην κοινότητα, εξαιτίας των περιορισμένων πόρων που διαθέτουν για επιτυχές Μάρκετινγκ
- Να προωθήσουν τουριστικά προϊόντα που μπορεί να είναι πιο βιώσιμα σε σχέση με άλλα, να ισχυροποιήσουν τις επιδόσεις και την αναγνωρισιμότητα των εν λόγω προϊόντων και να ενθαρρύνουν την χρήση τους
- Να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των επισκεπτών, ενημερώνοντάς τους πάνω σε θέματα βιωσιμότητας και ενθαρρύνοντας κάποιες συγκεκριμένες συμπεριφορές.
- Να αυξήσουν την εθνική και τοπική αυτοεκτίμηση, καλλιεργώντας τη στήριξη που χρειάζεται για την διατήρηση των παραδόσεων και την βιώσιμη διαχείριση των πολιτιστικών και φυσικών πόρων.
- Να βοηθήσει τους τουρίστες να αποκτήσουν μια πιο πλούσια και ικανοποιητική εμπειρία από την επίσκεψη.
- Να αυξήσει τις δυνατότητες των δημόσιων οργανισμών τουρισμού να αναπτύξουν και να παρουσιάσουν τα αξιοθέατα και τον προορισμό με έναν πιο κατανοητό τρόπο για το ευρύ κοινό.

⁵⁷ Communicating Heritage- A Handbook for the tourism sector, UNTWO 2011, σελ 11

- Να βελτιώσουν τις δυνατότητες των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων, ώστε να αναπτύξουν ένα μεγαλύτερο εύρος προϊόντων και υπηρεσιών που αυξάνουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με το διεθνή ανταγωνισμό.
- Να βοηθήσει στην ανάπτυξη της συνεργασίας και του συντονισμού μεταξύ του τουριστικού τομέα, των οργανισμών διαχείρισης προορισμού και των διαχειριστών πολιτιστικής κληρονομιάς για τη διεύρυνση και βελτίωση της ενοποίησης μεταξύ των διαφορετικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Να ενισχύσει την δυνατότητα των τοπικών κοινοτήτων και των ενδιαφερόμενων μερών να έχουν πιο ισχυρό ρόλο στην διαδικασία καθορισμού του τρόπου παρουσίασης και επικοινωνίας των υλικών και άυλων πολιτιστικών πόρων και αξιών που διαθέτουν.
- Να δώσει ώθηση στην δημιουργία καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε να δημιουργηθούν έσοδα για τη συντήρηση και διατήρηση των στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς και την μακροχρόνια βιωσιμότητα παραδοσιακών έργων τέχνης.
- Να αυξήσει την δέσμευση και την καταναλωτική αγορά των επισκεπτών και για παραδοσιακά και για μοντέρνα προϊόντα και υπηρεσίες, παρέχοντας ευκαιρίες κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο.
- Να διευρύνει την έκταση της τουριστικής δραστηριότητας, πέρα από φημισμένα μέρη και πέρα από την αιχμή της εποχικότητας, σε μέρη με μικρότερο αριθμό επισκέψεων, αποτρέποντας την υπερβολική συγκέντρωση τουριστών σε ένα μόνο μέρος και άλλες δυσμενείς επιπτώσεις σε μέρη υψηλής πολιτιστικής αξίας και σε ιδιαίτερες κοινότητες. Με αυτόν τον τρόπο μειώνεται και η εξάρτηση του πολιτιστικού τουρισμού από συγκεκριμένα μόνο μέρη και διευρύνεται το πολιτιστικό τουριστικό προϊόν.
- Να δημιουργήσει ευκαιρίες για νέα και βελτιωμένα τουριστικά προϊόντα σε λιγότερο γνωστά αξιοθέατα και προορισμούς.

- Να ενθαρρύνει τους επισκέπτες να αλληλεπιδρούν πιο έντονα με το μέρος και την τοπική κοινωνία και να συμπεριφέρονται υπεύθυνα.⁵⁸

Σε όλη την Ευρώπη, οι δημοτικές αρχές παίρνουν μέτρα για την αναγέννηση και ανάδειξη των αστικών κέντρων τους μέσω πολιτικών που προσελκύουν άμεσες επενδύσεις και εισροές τουριστών. Στην προσπάθεια αναζήτησης διαφόρων μοντέλων μελλοντικών εσόδων για τον Δήμο και τις πόλεις, έχουν αναπτυχθεί διάφορες πολιτικές που έχουν σχέση με την ανάπτυξη και κατανάλωση πολιτιστικών αγαθών. Τα μέτρα μπορεί να περιλαμβάνουν επενδύσεις σε μεγάλες υλικές πολιτιστικές υποδομές, όπως είναι τα μουσεία και οι γκαλερί τέχνης ή επενδύσεις σε μη υλικές υποδομές, όπως στην διοργάνωση μεγάλων εκδηλώσεων και event, όπως είναι και ο θεσμός της Πολιτιστικής πρωτεύουσας της Ευρώπης.

Μετά το 1970, η ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων χρησιμοποιήθηκε ως μέσο αύξησης της ποιότητας ζωής της πόλης αλλά και ως μέσο συγκρότησης και ανάπτυξης οικονομικών δραστηριοτήτων στα αστικά κέντρα. Μια εμπορευματοποιήσιμη πολιτιστική πολιτική ξεκίνησε περιμένοντας απτά και μετρήσιμα αποτελέσματα και αποδόσεις. Οι αποδόσεις που αναμένονταν από τις επενδύσεις σε μουσεία, εκδηλώσεις, θέατρα και 'δημιουργικές βιομηχανίες', ήταν με την μορφή κερδών, ανάπτυξης του τοπίου και δημιουργίας θέσεων εργασίας. Ανάλογα με την πορεία των αποδόσεων, διαμορφώνονταν και οι κατάλληλες πολιτικές πολιτιστικής και αστικής αναβάθμισης.⁵⁹ Στρατηγικές ανάπτυξης με επίκεντρο τον πολιτισμό χρησιμοποιούνται από τους κυβερνητικούς φορείς και τις δημοτικές αρχές για να οδηγήσουν στην οικονομική ανάκαμψη που χρειάζεται. Τα μοντέλα ανάπτυξης αυτά προσανατολίζονται στην παραγωγή και πώληση πολιτιστικών αγαθών. Ειδικότερα όσον αφορά την παραγωγή πολιτιστικών αγαθών, μεγάλο μέρος των επενδύσεων στρέφεται προς την πολιτιστική και δημιουργική βιομηχανία.

⁵⁸ Communicating Heritage- A Handbook for the tourism sector, UNTWO 2011, σελ 13-14

⁵⁹ Capitalizing on Culture: An evaluation of Culture-led urban regeneration policy, Luke Binns, Faculty of the built environment, DIT, Ireland, 2005 σελ 1

Τα μοντέλα ανάπτυξης που βασίζονται στην κατανάλωση των πολιτιστικών αγαθών συνήθως συνοδεύονται και από επενδύσεις στην παραγωγή. Για να προωθηθεί η κατανάλωση δίνεται βάση στην ενίσχυση της εικόνας και σημασίας της πολιτιστικής ζωής για την πόλη, έτσι ώστε να αυξάνεται η ελκυστικότητα της πόλης και του προορισμού. Η ανάπτυξη μιας θετικής εικόνας για τον πολιτισμό και τις πολιτιστικές δραστηριότητες έχει μεγάλη σημασία για τους δυνητικούς επισκέπτες, για τους ασχολούμενους με τομείς εργασίας έντασης γνώσης και υψηλής τεχνολογίας, καθώς και για μεγάλο μέρος της μεσαίας τάξης, που είναι και βασική αγορά στόχος για τον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού.

Το σύνολο των πολιτιστικών δραστηριοτήτων, σε συνδυασμό με ένα καθαρό και ασφαλές περιβάλλον, ισχυρό κοινωνικό κεφάλαιο και με μια υψηλή αστική αισθητική μπορούν να αποτελέσουν ένα 'πακέτο' που αναβαθμίζει την ποιότητα και την γενικότερη εικόνα της πόλης, αυξάνοντας την ζήτηση και το καταναλωτικό ενδιαφέρον. Η φιλοξενία μεγάλων πολιτιστικών και αθλητικών εκδηλώσεων, όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες, διεθνή φεστιβάλ, και ο θεσμός της πολιτιστικής Ευρωπαϊκής πρωτεύουσας αποτελούν συμπληρωματικές στρατηγικές για άντληση επισκεπτών από την παγκόσμια αγορά τουρισμού. Η διεξαγωγή μεγάλων δεξιώσεων και εκδηλώσεων διευκολύνει την διάδοση μιας επιλεγμένης εικόνας στους δυνητικούς επενδυτές, τουρίστες και στους φορείς χάραξης πολιτικής. Μεγάλες εκδηλώσεις, φέρνουν μεγάλο αριθμό τουριστών στην περιοχή και δημιουργούν δημοσιότητα χωρίς να έχουν δαπανηθεί μεγάλα ποσά για την διαφήμιση των εκδηλώσεων, αλλά εξαιτίας της σημασίας και του διεθνούς κύρους που έχουν οι εκδηλώσεις αυτές.⁶⁰ Για παράδειγμα, ο θεσμός της Πολιτιστικής πρωτεύουσας είναι πολύ σημαντικός για την προώθηση της πόλης που φιλοξενεί τον θεσμό και προσδίδει τεράστια αξία στην πόλη, μέσω hard branding, που εν συνεχεία μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στο Μάρκετινγκ του προορισμού. Η διοργάνωση τέτοιων εκδηλώσεων διεθνούς κύρους μπορούν να αξιοποιηθούν από τις τοπικές αρχές σε μια μακροπρόθεσμη στρατηγική δημιουργίας εισοδήματος από τις τέχνες και τον πολιτισμό, εδραιώνοντας οικονομικές, κοινωνικές και

⁶⁰ Evans, G (2003) Hard-Branding the Cultural City- From Prado to Prada in: International Journal of Urban and Regional Research, τεύχος. 27.2: 417-40

προπάντων αλλαγές στην αντίληψη της εικόνας που υπάρχει για ένα μέρος ή μια πόλη, ώστε να μετατραπεί σε ένα κέντρο πολιτιστικής δημιουργίας και ένα σημαντικό πολιτιστικό κόμβο, που φημίζεται για δημιουργικές και μοντέρνες δραστηριότητες και για δραστηριότητες πολιτιστικής εκμάθησης και ψυχαγωγίας.

Μέσα στα πλαίσια ενός νέου οράματος, τα κέντρα πολλών Ευρωπαϊκών πόλεων μπορούν να αποτελέσουν σημεία πρόσβασης ψυχαγωγίας, εκπαίδευσης και αλληλεπίδρασης(πχ γκαλερί, ανοιχτές πλατείες και αγορές, αίθουσες συναυλιών). Στα κέντρα των πόλεων θα αντανακλάται ο διαφορετικός τρόπος ζωής και η βούληση όλων των πολιτών και σε συνδυασμό με ένα αναβαθμισμένο δίκτυο μεταφοράς, ένα αστικό περιβάλλον φιλικό προς τους πεζούς και καθαρό θα υπάρχουν όλες οι προϋποθέσεις για την διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων αλλά και δημιουργίας ισχυρής πολιτιστικής ταυτότητας.⁶¹

Στη σημερινή εποχή ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται πολύ έντονα με το αστικό περιβάλλον. Έτσι, οι πόλεις προσπαθούν να αξιοποιήσουν τους πολιτιστικούς πόρους που διαθέτουν, στηριζόμενες στις τέχνες και τον πολιτισμό, για να αναζωογονήσουν και να καταστήσουν τα κέντρα τους πιο ελκυστικά και εμπορικά. Τα σύγχρονα αστικά κέντρα στηρίζονται στα μουσεία, στις τέχνες του θεάματος, στην λυρική σκηνή, τα θέατρα και τους συναυλιακούς χώρους για να ωθήσουν την οικονομική ανάπτυξη.⁶²

Ένα παράδειγμα που αποτυπώνει την επίδραση νέων μεγάλων πολιτιστικών έργων και τη στήριξή τους στην ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας και της εικόνας της πόλης είναι το μουσείο Guggenheim, του ομώνυμου ιδρύματος, που υλοποιήθηκε το 1997 στο Μπιλμπάο της Ισπανίας. Το Guggenheim Bilbao αποτέλεσε το πρώτο μουσείο σύγχρονης τέχνης, το οποίο έδωσε άλλη εικόνα σε ολόκληρη την πόλη και αποτέλεσε μετασχηματιστικό σύμβολο για την συνολική αλλαγή του αστικού τοπίου.⁶³ Με κόστος 89 εκατ. \$,η Βασκική κυβέρνηση σε συνεργασία με το ίδρυμα Guggenheim, πραγματοποίησαν την κατασκευή αυτού

⁶¹ Sara Selwood (2002) Measuring culture, <http://www.spiked-online.com/Printable/00000006DBAF.htm>

⁶² National Building Museum(1998) Building Culture downtown: new ways of revitalizing the American city, Washington DC

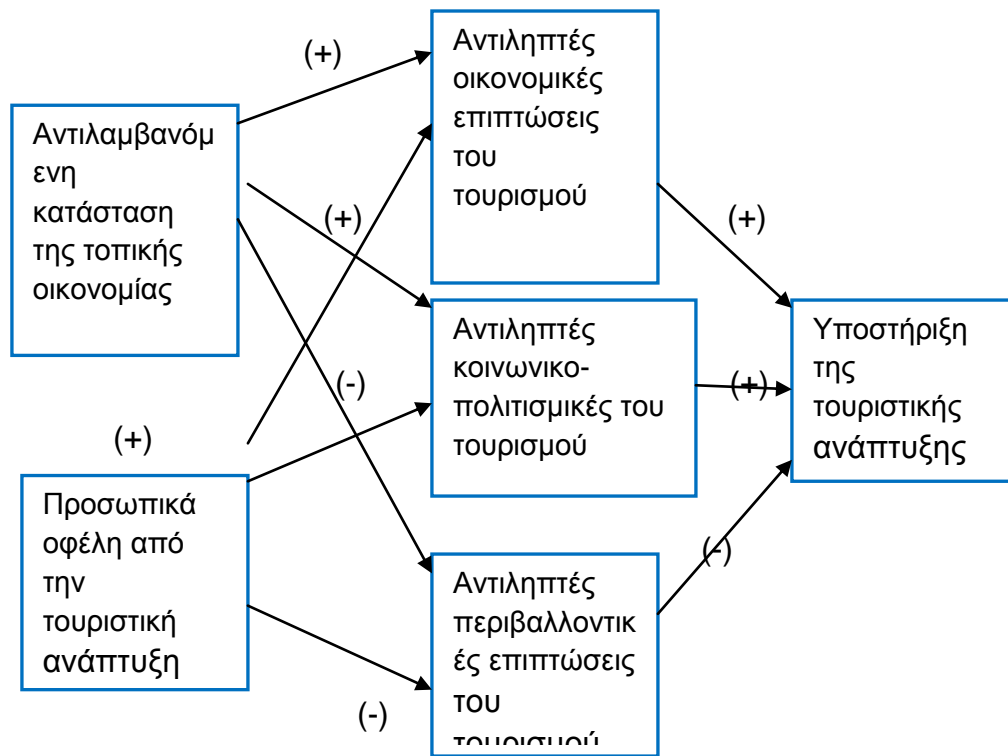
⁶³ Hard Branding the cultural city- From Prado to Prada, Graeme Evans, International journal of urban and regional research, volume 27.2, σελ 428-432

του υπερσύγχρονου μουσείου. Το πρώτο χρόνο λειτουργίας του μουσείου ήταν 2^ο σε επισκεψιμότητα σε όλη την Ισπανία, μετά το εθνικό μουσείο τέχνης, το Prado της Μαδρίτης, με 1.3 εκατ επισκέπτες. Σήμερα, το μουσείο έχει φιλοξενήσει πάνω από 100 διεθνείς εκθέσεις και έχει περισσότερες από 10 εκατ επισκέψεις στο ενεργητικό του. Το έργο αυτό άλλαξε σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο που οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τα μουσεία και συνεχίζει να δίνει μια διαφορετική οπτική στον τρόπο που συνδέονται η τέχνη, η αρχιτεκτονική και οι συλλογές έργων τέχνης.⁶⁴ Βέβαια είναι γεγονός πως η υψηλή χρηματοδότηση και η αυθεντικότητα του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού και της λειτουργικότητας μιας νέας υποδομής δεν αρκεί από μόνη της για να διατηρήσει το έργο, αλλά χρειάζεται και υποστήριξη από την τοπική κοινότητα. Στην περίπτωση του νέου μουσείου, στην αρχή δεν υπήρχε η αναμενόμενη υποδοχή, αλλά το έργο αυτό αποτέλεσε ευκαιρία για μαζική αναβάθμιση των υποδομών και έδωσε προοπτικές έντονης οικονομικής ανάπτυξης, κάτι το οποίο η τοπική αυτοδιοίκηση έλαβε σοβαρά, και όχι άδικα, καθώς επενδύθηκαν άλλα 300 εκατ \$ στην πόλη.

Το hard branding του αστικού πολιτιστικού προϊόντος και της κουλτούρας μιας πόλης διευκολύνεται από τη συσσώρευση της πολιτιστικής κατανάλωσης σε όρους χώρου, αλλά και συμβολικούς. Η σύγκλιση και η διαφήμιση από κοινού μουσείων, χώρων τέχνης και δραστηριοτήτων λιανεμπορίου είναι φαινόμενο μακράς διάρκειας. Η δημιουργία νέων κέντρων τεχνών και θεματικών μουσείων σε περιοχές με μνημεία και μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά (όπως στην Αθήνα), δημιουργεί ένα τοπίο που ενώνει το μοντέρνο στοιχείο και τις σύγχρονες τέχνες με στοιχεία του παρελθόντος, όπως κλασσικές και βιομηχανικές δομές και βοηθάει στην εξοικείωση με την τοπική κοινότητα. Οι νέοι χώροι πολιτισμού είναι πολύ σημαντικοί γιατί ενυπάρχουν φυσικά με τα υπάρχοντα πολιτιστικά στοιχεία της περιοχής, αλλά προσφέρουν ευκαιρίες για μεγαλύτερη πολιτιστική κατανάλωση και για ενίσχυση του 'πακέτου' ψυχαγωγίας που προσφέρει το αστικό περιβάλλον.⁶⁵

⁶⁴ <http://www.guggenheim.org/bilbao>

⁶⁵ Hard Branding the cultural city- From Prado to Prada, Graeme Evans, International journal of urban and regional research, volume 27.2, σελ 428-432



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5:D. Stylidis, M. Terzidou / Annals of Tourism Research 44 (2014) 210–226. Το μοντέλο της στήριξης των κατοίκων στην τουριστική ανάπτυξη.

Πίνακας 2: Πλαίσιο για την ταξινόμηση των τόπων και των πολιτιστικών τους προϊόντων

Πηγή: ETC Research Group, City Tourism and Culture, The European experience, 2005

Τύπος μέρους Κατηγορία προϊόντος	Χωριό	Κωμόπολη	Πόλη	Μητρόπολη
Πολιτιστική κληρονομιά	Σύμπλεγμα 1	Σύμπλεγμα 2		
Πολιτιστική κληρονομιά και τέχνες		Σύμπλεγμα 3	Σύμπλεγμα 4	

Πολιτιστική κληρονομιά+τέχνες +δημιουργική βιομηχανία			Σύμπλεγμα 5	Σύμπλεγμα 6
--	--	--	-------------	-------------

Πίνακας 3: Ταξινόμηση Ευρωπαϊκών πόλεων σύμφωνα με το πλαίσιο ταξινόμησης του πίνακα 2

Πηγή: ETC Research Group, City Tourism and Culture, The European experience, 2005

Σύμπλεγμα 2	Σύμπλεγμα 3	Σύμπλεγμα 4	Σύμπλεγμα 5	Σύμπλεγμα 6
Αβίλα	Αβινιόν	Αθήνα	Άμστερνταμ	Βερολίνο
Μπάμπεργκ	Βασιλεία	Αμβέρσα	Βαρκελώνη	Κωνσταντινούπολη
Βέρνη	Μπαϊρόιτ	Βουκουρέστι	Βρυξέλλες	Λονδίνο
Καντέρμπουρι	Μπολόνια	Εδιμβούργο	Βουδαπέστη	Παρίσι
Κόρδοβα	Μπρατισλάβα	Γλασκώβη	Κοπεγχάγη	Μαδρίτη
Ντελφτ	Μπριζ	Αμβούργο	Δουβλίνο	Ρώμη
Γρανάδα	Φλωρεντία	Ελσίνκι	Λισαβόνα	
Χαϊδελβέργη	Κεντ	Πόρτο	Λυών	
Λουξεμβούργο	Κρακοβία	Πράγα	Μιλάνο	
Οξφόρδη	Λιουμπλιάνα	Ρίγα	Μόναχο	
Μονακό	Όσλο	Ρόττερνταμ	Νάπολη	
Λευκωσία	Santiago de Compostela	Σάλτσμπουργκ	Στοκχόλμη	
Πίζα	Σόφια	Σεβίλλη	Βιέννη	
Σιένα	Τάλιν	Βαρσοβία		
Βαλέτα	Βενετία			

4.2 Case study: Η περίπτωση της Βαρκελώνης. Πώς η ανάπτυξη πολιτιστικών υποδομών ώθησε στην οικονομική και τουριστική ανάκαμψη την πόλη

Η Βαρκελώνη αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες τουριστικές επιτυχίες των τελευταίων δεκαετιών στην Ευρώπη. Ο αριθμός των αφίξεων έχει υπερδιπλασιαστεί τα τελευταία χρόνια και η Βαρκελώνη έχει τοποθετηθεί ως ένας πολιτιστικός προορισμός και μια από τις πιο ελκυστικές πόλεις της Μεσογείου. Πολλοί υποστηρίζουν ότι η επιτυχία της Βαρκελώνης οφείλεται στην κουλτούρα της πόλης- είτε την «εκλεπτυσμένη κουλτούρα του Γκαουντί και της νεωτεριστικής αρχιτεκτονικής που διακατέχει την πόλη, είτε και της λαϊκής κουλτούρας της πόλης και της περιοχής Ramblas. Όμως, η ανάδειξη της Βαρκελώνης ως μιας δημοφιλούς πολιτιστικής πρωτεύουσας είναι αποτέλεσμα μιας μακρόχρονης και πολύπλοκης διεργασίας που εκτείνεται στον 19^ο αιώνα και αφορά την φυσική ανάπτυξη της πόλης και την πολιτική, οικονομική και κοινωνική ιστορία της.

Η φυσική θέση της Βαρκελώνης βέβαια είναι ένα από τα πλέον δυνατά σημεία της και αυτό έχει άμεσο αντίκτυπο στις τουριστικές αφίξεις. Αποτελεί μια από τις λίγες μεγάλες μητροπόλεις της Μεσογείου, σημαντικό εμπορικό κόμβο εξαιτίας του λιμανιού της, που αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα λιμάνια της Μεσογείου και είναι πύλη μεταξύ βορρά και νότου.

Μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1980, η Βαρκελώνη αποτελούσε προορισμό συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού και προορισμό ημερησίων εκδρομών από τους τουρίστες της Costa Brava. Αυτό ξεκίνησε να αλλάζει όμως όχι μόνο εξαιτίας της διαφοροποίησης των προϊόντων που άρχισε να λαμβάνει χώρα σε όλη την Μεσόγειο, αλλά επειδή η Καταλονία ήθελε να διαφοροποιηθεί από την υπόλοιπη Ισπανία ο τουρισμός της οποίας ήταν άμεσα συνδεδεμένος με το μοντέλο του 3s(ήλιος, θάλασσα και άμμος).

Πολλά χρόνια παραμέλησης και καταπίεσης από την Μαδρίτη είχαν βαθιά επίδραση στην Καταλονία και προκάλεσαν μια ισχυρή επιθυμία για αυτοδιάθεση, πολιτιστική ταυτότητα και γλωσσική ελευθερία. Το πιο διάσημο παράδειγμα αποτέλεσαν οι Ολυμπιακοί αγώνες που έλαβαν χώρα το 1992 μέσω των οποίων αναπτύχθηκε το Ολυμπιακό στάδιο και άλλες αθλητικές εγκαταστάσεις, αλλά και

πραγματοποιήθηκε επέκταση του λιμανιού και μεγαλύτερο άνοιγμα της πόλης προς την θάλασσα. Όλα τα σημαντικά γεγονότα και οι εκδηλώσεις που έχουν λάβει χώρα στην Βαρκελώνη, έχουν συνεισφέρει στην ανάπτυξη της πόλης ακόμα και αν δεν ήταν όλα επιτυχή στο να προσδώσουν ένα διεθνές προφίλ στην πόλη.

Η Βαρκελώνη, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια πόλη της οποίας το διεθνές προφίλ δημιουργήθηκε από τα σημαντικά γεγονότα και τις εκδηλώσεις που διοργανώθηκαν εκεί. Η επιτυχία αυτής της στρατηγικής έχει οδηγήσει στην διοργάνωση πολλών περισσότερων εκδηλώσεων και θεματικών εορτών τα τελευταία χρόνια, καθώς η πόλη προσπαθεί να ανακτήσει το κλίμα που δημιουργήθηκε από τους Ολυμπιακούς αγώνες του 1992. Η οργάνωση της θεματικής εορτής Έτος Γκαουντί το 2002, το έτος σχεδιασμού(2003), το έτος Νταλί(2004) εξαιτίας της μεγάλης προσέλευσης τουριστών, δημιούργησαν στην λήψη μέτρων ανάπτυξης και επενδύσεων σε υποδομές, αλλά και συντέλεσαν στην ανάπτυξη του εκλεπτυσμένου πολιτιστικού προϊόντος που προσφέρει η πόλη. Η ιστορική εξέλιξη της πόλης ανέδειξε και το σημαντικό ρόλο που είχε ο δημόσιος τομέας στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, αν και η ιδιωτική χρηματοδότηση έχει συμβάλει επίσης. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια προετοιμασίας για τους Ολυμπιακούς αγώνες(1986-1993) η επένδυση του δημόσιου τομέα υπολογίζεται στα 8 δις δολάρια, περίπου στα 2/3 του συνολικού κόστους επένδυσης.

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 οι ηγεσίες της Βαρκελώνης ανέπτυξαν ένα συγκεκριμένο μοντέλο αστικής διακυβέρνησης το οποίο διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο και επηρέασε την πολιτιστική και κοινωνική ζωή της πόλης. Τα κύρια σημεία εστίασης του μοντέλου διακυβέρνησης της Βαρκελώνης είναι:

- Η δημιουργία συναίνεσης μεταξύ των δημόσιων φορέων
- Η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στην χρηματοδότηση των έργων
- Η δημιουργία ανεξάρτητων φορέων για το σχεδιασμό και την χρηματοδότηση
- Η στήριξη μιας αρχιτεκτονικής προσέγγισης για την ανάπτυξη της πόλης
- Η εισαγωγή ενιαίου στρατηγικού σχεδιασμού

- Η εστίαση στις ‘νέες και καλές ιδέες’ πριν από την παροχή μεγάλης χρηματοδότησης

Η αρχιτεκτονική προσέγγιση της αναδιαμόρφωσης και ανάπλασης του αστικού περιβάλλοντος είχε άμεση εφαρμογή στον πολιτιστικό τουρισμό, καθώς δημιουργήθηκαν νέες πολιτιστικές εγκαταστάσεις που επέδρασαν ως καταλύτες για την ανάπτυξη ορισμένων σημείων της πόλης. Το μουσείο σύγχρονης τέχνης της Βαρκελώνης(MACBA) και το σύγχρονο κέντρο πολιτισμού(CCCB) που βρίσκονται στην τουριστικά ανεπτυγμένη περιοχή του Raval είναι δύο παραδείγματα που αντικατοπτρίζουν την εδραίωση του πολιτιστικού τουριστικού προϊόντος της πόλης. Οι εξελίξεις αυτές έχουν ευνοήσει και την τάση της πόλης να φιλοξενεί εκθέσεις διεθνώς αναγνωρισμένων καλλιτεχνών.

Ένα παράδειγμα σύμπραξης ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, που είχε άμεσο αντίκτυπο στον τουρισμό της πόλης, αποτέλεσε ο οργανισμός Turisme de Barcelona, ο επίσημος οργανισμός τουριστικής προώθησης της Βαρκελώνης και προβολής των βασικών της αξιοθέατων, που υποστηρίχθηκε από τον Δήμο, το εμπορικό επιμελητήριο και τις εταιρίες προώθησης του προορισμού της Βαρκελώνης. Η πολιτική της διαφοροποίησης του τουρισμού και η ανάπτυξη νέων αγορών υπήρξε πολύ επιτυχής. Η πόλη αποτελεί πλέον έναν τουριστικό προορισμό αναψυχής, ενώ ο ρόλος του πολιτισμού στο τουριστικό προϊόν έχει αυξηθεί κατά πολύ.

Επιπλέον το ινστιτούτο πολιτισμού της Βαρκελώνης έπαιξε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και διάδοση του πολιτιστικού προϊόντος. Το ινστιτούτο πολιτισμού δημιουργήθηκε το 1996 από το δημοτικό συμβούλιο της Βαρκελώνης με σκοπό να τοποθετήσει τον πολιτισμό σαν ένα συστατικό στοιχείο για την ανάπτυξη και την προβολή της πόλης, μέσω της διαχείρισης των δημοτικών πολιτιστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών, καθώς και για να διευκολύνει την εμφάνιση και την εδραίωση των πολυάριθμων ιδιωτικών πρωτοβουλιών πολιτιστικών έργων και πολιτιστικών πλατφόρμων. Βασικοί στόχοι του ινστιτούτου πολιτισμού ήταν και είναι:

- Η δημιουργία, η διαχείριση και η διατήρηση της καλλιτεχνικής, επιστημονικής, της τεχνολογικής και της φυσικής κληρονομιάς της πόλης

- Η εμπορική αξιοποίηση των περιουσιακών στοιχείων και των δραστηριοτήτων του ινστιτούτου
- Η διάδοση του πολιτισμού στις διάφορες περιοχές και συνοικίες της Βαρκελώνης
- Η προώθηση δραστηριοτήτων μη κερδοσκοπικών πολιτιστικών τομέων
- Η ενθάρρυνση της παρουσίας των πολιτιστικών βιομηχανιών και η ενίσχυση των πολιτιστικών εγκαταστάσεων της πόλης
- Η προώθηση πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται στην πόλη
- Η ενίσχυση των ιδιωτικών πολιτιστικών πρωτοβουλιών
- Η συμμετοχή στην ενίσχυση των μεγάλων πολιτιστικών υποδομών που ανήκουν είτε στο κράτος είτε στην Καταλανική κυβέρνηση⁶⁶

Η πολιτιστική αναβίωση της Καταλονίας κατά την διάρκεια των τελευταίων 25 χρόνων είναι ένας πολύ βασικός παράγοντας της τουριστικής ανάκαμψης. Υπήρξαν προσπάθειες, με αφορμή και την διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων για δημιουργία ξεχωριστής πολιτιστικής ταυτότητας για την Καταλονία, με τον διαχωρισμό της Καταλανικής γλώσσας από την Ισπανική σαν κύριο στοιχείο. Η προώθηση του πολιτισμού αποτέλεσε ένα βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς η ανάπτυξη του πολιτισμού παρείχε πόρους στον τομέα του τουρισμού. Έτσι αναπτύχθηκε ένα σύνολο από πολιτιστικές εγκαταστάσεις με επίκεντρο τους κατοίκους, αλλά και προϊόντα κατανάλωσης για τους τουρίστες που επισκέπτονται την πόλη, όπως το μουσείο σύγχρονης τέχνης της Βαρκελώνης, το μουσείο Ιστορίας της Καταλονίας κ.α. Οι εξελίξεις αυτές συνέβαλαν στην ενίσχυση της εικόνας της Βαρκελώνης ως έναν σύγχρονο και καινοτόμο προορισμό, κάτι που έχει υποστηριχθεί και από τις εξελίξεις σε άλλους τομείς, όπως η γαστρονομία και η μόδα. Αυτή η πολιτιστική δυναμική ανεβάζει ακόμα περισσότερο την ατμόσφαιρα της πόλης, αλλά και ενισχύει τα υλικά και άυλα στοιχεία της πολιτιστικής προσφοράς της Βαρκελώνης. Στην περίπτωση της Βαρκελώνης, ο τουρισμός ήταν αποτέλεσμα της πολιτιστικής ανάπτυξης και πολλοί πολιτιστικοί παράγοντες έπαιξαν ρόλο στην ανάδειξη της πόλης. Υπήρξε ισχυρή τοπική

⁶⁶ <http://barcelonacultura.bcn.cat/en/culture-institute>

στήριξη για την ανάπτυξη του πολιτισμού και των πολιτιστικών εγκαταστάσεων, καθώς και ανάπτυξη ανοιχτών χώρων για πολιτιστική χρήση. Η συνεργασία επίσης των διαφορετικών φορέων διακυβέρνησης έχει επιφέρει μια ισχυρή ροή πολιτιστικής παραγωγής.

Τα αποτελέσματα των επενδύσεων στον πολιτιστικό τομέα υπήρξαν εντυπωσιακά. Η αύξηση των τουριστών μετά την διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων του 1992 ήταν ραγδαία και υπολογίζεται στο 130%, υπερβαίνοντας την ανάπτυξη της αγοράς στις περισσότερες άλλες Ευρωπαϊκές πόλεις. Υπάρχει αύξηση 150% στην επίσκεψη πολιτιστικών αξιοθέατων, που είναι μεγαλύτερη από την αύξηση στις επισκέψεις αναψυχής. Επιπλέον, έχει αυξηθεί το επίπεδο της ικανοποίησης των επισκεπτών σε τομείς που σχετίζονται με την πολιτιστική κληρονομιά, χαρακτηρίζοντάς την ως πολιτιστική πόλη.⁶⁷

Παρά το γεγονός ότι ο πολιτισμός είναι ένα από τα βασικά προϊόντα της Βαρκελώνης έρευνες επισκεπτών της πόλης το 2004, έδειξαν ότι η Βαρκελώνη θεωρείται μια 'δημιουργική πόλη' από το 80% των τουριστών, έχοντας παρουσιάσει αισθητή βελτίωση στον τομέα του «Δημιουργικού τουρισμού». Ο δημιουργικός τουρισμός αποτελεί μια εξέλιξη των παραδοσιακών μορφών του πολιτιστικού τουρισμού, έχοντας σαν σημείο αναφοράς την ενεργή συμμετοχή των επισκεπτών στην πολιτιστική ζωή των τόπων επίσκεψης. Αυτή η μορφή τουρισμού υψηλής συμμετοχικότητας είναι αποτέλεσμα μιας αλλαγής στη στάση των τουριστών, οι οποίοι αναζητούν έντονα εμπειρίες αυτοανάπτυξης, πέρα από την κατανάλωση πολιτιστικών προϊόντων. Έτσι στην Βαρκελώνη, η σημασία του νέου αυτού τομέα τουρισμού έγινε γρήγορα αντιληπτή, με αποτέλεσμα να ενισχυθεί περαιτέρω το πολιτιστικό προϊόν που προσφέρει η πόλη. Ένα παράδειγμα αποτελεί η τακτική ταξιδιωτικών πρακτορείων, τα οποία οργανώνουν εκδρομές εύρεσης δημιουργικών ταλέντων της Βαρκελώνης, στην οποία οι συμμετέχοντες έχουν άμεση επαφή με τεχνίτες και καλλιτέχνες, παίρνοντας μια εικόνα για την δημιουργική διαδικασία που ακολουθείται και έχοντας την δυνατότητα να

⁶⁷ European Cultural Tourism: A view from Barcelona, Greg Richards, workshop on national cultural tourism policy in Vienna, 2004, σελ 4-9

αγοράσουν έργα των καλλιτεχνών σε συμφέρουσες τιμές, προτού αυτοί γίνουν γνωστοί στο ευρύ κοινό.

Στο παράδειγμα της Βαρκελώνης φαίνεται ξεκάθαρα ότι με την προσθήκη δημιουργικών στοιχείων στο πολιτιστικό προϊόν της πόλης μπορεί να παραταθεί η διάρκεια παραμονής των επισκεπτών, καθώς και να αυξηθεί η επιθυμία επιστροφής ή και η συχνότητα επίσκεψης στον προορισμό. Ο δημιουργικός τουρισμός, στον οποίο έχει επενδύσει η Βαρκελώνη, αποτελεί μια πιο ευέλικτη μορφή πολιτιστικού τουρισμού σε σχέση με πολλές μορφές παραδοσιακού πολιτιστικού τουρισμού, δεν απαιτεί υψηλά κεφάλαια επενδύσεων και βοηθά στην αξιοποίηση των δεξιοτήτων και των γνώσεων των κατοίκων της πόλης, κάτι που δεν γίνεται εύκολα από τα μουσεία και τα κέντρα επισκεπτών μιας πόλης.

4.3 Δημιουργία εισοδήματος από την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1990 τα αποτελέσματα ερευνών που διεξάχθηκαν στις αναπτυσσόμενες χώρες έδειξαν ότι οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες δημιουργούν υψηλό ρυθμό ανάπτυξης του Ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος ή Ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας(ΑΠΑ) και απασχόλησης. Δυνητικά ο τομέας της πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας μπορεί να αποτελέσει ηγετικό κλάδο για την ανάπτυξη ολόκληρης της οικονομίας και την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, καθώς και να προσφέρει δευτερογενείς συνέπειες, όπως η προσέλκυση υψηλής ποιότητας εργασιακού δυναμικού, η τόνωση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας σε όλους τους τομείς της οικονομίας και η περαιτέρω επιχειρηματική ανάπτυξη και προώθηση των επενδύσεων.⁶⁸

Τα οικονομικά οφέλη και η αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου από την ανάπτυξη των τεχνών και του πολιτισμού δεν είναι εύκολα μετρήσιμα μεγέθη.

⁶⁸ Measuring the economic contribution of Cultural Industries, UNESCO, Institute for Statistics, 2009,σελ 7-9

Έχουν αναπτυχθεί ορισμένα εργαλεία που επιτρέπουν την αποτίμηση ορισμένων τομέων του πολιτισμού με τη χρήση μεθόδων οικονομικής αποτίμησης.

Πιο συγκεκριμένα, έχουν αναπτυχθεί 4 μέθοδοι μέτρησης της αξίας ενός πολιτιστικού οργανισμού. Οι 4 διαφορετικές προσεγγίσεις χωρίζονται σε 2 βασικές κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αφορά την μέτρηση των δαπανών, ενώ η δεύτερη την αποτίμηση των ευρύτερων οφελών. Οι τεχνικές αποτίμησης που ανήκουν στην 1^η κατηγορία καταμετράνε τις δαπάνες των οργανισμών, του κοινού και των καλλιτεχνών και προσδιορίζουν τις επιπτώσεις στην οικονομία. Οι τεχνικές της δεύτερης κατηγορίας αποτιμούν τα ευρύτερα οφέλη που αποκομίζονται από τον πολιτισμό, ακόμα και σε περιπτώσεις που δεν έχουν άμεσα οικονομικά οφέλη, όπως σε μουσεία χωρίς καταβολή εισιτηρίου εισόδου.⁶⁹

Στις τεχνικές αποτίμησης δαπανών χρησιμοποιούνται 2 μέθοδοι

- Εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων(EIA)
- Οικονομική ανάλυση αποτυπώματος(γνωστή και ως ανάλυση της οικονομικής συνεισφοράς)

Στην δεύτερη κατηγορία, οι 2 τεχνικές αποτίμησης είναι

- Η κοινωνική απόδοση των επενδύσεων(SROI)
- Η ενδεχόμενη αποτίμηση(CV)

Έως σήμερα, η μέθοδος της εκτίμησης των οικονομικών επιπτώσεων (EIA)είναι η πλέον συχνά χρησιμοποιούμενη στις τέχνες και στον πολιτιστικό τομέα, και βασικό της πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες μεθόδους είναι η επικέντρωσή της σε μια συγκεκριμένη περιοχή ή τοποθεσία. Η μέθοδος αυτή βασίζεται στην παραδοχή ότι ένας οργανισμός πολιτισμού και τεχνών προσελκύει επισκέπτες που δεν ξοδεύουν μόνο χρήματα για την καταβολή αντιτίμου εισόδου και εισιτηρίου, αλλά τρώνε και σε κοντινά εστιατόρια από τον χώρο της πολιτιστικής δραστηριότητας, ξοδεύουν χρήματα για ψυχαγωγία και αγορές από τοπικά καταστήματα ή και μένουν σε κάποιο κοντινό ξενοδοχείο. Αυτοί οι επισκέπτες μπορεί να μην είχαν πραγματοποιήσει ποτέ την επίσκεψη σε μια τοποθεσία χωρίς την ύπαρξη των πολιτιστικών υποδομών και των πολιτιστικών

⁶⁹Measuring the economic benefits of arts and culture, BOP consulting, Arts Council England

δράσεων. Έτσι με την μέθοδο αυτή γίνεται προσπάθεια καταγραφής της οικονομικής αξίας για την τοπική περιοχή. Είναι γεγονός ότι ο πολιτιστικός οργανισμός μπορεί να αντλεί μέρος των προμηθειών του από τοπικούς προμηθευτές και το προσωπικό να δαπανά μέρος των αποδοχών του στις τοπικές επιχειρήσεις, πράγμα που δείχνει το ευρύτερο οικονομικό αντίκτυπο στην τοπική οικονομία. Το προσωπικό των τοπικών επιχειρήσεων με τη σειρά του μπορεί να διαθέτει μέρος των χρημάτων στην τοπική αγορά. Με αυτόν τον τρόπο οι επιδράσεις της αρχικής δαπάνης πολλαπλασιάζονται, μέσα από την κυκλοφορία του χρήματος στην τοπική αγορά.

Υπάρχουν επομένως 3 τύποι επιπτώσεων που απορρέουν από τις δαπάνες στους οργανισμούς τεχνών. Αυτές είναι οι άμεσες επιπτώσεις, όπως είναι οι δαπάνες για αγορά αγαθών από τοπικούς προμηθευτές, οι έμμεσες, όπως οι δαπάνες των επισκεπτών στα τοπικά εστιατόρια και τέλος τα προκαλούμενα αποτελέσματα που έχουν να κάνουν με την πολλαπλασιαστική επίδραση των δαπανών στην τοπική οικονομία.

Ενδεικτικά, αν ένας πολιτιστικός οργανισμός θέλει να μελετήσει τις οικονομικές επιπτώσεις της λειτουργίας του θα μπορούσε είτε με εσωτερική μελέτη είτε προσλαμβάνοντας εξωτερικούς συμβούλους να βρει πληροφορίες σχετικά με 3 άξονες δραστηριοτήτων.

- Πρώτον, την αξία των αγαθών που αγοράστηκαν από τοπικούς προμηθευτές και το σύνολο των δαπανών των εργαζομένων στην πολιτιστική οργάνωση που ξοδεύουν ως μέρος του μισθού τους στην τοπική περιφέρεια
- Δεύτερον, οι δαπάνες του κοινού σε άλλα ιδρύματα και επιχειρήσεις της περιοχής. Αυτές μπορούν να αφορούν ένα γεύμα ή ένα ποτό πριν την επίσκεψη στον πολιτιστικό χώρο, ψώνια στην πόλη ή διανυκτερεύσεις σε τοπικά ξενοδοχεία
- Τρίτον στην περίπτωση εκδηλώσεων(ειδικά διεθνών) μεγάλος αριθμός των τεχνικών και των καλλιτεχνών μένουν στην τοπική περιοχή κατά την διάρκεια του event, οπότε μέρος των αποδοχών τους διοχετεύεται στην τοπική αγορά.

Με μια σύνοψη των βασικών αυτών στοιχείων για την κάθε δραστηριότητα, μπορεί στη συνέχεια να εξαχθεί το ακαθάριστο οικονομικό αποτέλεσμα και εν συνεχεία μετά την προσμέτρηση των πολλαπλασιαστικών αποτελεσμάτων το καθαρό οικονομικό αντίκτυπο από την λειτουργία του πολιτιστικού φορέα στην περιοχή. Το μέγεθος της οικονομικής συμβολής στην τοπική οικονομία είναι πολύ βασικό, καθώς συμβάλλει στην αναγνώριση της σημασίας της οργάνωσης και της πολιτιστικής της διάστασης, αλλά και στην βελτίωση της εικόνας της στους πολίτες της περιοχής.

Πίνακας 4:Εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων(ΕΙΑ)

Με τι ασχολείται	Ασχολείται με τις άμεσες, τις έμμεσες και τις προκαλούμενες επιπτώσεις της λειτουργίας ενός οργανισμού ή μιας συγκεκριμένης δραστηριότητας στην τοπική οικονομία
Τι στοιχεία χρειάζονται	Έρευνα επισκεπτών(προφίλ και πρότυπα δαπανών),τα έξοδα του οργανισμού, ένας ισχυρός και συντηρητικός πολλαπλασιαστής
Που χρησιμεύει	Αποτυπώνει τις οικονομικές επιπτώσεις μιας οργάνωσης στην τοπική και περιφερειακή οικονομία. Αυτό συνήθως εκφράζεται μέσω των πρόσθετων δαπανών που πραγματοποιούν οι επισκέπτες που προσελκύει η οργάνωση σε μια πόλη ή περιοχή. Άλλα οικονομικά μέτρα αφορούν τα επίπεδα απασχόλησης που εξασφαλίζονται στην οργάνωση και την χρήση τοπικών

Πηγή: Arts Council England(2012)

Η μέθοδος της οικονομικής ανάλυσης αποτυπώματος χρησιμοποιείται συνήθως στην εξέταση της συνεισφοράς ενός τομέα ή κλάδου στην οικονομία, αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στους πολιτιστικούς φορείς, εστιάζοντας στην μέτρηση του μεγέθους των δραστηριοτήτων του οργανισμού και συγκρίνοντάς το με τα μεγέθη της εθνικής οικονομίας. Η μέθοδος εξετάζει κυρίως 2 μεγέθη: την απασχόληση και την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, η οποία αφορά την οικονομική συμβολή των δραστηριοτήτων του οργανισμού στο σύνολο της οικονομίας. Στην ουσία, η μέθοδος αυτή αν εφαρμοσθεί αυτοτελώς σε έναν πολιτιστικό φορέα, εντοπίζει την προστιθέμενη αξία που δίνει ο οργανισμός στις εισροές του.

Πίνακας 5:Οικονομική ανάλυση αποτυπώματος

Με τι ασχολείται	Αξιολογεί την οικονομική απόδοση και την παραγωγικότητα ενός συγκεκριμένου πολιτιστικού οργανισμού
Τι στοιχεία χρειάζονται	Οι δαπάνες και το σύνολο της ακαθάριστης παραγωγής του οργανισμού
Που χρησιμεύει	Δείχνει τη συμβολή ενός οργανισμού ή δραστηριότητας στο σύνολο της οικονομίας

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται με την μορφή πίνακα και οι υπόλοιπες 2 μέθοδοι, οι οποίες προσδιορίζουν τα ευρύτερα οφέλη που αντλούν οι άνθρωποι από τις τέχνες και τον πολιτισμό, προσδιορίζοντας μια χρηματική αξία.

Πίνακας 6:Ενδεχόμενη αποτίμηση

Με τι ασχολείται	Με την αποτίμηση της αξίας μιας πολιτιστικής οργάνωσης ή τεχνών για ένα τμήμα του πληθυσμού
-------------------------	---

Τι στοιχεία χρειάζονται	Εκτεταμένη πρωτογενής έρευνα για αυτούς που επισκέπτονται έναν πολιτιστικό φορέα αλλά και για τους μη επισκέπτες
Που χρησιμεύει	Αποτυπώνει την χρηματική αξία που οι άνθρωποι τοποθετούν σε μια συγκεκριμένη οργάνωση ή υπηρεσία

Πίνακας 7: Κοινωνική απόδοση της επένδυσης

Με τι ασχολείται	Μετρά και αποτιμά τα κοινωνικά αποτελέσματα ενός πολιτιστικού έργου ή επένδυσης
Τι στοιχεία χρειάζονται	Πρωτογενή και δευτερογενή δεδομένα, συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών, εκτεταμένη εμπειρία στην έρευνα
Που χρησιμεύει	Επιτρέπει την αποτίμηση σε χρηματικό μέγεθος την δημόσια απόδοση των επενδύσεων σε όρους κοινωνικών αποτελεσμάτων

Πηγή για πίνακες 5,6&7: Arts Council England(2012)

Κεφάλαιο 5^ο Οικονομικά οφέλη, δημιουργία εισοδήματος και αστική ανάπτυξη από την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα

5.1 Πολιτιστικοί χώροι μεγάλης επισκεψιμότητας και εσόδων

Στην Ελλάδα, τα 33 πρώτα σε επισκεψιμότητα μουσεία και αρχαιολογικοί χώροι συγκεντρώνουν το 95% των εσόδων.⁷⁰ Με βάση την έρευνα της κίνησης μουσείων και αρχαιολογικών χώρων της ΕΛΣΤΑΤ που γίνεται κάθε χρόνο και συγκεντρώνει στοιχεία επισκεψιμότητας και εσόδων με χρηματοδότηση από το ταμείο Αρχαιολογικών πόρων του υπουργείου πολιτισμού και τουρισμού υπάρχουν ενδείξεις οικονομικής ανάκαμψης στα έσοδα των εν λόγω μουσείων και αρχαιολογικών χώρων. Αυτό φαίνεται και από την δημοσιοποίηση των στοιχείων του Σεπτεμβρίου και Νοεμβρίου του έτους 2013, όπου διαφαίνεται η αύξηση των εσόδων και των επισκέψεων σε σχέση με το 2012. Επιπλέον, την περίοδο από Ιανουάριο μέχρι Νοέμβριο του 2013, οι συνολικές επισκέψεις σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο για το 2012 παρουσίασαν αύξηση της τάξης του 14,9%(από 2.828.557 σε 3.250.735 επισκέπτες, ενώ τα έσοδα παρουσίασαν αύξηση της τάξης του 16,1%, από 39.770.859,00 ευρώ στα 46.164.223,00 ευρώ).⁷¹ Παρακάτω παρουσιάζονται τα στοιχεία του αριθμού των επισκέψεων και των εσόδων για τα έτη 2011, 2012 και την περίοδο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου 2013 στα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και τα μεγαλύτερα έσοδα σε όλη την Ελλάδα.

Από τις υπάρχουσες πολιτιστικές υποδομές και από την πλευρά των μουσείων, το πιο δημοφιλές και με τα περισσότερα έσοδα είναι το μουσείο της Ακρόπολης. Το μουσείο Ακρόπολης διαθέτει εγκαταστάσεις διεθνούς επιπέδου και ανταγωνιστικότητας. Για την περίοδο Ιουνίου 2012- Μαΐου 2013 ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών ήταν 1.036.059 εκ των οποίων οι μεμονωμένοι επισκέπτες αποτέλεσαν το 74% (762.343) ενώ ο αριθμός των επισκεπτών σε

⁷⁰ http://www.yppo.gr/2/g22.jsp?obj_id=56732

⁷¹ http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A1802/PressReleases/A1802_SCI21_DT_MM_11_2013_01_F_EN.pdf

ομάδες το 26%(273.716) Το μουσείο διαθέτει ειδικό νομικό καθεστώς, καθώς είναι νομικό πρόσωπο δημόσιου δικαίου με δικό του Δ.Σ, ενώ διαθέτει διοικητική ευελιξία για την γρηγορότερη λήψη αποφάσεων Δεν έχει λάβει καμία κρατική επιχορήγηση και έχει πλήρη αυτοδιάθεση των εσόδων του, βασίζοντας την λειτουργία του αποκλειστικά στα έσοδά του. Διαθέτει μια μεγάλη συλλογή μόνιμων εκθεμάτων, οργανώνει θεματικές παρουσιάσεις, προγράμματα για παιδιά και οικογένειες(δανεισμός οικογενειακού σακιδίου), σχολικά προγράμματα συμμετοχής σε εκπαιδευτικά προγράμματα και σε δραστηριότητες και παρουσιάσεις με τους αρχαιολόγους-φροντιστές(πάνω από 174 σχολεία και 7.515 μαθητές συμμετείχαν σε παρουσιάσεις ή δραστηριότητες με τους αρχαιολόγους- Φροντιστές) ,προγράμματα επιμόρφωσης εκπαιδευτικών, κ.α. Βασικό πλεονέκτημα του μουσείου είναι η παροχή βιωματικής εμπειρίας της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω των κοινωνικών και ατομικών αλληλεπιδράσεων, αλλά και της ψηφιακής αφήγησης, μέσω της συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα CHES, το οποίο εστιάζει στην παραγωγή πρωτότυπης τεχνολογίας για την υποβοήθηση της εξατομίκευσης των οπτικοακουστικών οδηγιών του μουσείου.⁷²

Το μουσείο αποτελεί πρότυπο για όλα τα μουσεία, καθώς μέσω της διεύρυνσης των δραστηριοτήτων του, παρέχει ένα πιο διευρυμένο μουσειακό προϊόν που απευθύνεται σε διαφορετικές κατηγορίες επισκεπτών. Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε, επικαλύπτει τα έξοδά του και αυτό επιτυγχάνεται και από την δημιουργία εσόδων μέσω της λειτουργίας καφέ και εστιατορίου εντός του χώρου του, αλλά και μέσω πωλητηρίων στο χώρο του μουσείου τα οποία με τα πολιτιστικά προϊόντα που διαθέτουν, συμβάλλουν στην προσπάθεια επέκτασης της παραμονής στο μουσείο, προσφέροντας στους επισκέπτες αγαθά και εκδόσεις υψηλής ποιότητας προς αγορά. Τα έσοδα από τα εκθέματα των πωλητηρίων ανατροφοδοτούν τις λειτουργίες και τις δραστηριότητες του μουσείου. Αξίζει να σημειωθεί η δημιουργία ενός καινοτόμου προγράμματος εργαστηρίου στις αρχές του 2013, το οποίο βοηθά στην αποκάλυψη της χρήσης των μεθόδων και των τεχνολογικών διαδικασιών που λάμβαναν μέρος στην αρχαιότητα. Ουσιαστικά η δημιουργία αυτού του εργαστηρίου αποτέλεσε αίτημα των επισκεπτών του, οι

⁷² http://www.theacropolismuseum.gr/sites/default/files/acropolis_gr.pdf

οποίοι ενδιαφέρονταν να μάθουν με πιο διαδραστικό τρόπο για την ιστορία και την τεχνολογία που χρησιμοποιήθηκε για την δημιουργία των εκθεμάτων.

Εάν και δεν έχει πραγματοποιηθεί κάποια επίσημη οικονομική αποτίμηση των 2 αυτών πυρήνων της πολιτιστικής δραστηριότητας για την πόλη της Αθήνας(Μουσείο Ακρόπολης και Αρχαιολογικός χώρος της Ακρόπολης Αθηνών) από τα στοιχεία του πίνακα 9 διαφαίνεται η σύνδεση που υπάρχει μεταξύ του αριθμού των επισκεπτών στους 2 αυτούς χώρους, καθώς και οι 2 χώροι δέχονται άνω του ενός εκατομμυρίου επισκέπτες κάθε χρόνο.

Επιπλέον τα άμεσα έσοδα από τις επισκέψεις στα βασικά μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους ανέρχονται στα 46.164.223,00 ευρώ, αλλά αν οριστεί ένας πολλαπλασιαστής που θα περιλαμβάνει τις συνολικές αγορές που πραγματοποιούν οι επισκέπτες(είτε για φαγητό, είτε για αγορές) αλλά και τα έξοδα διαμονής, βλέπουμε ότι το μέγεθος του εισοδήματος που διακινείται είναι ζωτικής σημασίας για την αναζωογόνηση της οικονομίας. Έτσι ο πολιτισμός και το σύνολο των πολιτιστικών δραστηριοτήτων ενισχύουν το συνολικό τουριστικό προϊόν της χώρας και μπορούν να αποτελέσουν γερό θεμέλιο για την επιθυμία επίσκεψης και προσέλκυσης νέων τουριστών, αλλά και για την παραμονή της διαμονής σε έναν προορισμό, που έχει ως συνέπεια και στις δυο περιπτώσεις την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων.

Πίνακας 8:Μεμονωμένοι επισκέπτες των 10 πρώτων χωρών σε επισκέψεις στο Μουσείο της Ακρόπολης(Ιούνιος 2012-Μάϊος 2013):

Ελλάδα	315.507(47%)
Αγγλία	149.224(22%)
Γαλλία	51.718(8%)
Ισπανία	32.347(5%)
Γερμανία	22.178(3%)
Ιταλία	21.151(3%)
Ρωσία	12.071(2%)

Δανία	9.283(1%)
Πορτογαλία	9.283(1%)
Κίνα	8.470(1%)
Άλλες χώρες	46.342(7%)

Πηγή: Μουσείο Ακρόπολης, Σύντομος απολογισμός Ιούνιος 2012- Μάιος 2013

Πίνακας 9: Επισκέπτες μουσείων και αρχαιολογικών χώρων και συνολικές εισπράξεις : 2011, 2012 και Ιανουάριος – Νοέμβριος 2012, 2013

Μουσεία	2011	2012	Ιαν-Νοεμ 2013		%
			2012	2013	
					Μεταβολής 2013/2012
Μουσείο	1.244.702	1.020.462	972.073	1.038.988	6,9
Ακρόπολης					
Εθνικό	170.034	311.129	290.698	372.825	28,3
Αρχαιολογικό					
Αρχαίας	62.878	70.408	68.472	105.046	53,4
Ολυμπίας					
Παλάτι	217.090	189.900	188.878	216.969	14,9
Ιπποτών					
(Ρόδου)					
Ηρακλείου	118.502	105.681	104.018	134.394	29,2
(Κρήτης)					
Ρόδου	74.881	64.038	63.785	67.819	6,3
Δελφών	117.600	122.985	117.270	139.162	18,7
Λοιπών	1.055.803	1.091.086	1.023.363	1.175.532	14,9
μουσείων					
Μουσεία	3.061.490	2.975.689	2.828.557	3.250.735	14,9
(Σύνολο)					

Αρχαιολογικοί χώροι	2011	2012	Ιαν-Νοεμ 2013		% Μεταβολής 2013/2012
			2012	2013	
Επιδαύρου	241.100	245.450	241.940	315.435	30,4
Ακροπόλεως Μυκηνών και Θησαυρού Ατρέα	190.266	218.472	214.282	276.949	29,2
Ακροπόλεως Αθηνών	1.317.572	1.374.365	1.338.914	1.357.712	1,4
Σουνίου	156.640	140.473	136.270	170.679	25,3
Ακροπόλεως Λίνδου	510.883	430.944	430.454	497.338	15,5
Καμείρου (Ρόδου)	151.609	129.505	129.425	163.785	26,5
Αρχαίας Ολυμπίας	438.452	425.199	418.808	455.682	8,8
Κνωσού (Κρήτης)	623.338	603.514	596.964	693.670	16,2
Φαιστού (Κρήτης)	88.835	78.769	78.586	88.323	12,4
Αρχαίας Κορίνθου	109.205	111.928	110.011	120.956	9,9
Μυστρά	65.060	50.879	49.734	87.703	76,3
Δελφών	186.880	213.509	208.369	220.675	5,9
Λοιπών αρχαιολογικών χώρων	2.437.805	2.670.838	2.609.053	3.578.711	37,2
Αρχαιολογικοί χώροι (Σύνολο)	6.517.645	6.693.845	6.562.810	8.027.618	22,3

Πηγή: ELSTAT, Museums and archaeological sites attendance survey, November 2013

5.2 Νέα έργα και πολιτιστικές δράσεις-πρωτοβουλίες που αναμένεται να αναβαθμίσουν την εικόνα της Ελλάδας και να αποφέρουν έσοδα.

Η σημασία του ολιστικού σχεδιασμού και της ολιστικής προσέγγισης για την πολιτιστική αναζωογόνηση μιας πόλης είναι γεγονός. Αυτήν τη στιγμή πραγματοποιούνται 3 μεγάλα έργα πολιτιστικού χαρακτήρα και περιεχομένου που αναμένεται να αλλάξουν την εικόνα της Αθηναϊκής πρωτεύουσας και να την καταστήσουν διεθνές μητροπολιτικό κέντρο πολιτισμού. Έτσι, εκτός από τις υπάρχουσες βασικές πολιτιστικές δομές που περιλαμβάνουν όλα τα προαναφερθέντα μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, αλλά και χώρους εκδηλώσεων, εκθέσεων και δημιουργικής βιομηχανίας, όπως είναι το μουσείο Μπενάκη, η Στέγη Γραμμάτων και τεχνών, η Τεχνόπολις και το Μέγαρο μουσικής, νέες εξελίξεις αναμένονται που θα έχουν άμεσες επιπτώσεις στην ενίσχυση του πολιτιστικού προϊόντος της πόλης της Αθήνας. Με τις νέες αυτές παρεμβάσεις αποδεικνύεται η στενή συσχέτιση μεταξύ του σωστού πολεοδομικού σχεδιασμού, του μετασχηματισμού της πόλης και της ανάπτυξης του τουρισμού.⁷³

Στη συνέχεια θα γίνει μια σύντομη παρουσίαση του κάθε έργου και θα παρουσιαστούν συνοπτικά τα οφέλη που αναμένονται για την τοπική οικονομία από την ολοκλήρωση αυτών των έργων. Από τα παρακάτω στοιχεία διαφαίνεται η έντονη αλληλεπίδραση των πολιτιστικών στοιχείων με την τουριστική και οικονομική ανάκαμψη ολόκληρων περιοχών και πόλεων.

5.2.1 Κέντρο Πολιτισμού Νιάρχος(ΚΠΙΣΝ)

Η επένδυση ύψους 550 εκατ ευρώ του ιδρύματος Νιάρχου στο Φαληρικό Δέλτα για την κατασκευή του Κέντρου πολιτισμού αποτελεί απόδειξη της σημασίας του πολιτισμού και για την οικονομική ανάκαμψη και την βελτίωση της ποιότητας ζωής. Στο νέο αυτό χώρο θα στεγαστούν η Εθνική Λυρική σκηνή, την Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος και το πάρκο Σταύρος Νιάρχος. Με την παροχή μεγάλου

⁷³ Ημερίδα Travel Trade Athens 14 Απριλίου 2014, Ομιλητής Juan Carlos Belloso

αριθμού προγραμμάτων, το κέντρο πολιτισμού στοχεύει στην ανάδειξή του σε εκπαιδευτικό και πολιτιστικό πόλο έλξης παγκόσμιου ενδιαφέροντος, που θα προσελκύει επισκέπτες από την Ελλάδα και όλο τον κόσμο τόσο στις εγκαταστάσεις του, όσο και στην ιστοσελίδα του.

Από την κατασκευή και λειτουργία του ιδρύματος θα προκύψουν περιβαλλοντικά, πολιτιστικά και οικονομικά οφέλη και αναμένεται να υπάρξει θετικό αντίκτυπο στην αύξηση της κατανάλωσης και των επενδύσεων, στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην αύξηση των φορολογικών εσόδων ωθώντας τις γειτονικές περιοχές σε οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη.

Πιο συγκεκριμένα τα σημαντικότερα οφέλη συνοψίζονται ως εξής:

- Η αρχική δωρεά για την κατασκευή του ΚΠΙΣΝ θα αποφέρει περίπου €1 δις βραχυπρόθεσμης και μεσοπρόθεσμης οικονομικής δραστηριότητας. Κατά το πρώτο πλήρες έτος λειτουργίας, υπολογίζεται ότι τα έσοδα από την λειτουργία και τις δαπάνες των επισκεπτών του ΚΠΙΣΝ θα συνεισφέρουν περίπου 160 εκατ. € στην οικονομική δραστηριότητα των γύρω περιοχών και της Αθήνας εν γένει. Επίσης θα δημιουργηθούν 1600 νέες θέσεις απασχόλησης, που απαιτούνται για την κάλυψη των λειτουργικών αναγκών του ιδρύματος.
- Διπλασιασμός της επιφάνειας πρασίνου των όμορων περιοχών που γειτνιάζουν με το ΚΠΙΣΝ
- Περαιτέρω ενίσχυση της εικόνας της Αθηναϊκής πρωτεύουσας και της διεθνούς αναγνώρισης αυτής για εξέχουσες πολιτιστικές δραστηριότητες, καθώς η Αθήνα θα αποκτήσει ένα από μεγαλύτερα και πλέον πολύπλευρα πολιτιστικά κέντρα διεθνούς βεληνεκούς.
- Σε μακροπρόθεσμη προοπτική αναμένεται η γενικότερη λειτουργία και τα διάφορα προγράμματα του ΚΠΙΣΝ να έχουν θετικό αντίκτυπο στην εγχώρια οικονομία και τον πολιτισμό.
- Μέσω της ανοιχτής λειτουργίας του ιδρύματος, θα αρθούν κοινωνικά εμπόδια που αποτρέπουν ειδικές κοινωνικές κατηγορίες πολιτών από τη συμμετοχή σε πολιτιστικές και εκπαιδευτικές δραστηριότητες.

- Η σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα που εφαρμόζεται στην περίπτωση του έργου αυτού αποτελεί πρότυπο για νέες συνεργασίες στο εγγύς μέλλον, καθώς χαρακτηρίζεται από υψηλή διαφάνεια, μια ισχυρή διοικητική δομή και λειτουργική ετοιμότητα ήδη προτού την παραχώρηση του έργου στο Ελληνικό δημόσιο.

Όσον αφορά την δημιουργία άμεσων οικονομικών οφελών και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας από την κατασκευή του ΚΠΙΣΝ, το έργο αναμένεται να:

- Αποφέρει άμεσα περίπου €340 εκατομμύρια στην οικονομική δραστηριότητα της Ελλάδας, ενώ η συνολική συνεισφορά (άμεσα, έμμεσα και επαγωγικά οφέλη) της κατασκευής του ΚΠΙΣΝ στην ελληνική οικονομία θα είναι περίπου €1 δις
- Στηρίζει άμεσα τους πληγέντες από την κρίση τομείς των κατασκευών και της βιομηχανίας, καθώς το 80% των ωφελειών θα διοχετευθεί σε αυτούς τους κλάδους.
- Ήδη για την διεκπεραίωση της κατασκευής του έργου απασχολούνται σε ετήσια βάση 1500-2400 άτομα, ενώ ωφελούνται και όλες οι επιχειρήσεις της αλυσίδας εφοδιασμού που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με την κατασκευή του έργου
- Κατά την διάρκεια μόνο του σταδίου της κατασκευής, τα αναμενόμενα φορολογικά έσοδα του κράτους ανέρχονται σε 40 εκατ €.

Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας του ιδρύματος, από την πρόσθετη λειτουργική και οικονομική δραστηριότητα του ιδρύματος, και ειδικότερα της Εθνικής Λυρικής σκηνής και της Βιβλιοθήκης, τα έσοδα αναμένεται να ανέλθουν σε 30 εκατ €, ενώ επιπλέον έσοδα 40 εκατ € θα ανέλθουν τα έσοδα εξαιτίας των έμμεσων και επαγωγικών φαινομένων.

Οι δαπάνες των επισκεπτών εκτός της Αττικής, καθώς και των κατοίκων Αττικής, που θα έρχονται αποκλειστικά για να επισκεφτούν το ΚΠΙΣΝ θα ενισχύσουν την οικονομική δραστηριότητα της Αθήνας, αλλά και της Ελλάδας. Υπολογίζεται ότι το ΚΠΙΣΝ θα μπορεί να δέχεται περίπου 1,5 εκατ επισκέπτες τον χρόνο. Αν συναθροιστούν οι άμεσες δαπάνες στα καταλύματα, στα εστιατόρια, στα εμπορικά καταστήματα, οι δαπάνες για διασκέδαση και για τις τοπικές μεταφορές

της ευρύτερης περιοχής και γενικά όλες οι άμεσες δαπάνες που σχετίζονται με το νέο έργο, τα άμεσα έσοδα υπολογίζονται σε 40 εκατ € μόνο για το πρώτο έτος πλήρους λειτουργίας.⁷⁴ Για τη συνολική ακαθάριστη παραγωγή της Ελλάδας αναμένεται επιπλέον όφελος 50 εκατ €.

Όσον αφορά τις θέσεις εργασίας και άλλα οφέλη, το ΚΠΙΣΝ προβλέπεται να δημιουργήσει 250 μόνιμες νέες θέσεις εργασίας, λαμβάνοντας υπόψιν τις θέσεις εργασίας που θα δημιουργηθούν από την Εθνική Λυρική σκηνή και την Εθνική Βιβλιοθήκη. Άλλες 260 νέες θέσεις εργασίας αναμένεται να δημιουργηθούν εξαιτίας των έμμεσων και επαγωγικών φαινομένων. Επίσης, οι δαπάνες των επισκεπτών αναμένεται να δημιουργήσουν πάνω από 500 θέσεις εργασίας κατά τον πρώτο πλήρη χρόνο λειτουργίας, ενώ έμμεσα θα δημιουργηθούν επιπλέον 500 θέσεις εργασίας. Το κράτος αναμένει φορολογικά έσοδα επιπλέον 15 εκατ € ανά έτος, ενώ οι τοπικές επιχειρήσεις θα ενισχυθούν λόγω της αυξημένης κίνησης στην περιοχή. Όπως και σε άλλες περιοχές που έχουν πραγματοποιηθεί τέτοια έργα, η αντικειμενική αξία των ακινήτων και της γης στις όμορες περιοχές εκτιμάται ότι θα ανέβει από 5-30%.

Πέρα από τα οικονομικά οφέλη, θα υπάρχουν έντονα περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη, ενώ βασικός ρόλος του ιδρύματος θα είναι η στήριξη της ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού, μέσω προσφοράς πλήθους δωρεάν πολιτιστικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων και εκδηλώσεων, ειδικά σχεδιασμένων για διαφορετικές κοινωνικές ομάδες(φοιτητές, μαθητές, παιδιά, ηλικιωμένοι). Έτσι συνοπτικά

- Το κέντρο πολιτισμού θα καλύψει μεγάλο μέρος των αναγκών για συμμετοχή στις Τέχνες και τον Πολιτισμό, με την άρση κοινωνικών εμποδίων και την προσφορά μεγάλου εύρους δωρεάν προγραμμάτων και δραστηριοτήτων.
- Στην Εθνική Λυρική σκηνή(ΕΛΣ) θα ενσωματωθούν οι πλέον σύγχρονες τεχνολογίες, ενώ η φιλοξενία διεθνών παραστάσεων θα δίνει την δυνατότητα για περαιτέρω βελτίωση και ανάπτυξη σε πολλούς

⁷⁴ Αξιολόγηση επίδρασης και επιχειρηματικό σχέδιο του Κέντρου Πολιτισμού, Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος(ΚΠΙΣΝ), Συνοπτική έκθεση, Φεβρουάριος 2011.

εγχώριους καλλιτέχνες. Επιπλέον η ΕΛΣ θα παρέχει προγράμματα διεύρυνσης και εκμάθησης, καθώς θα προσφέρει ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικών προγραμμάτων με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών διαφορετικών κοινωνικών ομάδων και την εξοικείωση αυτών με το λυρικό θέατρο, τις θεατρικές παραστάσεις και τις ορχήστρες.

- Η Εθνική βιβλιοθήκη(ΕΒΕ) εκτός από σύγχρονο κέντρο μελέτης και έρευνας για φοιτητές και ακαδημαϊκούς, θα προσφέρει πληθώρα πολιτιστικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων που θα αποσκοπούν στην αύξηση της αναγνωσιμότητας, ενώ μέσω της χρήσης σύγχρονων εργαλείων της πληροφορικής θα παρέχει πρόσβαση του κοινού σε θησαυρούς της Ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Στο πάρκο θα διοργανώνονται εκπαιδευτικά και πολιτιστικά προγράμματα που θα στοχεύουν στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του κοινού, καθώς και στην βελτίωση του γνωστικού επιπέδου των επισκεπτών σχετικά με την Ελληνική ιστορία και τον πολιτισμό.

Γενικότερα, το έργο αυτό συνδυάζει τα πλεονεκτήματα του πάρκου, της βιβλιοθήκης και της Λυρικής σκηνής και τα συγκεντρώνει σε έναν ενιαίο χώρο. Αυτό είναι πολύ σημαντικό, καθώς ένας σύγχρονος χώρος πολιτιστικών και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων βοηθάει στη συγκέντρωση του πολιτιστικού προϊόντος της Αθήνας σε μια επιπλέον περιοχή, συνδυάζοντας διαφορετικά προγράμματα και εκδηλώσεις αλλά και διαφορετικές προτιμήσεις των επισκεπτών.

5.2.2 ΕΜΣΤ(Εθνικό μουσείο σύγχρονης τέχνης)

Ένα ακόμα έργο που ενισχύει το πολιτιστικό προϊόν της Αθήνας είναι η κατασκευή του μοντέρνου μουσείου σύγχρονης τέχνης. Πρόκειται για ένα πολύ μεγάλο και σημαντικό έργο, με προϋπολογισμό 33.760.980,92€, που θα περιέχει επιλεκτικές συλλογές Ελλήνων και διεθνώς αναγνωρισμένων καλλιτεχνών, που θα καλύπτουν και το ιστορικό αλλά και το σύγχρονο βάθος και ένα φάσμα εκθέσεων που καλύπτει τους τομείς της ζωγραφικής, της γλυπτικής, τις τεχνολογίες νέων μέσων, τον τομέα αρχιτεκτονικού και βιομηχανικού σχεδίου.

Επιπλέον, θα υπάρχει χώρος περιοδικών εκθέσεων, θα λειτουργεί αμφιθέατρο που θα φιλοξενεί διάφορες εκδηλώσεις, ενώ το μουσείο θα διαθέτει καφέ, εστιατόριο και πωλητήριο. Μέσα από τις διαφορετικές εκθέσεις θα διασφαλίζεται η πολιτισμική και καλλιτεχνική πολυφωνία, ενώ θα δίνεται και η ευκαιρία προώθησης των έργων νέων και ανερχόμενων καλλιτεχνών. Με αυτή την μουσειακή πολιτική, στόχος της διοίκησης του νέου μουσείου είναι η ανάπτυξη και προσέλκυση εγχώριου και διεθνούς κοινού της σύγχρονης τέχνης, αλλά και η παρουσίαση των πλέον πρωτοποριακών και πειραματικών κατευθύνσεων της σύγχρονης τέχνης. Παράλληλα προβλέπεται και η λειτουργία ενός ψηφιακού κόμβου, που θα επιτρέπει την πληροφόρηση και την διάδοση της σύγχρονης τέχνης τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό.

Στον πυρήνα της πολιτιστικής πολιτικής του νέου μουσείου βρίσκεται η εκπαιδευτική πολιτική και λειτουργία, με την παροχή εκπαιδευτικών δράσεων και προγραμμάτων και με βάση τον κατάλληλο εκθεσιακό, καλλιτεχνικό και επιστημονικό προγραμματισμό. Έτσι, θα εφαρμόζεται η κατάλληλη επιστημονική μεθοδολογία στο σχεδιασμό του ενημερωτικού υλικού των εκθέσεων, που ευνοεί εργοκεντρικές προσεγγίσεις, ενώ θα υπάρχουν διαφορετικές δράσεις και προγράμματα που θα επικεντρώνονται σε όλες τις κατηγορίες κοινού (μικρά παιδιά, ενήλικες, οικογένειες, ενήλικες, άτομα με ειδικές ανάγκες, ξενόγλωσσοι επισκέπτες). Επιπλέον, θα γίνεται χρήση των νέων τεχνολογικών μέσων για την προώθηση δράσεων και πρακτικών που θα επιτρέπουν την ενεργό συμμετοχή και την διαδραστικότητα με τους επισκέπτες, ενώ θα οργανώνονται εκδηλώσεις με διεπιστημονικές και διακαλλιτεχνικές προσεγγίσεις που στόχο θα έχουν την διεύρυνση του ορίζοντα κατανόησης της σύγχρονης τέχνης.

Όσον αφορά την επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου θα ενθαρρύνεται και θα εφαρμόζεται η συνεργασία με άλλους εγχώριους και διεθνείς πολιτιστικούς, καλλιτεχνικούς και εκπαιδευτικούς φορείς, με αντικείμενο την ανταλλαγή πληροφοριών, την παροχή τεχνογνωσίας, τη συμπαραγωγή εκθέσεων και προγραμμάτων και την προβολή και προώθηση της Ελληνικής τέχνης σε μουσεία και κέντρα του εξωτερικού.

Συνοψίζοντας , το νέο μουσείο σύγχρονης τέχνης, μέσα από την ιδιαίτερη θεματολογία και το ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που θα παρέχει, αλλά και με την χρήση τεχνολογιών αιχμής και νέων τεχνολογικών εφαρμογών στον τομέα της εκπαίδευσης και του πολιτισμού, θα βρίσκεται στο επίκεντρο της αναζήτησης των Ελλήνων και διεθνών επισκεπτών και αναμένεται να αυξήσει κατά πολύ τον αριθμό των επισκέψεων με την λειτουργία του νέου μοντέρνου κτιρίου, καθώς το 2013 το μουσείο χωρίς να έχει μεταφερθεί στο καινούργιο κτίριο δέχτηκε μόνο 14.930 άτομα.⁷⁵

5.2.3 Rethink Athens- Η Αθήνα στο κέντρο⁷⁶

Το τεράστιο αυτό έργο που χρηματοδοτείται από το ίδρυμα Ωνάση εστιάζει στην καρδιά του ιστορικού κέντρου της Αθήνας και στόχος του εγχειρήματος αυτού είναι ο μετασχηματισμός του ιστορικού κέντρου σε ζωντανό μέρος της πόλης μεταλλάσσοντας την Αθήνα σε ένα πραγματικά σύγχρονο μητροπολιτικό κέντρο. Το έργο στοχεύει στην ανάπλαση και αναβάθμιση του δημόσιου χώρου και στην αύξηση της ελκυστικότητας της περιοχής του κέντρου μέσω της ανάπτυξης νέων οικονομικών, επιχειρηματικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Οι νέες δράσεις που θα υλοποιηθούν θα μετατρέψουν το αθηναϊκό κέντρο σε φιλόξενο, άνετο και ασφαλές περιβάλλον που θα είναι σημαντικός παράγοντας για την ανάκτηση της οικονομικής, κοινωνικής, πολιτικής και συμβολικής σημασίας, αλλά και για τους κατοίκους, τους εργαζόμενους και τους τουρίστες.

Η οδός Πανεπιστημίου θα μετατραπεί σε έναν πράσινο άξονα, έχοντας κομβική θέση στο δίκτυο πρασίνου. Η προβολή σε διάφορα σημεία του αστικού κέντρου τμημάτων του Ηριδανού ποταμού, που περιέλουζε την πόλη και τόνιζε τη σημασία του νερού για τους αρχαίους κατοίκους της Αθήνας θα επαναφέρει στοιχεία που προϋπήρχαν του σύγχρονου πολιτισμού, καθώς ο Αθηναϊκός πολιτισμός τιμούσε το νερό για τις φυσικές του ιδιότητες αλλά και για λόγους θρησκευτικούς. Στόχος του έργου είναι να διαφοροποιηθεί η περιοχή, ώστε να αποτελεί προσβάσιμο χώρο

⁷⁵<http://www.emst.gr/GR/museum/managerial/Pages/%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE.aspx>

⁷⁶ Τελική Μελέτη δημοσιευμένη στην έκθεση του Rethink Athens στη Στοά Αρσακείου.

για όλους τους ανθρώπους(διαφορετικής εθνικής, κοινωνικής και οικονομικής προέλευσης). Η Ακαδημία θα ενσωματώσει νέες δραστηριότητες και η απόδοση νέας ποιότητας στον χώρο θα την καταστήσει πιο ελκυστικό προορισμό.

Η δημιουργία ενός πεζόδρομου και ποδηλατοδρόμου στο κέντρο της πόλης κάνει πιο φιλική την περιήγηση σε αυτήν και αποσυμφορεί το κέντρο από την κίνηση και την έντονη ρύπανση. Με αυτόν τον τρόπο θα ενισχυθούν οι συνεκτικοί δεσμοί μεταξύ των κοινωνικών, των πολιτιστικών και των εκπαιδευτικών υποδομών. Η σύνδεση των διαφόρων περιοχών του κέντρου με διαβάσεις πεζών θα αυξήσει την κυκλοφορία και την κίνηση των τουριστών και των κατοίκων, δημιουργώντας οφέλη για την τοπική οικονομία. Άλλωστε το τρίγωνο του Συντάγματος, της Ομόνοιας και της πλατείας Μοναστηρακίου είναι τα πιο πολυσύχναστα μέρη και η καλύτερη διασύνδεση τους μπορεί να επιφέρει τεράστιες αλλαγές στην εικόνα του κέντρου και στην ενίσχυση της οικονομίας.

Ο συνδυασμός των δραστηριοτήτων αναμένεται να επιφέρει πολλές πολιτιστικές δραστηριότητες, όπως μικρά θέατρα, εκθέσεις και χώρους αναψυχής, όπου θα συνυπάρχουν δραστηριότητες μαζικής και εκλεπτυσμένης κουλτούρας. Η άμεση σύνδεση του Συντάγματος με την Αθηναϊκή Τριλογία(Ακαδημία, Πανεπιστήμιο, Βιβλιοθήκη), που αποτελεί το πιο επιβλητικό αρχιτεκτονικό σύνολο της νεότερης Αθήνας αναδεικνύουν πολιτιστικά στοιχεία της νεότερης πόλης των Αθηνών. Το έργο Rethink Athens αναδεικνύει το κέντρο περαιτέρω μέσω της στοχευμένης χρήσης μεγάλου μέρους του ανεκμετάλλετου κτιριακού δυναμικού της Πανεπιστημίου για επιχειρηματικές, καλλιτεχνικές, πολιτιστικές και τουριστικές δραστηριότητες. Έτσι όλη η οδός Πανεπιστημίου που αποτελεί τον πιο κεντρικό οδικό άξονα του κέντρου μετατρέπεται σε πόλο έλξης τουριστικών, πολιτιστικών και οικονομικών δραστηριοτήτων. Η δημιουργία μιας σύγχρονης λεωφόρου με κτίρια υψηλής πολιτιστικής και συμβολικής αξίας από τον 19^ο αιώνα, που θα αποτελέσει τον συνδετικό κρίκο της σύνδεσης των μεγάλων μουσείων με τους βασικούς αρχαιολογικούς χώρους είναι το ζητούμενο. Με την χρήση των ακατοίκητων κτιρίων του κέντρου και των ισογείων τους μπορούν να δημιουργηθούν νέες παραγωγικές δραστηριότητες, όπως η δημιουργία φοιτητικών

εστιών, η υλοποίηση φεστιβάλ και εκδηλώσεων, η χρήση των χώρων για εταιρίες startup και εταιρίες κατασκευής ηλεκτρονικών εφαρμογών κ.α.

Η περιοχή πέριξ της Ομόνοιας αναμένεται να είναι κατάλληλη για την διοργάνωση πρωτοποριακών διεθνών παραστάσεων, την λειτουργία υπαίθριων κινηματογραφικών αιθουσών και για επιδείξεις μόδας, που αναμένεται να προσελκύουν χιλιάδες θεατές, σε συνεργασία με τους τοπικούς εταίρους, αναβαθμίζοντας την οικονομική δραστηριότητα της περιοχής. Η πλατεία Ομόνοιας θα αποτελέσει επίκεντρο παρεμβάσεων , συμβάλλοντας στην ζωντανή ατμόσφαιρα και την κοινωνική ασφάλεια και την αναβίωση της δημόσιας ζωής στην περιοχή. Η θεματική προσέγγιση των πλατειών, αναμένεται να συμβάλλει στην προσθήκη νέων χώρων διάδρασης και ανάπτυξης δραστηριοτήτων και στην δημιουργία σχέσεων με τις παρακείμενες περιοχές. Χώροι με κοινοτικό χαρακτήρα στην δημόσια σφαίρα θα συμβάλλουν στην δημιουργία τοπικής μικροοικονομίας.

Κατά μήκος του κεντρικού άξονα της Πανεπιστημίου, θα δημιουργηθούν μικρές υπαίθριες εξέδρες, οι οποίες άμεσα σχετιζόμενες με έναν κατάλληλο πολιτιστικό προγραμματισμό θα παρέχουν βασικές πολιτιστικές υποδομές για διάφορες εκδηλώσεις και δραστηριότητες. Βασικό έργο που θα υλοποιηθεί ως τμήμα του πολιτιστικού προγραμματισμού θα αποτελέσει το «θέατρο των 1000 δωματίων». Το έργο αυτό αναμένεται να τονίσει την πολιτιστική ιδιαιτερότητα της Αθήνας και μπορεί να αποτελέσει εργαλείο σύνδεσης της αστικής καθημερινότητας και δραστηριότητας με την αρχαία ελληνική φιλοσοφία, την επιστήμη και το δράμα παρουσιάζοντας μια εκμοντερνισμένη εκδοχή αυτών των ισχυρών πολιτιστικών στοιχείων του παρελθόντος, που συνδέονται άρρηκτα με το πολιτιστικό προϊόν της νεότερης και Αρχαίας πόλης. Το εγχείρημα αυτό θα συγκεντρώνει διαφορετικές πολιτιστικές πρωτοβουλίες σε ένα κοινό πολιτιστικό πρόγραμμα, δημιουργώντας μια ενδιαφέρουσα αλληλεπίδραση δραστηριοτήτων και μικρών θεάτρων στη δημόσια σφαίρα κάνοντας χρήση και των ακατοίκητων χώρων. Η χρήση εσωτερικών χώρων, όπως τα μικρά θέατρα θα χρησιμοποιεί προσωρινό αποσπώμενο εξοπλισμό κατάλληλο για μικρά ακροατήρια, που θα προσφέρει ευελιξία. Το έργο λαμβάνει υπ' όψιν ιστορικά παραδείγματα όπου ολόκληρες περιοχές αναζωογονήθηκαν και επανακατοικήθηκαν μέσω της καλλιτεχνικής

συμμετοχής του καλλιτεχνικού χώρου, καθώς μέσω της καλλιτεχνικής παρέμβασης μπορεί να αξιοποιηθεί μεγάλο μέρος των κενών κτιρίων για πολιτιστικές δράσεις. Παραδείγματα υπάρχουν και σε Ευρωπαϊκές πόλεις, αλλά και στη Μόσχα η ιστορική περιοχή Sretenka έχει εξελιχθεί σε έναν σημαντικό χώρο με το ετήσιο φεστιβάλ τεχνών και άλλες καλλιτεχνικές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται.

Έχοντας ως δεδομένο ότι την επόμενη δεκαετία θα επέλθουν μαζικές αλλαγές όπου θα είναι αναγκαία πλέον η νέα, κοινωνική και πολιτιστική πρόκληση της βιωσιμότητας, με το έργο αυτό θα προσφερθούν ευκαιρίες για φυτώρια κοινωνικών επιχειρήσεων, αυξημένες ανάγκες για ψυχαγωγία, χώρους αναψυχής και αθλητικές δραστηριότητες. Αναμφισβήτητα πρόκειται για ένα έργο που επηρεάζει τους ιδιώτες ιδιοκτήτες ακινήτων, τους επενδυτές, τους τουρίστες, την κοινότητα και τους πολίτες.

Κεφάλαιο 6^ο Συμπεράσματα και Προτάσεις

Η ενδυνάμωση του συνολικού τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να αποτελεί υπόθεση όλης της κοινωνίας και των φορέων που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό. Ειδικότερα, όσον αφορά τα άμεσα ενδιαφερόμενα μέρη:

- Ο τουριστικός δημόσιος τομέας πρέπει να δίνει βάση στην ενδυνάμωση της ταυτότητας και της τοποθέτησης της χώρας και των προορισμών αυτής στην παγκόσμια τουριστική αγορά
- Ο ιδιωτικός τουριστικός τομέας θα πρέπει δημιουργεί τουριστική ζήτηση και να αυξάνει το συνολικό επίπεδο της ικανοποίησης των πελατών, επιφέροντας προσωπικές και επιχειρηματικές συστάσεις, καθώς και να συνεισφέρει στην διατηρησιμότητα του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου και των προϊόντων, στα οποία βασίζεται και η οικονομική και επιχειρηματική ευημερία του ιδιωτικού τομέα.
- Οι φορείς διαχείρισης προορισμών πρέπει να βοηθούν στον ορισμό των διακριτικών χαρακτηριστικών του προορισμού και στην παγίωση της θέσης του προορισμού στην διεθνή τουριστική αγορά, καθώς και να αυξάνουν την πολυπλοκότητα και το βάθος της τουριστικής εμπειρίας, ενθαρρύνοντας την μεγαλύτερη διάρκεια διαμονής των επισκεπτών και την μεγαλύτερη κατανάλωση στην τοπική οικονομία.
- Οι διαχειριστές της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς πρέπει να αναγνωρίζουν τους αλληλένδετους ρόλους της συντήρησης, της παρουσίασης και της επικοινωνίας των πολιτιστικών αγαθών και να βοηθούν στην άντληση υποστήριξης για τη συντήρηση και διατήρηση των πολιτιστικών αξιοθέατων από τους επισκέπτες, μέσα από την κατανόηση των ιδιαιτεροτήτων και της σημασίας του μέρους.

Κάποιες δράσεις που σε διεθνές επίπεδο έχουν αποφέρει επιτυχημένα αποτελέσματα στην αύξηση της αναγνώρισης της σημασίας του πολιτισμού και των φορέων πολιτιστικών δραστηριοτήτων και που αποφέρουν σημαντικά οφέλη για την αύξηση της ζήτησης του πολιτιστικού προϊόντος και επιδρούν σημαντικά στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας είναι:

- Η καθιέρωση και θεσμοποίηση πολιτιστικών εκδηλώσεων διεθνούς απήχησης, όπως έχει γίνει με το φεστιβάλ Αθηνών-Επιδαύρου, την διεθνή έκθεση βιβλίου στη Θεσσαλονίκη κ.α., που απευθύνονται και στοχεύουν όχι μόνο σε εγχώριο, αλλά και σε διεθνές κοινό και έχουν εμπορικό και πολιτιστικό χαρακτήρα. Είναι σύνηθες φαινόμενο η διοργάνωση μουσικών και θεατρικών φεστιβάλ και πολιτιστικών εκδηλώσεων, η φιλοξενία δημοφιλών περιοδικών εκθέσεων αλλά και η ανάπτυξη δραστηριοτήτων που δίνουν ώθηση στον τουρισμό πόλης σε πόλεις του εξωτερικού που θέλουν να προσελκύσουν αυξημένη ζήτηση
- Η αναβάθμιση του πυρήνα της προσφοράς του πολιτιστικού προϊόντος, όπως είναι η αναβάθμιση αρχαιολογικών χώρων και μουσείων. Ήδη έγιναν βήματα διεύρυνσης του ωραρίου των μουσείων, σηματοδοτώντας μια καινούργια εποχή στον ρόλο και τη σημασία τέτοιων χώρων για την ανασυγκρότηση της οικονομίας
- Η δημιουργία χώρων συμβουλευτικής για πολιτιστικές επιχειρήσεις που θέλουν να εγγραφούν στο πολιτιστικό μητρώο του υπουργείου πολιτισμού, καθώς και για νέους επιχειρηματίες και καλλιτέχνες που δραστηριοποιούνται ή θέλουν να δραστηριοποιηθούν στην δημιουργική βιομηχανία. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να παρουσιαστεί αύξηση της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας.
- Η αναβαθμισμένη παροχή υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου και η ενεργή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να υπάρχει ανταπόκριση στο ευρύ κοινό. Η ψηφιοποίηση του περιεχομένου βασικών μουσείων και αρχαιολογικών χώρων αποτελεί ένα βήμα προς αυτήν την κατεύθυνση. Επιπλέον, η ψηφιοποίηση του περιεχομένου βασικών μνημείων και αξιοθέατων βοηθάει στην προώθηση του Ελληνικού πολιτισμού στις μεγάλες πρωτεύουσες του εξωτερικού , έχοντας ως αποτέλεσμα την δημιουργία αυξημένης ζήτησης του Ελληνικού πολιτιστικού προϊόντος. Βασικό ζήτημα εδώ είναι ο εναρμονισμός και η συμπλήρωση του ψηφιακού περιεχομένου των κυβερνητικών φορέων και των εθνικών τουριστικών οργανισμών με το περιεχόμενο των τουριστικών επιχειρήσεων και των

πολιτιστικών φορέων, ώστε να μεγιστοποιηθούν τα οφέλη από το online περιεχόμενο.

- Η εφαρμογή κατάλληλης και στοχευμένης στρατηγικής Διαδικτύου και e-tourism, καθώς και η κατάλληλη τουριστική έρευνα και έρευνα αγοράς για την κατάλληλη προβολή των πολιτιστικών δραστηριοτήτων και των πολιτιστικών φορέων σε συνδυασμό πάντα με την προβολή του προορισμού. Γενικότερα, η ενίσχυση δράσεων προώθησης του Ελληνικού πολιτισμού αποφέρει ενίσχυση της ζήτησης του Ελληνικού πολιτιστικού και του τουριστικού προϊόντος, καθώς η γνώση ενός πολιτισμού διοχετεύει εν συνεχεία ζήτηση προς αυτόν.

Από την βιβλιογραφία και από ερωτήσεις που έγιναν σε εκπροσώπους αρμόδιων πολιτιστικών φορέων⁷⁷, προκύπτει ότι σε **μικροοικονομικό επίπεδο** οι πολιτιστικοί φορείς αποφέρουν τριπλά οφέλη από την λειτουργία τους, τόσο για τα ίδια τα πολιτιστικά κέντρα, έπειτα για τις τουριστικές επιχειρήσεις και την τοπική οικονομία και τέλος για την ψυχαγωγία των επισκεπτών. Σε **μακροεπίπεδο** η ενδυνάμωση του πολιτιστικού προϊόντος και η αποτελεσματική προώθησή του συμβάλλουν πράγματι στην ενίσχυση της τουριστικής κίνησης και της οικονομίας στο σύνολό της.

⁷⁷ ΟΠΑΝΔΑ(Κος Καραγάλιος, προϊστάμενος στο τμήμα πολιτισμού), ΕΚΚΕ(Κα Όλγα Τσακιρίδη, ερευνήτρια σε θέματα πολιτισμού), ΕΤΑ(Κα Καίτη Ανδριοπούλου, υπεύθυνη δημοσίων σχέσεων)

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Έκθεση ΣΕΤΕ, 2010

Έκθεση IOBE, 2012

Λαγός Δ. (2005), Τουριστική Οικονομική

Μελέτη Equal, 2006, Τουριστική οικονομική και Ελληνική τουριστική οικονομία

Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2009, Η σημασία του τουρισμού για την Ελληνική οικονομία

ΣΕΤΕ 2010, Ο τουρισμός πρωταγωνιστής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας

Ελληνική Αρθρογραφία

Δελτίο τύπου ΙΤΕΠ&ΞΕΕ, Αθήνα, 28/03/2013

Eurobank research, Οικονομία και αγορές, Τεύχος 8

Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, Τεύχος 1, Ιανουάριος 2013

Ελληνικές Διατριβές

Μαρίνη Δήμητρα, 2008 «Πολιτιστικός ξενώνας στα Κύθηρα, η προσέγγιση του στρατηγικού Μάνατζμεντ», Παν Πειραιά

Ελληνικές Ηλεκτρονικές πηγές

http://money-tourism.blogspot.gr/2013/11/2013-2014_13.html

<http://www.naftemporiki.gr/finance/story/732735>

<http://traveldailynews.gr/news/article/56561>

http://www.theacropolismuseum.gr/sites/default/files/acropolis_gr.pdf

http://www.yppo.gr/2/g22.jsp?obj_id=56732

Ελληνικά πρακτικά συνεδρίων

12^ο Συνέδριο ΣΕΤΕ-«Τουρισμός &Ανάπτυξη»

Μάριος Κωστάκης, Εισήγηση για το Συνέδριο «Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη» Θέμα: «Τουρισμός – Πολιτισμός. Η διεθνής εμπειρία»

Travel Trade Athens 2014, Διεθνές συνέδριο τουρισμού πόλης και αστικής ανάπτυξης, 14-15 Απρίλη, 2014

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

A Handbook of Cultural Economics, edited by Ruth Towse, 2003
City tourism and culture, The European experience, European Travel Commission, 2005

Communicating Heritage- A Handbook for the tourism sector, UNTWO 2011

Cultural policy and Urban regeneration: The west European experience, Franco Bianchini, Michael Parkinson, 1993

Cultural Attractions and European Tourism, Greg Richards, 2001

ICOMOS Charter for Cultural Tourism, Draft April 1997

Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches, UNESCO framework for cultural statistics handbook, 2009

National Building Museum(1998) Building Culture downtown: new ways of revitalizing the American city, Washington DC

Measuring the economic contribution of Cultural Industries, UNESCO, Institute for Statistics, 2009

The Impact of Culture on Creativity (2009). A Study prepared for the European Commission

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009, World Economic Forum
World Economic Forum, The travel and Tourism Competitiveness Report, 2013

Ξενόγλωσση Αρθρογραφία

Alma Tourism N.2, 2010: Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective

Capitalizing on Culture: An evaluation of Culture-led urban regeneration policy, Luke Binns, Faculty of the built environment, DIT, Ireland, 2005

Evans, G (2003) Hard-Branding the Cultural City- From Prado to Prada in: International Journal of Urban and Regional Research, τεύχος. 27.2

European Cultural Tourism: A view from Barcelona, 2004, Greg Richards

Greg Richards, Tilburg University Production and Consumption of European Cultural Tourism, 1996

Measuring the economic benefits of arts and culture, BOP consulting, Arts Council England

Tatiana Abankina, 2013 ,Regional Development Models Using Cultural Heritage Resources, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research vol 7

Ξενογλωσσες Ηλεκτρονικές πηγές

<http://anandasanyal.blogspot.com/2009/06/ethnic-tourism-istravel-motivated-by.html>

<http://barcelonacultura.bcn.cat/en/culture-institute>

<http://ethics.unwto.org/en/content/tourism-and-intangible-cultural-heritage>

http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc413_en.htm

www.futurebrand.com, Country brand Index 2012-13

<http://www.guggenheim.org/bilbao>

http://www.protipo-athinon.edu.gr/pdf/thriskeftikos_tourismos.pdf

<http://www.roshan-institute.org/474552>

<http://www.spiked-online.com/Printable/00000006DBAF.htm>, Sara Selwood (2002) Measuring culture

http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A1802/PressReleases/A1802_SCI21_DT_MM_11_2013_01_F_EN.pdf

Ξενογλωσσα πρακτικά συνεδρίων

ICOMOS International Cultural Tourism Committee, Δεκέμβριος 2002

Ημερίδα Travel Trade Athens 14 Απριλίου 2014

Ξενόγλωσσες διατριβές

The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry, János Csapó, University of Pecs, Institute of GeographyHungary

Berki, M. – Csapó, J. (2008). *The Geographical Basis for the Development of Thematic Routes*. University of Geography – University of Pécs.

The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry, János Csapó, University of Pécs, Institute of GeographyHungary,2012

Tourism management 26(2005) Relationship between Tourism and Cultural heritage management: evidence from Hong Kong, B. McKercher et al

Richards, G. (2011) Cultural tourism trends in Europe: a context for the development of Cultural Routes

Richards, G. (2003) What is Cultural Tourism?

Cultural policy and urban regeneration: The west European Experience, Franco Bianchini, Michael Parkinson

Agata Niemczyk, Cracow University of Economics, Cultural tourists, “An attempt to classify them, 2013