



ΤΜΗΜΑΤΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ
ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ:
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:
**‘ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING ΟΡΕΙΝΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ:
ΔΗΜΟΣ ΑΡΓΙΘΕΑΣ’**

ΑΡΚΟΥΛΑ ΣΤΥΛΙΑΝΗ του ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΟΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ

ΒΟΛΟΣ, 2024

Δηλώνω ρητά ότι η συγκεκριμένη Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία έχει εκπονηθεί από εμένα την ίδια και αντιπροσωπεύει τις δικές μου προσωπικές απόψεις. Στην διπλωματική εργασία μου έχω καταγράψει και αναφέρει πλήρως όλες οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα κατά την εκπόνησή της. Δηλώνω υπεύθυνη για την τήρηση του υφιστάμενου κώδικα δεοντολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας ως προς την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων τρίτων και το αδίκημα της λογοκλοπής (www.uth.hr/ethics).

Η φοιτήτρια, Αρκούδα Στυλιανή του Βασιλείου

Βόλος, 2024

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού έχει αυξήσει την επισκεψιμότητα στις ορεινές περιοχές καθώς ολοένα και αυξάνεται η ανάγκη του επισκέπτη να δραπετεύσει από την καθημερινότητά του και να έρθει σε επαφή μέσω δραστηριοτήτων με την φύση, να αποκτήσει εμπειρίες αλληλοεπιδρώντας με τους ντόπιους, σεβόμενος φυσικά τις κοινοτικές και κοινωνικές αξίες του εκάστοτε τόπου, με αποτέλεσμα να του δημιουργείται ένα αίσθημα ευχαρίστησης. Το 80% της έκτασης της χώρας μας είναι αμιγώς ορεινή ή ημιορεινή και παρά τις δυνατότητες αξιοποίησης υπάρχει πληθώρα αδυναμιών που απαιτούν μια πολυεπίπεδη πολιτική για να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα αυτών των περιοχών. Υπάρχει η ανάγκη για τις ορεινές περιοχές να χαραχθεί ένα ολοκληρωμένο σχέδιο ανάπτυξης, που μέσω της ανάλυσης της περίπτωσης του Δήμου Αργιθέας αλλά και μελετώντας παραδείγματα άλλων περιοχών, θα εξετάσουμε κατά πόσο είναι εφικτό και με ποιους τρόπους μπορεί να ανατραπεί μια παθητική κατάσταση χρόνων αναλύοντας τα δυνατά και αδύναμα σημεία της περιοχής που έχουν να κάνουν με το φυσικό τοπίο, τον ανθρώπινο παράγοντα, την ιστορία, την λαογραφία και τον πολιτισμό, αλλά και την έμπρακτη στήριξη των αρμόδιων φορέων.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: τουρισμός, ορεινός τουρισμός, ορεινή περιοχή, τουριστικό marketing, Αργιθέα

TOYRISM MARKETING OF A MOUNTAIN REGION: THE MUNICIPALITY OF ARGITHEA

ABSTRACT

The development of alternative tourism has increased the number of visits to the mountainous areas as the visitor's need to escape from their daily lives and to come into contact with nature through activities, to gain experiences by interacting with the locals, naturally respecting the community and social values of each place, as a result a feeling of pleasure is created. The 80% of the area of our country is purely mountainous or semi-mountainous and despite the potential for exploitation there are many weaknesses that require a multi-level policy to ensure the sustainability of these areas. There a need for the mountainous areas to draw up an integrated development plan, which through the analysis of the case of the Municipality of Argithea and also by studying examples of other areas, we will examine whether it is possible and in what ways a passive situation of all these years can be overturned by analyzing the possible and weak points of the region that have to do with the natural landscape, the human factor, history, folklore and culture, but also with the practical support of the competent bodies.

KEY WORDS: tourism, mountain tourism, mountain region, tourism marketing, Argitea

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	1
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	4
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ	4
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	4
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΜΕΡΟΣ Α: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	9
1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	9
1.2 ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΟΡΕΙΝΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ	15
2.2.1 Η ΠΡΟΣΒΑΣΗ	16
2.2.2 Η ΕΥΘΡΑΥΣΤΟΤΗΤΑ	18
2.2.3 Η ΠΟΙΚΙΛΟΜΟΡΦΙΑ	19
2.2.4 Η ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΠΟΙΗΣΗ	20
2.2.5 Η ΘΕΣΗ	20
2.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΕ ΟΡΕΙΝΑ ΘΕΡΕΤΡΑ	21
2.3.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ	22
2.4 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	23
2.5 ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. MARKETING ΤΟΥ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	27
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING	27
3.2 MARKETING ΚΑΙ ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	29
3.3. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΩΝ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΩΝ MARKETING ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	30
3.3.1 VAMNAKOU REVIVAL: ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ ΟΡΕΙΝΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΜΕΣΩ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	33
3.3.2 ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΤΖΟΥΜΕΡΚΩΝ: Η ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΠΑΝΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ EUROPARC	35
3.3.3 ΟΡΟΣ ΤΡΟΟΔΟΥΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ: ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΝΗΣΙΩΤΙΚΑ ΚΡΑΤΗ	37
ΜΕΡΟΣ Β: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ – ΔΗΜΟΣ ΑΡΓΙΘΕΑΣ	39

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΟΡΕΙΝΗ ΠΕΡΙΟΧΗ ΔΗΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ.....	39
4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	39
4.2 ΘΕΣΗ, ΠΡΟΣΒΑΣΗ & ΟΡΕΙΝΟΤΗΤΑ.....	40
4.3 ΦΥΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	41
4.3.1 ΦΥΣΙΚΟΣ ΠΛΟΥΤΟΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ.....	41
4.3.2 ΧΛΩΡΙΔΑ & ΠΑΝΙΔΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ.....	44
4.3.3 ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ.....	45
4.4 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ.....	46
4.4.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ & ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	46
4.4.2 ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ & ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ.....	47
4.5 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ.....	50
4.5.1 ΑΡΓΙΘΕΑΤΕΣ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	50
Πίνακας 8: Οι Χώροι Εστίασης στην Αργιθέα.....	53
4.5.2 ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΕΣ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ & ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING ΟΡΕΙΝΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ.....	56
5.1 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.....	56
5.1.1 ΕΤΑΙΡΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ.....	56
5.1.2 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	59
5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΟΡΕΙΝΗΣ ΑΡΓΙΘΕΑΣ.....	62
5.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ MARKETING ΟΡΕΙΝΗΣ ΑΡΓΙΘΕΑΣ.....	63
5.3.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ.....	64
5.3.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ & ΥΠΟΔΟΜΩΝ.....	66
5.3.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ & ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	67
5.3.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	69
5.3.5 ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ MARKETING ΥΠΟ ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΔΡΑΣΗ.....	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	74
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	79
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	95

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Τα 20 χωριά της Αργιθέας.....	4	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Πίνακας 2: Οι ψηλότερες βουνοκορφές τις Αργιθέας.....	43	
Πίνακας 3: Τα καταγεγραμμένα μονοπάτια της Αργιθέας.....	44	
Πίνακας 4: Τα πετρογέφυρα της Αργιθέας	49	
Πίνακας 5: Τα Μοναστήρια της Αργιθέας.....	51	
Πίνακας 6: Η Ενασχόληση των Μόνιμων Κατοίκων της Αργιθέας.....	5	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Πίνακας 7: Οι Χώροι Διαμονής στην Αργιθέα	53	
Πίνακας 9: Ανάλυση SWOT Ανάπτυξης Ορεινού Τουρισμού Αργιθέας.....	63	
Πίνακας 10: Οι Προτάσεις Δραστηριοτήτων Ορεινού Τουρισμού Αργιθέας.....	70	

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Οι Εταίροι του Τουρισμού της Αργιθέας	57
Γράφημα 2: Οι Υφιστάμενοι Αναπτυξιακοί Άξονες του Τουρισμού.....	0
	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Γράφημα 3: Οι Προτεινόμενοι Αναπτυξιακοί Άξονες του Τουρισμού.....	65
Γράφημα 4: Οι Προτεινόμενες Κατευθύνσεις Οργάνωσης & Συντονισμού.....	65
Γράφημα 5: Οι Προτάσεις για Αναβάθμιση Ποιότητας Τουριστικής Προσφοράς.....	67
Γράφημα 6: Οι Προτάσεις για Αναβάθμιση Προβολής & Προώθησης.....	69

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Ψηλές κορυφές	95
Εικόνα 2: Ποικιλομορφία Τοπίου.....	95
Εικόνα 3: Καταγραφή μονοπατιών.....	95
Εικόνα 4: Τοποθέτηση Απινιδωτών	95
Εικόνα 5: Ποταμός Αχελώος	96
Εικόνα 6: Λίμνη Στεφανιάδας.....	96
Εικόνα 7: Ελατόδασος.....	96
Εικόνα 8: Πλάτανος Λεοντίτο	96
Εικόνα 9: Έντονες χιονοπτώσεις.....	97
Εικόνα 10: Φυσική καταστροφή Ντάνιελ.....	97
Εικόνα 11: Πετρίλο: Ιστορική Έδρα.....	97
Εικόνα 12: Παραδοσιακός μπακλαβάς.....	97
Εικόνα 13: Πετρογέφυρα.....	98

Εικόνα 14: Ιερά Μονή Σπηλιάς.....	98
Εικόνα 15: Περιβαλλοντικοί Κάδοι.....	98
Εικόνα 16: ΕΟΤ Φρανκφούρτης	98
Εικόνα 17: Fam Trip Γερμανίας.....	99
Εικόνα 18: Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Ορεινής Ποδηλασίας 2023, 1.....	99
Εικόνα 19: Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Ορεινής Ποδηλασίας Mountain Bike 2023,2	99
Εικόνα 20: Argitheia Mountain Race 2023	99
Εικόνα 21: Ορειβατικός Σύλλογος Καλαμάτας	100
Εικόνα 22: Επίσκεψη Κρητών Ζωγράφου.....	100
Εικόνα 23: Νεολαία στη Λίμνη.....	100
Εικόνα 24: Festival Music by the lake	100
Εικόνα 25: Δραστηριότητες στη Λίμνη Στεφανιάδας στο Πλαίσιο του Festival,.....	101

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

ΑΝΚΑ	Αναπτυξιακή Καρδίτσας
βλ	βλέπε
ΔΕ	Δημοτική Ενότητα
ΔΕΞΥΣ	Τμήματος Δασολογίας, Επιστημών Ξύλου & Σχεδιασμού
ΕΛΣ	Ελληνική Λυρική Σκηνή
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΕΟΤ	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
ΕΣΑΟΚ	Εθνική Στρατηγική Ανάπτυξης Ορεινών Κοινοτήτων
ΙΜ	Ιερά Μονή
κα	και άλλα
κλπ	και τα λοιπά
μ	μέτρα
Ν	Νόμος
ΠΕ	Περιφερειακή Ενότητα
ΠΕΔ	Περιφερειακή Ένωση Δήμων
ΠΟΑΣ	Πανελλήνια Ομοσπονδία Αργιθέας
ΥΠΕΧΩΔΕ	Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων
ΦΕΚ	Φύλλο Εφημερίδας Κυβερνήσεως
χλμ	χιλιόμετρα
DMOs	Destination Marketing Organisations
SNF	Stavros Niarchos Foundation
STEAM	Science, Technology, Engineering, Art, Mechanics
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
VLab	Vamvakou Laboratory

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αδιαμφισβήτητα, για την χώρα μας ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες αναπτυξιακής πολιτικής και οικονομίας, καθώς συνδράμει στην αντιμετώπιση προβλημάτων τόσο στην νησιωτική όσο και στην ηπειρωτική Ελλάδα (Τσάρτας, 2010). Σκοπό του τουρισμού αποτελεί η κάλυψη ψυχικών και σωματικών αναγκών του ατόμου, που συνειδητά επιλέγει να μετακινηθεί για ορισμένο χρονικά διάστημα σε έναν άλλο τόπο με ποικίλες οικονομικές και κοινωνικές προεκτάσεις (Λαγός, 2005).

Η συνεχής ανάπτυξη του τουρισμού έχει ως συνέπεια την βελτιστοποίηση της ποιότητας ζωής των τουριστών και των ντόπιων, τις περιβαλλοντικές και κοινωνικοοικονομικές μεταβολές και την συνεργασία οργανισμών και φορέων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο (Βαρβαρέσος, 1999; Pearce, 1992), μαζί φυσικά με τους επαγγελματίες και επιχειρηματίες και όσους ακούν πολιτική στην εκάστοτε περιοχή (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Σήμερα πλέον φαίνεται ότι τόσο στην χώρα μας όσο και παγκοσμίως ο τουρισμός αποκτά μια άλλη διάσταση πέραν του συμβατικού μαζικού τουρισμού. Στο πλαίσιο αυτό, δημιουργήθηκαν νέα πρότυπα που ανταποκρίνονται περισσότερο στις τουριστικές απαιτήσεις για παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, σεβασμό στο περιβάλλον και στις τοπικές ιδιαιτερότητες, την συμμετοχή των ντόπιων στις αναπτυξιακές διαδικασίες και την αποκέντρωση (Τσάρτας, 1996). Αναπτύχθηκαν, λοιπόν, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού με βάση τις συνθήκες που επικρατούν σε κάθε περιοχή.

Μία αρκετά διαδεδομένη εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι ο ορεινός τουρισμός, ο οποίος χαρακτηρίζει την τάση των επισκεπτών να επισκέπτονται ορεινούς όγκους και εκεί να απολαμβάνουν ποικίλες δραστηριότητες. Παλαιότερα υπήρχαν δυσκολίες τόσο στην διαμονή όσο και στις υποδομές πρόσβασης. Αυτό, βέβαια, εξελίσσεται με βάση την αύξηση του ενδιαφέροντος επισκεπτών για ορεινό τουρισμό και της προσέλκυσης ιδιωτικών επενδυτών και κρατικών φορέων που είναι αρωγοί στην ανάπτυξη του προορισμού (Γουργιώτης, 2007). Αυτές είναι και οι βασικές έννοιες που εξετάζονται και αναλύονται, με γνώμονα τη βιβλιογραφία, στα δύο πρώτα κεφάλαια της παρούσας έρευνας.

Η μετακίνηση των ανθρώπων για τουρισμό, η πρόβλεψη και ο εντοπισμός που αφορούν την ικανοποίηση των αναγκών τους, η ποικιλομορφία των άυλων και άπτων υπηρεσιών που μπορούν να προσφερθούν και να διευκολύνουν στο σχεδιασμό στρατηγικών με

στόχο την τουριστική ανάπτυξη και με τον ορεινό τουρισμό αναλύονται στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας, μέσω των εννοιών που άπτονται του τουριστικού marketing.

Ως μια αμιγώς ορεινή περιοχή, εκείνη της Αργιθέας Καρδίτσας, έχει επιλεγεί για μελέτη περίπτωσης. Μέσω συνεντεύξεων από ηγετικές προσωπικότητες των βασικών εταίρων της περιοχής και βιβλιογραφικής ανασκόπησης, στο τέταρτο κεφάλαιο, καταγράφονται εκείνα τα χαρακτηριστικά που την καθιστούν ξεχωριστή και αφορούν τον φυσικό πλούτο, τα πολιτιστικά στοιχεία της και τον ανθρώπινο παράγοντα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται ένα σχέδιο marketing ορεινού τουρισμού για την περιοχή της Αργιθέας στην προσπάθεια να απαντηθεί το ερώτημα της βιωσιμότητας ανάπτυξης τουρισμού στον αναφερόμενο προορισμό και στους βασικούς άξονες υπό τους οποίους δύναται να εξελιχθεί οργανωμένα. Με κυρίαρχο εργαλείο την ορεινότητα και την ανεκμετάλλευτη δύναμη της περιοχής, εξετάζεται η υφιστάμενη τουριστική πολιτική, καθορίζονται οι εταίροι του εγχειρήματος και μέσω παραδειγμάτων καλών πρακτικών ορεινών περιοχών ιδίου βεληνεκούς, καταγράφονται τα δυνατά και αδύνατα σημεία, οι ευκαιρίες και οι απειλές του εγχειρήματος. Βάσει αυτών δίνονται προτάσεις με άξονες στρατηγικού σχεδιασμού, εξυγίανσης της καθημερινότητας και των υποδομών, της προώθησης του προορισμού και της ανάπτυξης περεταίρω τουριστικών δραστηριοτήτων. Με τον τρόπο αυτό, καταλήγουμε στα συμπεράσματα του τελευταίου κεφαλαίου, κατά τα οποία καταγράφονται όλα εκείνα που αβίαστα προκύπτουν από την έρευνα και αφορούν στο βασικό και κεντρικό ερώτημα του κατά πόσο μία ορεινή περιοχή μπορεί να εξελιχθεί σε βιώσιμο προορισμό με βάση την ορεινότητά της και όσα προκύπτουν από αυτή. Ιδιαίτερα, δε σε ποιον βαθμό και με ποιον τρόπο αποτελεί η ορεινή Αργιθέα ένα τέτοιο παράδειγμα προορισμού, λαμβάνοντας υπόψη πως αφορά την ανεξερεύνητη και ανεκμετάλλευτη προίκα των Θεσσαλικών Αγράφων, στην καρδιά της Πίνδου .

ΜΕΡΟΣ Α: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ****1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ως ένα κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, δημιουργός σημαντικών πλεονεκτημάτων, ο τουρισμός έχει οριστεί με ποικίλους τρόπους. Έχει οριστεί ως *‘η τέχνη του ταξιδιού για τη δική του ευχαρίστηση’* ή ως μια *‘δραστηριότητα αναψυχής που συνίσταται σε ταξίδι ή διαμονή μακριά από τον τόπο μόνιμης διαμονής, για διασκέδαση, αναψυχή, πολιτισμό και εμπλουτισμό εμπειριών χάρη σε νέες ανθρώπινες πτυχές και σε άγνωστο τοπίο’* (Slusariuc & Bica, 2015).

Ο τουρισμός αποτελεί τον πλέον διαδεδομένο τρόπο αναψυχής στις χώρες εκείνες που έχουν υψηλή κοινωνική ευημερία, ενώ ταυτοχρόνως αποτελεί την πλέον σημαντική πηγή εσόδων στις τουριστικές περιοχές, καθώς δημιουργούνται θέσεις εργασίες, βελτιώνονται και αυξάνονται οι υποδομές, εξασφαλίζονται επενδυτικά κεφάλαια και βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο του πληθυσμού. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO, 2015) επισημαίνει ότι είναι ο τουρισμός εξελίσσεται σε έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, καθώς αποτελεί την κινητήρια δύναμη για κοινωνικοοικονομική πρόοδο. Ειδικότερα για την Ελλάδα, ο τουρισμός αποτελεί τον σημαντικότερο πυλώνα της οικονομίας της χώρας, καθώς και της εθνικής αναπτυξιακής πολιτικής (Τσάρτας, 2010).

Ο τουρισμός αποτελεί φαινόμενο που έχει διαμορφωθεί και εξελιχθεί ανά τους αιώνες. Ξεκίνησε ως μια δραστηριότητα προνόμιο της αριστοκρατίας, η οποία είχε τον χρόνο και τα χρήματα για να ταξιδεύει, και πλέον έχει μετατραπεί σε ένα μαζικό φαινόμενο παρέχοντας αυθεντικές εμπειρίες (Gartner, 2001). Οι κοινωνικοοικονομικές αλλαγές του 21ου αιώνα υπήρξαν τομή στην πορεία του τουρισμού. Νέες αγορές άνοιξαν, ο παγκόσμιος γεωπολιτικός χάρτης άλλαξε και σε συνδυασμό με την παγκοσμιοποίηση οδήγησαν στην άρση των πολιτικών εμποδίων στις μετακινήσεις κεφαλαίων, αγαθών και προσώπων. Παράλληλα, οι εξελίξεις στην τεχνολογία ώθησαν την τουριστική κίνηση, δημιουργώντας τις κατάλληλες συνθήκες για να αναπτυχθεί παγκοσμίως. Όλα τα παραπάνω συνετέλεσαν στο να δημιουργηθούν νέες συνθήκες για την προσαρμογή της τουριστικής αγοράς και την παροχή ομοιογενούς τουριστικού προϊόντος (Moutinho, 2000).

Τις τελευταίες δεκαετίες από τις πολυάριθμες μελέτες που έχουν διεξαχθεί σε παγκόσμιο επίπεδο, καθίσταται σαφής ο ρόλος που διαδραματίζει ο τουρισμός σε κοινωνικοοικονομικό, πολιτιστικό και πολιτικό επίπεδο έχει αυξηθεί αισθητά (Lickorish & Jenkins, 2004). Η ένταση της δράσης επιρροής στον εκάστοτε προορισμό διαφέρει από χώρα σε χώρα ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξής της και την πολιτική προώθησής της (Turcu & Weisz, 2008), ενώ οι συνέπειες του τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον είναι εμφανείς (Smallman & Moore, 2010).

Αναμφισβήτητα σήμερα, η τουριστική βιομηχανία έχει γίνει η ταχύτερα αναπτυσσόμενη βιομηχανία και αποτελεί έναν από τους σημαντικούς πυλώνες των παγκόσμιων οικονομικών δραστηριοτήτων (Λαγός, 2005; Shen, et al., 2019).

1.2 ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σε αντίθεση με την μαζική τουριστική ανάπτυξη, ο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται ως η λιγότερο εμπορευματοποιημένη και συνεπής με τις φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες μιας κοινότητας υποδοχής μορφή τουρισμού (Wearing & Neil, 1999). Η ανάπτυξη του δίνει μεγάλη έμφαση στην επαφή και την κατανόηση μεταξύ οικοδεσποτών, τουριστών, καθώς και του περιβάλλοντος (Smith & Eadington, 1992). Ως προς την ενδυνάμωσή του συμπεριλαμβάνει εγκαταστάσεις και αξιοθέατα σχεδιασμένα για μικρότερες ομάδες, με συνεργασίες με διάφορους τομείς της τοπικής οικονομίας, και μικρότερες αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον (Newsome, et al., 2002).

Ο όρος *‘εναλλακτικός τουρισμός’* έκανε για πρώτη φορά την εμφάνισή του κατά τη διάρκεια του Οικουμενικού Συνασπισμού για τον τουρισμό στον Αναπτυσσόμενο Κόσμο (Ecumenical Coalition on Third World Tourism – ECTWT) (1981) ο οποίος διακήρυξε ότι στοχεύει στην *‘εξερεύνηση πιθανών μορφών εναλλακτικού τουρισμού στις χώρες του Τρίτου Κόσμου’* (Lanfant & Grubarn, 1992). Η προσέγγιση των Smith και Eadington (1992) αναγνωρίζει τον εναλλακτικό τουρισμό ως εκείνες τις μορφές τουρισμού που συμβαδίζουν με τις περιβαλλοντικές και τις κοινωνικές αξίες της εκάστοτε περιοχής, επιτρέποντας στην κοινωνία υποδοχής και στους επισκέπτες την απόλαυση μιας θετικής και αξιόλογης αλληλεπίδρασης και την απόκτηση κοινών εμπειριών.

Σύμφωνα με τον Holden (1984), στα μέσα της δεκαετίας του '80, ο εναλλακτικός τουρισμός *‘ήταν μια διαδικασία που προωθούσε μια δίκαιη μορφή ταξιδιού μεταξύ μελών διαφορετικών κοινοτήτων. Επεδίωκε να επιτύχει αμοιβαία κατανόηση, αλληλεγγύη και*

ισότητα μεταξύ των συμμετεχόντων’. Ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται έκτοτε ως ‘*οι μορφές εκείνες του τουρισμού που συνάδουν με τις φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες και οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους επισκέπτες να απολαμβάνουν θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες*’ (Smith & Eadington, 1992).

Ο Fennel (2001) διαπίστωσε ότι οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού αποτελούν μιας ευκαιρία για τις χώρες να προβούν σε μείωση των εξωγενών επιδράσεών τους και να στραφούν στην ανάπτυξη των δικών τους υποδομών. Τα βασικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η καταλληλότητα, η επιδεξιότητα, η παρορμητικότητα, η συμμετοχικότητα, η διαφορετικότητα και το γεγονός ότι είναι ‘πράσινος’ (Ανδριώτης, 2003).

Με βάση τις ιδιαιτερότητες της εκάστοτε περιοχής προορισμού και τις παροχές, υπάρχουν πολλές ταξινομήσεις τύπων και μορφών τουρισμού, όπως: θαλάσσιος ιαματικός τουρισμός, ορεινός και χειμερινός τουρισμός, θεραπευτικός τουρισμός, τουρισμός κυνηγιού και σαφάρι, πολιτιστικός τουρισμός, εμπορικός και εκθεσιακός τουρισμός, τουρισμός φεστιβάλ, τουρισμός συναντήσεων και συνεδρίων, επιχειρηματικός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός κτλ (Κοκκώσης, κ.α, 2011; Neguț, et al., 2001; Slusariuc & Bica, 2015; Velcea & Ungureanu, 1993).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Από την εμφάνιση του *‘γραφικού τουρισμού’* στις αρχές του 1800 (Towner, 1985), ορεινά περιβάλλοντα παγκοσμίως αντιμετώπισαν αυξανόμενη ζήτηση για τουριστική χρήση, προκαλώντας την ευαισθητοποίηση σχετικά με τον ορεινό τουρισμό. Την τελευταία εικοσαετία, τα ζητήματα του βουνού βρέθηκαν στο προσκήνιο και στην πολιτική ατζέντα πολλών εθνικών και διεθνών φορέων (Godde, et al., 2000).

Ο ορεινός τουρισμός αναφέρεται σε τουριστικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε ορεινά περιβάλλοντα, τα οποία χαρακτηρίζονται από διακριτά στοιχεία του τοπίου, του κλίματος, της άγριας ζωής, των εξειδικευμένων τύπων δραστηριοτήτων, των παραδόσεων και των τοπικών κοινοτήτων (Cristache, et al., 2021). Καθοδηγείται από υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής, όπως το σκι κατάβασης, το snowmobiling και το ταξίδι με σακίδιο πλάτης (Buckley, et al., 2000; Cordell, 2004; Teigland, 2000). Ο ορεινός τουρισμός θεωρείται βασικό εργαλείο για τη μείωση της φτώχειας, την οικονομική ανάπτυξη και τη διαχείριση του περιβάλλοντος. Η ταχεία αύξηση του δύναται να ενισχύσει την πρόοδο της κοινωνίας, το εθνικό εισόδημα, τη ζήτηση για τουρισμό και τη συνολική οικονομική ανάπτυξη (Wang et al., 2013). Η τουριστική βιομηχανία διαδραματίζει, επίσης, σημαντικό ρόλο στην προώθηση της πολιτιστικής ανταλλαγής, της απασχόλησης και της περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης (Liu, et al., 2022).

Τα χαρακτηριστικά που σχετίζονται με το βουνό και το κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον ενισχύουν την ελκυστικότητα του ορεινού τουρισμού στους δυνητικούς τουρίστες (Chen, 2017, 2019). Το μοναδικό φυσικό περιβάλλον των βουνών (Río-Rama, et al., 2019), ο καθαρός αέρας (Jiang, 2007) και τα τοπία (Xie, 2015) παρακινούν τους τουρίστες να *‘έρθουν πιο κοντά στη φύση’* και να αναζητήσουν τουριστικούς προορισμούς που αφορούν την υγεία (Tian, 2020). Οι θρησκευτικές και πολιτιστικές παραδόσεις των κοινοτήτων των βουνών, οι απόκρημνες κορυφές και το χιονισμένο έδαφος καθιστούν αυτές τις τοποθεσίες ιδανικές για ορειβασία και σκι (Körner, 2002). Οι επαγγελματίες του τουρισμού δημιουργούν και εμπορεύονται τα προϊόντα τους συνδυάζοντας δραστηριότητες που έχουν σχεδιαστεί για να ταιριάζουν στα χαρακτηριστικά του προορισμού (Wang, 2017).

Ο ανταγωνισμός των τουριστικών προορισμών συνήθως επηρεάζει την ανακατανομή της αγοράς (Shi, et al., 2016). Οι σχετικές προκλήσεις περιλαμβάνουν την επιστημονική

αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας των προορισμών ορεινού τουρισμού και τη διαμόρφωση μέτρων για την ενίσχυση της τουριστικής ανταγωνιστικότητας (Nazmfar, et al., 2019). Σε αντίθεση με άλλους τομείς του τουρισμού, ο ορεινός επιτρέπει στους επισκέπτες να επιδιώξουν την ευεξία και τα σχετικά πάθη (Zeng, et al., 2022). Λόγω των ψυχαγωγικών, θεραπευτικών και αθλητικών χαρακτηριστικών του, το βουνό προσελκύει τις μεγαλύτερες ροές τουριστών και γίνεται βασικό κοινωνικό και εκπαιδευτικό στοιχείο για την κοινότητα (Bacos & Gabor, 2021).

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι μοναδική σε χρόνο και τόπο. Για πολλές περιοχές, η αναπτυξιακή διαδικασία έχει χαρακτηριστεί από μια περίοδο εξερεύνησης ή ανακάλυψης, ακολουθούμενη από κοινοτική ανάπτυξη με αποτέλεσμα τη δημιουργία τουριστικών προορισμών. Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα εξερευνητές στον Καναδά άνοιξαν πρώτοι μονοπάτια, ταξιδεύοντας μέσα από άγνωστα ορεινά περάσματα, απόκρημνες βραχώδεις διαδρομές και αναζητώντας την περιπέτεια. Οι ορεινές κοινότητες έγιναν σημαντικά κέντρα ταξιδιού, γνωστά για την ομορφιά τους και τα φυσικά τους πλεονεκτήματα (Nepal & Jamal, 2011). Οι διαδρομές αυτές δημιούργησαν νέες βιομηχανικές ευκαιρίες και έδωσαν την ώθηση σε εξερευνητές να ακολουθήσουν. Περισσότερες ορεινές κοινότητες εμφανίστηκαν, πολλές βασισμένες στην εξόρυξη (Ferne, Kimberley, Rossland), την ενέργεια (Revelstoke) και τη δασοκομία (ορεινή δυτική ακτή της Βρετανικής Κολομβίας).

Τα τελευταία 15 χρόνια, η μεγαλύτερη τάση του ορεινού τουρισμού είναι η παροχή πολλών δραστηριοτήτων που δεν σχετίζονται με το σκι. Αναδεικνύονται δραστηριότητες στα ορεινά θέρετρα, όπως έλκηθρο, ψώνια, γαστρονομικές δοκιμές, σπα, γκαλερί και φεστιβάλ. Ο ορεινός τουρισμός περιλαμβάνει ακόμη αγροτικές εκδρομές, εξερεύνηση τοποθεσιών φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, πνευματικά ταξίδια και καταφύγια ευεξίας¹. Οι ταξιδιώτες αυτής της μορφής αναζητούν περισσότερο την ευχαρίστηση της παρουσίας στο ορεινό περιβάλλον, την ανανέωση, επαναφόρτιση και αφύπνιση μέσα στη φύση, παρά του διαδεδομένου σκι.

Πολλές ορεινές περιοχές παγκοσμίως έχουν αυξήσει την επισκεψιμότητά τους με την ανάπτυξη του τουρισμού (Nepal, 2002; Nepal & Chipeniuk, 2005). Τον 18ο αιώνα, οι Άλπεις μετατράπηκαν από μια περιοχή φτωχών αλπικών γεωργικών οικισμών σε

¹ beyondsummits.com (2023) '*Mountain Tourism: A Double-Edged Sword*' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.beyondsummits.com/blog/mountain-tourism-double-edged-sword>> [πρόσβαση 21 Μαΐου 2024].

ενημερούσα ορεινά θέρετρα και χωριά που τώρα φιλοξενούν 30 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις ετησίως². Τα Snowy Mountains της Αυστραλίας υποδέχτηκαν 1,3 εκατομμύρια επισκέπτες το 2012, με τις δαπάνες των επισκεπτών να υπολογίζονται σε 468 εκ. δολάρια ΗΠΑ³. Στη Νότια Αφρική, ο χαρακτηρισμός του Table Mountain ως ένα από τα ‘*Νέα 7 Θαύματα της Φύσης*’ είχε ως αποτέλεσμα την ταχεία αύξηση των επισκεπτών, με πάνω από 2,4 εκ. επισκέπτες το 2012⁴. Στη Βόρεια Αμερική, το Εθνικό Πάρκο Rocky Mountain στις ΗΠΑ και το Εθνικό Πάρκο Banff στον Καναδά υποδέχονται περίπου 4 εκ. επισκέπτες ετησίως⁵ (Rocky Mountain National Park, 2015). Για πιο απομακρυσμένες περιοχές, όπως οι Άνδεις και τα Ιμαλάια, ο ορεινός τουρισμός έχει γίνει ένα φαινόμενο εκρηκτικής ανάπτυξης, με πάνω από 1 εκ. τουρίστες να συρρέουν ετησίως στο Macchu Picchu στη Νότια Αμερική και πάνω από 600.000 πεζοπορίες στο Νεπάλ ετησίως (Dunnell, 2015). Ως ενιαία απάντηση στην αυξανόμενη παγκόσμια ευαισθητοποίηση για τα βουνά και τα τουριστικά ζητήματα που συνδέονται με αυτά, το 2002 ανακηρύχθηκε το ‘*Διεθνές Έτος των Βουνών*’ και το ‘*Διεθνές Έτος Οικοτουρισμού*’. Σήμερα, τα βουνά, με το εντυπωσιακό τοπίο, τη μαγευτική ομορφιά και τις μοναδικές αξίες ανέσεων, είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για τους τουρίστες. Η ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού δύναται να αποτελέσει βασικό παράγοντα για τη συνολική βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων μέσω πρωτοβουλιών βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης και διατήρησης του περιβάλλοντος, αλλά και προβλημάτων (Nepal & Chipeniuk, 2005). Μάλιστα, με τη μείωση των αναγκών εργασίας στην εξόρυξη, την υλοτομία και τη γεωργία, ο τουρισμός έχει αποκτήσει νέο νόημα για πολλές ορεινές κοινότητες (Godde, et al., 2000; Lundmark, 2005).

² CIPRA (2015) ‘*What Role Do the Alps Play Within World Tourism?*’ [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:http://alpsknowhow.cipra.org/background_topics/alps_and_tourism/alps_and_tourism_chapter_introduction.html.> [πρόσβαση στις 21 Μαΐου 2024].

³ Tourism Snowy Mountains (2013) ‘*Snowy Mountains Annual Report 2011-12*’ [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.arcc.vic.gov.au/uploads/publications-and-research/ARCC-AnnualReport-2011to2012-Web.pdf>> [πρόσβαση στις 21 Μαΐου 2024].

⁴ Westgro (2013) ‘*Table Mountain Aerial Cableway Annual Report 2013*’ [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.tablemountain.net/uploads/files/18284_TM_Annual_Report_2013_Flipping_Brochureindd_1_1.pdf> [πρόσβαση στις 21 Μαΐου 2024].

⁵ Banff National Park (2015) ‘*Exploring Banff National Park – Snow Days 2015 Geocaching Challenge*’ [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://geoks.ca/2015/02/01/banff-national-park-snow-days/>> [πρόσβαση 21 Μαΐου 2024].

Μέχρι πολύ πρόσφατα, οι τουριστικές μελέτες που αφορούσαν στα ορεινά τοπία περιορίζονταν κυρίως σε φυσικές, οικολογικές και περιβαλλοντικές διαδικασίες (Smethurst, 2000). Σε αντίθεση με τον παραθαλάσσιο ή τον παράκτιο τουρισμό, η εννοιολόγηση του ορεινού τουρισμού είναι σε αρχικό στάδιο (Orams, 1998; Wong, 1993), με την Εγκυκλοπαίδεια του Τουρισμού να αναφέρεται μόνο στην ‘ορειβασία’⁶. Συζητήσεις στο ‘*The Mountain Forum*’ οδήγησαν στο συμπέρασμα ότι μια τουριστική προοπτική για τις πολιτικές ανάπτυξης της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-φύσης σε ορεινά περιβάλλοντα είναι πλέον απαραίτητη, και αυτό οδήγησε στο πρόσφατο ενδιαφέρον περισσότερων ερευνητών θέματα ορεινού τουρισμού (Beedie & Hudson, 2003; Godde et al. 2000; Price et al. 1997).

Υπάρχουν πολλοί λόγοι που ‘επέβαλαν’ την ανάπτυξη του εναλλακτικού ορεινού τουρισμού, όπως α) η γεωγραφική θέση της χώρας, β) το τοπίο, γ) η ομορφιά και η ποικιλομορφία του τοπίου, δ) το ελκυστικό φυσικό περιβάλλον, ε) το κλίμα, στ) πολλά σημεία επιφυλακής, ζ) οι δυνατότητες για σκι, η) τη δυνατότητα εξάσκησης extreme sports, θ) τα ιαματικά νερά, ι) όλα τα αρχαιολογικά κατάλοιπα και κ) η ιστοριοπολιτιστική εθνογραφική κληρονομιά (Slusariuc & Bica, 2015).

Ο ορεινός τουρισμός, λοιπόν, θεωρείται παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης και αποτελεί την ψυχή της τουριστικής βιομηχανίας (Chin, et al., 2014; Leco, et al., 2013). Η αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας του ορεινού τουρισμού έχει κεντρικό ρόλο στη βιώσιμη ανάπτυξη του κλάδου (Lo, et al., 2019) και αυτής της βιομηχανίας. Παρόλο που δεν είναι ο κορυφαίος συνεισφέρων στην κύρια οικονομία, ο ορεινός τουρισμός συμβάλει ενεργά στη δημιουργία εισοδήματος, υποστήριξης των τοπικών κοινοτήτων και δημιουργίας τοπικής απασχόλησης στις ορεινές περιοχές (Wang, et al., 2013; Shi et al., 2016).

2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΟΡΕΙΝΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

Η πιο συχνή κατηγοριοποίηση των βουνών τίθεται γύρω από την καταλληλότητα του υψομέτρου, του όγκου, του ανάγλυφου και της κλίσης αυτών (Kapos, et al., 2002). Είναι αμφισβητήσιμο ότι μια τέτοια ντετερμινιστική προσέγγιση εξετάζει τα βουνά ως μέρη και όχι ως σύνολο, καθώς αγνοεί τη συμπερίληψη των κοιλάδων και των τοπίων που δίνουν τον βασικό τους χαρακτήρα. Από τουριστικής άποψης, ένα βουνό που ορίζεται μόνο από το υψόμετρο είναι ανεπαρκές. Η προσέγγιση της λεκάνης απορροής ή του

⁶ Jafari, J. (2003) ‘ReVista Winter 2002’ [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://geoks.ca/2015/02/01/banff-national-park-snow-days/>> [πρόσβαση 21 Μαΐου 2024].

οικοσυστήματος στην εννοιολόγηση των βουνών είναι πολύ πιο λογική, καθώς προσπαθεί να ορίσει τις ορεινές περιοχές με βάση τη λεκάνη απορροής ή τα οικολογικά όρια, παρόλο που τα σύνορα μπορεί να μην έχουν σημασία από την ανθρώπινη προοπτική. Υπό την έννοια ότι το αυστηρά υψομετρικό κριτήριο μπορεί να μην συμπεριλάβει στον ορεινό τουρισμό μία κοινότητα κοιλάδας δύναται να χρησιμοποιήσει το βουνό της για τουριστική ανάπτυξη με δραστηριότητες αναψυχής και άλλους πρωτογενείς πόρους σημαντικούς για τους κατοίκους και τους επισκέπτες της, η προσέγγιση της λεκάνης απορροής ή του οικοσυστήματος θα μπορούσε να έχει νόημα, καθώς η κοινότητα μπορεί να εξαρτάται από πόρους που βρίσκονται στα βουνά, ενώ βρίσκεται φυσικά στις πεδιάδες. Αυτή η προσέγγιση υποδηλώνει ότι οι αλληλεπιδράσεις ανθρώπου-φύσης δεν οριοθετούνται από τις φυσικές μεταβάσεις που επιβάλλονται από ορισμένα φυσικά χαρακτηριστικά (Nepal & Chipeniuk, 2005).

Ο Jodha (1991) υποστήριξε ότι οι ορεινές περιοχές είναι αρκετά διαφορετικές από άλλες φυσιογραφικές μονάδες και ότι η ποικιλομορφία, η περιθωριοποίηση, η δυσπρόσιτη θέση, η ευθραυστότητα και η θέση έχουν επηρεάσει το επίπεδο ανάπτυξης των βουνών. Ο Sharma (2000) έχει εφαρμόσει αυτές τις έννοιες σε ζητήματα τουριστικής ανάπτυξης σε ορεινές περιοχές. Σε αυτό προστίθεται και η ανώτερη αισθητική ποιότητα των ορεινών τοπίων. Οι ορεινές αυτές ιδιαιτερότητες σχετίζονται με τις αναπτυγμένες οικονομίες και έχουν εφαρμογή στον ορεινό οικοτουρισμό (Nepal, 2002). Η ορεινή ποικιλομορφία, η περιθωριοποίηση, η δυσπρόσιτη θέση, η ευθραυστότητα, η θέση και η αισθητική είναι έννοιες αλληλένδετες και δυναμικές, καθώς αυτά τα χαρακτηριστικά αλληλοεπηρεάζονται και αλλάζουν με τον χρόνο και τον χώρο ανάλογα με το επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης. Ενώ η απότομη κλίση, η ευθραυστότητα και η περιθωριοποίηση είναι συχνά περιορισμοί, που εκθέτουν τα βουνά σε διάχυτη υποβάθμιση, ορισμένα από αυτά βέβαια μπορεί να προσελκύσουν τους *‘τουρίστες περιπέτειας’*. Η τουριστική ανάπτυξη είναι ένα προφανές μέσο για την επίτευξη βιώσιμης ορεινής ανάπτυξης, ιδιαίτερα όπου άλλοι οικονομικοί πόροι είναι περιορισμένοι (Nepal & Chipeniuk, 2005).

2.2.1 Η ΠΡΟΣΒΑΣΗ

Η πρόσβαση υπήρξε βασικό στοιχείο για την τόνωση της ανάπτυξης των ορεινών περιοχών. Η δύσκολη πρόσβαση και οι ανεπαρκείς υποδομές περιόρισαν τις εξωτερικές συνδέσεις των ορεινών οικονομιών, ενώ αντιθέτως έχει σημειωθεί καθαρή εκροή πόρων από τα βουνά εκεί όπου έχουν δημιουργηθεί διάδρομοι μεταφορών (Blaikie, et al., 1980). Ενώ η δύσκολη πρόσβαση συνήθως σημαίνει χαμηλό όγκο τουριστών, παρέχει επίσης

ευκαιρίες για την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων υψηλής αξίας και ποσοστού αντανακλαστικών, όπως για παράδειγμα, απομακρυσμένες στις τοποθεσίες στα Καναδικά Βραχώδη Όρη και στην Ακτή της Βρετανικής Κολομβίας. Οι δραστηριότητες ορεινού τουρισμού που ευδοκιμούν σε σχετική απρόσιτη κατάσταση, όπως είναι η πεζοπορία, η ορειβασία και άλλες μορφές τουρισμού περιπέτειας, μπορούν να προσφέρουν νέες μορφές προσαρμογής. Διάφορες μορφές οικοτουριστικών δραστηριοτήτων που εκμεταλλεύονται τη σχετική απομόνωση και τη δύσκολη πρόσβαση αναπτύσσονται συνεχώς στις ορεινές περιοχές του κόσμου (Mountain Agenda, 1999).

Η διεύρυνση των δικτύων αεροπορικών μεταφορών έχουν ομαλύνει σε πολλές περιπτώσεις την προσβασιμότητα ορεινών απομακρυσμένων περιοχών. Οι καλύτερες αεροπορικές συνδέσεις και η ευκολία μετακίνησης έδωσαν τη δυνατότητα σε πολλούς κατοίκους της πόλης να αγοράσουν σπίτια σε γραφικά ορεινά περιβάλλοντα (π.χ. Vail, Aspen). Σε ορισμένες ορεινές κοινότητες, η έλευση του διαδικτύου έχει κάνει πολύ πιο εύκολη την απόκτηση πληροφοριών, ενθαρρύνοντας τη μετανάστευση από τη μητρόπολη στα βουνά. Ωστόσο, για τη συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων σε απομακρυσμένες κοινότητες, η δύσκολη πρόσβαση παραμένει πρόβλημα (Nepal & Chipeniuk, 2005).

Σε ορισμένα μέρη ο τουρισμός έχει προκύψει ως συμπλήρωμα άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων, όπως η εξόρυξη ή η υλοτομία. Κατά τα άλλα, η αναμενόμενη οικονομική αξία του τουρισμού έχει δημιουργήσει ειδικά κατασκευασμένα συστήματα μεταφορών. Σε όλες σχεδόν τις περιπτώσεις, η έλευση του τουρισμού σε μια ορεινή περιοχή έχει πυροδοτήσει ταχεία οικονομική ανάπτυξη και αλλαγή. Αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές με τη μεταπολεμική έκρηξη του μαζικού τουρισμού που έχει ασκήσει άνευ προηγουμένου πιέσεις στον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό ιστό αυτών των περιοχών (Barker, 1982).

Η σύνδεση μεταξύ τοπίου και τουρισμού είναι προφανής στο βαθμό που η επιθυμία των ανθρώπων να βιώσουν διαφορετικά περιβάλλοντα είναι ένα σημαντικό κίνητρο για την πραγματοποίηση ταξιδιών. Από αυτή την άποψη, τα βουνά έχουν μια μακροχρόνια, αγαπημένη γοητεία και αποτελούν θέμα έρευνας αφού αρκετές ορεινές περιοχές εξαρτώνται από τον τουρισμό. Σημαντικός ήταν ο ρόλος των Clark, Gill και Hartmann (2006), οι οποίοι θέλησαν να αυξήσουν την ευαισθητοποίηση για τα βουνά και τον ρόλο τους ως *‘ζωτικής σημασίας συνεισφορά στην ευημερία όλων των έμβιων όντων’*, καθώς συνδέονται με τον τουρισμό και να τονώσουν περισσότερο τον διάλογο μεταξύ μελετητών διαφορετικού υπόβαθρου για την προώθηση αυτής της φιλοδοξίας. Ωστόσο,

από φυσικής άποψης, τα βουνά περιορίζονται από τη διαθεσιμότητα κατάλληλης γης για κτίρια και υποδομές, τις δύσκολες κλιματικές συνθήκες, τα εύθραυστα αλπικά και υγροτοπικά οικοσυστήματα. Σε ένα ψυχολογικό πλαίσιο, αυτά τα περιβάλλοντα περιορίζονται από τις προσδοκίες των τουριστών και των κατοίκων σχετικά με την ποιότητα της εμπειρίας τους. Το ότι υπάρχουν όρια στην ανάπτυξη αναγνωρίζεται εγγενώς. Ωστόσο, η άρθρωση των ορίων και η μετατροπή τους σε στρατηγικές διαχείρισης είναι πιο προβληματική.

2.2.2 Η ΕΥΘΡΑΥΣΤΟΤΗΤΑ

Η ευθραυστότητα είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό των οικολογικών διεργασιών στα βουνά και αναφέρεται στην απόκριση του ορεινού περιβάλλοντος στις φυσικές και ανθρώπινες δραστηριότητες. Αν και η ιδέα είναι δυνητικά ασαφής, καθώς διαφορετικές δραστηριότητες έχουν διαφορετικές συνθήκες πίεσης-απόκρισης (Buckley, 2000), γενικά, οι ορεινοί πόροι χαρακτηρίζονται από χαμηλή φέρουσα ικανότητα και είναι εύάλωτοι στην επιταχυνόμενη υποβάθμιση της γης. Τα βουνά είναι εύθραυστα κυρίως λόγω της απότομης τοπογραφίας, του υψομέτρου, της γεωλογίας και των ακραίων κλιματικών συνθηκών. Οι αυξημένοι ρυθμοί διάβρωσης, οι συχνές κατολισθήσεις, οι χιονοστιβάδες και οι πλημμύρες, αλλά και η απώλεια χλωρίδας και πανίδας είναι παραδείγματα ευθραυστότητας. Η συνέπεια είναι ότι συγκεκριμένες δραστηριότητες μπορούν να αναληφθούν μόνο σε συγκεκριμένη κλίμακα και σε συγκεκριμένες τοποθεσίες. Ωστόσο, λόγω της αυξανόμενης πίεσης για ανάπτυξη, τα ζητήματα ευθραυστότητας συχνά παραβλέπονται και αυτό ισχύει ιδιαίτερα στην ανάπτυξη υποδομών που σχετίζονται με τον τουρισμό. Η ευθραυστότητα των ορεινών περιβαλλόντων μπορεί από μόνη της να αποτελεί τουριστικό πλεονέκτημα και επομένως να απαιτεί προστασία (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001). Για παράδειγμα, ένας βράχος που χρησιμοποιείται για αναρρίχηση χρειάζεται προστασία, όπως και οι χώροι συλλογής πάνω από χιονοστιβάδες, οι οποίοι μπορούν να ανοίξουν για δραστηριότητες αναψυχής μόνο ορισμένες περιόδους του έτους (Nepal & Chipeniuk, 2005).

Η ευθραυστότητα απαιτεί ότι η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να δίνει έμφαση στη διατήρηση και την αναγέννηση του περιβάλλοντος, ελλείψει των οποίων μπορεί να προκληθεί μη αναστρέψιμη ζημιά στους πόρους (Cole & Sinclair, 2002). Στο πλαίσιο του τουρισμού, η αξιολόγηση της ευθραυστότητας περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των αξιών διατήρησης του περιβάλλοντος όπου προτείνεται η ανάπτυξη, την επιλογή βασικών δεικτών για τη μέτρηση των αλλαγών, τον προσδιορισμό των τύπων τουριστικής

δραστηριότητας που μπορούν να φιλοξενηθούν, την εξέταση δεικτών που ανταποκρίνονται σε διάφορες εντάσεις αναψυχής και τη δημιουργία αποτελεσματικών προγραμμάτων παρακολούθησης που μπορούν να αξιολογήσουν αξιόπιστα τη σχέση άγχους-απόκρισης (Buckley, 2000). Ωστόσο, η πραγματικότητα είναι ότι οι δραστηριότητες αναψυχής όπως η πεζοπορία, το heli-ski, το cat-ski και η οδήγηση στο χιόνι αυξάνονται σε περιοχές πίσω από ορισμένες οροσειρές και ο έλεγχος και η διαχείρισή τους είναι περισσότερο η εξαίρεση παρά ο κανόνας.

2.2.3 Η ΠΟΙΚΙΛΟΜΟΡΦΙΑ

Επιπλέον, οι ορεινές περιοχές έχουν υψηλά επίπεδα οικολογικής και πολιτιστικής ποικιλομορφίας (Stepp, 2000). Η συμπίεση των ζωνών ζωής σε μια μικρή οριζόντια απόσταση έχει δημιουργήσει ένα υψηλό επίπεδο ποικιλομορφίας στα τοπία, τη χλωρίδα και την πανίδα (Price & Neville, 2003). Η οικολογική ποικιλομορφία έχει επηρεάσει την πολιτιστική ποικιλομορφία των βουνών, καθώς οι άνθρωποι έχουν προσαρμοστεί ή έχουν αλλάξει το φυσικό τους περιβάλλον για να εξασφαλίσουν την επιβίωσή τους (Pohle, 1992). Πολλοί παράγοντες συνδυάζονται για να δημιουργήσουν υψηλά επίπεδα φυσικής και πολιτιστικής ποικιλομορφίας σε περιφερειακή κλίμακα. Ο συνδυασμός της απότομης υψομετρικής κλίσης, της τοπογραφικής διακύμανσης και του εύρους των πτυχών παρέχει μια πλούσια ποικιλία οικοτόπων σε όλες τις κλίμακες (Etter & Villa, 2000). Οι γεωλογικές αναταραχές και οι κλιματικές αλλαγές έχουν επανειλημμένα απομονώσει πληθυσμούς, με αποτέλεσμα πολλές ορεινές περιοχές να έχουν υψηλά επίπεδα ενδημικών ειδών. Διάφορα επίπεδα περιορισμών στις ανθρώπινες δραστηριότητες που επιβάλλονται από φυσικές προκλήσεις έχουν δημιουργήσει ένα ευρύ φάσμα ουσιαστικά μη τροποποιημένων έως σημαντικά αλλαγμένων τοπίων.

Ανεξάρτητα από τον βαθμό τροποποίησης, οι ορεινές περιοχές έχουν συχνά υψηλότερο επίπεδο ποικιλότητας από τις πεδινές. Ο ορεινός τουρισμός μπορεί να αξιοποιήσει τα ποικίλα οικολογικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των βουνών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι ορεινές περιοχές να έχουν αξιοποιηθεί ως μέρη για διασκέδαση και ως αξιοθέατα που απευθύνονται σε μαζικούς τουρίστες, αλλά και σε θέατρα για εξαιρετικά εξειδικευμένες δραστηριότητες που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους. Αυτές με τη σειρά τους ενδιαφέρονται για δραστηριότητες που κυμαίνονται από πεζοπορία με ελικόπτερο έως σκι με ελικόπτερο, ορειβασία και άλλες μορφές extreme sports. Αυτή η ποικιλομορφία προκαλεί, επίσης, καινοτομίες στον ορεινό αθλητισμό και την αναψυχή (Nepal & Chipeniuk, 2005).

2.2.4 Η ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΠΟΙΗΣΗ

Πολλές ορεινές κοινότητες έχουν οικονομικές δομές στενά συνδεδεμένες με τη χρήση πόρων διαβίωσης και την επεξεργασία εμπορευμάτων που βασίζονται σε φυσικούς πόρους. Ωστόσο, οι ορεινές κοινότητες ιστορικά έχουν παραμεληθεί στις αναπτυξιακές προτεραιότητες, καθώς συχνά βρίσκονται σε περιφερειακές περιοχές. Η αυξημένη εξάρτηση, οι άνισοι όροι ανταλλαγής και η σταδιακή απώλεια της αυτονομίας στη χρήση των πόρων ή στη λήψη αποφάσεων είναι κοινά χαρακτηριστικά πολλών ορεινών κοινοτήτων (Sharma, 2000). Αποτέλεσμα είναι η φτώχεια, ένα χαρακτηριστικό που μοιράζονται όλοι οι ορεινοί λαοί, ακόμη και στις Ελβετικές Άλπεις (Ives, 1996). Οι ξένοι συχνά αντιλαμβάνονται τις ορεινές περιοχές ως εδάφη όπου οι ευκαιρίες για δραστηριοποίηση είναι οριακές (Blaikie & Brookfield, 1987). Επιπλέον, πολλές ορεινές περιοχές είναι σύνορα μεταξύ κρατών και μεταξύ περιοχών και πολιτικών μονάδων μέσα σε ένα κράτος. Ως εκ τούτου, οι ορεινές περιοχές χαρακτηρίζονται από οικονομική, πολιτική και πολιτιστική αβεβαιότητα και αστάθεια (Smethurst, 2000).

Η ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού σε αυτά τα πλαίσια συνεπάγεται ότι οι αποκεντρωμένες διαδικασίες λήψης αποφάσεων και η επανεπένδυση των εσόδων που παράγονται από τον τουρισμό σε τοπικό επίπεδο για τη διαφοροποίηση της οικονομικής βάσης αποτελούν σημαντικά ζητήματα όταν ο στόχος είναι η επίτευξη αναδιάρθρωσης των ορεινών οικονομιών. Συμμετοχικές προσεγγίσεις στις διαδικασίες σχεδιασμού ορεινού τουρισμού, διαβουλεύσεις σε τοπικό επίπεδο με βασικά ενδιαφερόμενα μέρη, τοπικές εισροές στην παρακολούθηση βασικών οικολογικών (π.χ. διάθεση απορριμμάτων, επιπτώσεις στην άγρια ζωή) και κοινωνικών δεικτών (π.χ. προσιτή στέγαση, δίκαιοι μισθοί και θέσεις εργασίας, τοπικές δεξιότητες), αλλά και προνομιακή μεταχείριση όσον αφορά στο εισόδημα και στις ευκαιρίες απασχόλησης στην τοπική τουριστική βιομηχανία είναι απαραίτητες για τη διασφάλιση της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας των έργων ορεινού τουρισμού (Nepal & Chipeniuk, 2005).

2.2.5 Η ΘΕΣΗ

Συνακόλουθο της διαφορετικότητας είναι το σχετικό ή απόλυτο συγκριτικό πλεονέκτημα ή η θέση που προσφέρουν συγκεκριμένες τοποθεσίες και περιοχές για εξειδίκευση σε δραστηριότητες αναψυχής. Ορισμένοι τύποι υπαίθριων δραστηριοτήτων αναψυχής, όπως το αλεξίπτωτο πλάγιας, η αναρρίχηση βράχου, η ορειβασία, η πεζοπορία, το περπάτημα στον παγετώνα, η αναρρίχηση στον πάγο και η ορεινή ποδηλασία, είναι δυνατές μόνο στα βουνά. Η τουριστική βιομηχανία έχει εκμεταλλευτεί αυτή τη θέση με το

αποτελεσματικό marketing νέων τάσεων, αθλητικού εξοπλισμού και τύπων δραστηριότητας στα βουνά, λαμβάνοντας υπόψη αυτής της θέσης τη φέρουσα ικανότητα, που είναι συνάρτηση της ευθραυστότητας και της ποικιλομορφίας των ορεινών περιοχών. Εστιάζοντας την ανάπτυξη στους μοναδικούς φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους των βουνών, οι κοινότητες μπορούν να αυξήσουν με επιτυχία το εισόδημα, να ενισχύσουν την ικανότητά τους να προσαρμοστούν στις αλλαγές και να επιτύχουν σημαντικούς στόχους σε επίπεδο κοινότητας (McCool & Lachapelle, 2000).

Τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά ορεινών πόρων έχουν σημαντικές επιπτώσεις στον προγραμματισμό του ορεινού τουρισμού, ειδικά με την εξέταση της βιωσιμότητας του προορισμού και την επίλυση πιθανών συγκρούσεων μεταξύ των αναγκών των κατοίκων και των τουριστών.

2.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΕ ΟΡΕΙΝΑ ΘΕΡΕΤΡΑ

Μερικά παραδείγματα των τύπων τεχνικών διαχείρισης ανάπτυξης που έχουν χρησιμοποιηθεί σε κοινότητες ορεινών θερέτρων στη Βόρεια Αμερική προέρχονται από τις πρακτικές στην κομητεία Aspen/Pitkin, CO και Whistler, British Columbia. Και στις δύο κοινότητες, οι στρατηγικές διαχείρισης της ανάπτυξης είναι κεντρικές στα μέτρα ελέγχου των επιπτώσεων του τουρισμού, αν και οι κοινότητες υπάγονται σε διαφορετικά θεσμικά πλαίσια. Στο Κολοράντο η νομοθεσία διατυπώνει μια στρατηγική διαχείρισης και ισχύει για πάνω από τρεις δεκαετίες, στον Καναδά η διαχείριση της δεν χρησιμοποιείται ευρέως, ενώ στη Βρετανική Κολομβία υπάρχει μακρά ιστορία σχεδιασμού της τοπικής κοινότητας στην οποία η επαρχία ενεργεί ως διαιτητής των κοινοτικών σχεδίων (Askey & Williams, 1992).

Τόσο στο Aspen όσο και στο Whistler εισήχθησαν προσεγγίσεις διαχείρισης ανάπτυξης ως απάντηση στα προβλήματα που προέκυψαν από την ταχεία διεύρυνση της τουριστικής ανάπτυξης στις περιοχές. Συγκεκριμένα, το Aspen γνώρισε την ανάπτυξη στη δεκαετία του 1960 και υπήρξε καινοτόμος στην εισαγωγή συγκεκριμένων μέτρων για τη διαχείρισή της στο τουριστικό περιβάλλον. Το Whistler είναι μια πιο νέα κοινότητα θέρετρου που χρονολογείται μόλις από το 1975 με νέες προσεγγίσεις σχεδιασμού, συμπεριλαμβανομένης της συμμετοχής του κοινού στον προγραμματισμό και των εκτιμήσεων περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων. Ενώ στο Aspen η διαδικασία εξελίχθηκε σε ένα βάθος 15 ετών, το Whistler με αναφορά στην εμπειρία που αποκτήθηκε από το πρώτο μπόρεσε να εισαγάγει μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση σε σύντομο χρονικό διάστημα. Τα θέρετρα μοιράζονται πλέον εμπειρίες για να βοηθήσουν

στην επίλυση κοινών προβλημάτων. Όπως γίνεται αντιληπτό, παραδείγματα στρατηγικών διαχείρισης ανάπτυξης σε τουριστικά περιβάλλοντα όπως το Aspen και το Whistler παρέχουν μοντέλα για την επίλυση συγκεκριμένων ζητημάτων ανάπτυξης που σχετίζονται με τον τουρισμό (Askey & Williams, 1992).

Αξίζει να σημειωθεί ότι στις κοινότητες του ορεινού τουρισμού υπάρχουν διακριτικά χαρακτηριστικά που ορίζουν τις προτεραιότητες σχετικά με τη σωστή διαχείριση των θερέτρων:

- Εντοπισμό και εξεύρεση τρόπων για τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων
- Αναγνώριση και κατανόηση του σταδίου ανάπτυξης της τουριστικής κοινότητας
- Ανάλυση της διατήρησης μιας βάσης πόρων υψηλής ποιότητας
- Κατανόηση των κρίσιμων στοιχείων του 'συστήματος' του ορεινού θερέτρου (Askey & Williams, 1992).

2.3.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ

Η διασφάλιση της συμμετοχής της κοινότητας στη δημιουργία επιθυμητών συνθηκών ή στόχων είναι ίσως η ανάπτυξη των κοινοτήτων ορεινού τουρισμού. Κατά συνέπεια, η ανάπτυξη κατάλληλων μηχανισμών για την ενσωμάτωση των δυνητικά αποκλίνουσων απόψεων των ομάδων συμφερόντων της κοινότητας είναι κρίσιμης σημασίας (Hendee, et al., 1990). Στις κοινότητες των ορεινών θερέτρων μπορεί να γίνει μια βασική διάκριση μεταξύ κατοίκων και επισκεπτών, αλλά στην πραγματικότητα υπάρχουν πολύ πιο λεπτές διακρίσεις όσον αφορά στις διαφορές συμπεριφοράς απέναντι στην ανάπτυξη. Σε πολλές τουριστικές πόλεις, υπάρχει σημαντικός πληθυσμός κατοίκων δεύτερης κατοικίας. Στο Whistler, για παράδειγμα, οι ιδιοκτήτες δεύτερης κατοικίας αντιπροσωπεύουν τη μεγαλύτερη ομάδα φορολογουμένων, που κατέχουν περίπου 5000 ακίνητα. Αυτό αντιπροσωπεύει το 80% όλων των κατοικιών. Περαιτέρω, εκτός από μόνιμους κατοίκους, υπάρχει και εποχική εισροή κατοίκων κατά την τουριστική περίοδο αιχμής. Στο Whistler, υπάρχουν 4.500 μόνιμοι κάτοικοι και επιπλέον 2.000 εποχικοί υπάλληλοι κατά τη χειμερινή περίοδο. Κάθε μία από αυτές τις ομάδες κατοίκων έχει πολύ διαφορετικές ανάγκες όσον αφορά στις ανέσεις στέγασης και εξυπηρέτησης.

Ένα πρώτο βήμα προς μια 'φωνή' της κοινότητας είναι ο εντοπισμός μιας ουσιαστικής διαφοροποίησης των ενδιαφερομένων της κοινότητας. Το επόμενο βήμα είναι να διασφαλιστεί ότι οι εκπρόσωποι διαφορετικών ομάδων ενδιαφερομένων θα έχουν μια θέση στο τραπέζι. Για παράδειγμα, ιδιαίτερης σημασίας είναι η θέση και η άποψη των γυναικείων τοπικών οργανώσεων και προϊόντων στη συμβολή του τουριστικού ορεινού

προϊόντος (Iakovidou, 2000). Η συμβολή στη διαδικασία σχεδιασμού από μόνιμους κατοίκους μπορεί να επιτευχθεί με παραδοσιακά μέσα όπως είναι οι δημόσιες συναντήσεις. Ωστόσο, η ενσωμάτωση των απόψεων αυτών των άλλων κοινοτικών ομάδων, όπως οι εποχικοί κάτοικοι, οι εργαζόμενοι που μετακινούνται ή οι ιδιοκτήτες δεύτερης κατοικίας, είναι πιο προβληματική. Εναλλακτικοί μηχανισμοί, όπως πιο ανεπίσημες συναντήσεις στο 'σαλόνι', έχουν δοκιμαστεί (Gill & Williams, 1994).

Αυτό παρέχει ένα λιγότερο εκφοβιστικό περιβάλλον για τα μέλη της κοινότητας από διαφορετικά υπόβαθρα για την ανταλλαγή απόψεων. Επιπλέον, οι τακτικές έρευνες κατοίκων και τα ενεργά προγράμματα ενημέρωσης και δημοσιότητας της κοινότητας είναι επιθυμητά προκειμένου να διασφαλιστεί ότι ένα ευρύ φάσμα συμμετεχόντων μπορεί να ενσωματωθεί σε αυτή τη διαδικασία συμμετοχής του κοινού. Οι μηχανισμοί για την επαρκή εκπροσώπηση διαφορετικών ομάδων ενδιαφερομένων στη διαδικασία σχεδιασμού είναι ένας τομέας όπου απαιτούνται περαιτέρω προσπάθειες.

Εκτός από τις στάσεις των κατοίκων, είναι επίσης σημαντικό να διεξάγονται έρευνες που θα αφορούν τους επισκέπτες προκειμένου να γίνει κατανοητό το γιατί αποφάσισαν να επισκεφτούν την κοινότητα, κατά πόσο ικανοποιούνται οι προσδοκίες τους και τι μπορεί να γίνει για να γίνει πιο ευχάριστη η διαμονή τους. Η διατήρηση μιας ισορροπίας μεταξύ των αναγκών των τουριστών και των αναγκών όλων των κατοίκων της περιοχής είναι κρίσιμης σημασίας (Gill & Williams, 1994).

2.4 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με τον UNWTO ο ορεινός τουρισμός έχει τη δυνατότητα να τονώσει την τοπική οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική αλλαγή λόγω της συμπληρωματικότητας με άλλες οικονομικές δραστηριότητες και της συμβολής του στο ΑΕΠ, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την απήχυσή του όλο το χρόνο. Ωστόσο, η αυξανόμενη δημοτικότητα του ορεινού τουρισμού μπορεί να βλάψει το φυσικό περιβάλλον. Οι υπερπληθυσμένοι προορισμοί καθώς και οι επαγγελματίες του τουρισμού που ενδιαφέρονται μόνο για οικονομικά οφέλη συμβάλλουν αρνητικά στην ανταγωνιστικότητα των προορισμών (Zeng, et al., 2021). Η ανταγωνιστική αγορά αποτυγχάνει να κατανείμει αποτελεσματικά τους πόρους για να μετριάσει αυτούς τους αρνητικούς παράγοντες. Ως εκ τούτου, ο διεθνής συντονισμός είναι απαραίτητος για τη διατήρηση του ορεινού τουρισμού ως σωτήρα της τουριστικής βιομηχανίας κατά τη διάρκεια μιας παγκόσμιας πανδημίας. Σύμφωνα με το Ετήσιο Συνέδριο της Διεθνούς

Συμμαχίας Ορεινού Τουρισμού 2021⁷, οι περισσότεροι τουρίστες πιστεύουν ότι η τουριστική ροή και συγκέντρωση των περιοχών ορεινού τουρισμού και οι κίνδυνοι είναι χαμηλοί.

Οι ορεινές περιοχές αντιπροσωπεύουν περίπου το 27% της συνολικής παγκόσμιας χερσαίας έκτασης και το 54% της παγκόσμιας ορεινής περιοχής βρίσκεται σε αναπτυσσόμενες χώρες (Romeo, et al., 2020). Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του UNWTO, ο ορεινός τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 20% του παγκόσμιου τουρισμού και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια τουριστική ανάπτυξη (Tian, 2020). Επιπλέον, οι ορεινές περιοχές είναι σημαντικά αλλά ευάλωτα κέντρα βιοποικιλότητας (Immerzeel, et al., 2020). Έχουν, επίσης, σημαντικές επιπτώσεις στην παγκόσμια κλιματική αλλαγή. Δεδομένου ότι οι δυνατότητες των ορεινών οικοσυστημάτων μπορεί να είναι περιορισμένες (Paunovic & Jovanovic, 2017, 2019, η υπερβολική οικονομική δραστηριότητα όπως ο τουρισμός σε ορεινές περιοχές έχει ρυθμιστεί και περιοριστεί από τις κυβερνήσεις (Paunović & Jovanović, 2019; Scuttari, et al., 2019).

Συνεπώς, ο βιώσιμος ορεινός τουρισμός έχει εγείρει μεγάλη ανησυχία σχετικά με τον αντίκτυπό του στο πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον καθώς και στην επιβολή της περιβαλλοντικής νομοθεσίας. Οι προορισμοί ορεινού τουρισμού πρέπει να λαμβάνουν υπόψιν τις αποκρίσεις τους στις μεταβαλλόμενες συνθήκες αγοράς, περιβαλλοντικές και κοινωνικές, όταν επεκτείνουν και ενισχύουν τις προσφορές τους (Paunovic & Jovanovic, 2017). Με βάση τον συντονισμό της κυβερνητικής έρευνας στον αειφόρο τουρισμό, μερικές φορές ο τουρισμός αντικαθιστά τις εξορυκτικές δραστηριότητες σε ορεινές περιοχές, ενώ τα εγκαταλειμμένα ορυχεία μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό περιβαλλοντικό κίνδυνο (Vukoicic et al., 2020).

Εν κατακλείδι, ο ορεινός τουρισμός είναι δίκοπο μαχαίρι. Αν και μπορεί να φέρει βραχυπρόθεσμα θετικά αποτελέσματα στην οικονομία, προκαλεί επίσης ανεπανόρθωτη ζημιά στο τοπικό περιβάλλον και την κοινότητα. Γεγονός είναι ότι οι ορεινές περιοχές είναι συχνά τα λιγότερο ανεπτυγμένα μέρη στον κόσμο. Οι άνθρωποι στη φτώχεια πρέπει να αντιμετωπίσουν την κοινωνική ανισότητα, την πολιτική περιθωριοποίηση, το

⁷ Επίσημη International Mountain Tourism Alliance [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.imtaweb.net/ywb/ywsy>> [πρόσβαση 19 Μαΐου 2024].

περιβαλλοντικό άγχος και άλλα προβλήματα. Τα βουνά φιλοξενούν μερικούς από τους φτωχότερους και πιο ευάλωτους ανθρώπους του κόσμου⁸.

2.5 ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Όπως και άλλοι παραγωγικοί τομείς, έτσι και ο τουρισμός βιώνει μια φάση βαθιάς μεταμόρφωσης, που σχετίζεται κυρίως με τις πρόσφατες ανάγκες της ζήτησης να ενσωματωθούν διαφορετικές έννοιες, όπως αυτή της βιωσιμότητας (Κοκκώσης & Τσάτρας, 2019; Allione, et al., 2013; Zdravkovic & Radukic, 2012). Πράγματι, ο σύγχρονος τουρίστας προσανατολίζεται στο να επικεντρωθεί σε θέματα που έχουν σχέση με μια πιο βιώσιμη αστική συμπεριφορά (Miller, et al., 2015), τη διαχείριση των φυσικών και περιβαλλοντικών πόρων (Hvenegaard, 2017; Nejati, et al., 2015), την εκ νέου ανακάλυψη αγροτικών περιοχών (Butnaru & Haller, 2017; Duarte Alonso & Nyanjom, 2017) και την προστασία του περιβάλλοντος. Αυτή η στάση είναι εμφανής όταν λαμβάνονται υπόψη οι ορεινές περιοχές. Σε αυτό το πλαίσιο, τα σχετικά στοιχεία διαφέρουν ως προς το τοπίο (Zhang, et al., 2015; Chen, et al., 2016), την κλιματική αλλαγή (Garavaglia, et al., 2012), τη σημασία του οικοτουρισμού (Strobl, et al., 2015; Tai, 2017) ή συνολικά την αρχιτεκτονική κληρονομιά (Giannakopoulou & Kaliampakos, 2016).

Αυτή η μεταβαλλόμενη ζήτηση υποκινείται από την επιτακτική ανάγκη να βρεθούν λύσεις για την παρουσία του ανθρώπου στη γη, η οποία με την πάροδο του χρόνου οδήγησε στην αλλαγή του τοπίου (Denning, 2014), στη μη ορθολογική διαχείριση των πόρων (Thøgersen, 2014), στην παραγωγή των απορριμμάτων χωρίς απομάκρυνση (Kasidoni, et al., 2015), στο φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής (Morrison & Pickering, 2013; Bonzanigo, et al., 2016) και, για να το πούμε εν συντομία, οδήγησε το περιβάλλον να αναζητήσει μια νέα ισορροπία (Swim, et al., 2011).

Ως εκ τούτου, οι διαχειριστές των ορεινών εγκαταστάσεων θα πρέπει να παρακολουθούν τις αλλαγές της αγοράς και, όπου χρειάζεται, να είναι έτοιμοι να ανταποκριθούν στις νέες ανάγκες με την εφαρμογή εργαλείων ανταγωνιστικότητας. Αυτά τα εργαλεία ενσωματώνουν επαρκώς την έννοια της καινοτομίας που βασίζεται σε διαφορετικά μέσα,

⁸ beyondsummits.com (2023) '*Mountain Tourism: A Double-Edged Sword*' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.beyondsummits.com/blog/mountain-tourism-double-edged-sword>> [πρόσβαση 21 Μαΐου 2024].

όπως είναι η κοινωνικοπολιτισμική βιωσιμότητα, η συμμετοχή των ενδιαφερομένων, η περιβαλλοντική βιωσιμότητα και η αντιδραστικότητα (Kuščer, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. MARKETING ΤΟΥ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING

Τις τελευταίες πέντε δεκαετίες, οι προσεγγίσεις τουριστικού marketing εξαρτιόταν από τις διεθνείς τάσεις, τη ζήτηση και την προσφορά του τουρισμού, τον τομέα των υπηρεσιών, ενώ η εφαρμογή του εξαρτιόταν από τις βιομηχανικές πολιτικές των χωρών και την εξέταση των τομέων του ταξιδιού. Αρχικά, οι προσεγγίσεις και ο προσανατολισμός του τουριστικού marketing έγιναν αποδεκτοί από τον κλάδο των αεροπορικών εταιρειών και τις αλυσίδες ξενοδοχείων και στη συνέχεια σταδιακά σε άλλους υποτομείς της τουριστικής βιομηχανίας (Patalkova, 2012).

Το τουριστικό marketing ορίστηκε ως *‘η μετακίνηση ανθρώπων από και προς την προσωρινή παραμονή τους σε μέρη μακριά από τους συνήθεις τόπους διαμονής τους όπως επίσης και ο εντοπισμός, η πρόβλεψη και η ικανοποίηση των απαιτήσεων και της κερδοφορίας των πελατών’* (Mwinuka, 2017). Από την πλευρά τους, οι Branton (1969) και Wilson (1972) υπογράμμισαν τη διαφοροποίηση μεταξύ απτών και άυλων χαρακτηριστικών του marketing που σχετίζεται με τις υπηρεσίες.

Πολλοί ερευνητές (Blois, 1974; Bessom & Jackson, 1975; Kotler, et al, 1999; Shostack, 1977) έδωσαν έμφαση στην πρόταση πλαισίων που σχετίζονται με τα ειδικά χαρακτηριστικά του marketing του τουρισμού και των υπηρεσιών του, ενώ πρότειναν διάφορα εναλλακτικά μοντέλα και μεθοδολογίες. Σταδιακά, το marketing υπηρεσιών απέκτησε μια ξεχωριστή θέση στον τομέα ως υπο-κατηγορία λόγω των αιτιών που επέβαλε η εκβιομηχάνιση.

Δευτερευόντως, τα προϊόντα που σχετίζονται με υπηρεσίες έγιναν επαυξημένα σαν φυσικά προϊόντα με τη μορφή ξενοδοχείων, αεροπορικών εταιρειών και του τομέα υποστήριξής τους. Έτσι, η υπηρεσία έχει σημαντική συμβολή στην ποικιλομορφία των προϊόντων και δίνει ένα πλεονέκτημα στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Jobber, 2001; Constantinides, 2006). Οι Jamal και Camargo (2014) τόνισαν τον σημαντικό ρόλο των εμπόρων marketing και του διαχειριστή προορισμού που διευκολύνουν την τουριστική ανάπτυξη διατηρώντας τα σχέδια και τις διαδικασίες marketing (Mwinuka, 2017; Van Den Berg & Braun, 1999). Αυτό που σημαίνει ότι το marketing είναι βασικό στοιχείο για το σχεδιασμό στρατηγικών και τη σωστή επικοινωνία για τη στόχευση της επιθυμητής τουριστικής αγοράς με απώτερο στόχο την αύξηση του εισοδήματος για τον προορισμό (Δέφνερ & Καραχάλης, 2012; Ashworth & Voogd, 1994; Donohoe, 2012).

Στο τουριστικό marketing, η συνολική τουριστική εμπειρία συσκευάζεται σε μία επωνυμία (Liu & Chou, 2016). Επομένως, διαφορετικοί επιχειρηματικοί οργανισμοί που σχετίζονται με τον τουρισμό χρησιμοποιούν διάφορα κανάλια και τεχνικές επικοινωνίας και προώθησης για να πουλήσουν τον τουριστικό προορισμό (Μεταξάς & Λαλένης, 2006; Avraham, et al., 2016; Needham, et al., 1999). Για τη διασφάλιση του σωστού τουριστικού σχεδιασμού, και τη διαχείριση και προβολή του προορισμού, σημαντική είναι η σύσταση Οργανισμών Διαχείρισης Προορισμού ή Οργανισμών Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού (DMMO), οι οποίοι είναι φορείς που συστήνονται σε τοπικό επίπεδο με τη συμμετοχή δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Στη διεθνή βιβλιογραφία αναφέρονται ως DMOs και μπορούν να είναι υπεύθυνοι για διαφορετικές χωρικές κλίμακες:

- Α. Σε επίπεδο μακροπεριφέρειας (Macro Region Tourism Organisation)
- Β. Σε εθνικό επίπεδο (επίπεδο Εθνικού Οργανισμού ή National Tourism Organisation .
- Γ. Σε περιφερειακό επίπεδο (RTO-Regional Tourism
- Δ. Σε δημοτικό ή τοπικό επίπεδο (Local Tourism Administration)

Ειδικά για την Ελλάδα θα πρέπει να σημειωθεί ότι η θεσμοθέτηση των Οργανισμών Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Προορισμών στην Ελλάδα είναι σχετικά πρόσφατη (Σαραντάκου & Καραχάλης 2024, σελ.250-4).

Οι ερευνητές του τουρισμού έχουν σημειώσει εδώ και καιρό ότι αρκετά χαρακτηριστικά του κλάδου και τα σχετικά με αυτόν προϊόντα συμβάλλουν στη μοναδικότητα των διαδικασιών τουριστικού marketing. Για παράδειγμα, ο Morrison (2002) απαρίθμησε οκτώ χαρακτηριστικά που κάνουν ξεχωριστό το marketing του τουρισμού και της φιλοξενίας. Αυτά περιλαμβάνουν την μικρότερη έκθεση των πελατών σε υπηρεσίες, περισσότερες συναισθηματικές ελκυστικές αγορές, μεγαλύτερη σημασία στη διαχείριση αποδεικτικών στοιχείων, μεγαλύτερη έμφαση στο ανάστημα και τις εικόνες, μεγαλύτερη ποικιλία και είδη καναλιών διανομής, μεγαλύτερη εξάρτηση από συμπληρωματικούς οργανισμούς, ευκολότερη αντιγραφή υπηρεσιών και μεγαλύτερη έμφαση στην προώθηση του τουρισμού πέρα από τις περιόδους αιχμής. Κάποιος μπορεί να υποστηρίξει ότι καθώς εμπλέκονται πολλά συναισθήματα στις καταναλωτικές εμπειρίες των πελατών του τουρισμού και δεδομένου ότι οι πελάτες αντιλαμβάνονται τις ταξιδιωτικές υπηρεσίες ως επικίνδυνες, η οικοδόμηση σχέσεων με τους πελάτες είναι ζωτικής σημασίας σε αυτόν τον κλάδο (Kotler, et al., 2006). Επιπλέον, δεδομένου ότι η παροχή καλών ταξιδιωτικών εμπειριών περιλαμβάνει πολλούς αμοιβαία εξαρτώμενους οργανισμούς, καθιστά τη

δημιουργία δικτύου μια ελκυστική επιλογή. Με απλά λόγια, η φύση των τουριστικών δραστηριοτήτων φαίνεται να έχει φέρει την τουριστική βιομηχανία σε ευνοϊκή θέση για την υιοθέτηση στρατηγικών του marketing (Li & Petrick, 2008).

3.2 MARKETING ΚΑΙ ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο ορεινός τουρισμός έχει αποκτήσει σημαντική δημοτικότητα τα τελευταία χρόνια, καθώς οι ταξιδιώτες αναζητούν μοναδικές και περιπετειώδεις εμπειρίες σε φυσικά τοπία. Για να αξιοποιήσουν αυτήν την αυξανόμενη ζήτηση, οι ορεινοί τουριστικοί προορισμοί πρέπει να αναπτύξουν και να βελτιώσουν τις στρατηγικές marketing που εφαρμόζουν. Συνεπώς, είναι ανάγκη να αναζητηθούν τα βασικά στοιχεία μιας αποτελεσματικής στρατηγικής marketing που μπορεί να βοηθήσει στην προσέλκυση τουριστών, στη βελτίωση των εμπειριών των επισκεπτών και στη διασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης στις ορεινές περιοχές. Στο πλαίσιο αυτό, μια ενδελεχής ανάλυση αγοράς είναι απαραίτητη για την κατανόηση των χαρακτηριστικών, των προτιμήσεων και των τάσεων της αγοράς-στόχου.

Συγκεκριμένα, οι αποτελεσματικές στρατηγικές marketing απαιτούν σαφή κατανόηση του κοινού-στόχου. Οι προορισμοί ορεινού τουρισμού θα πρέπει να προσδιορίζουν και να ορίζουν συγκεκριμένα τμήματα-στόχους με βάση τα δημογραφικά, ψυχογραφικά και συμπεριφορικά χαρακτηριστικά. Η ανάπτυξη μιας ισχυρής και διαφοροποιημένης εικόνας της επωνυμίας είναι ζωτικής σημασίας για να ξεχωρίσει ο εκάστοτε προορισμός στην ανταγωνιστική αγορά ορεινού τουρισμού. Το αποτελεσματικό branding περιλαμβάνει τον καθορισμό των μοναδικών προτάσεων πώλησης και την τοποθέτηση του προορισμού. Η ανάδειξη διακριτικών χαρακτηριστικών όπως η φυσική ομορφιά, οι δραστηριότητες περιπέτειας, η πολιτιστική κληρονομιά ή οι πρακτικές βιωσιμότητας συμβάλλουν στη δημιουργία μιας συναρπαστικής ταυτότητας της επωνυμίας και στην προσέλκυση των επιθυμητών τμημάτων-στόχων (Καραχάλης, 2005, 2016; Karavatzis, 2005; Mavlanov, 2023).

Στην ψηφιακή εποχή, μια ισχυρή διαδικτυακή παρουσία είναι ζωτικής σημασίας για την προσέγγιση και την επαφή με πιθανούς επισκέπτες. Οι προορισμοί ορεινού τουρισμού θα πρέπει να αξιοποιήσουν τα κανάλια ψηφιακού marketing, όπως τους ιστότοπους, τις πλατφόρμες των social media, τη βελτιστοποίηση των μηχανών αναζήτησης και τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία. Το ελκυστικό περιεχόμενο, τα μαγευτικά γραφικά και οι διαδραστικές εμπειρίες μπορούν να αναδείξουν αποτελεσματικά τα αξιοθέατα του

προορισμού και να ενθαρρύνουν τους τουρίστες να τον επισκεφτούν (Chaffey & Smith, 2017).

Επίσης, η αλληλεπίδραση με τους πελάτες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την επίσκεψή τους είναι ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία μακροχρόνιων σχέσεων και την ενίσχυση της πίστης. Οι προορισμοί ορεινού τουρισμού μπορούν να χρησιμοποιήσουν διάφορες στρατηγικές αφοσίωσης πελατών, όπως είναι η εξατομικευμένη επικοινωνία, οι αλληλεπιδράσεις μέσα από τη χρήση των social media και οι διάφοροι μηχανισμοί ανάδρασης. Η συμμετοχή των επισκεπτών σε πρωτοβουλίες βιωσιμότητας και σε αλληλεπιδράσεις της τοπικής κοινότητας μπορεί να ενισχύσει τη συνολική εμπειρία τους και να δημιουργήσει θετική από στόμα σε στόμα (Mavlanov, 2023).

3.3. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΩΝ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΩΝ MARKETING ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ακολουθεί η παρουσίαση ορισμένων παραδειγμάτων επιτυχημένων εκστρατειών marketing, που εφαρμόστηκαν σε προορισμούς ορεινού τουρισμού ανά τον κόσμο.

1. 'Banff & Lake Louise - The Ultimate Adventure'

Επισκόπηση καμπάνιας: Η Banff & Lake Louise, που βρίσκεται στα Καναδικά Βραχώδη Όρη, ξεκίνησε μια εκστρατεία marketing που επικεντρώθηκε στην προώθηση της περιοχής ως τον απόλυτο προορισμό περιπέτειας, με δραστηριότητες όπως πεζοπορία, σκι, συναντήσεις με άγρια φύση και τοπία που κόβουν την ανάσα.

Στρατηγικές:

- Γραφικά: Η καμπάνια χρησιμοποίησε εντυπωσιακά γραφικά από βουνά, λίμνες και υπαίθριες δραστηριότητες για να τραβήξει την προσοχή και τη φαντασία του κοινού-στόχου. Επίσης, οι ιθύνοντες ενθάρρυναν τους επισκέπτες να μοιραστούν τις εμπειρίες περιπέτειάς τους χρησιμοποιώντας ένα hashtag για τη συγκεκριμένη καμπάνια, το οποίο δημιούργησε μια αίσθηση αυθεντικότητας και κοινωνικής απόδειξης.
- Συνεργασίες με influencers: Οι συνεργασίες με ταξιδιωτικούς influencers βοήθησαν να προσεγγιστεί ένα ευρύτερο κοινό και παρείχαν αναφορές από πρώτο χέρι για τις προσφορές περιπέτειας του προορισμού.
- Αποτελέσματα: Η καμπάνια δημιούργησε σημαντική αφοσίωση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, αύξησε την επισκεψιμότητα του ιστότοπου και συνέβαλε στην αύξηση του αριθμού των επισκεπτών, καθιερώνοντας το Banff & Lake Louise ως έναν κορυφαίο προορισμό τουρισμού περιπέτειας.

2. 'Επισκεφτείτε την Ελβετία - Οι Άλπεις σάς καλούν'

Επισκόπηση καμπάνιας: Ο εθνικός οργανισμός τουρισμού της Ελβετίας ξεκίνησε μια εκστρατεία για την προώθηση των ορεινών περιοχών της, ιδιαίτερα των Ελβετικών Άλπεων. Η εκστρατεία είχε στόχο να τοποθετήσει την Ελβετία ως τον απόλυτο αλπικό προορισμό, αναδεικνύοντας τη φυσική ομορφιά, τις υπαίθριες δραστηριότητες και τα γραφικά ορεινά χωριά της.

Στρατηγικές:

- Αφήγηση ιστοριών: Η καμπάνια χρησιμοποίησε συναρπαστικές αφηγήσεις για να προκαλέσει συναισθήματα και να δημιουργήσει μια αίσθηση περιπλάνησης στο κοινό-στόχο. Στο πλαίσιο αυτών παρουσιάστηκαν προσωπικές ιστορίες επισκεπτών που βίωσαν την ομορφιά και την περιπέτεια των Ελβετικών Άλπεων.
- Ολοκληρωμένο διαδικτυακό και εκτός σύνδεσης marketing: Η καμπάνια ενσωμάτωσε κανάλια ψηφιακού marketing, συμπεριλαμβανομένων των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, του περιεχομένου του ιστότοπου και των διαδικτυακών βίντεο, σε συνδυασμό με τα παραδοσιακά μέσα, όπως είναι οι τηλεοπτικές και οι έντυπες διαφημίσεις.
- Εποχιακή εστίαση: Δόθηκε έμφαση στις ποικίλες δραστηριότητες που είναι διαθέσιμες κατά τη διάρκεια των διαφορετικών εποχών, προωθώντας τα χειμερινά σπορ, όπως είναι το σκι και το σνόουμπορντ κατά τη διάρκεια του χειμώνα, και την πεζοπορία, την ποδηλασία βουνού και το αλεξίπτωτο πλάγιάς κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού.
- Αποτελέσματα: Η καμπάνια προκάλεσε σημαντική αύξηση στους οπαδούς των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, στις επισκέψεις στους ιστότοπους και στις διεθνείς αφίξεις τουριστών, ενισχύοντας τη φήμη της Ελβετίας ως κορυφαίου προορισμού ορεινού τουρισμού.

➤ 3. ‘Τουρισμός Νέα Ζηλανδία – Βουνά της Μέσης Γης’

Επισκόπηση καμπάνιας: Η Νέα Ζηλανδία αξιοποίησε τη δημοτικότητα των ταινιών ‘Άρχοντας των Δαχτυλιδιών’ και ‘Χόμπιτ’ για να προωθήσει τα ορεινά της τοπία ως τα πραγματικά αντίστοιχα της Μέσης Γης. Η καμπάνια παρουσίασε τα εκπληκτικά βουνά, τα δάση και τις λίμνες της χώρας, δημιουργώντας μια αίσθηση περιπέτειας και φαντασίας.

Στρατηγικές:

- Περιηγήσεις τοποθεσίας ταινιών: Προσέφεραν ξεναγήσεις που παρουσίαζαν τις πραγματικές τοποθεσίες γυρισμάτων, οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν στις ταινίες,

επιτρέποντας στους θαυμαστές να βυθιστούν στον κόσμο της Μέσης Γης και να εξερευνήσουν τα συναρπαστικά τοπία.

- Διαδραστικός ιστότοπος: Ο ιστότοπος της καμπάνιας παρείχε λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις τοποθεσίες των ταινιών, τα ταξιδιωτικά δρομολόγια και τις προτεινόμενες δραστηριότητες, δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες να σχεδιάσουν τη δική τους περιπέτεια στη Μέση Γη.
- Συνεργασία με αεροπορική εταιρεία: Η Νέα Ζηλανδία συνεργάστηκε με μια διεθνή αεροπορική εταιρεία για να προσφέρει ταξιδιωτικά πακέτα που περιλάμβαναν πτήσεις, καταλύματα και ξεναγήσεις, διευκολύνοντας τους ταξιδιώτες να γνωρίσουν τη μαγεία των βουνών.
- Αποτελέσματα: Η καμπάνια προσέλκυσε με επιτυχία λάτρεις του κινηματογράφου, της φύσης και της περιπέτειας, οδηγώντας σε ώθηση τις αφίξεις τουριστών και σε αυξημένη ευαισθητοποίηση για τις προσφορές ορεινού τουρισμού της Νέας Ζηλανδίας.

Αυτά τα παραδείγματα καταδεικνύουν την αποτελεσματικότητα των καλά εκτελεσμένων καμπανιών marketing που αξιοποιούν τα μαγευτικά γραφικά, την αφήγηση, τις συνεργασίες και τα μοναδικά χαρακτηριστικά των ορεινών προορισμών. Δημιουργώντας συναρπαστικές αφηγήσεις, προβάλλοντας δραστηριότητες περιπέτειας και αξιοποιώντας τη δημοφιλή κουλτούρα, αυτές οι καμπάνιες προσέλκυσαν με επιτυχία επισκέπτες και αύξησαν την απήχηση των προορισμών ορεινού τουρισμού.

Οι συνεργατικές εκστρατείες marketing, οι κοινές προωθήσεις και οι πρωτοβουλίες πολλαπλού marketing μπορούν να αξιοποιήσουν τα δυνατά σημεία πολλών ενδιαφερομένων για αμοιβαίο όφελος. Οι βιώσιμες πρακτικές είναι ζωτικής σημασίας για τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα των προορισμών ορεινού τουρισμού. Η έμφαση στον ορεινό τουρισμό, οι προσπάθειες διατήρησης και η ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων μπορεί να προσελκύσει περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένους ταξιδιώτες. Η ανάδειξη βιώσιμων πιστοποιήσεων, φιλικών προς το περιβάλλον πρωτοβουλιών και η συμμετοχή της τοπικής κοινότητας στις τακτικές του marketing μπορεί να ενισχύσει τη φήμη και την ελκυστικότητα του προορισμού (Belch & Belch, 2018).

3.3.1 VAMVAKOU REVIVAL: ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ ΟΡΕΙΝΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΜΕΣΩ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η Βαμβακού Λακωνίας είναι ένα ορεινό χωριό με υψόμετρο 903 μέτρα, στην δυτική πλευρά του Πάρνωνα κοντά στην Σπάρτη, που χτίστηκε τον 15^ο αιώνα. Είναι το παράδειγμα ενός χωριού που είχε εγκαταλειφθεί και αναγεννήθηκε με την προώθηση μιας βιώσιμης πολιτιστικής και τουριστικής στρατηγικής από μια κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση η *'Vamvakou Revival'*⁹. Ιδρύθηκε από μια ομάδα πολιτών το 2018 οι οποίοι είχαν ισχυρούς δεσμούς με τον συγκεκριμένο τόπο και είχε θέσει ως στόχο την αναβίωση του, έχοντας την καθοδήγηση και την οικονομική υποστήριξη από το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (SNF). Ιδιαίτερα σημαντική είναι και η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στο εγχείρημα.

Το παράδειγμα της Βαμβακούς είναι κάπως μοναδικό αφού η αναβίωση του χωριού δεν έχει ως κύριο μοχλό ανάπτυξης την προσέγγιση τουριστών και τη δημιουργία ενός βιώσιμου τουριστικού προορισμού, αλλά την προσέλκυση μόνιμων κατοίκων, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και συνθηκών διαβίωσης με βάση την ευημερία και την περιβαλλοντική συνείδηση. Από την αρχή ήταν ξεκάθαρο ότι η επαφή με την φύση και η συνδεσιμότητα προσφέρει μετασχηματιστικές επιπτώσεις και αυτοανάπτυξη (Clissold, et al., 2022). Όπως και με την τάση μετά την πανδημία για ζωή σε περιβάλλον με λιγότερο άγχος, καλύτερη ποιότητα ζωής, ευκαιρίες που παρουσιάζονται μέσα από παραδοσιακές δραστηριότητες να συνδέονται και με τους ψηφιακούς νομάδες (Dologlou, 2021; Koumara-Tsitsou & Karachalis, 2021).

Το SNF μέσω του δικτύου του παρείχε στήριξη σε δραστηριότητες που είχαν σαν βάση την εκπαίδευση και τον πολιτισμό, όπως και η Εθνική Λυρική Σκηνή (ΕΛΣ) και άλλες οργανώσεις στηρίζουν την προσπάθεια της Vamvakou Revival.

Η Vamvakou Revival διαχειρίζεται συντονισμένες προσπάθειες σε όλους τους τομείς για την αναγέννηση του χωριού κάνοντας το ένα τόπο έμπνευσης, εμπειρίας, προβληματισμού. Ξεκινώντας να εστιάσει στον τουρισμό με βάση την φύση, οργανώνει πεζοπορίες στο βουνό σε δίκτυο μονοπατιών, ορεινή ποδηλασία και ξεναγήσεις στο βουνό με οχήματα ή μικρά λεωφορεία. Τελευταία, διοργανώνεται το τριήμερο Festival Vamvakou Experience που έχει ως βάση τον αθλητισμό, τον πολιτισμό, την καινοτομία και την γαστρονομία και έχει μεγάλη συμμετοχή.

⁹ Επίσημη Ιστοσελίδα Vamvakou Revival. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.vamvakourevival.org> /> [πρόσβαση 10 Ιουνίου 2024].

Εγκαταλελειμμένα κτίρια και σπίτια ανακαινίζονται και χρησιμοποιούνται σαν χώροι φιλοξενίας και αναψυχής. Το σχολείο της Βαμβακούς αφού ανακαινίστηκε, μετατράπηκε σε πρωτοποριακό κέντρο STEAM (Επιστήμη, Τεχνολογία, Μηχανική, Τέχνες και Μαθηματικά) με όνομα VLab (Βαμβακού Εργαστήριο Τεχνολογίας). Λειτουργεί ως ένας πολυλειτουργικός χώρος, όπου φιλοξενεί την ανοιχτή δανειστική βιβλιοθήκη του χωριού, δημιουργικές δραστηριότητες για παιδιά και ενήλικες, πολιτιστικές εκδηλώσεις εργαστήρια, εκπαιδευτικά προγράμματα, επιτραπέζια παιχνίδια, μαθήματα τέχνης, τουβλάκια Lego και χρησιμοποιείται επιπλέον για διαλέξεις, μουσικές εκδηλώσεις, θεατρικά έργα και προβολές ταινιών. Το RURITAGE είναι ένα έργο που πλαισιώνεται από το VLab και έχει ως στόχο να λειτουργήσει ως εργαστήριο όπου κάτοικοι και τοπικοί ενδιαφερόμενοι φορείς θα συνεργάζονται για την ανάπτυξη νέων στρατηγικών ανάπτυξης με γνώμονα την κληρονομιά (Conticelli, et al., 2021). Το RESIDENCY είναι ένα πρόγραμμα για καλλιτέχνες που ενώνονται για να δημιουργήσουν μια *κυψέλη* πολιτισμού και τεχνών. Σε μια προσπάθεια ενίσχυσης της καλλιτεχνικής ανάπτυξης των μουσικών, την προώθηση της συνύπαρξης και την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής, μια ομάδα νέων μουσικών οι Ensemble που εργάζονται και ζουν σε Ελλάδα και εξωτερικό εγκαταστάθηκαν στην Βαμβακού. Η δράση είναι ανοιχτή προς το κοινό με σκοπό την αλληλεπίδραση μεταξύ της κοινότητας και των καλλιτεχνών. Στόχος του VLab είναι η παροχή με τον καλύτερο τρόπο υπηρεσιών υγείας, γι' αυτό συνεργάστηκε με το Γενικό Νοσοκομείο Λακωνίας Νοσηλευτική Μονάδα Μολάων για ένα εξ' αποστάσεως πρόγραμμα ιατρικής που περιλαμβάνει τη διενέργεια δωρεάν προληπτικών ελέγχων για όλους τους κατοίκους του χωριού αλλά και της ευρύτερης περιοχής.

Η ιδέα της εργασίας σε ένα δάσος συνδέεται κατά κάποιο τρόπο και με την τάση επιστροφή στο χωριό, αφού οι αγροτικές περιοχές σε σχέση με τους αστικούς οικισμούς θεωρούνται πιο ασφαλής ειδικά σε περιόδους πανδημίας και οδηγούν τους ανθρώπους σε μετεγκατάσταση (De Luca, et al., 2020). Έτσι εξασφαλίζεται ένας πιο σύγχρονος τρόπος διαβίωσης που έχει ως στόχο την υγεία και την ευημερία των εργαζομένων και συνδέεται με νέες μορφές τηλεργασίας. Η Vamvakou Revival, ο Πάρνωνας Αναπτυξιακός Οργανισμός, αλλά και το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών συνεργάζονται με στόχο την στήριξη ενός καινοτόμου έργου που συμβουλευτική υποστήριξη βοηθούν αγρότες και τοπικούς παραγωγούς να αναπτυχθούν, να συνεργαστούν και να δημιουργήσουν ευκαιρίες απασχόλησης στον αγροδιατροφικό τομέα, να ενθαρρύνουν εν δυνάμει νέους επιχειρηματίες που επιθυμούν να επενδύσουν στην περιοχή και να θέσουν κοινό στόχο τη δημιουργία ενός καλαθιού με τοπικά προϊόντα υψηλής ποιότητας τόσο στην ελληνική

όσο και σε διεθνείς αγορές. Ο γυναικείος συνεταιρισμός 'Βαμβάκια', που επεξεργάζεται πρώτες ύλες για την δημιουργία τοπικών προϊόντων που στοχεύει στην πώληση τους έρχεται να προστεθεί στην προσπάθεια ενθάρρυνσης της ανάπτυξης της τοπικής επιχειρηματικότητας και την ίδρυση νεοφυών επιχειρήσεων με στόχο την ποιοτική αναβάθμιση και αναζωογόνηση της τοπικής οικονομίας. Για την Βαμβακού οι πυλώνες ενεργοποίησης είναι ο τουρισμός, η τεχνολογία, η καινοτομία, ο αγροδιατροφικός τομέας και πολιτισμός

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η τάση μη αστικού τρόπου ζωής δεν ήταν πάντα δημοφιλής και ότι αυτό άλλαξε κατά την περίοδο της πανδημίας (González-Leonardo, et al., 2022), όπως και ότι η προσπάθεια αυτή δεν μπορεί να είναι ίδια για όλες τις χώρες, καθώς υπάρχουν και στάσιμες και παρακμάζουσες περιοχές που η επιστροφή μπορεί να έχει αμφισβητούμενα αποτελέσματα. (Connell & McManus, 2011). Η Βαμβακού, λοιπόν, προσπαθεί να δημιουργήσει ένα τουριστικό μοντέλο με κυρίαρχο λόγο την φύση αλλά όχι κεντρικό, τις δραστηριότητες, τις εμπειρίες για όλες τις κοινωνικές ομάδες, την ανάδειξη του πολιτιστικού στοιχείου, την τοπική ανάπτυξη και την αειφορία, να δοθεί σωστός προσανατολισμός και κίνητρα για τη νέα επιχειρηματικότητα και την βιωσιμότητα της, να ενισχύσει και να τονώσει την τοπική οικονομία και κοινωνία.

Στην περίπτωση της Βαμβακούς θα χρειαστεί χρόνος για να δοκιμαστεί και να αποδειχτεί αν είναι ένα επιτυχημένο παράδειγμα αναβίωσης και αν θα μπορέσει να αποτελέσει ολοκληρωτικό παράδειγμα και για άλλα χωριά καθώς η στήριξη του SNF αποτελεί βασικό πυλώνα χρηματοδότησης και συμβουλευτικής (Goutou & Karachalis, 2024).

3.3.2 ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΤΖΟΥΜΕΡΚΩΝ: Η ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΠΑΝΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ EUROPARC

Το επιτυχημένο παράδειγμα, ενίσχυσης του βιώσιμου τουρισμού, στην περιοχή των Τζουμέρκων, συνίσταται στην λήψη της πιστοποίησης της περιοχής ως βιώσιμου τουριστικού προορισμού από την Πανευρωπαϊκή Ομοσπονδία Προστατευόμενων Περιοχών – Europarc¹⁰. Κατά την πιστοποίηση αυτή, δεν κρίθηκε μόνο η ποιότητα περιβάλλοντος του Εθνικού Πάρκου Τζουμέρκων, Αγράφων και Μετεώρων, αλλά κυρίως, το σχέδιο δράσης που κατετέθηκε από τοπικούς δρώντες (actors).

Πιο συγκεκριμένα, για ένα έτος οι τοπικοί δρώντες, ήτοι επαγγελματίες τουρισμού, τοπική αυτοδιοίκηση, τοπικές περιβαλλοντικές οργανώσεις και πολιτιστικοί σύλλογοι

¹⁰ Επίσημη Ιστοσελίδα Europarc [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:<https://www.europarc.org/sustainable-tourism/>> [πρόσβαση 10 Ιουνίου 2024].

των οικισμών, υπό την αιγίδα του τέως Φορέα Διαχείρισης του Εθνικού Πάρκου, συνέταξαν ένα σχέδιο δράσης (action plan). Βάσει αυτού, συμφωνήθηκαν δράσεις πρωτίστως διαφύλαξης του τοπικού περιβαλλοντικού πλούτου και δευτερευόντως ανάδειξης του ως απαραίτητου στοιχείου στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν.

Επομένως, προκύπτει ότι το εγχείρημα ανάδειξης του βιώσιμου τουρισμού στην περιοχή, διαφοροποιείται, καθώς η πιστοποίηση είναι χωρικά προσδιορισμένη, εννοώντας ότι η περιοχή έχει αξιολογηθεί και πιστοποιηθεί ως κατάλληλος προορισμός. Επιπρόσθετα, η πιστοποίηση δεν προήλθε μόνο από το καλής ποιότητας περιβάλλον της περιοχής, αν δεν υπήρχε η από κάτω ενεργοποίηση των τοπικών δρώντων, που αποδεικνύεται από την σύνταξη του σχεδίου δράσης και τη σύσταση της *‘Τοπικής Ομάδας Τουρισμού’* με συμμετέχοντες τοπικούς φορείς και δρώντες. Ακόμη, η πιστοποίηση είναι δυναμική, ως εκ τούτου δεν είναι εφάπαξ αλλά αναμένεται να κριθεί σε περίοδο πενταετίας.

Παράλληλα, η συγκεκριμένη διαδικασία, ούσα δυναμική, προέβλεπε και άλλα δύο διακριτά στάδια πιστοποίησης των οποίων η εξέλιξη ανακόπηκε από την κατάργηση του Φορέα Διαχείρισης του Εθνικού Πάρκου, τον Δεκέμβριο του 2021. Κατά τη δεύτερη φάση, επιχειρήσεις τουρισμού θα πιστοποιούταν βάση κριτηρίων που θα είχαν τεθεί ήδη από την Τοπική Ομάδα Τουρισμού, ενώ κατά την τρίτη και τελική φάση, στην πιστοποίηση αυτή θα εισέρχονταν και οι τοπικοί ταξιδιωτικοί πράκτορες.

Συμπερασματικά, το εν λόγω εγχείρημα είναι επιτυχημένο για την εμπλοκή των τοπικών δρώντων από την σύλληψη της ιδέας, για το γεγονός ότι τα κριτήρια πιστοποίησης των επιχειρήσεων θα ήταν προδιαγεγραμμένα από τους ίδιους τους μετέχοντες και κυρίως για την περιοχή των Τζουμέρκων, το γεγονός ότι αυτοδιοίκηση και κοινωνία των πολιτών, όπως αυτή εκπροσωπείται από τους πολιτιστικούς συλλόγους (αποδήμων και μη) και τις τοπικές περιβαλλοντικές οργανώσεις. Παράλληλα, ως μια δυναμική διαδικασία, θα ανέμενε κανείς, εάν είχε προχωρήσει για τα επόμενα έτη να σκιαγραφήσουν περαιτέρω τον όρο του βιώσιμου τουρισμού για την περιοχή. Είναι σίγουρο, μελετώντας τα στοιχεία που προέκυψαν από την ανάλυση και τις συνεντεύξεις, ότι αν και επιτυχημένο παράδειγμα δεν θα μπορούσε πιστά να υιοθετηθεί σε όποια άλλη περιοχή, μιας και η έννοια της τοπικότητας διέτρεχε όλα τα κείμενα, συμφωνίας και επιμέρους σχέδια δράσης που συντάχθηκαν για την περιοχή του Τζουμέρκων.

Αξίζει να σημειωθεί ο ρόλος του Φορέα Διαχείρισης στην διαδικασία και λήψης της πιστοποίησης αυτής. Όχι μόνο ως συνδετικού κρίκου μεταξύ της τοπικής τουριστικής

επιχειρηματικότητας και των λοιπών δρώντων, αλλά κυρίως ως ηγέτη (leader) σε όλο το εγχείρημα.

3.3.3 ΟΡΟΣ ΤΡΟΟΔΟΥΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ: ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΝΗΣΙΩΤΙΚΑ ΚΡΑΤΗ¹¹

Αν και η Κύπρος αποτελεί γνωστό προορισμό στην Μεσόγειο για τον καλοκαιρινό και θαλάσσιο τουρισμό, τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί και ως ορεινός τουρισμός. Με σχεδιασμό από την προπολεμική δεκατία 1920, τις τελευταίες δεκαετίες τις εγγλέζικης αποικιοκρατίας εξελίχθηκε καθόλα ο ορεινός της τουρισμός.

Σημειώνεται, ωστόσο, ότι βρήκε μια αρκετά δυνατή εγχώρια αγορά προτού ο κυπριακός τουρισμός απογειωθεί από την άφιξη αλλοδαπών τουριστών. Σε αυτό συντέλεσε και η εισβολή του 1974 με την μεγάλη αστυφιλία που έλαβε χώρα προς τις πόλεις της Κύπρου (Λευκωσία, Λάρνακα, Λεμεσός και Πάφος). Η εσωτερική διασπορά του νησιού διαφύλαξε δεσμούς με τους ορεινούς χώρους καταγωγής της και τροφοδότησε τον ορεινό τουρισμό με σταθερό αριθμό επισκεπτών.

Όπως σημειώθηκε, ήδη από το 1920, στις Πλάτρες Τρόοδους, ορεινό οικισμό λειτουργεί ξενοδοχείο Forest Park, ως ιδιαίτερα γνωστός προορισμός για προσωπικότητες της προπολεμικής Μεσογείου (πρίγκ. Φαρούκ της Αιγύπτου, Μαρία Κάλλας). Παράλληλα, ένας ικανός κτιριακός πληθυσμός δημοσίων κτιρίων, προϊόν της αποικιοκρατίας, εντός της ορεινής ζώνης, οδήγησε στην δημιουργία κατασκηνώσεων, ορεινών παρατηρητηρίων, μικρών πανδοχείων και πλήθος άλλων συμπληρωματικών δραστηριοτήτων, αναγκαίων για την προσέλκυση παραπάνω επισκεπτών.

Πέραν του παραδείγματος των Πλατρών, στην ορεινή Μεγαλόνησο υπάρχει και το παράδειγμα του Καλοπαναγιώτη, ενός οικισμού, του οποίου το παράδειγμα αναβίωσης αποτελεί ένα καλό οδηγό για τις ορεινές κοινότητες της Μεσογείου, δεδομένου ότι τα παλιά σπίτια του οικισμού μετατράπηκαν σε επισκέψιμα μέσω ενός συστήματος συμμετοχής στο εγχείρημα των ιδιοκτητών.

Επιπρόσθετα η Στρατηγική Τουρισμού για την Κύπρο κατά τη διάρκεια 2002-2012, ενώ προέβλεπε ενίσχυση των δραστηριοτήτων στην ορεινή ζώνη για τους επισκέπτες, ανακαλύφθηκε ότι το Τρόοδος, ως βουνό, δεν κέρδιζε διανυκτερεύσεις. Οι επισκέπτες δηλαδή, αλλοδαποί ή μη, διέμεναν στα παραθαλάσσια θέρετρα και ημερησίως

¹¹ Επίσημη Ιστοσελίδα Papadouris Foundation [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://papadourisfoundation.org/ethniki-stratigiki/index/> > [πρόσβαση 10 Ιουνίου 2024].

επισκέπτονταν την ορεινή περιοχή. Ο στόχος που ετέθη από την ΕΣΑΟΚ (Εθνική Στρατηγική Ανάπτυξης Ορεινών Κοινοτήτων) το 2018, σχετικά με τον τουρισμό εστίασε στη διαφοροποίηση προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος στα ορεινά, τη σύνδεση με την τοπική γαστρονομία, το περιβάλλον και την ιστορία της περιοχής, όπως και με την ιεράρχηση στοχευμένων επενδύσεων από την Κυπριακή Δημοκρατία για την συγκράτηση επισκεπτών και προσέλκυση νέων.

Αν και η διετής καραντίνα λόγω του COVID-19, καθυστέρησε την εφαρμογή των προβλεπόμενων αυτών μέτρων, ήδη από το καλοκαίρι του 2023, η κατάσταση αποδεικνύει την δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων, που δεν περιορίζονται μόνο στους δύο προαναφερθέντες οικισμούς, βλ. Καλοπαναγιώτη και Πλάτρες, την ενίσχυση διαφορετικών μορφών τουρισμού που αναμένεται να γίνει και με την πρόσφατη δημιουργία του αστεροσκοπείου Τρόοδους.

Επιγραμματικά, το παράδειγμα Τρόοδους, αποτελεί ένα ικανό μοντέλο που επιβεβαιώνει την παρουσία της κεντρικής διοίκησης για τον σχεδιασμό και την τροφοδότηση του προς την αναπτυξιακή πορεία με νέες μελέτες και σχέδια, όπως έγινε με την ΕΣΑΟΚ. Παράλληλα, αναδεικνύεται η πολυδιάστατη προσέγγιση του τουρισμού στα ορεινά, η οποία και δεν περιορίστηκε μόνο στη σύνδεση με την ιστορία του τόπου ή μόνο με την γαστρονομία του ή ακόμη μόνο με την περιβαλλοντική ποιότητα που συναντάται εκεί. Εξάλλου ήδη από τη δεκαετία του 1950 στην Κύπρο υπάρχει θεσμοθετημένο το Εθνικό Δάσος Τρόοδου ενώ στις αρχές της περασμένης δεκαετίας με επιτυχία δημιουργήθηκε και το Γεωπάрко Τρόοδους. Η απουσία μιας δυνατής αυτοδιοίκησης, κυρίως λόγω του διοικητικού κατακερματισμού με κοινότητες, φαίνεται ότι δεν περιόρισε την προσπάθεια ενδυνάμωσης του ορεινού τουρισμού, μιας και στον αντίποδα ήταν παρόντες οι ντόπιοι επενδυτές και οι κοινωνοί της διασποράς, με τους πρώτους να επενδύουν και τους δεύτερους να γίνονται άμεσα οι πρώτοι επισκέπτες και υποστηρικτές του εγχειρήματος.

ΜΕΡΟΣ Β: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ – ΔΗΜΟΣ ΑΡΓΙΘΕΑΣ**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΟΡΕΙΝΗ ΠΕΡΙΟΧΗ ΔΗΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ****4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Στο πλαίσιο της εκτενούς επισκόπησης του προσδιορισμού του φαινομένου του ορεινού τουρισμού και του marketing τύπου, το πρώτο μέρος της εν λόγω έρευνας έχει βασιστεί στη βιβλιογραφική ανασκόπηση με δευτερογενή δεδομένα. Αναφορικά με τη μελέτη περίπτωσης του Δήμου Αργιθέας ακολουθήθηκε πρωτογενής ποιοτική έρευνα, και συγκεκριμένα πραγματοποιήθηκε η μέθοδος των συνεντεύξεων.

Η επιλογή της εν λόγω μεθόδου έγκειται στο γεγονός πως επιτρέπεται η διερεύνηση σε βάθος του θέματος με άμεση επικοινωνία και αξιοποίηση των εμπειριών. Από τις κατηγορίες συνεντεύξεων: α. δομημένη, β. ελεύθερη, και γ. ημιδομημένη (Κεδράκα, 2009) για τη συγκεκριμένη έρευνα επιλέχθηκε η δομημένη συνέντευξη.

Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας, η διαδικασία συνεντεύξεων πραγματοποιήθηκε είτε δια ζώσης με ηχογράφηση των συνεντευξαζόμενων είτε μέσω γραπτών email και πραγματοποιήθηκε χωρίς προβλήματα. Η επιλογή των προσώπων αφορά στον σημαντικό θεσμικό τους ρόλο στους φορείς λήψης αποφάσεων της περιοχής, καθώς επίσης και με βάση την εμπειρία τους στο υπό διερεύνηση θέμα της εφαρμογής του ορεινού τουρισμού.

Πραγματοποιήθηκαν με επιτυχία έξι συνεντεύξεις με τους αξιότιμους:

κ. Στεργίου Ανδρέα, Δήμαρχος Αργιθέας, Πρόεδρος Δικτύου Πίνδος, Πρόεδρος Δήμων με Λίμνες,

κ. Τέλλιος Κωνσταντίνος, Αντιπεριφερειάρχης Θεσσαλίας,

κ. Σακελλαρίου Βαγγέλης, Διευθυντής ΑΝΚΑ (Αναπτυξιακή Καρδίτσας),

κ. Μίγδος Περικλής- Δήμαρχος Καραϊσκάκη, Αντιπρόεδρος Δικτύου Πίνδος,

κ. Καρδαμπίκης Αλέξης, Δήμαρχος Αγράφων,

κ. Σεραφείμ Φελέκης, Υπεύθυνος Φορέα Διαχείρισης Πάρκου Τζουμέρκων.

Για την σφαιρική διερεύνηση και επίτευξη του σκοπού της έρευνας, χρησιμοποιήθηκε επιπροσθέτως και το εργαλείο ανάλυσης SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) για τον τουρισμό στον Δήμο της Αργιθέας.

4.2 ΘΕΣΗ, ΠΡΟΣΒΑΣΗ & ΟΡΕΙΝΟΤΗΤΑ

Στην καρδιά των Θεσσαλικών Αγράφων εντός ενός ιδιαίτερα πλούσιου φυσικού περιβάλλοντος, βρίσκεται η Αργιθέα. Με έκταση περί τα 377.700 τετραγωνικά χλμ και υψηλότερη κορυφή την Καράβα στα 2.184 μ, αποτελεί μία αμιγώς ορεινή περιοχή (βλ. Εικόνα 1, Παράρτημα).

Η θέση της είναι στρατηγικής σημασίας, καθώς ενώνει τρεις νομούς της Ελλάδας. Βρίσκεται στα κεντρικά της Νότιας Πίνδου, στον Νομό της Καρδίτσας και εκτείνεται στο νοτιοδυτικό άκρο της Περιφέρειας της Θεσσαλίας. Από την ΠΕ Καρδίτσας συνορεύει με τους Δήμους Μουζακίου και Λίμνης Πλαστήρα, αλλά και με τις ΠΕ Άρτας, Αιτωλοακαρνανίας, Ευρυτανίας και Τρικάλων.

Η πρόσβαση σε αυτή γίνεται εύκολα μέσω των δύο κύριων οδικών αξόνων που συνδέουν την Καρδίτσα με την Άρτα και την Αιτωλοακαρνανία. Το κεντρικό χωριό Ανθηρό, απέχει 75 χλμ από την Καρδίτσα, 43 χλμ από το Μουζάκι, 63 χλμ από τα Τρίκαλα και 90 χλμ από την Άρτα¹². Από τον Μάιο του 2024 ευκολότερη γίνεται η πρόσβαση στην περιοχή από την περιοχή της Λαμίας, με τη δημιουργία του δρόμου Ε65. Την πρόσβαση στην περιοχή εξυπηρετούν και τα συχνά δρομολόγια υπεραστικών κτελ, τα οποία αυξάνονται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Εντός της ευρύτερης περιοχής υπάρχουν μικρότεροι χωματόδρομοι και οδικά δίκτυα που βρίσκονται υπό κατασκευή μετά από τις πρόσφατες φυσικές καταστροφές του 'Ιανού' και του 'Ντάνιελ'.

Βάσει του προγράμματος 'Καλλικράτης', ο ενιαίος Δήμος Αργιθέας αποτελείται από τρεις Δημοτικές Ενότητες, την Αργιθέα, την Ανατολική Αργιθέα και τον Αχελώο¹³. Μάλιστα, ο Δήμος είναι ένας από τους χαρακτηρισμένους ορεινούς σύμφωνα με το ίδιο πρόγραμμα. Εντός του ορεινού όγκου της περιοχής, αμφιθεατρικά τοποθετημένα συμπεριλαμβάνονται συνολικά είκοσι χωριά, και έδρα του Δήμου είναι το Ανθηρό (Πίνακας 1).

Πίνακας 1: Τα 20 χωριά της Αργιθέας

ΑΡΓΙΘΕΑ		ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΑΡΓΙΘΕΑ		ΑΧΕΛΩΟΣ	
ΧΩΡΙΟ	ΥΨΟΜΕΤΡ Ο σε μ	ΧΩΡΙΟ	ΥΨΟΜΕΤΡ Ο σε μ	ΧΩΡΙΟ	ΥΨΟΜΕΤΡ Ο σε μ
Ανθηρό	700	Βλάχσι	1.060	Αργύρι	850

¹² Επίσημη Ιστοσελίδα Δήμου Αργιθέας [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argitheia.gov.gr/>> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

¹³ ΦΕΚ 87/Α'/07-06-2010, Νόμος 3852/2010 'Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης'

Αργιθέα	1.100	Δροσάτο	960	Βραγκιαν ά	650
Ελληνικά	950	Κουμπουριανώ ν	1.050	Καταφύλλ ι	1.000
Θερινό	870	Λεοντίτο	1.000	Μάραθος	650
Καλή Κώμη	610	Πετρίλο	1.160		
Καρυά	800	Πετροχώρι	1.100		
Μεσοβούν ι	1.050	Στεφανιάδα	960		
Πετρωτό	650	Φουντωτό	1.150		

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η Αργιθέα παρουσιάζει ένα ενδιαφέρον και προστατευόμενο οικοσύστημα. Ως μία εκ των πέντε παγκόσμιων περιβαλλοντικά καθαρότερων περιοχών έχει χαρακτηριστεί από την UNESCO. Από το 1985 έχει προστατευτεί η οικολογική της αξία ως οικοτόπου από το Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα CORINE. Η συμπερίληψή της στο Δίκτυο ‘NATURA 2000’¹⁴ ως προστατευόμενο μέρος οικολογικής σημασίας και στη Ζώνη Ειδικής Προστασίας ‘Κοιλάδα Αχελώου και όρη Βάλτου’ για την ΔΕ Αχελώου τονίζουν οικολογική αξία της ως οικοτόπου και την ανάγκη προστασίας της. Μάλιστα, αποτελεί θεσμοθετημένο Καταφύγιο Άγριας Ζωής στις περιοχές Καρυάς και Κουμπουριανών του Δήμου Αργιθέας και Αθαμάνων Νομού Καρδίτσας για την αναπαραγωγή κι διάσωση μοναδικών ειδών ζώων.

4.3 ΦΥΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

4.3.1 ΦΥΣΙΚΟΣ ΠΛΟΥΤΟΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Ως μέρος της οροσειράς της Πίνδου, η Αργιθέα χαρακτηρίζεται ως μια ενιαία ορεινή ενότητα, με ένα εξαιρετικά πλούσιο και παρθένο οικοσύστημα, που χαρακτηρίζεται από έντονες διακυμάνσεις υψομέτρων, κλίσεις, χαραμάδες και κοιλάδες. Οι ψηλές βουνοκορφές του συνοδεύονται από τον μοναδικό ποταμό Αχελώο και την τελευταία φυσική λίμνη της Στεφανιάδας χαρίζοντας ιδιαίτερες εμπειρίες στους λάτρεις της φύσης. Μέρος της οροσειράς των Θεσσαλικών Αγράφων, η Αργιθέα συνδέεται με την οροσειρά της Πίνδου με έντονο ανάγλυφο και ποικιλομορφία τοπίου (βλ Εικόνα 2, Παράρτημα). Σημείο αναφοράς τα τελευταία χρόνια αποτελούν οι βουνοκορφές της Αργιθέας, οι οποίες ενδείκνυνται για εκείνους που γνωρίζουν από απάτητα βουνά. Αξιοσημείωτες είναι η Καράβα στα 2.184 μέτρα, το Ντελεδίμι στα 2.163 μέτρα, το Βουτσικάκι στα 2.152

¹⁴ Επίσημη Ιστοσελίδα natura2000 [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://natura2000.eea.europa.eu/>> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

μέτρα και το Γαλάτσι στα 1.854 μέτρα (Πίνακας 2)¹⁵.

Πίνακας 2: Οι ψηλότερες βουνοκορφές της Αργιθέας

ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΚΟΡΥΦΗΣ	ΥΨΟΜΕΤΡΟ ΣΕ ΜΕΤΡΑ	ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΧΩΡΙΟ
Πάδης	2.200	Ανατολική Αργιθέα	Βλάσι
Σουβλί - Πηγάδι	2.100	Αργιθέα	Ανθηρό
Βουτσικάκι	2.067	Ανατολική Αργιθέα	Πετρίλο
Κατούνα	2.050	Αργιθέα	Ελληνικά
Παλιομάνι	2.000	Αργιθέα	Καρυά
Καράβα	2.000	Αργιθέα	Μεσοβούνι
Αι- Λιας	2.000	Αργιθέα	Πετρωτό
Τσουρνάτο	2.000	Ανατολική Αργιθέα	Λεοντίτο
Γαλάτσι	1.900	Αχελώος	Βραγκιανά
Καραβούλα	1.850	Αργιθέα	Αργιθέα
Αχλαδιά	1.850	Αργιθέα	Θερινό
Κούρλιακας	1.800	Ανατολική Αργιθέα	Δροσάτο
Ασήμι	1.800	Αχελώος	Μάραθος
Καραμήτσου	1.416	Αργιθέα	Βουτσινιά – Αργιθέα
Μερμυτζιάλα	1.150	Αχελώος	Καταφύλλι
Κλόκοβος	1.000	Αχελώος	Αργύρι

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στο πλαίσιο ανάπτυξης και ενδυνάμωσης του τουρισμού στην περιοχή, όπως προκύπτει και από τις συνεντεύξεις, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η διεύρυνση του δικτύου καταγραφής των μονοπατιών της, ώστε να διευκολυνθεί ο περίπατος σε αυτές (Βλ Εικόνα 3, Παράρτημα) (Πίνακας 3). Ενδιαφέρουσα είναι και η πρωτοβουλία του Δήμου για τοποθέτηση απινιδωτών στις τρεις υψηλότερες κορυφές, μια δράση η οποία αναμένεται να διευρυνθεί περαιτέρω και αποτελεί τον πρώτο Δήμο στη χώρα που το πραγματοποιεί, όπως και η διάνοιξη μονοπατιού για πρόσβαση ΑΜΕΑ¹⁶ ((Βλ Εικόνα 4, Παράρτημα). Πέραν αυτών, αναπτύσσεται έντονο υδατογραφικό δίκτυο με παραποτάμους, όπως είναι οι Κουμπουριανίτης, Πετριλιώτης και Βλασιώτης (Σινάνης, 2010). Οι περισσότερες διαδρομές καταλήγουν σε ιδιαίτερης ομορφιάς καταρράκτες, με πιο χαρακτηριστικό εκείνον της Σούδας στο χωριό Λιβάδια, ο οποίος βρίσκεται σε υψόμετρο περί τα 1.300

¹⁵ Επίσημη Ιστοσελίδα pezoporia [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.pezoporia.gr/pez/vouna.asp> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

¹⁶ Άρθρο στη διαδικτυακή εφημερίδα mouzakinews 'Δήμος Αργιθέας: Ο πρώτος απινιδωτής σε ορεινό μονοπάτι της χώρας είναι γεγονός' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://mouzakinews.gr/2024/04/dimos-argitheas-o-protos-apinidotis-se-oreino-monopati-sti-chora-mas-einai-gegonos/> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

μέτρα στην κορυφή Βουτσικάκι ¹⁷.

Πίνακας 3: Τα καταγεγραμμένα μονοπάτια της Αργιθέας

ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΟΝΟΜΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΟΥ
Ανατολική Αργιθέα	Άγιος Νικόλαος Βλασίου, Φυλακτή
	Πετρωτό, Τοξωτή Γέφυρα, Πέντε Αδέλφια, Συκιά
	Βλάσι, Δροσάτο, Πετροχώρι, Κουμπαριανά
	Πετρίλο, Άγιος Νικόλαος Βλασίου
	Πετρίλο, Τσούτες, Αφορισμένη, Παλιοκαριά, Ντελιδήμ
	Λεοντίτο, Ιερά Μονή Σπηλιάς
Αργιθέας	Βατσουνιά, Δρακότρυπα, Οξιά
Αχελώος	Αργύρι, Ρέμα Πλατανιάς
	Καταφύλλι, Σελιπιανά

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Φυσικό σύνορο από την πλευρά του Αχελώου αποτελεί ο δεύτερος σε μήκος ποταμός της χώρας, ο Αχελώος ποταμός ή Ασπροπόταμος πηγάζει από την ορεινή Πίνδο. Με μήκος που εκτείνεται στα 220 χιλιόμετρα, διαθέτει αμέτρητους παραποτάμους φυσικής ομορφιάς και κοσμεί τη νοτιοδυτική πλευρά του Δήμου. Το σημείο αυτό της περιοχής δίνει τη δυνατότητα για κολύμπι σε ποτάμι, ψάρεμα, όπως επίσης και σε γεωργικές παραποτάμιες ασχολίες, αφού είναι ιδιαίτερα εύφορο και για τον λόγο αυτό έχει αναπτυχθεί σε προορισμό για party και ελεύθερο κάμπινγκ (βλ Εικόνα 5, Παράρτημα)¹⁸.

Το 1963 ύστερα από κατολίσθηση της πλαγιάς ‘Στοιχειό’ στο βουνό Σμίνικο, που προκλήθηκε από σεισμική δόνηση, δημιουργήθηκε η τελευταία καταγεγραμμένη φυσική λίμνη της Ελλάδας, εκείνη της Στεφανιάδας (βλ Εικόνα 6, Παράρτημα). Σε υψόμετρο 700 μέτρων βρίσκεται μέσα στα βουνά, σε συνέχεια του παραποτάμου του Αχελώου,

¹⁷ Επίσημη Ιστοσελίδα wikiloc.com, αναφορά στη Σούδα του Μάη [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://ca.wikiloc.com/rutes-senderisme/katarraktes-souda-mae-libadeia-petrilo-argitheia-agrapha-130948087> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

¹⁸ Επίσημη Ιστοσελίδα Natura Graeca [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.naturagraeca.com/ws/index.php?option=214&pageid=278&refid=260&langid=1&openPage=1&seourl=%CE%91%CF%87%CF%83%CE%BB%CF%8E%CE%BF%CF%82> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Στεφανιώτη, η μικρή υδάτινη λεκάνη των 110 στρεμμάτων, η οποία πλέον αποτελεί πόλο έλξης για εναλλακτικό τουρισμό¹⁹. Με δραστηριότητες όπως πεζοπορία κατά μήκος, κανό, κολύμβηση, ψάρεμα και το ετήσιο Festival Music by the Lake, η λίμνη αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της Αργιθέας²⁰. Αξίζει να σημειωθεί πως δεν έχει διερευνηθεί επιστημονικά το οικοσύστημά της ούτε και το βάθος της, στο οποίο βρίσκονται ακόμη βυθισμένα σπίτια²¹.

4.3.2 ΧΛΩΡΙΔΑ & ΠΑΝΙΔΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Το έδαφος της περιοχής χαρακτηρίζεται από πετρώματα κατάλληλα για ανάπτυξη δασικής βλάστησης και ύπαρξη άγριας ζωής, τα οποία αξίζουν μελέτης, όπως εκείνης του Τεχνολογικού Ιδρύματος της Λάρισας για τον βίοτοπο της Κατούνας (Βέργος, κ.α., 2009).

Αναφορικά με την χλωρίδα, έχουν καταγραφεί πάνω από 650 είδη σπάνια είδη δέντρων, κυρίως δασοπονικών και ενδημικών, όπως έλατα, οξιές, καστανιές, κέδρους, βελανιδιές και πουρνάρια (βλ Εικόνα 7, Παράρτημα). Ιδιαίτερης σημασίας είναι και τα φυτά και βότανα της περιοχής, τα οποία φαίνεται να αντέχουν στις ιδιαίτερες συνθήκες του ορεινού όγκου. Αξίζει ιδιαίτερης αναφοράς ο πλάτανος είδους *Platanus Orientalis* (Πλάτανος Ανατολικός), με ύψος περί τα 33 μ, που κοσμεί την κεντρική πλατεία του χωριού Λεοντίτο και είναι ένας από τους γηραιότερους στην Ελλάδα, με ηλικία περί τα 970 έτη (βλ Εικόνα 8, Παράρτημα). Κατέχει δε και ιδιαίτερη ιστορική σημασία, αφού σε αυτόν ξεκουραζόταν ο Γεώργιος Καραϊσκάκης.

Η βιοποικιλότητα της περιοχής διαμορφώνεται και με τις κατάλληλες συνθήκες για την αναπαραγωγή και διαβίωση σπάνιων και ενδημικών ζώων και πτηνών, που συνθέτουν την πανίδα της. Μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των άγριων ζώων, όπως ελάφια, λύκοι, αγριόχοιροι και βρωμοκούναβα. Στην ΔΕ Αχελώου, η οποία αποτελεί μέρος του δικτύου Natura 2000, συνηθισμένα ζώα είναι το ζαρκαδι, το αγριοκούνελο και η αρκούδα.

¹⁹Επίσημη Ιστοσελίδα Natura Graeca: 'Αφιέρωμα στη Λίμνη Στεφανιάδας' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.naturagraeca.com/ws/129,191,340,1,1,%CE%9B%CE%AF%CE%BC%CE%BD%CE%B7%CE%A3%CF%84%CE%B5%CF%86%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%AC%CE%B4%CE%B1>> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

²⁰Επίσημη Ιστοσελίδα Finix Adventures [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://finixadventures.com/acitivities/>> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Ιστοσελίδα Xtremegreece Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.xtremegreece.gr/el/canoe-kayak/kagiak-sti-limni-stefaniada.html>> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

²¹'The Golden Book of Argitheia' (2021) [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argitheia.gov.gr/wp-content/uploads/2021/02/gold-book-argitheia-2021.pdf>> [πρόσβαση στις 6 Ιουνίου 2024].

Παρουσιάζονται περί τα 70 είδη πουλιών, με χαρακτηριστικά τα σπάνια αρπακτικά των ορεινών κορυφών, όρνιο και χρυσαιτός.

4.3.3 ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ

Οι ασταθείς κλιματολογικές συνθήκες της Αργιθέας σε συνδυασμό με το δύσβατο περιβάλλον της περιοχής, αποτελούν παράγοντες δημιουργίας σημαντικών φυσικών καταστροφών (Loupasakis & Karfakis, 2007). Το κλίμα της περιοχής χαρακτηρίζεται ως ηπειρωτικό με υψηλό βροχομετρικό δείκτη και έντονες βροχοπτώσεις. Κατά τους χειμερινούς μήνες παρατηρούνται έντονες χιονοπτώσεις και παγετοί, που δημιουργούν συχνά σοβαρά προβλήματα στην προσβασιμότητα και καταστροφές στους οδικούς άξονες και καθιστούν σημαντική την ετοιμότητα της πολιτικής αρχής του τόπου (βλ Εικόνα 9, Παράρτημα).

Τα τελευταία χρόνια, η περιοχή ήρθε αντιμέτωπη με τους Μεσογειακούς Κυκλώνες 'Ιανός' (2020) και 'Ντάνιελ' (2023), ως μάρτυρες των ιδιαίτερων παραγόντων της περιοχής και της κλιματικής παγκόσμιας κρίσης. Ο ισχυρότερος Μεσογειακός Κυκλώνας που έχει καταγραφεί από το 1969, 'Ιανός', έπληξε τη Θεσσαλία τον Σεπτέμβριο του 2020, με 317 χιλιοστά βροχής και ανέμους ταχύτητας 50 χλμ σε μικρότερο διάστημα των 24 ωρών σε αρκετά μεγάλη έκταση, δημιουργώντας πλημμύρες. Το φαινόμενο προκλήθηκε από τη συνάντηση δυο συστημάτων διαφορετικών θερμοκρασιών στην ημιορεινή περιοχή της Νότιας Θεσσαλίας, ενώ στο μέγεθος των καταστροφών συνετέλεσαν οι μικρές υδρολογικές λεκάνες των ποταμών Πάμισου, Σοφαδίτη και Πορταϊκού. Αποτέλεσμα αυτών ήταν τρεις νεκροί, τεράστιες φθορές σε περίπου 5.000 κατοικίες στο σύνολο της Περιφέρειας, και ανυπολόγιστες καταστροφές σε υποδομές, επιχειρήσεις, οδικά δίκτυα και στην αγροτική παραγωγή (Γιακούλας, 2021). Στην περιοχή της Αργιθέας προκλήθηκαν σοβαρά προβλήματα στους κύριους οδικούς άξονες, ιδιαιτέρως στη Δυτική Αργιθέα με τη σύνδεση με το Μουζάκι και κατ' επέκταση και με το Νοσοκομειακό Κέντρο αυτού, την υποχώρηση της ασφάλτου σε διάφορα οδικά δίκτυα με μόνη πρόσβαση μέσω χωματόδρομων, και τον καθολικό αποκλεισμό οικισμών όπως τα Λιβιάδια, ενώ παρουσιάστηκε σημαντικό πρόβλημα στην υδροδότηση της ευρύτερης περιοχής. Ανησυχητικό είναι το γεγονός της επανάληψης του φαινομένου, το 2023, με τον 'Ντάνιελ', τους 15 νεκρούς και τις ανυπολόγιστες καταστροφές, όπου ο κρατικός μηχανισμός βρέθηκε σε μεγαλύτερη ετοιμότητα, παρόλο που ακόμη η περιοχή δεν είχε επανέλθει ακόμη από τις πληγές του Ιανού (βλ Εικόνα 10, Παράρτημα).

Η ανησυχητική παρουσία των φαινομένων έχουν δημιουργήσει αξιοσημείωτες διαβρώσεις στον τόπο, ενώ εκθέτουν χωριά και κατοίκους σε κινδύνους. Το συμπέρασμα από το σύνολο των συνεντεύξεων στους εκπροσώπους των φορέων άσκησης πολιτικής της περιοχής, είναι πως η διαχείριση των κρίσεων που προέκυψαν από τις πρόσφατες φυσικές καταστροφές κρίνεται χωρίς καμία αμφιβολία αποτελεσματική. Αυτό προκύπτει από το μέγεθος των φυσικών καταστροφών με το οποίο ήρθε αντιμέτωπη η περιοχή σε δύο μάλιστα φορές μέσα σε μόλις τρία έτη. Σύμφωνα με τον κο Στεργίου: *‘Η Αργιθέα απέδειξε στην πράξη πως διαθέτει τα απαιτούμενα αντανακλαστικά, προκειμένου να επανέλθει τάχιστα σε ρυθμούς κανονικότητας. Άλλωστε οι κακουχίες και οι δυσκολίες, βρίσκονται στον πυρήνα του DNA της σκληροτράχηλης αυτής περιοχής. Ο επισκέπτης πλέον μπορεί να διαπιστώσει ιδίοις όμμασι την αποτελεσματικότητα και την ταχύτητα αντίδρασης, από τις αποκαταστάσεις που έγιναν στους κεντρικούς οδικούς άξονες και εξασφάλισαν μία πιο ασφαλή διέλευση για τα οχήματα’*. Σημαντική είναι όμως η θωράκιση και η ετοιμότητα των κρατικών φορέων απέναντι στις φυσικές καταστροφές, δεδομένης της αυξητικής τάσης του φαινομένου.

Πέραν αυτών, ως μέρος της τεκτονικής ζώνης της Πίνδου, η Αργιθέα, και ιδιαίτερα η ΔΕ Αργιθέας και Αχελώου, πρόκειται για μία αρκετά σεισμογενή περιοχή. Χαρακτηρισμένη από υψηλό τεκτονισμό, στην περιοχή παρατηρείται διάβρωση του εδάφους και καταπόνηση των στρωμάτων, με συχνά φαινόμενα κατολισθήσεων, πιο σοβαρό των οποίων, εκείνο που δημιούργησε τη λίμνη της Στεφανιάδας. Ωστόσο, η περιοχή δε θεωρείται υψηλής σεισμικής επικινδυνότητας και είναι κατάλληλη για δόμηση υπό την προϋπόθεση των απαραίτητων μέτρων προστασίας και ελέγχου ²².

4.4 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ

4.4.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ & ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η ευρύτερη περιοχή της Αργιθέας κατοικήθηκε αρχικά περί τη δεύτερη χιλιετία πΧ από το ποιμενικό νομαδικό φύλο των Αθαμάνων, μία από τις αρχαιότερες ελληνικές φυλές. Κιβωτιόσχημοι τάφοι και άλλα αρχαιολογικά ευρήματα που μαρτυρούν την ύπαρξη οικισμών και κτηνοτροφικής ζωής της εποχής έχουν ανακαλυφθεί κατά βάση στα χωριά Ελληνικά, Κουμπουριανά και Καταφύλλι²³. Μάλιστα, το Αρχαιολογικό Μουσείο

²² Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Δήμου Αχελώου Νομού Καρδίτσας, ΜΕΛΕΤΗ Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. ΔΗΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ ΝΟΜΟΥ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ, Σ.Μ.Π.Ε. Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Κοινότητας Ανατ. Αργιθέας Νομού Καρδίτσα.

²³ Άρθρο Χατζηαγγελάκη, Λ. *‘Αθαμάνια – Αργιθέα: Ιστορικά στοιχεία, ανασκαφικές μαρτυρίες’* Διαδικτυακή εφημερίδα Ελευθερία [46] δίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο:

Καρδίτσα²⁴ φιλοξενεί ειδική συλλογή νομισμάτων, δοράτων και αντικειμένων της εποχής από την περιοχή της Αργιθέας. Ο εκδιωγμός των Αθαμάνων, κατά την περίοδο της Εικονογραφίας, και η μη καταγραφή τους στους φορολογικούς καταλόγους, είχε ως αποτέλεσμα την εμφάνιση της ευρύτερα γνωστής ονομασίας της περιοχής ως ‘Άγραφα’ (Στάθης, 2017). Την ιδιαίτερη πολιτιστική σημασία της φυλής τονίζει το γεγονός πως το πρόγραμμα ‘Καποδίστριας’ ονόμαζε την μετέπειτα Κοινότητα Ανατολικής Αργιθέας ως ‘Κοινότητα Αθαμάνων’.

Σημαντικό ρόλο διετέλεσε η Αργιθέα στην περίοδο της Εθνικής Επανάστασης με την δράση των οπλαρχηγών και αρματολών στην περιοχή (Συλλογικό Έργο, 2007). Έως το έτος 1881 και την απελευθέρωση της Θεσσαλίας από τους Τούρκους, δόθηκαν σημαντικές μάχες στην περιοχή, η πιο αξιοσημείωτη εκ των οποίων διαδραματίστηκε το 1823 εκείνη μεταξύ του Γεωργίου Καραϊσκάκη και του Μουσταή Πασά (Δήμος κ.ά., 2018). Με το Βασιλικό Διάταγμα της Ελεύθερης Ελλάδας 31ης Μαρτίου 1883, συστήνεται ο Δήμος Αργιθέας με έδρα τα Κουμπουριανά, αριθμώντας περί τους 5.355 κατοίκους. Η αξία της περιοχής για εκείνη την περίοδο αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι στο χωριό Πετρωτό έζησε τις τελευταίες του ημέρες ο Άρης Βελουχιώτης. Μάλιστα, το χωριό Πετρίλο υπήρξε η δεύτερη έδρα της Κυβέρνησης του Βουνού από τον Μάιο έως τον Οκτώβριο του 1944, αποτελώντας σήμερα τιμητικά την ιστορική έδρα του Δήμου Αργιθέας (Τσώλης, 2015) (βλ. Εικόνα 11, Παράρτημα).

4.4.2 ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ & ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Μαρτυρία και κληρονομιά των βιωμάτων των κατοίκων της περιοχής ανά τους αιώνες, αποτελεί η πληθώρα των λαογραφικών στοιχείων. Μέρος αυτών αποτελούν οι παραδοσιακές φορεσιές, η μουσική παράδοση με τα ακριτικά και τα δημοτικά τραγούδια, και ο ξακουστός τοπικός χορός ‘Κλειστός Αργιθέας’. Κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες δίνεται η δυνατότητα στον επισκέπτη να γίνει κοινωνός αυτών στα πολυάριθμα αργιθεάτικα πανηγύρια. Αναπόσπαστο κομμάτι της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς και της αυθεντικής εμπειρίας είναι αδιαμφισβήτητα και η τοπική γαστρονομία, η οποία απαρτίζεται κυρίως από τις χωριάτικες πίτες με τα χόρτα που παράγει ο τόπος, όπως ο πλαστός Αργιθέας, και τα παραδοσιακά τυροκομικά προϊόντα, όπως το γαλοτύρι ή τσαλαφούτι, παραγωγής και επεξεργασίας των κτηνοτρόφων της περιοχής (Τόσκα

<URL:<http://www.eleftheria.gr/m/%CE%B1%CF%86%CE%B9%CE%B5%CF%81%CF%8E%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1/item/63314.html> > [Πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

²⁴ Επίσημη ιστοσελίδα Αρχαιολογικού Μουσείου Καρδίτσας [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=16561 > [Πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

Καραμπά, 1981) (βλ Εικόνα 12, Παράρτημα). Στον πολυδιάστατο χώρο έκθεσης Βλασίου που λειτουργεί από το 1982 μπορεί ο επισκέπτης να έρθει σε επαφή με πληθώρα λαογραφικών στοιχείων, ενώ στο Ανθηρό βρίσκεται το Ιστορικό – Εκκλησιαστικό και Λαογραφικό Μουσείο από το 1985 με λαογραφικά και εκκλησιαστικά είδη.

Σε έναν ορεινό τόπο, όπως η Αργιθέα, κυρίαρχο εργαλείο για την αρχιτεκτονική των οικισμών και των υποδομών (βρύσες, δεξαμενές, γεφύρια, εκκλησίες) ήταν ανέκαθεν η πέτρα, η οποία βρίσκεται σε πληθώρα στην περιοχή²⁵. Οι λαϊκές ομάδες μαστόρων της περιοχής κατά βάση την περίοδο της Τουρκοκρατίας χρειάστηκε να χρησιμοποιήσουν τις πέτρινες πλάκες και άλλα ελάχιστα επεξεργασμένα φυσικά υλικά, όπως κορμούς δέντρων, για να υποστηρίξουν τη δύσκολη μετακίνηση στην βραχώδη περιοχή των κατοίκων και των κοπαδιών μέσω κατασκευής γεφυριών. Τα δεκατρία ξακουστά τοξωτά πετρογέφυρα της Αργιθέας²⁶ κοσμούν το φυσικό τοπίο με το ξεχωριστό τοξωτό τους σχέδιο και αποτελούν μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς (Γαλερίδη, κ.α, 1995; Τσαγγαράκη, 2007) (Πίνακας 4)(βλ Εικόνα 13, Παράρτημα). Αναπόσπαστο κομμάτι της αρχιτεκτονικής αποτελούν και οι χαρακτηριστικοί νερόμυλοι που διασώζονται στα χωριά Λεοντίτιο, Αργιθέα και Καταφύλλι.

Πίνακας 4: Τα Πετρογέφυρα της Αργιθέας

ΟΝΟΜΑ ΓΕΦΥΡΙΟΥ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΣΕ ΜΕΤΡΑ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ
Πετρωτού ή Παλιοκαμάρα	Πούπη	Ανατολική Αργιθέα	Τοξωτό πέτρινο	17 μήκος 11 ύψος	13 – 14ος αιώνας
Συκιάς ή Κουτσοκαμάρα	Συκιάς	Ανατολική Αργιθέα	Πολυτοξοτό, Ρωμαϊκή δίτοξη γέφυρα	7 ύψος 14 βάση	Σε χρήση έως 1520
Κοράκου	Φράγμα Αχελώου	Αχελώος	Μεγαλύτερο μονοτοξοτό γεφύρι στα Βαλάνια	80 μήκος 435 ύψος 49,50 βάση	1528-1529
Κορακονησίον ή	Ελληνικά	Αργιθέα	Πετρογέφυρο	9,20 μήκος 6,30 ύψος	1201

²⁵(ΜΕΛΕΤΗ Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. ΔΗΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ ΝΟΜΟΥ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ, Σ.Μ.Π.Ε. Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Δήμου Αχελώου Νομού Καρδίτσας, Σ.Μ.Π.Ε. Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Κοινότητας Ανατ. Αργιθέας Νομού Καρδίτσας, <https://dimosargitheas.gr/el/>).

²⁶‘The Golden Book of Argitheia’ (2021) [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:<https://argitheia.gov.gr/wp-content/uploads/2021/02/gold-book-argitheia-2021.pdf>> [πρόσβαση στις 6 Ιουνίου 2024].

Παλιοκαμάρα					
Τριζώλου	Καρυά	Αχελώος	Μεγαλύτερο μονότοξο γεφύρι Θεσσαλίας	30 μήκος 15,50 ύψος	13 ^{ος} αιώνας
Μεζήλου	Δροσάτο	Ανατολική Αργιθέα	Πετρογέφυρο τοξοτό	12 τόξο 9,50 ύψος	Τουρκοκρατία
Μπουκοβίτσας	Ανθηρό	Αργιθέας	Πετρογέφυρο μονότοξο	-	-
Αυλακίου	Τριχιές Καταφυλλίου	Αχελώος	Γέφυρα με 4 ημικυκλικά τόξα και ένα κύριο, ιστορικό διαρρηγτέο μνημείο	24 μήκος 54,5 ύψος 13 Βάση	1908- 1910
Τυρολόγου	Βλάσι	Ανατολική Αργιθέα	Μονότοξο	12 μήκος 8 ύψος	Τουρκοκρατία
Κοπλεσιού ή Παληαντώνη	Πετρίλια	Ανατολική Αργιθέα	Μονότοξο	16 μήκος 10 ύψος	Τουρκοκρατία
Στεφανιώτικο	Ραγάζια	Ανατολική Αργιθέα	Μονότοξο	16 μήκος 11,80 μέτρα	Τουρκοκρατία
Κνισόβου	Αργιθέα	Αργιθέα	Μονότοξο	-	-
Στεφανιάδας	Στεφανιάδα	Ανατολική Αργιθέα	Πέτρινο	Το μικρότερο	-

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Κυρίαρχο στοιχείο στην ζωή των Αργιθεατών ανά τους αιώνες κατέχουν οι θρησκευτικοί χώροι. Στην περιοχή βρίσκονται σήμερα έξι αξιοσημείωτα πετρόχιστα μοναστήρια και πολυάριθμοι λιθόχτιστοι ναοί των Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών χρόνων (Πίνακας 5). Σημείο ιδιαίτερης αναφοράς αποτελεί η ΙΜ Σπηλιάς στο χωριό Κουμπουριανά, η οποία συμπληρώνει το επιβλητικό ορεινό τοπίο και είναι μάλιστα στον κατάλογο του προγράμματος *‘Οριοθέτηση και Καθορισμός Μέτρων Προστασίας Τοπίων Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους’* του ΥΠΕΧΩΔΕ (1996-1999). Κτισμένη περί το 1667 σε υψόμετρο 1.749 μέτρων συνέβαλε ουσιαστικά και στον απελευθερωτικό αγώνα, αφού υπήρξε ορμητήριο των κλεφταρματολών. Η ΙΜ Σπηλιάς αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης προσκυνητών της θαυματουργής εικόνας της Παναγίας από όλη την χώρα, με αρκετά μεγάλο αριθμό ιάσεων και θαυμάτων ανά τους αιώνες ²⁷(βλ Εικόνα 14, Παράρτημα).

²⁷Επίσημη Ιστοσελίδα Ιεράς Μονής Σπηλιάς [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο <URL: <https://www.monispilias.gr/indexgr.html>> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Πίνακας 5: Τα Μοναστήρια της Αργιθέας

ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΟΥ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ
Ιερά Μονή Παναγίας Σπηλιώτισσας	Κουμπουριανά Στεφανιάδα	Α Ανατολική Αργιθέα	1604
Ιερά Μονή Κατουσίου – Το Γενέσιον Της Θεοτόκου	Κατούσι	Αργιθέα	17 ^{ος} αιώνας
Ιερά Μονή Γενεσίου Θεοτόκου Κώστη	Στεφανιάδα - Κουμπουριανά	Ανατολική Αργιθέα	17 ^{ος} Αιώνας
Ιερά Μονή Γενεσίου Θεοτόκου	Μεσοβούνι	Αργιθέα	1618 κατασκευή τέμπλου
Ιερά Μονή Γενεσίου Θεοτόκου	Πετρίλο	Ανατολική Αργιθέα	1851
Ιερά Μονή Γενεσίου Θεοτόκου	Βλάσι	Ανατολική Αργιθέα	17 ^{ος} αιώνας
Ιερά Μονή Γενεσίου Θεοτόκου	Βραγκιανών	Αχελώος	1655

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

4.5 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ

4.5.1 ΑΡΓΙΘΕΑΤΕΣ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Με την ιδιαιτερότητα της ορεινότητας και τις δυσκολίες που προκύπτουν από αυτή, η Αργιθέα αποτελεί έναν από τους γηραιότερους και λιγότερο ανεπτυγμένους Δήμους της Ελλάδας. Παρατηρείται ότι από την αύξηση των μεταναστευτικών ροών στην περιοχή κατά τον 19^ο αιώνα έως και σήμερα, ο αριθμός των μόνιμων κατοίκων μειώνεται διαρκώς και αντιστρόφως ανάλογα αυξάνεται ο μέσος όρος ηλικίας αυτών.

Σημαντικό εργαλείο για την καταγραφή του μεγέθους του πληθυσμού αποτελεί η επίσημη Απογραφή, παρόλο που για την περιοχή της Αργιθέας αυτή φαίνεται να απεικονίζει περίπου το 60% του πραγματικού πληθυσμού. Σύμφωνα, λοιπόν, με την Απογραφή Πληθυσμού – Κατοικιών 2021, οι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής ανέρχονται σε 3.496²⁸,

²⁸Επίσημη Ιστοσελίδα Ελληνικής Στατιστικής Αρχής [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:<https://www.statistics.gr/2021-census-pop-hous-results>> [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

ενώ στις τελευταίες δημοτικές εκλογές του Οκτωβρίου 2023 ψήφισαν 3.008 πολίτες από τους 7.020 εγγεγραμμένους²⁹.

Η έλλειψη κινήτρων απασχόλησης, σε συνδυασμό με τις καθημερινές δυσκολίες που προκύπτουν από την ιδιαιτερότητα της περιοχής, οδήγησαν κυρίως κατά τις δεκαετίες 1960-1970 σε ένα μεγάλο κύμα μετανάστευσης εντός και εκτός Ελλάδας των Αργιθεατών. Με κοινό γνώμονα τη νοσταλγία για τον τόπο τους και την έλλειψη αντιμετώπισης καθημερινών δυσκολιών, οι ίδιοι ωθούνται στην οικονομική συνεισφορά του τόπου, στην άσκηση επιρροής στα κέντρα αποφάσεων και στην μεταλαμπάδευση της αγάπης και της μνήμης τους στην επόμενη γενιά. Οι δραστήριοι Αργιθεάτες δεύτερης γενιάς, μάλιστα, ως οι νεότεροι συνδράμουν ενεργά στον εκσυγχρονισμό πολιτικών και την εξωστρέφεια του τόπου διακοπών της παιδικής τους ηλικίας. Μέσω δημιουργίας κοινών εμπειριών με τους φίλους τους και ανάπτυξης δραστηριοτήτων πολιτιστικού και αθλητικού ενδιαφέροντος, οι ίδιοι συμβάλουν ουσιαστικά στην ενδυνάμωση, προώθηση και δικτύωση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

Αναφορικά με την επιχειρηματικότητα, όπως είναι φυσικό, ο πρωτογενής τομέας με σύμμαχο τη γεωμορφολογία της περιοχής αποτελεί την κύρια ενασχόληση των Αργιθεατών. Ιδιαίτερα η περιοχή του Αχελώου με το εύφορο έδαφος εξυπηρετεί στην καλλιέργεια γεωργικών εκτάσεων και οικογενειακών κήπων³⁰. Σημαντική είναι και η εκμετάλλευση καρποφόρων δέντρων, όπως καρυδιές και καστανιές. Ωστόσο, η μεγαλύτερη κατά παράδοση πλειοψηφία των Αργιθεατών ασχολείται με την κτηνοτροφία προβατοειδών, βοοειδών και ιπποειδών. Η ελεύθερη και χωρίς παρεμβάσεις βόσκηση των ζωντανών εξυπηρετεί στο εμπόριο κρεάτων και παραγωγή τυροκομικών προϊόντων, παρόλο που οι συνθήκες της περιοχής ευνοούν την εμφάνιση του κινδύνου πυρκαγιάς και άλλων περιοριστικών παραγόντων που δυσχεραίνουν τη διαδικασία (Οικονόμου, 2021). Αξιοσημείωτη είναι και η παρουσία μελισσοκομίας στην περιοχή. Παραγωγή και προώθηση τοπικών προϊόντων, όπως μέλι και γλυκά του κουταλιού, και βοτάνων, όπως τσάι και ρίγανη, αποτελούν μία σημαντική μειοψηφία των δραστηριοτήτων της περιοχής (Πίνακας 6).

²⁹Επίσημη Ιστοσελίδα Υπουργείου Εσωτερικών, Αποτελέσματα Δημοτικών Εκλογών 2023, Αργιθέα. [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:<https://ekloges.yypes.gr/current/d/home/municipalities/9091/>> [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

³⁰Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Δ.Ε. Αχελώου Π.Ε. Καρδίτσας - Α' Στάδιο, Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Δ.Ε. Αν Αργιθέας Π.Ε. Καρδίτσας - Α' Στάδιο.

Πίνακας 6: Η Ενασχόληση των Μόνιμων Κατοίκων της Αργιθέας

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΑ
Γεωργία	Ετήσιες Καλλιέργειες
	Οικιακοί λαχανόκηποι
	Βοσκότοποι
	Αμπέλια
	Δενδρώδεις καλλιέργειες
Κτηνοτροφία	Προβατοειδή
	Χοιροειδή
	Βοωειδή
	Μελίσσια
	Πουλερικά
Κτηνοτροφικά προϊόντα	Γαλακτοκομικά
	Κρέας
	Μέλι
Τουριστικά	Εστίαση
	Διαμονή

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Παρόλο που τα κίνητρα επαναπατρισμού των απόδημων Αργιθεατών και εκείνων της δεύτερης γενιάς δεν είναι επαρκή, η βραχυχρόνια επιστροφή και η συνεισφορά τους στην περιοχή δίνει το έναυσμα για μία δειλή αύξηση των τουριστικών υποδομών τα τελευταία χρόνια. Οι αναπτυξιακές πολιτικές, η δραστηριοποίηση και η προβολή της περιοχής αύξησαν σε αισθητό βαθμό τις ανάγκες διαμονής (Πίνακας 7) και σίτισης (Πίνακας 8) των επισκεπτών. Το κάθε χωριό έχει περίπου ένα χώρο επισιτισμού, ενώ αρκετά παρέχουν και περιορισμένο αριθμό δωματίων. Σήμερα παρατηρείται η αύξηση των βραχυπρόθεσμων καταλυμάτων τύπου Airbnb για τα πατρικά σπίτια των απόδημων Αργιθεατών, οι οποίοι τα χρησιμοποιούν για προσωπική χρήση για μικρό χρονικό διάστημα.

Πίνακας 7: Οι Χώροι Διαμονής στην Αργιθέα

ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΧΩΡΙΟ	ΟΝΟΜΑΣΙΑ
Αχελώος	Αργύρι	Το Αργύρι
		Αλίκη
	Βραγκιανά	Η Φρόσω
Ανατολική Αργιθέα	Πετρίλο	Εσπερίδες
		Γαντζούδης Κων/νος
		Τα Λιβάδια
	Κουμπουριανά	Τα Ραγάζια
	Φουντωτό	Το Διάσελο

Αργιθέα	Καλή Κώμη	Ξενώνας του Αλκιβιάδη
----------------	-----------	-----------------------

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Βάσει των συνεντεύξεων, το ενδιαφέρον για διεύρυνση της επιχειρηματικότητας στις διεύρυνση της τουριστικής προσφοράς μπορεί να τονωθεί μέσα από γενναία κίνητρα, οικονομικής κυρίως φύσεως, που δύναται να προσφέρει η πολιτεία κεντρικά για το συγκεκριμένο κλάδο σε περιοχές που χαρακτηρίζονται απομακρυσμένες, δυσπρόσιτες και ορεινές. Η ορεινότητα άλλωστε, προστατεύεται ξεχωριστά μαζί με τη νησιωτικότητα στο άρθρο 101 του Συντάγματος, συνεπώς μπορεί κάλλιστα το κεντρικό κράτος, με την υποβοήθηση της τοπικής αυτοδιοίκησης, να διαμορφώσει ένα ειδικό πλαίσιο σε ρεαλιστική βάση.

Πίνακας 8: Οι Χώροι Εστίασης στην Αργιθέα

ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΧΩΡΙΟ	ΟΝΟΜΑΣΙΑ
Αχελώος	Αργύρι	Το Αργύρι
		Αλίκη
		Το Δειλινό – Ο Βαγγέλης
	Βραγκιανά	Η Φρόσω
		Ζάχου Σοφία Νεοχώρια
		Ο Μπρίτσος
		Καθ' οδόν
	Μάραθος	Η Αστροφεγγιά
Ανατολική Αργιθέα	Πετρίλο	Εσπερίδες
		Γαντζούδης Κων/νος
		Τα Λιβάδια
		Το Αγνάντι
		Τουραλιάς Νικόλαος
		Σβεντζούρης Απόστολος
		Ο Πλάτανος
	Λεοντίτο	Το Απρόοπτο
	Βλάσι	Η Καράβα
	Κουμπουριανά	Ο Άγγελος
	Στεφανιάδα	Τα Ραγάζια
Αργιθέα	Φουντωτό	Οι Γκορτσιές
	Πετροχώρι	Το Διάσελο
	Καλή Κώμη	Οροσειρά Αγράφων
	Πετρωτό	Ξενώνας του Αλκιβιάδη
	Αργιθέα	Ο Αχελώος
	Ανθηρό	Η Αργιθέα
		Παλιός Μύλος
		Η Συνάντηση

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

4.5.2 ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΕΣ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ & ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Με την έλλειψη βασικών υποδομών και οδικών δικτύων, την ανυπαρξία επαρκών υπηρεσιών και με την αύξηση των επικίνδυνων καιρικών συνθηκών που παρουσιάζεται

σε έναν τέτοιο ορεινό Δήμο, η καθημερινότητα στην Αργιθέα έχει αρκετές δυσκολίες. Τα προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι κάτοικοι αφορούν βασικές ανάγκες, όπως ηλεκτροδότηση, προσπελασιμότητα και ιατρική περίθαλψη. Άμεση απόδειξη αυτών αποτέλεσαν οι πρόσφατες πρωτοφανείς κακοκαιρίες ‘Ιανός’ και ‘Ντάνιελ’, από τις οποίες ακόμη δεν έχουν αποκατασταθεί πλήρως οι οδικοί άξονες. Παρά τις δυσκολίες, βέβαια, η ποιότητα ζωής στο ορεινό παρθένο φυσικό χώρο είναι αδιαμφισβήτητα πιο ικανοποιητική σε σχέση με τα αστικά δίκτυα. Η φύση αποτελεί το πολυτιμότερο αγαθό για την υγεία των κατοίκων μακριά από τη ρύπανση και το θόρυβο της πόλης, ενώ αποτελεί βασικό παράγοντα επιβίωσής τους.

Αναφορικά με τις βασικές υποδομές, η περιοχή εξυπηρετείται με ηλεκτροδότηση μέσης τάσης, ενώ ένα από τα συχνότερα καθημερινά προβλήματα είναι οι διακοπές ρεύματος ιδιαίτερα κατά τους χειμερινούς μήνες, λόγω παλαιότητας δικτύου και καιρικών συνθηκών. Αξίζει να τονιστεί η έλλειψη πρατηρίου καυσίμων στην περιοχή. Η ψηφιακή και διαδικτυακή κάλυψη είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο, αν και δεν λείπουν τα προβλήματα σε κάποιους οικισμούς. Η ύδρευση πραγματοποιείται χρήσης δεξαμενών για την συλλογή του νερού με ικανοποιητική ποιότητα νερού. Προβλήματα ύδρευσης παρουσιάζονται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες με την αύξηση των κατοίκων και τους χειμερινούς με τους παγετούς. Η οργάνωση της άρδευσης δεν είναι σε ικανοποιητικά επίπεδα. Υπάρχει δίκτυο διοχέτευσης οικιακών λυμάτων στην έδρα του Δήμου, ενώ το σύνολο του Δήμου δε διαθέτει οργανωμένο δίκτυο. Για τα απορρίμματα του Δήμου έχει δημιουργηθεί η διαδημοτική επιχείρηση Περιβαλλοντική Αναπτυξιακή Δυτικής Θεσσαλίας Α.Ε. Στο πλαίσιο της διαφύλαξης της αειφορίας της περιοχής, ο Δήμος έχει υπογράψει Σύμφωνο Συνεργασίας με το Τμήματος Δασολογίας, Επιστημών Ξύλου & Σχεδιασμού (ΔΕΞΥΣ) της Σχολής Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας μέσω του Δικτύου Πόλεων με Λίμνες για την υλοποίηση του πρώτου στην Ελλάδα έργου συλλογής, ανακύκλωσης και επαναχρησιμοποίησης φερτών υλών από φυσικές καταστροφές³¹, ενώ για τη διαφύλαξη της ακεραιότητας του τοπίου έχει προχωρήσει στην ζωγραφική τριών κάδων απορριμμάτων στο πλαίσιο της Διεθνούς Ημέρας Περιβάλλοντος βλ Εικόνα 15, Παράρτημα).

³¹ Επίσημη Ιστοσελίδα Δήμου Αργιθέας: Ανακοίνωση Υπογραφής Συμφώνου Συνεργασίας μεταξύ Δικτύου Πόλεων με Λίμνες και Τμήματος Δασολογίας, Επιστημών Ξύλου & Σχεδιασμού (ΔΕΞΥΣ) [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argitheia.gov.gr/ypografi-symfonou-synergasias-metaxy-tou-diktyou-poleon-me-limnes-kai-tou-tmimatos-dasologias-epistimon-xylou-schediasmou-tou-panepistimiou-thessalias-dexys/>> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα καθημερινότητας είναι το σύστημα υγείας, με κοντινότερο Κέντρο Υγείας στο Μουζάκι. Οι κάτοικοι εξυπηρετούνται για τη ΔΕ Αχελώου από το αγροτικό ιατρείο Βραγκιανών, για τη ΔΕ Ανατολικής Αργιθέας, από τα περιφερειακά ιατρεία στο Πετρίλο και στα Κουμπουριανά, ενώ συχνές είναι οι επισκέψεις σε σπίτια των αγροτικών ιατρών. Σημειώνεται επίσης η έλλειψη φαρμακείων στο σύνολο της περιοχής. Συμπερασματικά, σημαντική κρίνεται η δημιουργία ενός στρατηγικού σχεδιασμού ανάπτυξης της περιοχής για την εξυγίανση των βασικών υποδομών και την καθημερινότητα των κατοίκων για τη βιωσιμότητα της περιοχής (Ζώης 2019) και κατ' επέκταση του δυνητικού τουριστικού προορισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING ΟΡΕΙΝΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ

5.1 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

5.1.1 ΕΤΑΙΡΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ

Για την συντονισμένη και επιτυχημένη χάραξη ενός στρατηγικού σχεδίου marketing σε μία ορεινή περιοχή, όπως η ορεινή Αργιθεά, οι βασικοί εταίροι είναι αρχικά οι Αργιθεάτες, μόνιμοι κάτοικοι και απόδημοι, οι φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και οι επίσημοι συνεργάτες και φορείς πολιτικής και συλλογικής δράσης της περιοχής, οι τουριστικοί εταίροι και οι ίδιοι οι ταξιδιώτες (Γράφημα 1).

Γράφημα 1: Οι Εταίροι του Τουρισμού της Αργιθέας



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η περιοχή της Αργιθέας αποτελεί έναν παρθένο ορεινό προορισμό σε πολύ αρχικό στάδιο τουριστικής ανάπτυξης, όπως τονίστηκε και από τους συνεντευξιαζόμενους. Υπό αυτό το πρίσμα, κρίνεται αναγκαία η συντονισμένη πολιτική ξεκινώντας από την εξομάλυνση της καθημερινής ζωής έως την διάνθιση του τουριστικού προϊόντος. Σημαντική είναι σε αυτό το σημείο η έλλειψη ενός DMO για τον συντονισμό και την χάραξη της τουριστικής πολιτικής της Αργιθέας, όπως προκύπτει από τις συνεντεύξεις. Ωστόσο, προσφάτως ξεκίνησε και είναι ακόμη σε ημιτελές στάδιο η αρκετά φιλόδοξη επίσημη προσπάθεια

στο Νομό Καρδίτσας συνολικά για τη δημιουργία ενός ενιαίου φορέα διαχείρισης τουριστικού προϊόντος, αξιοποιώντας τη σχετική δυνατότητα που προσφέρει πλέον να τονωθεί μέσω υφιστάμενη νομοθεσία.

Η βιωσιμότητα της τουριστικής ανάπτυξης σε ορεινές περιοχές συνδέεται άρρηκτα με την καθημερινότητα, καθώς μόνο μέσα από την έμπρακτη στήριξη και την άμεση διασύνδεση της τοπικής κοινωνίας, μπορεί να επιτευχθεί ο τιθέμενος στόχος. Συνεπώς, βασική παράμετρος είναι η ουσιαστική ενεργοποίηση του μόνιμου πληθυσμού και η δυνατότητα αξιοποίησης του υφιστάμενου ανθρώπινου κεφαλαίου στο συγκεκριμένο κλάδο. Οι ίδιοι οι Αργιθεάτες ως βασικός εταίρος είναι άλλωστε εκείνοι που γνωρίζουν και δραστηριοποιούνται στην περιοχή και η ανάπτυξη του τουρισμού της θα τους επωφελήσει σε καθημερινό και επιβιωτικό επίπεδο

Όπως προκύπτει και από τις συνεντεύξεις, στον σχεδιασμό του τουρισμού κρίσιμο ρόλο οφείλουν να διαδραματίσουν οι δημόσιοι φορείς της ευρύτερης περιοχής (Στεργίου, 2018). Τα υπερτοπικά κέντρα λήψης αποφάσεων, όπως η Περιφέρεια Θεσσαλίας και συγκεκριμένα η ΠΕ Καρδίτσας, η ΠΕΔ Θεσσαλίας, η Αναπτυξιακή Καρδίτσας και το Επιμελητήριο Καρδίτσας, συμβάλουν ουσιαστικά στην περιχάραξη αναπτυξιακής πολιτικής, τη διευκόλυνση υποδομών και την εύρεση επιχορηγήσεων. Σε τοπικό επίπεδο, σημαντική είναι η συμβολή του Δήμου Αργιθέας για την εξομάλυνση των καθημερινών δυσκολιών, την εξωστρέφεια του Δήμου και την εφαρμογή στρατηγικών πολιτικών. Ο Δήμος είναι ο κύριος υπεύθυνος άλλωστε στην εύρεση πόρων μέσω χορηγιών. Το πιο σημαντικό χρηματοδοτικό εργαλείο για την ανάπτυξη περιοχών, όπως η Αργιθέα, είναι τα τοπικά προγράμματα Leader και CLLD. Αξιοσημείωτη είναι η συνεισφορά των εθνικών και κοινοτικών πόρων που αντλούνται από στοχευμένα προγράμματα, όπως είναι το Ειδικό Αναπτυξιακό Πρόγραμμα Αγράφων, που αποτελεί την πρώτη πιλοτική διαπεριφερειακή ΟΧΕ ορεινού όγκου στην Ελλάδα. Επιπροσθέτως, φορείς όπως ο ΟΦΥΠΕΚΑ ή το Πράσινο Ταμείο μπορούν να συνεισφέρουν αισθητά στην εύρεση οικονομικών πόρων.

Δημόσιοι φορείς, όπως τα Δίκτυα Δήμων, η ΙΜ Θεσσαλιώτιδος και Φαναριοφερσάλων και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας μπορούν να συνδράμουν ουσιαστικά στην επιμέρους εξειδίκευση και διευκόλυνση θεμάτων που άπτονται του πεδίου αναφοράς τους. Στο πλαίσιο αυτό, εκείνο που προκύπτει εντόνως από τις συνεντεύξεις είναι η ιδιαίτερη σημασία στην τουριστική ανάπτυξη και της συμμετοχής του Δήμου Αργιθέας στα Δίκτυα

Δήμων, όπως εκείνο της Πίνδου³² και των Δήμων με Λίμνες³³, για την εξωστρέφεια της περιοχής. Συγκεκριμένα, η δικτύωση που επιτυγχάνεται μέσω αυτών εξυπηρετεί στη διαμόρφωση δυναμικών συνεργασιών με απτά και μετρήσιμα αποτελέσματα. Με τη συμμετοχή της σε πολλά κρίσιμα δίκτυα, η Αργιθέα μπαίνει στο επίκεντρο κοινών διεκδικήσεων, συνδιαμορφώνει εξελίξεις, μετέχει σε θεματικές τουριστικές διοργανώσεις, αποκτά τεχνογνωσία μέσα από πιο προχωρημένες τουριστικά περιοχές και καλές πρακτικές, προβάλλει την περιοχή σε πανελλαδική και όχι μόνο εμβέλεια, ενισχύει την εξωστρέφειά της, αντλεί πόρους από φορείς όπως το Πράσινο Ταμείο ώστε να φιλοξενεί και να διοργανώνει εκδηλώσεις με τουριστικό περιεχόμενο, συνδυαστικά με το περιβάλλον, ειδικά μετά τις φυσικές καταστροφές με τις οποίες ήρθε αντιμέτωπη.

Οι άμεσα συνδεδεμένοι εταίροι του τουρισμού στην Αργιθέα είναι οι επιχειρηματίες αυτής και εκείνοι που διαμορφώνουν το ήδη υπάρχον τουριστικό προϊόν. Συγκεκριμένα, τις βασικές ανάγκες του τουρισμού καλύπτουν επιχειρηματίες χώρων διαμονής και σίτισης. Τα τελευταία χρόνια σημαντική είναι και η δράση μικρών γραφείων περιηγήσεων, όπως το Finix Adventures, το οποίο έχει συμπεριλάβει στις οργανωμένες εκδρομές του τα βουνά και μονοπάτια της Αργιθέας και σε συνεργασία με τον Δήμο, συνδράμει σε δράσεις ορεινού τουρισμού, όπως περίπατοι, ιππασία, canoe kayak, αστρική παρατήρηση κλπ³⁴. Οι φορείς που συνδράμουν στην διαφύλαξη του ήδη υπάρχοντος πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού, όπως τα μουσεία, οι θρησκευτικοί χώροι και οι αθλητικές δραστηριότητες, πανηγύρια και Festival, συνδράμουν ουσιαστικά στη διεύρυνση του ορεινού τουρισμού. Στο επίπεδο της διαφύλαξης της πολιτιστικής παράδοσης και της ευαισθητοποίησης για δράση και προβολή της περιοχής, πέραν των μόνιμων κατοίκων, σημαντική είναι και η συμβολή των απόδημων Αργιθεατών, οι οποίοι ενώνονται και συμμετέχουν μέσω των πολυάριθμων πολιτιστικών συλλόγων. Στο πλαίσιο συντονισμού αυτών, δραστηριοποιείται ενεργά η Πανελλήνια Ομοσπονδία Αργιθεατών (ΠΟΑΣ), υπό την ομπρέλα της οποίας λειτουργεί και η Συντονιστική Επιτροπή Νεολαίας προς ευαισθητοποίηση των νέων και προώθηση του τόπου στους φίλους αυτών.

³² Επίσημη Ιστοσελίδα Δικτύου Δήμων Περιοχής Πίνδου [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.pindosnet.gr/>> [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

³³ Επίσημη Ιστοσελίδα Δικτύου Πόλεων με Λίμνες [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://lakesnetwork.org/>> [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

³⁴ Επίσημη Ιστοσελίδα Finix Adventures [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://finixadventures.com/acitivities/>> [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

Τέλος, οι ίδιοι οι δυνητικοί τουρίστες της Αργιθέας αποτελούν την αγορά στόχο και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην χάραξη της προσφορά και της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος βάσει των αναγκών και της εμπειρίας τους.

5.1.2 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Τα τελευταία χρόνια η περιοχή βρίσκεται σε φάση υλοποίησης μία διαρκούς συστηματική προσπάθεια προκειμένου να καθιερωθεί η Αργιθέα ως κορυφαίος προορισμός εναλλακτικού, κυρίως ορεινού τουρισμού, και αυτό είναι ένα γεγονός που τόνισε το σύνολο των συνεντευξιαζόμενων. Η πανδημία, τα ακραία καιρικά φαινόμενα χαοτικού τύπου που δημιούργησαν κολοσσιαία προβλήματα στην περιοχή και η μετέπειτα ενεργειακή κρίση λειτούργησαν σωρευτικά ως σημαντική τροχοπέδη στον επιθυμητό ρυθμό επίτευξης του τελικού στόχου. Σίγουρα, ωστόσο, έχει σημειωθεί αξιοσημείωτη πρόοδος, ειδικά αν συγκρίνει κανείς τη σημερινή εικόνα με την πρότερη κατάσταση (Γράφημα 2). Αρκεί και μόνο το γεγονός ότι ο αριθμός των επισκεπτών του έχει αυξηθεί εντυπωσιακά, παρά τη μικρή διάρκεια παραμονής των τουριστών.

Γράφημα 2: Οι Υφιστάμενοι Αναπτυξιακοί Άξονες του Τουρισμού



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Ο Δήμος Αργιθέας έχει ήδη προχωρήσει σε κομβικής σπουδαιότητας πρωτοβουλίες ώστε να συμβάλλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη του τουρισμού. Αρχής γενομένης με τη δημιουργία και έκδοση ενός πλήρους ταξιδιωτικού οδηγού της περιοχής, *'The Golden Book of Argithea'* (2021), με φωτογραφίες, ενημερωτικό υλικό και χρήσιμες πληροφορίες. Η έκδοση έχει πραγματοποιηθεί στα ελληνικά, στα αγγλικά και στα γερμανικά και είναι εύκολα προσβάσιμος μέσα από την επίσημη ιστοσελίδα του Δήμου, ενώ έχει διανεμηθεί σε μεγάλο αριθμό ενδιαφερομένων και επίσημων συνεδρίων και

εκθέσεων. Μάλιστα, αυτό έδωσε και το έναυσμα για την αναβάθμιση της επίσημης ιστοσελίδας του Δήμου με πληροφορίες και υλικό σχετικά με όλα τα στοιχεία που συνθέτουν την εικόνα και το τουριστικό προϊόν της περιοχής.

Σε επίπεδο εξωστρέφειας ο Δήμος έχει προχωρήσει σε έναν ικανοποιητικό αριθμό δράσεων και συμμετοχών προβολής της περιοχής. Έχει ήδη στηρίξει και υποδεχθεί τηλεοπτικές εκπομπές με μεγάλη τηλεθέαση. Παράλληλα, συμμετέχει σε δεκάδες εκθέσεις με το απαραίτητο υλικό που εμπλουτίστηκε βάσει του Οδηγού και της δημιουργίας προωθητικών βίντεο με τα φυσικά, θρησκευτικά και πολιτιστικά μνημεία στην περιοχή. Στο πλαίσιο αυτό συνεργάστηκε με τις αρμόδιες κεντρικές τουριστικές υπηρεσίες, όπως είναι για παράδειγμα ο ΕΟΤ στη Φρανκφούρτη, πετυχαίνοντας μάλιστα να επιλεγεί η Αργιθέα για το έτος 2024 ως η ιδανική επιλογή στην ελληνική ηπειρωτική επικράτεια για τους λάτρεις του περιπατητικού τουρισμού (βλ Εικόνα 16, Παράρτημα)³⁵. Σε συνέχεια αυτού, φιλοξενήθηκε κλιμάκιο Γερμανών δημοσιογράφων υπό τη μορφή fam trip, ώστε να ετοιμαστεί και να δημοσιευθεί το ειδικό αφιέρωμα στην περιοχή από το μεγαλύτερο γερμανικό περιοδικό εναλλακτικού τουρισμού³⁶(βλ Εικόνα 17, Παράρτημα).

Στην περιοχή πραγματοποιείται ένας ενδιαφέρον αριθμός δραστηριοτήτων αθλητικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος θερινού ορεινού τουρισμού. Σε συνεργασία με την Ελληνική Ομοσπονδία Ποδηλασίας διεξήγαγε το 2023 το Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Ορεινής Ποδηλασίας στο αγώνισμα του Μαραθωνίου (XCM) (βλ Εικόνα 18 & 19, Παράρτημα), ενώ διοργανώνεται από το 2023 οι ετήσιοι αγώνες ορεινού τρεξίματος, Argitheia Mountain Race³⁷, με τη συμμετοχή αθλητών σε διεθνές επίπεδο, αλλά και Ελλήνων επαγγελματιών και ερασιτεχνών (βλ Εικόνα 7, Παράρτημα) Βάσει αυτού μάλιστα, αναπτύχθηκαν συνεργασίες με φορείς, όπως ο Ορειβατικός Σύλλογος Καρδίτσας, που συνδράμουν στην εξειδίκευση και προώθηση των δράσεων στην αγορά στόχο.

³⁵ Αφιέρωμα στην Επίσημη Ιστοσελίδα του ΕΟΤ με θέμα: *‘ΕΟΤ: Προβολή Αργιθέας και Αστυπάλειας στην Γερμανία ως εναλλακτικών και βιώσιμων προορισμών’* [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:https://gnto.gov.gr/draseis_eot/ekdilosi-eot-frankfourth-provoli-argitheas-astypalaias-ws-enallaktikwn-biwsimwn-proorismwn/> [πρόσβαση 8 Ιουνίου 2024].

³⁶ Αφιέρωμα στην Επίσημη Ιστοσελίδα του Δήμου με θέμα: *‘Γερμανίδα δημοσιογράφος για πρώτη φορά στην Αργιθέα: προετοιμασία για αφιέρωμα σε διεθνές περιοδικό περιπατητικού τουρισμού’* [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argitheia.gov.gr/germanida-dimosiografos-gia-proti-fora-stin-argitheia-proetoimasia-gia-afieroma-se-diethnes-periodiko-peripatitiko-tourismou/>> [πρόσβαση 8 Ιουνίου 2024].

³⁷ Επίσημη Ιστοσελίδα Argithearace [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:<https://argithearace.gr/>> [πρόσβαση 8 Ιουνίου 2024].

Σημαντικής σημασίας για τη συνεργασία φορέων και ενεργοποίηση των νέων είναι και η ετήσια Συνάντηση Νεολαίας της ΠΟΑΣ, η οποία σε συνεργασία με την ANKA Καρδίτσας, κατόρθωσε να εντάξει τις εκδηλώσεις της στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα χρηματοδότησης leader (υποδράσης 19.2.4.4/CLLD-LEADER) και να πραγματοποιήσει πολιτιστικά δρώμενα στην περιοχή. Ενδεικτικά για το 2023, οπότε και πραγματοποιήθηκε η πέμπτη εξ' αυτών, συμπεριελάμβανε φιλοξενία σε σπίτια Αργιθεατών και Ιερές Μονές, ξενάγηση στα ιστορικά σημεία της Αργιθέας, γαστρονομική εμπειρία με Παρασκευή τοπικών γευμάτων υπό την καθοδήγηση γυναικών της Αργιθέας, επίσκεψη και περιήγηση σε Μύλους, Πετρογέφυρα υπό την επίβλεψη του Ορειβατικού Συλλόγου Καρδίτσας, συμμετοχή στο το River Festival στις όχθες του Αχελώου με DJ και στο 24^ο Αντάμωμα Αργιθεατών με παραδοσιακή μουσική (βλ Εικόνα 23, Παράρτημα). Η Συνάντηση ολοκληρώθηκε με το πλέον καθιερωμένο Festival Music By the Lake στη Λίμνη Στεφανιάδας, το οποίο διεξάγεται στο πλαίσιο των Festival Πόλεων με Λίμνες που χρηματοδοτείται και διοργανώνεται από την Περιφέρεια Θεσσαλία και το Δίκτυο Πόλεων με Λίμνες. Συγκεκριμένα, για το έτος 2023 το Festival της περιοχής συμπεριελάμβανε αθλητικές δραστηριότητες, ορεινού τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως πεζοπορία γύρω από τη λίμνη, τοξοβολία, ιππασία, canoe kayak και στη βασική μουσική σκηνή φιλοξενήθηκε η συναυλία με τον κο Δημήτρη Μπάση, και συγκέντρωσε μεγάλο αριθμό επισκεπτών, όπως κάθε χρόνο (βλ Εικόνα 24, 25, Παράρτημα)³⁸. Αξίζει να σημειωθεί ότι έχει φιλοξενήσει ανά τα χρόνια την κα Ελένη Τσαλιγοπούλου, τον κο Γεράσιμο Ανδρεάτο, τον κο Αλέξανδρο Κτιστάκη, συγκροτήματα με καταγωγή την Αργιθέα και DJ. Ως απόδειξη της ανάπτυξης του τουρισμού και της προβολής της περιοχής, ενδεικτικά αναφέρεται η επίσκεψη του Ορειβατικού Συλλόγου Καλαμάτας (βλ Εικόνα 21, Παράρτημα) και Κρητών Ζωγράφου (βλ Εικόνα 22, Παράρτημα), οι οποίες περιλάμβαναν αρκετές δράσεις όπως πεζοπορία.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι πρόκειται για τα πρώτα βήματα, ωστόσο σίγουρα απαιτούνται και άλλες ενέργειες όπως συμφώνησαν οι συνεντευξιαζόμενοι. Προτάθηκαν από τους ίδιους οι εξής κινήσεις που θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν: η συμμετοχή σε διοργανώσεις που προσελκύουν πλήθος κόσμου σε κοντινές περιοχές, όπως είναι για

³⁸ Άρθρο 'Πλούσιο Τετράημερο Εκδηλώσεων στην Αργιθέα' στη διαδικτυακή εφημερίδα Karditsapress [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.karditsapress.gr/ev-τεχνη/33-πολιτισμος/57772-πλούσιο-τετράημερο-εκδηλώσεων-στην-αργιθέα>> [πρόσβαση 8 Ιουνίου 2024].

παράδειγμα ο 'Μύλος των Ξωτικών' στα Τρίκαλα, η αξιοποίηση χρηματοδοτικών εργαλείων για ψηφιακές εφαρμογές που συνδέονται με το τουριστικό προϊόν, η άντληση πόρων μέσα από το Ειδικό Αναπτυξιακό Αγράφων για τη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων κα.

5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΟΡΕΙΝΗΣ ΑΡΓΙΘΕΑΣ

Βάσει των συνεντεύξεων και τις ανάλυσης που προηγήθηκε, προκύπτουν τα δεδομένα που απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα με την ανάλυση SWOT, αναφορικά με τα δυνατά και αδύναμα σημεία της Αργιθέας για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού καθώς και των ευκαιριών και απειλών από το εξωγενές περιβάλλον.

Πίνακας 9: Ανάλυση SWOT Ανάπτυξης Ορεινού Τουρισμού Αργιθέας

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (STRENGTHS)	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (WEAKNESSES)
▪ Ορεινή γεωφυσική ποικιλομορφία ▪ Μοναδικό παρθένο φυσικό τοπίο ▪ Βουνοκορφές ▪ Καταγραφή μονοπατιών ▪ Καταρράκτες & ποτάμια εντός ορεινού τοπίου ▪ Ποταμός Αχελώος ▪ Λίμνη Στεφανιάδας ▪ Ιστορία & πολιτιστική κληρονομιά ▪ Ιστορικό ενδιαφέρον για δράση κλεφτών και αμαρτολών επί Τουρκοκρατίας ▪ Πετρίλο, 2^η Πρωτεύουσα της Ελεύθερης Ελλάδας ▪ Λαογραφικά σημεία, γαστρονομία και μοναδικότητα ▪ Μουσείο Ανθηρού & Συλλογή Βλασίου ▪ Σημαντικοί χώροι θρησκευτικού ενδιαφέροντος ▪ Αρχιτεκτονική & πετρογέφυρα ▪ Γεωργία & κτηνοτροφία, αυτονομία ▪ Ποιότητα ζωής & περιβάλλον ▪ Πιστοποιήσεις ορεινότητας & προστασίας ▪ Αργιθεάτικη φιλοξενία ▪ Οργανωμένες περιηγήσεις από γραφεία	▪ Γεωμορφολογικές συνθήκες ▪ Δυσκολίες καθημερινότητας ▪ Προβλήματα βασικών υποδομών ηλεκτροδότησης & υδροδότησης κατά τους καλοκαιρινούς μήνες που οφείλονται στην ορεινότητα ▪ Δυσκολίες προσβασιμότητας, κυρίως κατά τους χειμερινούς μήνες ▪ Δυσκολίες εσωτερικής προσπελασιμότητας ▪ Θεσμικές δυσκολίες ▪ Αστικοποίηση & μείωση πληθυσμού ▪ Έλλειψη κινήτρων επιστροφής & επιχειρηματικότητας ▪ Δυσκολίες οργανωμένων κτηνοτροφικών μονάδων ▪ Ανεπαρκής λειτουργία συλλογικών αγροτικών φορέων ▪ Αδυναμία εκμετάλλευσης παραγωγής προϊόντων ▪ Έλλειψη επίσημου φορέα τουριστικής ανάπτυξης ▪ Έλλειψη μονάδων διαμονής & μεγάλων ξενοδοχείων ▪ Έλλειψη τεχνογνωσίας τουρισμού ▪ Μικρός αριθμός δραστηριοτήτων ▪ Έλλειψη μελετών τουριστικού ενδιαφέροντος
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES)	ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS)
▪ Χαρακτηρισμένη ορεινότητα & διακρίσεις που αφορούν τη φύση ▪ Αειφόρος Ανάπτυξη με βάση τον πρωτογενή τομέα ▪ Επίσημη καταγραφή μονοπατιών περιοχής & τοποθέτηση απινιδωτών στα μεγάλα υψόμετρα	▪ Κλιματική κρίση ▪ Φυσικές καταστροφές, Ιανός & Ντάνιελ ▪ Μεταναστευτική ροή πληθυσμού ▪ Προβλήματα ανάπτυξης ως βιώσιμου τουριστικού προορισμού και προώθησης αυτού

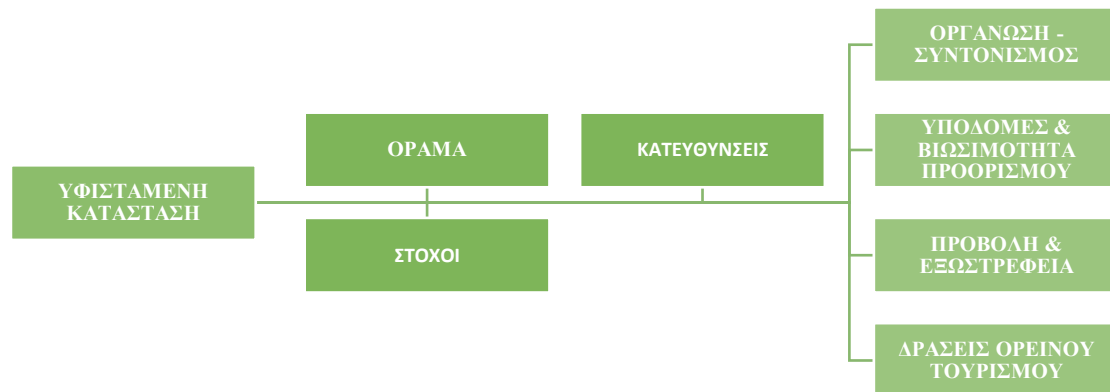
▪ Εγχείρημα πρώτου μονοπατιού ΑΜΕΑ ▪ Ενδυνάμωση τουριστικών υποδομών ▪ Προσπάθεια συγκρότησης επίσημης τουριστικής πολιτικής από το σύνολο των φορέων ▪ Εκσυγχρονισμός βασικών υποδομών ▪ Αποτελεσματική αντιμετώπιση των πρόσφατων φυσικών καταστροφών ▪ Χρηματοδοτικά εργαλεία (Leader, Ειδικό Αναπτυξιακό Πρόγραμμα Αγράφων, Πράσινο Ταμείο) ▪ Δημιουργία τουριστικού οδηγού ▪ Δίκτυο Πόλεων με Λίμνες ▪ Δίκτυο Ορεινών Όγκων ▪ Οδικός άξονας Ε65 ▪ Συμπερίληψη της Λίμνης Στεφανιάδας στο Φεστιβάλ Λιμνών ▪ Υπερτουρισμός και ακρίβεια στους καταξιωμένους τουριστικούς προορισμούς ▪ Ανεξερεύνητος δυνητικός προορισμός ▪ Καλές πρακτικές από άλλους Δήμους ▪ Δυνατό τουριστικό μήνυμα μέσω μοναδικότητας & ορεινότητας ▪ Σημαντική αύξηση τουριστικής ροής ▪ Αύξηση AirBNB ▪ Τάσεις αποκεντροποίησης, ιδιαίτερα μετά τον Covid	▪ Καταξιωμένοι κοντινοί ορεινοί προορισμοί, Λίμνη Πλαστήρα, Μετέωρα, Άγραφα, Τζουμέρκα κ.ά ▪ Ανεπαρκείς κρατικές, περιφερειακές και ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις ▪ Έργα εκτροπής Αχελώου ▪ Έλλειψη συγκεκριμένου φορέα για την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού ▪ Ενεργειακή κρίση ▪ Πόλεμος Ρωσίας – Ουκρανίας, Ισραήλ – Παλαιστίνης
--	--

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

5.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ MARKETING ΟΡΕΙΝΗΣ ΑΡΓΙΘΕΑΣ

Οι προτάσεις με σκοπό την οργανωμένη προσφορά και προώθηση του δυνητικού προορισμού της Αργιθέας ως τουριστικού προορισμού έχουν τις εξής κατευθυντήριες γραμμές (Γράφημα 3):

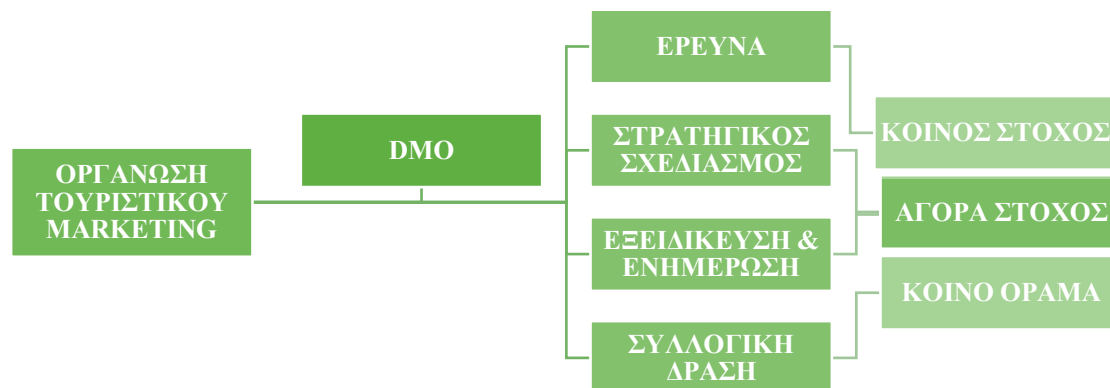
- την οργάνωση και τον συντονισμό του Τουριστικού Σχεδιασμού,
- την ενδυνάμωση των υποδομών και την εξασφάλιση της βιωσιμότητας του προορισμού
- τις δράσεις προβολής και εξωστρέφειας της περιοχής
- τη διαμόρφωση δραστηριοτήτων αμιγώς ορεινού τουρισμού σε συνδυασμό με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Γράφημα 3: Οι Προτεινόμενοι Αναπτυξιακοί Άξονες του Τουρισμού

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

5.3.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ

Για την περιοχή έχει παρατηρηθεί η έλλειψη ενός οργανωμένου στρατηγικού σχεδιασμού marketing, η οποία είναι σημαντική για την βιωσιμότητα του σχεδιασμού, και ειδικότερα στον ξεκάθαρο προσδιορισμό των αδυναμιών και δυνατοτήτων της περιοχής, στον καθορισμό των κοινών στόχων, της αγοράς στόχου και στη συνέχεια στην εκτενή και ασφαλή ενημέρωση όλων των εταίρων (Γράφημα 4).

Γράφημα 4: Η Προτεινόμενη Κατεύθυνση Οργάνωσης & Συντονισμού

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Σε αρχικό στάδιο, διαπιστώνεται η υστέρηση σε επαρκείς μελέτες σχετικά με τις δυνατότητες της περιοχής και την δυνατότητα τουριστικής δραστηριοποίησης και προσφοράς και πολύ περισσότερο ενός κοινού οράματος τουριστικής ανάπτυξης. Για την επιτυχία ενός σχεδίου ανάπτυξης αυτό δεν θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από αποσπασματικές ενέργειες, αλλά από ένα οργανωμένο σχέδιο με κοινούς στόχους. Έτσι, σε

συνδυασμό με το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ο Δήμος Αργιθέας θα μπορούσε να διεξάγει περαιτέρω έρευνες και μελέτες επάνω στους επιμέρους άξονες αειφορίας της περιοχής και του τουριστικού έργου.

Ως τουριστικός προορισμός η Αργιθέα υστερεί στην οργανωμένη και συντονισμένη προώθηση της Αργιθέας ως τουριστικού προορισμού, πόσο μάλλον με κατευθυντήριο γνώμονα την ορεινότητα. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται η σύσταση ενός DMO να επιφορτισθεί με το έργο αυτό και την εφαρμογή της στρατηγικής του σχεδίου marketing. Ο φορέας αυτός θα συμβάλει τόσο στον συντονισμό, την πληροφόρηση και κινητοποίηση των Αργιθεατών, των επιχειρηματιών και της τοπικής κοινότητας. Φυσικά η αποτελεσματικότητα αυτού αφορά στην επιτυχή βάση και στελέχωση του τουριστικού προϊόντος και όχι στην άμεση αύξηση της τουριστικής κίνησης. Η δράση αυτού θα επιτύχει και την επιμέρους κατάρτιση στους επιχειρηματίες της περιοχής και την παροχή κινήτρων στους κατοίκους για αύξηση της ενασχόλησης με τον τομέα.

Με βασικό στόχο την ανάπτυξη και αειφορία του προορισμού, το κύριο μήνυμα του τουριστικού marketing για την Αργιθέα θα μπορούσε να περιστρέφεται γύρω από έναν θεμελιώδη άξονα πως η περιοχή προσφέρεται ως επιλογή για τους επισκέπτες που αναζητούν κάτι αυθεντικό, ατόφιο και απείραχτο. Το branding με βάση το μήνυμα πως η Αργιθέα αποτελεί την *‘αφάγωτη προϊόντα’* της Θεσσαλίας και είναι η ενδεδειγμένη επιλογή για τους μυημένους στη φύση και στη γνησιότητα θα μπορούσε να είναι αποτελεσματικό για την ταυτότητα και την εικόνα της περιοχής.

Μέσω της ενημέρωσης και εκπαίδευσης των κατοίκων και επιχειρηματιών της περιοχής για το βασικό μήνυμα, στόχο και την αγορά στόχο, οι ίδιοι θα επωφεληθούν στο μέγιστο βαθμό. Η διεύρυνση του τουρισμού, σε συνδυασμό με την ευρεία αύξηση της επισκεψιμότητας στο δυσπρόσιτο αυτό μέρος, αποτελεί επί της ουσίας την τελευταίο ρεαλιστικό βραχίονα πάνω στον οποίο μπορεί να στηριχθεί η ήπια αναπτυξιακή προοπτική της ορεινής Αργιθέας. Η προσεκτική στροφή στον εναλλακτικό τουρισμό, όχι άναρχα, αλλά ως στρατηγική επιλογή της περιοχής και της τοπικής κοινωνίας δύναται να συγκρατήσει τον εναπομένοντα πληθυσμό, να προσελκύσει το ενδιαφέρον υποψήφιων επενδυτών μικρής ή μεσαίας κλίμακας και να αποτελέσει το βασικό, αν όχι τον μοναδικό σε λίγα χρόνια, κλάδο της τοπικής οικονομίας.

5.3.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ & ΥΠΟΔΟΜΩΝ

Το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η Αργιθέα είναι τα βασικά προβλήματα καθημερινότητας και υποδομών, τα οποία έχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης και αποτελούν το σημείο ποιότητας παροχής τουριστικής εμπειρίας. Δεν αρκεί μόνο το επίπεδο των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών να είναι ικανοποιητικό, αλλά θα πρέπει και η συνολική εμπειρία να είναι θετική, ειδικά σε έναν απομονωμένο ορεινό όγκο (Γράφημα 5).

Γράφημα 5: Οι Προτάσεις για Αναβάθμιση Ποιότητας Τουριστικής Προσφοράς



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Σημαντικό, σε αρχικό επίπεδο, είναι να ληφθούν μέτρα για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, με έμφαση στην καθαρότητα του τοπίου και την αναβάθμιση των χώρων. Δεδομένων των συνθηκών απαραίτητος κρίνεται ο σχεδιασμός προστασίας από φυσικές καταστροφές. Όσον αφορά στην ποιότητα των υποδομών στην Αργιθέα αξιοσημείωτη είναι η αναφορά στην αποκατάσταση των οδικών αξόνων προς αποφυγή απομόνωσης, με προτεραιότητα τους οδικούς άξονες Καρδίτσα – Άρτα (μέσω Φυλακτής – Πετρίλου), Καρδίτσα – Αγρίνιο, και η ένταξη του δρόμου Τροβάτου και Βραγκιανών με τη γέφυρα Παλιοκαρυάς, καθώς επίσης και η πρόσβαση από το Τροβάτο και τα Κέδρα εντός του Νομού Καρδίτσας. Σε επίπεδο τηλεπικοινωνιών σημαντική είναι η κάλυψη παρόχων σε όλο το εύρος της Αργιθέας, ειδικά μετά την προσπάθεια παροχής δικτύου wifi. Ο εκσυγχρονισμός των υποδομών ύδρευσης και αποχέτευσης κρίνεται απαραίτητος δεδομένων των προβλημάτων που προκύπτουν με την έντονη επισκεψιμότητα των θερινών μηνών. Στο ίδιο πλαίσιο, η συνεργασία και οι κινήσεις για παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας μέσω εναλλακτικών μορφών, όπως ανεμογεννήτριες, θα αναβαθμίσει το επίπεδο ηλεκτροδότησης και θα προφυλάξει το περιβάλλον.

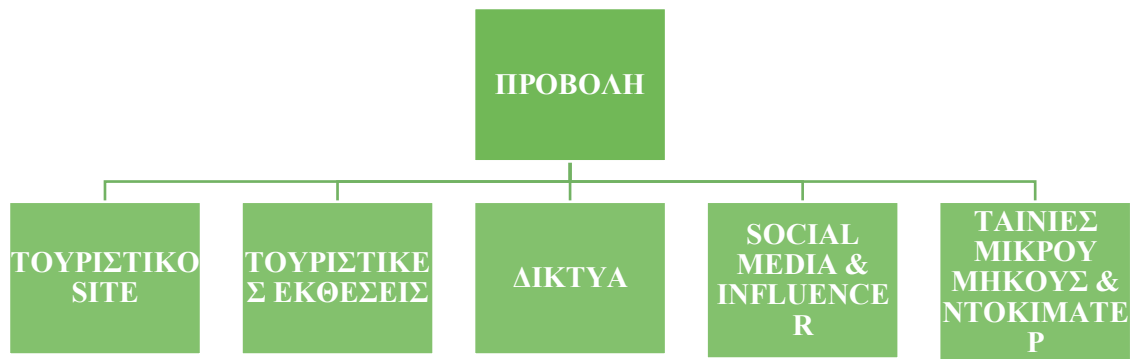
Σε επίπεδο τουριστικών υποδομών υπάρχει σαφής έλλειψη στην Αργιθέα. Μέσω της κατάλληλης ενημέρωσης και παροχής κινήτρων κρίνεται απαραίτητη η κινητοποίηση των Αργιθεατών για τη δημιουργία νέων καταλυμάτων κατά βάση και σε δεύτερο επίπεδο

μονάδων επισιτισμού, ώστε να αυξηθεί η φέρουσα ικανότητα της περιοχής. Μάλιστα, ενδιαφέρουσα για την εμπειρία των τουριστών θα ήταν και η συνεργασία και παροχή τοπικών προϊόντων στο πλαίσιο της Αργιθεάτικης φιλοξενίας. Η συνεργασία με τοπικούς και συλλογικούς φορείς θα είχε ιδιαίτερη σημασία στην διευκόλυνση παροχών πληροφοριών σε σημεία πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Παράλληλα, με δεδομένο ότι ο ορεινός τουρισμός βασίζεται σε αθλητικές δραστηριότητες ιδιαίτερης σημασίας κρίνεται και η συνεργασία με τα γραφεία αθλητικών και τουριστικών δραστηριοτήτων. Για την ευρύτερη ανάπτυξη της περιοχής, είναι αναγκαίο να διασφαλιστεί και η λειτουργία άλλων επιχειρήσεων κάλυψης βασικών αναγκών, όπως φαρμακεία, πρατήρια καυσίμων κλπ.

Συνεργασία και συντονισμός με τοπικές οργανώσεις παραγωγής τοπικών προϊόντων, όπως τα γαλακτοκομικά και ιδιαιτέρως το γαλοτύρι, ή τοπικό μέλι, προς προώθηση στους επισκέπτες και τουρίστες. Στο σημείο αυτό είναι απαραίτητη η ενημέρωση και πληροφόρηση των επιχειρηματιών για την ανάπτυξη και χρησιμότητα της δράσης αυτής, ώστε να υπάρχει επαρκής ποσότητα και συνεργασία με τέτοιου είδους επισιτιστικών επιχειρήσεων και καταλυμάτων. Να τονιστεί σε αυτό το σημείο, ότι η τουριστική ροή της περιοχής δεν είναι ικανή για την ανάπτυξη επιχειρήσεων αμιγώς τουριστικών ειδών και τοπικών προϊόντων. Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού δεν στηρίζεται μόνο στην ύπαρξη των κατάλληλων συνθηκών για τις ανάλογες τουριστικές δραστηριότητες, αλλά και στις συνεργασίες με ταξιδιωτικούς και τουριστικούς φορείς για την προώθηση ταξιδιωτικών πακέτων με συγκεκριμένες δραστηριότητες ορεινότητας και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, ανάλογου με την δράση της Νεολαίας της Αργιθέας.

5.3.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ & ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Παρά τις αξιόλογες δράσεις προβολής του τόπου, διαπιστώθηκε σε συλλογικό επίπεδο, η μη επαρκής προβολής της ευρύτερης περιοχής. Δεδομένου ότι η Αργιθέα αποτελεί έναν παρθένο και ανεξερεύνητο δυνητικό προορισμό η διαφήμιση και προώθηση της περιοχής που γίνεται μέσω εκθέσεων, social media, και από μεμονωμένα ταξιδιωτικά γραφεία δεν είναι ικανοποιητική. Καθίσταται σημαντική η εντονότερη και συντονισμένη δράση εξωστρέφειας βάσει ενός σχεδίου και συλλογικής προσπάθειας φορέων και μεμονωμένων Αργιθεατών (Γράφημα 6).

Γράφημα 6: Οι Προτάσεις για Αναβάθμιση Προβολής & Προώθησης

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Ιδιαίτερης σημασίας κρίνεται η δημιουργίας ενός αμιγώς τουριστικού site για την Αργιθέα με όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με την ορεινότητα, τον φυσικό πλούτο, τα πολιτιστικά στοιχεία, τις δράσεις και βασικές πληροφορίες, όπως οδικοί άξονες, χάρτες, δρομολόγια κτελ, ωράρια λειτουργίας μουσείων, πληροφορίες ταξιδιωτικών οργανισμών για περιπατητικές δράσεις κ.ά. Η χρησιμότητα αυτού είναι ιδιαίτερη πέραν της ευκολίας πρόσβασης και της ευρείας διάδοσης της τεχνολογίας, και λόγω της δυσκολίας σύστασης ενός Κέντρου Τουριστικής Πληροφόρησης, αφού η περιοχή έρευνας αφορά μεγάλης έκτασης και δύσβατης περιοχής.

Προτείνεται η εντονότερη συμμετοχή σε εκθέσεις εντός και εκτός Ελλάδος με σκοπό την προβολή και την ανάδειξη της προσφοράς δραστηριοτήτων και φυσικού πλούτου και τουριστικών αρμοδιοτήτων. Η έκδοση τουριστικών οδηγών και καρτ ποστάλ με βάση την ορεινότητα και τις επιμέρους δράσεις είναι ακόμη σημαντικά τουριστικά υλικά για την προβολή της περιοχής και χρήσης σε εκθέσεις και συνέδρια ειδικού σκοπού και ενημέρωσης της αγοράς στόχου. Δεδομένης της αποτελεσματικότητας των ήδη συμμετοχών σε δίκτυα, προτείνεται και η συνεργασία σε δίκτυα που αφορούν την ορεινότητα και τη βιώσιμη ανάπτυξη προορισμών, ώστε να αποφευχθεί η περιθωριοποίηση.

Με βάση τα διεθνή παραδείγματα ορεινών προορισμών, μια δράση με εύκολα και άμεσα αποτελέσματα είναι μέσω του κινηματογραφικού τουρισμού. Η Αργιθέα δε διαθέτει βεβαίως τα απαραίτητα μέσα για μεγάλες κινηματογραφικές παραγωγές, επομένως προτείνεται η διευκόλυνση προσέλκυσης και διαδικασιών για διεξαγωγή ντοκιμαντέρ και ταινιών μικρού μήκους με θέμα και βάση την ορεινότητα. Άλλωστε μέσω της εικόνας διασφαλίζεται η αμεσότητα του μηνύματος του δυνητικού προορισμού, ο χρόνος θέασης και το χαμηλό κόστος διαφήμισης, ενώ έχει μακροχρόνια οφέλη στον προορισμό και την

οικονομική διεύρυνση αυτού. Με βασικό εργαλείο την Αργιθεάτικη φιλοξενία και την άυλη πολιτιστική κληρονομιά, το μήνυμα του προορισμού της Αργιθέας θα μπορούσε να διαμορφωθεί μέσα από βίντεο παρουσίασης προσωπικών ιστοριών των κατοίκων και των πανταχού Αργιθεατών.

5.3.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με βάση τον φυσικό πλούτο και τις ιδιαιτερότητες του ορεινού όγκου της Αργιθέας είναι δυνατή η διεύρυνση των υφισταμένων δραστηριοτήτων που αφορούν στη διαμόρφωση του προϊόντος του ορεινού της τουρισμού (Πίνακας 10). Η φυσιογνωμία της περιοχής με τις δύσκολες κλιματικές συνθήκες, τον φόβο των φυσικών καταστροφών, τα προβλήματα προσβασιμότητας και παροχής υπηρεσιών και την αισθητή μείωση κατοίκων και επισκεπτών κατά τους χειμερινούς μήνες, δεν εξυπηρετούν στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων χειμερινού ορεινού τουρισμού, χωρίς αυτό να είναι δεσμευτικό για το μέλλον. Στην παρούσα φάση, με τα δεδομένα και το αρχικό στάδιο της ανάπτυξης του τουρισμού στην περιοχή, καθίσταται σαφής η δυνατότητα για διεύρυνση των δραστηριοτήτων θερινού ορεινού τουρισμού.

Πίνακας 10: Οι Προτάσεις Δραστηριοτήτων Ορεινού Τουρισμού Αργιθέας

Μορφή Εναλλακτικού Τουρισμού	Υποκατηγορία	Προτεινόμενη Δραστηριότητα
Θερινός ορεινός τουρισμός	Μονοπάτια	Ολοκλήρωση καταγραφής & σήμανσης μονοπατιών
		Διεύρυνση Mountain Race Argithea
		Χαρτογράφηση ως ενιαίου πάρκου με τουριστικές δράσεις & υποδομές
		Διαδικτυακή εφαρμογή διαδραστικού χάρτη σε μορφή κρυμμένου θησαυρού
		Διαδημοτική οργάνωση Αγραφιώτικων μονοπατιών & ανάλογης πιστοποίησης
		Πέραν των απινιδωτών & των υποδομών για ΑΜΕΑ, δημιουργία χώρων ξεκούρασης & κατασκηνωτικών κέντρων
	Mountain bike	Πλαίσιο εκδρομών με περίπατο, ιππασία & διανυκτέρευση στη φύση
		Αγώνες mountain bike
	Ιππασία	Μόνιμη πίστα mountain bike
		Αγώνες ιππασίας

	Σημεία ενδιαφέροντος	Σύσταση Μουσείου Έκθεσης ή Συνεδρίου με θέμα την ορεινότητα, την βιοποικιλότητα και του φυσικού πλούτου της περιοχής.
	Ανεμοπτερισμός	Διερεύνηση σε μελλοντικό χρόνο
	Αναρρίχηση	Διερεύνηση σε μελλοντικό χρόνο
Πολιτιστικός τουρισμός	Ιστορία	Συνδυασμός με σημεία ιστορικού & πολιτιστικού ενδιαφέροντος
	Λαογραφία	Συνδυασμός με διεξαγωγή συνεδρίου ιστορικού ή λαογραφικού ενδιαφέροντος
	Γαστρονομία & Τοπικά προϊόντα	Food Festival με τοπικά προϊόντα, μουσική και συμμετοχή
Θρησκευτικός τουρισμός		Πνευματική περιήγηση με σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος
Τουρισμός ευεξίας	Βότανα	Σε συνδυασμό με την επαφή των βοτάνων της περιοχής
	Ευεξία	Ως μέρος για άσκηση Yoga και ευεξίας
Χειμερινός ορεινός τουρισμός		Διερεύνηση σε μελλοντικό χρόνο για χιονοδρομικό κέντρο

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Από την παρούσα έρευνα προκύπτει αβίαστα το συμπέρασμα ότι ο Δήμος Αργιθέας, σε συνδυασμό με τις ενέργειες αρκετών φορέων είναι ήδη σε ικανοποιητικό στάδιο ανάπτυξης δραστηριοτήτων θερινού ορεινού τουρισμού με αρκετή μάλιστα απήχηση και επισκεψιμότητα.

Αναφορικά με την περιήγηση μονοπατιών, στην Αργιθέα, φαίνεται πως ήδη έχουν μπει οι βασικοί άξονες με την διαδικασία καταγραφής και σήμανσης αυτών, την εγκατάσταση απινιδωτών στα μεγαλύτερα υψόμετρα και την διάνοιξη μονοπατιών για ανθρώπους με κινητικά προβλήματα. Ιδιαίτερης σημασίας είναι και οι αγώνες που διεξάγονται τα τελευταία δύο χρόνια με την ονομασία Mountain Race Argitheia. Βάσει του παραδείγματος των Τζουμέρκων, προτείνεται η διερεύνηση της προβολής της περιοχής ως ενιαίου πάρκου. Η αποτύπωση της περιοχής σε έναν ενιαίο χάρτη με όλες τις τουριστικές δραστηριότητες, καθώς και την προσφερόμενη τουριστική υποδομή θα εξυπηρετούσε στην σύνθεση των πακέτων. Με αυτόν τον τρόπο, θα μπορούσε να εξασφαλιστεί και η συνεργασία με σχολές ορειβάσις και εξειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία. Σε συνέχεια αυτού, μια παρεμφερής δράση, με τη βοήθεια ειδικής εφαρμογής θα μπορούσε να είναι η αποτύπωση χάρτη μονοπατιών υπό το πρίσμα ενός διαδραστικού διαδικτυακού χάρτη με

μουσική υπόκρουση και δράσης φύσης στο πνεύμα ενός παιχνιδιού χαμένου κυνηγιού, για την επαγρύπνηση και των μικρότερων ηλικιών. Αποτελεσματική για την ανάπτυξη του ορειβατικού τουρισμού θα ήταν και η διαδημοτική οργάνωση ορειβατικών μονοπατιών και διασύνδεση των Αγραφιώτικων χωριών, με ανάλογη πιστοποίηση τύπου Europarc με τα ανάλογα οφέλη που προσφέρει. Επιπρόσθετα, υποδομές για χώρους ξεκούρασης των περιπατητών και κατασκηνωτικών εγκαταστάσεων, όπως υπαίθριες τουαλέτες, θα εξυπηρετούσαν στην συγκεκριμένη δράση.

Δεδομένης της επιτυχίας διεξαγωγής του Πανελλήνιου Πρωταθλήματος Ορεινής Ποδηλασίας το 2023, προτείνεται η μονιμοποίηση των αγώνων mountain bike για την περιοχή. Αυτό μπορεί να διεξαχθεί είτε σε συνεργασία με το Πανελλήνιο Πρωτάθλημα είτε σε συνδυασμό με το Mountain Race Argitheia, συμπεριλαμβάνοντας τις δυο βασικές αθλητικές δραστηριότητες ορεινού τουρισμού. Μάλιστα, ενδιαφέρουσα θα ήταν και η διάνοιξη υποδομών και μόνιμης πίστας για τις δυο δράσεις. Στο πλαίσιο διεξαγωγής αγώνων, δυνατή θα ήταν και η διοργάνωση που αφορά στην ιππασία.

Δεδομένου ότι ο ορεινός τουρισμός βασίζεται στην αγάπη για την άγρια φύση και τόσο η φυσιογνωμία της περιοχής όσο η ζήτηση και βιωσιμότητα το επιτρέπουν, προτείνονται επιπλέον δραστηριότητες με άμεση σύνδεση με τη φύση. Συγκεκριμένα, θα μπορούσε να διοργανωθεί ένα συγκεκριμένο πλαίσιο εκδρομών με άλογα σε συνδυασμό με υπαίθρια διανυκτέρευση, η οποία είναι άλλωστε διαδεδομένη και προτιμώμενη από τους τουρίστες της Αργιθέας. Σε αυτό μάλιστα, θα μπορούσε να προστεθεί και η χρήση εκπαιδευτικών προγραμμάτων σχετικά με τον φυσικό πλούτο, την ομορφιά και τους κινδύνους της περιοχής, όπως επίσης και παρακολούθηση των άστρων. Μια ενδιαφέρουσα κίνηση θα ήταν και η σύσταση Μουσείου, Έκθεσης ή Συνεδρίου με θέμα την ορεινότητα, την βιοποικιλότητα και του φυσικού πλούτου της περιοχής.

Δεδομένου ότι οι αμιγώς ορεινές δραστηριότητες δεν είναι από μόνες τους επαρκές κίνητρο για τους τουρίστες βάσει της βιβλιογραφίας, προτείνεται ο συνδυασμός με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Συγκεκριμένα για την Αργιθέα, σε συνδυασμό με την πλούσια ιστορία, αρχαιολογική αξία και τον διαδεδομένο θρησκευτικό τουρισμό, θα μπορούσαν αυτά να συνδυαστούν με περιηγήσεις πνευματικότητας και ορεινότητας. Μάλιστα, ένα συνέδριο ιστορικού ή λαογραφικού ενδιαφέροντος θα μπορούσε να προσελκύσει έναν σημαντικό αριθμό επισκεπτών. Επιπρόσθετα, η λαογραφία, τα πανηγύρια, τα τοπικά προϊόντα και η γαστρονομία της περιοχής δύνανται να αποτελέσουν σημεία ενδιαφέροντος, ειδικά εάν χρησιμοποιηθούν στο πλαίσιο ενός τοπικού Food

Festival. Σε αυτό δράσεις όπως εκπαιδευτικά σεμινάρια για την παρασκευή τοπικών προϊόντων, όπως το διάσημο και ξεχωριστό τσαλαφούτι, τοπικών πιάτων, γευσιγνωσίας παραδοσιακού τσίπουρου και κρασιού υπό το άκουσμα των παραδοσιακών δημοτικών τραγουδιών της Αργιθέας θα ήταν σίγουρα μια αυθεντική εμπειρία για τους τουρίστες, ενώ συνδυάζεται εύκολα με τις αμιγώς ορεινές δράσεις της ιππασίας, των περιηγήσεων και της εξερεύνησης της φύσης. Σε αυτό μπορεί να προστεθεί και η επαφή με τα τοπικά βότανα, αναπτύσσοντας και τον τουρισμό βοτάνων, και δράσεις τουρισμού ευεξίας. Άλλωστε το τοπίο ευνοεί τις αθλητικές δραστηριότητες τύπου ευεξίας, άσκηση Yoga και πνευματικότητας. Σίγουρα αυτές οι ιδέες θα μπορούσαν να αποτελέσουν και μέρος του ήδη καταξιωμένου Festival της Λίμνης Στεφανιάδας και των Party του Αχελώου ή να διεξαχθούν κατά μόνας, βοηθώντας επιμέρους χωριά της Αργιθέας.

Στο πλαίσιο της ενδυνάμωσης των δραστηριοτήτων αμιγώς ορεινού τουρισμού, ενδιαφέρον θα είχε σε μελλοντική φάση η διερεύνησης των δυνατοτήτων και η υλοποίηση υποδομών και δράσεων για αθλήματα, όπως ο ανεμοπτερισμός και η αναρρίχηση. Επιπρόσθετα, με την εξασφάλιση υποδομών και όλων των κατάλληλων συνθηκών, προτείνεται και η έρευνα σχετικά με τον χειμερινό ορεινό τουρισμό, που περιλαμβάνει την ανάπτυξη χιονοδρομικού κέντρου, αν και είναι επένδυση υψηλού κόστους.

5.3.5 ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ MARKETING ΥΠΟ ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΔΡΑΣΗ

Ο στόχος του βιώσιμου τουρισμού στην Αργιθέα μέσω της ενίσχυσης και της αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος δεν είναι ανέφικτος αλλά χρειάζεται συλλογική προσπάθεια, ολοκληρωμένες προτάσεις και συντονισμένες κινήσεις.

Η σύσταση μιας Argitheas DMO θα διαδραμάτιζε κρίσιμο ρόλο στην ενίσχυση της ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας στην περιοχή. Το festival που διεξάγεται κάθε χρόνο στην λίμνη Σταφανιάδας θα μπορούσε να γίνει τριήμερο με συναυλίες και σε άλλα χωριά του Δήμου(Ανθηρο-Στεφανιάδα-Βραγκιανά) καθώς η κάθε περιοχή έχει μια διαφορετικότητα. Τα social media θα μπορούσαν να παίξουν καθοριστικό ρόλο στην προβολή της Αργιθέας καθώς θα μπορούσε να γίνει μια συλλογική δράση για βίντεο στο youtube όπου θα παρουσιάζεται η περιοχή μέσω της εμπειρίας των Αργιθεατών, όπως και η δημιουργία μιας αλληλεπιδραστικής πλατφόρμας “ASK FOR ARGITHEA” που θα μπορούν οι επισκέπτες, οι ντόπιοι ακόμα και οι τοπικοί φορείς να ανεβάζουν

φωτογραφίες ή βίντεο και να μπορούν οι εν δυνάμει επισκέπτες να ρωτούν οτιδήποτε θέλουν για τον προορισμό τον οποίο έχουν επιλέξει. Η δημιουργία συνεταιρισμών διαφορετικών ειδικοτήτων όπως βοτανολόγοι, παραγωγοί μελιού, τυροκόμοι, θα βοηθούσε σημαντικά στην προβολή των ντόπιων προϊόντων. «Argithea's Nature από την φύση σε εσας» υπάρχει ποικιλομορφία βοτάνων στην περιοχή που άλλα μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως αφεψήματα, superfoods και άλλα για παραγωγή καλλυντικών. «ΜελΑργιθέα» το μέλι που παράγεται αποκλειστικά στην περιοχή και έχει την δυνατότητα να πουληθεί παντού. Το προϊόν που το βρίσκεις ατόφιο αποκλειστικά και μόνο στην Αργιθέα είναι το τσαλαφούτι που με την ιδιαίτερη γεύση του και τις κατάλληλες προωθητικές ενέργειες όπως συμμετοχή σε food festival, να προσφέρεται ως κέρασμα από τους ντόπιους στα καταστήματα, η συνεργασία με αλυσίδες καταστημάτων θα κάνει την περιοχή γνωστή. Η δημιουργία του «zooArgithea» με οικόσιτα ζώα θα μπορούσε να προσφέρει βιωματικές εμπειρίες στους επισκέπτες μέσω της ύπαρξης εργαστηρίου που θα φτιάχνει το δικό του αλλαντικό ή τυρί τις ημέρες που θα είναι στην περιοχή. «As home» μια δράση όπου οι ντόπιοι θα έχουν την διάθεση να δεχθούν επίσκεψη στο σπίτι τους από τουρίστες που θα έχουν την δυνατότητα να μάθουν κάποιες τοπικές συνταγές όπως πίτες, πλαστό, στιφάδο. Μια συλλογική δράση όπως το «Argithea Mountain Experience Tour» θα δίνει την δυνατότητα να γνωρίσει πολλά χωριά της περιοχής καθώς θα περιλαμβάνει κανό στην λίμνη Στεφανιάδας, ανάβαση στο βουνό Βουτσικάκι, επίσκεψη στην Ι.Μ Σπηλιάς στα Κουμπουριανά, κολύμπι και ψάρεμα με την μέθοδο των χεριών στον ποταμό Αχελώο, περιήγηση στο φαράγγι της Καληκώμης, βόλτα στο πετρογέφυρο του Πετρωτού, επίσκεψη στην έδρα του Δήμου στο Ανθηρό και επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο του χωριού Αργιθέα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αναμφισβήτητα, ο τουρισμός αποτελεί ένα παγκόσμιο φαινόμενο ικανό να στηρίζει οικονομίες, περιοχές και ζωές ανθρώπων. Υπό την ομπρέλα του συμπεριλαμβάνει πληθώρα εννοιών, δραστηριοτήτων και στρατηγικών πολιτικών οι οποίες αλληλοσυνδέονται και αλληλεξαρτώνται, με βασικό γνώμονα πάντοτε την παροχή αυθεντικής εμπειρίας των επισκεπτών και της αειφόρου ανάπτυξης και επιβίωσης των προορισμών. Αυτός είναι άλλωστε και ο λόγος που μελέτες και πολιτικές χάραξης τονώθηκαν, ενημερώθηκαν και οδηγήθηκαν στην ενδυνάμωσή του μέσω των ξεχωριστών και εξειδικευμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στα χέρια των ιθυνόντων του κλάδου προσφέρονται πληθώρα εργαλείων και ιδιαιτεροτήτων ως προς τους προορισμούς ή και τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες των τουριστών. Ένα εξ αυτών είναι και ο ορεινός όγκος με τις δυνατότητες και τις δυσκολίες που προσφέρει. Τα βουνά καθίστανται ως σημεία αναφοράς για εκείνους που αγαπούν τη φύση, το άγριο τοπίο, την αποκεντροποίηση και αναζητούν τη σύνδεσή τους με αυτή. Οι ορεινοί όγκοι πέραν της ποικιλομορφίας του τοπίου και του φυσικού πλούτου που προσφέρουν, αποτελούν σημεία πρόκλησης σχεδιασμού του τουριστικού προϊόντος. Εξ αρχής χαρακτηρίζονται από τη δύσβατη πρόσβαση σε αυτά λόγω της θέσης τους, την περιθωριοποίηση από τις βασικές πολιτικές, χορηγίες και παροχές και απαιτούν μία καθορισμένη και προσεκτική κινητοποίηση ως προς τη διαφύλαξη του φυσικού τους πλούτου και την ευαισθητοποίηση σχετικά με αυτά.

Από την βάση τους, οι άνθρωποι που επιθυμούν να επισκεφτούν τα βουνά είναι και εκείνοι που τα αγαπούν, τα γνωρίζουν και τα σέβονται. Για τον λόγο αυτό, ο ορεινός τουρισμός δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες τους να έρθουν σε επαφή μέσω ποικίλων δραστηριοτήτων μαζί τους, να συνδεθούν με τη φύση και να αισθανθούν μέρος αυτού του συναρπαστικού τοπίου. Μέσω καλά σχεδιασμένων σχεδίων Marketing για ορεινούς προορισμούς διασφαλίζεται παροχή αυθεντικής εμπειρίας, η αειφορία του προορισμού μέσω της κοινής συλλογικής δράσεις όλων των ιθυνόντων και η αποφυγή κινδύνων, όπως ο υπερτουρισμός, η κακή μεταχείριση των υποδομών και η έλλειψη προβλημάτων από φυσικές και ανθρώπινες καταστροφές.

Στο πλαίσιο αυτό, όπως καθίσταται σαφές και από την διεθνή εμπειρία, το οργανωμένο τουριστικό marketing είναι εκείνος ο κλάδος που διασφαλίζει τη σωστή ροή του τουρισμού, την οικονομική διάνθιση των προορισμών και την παροχή άμεσης και

αυθεντικής εμπειρίας των επισκεπτών. Με βάση την διερεύνηση και κατανόηση όλων των θετικών και αρνητικών χαρακτηριστικών μίας περιοχής, την εξασφάλιση της συμμετοχικής όλων των εταίρων, ακόμη και των ίδιων των πολιτών, δίνεται η δυνατότητα για τη χάραξη και συνοχή του κοινού στόχου και οράματος. Τα εργαλεία για την προώθηση και τουριστική εμπειρία είναι ποικίλα και απαιτούν οργάνωση, καλή κάλυψη αναγκών από όλους τους ενδιαφερόμενους και δημιουργικότητα. Ειδικά για τον ορεινό τουρισμό, η ίδια η φύση με το τοπίο, η συλλογική δράση και κινητοποίηση βάσει των ιδιαιτεροτήτων και η προώθηση μέσω της εικόνας και του πολιτισμού, είναι μόνο κάποια από τις κατευθυντήριες γραμμές του.

Στην Ελλάδα, αποτελώντας το 3% του ΑΕΠ, στηρίζοντας πολλές επιχειρήσεις και θέσεις εργασίας, ο τουρισμός είναι η βαριά βιομηχανία μας. Ο ήλιος, η θάλασσα, η μακρά ιστορία είναι εκείνα που αποτελούν την εικόνα της χώρας και παρέχουν κίνητρο επίσκεψης ανά τα χρόνια. Ωστόσο, η εξέλιξη του διεθνούς γίνεσθαι και του φαινομένου του τουρισμού απαιτούν την διεύρυνση αυτής της ταυτότητας και του τουριστικού προϊόντος μέσω των πιο εξειδικευμένων μορφών τουρισμού. Άλλωστε, με τον υπερτουρισμό και την ακρίβεια που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στους κορυφαίους προορισμούς της χώρας, η ενίσχυση και προώθηση νέων εναλλακτικών προορισμών εντός της Ελλάδος θα εξυπηρετήσει στον στόχο αυτό.

Με το 80% της χώρας να αποτελείται από ορεινούς και ημιορεινούς όγκους, ο ορεινός τουρισμός αποτελεί αδιαμφισβήτητα μία έξοδο διαφυγής για το εγχώριο προϊόν. Ορεινοί προορισμοί, όπως τα Τζουμέρκα, τα Μετέωρα, η Βαμβακού έχουν ήδη ξεχωρίσει και αυξήσει την τουριστική τους ροή, ο καθένας σε διαφορετικό ποσοστό, με διαφορετική στρατηγική και για διαφορετικό λόγο. Ενδιαφέρουσες ορεινές περιοχές με προοπτικές ανάπτυξης μένουν παρόλα αυτά ακόμη ανεξερεύνητες και ανεκμετάλλευτες.

Μία από αυτές είναι η Αργιθέα, μία περιοχή που βρίσκεται στα Άγραφα της Καρδίτσας, εντός του ορεινού όγκου της Πίνδου. Με θέση στρατηγικής σημασίας, καθώς ενώνει τρεις Νομούς της ηπειρωτικής χώρας (Καρδίτσα, Άρτα, Ευρυτανία) και έντονο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον αποτελεί ίσως έναν δυναμικό δυνητικό προορισμό.

Η έως πρόσφατα μη έντονη ανθρώπινη δραστηριότητα στην περιοχή συνέβαλε στη διαφύλαξη του φυσικού της πλούτου, ο οποίος είναι αξιοσημείωτος και προστατευόμενος από διάφορους φορείς, όπως είναι το πρόγραμμα Natura 2000, η UNESCO και το προστατευόμενο Καταφύγιο Άγριας Ζωής. Με υψηλότερη κορυφή τα 2.184 μέτρα είναι

αναμφίβολα ένας αμιγώς ορεινός όγκος με κοιλάδες, δάση, πλούσια βλάστηση, άγρια ζώα, την εύφορη περιοχή του ποταμού Αχελώου και των παραποτάμων του και την όλο και αυξανόμενα επισκέψιμη τελευταία φυσική λίμνη της Ελλάδος, εκείνη της Στεφανιάδας. Το σύνολο αυτών συνδράμουν στην παροχή τουριστικού προϊόντος με βάση την ορεινότητα. Αυτό ενισχύεται φυσικά και από το πολιτιστικό υπόβαθρο της περιοχής, με την ιστορία από τους Αθαμάνες έως τους Κλεφταρματολούς και τον Καραϊσκάκη, με την δεύτερη έδρα της Κυβέρνησης του Βουνού στο χωριό Πετρίλια, την αρχιτεκτονική, τα αξιοσημείωτα πετρογέφυρα και τα μοναστήρια. Τα στοιχεία εκείνα που ολοκληρώνουν την ταυτότητα της περιοχής και συνθέτουν το τουριστικό της κάδρο είναι, βεβαίως, η λαογραφική παράδοση με τα τραγούδια και την τοπική γαστρονομία που συναντά κανείς σήμερα στα πανηγύρια, τα τοπικά προϊόντα, όπως το γαλοτύρι και το μέλι και φυσικά η Αργιθεάτικη φιλοξενία.

Ως μία αμιγώς ορεινή περιοχή με ό,τι αυτό συνεπάγεται, σαφώς η Αργιθέα καλείται πρωτίστως να αντιμετωπίσει προβλήματα ζωτικής σημασίας και καθημερινότητας. Το ορεινό της περιβάλλον δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες για παρουσία φυσικών καταστροφών και των μεγάλων ζημιών που αυτές προκαλούν, όπως αποδείχτηκε πρόσφατα από τον Ιανό και τον Ντάνιελ. Οι βασικές υποδομές και υπηρεσίες οδοποιίας, προσβασιμότητας, παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, υδροδότησης και ιατρικής περίθαλψης ιδιαίτερα κατά τους χειμερινούς μήνες είναι ακόμη και σήμερα προβληματικά.

Αυτά σε συνδυασμό με την φτώχεια των προηγούμενων χρόνων, την αστικοποίηση και την έλλειψη κινήτρων και ευκαιριών απασχόλησης στην περιοχή, που περιορίζεται κυρίως στον πρωτογενή τομέα με την γεωργία και κτηνοτροφία και δευτερευόντος στην παραγωγή κτηνοτροφικών προϊόντων και παροχή τουριστικών υπηρεσιών, ώθησαν το μεγαλύτερο μέρος των Αργιθεατών να μεταναστεύσουν εντός και εκτός της χώρας. Με την έλλειψη επαρκούς ανθρώπινου δυναμικού, αλλά την αγάπη και νοσταλγία πάντοτε των αποδήμων για τον τόπο τους, οι φορείς καλούνται να μεριμνήσουν για την περιοχή, την εξομάλυνση των καθημερινών προβλημάτων και την παροχή κινήτρων για επιστροφή και επιχειρηματικότητα στην Αργιθέα, με στόχο την βιωσιμότητα της περιοχής και την αειφορία του δυνητικού τουριστικού προορισμού.

Τα τελευταία χρόνια η περιοχή γνωρίζει αδιαμφισβήτητα μία σημαντική αύξηση στον αριθμό επισκεψιμότητάς της. Σε αυτό συμβάλλουν κυρίως οι δράσεις κάποιων εκ των

εταίρων κατά μόνας είτε σε συνεργασία μερών εξ αυτών με βασικό εταίρο τον Δήμο. Αυτός σε συνδυασμό με την Περιφέρεια έχουν στήσει ένα πιο ευεργετικό σύστημα παροχής χορηγιών για την ασφαλτόστρωση, οδοποιία, ακόμη και συμμετοχή σε πολιτιστικές δράσεις, όπως το Festival Λιμνών στο οποίο υπάγεται το Festival Music by the Lake με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην περιοχή. Ο ίδιος κατόρθωσε τη συνεργασία με Δίκτυα Δήμων, όπως εκείνο της Πίνδου και των Λιμνών, που συνδράμουν στην εξωστρέφεια, κοινή δράση και ανταλλαγή τεχνογνωσίας και καλών πρακτικών. Στο πλαίσιο αυτό κατόρθωσε να συμμετέχει σε εκπαιδευτικά προγράμματα για την διαφύλαξη του περιβάλλοντος και του φυσικού τοπίου, όπως με την συνεργασία για την, ανακύκλωσης και επαναχρησιμοποίησης φερτών υλών από φυσικές καταστροφές με το τμήμα ΔΕΞΥΣ του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Με τη βοήθεια εθελοντών και τοπικών επιχειρηματιών και Συλλόγων ξεκίνησε την καταγραφή και σηματοδότηση των μονοπατιών, με πρωτοβουλίες όπως η τοποθέτηση απινιδωτών σε τρεις κορυφές και την προσπάθεια διάνοιξης μονοπατιού ΑΜΕΑ. Οι δεκάδες Πολιτιστικοί Σύλλογοι, κυρίως η ΠΟΑΣ, με την συμμετοχικότητα των απόδημων Αργιθεατών και εκείνων της δεύτερης γενιάς, συμβάλλουν στην προώθηση του τόπου σε φίλους και γνωστούς μέσω των δράσεων τους, οι οποίες συμπεριλαμβάνουν τη συνεργασία τοπικών φορέων, όπως τα μοναστήρια, τα δυο Μουσεία, οι επιχειρηματίες διαμονής και επισιτισμού και τα μικρά γραφεία περιηγήσεων. Τα τελευταία σε συνδυασμό με τη βοήθεια του Δήμου έχουν αναπτύξει ένα σύστημα παροχής οργανωμένων δραστηριοτήτων ορεινού αθλητισμού, όπως είναι η ορειβασία, το Kanoe kayak, η ιππασία και πολλά ακόμη, στηρίζοντας μάλιστα και τους παγκόσμιους αθλητικούς αγώνες ορεινού τρεξίματος και ποδηλασίας που διοργανώνονται τα τελευταία δυο χρόνια στην περιοχή.

Καθίσταται σαφές, λοιπόν, πως για μια τόσο ανεκμετάλλευτη περιοχή, τα τελευταία χρόνια γίνεται ένας αρχικός βηματισμός προς την ανάπτυξη ενός βιώσιμου ορεινού προορισμού. Δεδομένου ότι βρίσκεται ακόμη σε αρχικό στάδιο και βασίζεται σε μεμονωμένες δράσεις, απαιτείται ένα οργανωμένο τουριστικό Marketing υπό την καθοδήγηση ενός DMO (Local Tourism Administration) και την ουσιαστική συμμετοχή και συνεργασία των μελών της εκάστοτε κοινότητας (community based). Η ίδρυση δημοτικής κοινωφελούς επιχείρησης (community owned tourism) που θα στοχεύει στην ανάπτυξη και στο ευρύτερο κοινωνικό όφελος μπορεί να βοηθήσει με τις υποδομές και σε ότι άλλο χρειαστεί για να εφαρμοστούν πρακτικές και προγράμματα που θα έχουν ως στόχο την προσέλκυση τουριστών αλλά και την αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των

ντόπιων. Με περεταίρω διερεύνηση, εκπαίδευση και προσεκτικά σχεδιασμένη συλλογική δράση, η Αργιθέα θα μπορούσε να είναι ένας ανταγωνίσimos ορεινός προορισμός υπό αυτό το κοινό όραμα και το κοινό μήνυμα της ορεινότητας και της ‘αφάγωτης προίκας της Θεσσαλίας’. Με περεταίρω κινητοποίηση και προώθηση αυτού του μηνύματος και της ομορφιάς του τόπου μέσω τουριστικών εκθέσεων, συνεδρίων, χρήσης social media και Influencer, ακόμη και κινηματογράφησης μίνι ταινιών και ντοκιμαντέρ, η περιοχή θα μπορούσε να προβληθεί περισσότερο. Πολύ περισσότερο ύστερα από την παροχή καλύτερης ποιότητας βασικών και τουριστικών υποδομών, καθώς επίσης και την αύξηση των δραστηριοτήτων τουριστικού ενδιαφέροντος. Με τη διεύρυνση των δραστηριοτήτων θερινού ορεινού τουρισμού, όπως για παράδειγμα την χαρτογράφηση ενός ενιαίου πάρκου με τουριστικές δράσεις, σαν τα Τζουμέρκα ή τη μόνιμη πίστα αγώνων Mountain Bike και Race, και την διάνθηση του τουριστικού προϊόντος με εναλλακτικές μορφές, όπως μέσω της διεύρυνσης του Festival της λίμνης Στεφανιάδας με επιπλέον δράσεις βοτανολογίας, ευεξίας, ιστορικής εκπαίδευσης και τοπικών προϊόντων, η περιοχή δύναται να εξελιχθεί ως ανταγωνιστικός προορισμός.

Σε ένα παγκόσμιο πλαίσιο ανάπτυξης του τουρισμού, αποκέντρωσης και εύρεσης νέων εναλλακτικών προορισμών και δραστηριοτήτων, η Αργιθέα έχει τις δυνατότητες να δώσει την απάντηση. Με την εξομάλυνση των προβλημάτων που προκύπτουν από την ορεινότητά της και την οργανωμένη συλλογική δράση, η ‘αφάγωτη προίκα της Θεσσαλίας’ είναι ικανή να φιλοξενήσει και να προσεγγίσει εκείνους που αγαπούν ουσιαστικά την παρθένα φύση και τα βουνά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

▪ ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

Ανδριώτης, Κ. (2003) 'Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του', *Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος*, 20-21, 139-154.

Βαρβαρέσος, Σ. (1999) *Τουριστική Ανάπτυξη και Διοικητική Αποκέντρωση*, Αθήνα: Προπομπός.

Βέργος, Σ., Πούλιου, Α., Αρέτος, Β., Καβράκη, Α., Τσιρούκης, Α., Γούλα, Ι. (2009) *Η συμβολή του Κανονισμού (ΕΟΚ) 2078/92 στην Προστασία του Περιβάλλοντος: Η Περίπτωση του Βιότοπου Κατούνας*, Ν. Καρδίτσας, Παρουσίαση στο 14^ο Πανελλήνιο Δασολογικό Συνέδριο.

Γαλερίδη, Α., Σπανού, Κ., Μακρή, Κ., Πυργιώτη, Γ., Παπαγεωργίου, Β., Κάλφα, Β., (1995) *Τα Πέτρινα Γεφύρια της Θεσσαλίας*, Αθήνα: έκδοση Τ.Ε.Ε. Τμήμα Κεντρικής και Δυτικής Θεσσαλίας.

Γιακούλας, Δ., (2021) *Η Επίπτωση του 'Ιανού' στην επιχειρηματική δραστηριότητα και στην απασχόληση στις πληγείσες περιοχές της Θεσσαλίας*, Λάρισα: Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας & Ινστιτούτο Εργασίας Γ.Σ.Ε.Ε.

Γουργιώτης, Α. (2007) *Η ανάπτυξη του ορεινού χώρου: Το παράδειγμα της Αράχωβας*, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας: Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης.

Δέφνερ, Α. & Καραχάλης, Ν. (2012) *Marketing και Branding Τόπου: Η Διεθνής Εμπειρία και η Ελληνική Πραγματικότητα*, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.

Δήμος, Γ., Θανασιά, Τ., Νταβαρίνος, Π. (2018) *Κουμπουριανά Αργιθέας Καρδίτσας: Ιστορία και Λαογραφία*, Αθήνα: Σύλλογος Κουμπουριανιτών Αττικής.

Ζώης, Γ. (2019), *Η Ολοκληρωμένη Διαχείριση του Ορεινού Όγκου του Δήμου Αργιθέας μέσω Αναπτυξιακών Σεναρίων και η Αξιολόγηση τους με τη Χρήση της Αναλυτικής Ιεραρχικής Μεθόδου*, Θεσσαλονίκη: Διπλωματική Εργασία Πολυτεχνικής Σχολής Θεσσαλονίκης.

Καραχάλης, Ν. (2005) *Πολιτιστικές Περιοχές, Αστική Ανάπλαση και Εξευγενισμός στην Αθήνα, στο Μάντσεστερ και στη Βαρκελώνη*, 9ο Πανελλήνιο Γεωγραφικό Συνέδριο, Ψηφιακή Βιβλιοθήκη Θεόφραστος - Τμήμα Γεωλογίας. Α.Π.Θ.

- Καραχάλης, Ν. (2016) *Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (City branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση*, στο Πούλιος κ. ά. (2016), Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Αθήνα: Κάλλιπος Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα.
- Κεδράκα, Κ. (2009) *Μεθοδολογία Λήψης Συνέντευξης*, Αθήνα (αδημ. σημειώσεις).
- Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2019) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον (2^η Έκδοση)*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα, Ε. (2011) *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Ζήτηση και Προσφορά Προϊόντων Τουρισμού*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική Α.Ε.
- Λαγός, Δ. (2005), *Τουριστική Οικονομική*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Μεταξάς, Θ., Λαλένης, Κ. (2006) 'Ο Στρατηγικός Σχεδιασμός ως τύπος σχεδιασμού και ως εργαλείο αποτελεσματικής Αστικής Διαχείρισης', *Αειχώρος* 8: 4-37.
- Οικονόμου, Δ., (2021) *Καταλληλόλητα βόσκησης σε περιοχές υψηλής απειλής πυρκαγιάς στο Δήμο Αργιθέας*, Αθήνα: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.
- Σαραντάκου Ε., Καραχάλης Ν. (2024) *Σχεδιασμός και διαχείριση τουριστικών προορισμών, Στρατηγικές και χωρικές προσεγγίσεις*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Σινάνης, Α., (2010) *Αργιθέα, Αχελώος: Περιήγηση στον Τόπο και τα Μνημεία*, Αθήνα: Εκδόσεις Ιδιωτική.
- Στάθης, Γ., (2017) *Από τ' Άγραφα: Η άγραφη ιστορία, παλαιά, νεωτέρα και σύγχρονος των θρυλικών Αγράφων της Πίνδου, της Αργιθέας και των χωριών της*, Αθήνα: Δήμος Αργιθέας.
- Στεργίου, Α. (2018) *Τοπική Αυτοδιοίκηση & Στρατηγικές Ολοκληρωμένης Ανάπτυξης σε Ορεινές Περιοχές: Η περίπτωση του Δήμου Αργιθέας*, Αθήνα: Διπλωματική Εργασία Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών,.
- Συλλογικό Έργο (2007) *Ιστορικά Αργιθέας Αγράφων -Πρακτικά Α Συνεδρίου - Η Αργιθέα στην Τουρκοκρατία ως τον 19ο αι., Λεοντίτο: Έκδοση Πολιτιστικός Σύλλογος Λεοντίτου, Ι. Μ. Σπηλιάς Αγράφων,.*
- Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Δ.Ε.Αχελώου Π.Ε. Καρδίτσας - Α' Στάδιο, Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Δ.Ε. Αν Αργιθέας Π.Ε. Καρδίτσας - Α' Στάδιο.

Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. ΔΗΜΟΥ ΑΡΓΙΘΕΑΣ ΝΟΜΟΥ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ, Σ.Μ.Π.Ε. Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Δήμου Αχελώου Νομού Καρδίτσας, Σ.Μ.Π.Ε. Σ.Χ.Ο.Ο.Α.Π. Κοινότητας Ανατ. Αργιθέας Νομού Καρδίτσας.

Τόσκα Καμπά, Σ., (1981) *Λαογραφικά Αργιθέας Θεσσαλικών Αγράφων (Παλαιοβιβλιοπωλείο)*, Αθήνα: Ιδιωτική Έκδοση.

Τσαγγαράκη, Ε., (2007), *Συλλογικό, Οδοιπορικό στα μνημεία του Νομού Καρδίτσας*, Καρδίτσα: Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Καρδίτσας.

Τσάρτας, Π. (1996) *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Αθήνα: Εξάντας

Τσάρτας, Π. (2010) *Ελληνική τουριστική ανάπτυξη*, Αθήνα: Κριτική ΑΕ.

Τσιώλης, Κ. (2015) *Το Πετρήλο των Αγράφων κατά την Τουρκοκρατία*, Δήμος Αργιθέας, Αθήνα.

ΦΕΚ 87/Α΄/07-06-2010, Νόμος 3852/2010 ‘Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης’.

Gartner, W. (2001) *Τουριστική ανάπτυξη-αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*, Αθήνα: Έλλην.

Lickorish, L. & Jenkins, C. (2004) *Μία Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

▪ ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Allione, C., Migliorini, P. & Vesce, E. (2013) ‘Obiettivo dell’Indice di Sostenibilità e metodologia comune per la costruzione dell’indice’, *Pollenzo Index Environmental and Economics Design* (pp. 12-29), Indice Poliedro; Università degli Studi di Scienze Gastronomiche: Pollenzo, Italia.

Ashworth, G., Voogd, H. (1994) *Marketing and place promotion*, In Gold, J.R. & Ward, S.V (1994) *Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*, 39–52.

Askey, E., Williams, P.W. (1992) ‘Tatshenshini-Alsek River Use Study’, *Centre for Tourism Policy and Research, Simon Fraser University, Burnaby, BC*.

Avraham, A., Ketter. E., McMillan, P. (2016) ‘Tourism marketing for Developing Countries: Battling Stereotypes and crises in Asia, Africa, and the Middle East’, *Annals of Tourism Research*, 60, 169-187.

- Bacoş, I.B., Gabor, M.R. (2021) 'Tourism economy. Mountain tourism: quantitative analysis of winter destinations in Romania', *Economics*, 9, 143-159. doi: 10.2478/eoik-2021-0005.
- Barker, M.L. (1982) 'Traditional landscape and mass tourism in the Alps', *Geographical Review*, 72(4), 395-415.
- Beedie, P., Hudson, S. (2003) Emergence of mountain-based adventure tourism, *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625-643.
- Belch, G.E., Belch, M.A. (2018) *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*, McGraw-Hill Education.
- Bessom, R., Jackson, D.W. (1975) Services Retailing - a strategic marketing approach. *Journal of Retailing*, 8.
- Blaikie, P., Brookfield, H. (1987) *Land Degradation and Society*, London and New York: Methuen.
- Blaikie, P.M., Cameron, J., Seddon, J.D. (1980) *Nepal in Crisis: Growth and Stagnation at the Periphery*, London: Methuen.
- Blois, R.J. (1974) The marketing of services an approach. *European Journal of Marketing*, 8, 137.
- Bonzanigo, L., Giupponi, C., Balbi, S. (2016) 'Sustainable tourism planning and climate change adaptation in the Alps: A case study of winter tourism in mountain communities in the Dolomite's', *J. Sustain. Tour.*, 24, 637-652.
- Branton, N. (1969) 'The Marketing of Services', *Marketing World*, 1(2).
- Buckley, R.V., Pickering, C.M., Warnken, J. (2000) 'Environmental management for alpine tourism and resorts in Australia. In P.M. Godde, M.F. Price & F.M. Zimmermann (eds), *Tourism and Development in Mountain Regions*', CABI Publishing, Wallingford.
- Buckley, R. (2000) 'Tourism in the most fragile environments', *Tourism Recreation Research*, 25(1), 31-40.
- Butnaru, G.I., Haller, A.P. (2017) 'Perspective of sustainable rural tourism in the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland (UK): Comparative study of β and σ convergence in the economic development regions', *Sustainability*, 9, 525.
- Chaffey, D., Smith, P.R. (2017) *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*, London: Routledge.

- Chen, B., Qiu, Z., Nakamura, K (2016) 'Tourist preferences for agricultural landscapes: A case study of terraced paddy fields in Noto Peninsula', Japan. *J. Mt. Sci.*, 13, 1880-1892.
- Chen, J.Y. (2019) 'Science mapping approach to assisting the review of construction and T demolition waste management research published between 2009 and 2018', *Resour. Conserv. Recycl.*, 140, 175-188.
- Chen, W.M. (2017). 'The strategy of mountain tourism development in Nepal and its enlightenment for Western China', *Tour Forum*, 10, 9.
- Chin, C.-H., Lo, M.-C., Songan, P., Nair, V. (2014) Rural tourism destination competitiveness: a study on annah rais longhouse homestay, Sarawak. *Proc. Soc. Behav. Sci.*, 144, 35-44. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.07.271.
- Clark, T., Gill, A., Hartmann, R. (2006) *Mountain Resort Planning and Development in An Era of Globalisation*. New York: Cognizant Communications Corporation.
- Clissold, R., Westoby, R., McNamara, K.E., Fleming, C. (2022) 'Wellbeing outcomes of nature tourism', *Mt Barney Lodge. Annals of Tourism Research Empirical Insights* 3(2), 100077.
- Cole, V., Sinclair, A.J. (2002) 'Measuring the ecological footprint of a Himalayan tourist center. *Mountain Research and Development*', 22(2), 132-141.
- Connell, J., McManus, P. (2011) *Rural Revival? Place Marketing, Tree Change and Regional Migration in Australia*, London: Routledge,
- Constantinides, E. (2006) 'The Marketing Mix Revisited: Towards the 21st Century Marketing. *Journal of Marketing Management*', 22, 407-438.
- Conticelli, E., de Luca, C., Santangelo, A., Tondelli, S., Perello, M. (2021) Co-developing heritageled regeneration plans in rural areas: the RURITAGE methodology for community-based heritage management and planning. In: *Le politiche regionali, la coesione, le aree interne e marginali. Atti della XXIII Conferenza Nazionale SIU DOWNSCALING, RIGHTSIZING. Contrazione demografica e riorganizzazione spaziale, Torino, 17-18 June, Roma-Milano*. Planum Publisher – Società Italiana degli Urbanisti, 03, pp. 179-185.
- Cordell, H.K. (2004) *Outdoor Recreation for 21st Century America. A Report to the Nation: The National Survey on Recreation and the Environment*, State College, PA: Venture Publishing.

- Cristache, N., Soare, I., Nastase, M., Antohi, V. (2021) ‘Integrated approach of the entrepreneurial behaviour in the tourist sector from disadvantaged mountain areas from Romania. *Environ. Dev. Sustain*’, 1-17.
- De Luca, C., Tondelli, S., Åberg, H. (2020) ‘The Covid-19 pandemic effects in rural areas’, *TeMA – Journal of Land Use, Mobility and Environment*: 119–132.
- Denning, A. (2014) ‘From sublime landscapes to white gold: How skiing transformed the alps after 1930, *Environ. Hist*’, 19, 78-108.
- Dologlou, N. (2021) ‘Could COVID-19 boost greece’s village revival?’, *The Journal of Environmental and Tourism Analyses* 9(1), 5–21.
- Donohoe, M.H. (2012) ‘Sustainable heritage tourism marketing and Canadas Rideau canal world heritage site, *Journal of Sustainable Tourism*’, 20(1), 121-142.
- Duarte Alonso, A., Nyanjom, J. (2017) ‘Local stakeholders, role and tourism development, *Curr. Issues Tour*’, 20, 480-496.
- Dunnell, B. (2015) Neighbourhood Watch, *Westerly*, 60(1), 134-143.
- Etter, A., Villa, L.A. (2000) ‘Andean forests and farming systems in part of the eastern Cordillera, Colombia, *Mountain Research and Development*, 20(3)’, 236-245.
- Fennel, D. (2001) ‘A Content Analysis of Ecotourism Definitions’, *Current Issues In Tourism*, 4(5), 403-421. DOI:10.1080/13683500108667896.
- Garavaglia, V., Diolaiuti, G., Smiraglia, C., Pasquale, V., Pelfini, M. (2012) Evaluating tourist perception of environmental changes as a contribution to managing natural resources in glacierized areas: A case study of the Forni Glacier (Stelvio National Park, Italian Alps), *Environ. Manag.*, 50, 1125-1138.
- Giannakopoulou, S., Kaliampakos, D. (2016) Protection of architectural heritage: Attitudes of local residents and visitors in Sirako, Greece. *J. Mt. Sci.*, 13, 424-439.
- Gill, A., Williams, P. (1994). Managing growth in mountain tourism communities, *Tourism Management*, 15(3), 212-220.
- Godde P.M., Price, M.F., Zimmermann, F.M. (2000). *Tourism and Development in Mountain Regions*, Wallingford, UK: CABI Publishing.
- González-Leonardo, M., Rowe, F. , Fresolone-Caparrós, A. (2022) ‘Rural revival? The rise in internal migration to rural areas during the COVID-19 pandemic. Who moved and where?’, *Journal of Rural Studies*, 96, 332–342.

- Goutou, M., Karachalis, N. (2024) Reviving the Abandoned Village of Vamvakou in Greece through Community-based Tourism with the Support of Private Funding: A Difficult Balancing Act?. In *Nature-based Tourism and Wellbeing: Impacts and Future Outlook* (pp. 59-68). GB: CABI.
- Hendee, J.C., Stankey, G.H., Lucas, R.C. (1990) *Wilderness Management*, North American Press, Golden, CO.
- Holden, A (1984). *Alternative Tourism: Report on the Workshop on Alternative Tourism with Focus in Asia*, Bangkok: ECTW.
- Hvenegaard, G.T. (2017) Visitors' perceived impacts of interpretation on knowledge, attitudes, and behavioral intentions at Miquelon Lake Provincial Park, Alberta, Canada, *Tour. Hosp. Res.*, 17, 79-90.
- Iakovidou, O. (2000) 'Agrotourism: The Small, Beautiful and Feminine Face in Tourism', In Tsartas, P. (Eds) (2000), *Tourism Development: Multidisciplinary Approaches* (in Greek), Athens: Exandas, 69-80.
- Immerzeel, W.W., Lutz, A.F., Andrade, M., Bahl, A., Biemans, H., Bolch, T., Hyde, S., Brumby, S., Davies, B.J., Elmore, A.C. et al. (2020) Importance and vulnerability of the world's water towers, *Nature*, 577, 364-369.
- Ives, J. (1996) *Children and Poverty in Mountains*. New York: UNICEF Environment Section.
- Jamal, T., Camargo, A.B. (2014) Sustainable Justice and an ethic of care: towards the just Destination, *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 11-30.
- Jiang, Z. (2007) A Review of Mountain Tourism Environment Research, *J. Chongqing Norm. Univ.*, 24, 77-81.
- Jobber, D. (2001) *Principles and Practice of Marketing* (3rd ed.), McGraw Hill.
- Jodha, N. S. (1991) 'Mountain perspective and sustainability: A framework for development strategies'. In M. Banskota, N.S. Jodha & U. Pratap (Eds), *Sustainable Mountain Agriculture: Perspectives and Issues, 1* (pp. 41-82), New Delhi: Oxford IBH.
- Kapos, V., Rhind, J., Edwards, M., Price, M.F, Ravilious, C. (2002) 'Developing a map of the world's mountain forests, in: M. F. Price & N. Butt (eds.)', *Forests in Sustainable Mountain Development - A State of Knowledge Report for 2000* (pp. 4-9), Oxon: CABI Publishing and IUFRO.

- Kasidoni, M., Moustakas, K., Malamis, D. (2015) 'The existing situation and challenges regarding the use of plastic carrier bags in Europe', *Waste Manag. Res.*, 33, 419-428.
- Kavaratzis, M. (2005), 'Place Branding: A Review of Trends and Conceptual Models', *The Marketing Review*, 5:(4), 329-342.
- Körner, S. (2002) *Mountain Biodiversity - A Global Assessment*, London, UK: Parthenon Publishing.
- Kotler, P., Asplund C., Rein I., Haider H. D. (1999) *Marketing Places Europe: Attracting Investments, Industries and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations*, Harlow: Financial Times- Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2006) *Marketing for Hospitality and Tourism* (4th ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Koumara-Tsitsou, S., Karachalis, N. (2021) 'Traditional products and crafts as main elements in the effort to establish a city brand linked to sustainable tourism: promoting silversmithing in Ioannina and silk production in Soufli, Greece', *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(3), 257–267.
- Kuščer, K. (2013) 'Determining factors of mountain destination innovativeness', *J. Vac. Mark.*, 19, 41-54.
- Lanfant, M.F., Graburn, N. (1992) 'Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism. In V.L. Smith and W.R. Eadington (eds)', *Tourism Alternatives: Potentials and Pitfalls in the Development of Tourism* (pp. 89-112). Chichester: Wiley.
- Leco, F., Hernandez, J., Campon, A. (2013) 'Rural Tourists and Their Attitudes and Motivations Towards the Practice of Environmental Activities such as Agrotourism', *International Journal of Environmental Research*, 7: (1), 255*264.
- Li, X., Petrick, J.F. (2008) 'Tourism Marketing in an Era of Paradigm Shift', *Journal of Travel Research*, 46, 235-244. DOI: 10.1177/0047287507303976.
- Liu, M., Li, Y., Pérez-Sánchez, M. Á, Luo, J., Bu, N., Chen, Y. et al. (2022) 'Empirical study on the sustainable development of mountain tourism in the early stage of high-speed railways—taking the southwest mountainous region of china as an example' *Sustainability*, 14:1058. doi: 10.3390/su14031058.
- Liu, S.C., Chou, S. (2016) 'Tourism Strategy Development and facilitation of integrative processes among brand equity, Marketing and Motivation', *Tourism Management*, 54, 298-308.

- Lo, M.-C., Chin, C.-H., Law, F.-Y. (2019) 'Tourists' perspectives on hard and soft services toward rural tourism destination competitiveness: community support as a moderator', *Tour. Hosp. Res.*, 19, 139-157. doi: 10.1177/1467358417715677.
- Loupasakis, C., Karfakis, J. (2007) 'Preservation of Villages Constructed on Sliding Areas - a Case Study from Karditsa Prefecture, Greece', *Bulletin of the Geological Society of Greece*, 40: (4), 1703-1709.
- Lundmark, L. (2005) 'Economic restructuring into tourism in the Swedish mountain range. *Scandinavian Journal of Tourism and Hospitality*', 5(1), 23-45.
- Mavlanov, G. (2023) Enhancing Marketing Strategy for the Development of Mountain Tourism, *YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT*, 1. DOI:10.55439/GED/vol1_issmaxsusson/a676.
- McCool, S., Lachapelle, P.R. (2000) 'Recreational uses of mountain forests. In M.F. Price & N. Butt (Eds)', *Forests in Sustainable Mountain Development - A State of Knowledge Report for 2000* (pp. 330-337), Oxon: CABI Publishing and IUFRO.
- Miller, D., Merrilees, B., Coghlan, A. (2015) 'Sustainable urban tourism: Understanding and developing visitor pro-environmental behaviours', *J. Sustain. Tour.*, 23, 26-46.
- Morrison, C., Pickering, C.M. (2013) 'Perceptions of climate change impacts, adaptation and limits to adaption in the Australian Alps: The ski-tourism industry and key stakeholders', *J. Sustain. Tour.*, 21, 173-191.
- Morrison, A. (2002) *Hospitality and Travel Marketing* (3rd ed), Delmar Publishers, Inc.
- Mountain Agenda (1999) *Mountains of the World - Tourism and Mountains*, Berne: Mountain Agenda.
- Moutinho, L. (2000) 'The marketing environment for travel and tourism. In K. Peattie & L. Moutinho (eds.), *Strategic management in tourism* (pp. 17-37)', Cardiff Business School.
- Mwinuka, O.H. (2017) 'Reviewing the role of tourism marketing in successful sustainable tourist destinations. African Journal of Hospitality', *Tourism and Leisure*, 6(2), 1-11.
- Nazmfar, H., Eshghei, A., Alavi, S., Pourmoradian, S. (2019) 'Analysis of travel and tourism competitiveness index in middle-east countries', *Asia Pac. J. Tour. Res.*, 24, 501-513. doi: 10.1080/10941665.2019.1590428.

- Needham, D., Dransfield, R., Fooley, D., Shaw, M. (1999) *Marketing for Higher Awards*, Oxford: Heinemann Educational.
- Negut, S., Vlasceanu, G., Negoescu, B., Zotta, B., Bran, F. (2001) *Geografia economica mondiala*, ASE Publishing House.
- Nejati, M., Mohamed, B., Omar, S.I. (2015) 'The influence of perceived environmental impacts of tourism on the perceived importance of sustainable tourism', *E-Rev. Tour. Res.*, 12, 99-114.
- Nepal, S.K., Jamal, T.B. (2011) 'Resort-induced changes in small mountain communities in British Columbia, Canada', *Mountain Research and Development*, 31(2), 89-101.
- Nepal, S.K., Chipeniuk, R. (2005) Mountain Tourism: Toward a Conceptual Framework, *Tourism Geographies*, 7(3), 313-333.
- Nepal, S. K. (2002) 'Mountain ecotourism', *Mountain Research and Development*, 22(2), 104-109.
- Newsome, D., Moore, S.A., Dowling, R.K. (2002) *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*, Bristol, UK: Channel View.
- Orams, M. (1998) *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*, Routledge Advances in Tourism Ser..
- Patalkova, J. (2012) 'Travel and Tourism Marketing-Review', *Czech Journal of Tourism*, 1, 30-52.
- Paunović, I., Jovanović, V. (2019) 'Sustainable Mountain Tourism in Word and Deed: A Comparative Analysis in the Macro-Regions of the Alps and the Dinarides', *Acta Geogr. Slov.*, 59.
- Paunovic, I., Jovanovic, V. (2017) 'Implementation of Sustainable Tourism in the German Alps: A Case Study', *Sustainability*, 9, 226.
- Pearce, D. (1992) Green Economics, *Environmental Values*, 1: 3-13.
- Pohle, P. (1992) 'Studies of man and the environment in the Nepal Himalaya. Examples from Gorkha and Manangarea', In B. Kolver (Ed.), *Aspects of Nepalese Traditions* (pp. 33-51), Stuttgart: Granz Steiner Verlag.
- Price, M.F., Neville, G.R. (2003) 'Designing strategies to increase the resilience of alpine montane systems to climate change. In L.J. Hansen, J.L. Biringer & J.R. Hoffman (Eds), *Buying Time: A User's Manual for Building Resistance and Resilience to Climate Change in Natural Systems* (pp. 73-94)', Gland: WWF.

- Río-Rama, M., Maldonado-Erazo, C., Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J. (2019) 'Mountain Tourism Research. A Review', *Eur. J. Tour. Res.*, 22, 130-150.
- Rocky Mountain National Park (2015) *Marketing the Mountains: An Environmental History of Tourism*, National Park Service (.gov).
- Romeo, R., Grita, F., Parisi, F., Russo, L. (2020) *Vulnerability of Mountain Peoples to Food Insecurity: Updated Data and Analysis of Drivers; FAO and UNCCD*, Rome, Italy.
- Samuel, N. (1982) Loisir, Valeurs Et Structure Symbolique Des Temps Sociaux, *Revue Loisir et Société*, 5.
- Scuttari, A., Orsi, F., Bassani, R. (2019) 'Assessing the tourism-traffic paradox in mountain destinations. A stated preference survey on the Dolomites' passes (Italy)', *J. Sustain. Tour.*, 27, 241-257.
- Sharma, P. (2000) *Tourism as Development: Case Studies from the Himalaya*, Kathmandu and Innsbruck: Himal Books and STUDIEN Verlag.
- Shen, S., Wang, H., Quan, Q., Xu, J. (2019) 'Rurality and rural tourism development in China. *Tour. Manag. Perspect*', 30, 98-106. doi: 10.1016/j.tmp.2019.02.006.
- Shi, Y., Zhong, L., Chen, T., Yu, H. (2016) 'Tourism competitiveness evaluation and spatio-temporal characteristics of Chinese border counties', *Chinese Geogr. Sci.*, 26, 817-828. doi: 10.1007/s11769-016-0822-1.
- Shostack, G.L. (1977) Breaking Free from Product Marketing, *Journal of Marketing*, 41(2), 73-80.
- Slusariuc, G.C., Bica, M.P. (2015) 'Mountain tourism-pleasure and necessity', *Ecoforum*, 4(2), 119-126.
- Smallman, C., Moore, K. (2010) 'Process studies of tourists' decision-making', *Annals of Tourism Research*, 37(2), 397-422.
- Smethurst, D. (2000) 'Mountain geography', *The Geographical Review*, 90(1), 35-56.
- Smith, V. & Eadington, W. (1992) *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Stepp, J.R. (2000) 'Mountain ethnobiology and development in highland Chiapas, Mexico: Lessons in biodiversity and health', *Mountain Research and Development*, 20(3), 218-219.
- Strobl, A., Teichmann, K. & Peters, M. (2015) 'Do mountain tourists demand ecotourism? Examining mode rating influences in an Alpine tourism context', *Tourism*, 63, 383-398.

- Swim, J.K., Clayton, S. & Howard, G.S. (2011) 'Human Behavioral Contributions to Climate Change: Psychological and Contextual Drivers', *Am. Psychol.*, 66, 251-264.
- Tai, Y.N. (2017) 'A study on the ecotourism cognition and its factors', *Appl. Ecol. Env. Res.*, 15, 123-132.
- Teigland, J. (2000) *Nordmenns friluftsliv og naturopplevelser. Et faktagrunnlag fra en panelstudie av langtidsendringer 1986–1999, VF-rapport 7/2000*, Sogndal: Western Norway Research Institute.
- Thøgersen, J. (2014) 'Unsustainable consumption: Basic causes and implications for policy', *Eur. Psychol.*, 19, 84-95.
- Tian, M. (2020) 'Hotspots, progress and enlightenments of foreign mountain tourism research', *World Reg. Stud.*, 29, 1071-1081.
- Towner, J. (1985) 'The Grand Tour: a key phase in the history of tourism', *Annals of Tourism Research*, 12(3), 297-333.
- Turcu, D. & Weisz, J. (2008) *Tourism Economy*, Timișoara: Eurostampa Publishing House.
- UNWTO (2015) *Tourism highlights*, World Tourism Organization.
- Van Den Berg, L. & Braun, E. (1999) 'Urban Competitiveness, Marketing and the Need for Organizing Capacity', *Urban Studies*, 36 (5-6): 987-999.
- Velcea, I., Ungureanu, I. (1993) *Geografia economica a lumii contemporane*, Sansa Publishing House.
- Vukoicic, D., Ivanovic, R., Radovanovic, D., Dragojlovic, J., Martic-Bursac, N., Ivanovic, M. & Ristic, D. (2020) 'Assessment of Geotourism Values and Ecological Status of Mines in Kopaonik Mountain (Serbia)', *Minerals*, 10, 269.
- Wang, L., Cheng, S., Zhong, L., Mu, S., Dhruva, B.G.C., Ren, G. (2013) 'Rural tourism development in China: principles, models and the future', *J. Mt. Sci.*, 10, 116-129. doi: 10.1007/s11629-013-2501-3.
- Wang, M. (2017) 'Main fields and suggestions of mountain tourism research', *J. Guilin Univ. Technol.*, 37, 8.
- Wearing, S. & Neil, J. (1999) *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*, Oxford, UK: Butterworth Heinemann.
- Wilson, A. (1972) *The Marketing of Professional Services*, New York: McGraw-Hill.

- Wong, M. (1993) *Tourism vs. Environment: The Case for Coastal Areas*, Amsterdam: Kluwer.
- Xie, Z. (2015) 'Research progress on land use and cover change of domestic mountain tourism destination', *J. Henan Univ.*, 45, 7.
- Zdravkovic, D. & Radukic, S. (2012) 'Institutional Framework for Sustainable Development in Serbia', *Monten. J. Econ.*, 8, 27-36.
- Zeng, L., Li, R.Y.M., Nuttapong, J., Sun, J. & Mao, Y. (2022) 'Economic development and mountain tourism research from 2010 to 2020: bibliometric analysis and science mapping approach', *Sustainability* 14:562. doi: 10.3390/su14010562.
- Zeng, L., Li, R. & Huang, X. (2021) 'Sustainable Mountain-Based Health and Wellness Tourist Destinations: The Interrelationships between Tourists' Satisfaction, Behavioral Intentions, and Competitiveness', *Sustainability*, 13, 13314.
- Zhang, Y.-L., Zhang, J., Zhang, H.-L., Cheng, S.-W., Guo, Y.-R., Ma, J.-H. & Sun, J.-R. (2015) 'The impact of the cognition of landscape experience on tourist environmental conservation behaviors', *J. Mt. Sci.*, 12, 501-517.

■ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Άρθρο 'Πλούσιο Τετραήμερο Εκδηλώσεων στην Αργιθέα' στη διαδικτυακή εφημερίδα Karditsapress [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.karditsapress.gr/εν-τεχνη/33-πολιτισμος/57772-πλούσιο-τετραήμερο-εκδηλώσεων-στην-αργιθέα>> [πρόσβαση 8 Ιουνίου 2024].
- Άρθρο στη διαδικτυακή εφημερίδα mouzakinews 'Δήμος Αργιθέας: Ο πρώτος απινιδωτής σε ορεινό μονοπάτι της χώρας είναι γεγονός' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://mouzakinews.gr/2024/04/dimos-argitheas-o-protos-apinidotis-se-oreino-monopati-sti-chora-mas-einai-gegonos/>> [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].
- Άρθρο Χατζηαγγελάκη, Λ. 'Αθαμάνια – Αργιθέα: Ιστορικά στοιχεία, ανασκαφικές μαρτυρίες' Διαδικτυακή εφημερίδα Ελευθερία [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.eleftheria.gr/m/%CE%B1%CF%86%CE%B9%CE%B5%CF%81%CF%8E%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1/item/63314.html>> [Πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].
- Αφιέρωμα στην Επίσημη Ιστοσελίδα του Δήμου με θέμα: 'Γερμανίδα δημοσιογράφος για πρώτη φορά στην Αργιθέα: προετοιμασία για αφιέρωμα σε διεθνές περιοδικό περιπατητικού τουρισμού' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argitheia.gov.gr/germanida-dimosiografos-gia-proti-fora-stin-argitheia->

proetoimasia-gia-afieroma-se-diethnes-periodiko-peripatitikou-tourismou/ > [πρόσβαση 8 Ιουνίου 2024].

Αφιέρωμα στην Επίσημη Ιστοσελίδα του ΕΟΤ με θέμα: *‘ΕΟΤ: Προβολή Αργιθέας και Αστυπάλαιας στην Γερμανία ως εναλλακτικών και βιώσιμων προορισμών’* [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://gnto.gov.gr/drasedis_eot/ekdilosi-eot-frankfourth-provoli-argitheas-astypalaias-ws-enallaktikwn-biwsimwn-proorismwn/ > [πρόσβαση 8 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Αρχαιολογικού Μουσείου Καρδίτσας [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=16561 > [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Δήμου Αργιθέας [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argitheia.gov.gr/> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Δήμου Αργιθέας: *Ανακοίνωση Υπογραφής Συμφώνου Συνεργασίας μεταξύ Δικτύου Πόλεων με Λίμνες και Τμήματος Δασολογίας, Επιστημών Ξύλου & Σχεδιασμού (ΔΕΞΥΣ)* [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argitheia.gov.gr/ypografi-symfonou-synergasias-metaxy-tou-diktyou-poleon-me-limnes-kai-tou-tmimatos-dasologias-epistimon-xylou-schediasmou-tou-panepistimiou-thessalias-dexys/> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Δικτύου Δήμων Περιοχής Πίνδου [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.pindosnet.gr/> > [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Δικτύου Πόλεων με Λίμνες [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://lakesnetwork.org/> > [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Ελληνικής Στατιστικής Αρχής [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.statistics.gr/2021-census-pop-hous-results> > [πρόσβαση 4 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Ιεράς Μονής Σπηλιάς [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο <URL: <https://www.monispilias.gr/index.gr.html> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Argithearace [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argithearace.gr/> > [πρόσβαση 8 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Europarc [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.europarc.org/sustainable-tourism/> > [πρόσβαση 10 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Finix Adventures [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://finixadventures.com/acitivities/> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη International Mountain Tourism Alliance [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.imtaweb.net/ywb/ywsy> > [πρόσβαση 19 Μαΐου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα natura2000 [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://natura2000.eea.europa.eu/> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Natura Graeca: ‘Αφιέρωμα στον Αχελώο’[διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.naturagraeca.com/ws/index.php?option=214&pageid=278&refid=260&langid=1&openPage=1&seourl=%CE%91%CF%87%CE%B5%CE%BB%CF%8E%CE%BF%CF%82> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Natura Graeca: ‘Αφιέρωμα στη Λίμνη Στεφανιάδας’ [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.naturagraeca.com/ws/129,191,340,1,1,%CE%9B%CE%AF%CE%BC%CE%BD%CE%B7%CE%A3%CF%84%CE%B5%CF%86%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%AC%CE%B4%CE%B1> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Papadouris Foundation [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://papadourisfoundation.org/ethniki-stratigiki/index/> > [πρόσβαση 10 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα pezoportia [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.pezoportia.gr/pez/vouna.asp> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Vamvakou Revival. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.vamvakourevival.org/> > [πρόσβαση 10 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα wikiloc.com, αναφορά στη Σούδα του Μάη [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://ca.wikiloc.com/rutes-senderisme/katarraktes-souda-mae-libadeia-petrilo-argitheia-agrapha-130948087> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Επίσημη Ιστοσελίδα Xtremegreece [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.xtremegreece.gr/el/canoe-kayak/kagiak-sti-limni-stefaniada.html> > [πρόσβαση 1 Ιουνίου 2024].

Banff National Park (2015) ‘Exploring Banff National Park – Snow Days 2015 Geocaching Challenge’ [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://geoks.ca/2015/02/01/banff-national-park-snow-days/> > [πρόσβαση 21 Μαΐου 2024].

beyondsummits.com (2023) '*Mountain Tourism: A Double-Edged Sword*' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.beyondsummits.com/blog/mountain-tourism-double-edged-sword>> [πρόσβαση 21 Μαΐου 2024].

CIPRA (2015) '*What Role Do the Alps Play Within World Tourism?*' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://alpsknowhow.cipra.org/background_topics/alps_and_tourism/alps_and_tourism_chapter_introduction.html.> [πρόσβαση στις 21 Μαΐου 2024].

Jafari, J. (2003) '*ReVista Winter 2002*' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://geoks.ca/2015/02/01/banff-national-park-snow-days/>> [πρόσβαση 21 Μαΐου 2024].

'*The Golden Book of Argithea*' (2021) [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://argithea.gov.gr/wp-content/uploads/2021/02/gold-book-argithea-2021.pdf>> [πρόσβαση στις 6 Ιουνίου 2024].

Tourism Snowy Mountains (2013) '*Snowy Mountains Annual Report 2011-12*' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.arcc.vic.gov.au/uploads/publications-and-research/ARCC-AnnualReport-2011to2012-Web.pdf>> [πρόσβαση στις 21 Μαΐου 2024].

Westgro (2013) '*Table Mountain Aerial Cableway Annual Report 2013*' [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.tablemountain.net/uploads/files/18284_TM_Annual_Report_2013_Flippping_Brochureindd_1_1.pdf> [πρόσβαση στις 21 Μαΐου 2024].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Φωτογραφίες τις Αργιθέας, Πηγή: Προσωπικό Αρχείο Δημάρχου Αργιθέας, Α. Στεργίου

Εικόνα 1: Ψηλές κορυφές



Εικόνα 2: Ποικιλομορφία Τοπίου



Εικόνα 3: Καταγραφή μονοπατιών



Εικόνα 4: Τοποθέτηση Απινιδωτών



Εικόνα 5: Ποταμός Αχελώος



Εικόνα 6: Λίμνη Στεφανιάδας



Εικόνα 7: Ελατόδασος



Εικόνα 8: Πλάτανος Λεοντίτο



Εικόνα 9: Έντονες χιονοπτώσεις



Εικόνα 10: Φυσική καταστροφή Ντάνιελ



Εικόνα 11: Πετρίλο: Ιστορική Έδρα



Εικόνα 12: Παραδοσιακός μπακλαβάς



Εικόνα 13: Πετρογέφυρα



Εικόνα 14: Ιερά Μονή Σπηλιάς



Εικόνα 15: Περιβαλλοντικοί Κάδοι



Εικόνα 16: ΕΟΤ Φρανκφούρτης



Εικόνα 17: Fam Trip Γερμανίας



Εικόνα 18: Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Ορεινής Ποδηλασίας 2023, 1



Εικόνα 19: Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Ορεινής Ποδηλασίας Mountain Bike 2023,2



Εικόνα 20: Argithea Mountain Race 2023



Εικόνα 21: Ορειβατικός Σύλλογος Καλαμάτας



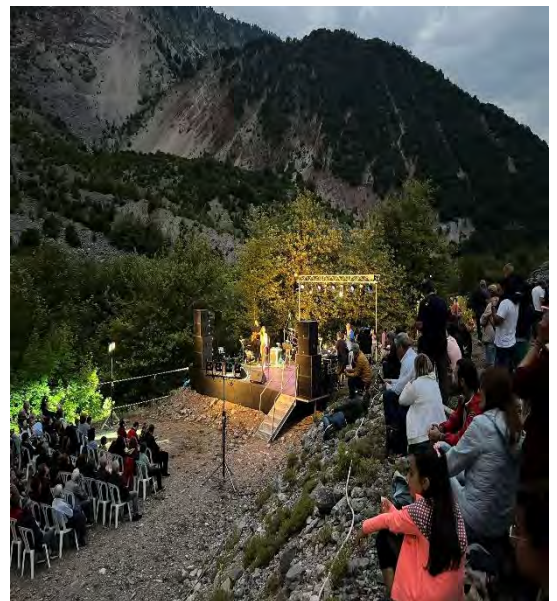
Εικόνα 22: Επίσκεψη Κρητών Ζωγράφων



Εικόνα 23: Νεολαία στη Λίμνη



Εικόνα 24: Festival Music by the lake



Εικόνα 25: Δραστηριότητες στη Λίμνη Στεφανιάδας στο Πλαίσιο του Festival



Πηγή: Finixadventures