



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΚΑΙ ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΔΜΠΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟΥΣ ΠΡΑΣΙΝΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ : Η
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ**

Εκπόνηση:

ΓΕΡΟΝΑΤΣΙΟΣ Α. ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ

Επιβλέπωντας Καθηγητής:

ΚΟΚΚΩΣΗΣ ΧΑΡΗΣ

ΒΟΛΟΣ 2017

Δηλώνω ότι είμαι ο συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας και αντιπροσωπεύει μόνο τις προσωπικές μου απόψεις. Επίσης δηλώνω, γνωρίζοντας τον κώδικα δεοντολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας ως προς την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων τρίτων και το αδίκημα της λογοκλοπής, ότι αναφέρω πλήρως όλες τις πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας.

Όνομα: Γερονάτσιος Ευάγγελος

.....

Ημερομηνία: 02/2018

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός τα τελευταία χρόνια έχει μετατραπεί σε σημαντικό τομέα οικονομικής δραστηριότητας καθώς έχει βοηθήσει πολλές περιοχές να αναπτυχθούν σε μεγάλο βαθμό. Οι περισσότεροι βέβαιοι προορισμοί επωμίστηκαν τα οφέλη αυτής της τουριστικής ανάπτυξης χωρίς κανέναν έλεγχο με αποτέλεσμα να προκληθούν ανεπανόρθωτες βλάβες τόσο σε περιβαλλοντικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο. Η συχνότητα αυτού του φαινομένου έχει υποβαθμίσει πολλές περιοχές με αποτέλεσμα να αναζητούνται εναλλακτικές μορφές ανάπτυξης του τουρισμού με άξονα μια «πράσινη» οικονομία που στοχεύει στη βιωσιμότητα. Πολλές περιοχές στον κόσμο έχουν υιοθετήσει ένα «πράσινο» προφίλ στο πλαίσιο της προσπάθειας τους να στραφούν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Η Ελλάδα, λόγω του πλούσιου φυσικού της περιβάλλοντος προσφέρει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού.

Ειδικότερα, στην παρούσα εργασία, μελετάται το νησί της Αλοννήσου το οποίο τα τελευταία χρόνια, προβάλλοντας και το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Αλοννήσου Βορείων Σποράδων (ΕΘΠΑΒΣ), έχει καταφέρει να βρίσκεται στη λίστα με τους top 100 «πράσινους» προορισμούς. Οι περιβαλλοντικές δράσεις που λαμβάνουν χώρα στο νησί στο πλαίσιο αυτού του «πράσινου» προφίλ είναι πολλές και όλες έχουν ως απώτερο σκοπό τη διαφύλαξη του χερσαίου και θαλάσσιου περιβάλλοντος της περιοχής, βελτιώνοντας παράλληλα το τουριστικό του προϊόν εφαρμόζοντας τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Στόχοι της εργασίας είναι η ανάδειξη των τρόπων και των δράσεων μέσω των οποίων οι τοπικοί φορείς του νησιού προστατεύουν το περιβάλλον του και προωθούν το «πράσινο» του προφίλ, όπως επίσης και η συμβολή τους στην βιωσιμότητα της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.

Λέξεις – Κλειδιά: βιωσιμότητα, τουριστική ανάπτυξη, πράσινοι προορισμοί, προστατευόμενες νησιωτικές περιοχές

SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN GREEN DESTINATIONS: THE CASE OF ALONISSOS, GREECE

ABSTRACT

In the last 20 years, tourism has evolved into an important sector of economic activity as it has helped many destinations grow to a great extent. However, most of these destinations have enjoyed the benefits of this tourism development, without any control, which led to irreversible damage to both the environment and the society. The frequency of this phenomenon has downgraded many destinations, so new alternative forms of tourism development have been searched out, with a “green” economy that aims to sustainability as a basic characteristic. Many destinations all over the world have adopted a “green” profile in the context of their efforts to turn to sustainable tourism development. Greece, due to its rich natural environment, offers enormous potential for the development of alternative forms of tourism.

Moreover, in the present paper, the island of Alonissos is being studied, which in recent years, while also portraying the National Marine Park of Alonissos North Sporades, has managed to be on the top 100 green destinations. The environmental actions that take place on the island within its “green” profile are many and all have the ultimate goal of preserving the terrestrial and marine environment of the area while improving its tourist product by applying the principles of sustainable tourism development.

The objectives of this project are to highlight the actions through which the local operators protect the island’s environment and promote the green profile, as well as their contribution towards the sustainability of the region’s tourism development.

Keywords: sustainability, tourism development, green destination, protected islands

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	5
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΩΝ.....	9
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
ΕΝΟΤΗΤΑ 1 ^Η	
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΠΡΑΣΙΝΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^Ο : Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	13
1.1 ΔΙΕΘΝΗΣ ΧΩΡΟΣ.....	13
1.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^Ο : ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	21
2.1 ΤΟ 2017 ΧΡΟΝΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^Ο : ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΝΗΣΙΩΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ.....	25
3.1 ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ: ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΙΣ ΧΡΗΣΕΩΝ ΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ.....	25
3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^Ο : ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΙΣ ΝΗΣΙΩΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ.....	26
4.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΙΣΤΟΥΝ ΤΑ ΝΗΣΙΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ.....	29
4.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	30
4.2.1 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΞΑΡΤΗΣΗΣ.....	30
4.2.2 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^Ο : ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	33
5.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.....	33

5.2 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ.....	36
6.1 ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ NATURA 2000.....	38
ΕΝΟΤΗΤΑ 2^η	
ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ.....	43
7.1 ΣΛΟΒΕΝΙΑ.....	43
7.2 ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ.....	47
7.3 ΜΠΑΡΙΑΛΟΤΣΕ, ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ.....	49
7.4 ΒΡΕΤΑΝΗ, ΓΑΛΛΙΑ.....	50
7.5 ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ BROADS, ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ.....	50
7.6 CAPE FLORAL REGION, ΝΟΤΙΟΣ ΑΦΡΙΚΗ.....	51
7.7 ΤΡΟΠΙΚΟ ΔΑΣΟΣ GREAT BEAR, ΚΑΝΑΔΑΣ.....	51
7.8 ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ SANQING, ΚΙΝΑ.....	52
7.9 UCKERMARK, ΓΕΡΜΑΝΙΑ.....	53
7.10 WADDEN SEA, ΟΛΛΑΝΔΙΑ.....	53
7.11 GOEREE – OVERFLAKKEE, ΟΛΛΑΝΔΙΑ.....	54
7.12 ΣΚΥΡΟΣ, ΕΛΛΑΔΑ.....	55
ΕΝΟΤΗΤΑ 3^η	
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο: Η ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ.....	56
8.1 Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ.....	58
8.2 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑΦΡΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο: ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΠΑΡΚΟ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ ΒΟΡΕΙΩΝ ΣΠΟΡΑΔΩΝ (ΕΘΠΑΒΣ).....	60
9.1 ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΛΟΝΝΗΣΟ.....	62

9.2 ΤΟ QUALITYCOAST AWARD.....	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 ^Ο : ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ ΧΩΡΙΣ ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΣΑΚΟΥΛΕΣ».....	66
10.1 ΦΟΡΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	67
10.1.1 ΔΙΚΤΥΟ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS.....	67
10.1.2 ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗΣ ΦΩΚΙΑΣ/ΜΟm.....	69
10.2 ΤΟ ΙΔΡΥΜΑ THALASSA.....	69
10.3 ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ «ΝΑΥΤΙΛΟΣ».....	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11 ^Ο : ΕΡΕΥΝΑ.....	74
11.1 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT.....	74
11.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	76
11.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	77
11.4 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	78
11.5 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	79
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12 ^Ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	85
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	91
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	96
Α) ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ.....	96

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ 1990 – 2016

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ – ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΧΩΡΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1: ΤΟΠ 100 ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ 2017 ΑΠΟ ΤΟ GREEN DESTINATIONS

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

ΓΡΑΦΗΜΑ 1.1: ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2016

ΓΡΑΦΗΜΑ 3.1: ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΓΡΑΦΗΜΑ 8.1: ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

ΓΡΑΦΗΜΑ 10.1: QUALITYCOAST SCORE SHEET

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΕΙΚΟΝΑ 1.1: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΑΝΑ ΗΠΕΙΡΟ

ΕΙΚΟΝΑ 2.1: ΣΤΟΧΟΙ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΕΙΚΟΝΑ 6.1: THE BRAND OF SLOVENIA

ΕΙΚΟΝΑ 8.1: ΠΑΡΑΛΙΕΣ ΤΗΣ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ

ΕΙΚΟΝΑ 9.1: ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ ΧΩΡΙΣ ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΣΑΚΟΥΛΕΣ»

ΕΙΚΟΝΑ 10.1: ΟΙ ΖΩΝΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΠΑΡΚΟΥ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ ΒΟΡΕΙΩΝ ΣΠΟΡΑΔΩΝ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΩΝ

AIEST – International Association of Scientific Experts on Tourism

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

ΑΕΠ – Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

WTTC – World Travel and Tourism Council

ΤτΕ – Τράπεζα της Ελλάδος

ΟΗΕ – Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών

WCED – World Commission on Environment and Development

CSD – Commission on Sustainable Development

UNEP – United Nations Environmental Programme

CST – Certificate for Sustainable Tourism

NEAP – Nature and Ecotourism Accreditation Program

ΤΚΣ – Τόποι Κοινοτικής Σημασίας

ΖΕΠ – Ζώνες Ειδικής Προστασίας

STB – Slovenia Tourist Board

GSTC – Global Sustainable Tourism Council

UNESCO – United Nations Educational Scientific and Cultural Organization

ΜΚΟ – Μη Κυβερνητική Οργάνωση

ΠΔ – Προεδρικό Διάταγμα

ΕΘΠΑΒΣ – Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Αλοννήσου Βορείων Σποράδων

ΕΟΤ – Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμός

EEMT – Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου για την καθοριστική βοήθειά του καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της εργασίας μου κ. Κοκκώση Χάρη, την οικογένεια μου για την πολύτιμη ηθική και ψυχολογική υποστήριξη, και όλους όσους συμμετείχαν στην διεξαγωγή του ερευνητικού κομματιού της εργασίας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Εννοιολογικά η λέξη τουρισμός προέρχεται από την αγγλική λέξη *tour* η οποία στα ελληνικά μεταφράζεται ως «γύρος – περιήγηση». Η Διεθνής Ένωση Επιστημόνων Τουρισμού (International Association of Scientific Experts on Tourism – AIEST) έχει διατυπώσει και ορίσει τον τουρισμό ως «το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό και δε συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα» (Βενετσανοπούλου Μ., 2006). Ο τουρισμός είναι ένα από τα πιο δυναμικά και πολυσύνθετα παγκόσμια κοινωνικοοικονομικά φαινόμενα που παρουσίασε τεράστια ανάπτυξη τα τελευταία είκοσι χρόνια. Μάλιστα, για αρκετές αναπτυσσόμενες χώρες αποτέλεσε σημαντικότατο παράγοντα πολιτιστικής και κυρίως οικονομικής ανάπτυξης. Η σημασία του τουρισμού, ως τομέα οικονομικής δραστηριότητας και ανάπτυξης, είναι παγκοσμίως αποδεκτή καθώς συμβάλει στην αύξηση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος, στη βελτίωση του Ισοζυγίου πληρωμών, στην ανάληψη επενδυτικών πρωτοβουλιών, στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και γενικότερα στην προώθηση της τοπικής, περιφερειακής και εθνικής ανάπτυξης.

Κατά τον Βαρβαρέσο (1998) στην Ελλάδα, η τουριστική βιομηχανία στηρίχτηκε από τη δεκαετία του '60 στο κλασικό μοντέλο τουριστικής προσφοράς «ήλιος-θάλασσα», το οποίο πλέον φαίνεται να μην αποτελεί βιώσιμη επιλογή για να στηρίξει το ελληνικό τουριστικό προϊόν, καθώς δεν καθίσταται δυνατό να προσελκύσει τις κατηγορίες τουριστών που ενδιαφέρονται ειδικά για εναλλακτικές μορφές τουρισμού ή ανήκουν σε υψηλές εισοδηματικές κλίμακες. Πόσο μάλλον όταν το παρόμοιο ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν που προσφέρουν άλλες μεσογειακές χώρες είναι σαφώς καλύτερο σε αναλογία τιμής και ποιότητας υπηρεσιών.

Επιπροσθέτως, ενώ ο τουρισμός μέχρι σχετικά πρόσφατα αποτελούσε φαινόμενο το οποίο επέφερε κατά κύριο λόγο θετικές συνέπειες στις κοινωνίες, η τεράστια και απότομη τουριστική ανάπτυξη των τελευταίων ετών έχει προκαλέσει αρκετές αρνητικές επιπτώσεις, τόσο κοινωνικές αλλά και περιβαλλοντικές. Πέρα από τις πολλαπλές και ποικίλες επιδράσεις του τουριστικού φαινομένου, υπάρχει και ένας μεγάλος αριθμός παράπλευρων δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται με σκοπό την εξυπηρέτηση του

φαινομένου αυτού οι οποίες επηρεάζουν επίσης σε μεγάλο βαθμό τομείς όπως η κοινωνία, η οικονομία και το περιβάλλον (Βενετσανοπούλου Μ., 2006).

Πολύ σημαντικό ρόλο στον προσδιορισμό και την ανάδειξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος έχει παίξει η νησιώτικη Ελλάδα, προσελκύοντας μεγάλο αριθμό επισκεπτών κάθε χρόνο. Η μελέτη περίπτωσης της παρούσας εργασίας είναι η Αλόνησος, η οποία ανήκει στο σύμπλεγμα νησιών των βόρειων Σποράδων και τα τελευταία χρόνια αποτελεί παράδειγμα βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης καθώς μέσα από πολλαπλές δράσεις προστατεύει, αναδεικνύει και διαφυλάττει τους πόρους που εκμεταλλεύεται, κατά κύριο λόγο περιβαλλοντικούς, για να αναπτυχθεί τουριστικά.

ΕΝΟΤΗΤΑ 1^Η

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΠΡΑΣΙΝΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^Ο: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η εποχή που ακολούθησε μετά την λήξη του Β' παγκοσμίου πολέμου είχε μια γενικότερη τάση για ανάπτυξη σε όλους τους τομείς, και ιδιαίτερα για τον κλάδο του τουρισμού, γεγονός που επέτρεψε σε ένα μεγάλο αριθμό χωρών να εκμεταλλευτούν αυτή την ανάπτυξη προς όφελος τους. Τα ταξίδια και ο τουρισμός άρχισαν να γίνονται προσιτή δραστηριότητα όχι μόνο για τους οικονομικά ευκατάστατους αλλά και για όλα τα κοινωνικά στρώματα γεγονός στο οποίο συνέβαλαν διάφοροι παράγοντες όπως: η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η αναβάθμιση των μεταφορών και κυρίως των αεροπορικών, η τάση της αστικοποίησης του πληθυσμού, η σχετική μείωση των τιμών των εισιτηρίων σε συνδυασμό με την αύξηση του ελεύθερου χρόνου κ.α. (Χριστοπούλου, 1991). Παρόλα αυτά όμως το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που αρχικά υιοθετήθηκε, αυτό του μαζικού τουρισμού επέφερε σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες, αλλάζοντας τις συνθήκες και τον τρόπο διαβίωσης τους και παράλληλα υποβαθμίζοντας και αλλοιώνοντας το περιβάλλον μέσω της κακής διαχείρισης του.

1.1 ΔΙΕΘΝΗΣ ΧΩΡΟΣ

Στο πέρασμα των τελευταίων έξι δεκαετιών, ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε έναν από τους μεγαλύτερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς κλάδους του κόσμου μέσω της συνεχούς επέκτασης και διαφοροποίησης που τον χαρακτηρίζει. Πέρα από τους παραδοσιακούς αγαπημένους προορισμούς της Ευρώπης και της

Βόρειας Αμερικής ένας μεγάλος αριθμός νέων προορισμών έχει έρθει στο προσκήνιο. Ο τουρισμός έχει καταφέρει να αναπτύσσεται σχεδόν ανενόχλητα ανά τα χρόνια, παρά τα εμπόδια, αντικατοπτρίζοντας την δύναμη του συγκεκριμένου τομέα. Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις έχουν αυξηθεί από 25 εκατομμύρια παγκοσμίως το 1950, στα 278 εκατομμύρια το 1980, 674 εκατομμύρια το 2000 και στα 1.235 εκατομμύρια το 2016. Το 2016 αποτέλεσε την 7^η συνεχόμενη χρονιά που ο διεθνής τουρισμός αυξήθηκε πάνω από τον μέσο όρο μετά την παγκόσμια οικονομική κρίση του 2009, αύξηση όμοια της οποίας δεν έχει καταγραφεί από το 1960. Έτσι, η οικονομική άνθηση που έχουν γνωρίσει οι προορισμοί παγκοσμίως έχει ανέλθει από τα 2 δισεκατομμύρια δολάρια το 1950, στα 104 δισεκατομμύρια δολάρια το 1980, 495 δισεκατομμύρια δολάρια το 2000, φτάνοντας το 2016 τα 1,220 δισεκατομμύρια δολάρια (UNWTO, 2017).

Ο τουρισμός επίσης αποτελεί κυρίαρχη κατηγορία στο διεθνές εμπόριο όσον αφορά τις υπηρεσίες. Πέρα από τα χρήματα που δαπανήθηκαν στους προορισμούς, ο διεθνής τουρισμός παρήγαγε επίσης 216 δισεκατομμύρια δολάρια σε εξαγωγές μέσω διεθνών υπηρεσιών μεταφοράς επιβατών που παρέχονται σε μη κατοίκους το 2016, αυξάνοντας τη συνολική αξία των εξαγωγών του τουρισμού στα 1,4 τρισεκατομμύρια δολάρια ή στα 4 δισεκατομμύρια δολάρια ανά ημέρα κατά μέσο όρο. Συγκριτικά με το 2015 το ποσοστό που αντιπροσωπεύει τον τουρισμό αναφορικά με τις παγκόσμιες εξαγωγές σε αγαθά και υπηρεσίες έχει αυξηθεί από 6% σε 7% γεγονός που αποδεικνύει ότι ο τουρισμός έχει εξελιχθεί περισσότερο από το εμπόριο διεθνώς τα τελευταία πέντε χρόνια. Επιπροσθέτως, ο τουρισμός, σαν εξαγωγικός κλάδος παγκοσμίως, βρίσκεται τρίτος στην κατάταξη μετά τα χημικά και τα καύσιμα έχοντας ξεπεράσει την αυτοκινητοβιομηχανία και τα τρόφιμα, κάνοντας τον την κυρίαρχη κατηγορία εξαγωγών σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες (UNWTO, 2017).

ΕΙΚΟΝΑ 1.1: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΑΝΑ ΗΠΕΙΡΟ



ΠΗΓΗ: UNWTO AUGUST 2017

Αναφορικά με τις μακροπρόθεσμες προβλέψεις αναμένεται ότι οι διεθνής τουριστικές αφίξεις θα αυξηθούν κατά ποσοστό 3.3% ανά χρόνο μεταξύ του 2010 και του 2030 φτάνοντας το 2030 τις 1.8 δισεκατομμύρια αφίξεις. Μέσα στην ίδια περίοδο οι τουριστικές αφίξεις στους ανερχόμενους προορισμούς αναμένεται να αυξάνονται με διπλάσιο ρυθμό (+4.4% ανά χρόνο) από αυτόν των ανεπτυγμένων προορισμών (+2.2% ανά χρόνο). Τέλος, το μερίδιο αγοράς των ανερχόμενων οικονομιών έχει αυξηθεί από

30% το 1980 στο 45% το 2016 και αναμένεται να φτάσει το 57% το 2030, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 1 δισεκατομμύριο τουριστικές αφίξεις (UNWTO, 2017).

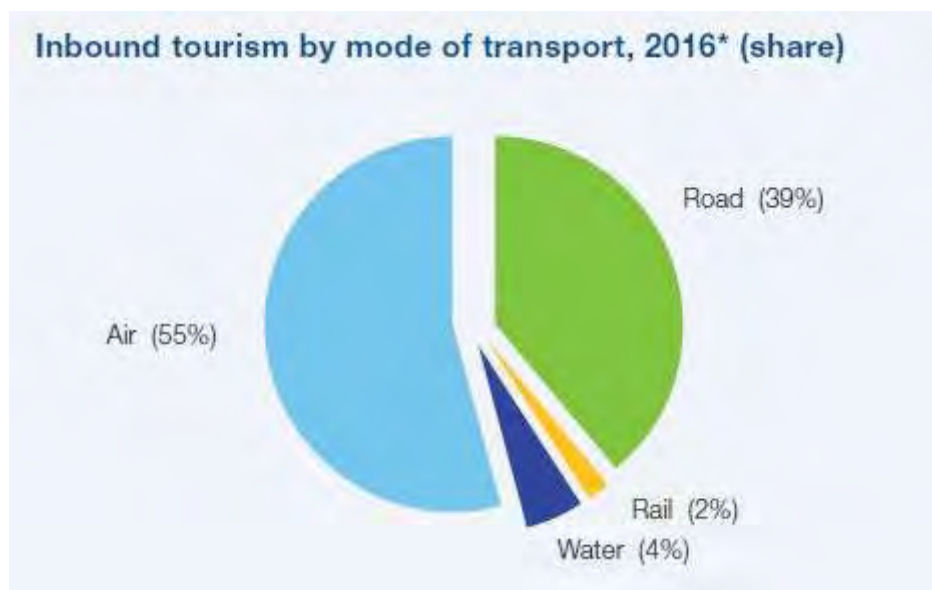
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ 1990 – 2016

	International tourist arrivals (million)							Market share (%)	Change (%)			Average a year (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016*		14/13	15/14	16*/15	
World	435	526	674	809	953	1,189	1,235	100	4.0	4.5	3.9	3.9
Advanced economies ¹	299	337	424	470	516	654	685	55.5	5.7	5.0	4.8	3.5
Emerging economies ²	136	189	250	339	437	536	550	44.5	2.1	4.0	2.7	4.5
By UNWTO regions:												
Europe	261.5	303.5	386.6	453.2	489.0	603.7	616.2	49.9	1.7	4.8	2.1	2.8
Northern Europe	28.7	36.4	44.8	59.9	62.8	75.4	80.2	6.5	5.3	6.5	6.4	2.7
Western Europe	108.6	112.2	139.7	141.7	154.4	181.4	181.5	14.7	2.2	3.5	0.0	2.3
Central/Eastern Europe	33.9	58.9	69.6	95.3	98.5	121.4	126.0	10.2	-9.1	5.4	3.8	2.6
Southern/Medit. Europe	90.3	96.0	132.6	156.4	173.3	225.5	228.5	18.5	6.9	4.9	1.3	3.5
-of which EU-28	230.1	266.0	330.5	367.9	384.3	477.8	500.1	40.5	4.7	5.3	4.7	2.8
Asia and the Pacific	55.9	82.1	110.4	154.1	208.1	284.0	308.4	25.0	6.1	5.4	8.6	6.5
North-East Asia	26.4	41.3	58.3	85.9	111.5	142.1	154.3	12.5	7.3	4.3	8.6	5.5
South-East Asia	21.2	28.5	36.3	49.0	70.5	104.2	113.2	9.2	2.9	7.4	8.6	7.9
Oceania	5.2	8.1	9.6	10.9	11.4	14.3	15.6	1.3	6.1	7.6	9.4	3.3
South Asia	3.2	4.2	6.1	8.3	14.7	23.4	25.3	2.0	12.9	2.3	7.8	10.7
Americas	92.8	108.9	128.2	133.3	150.1	192.7	199.3	16.1	8.5	5.9	3.5	3.7
North America	71.8	80.5	91.5	89.9	99.5	127.5	130.5	10.6	9.7	5.5	2.4	3.4
Caribbean	11.4	14.0	17.1	18.8	19.5	24.1	25.2	2.0	5.5	8.1	4.7	2.7
Central America	1.9	2.6	4.3	6.3	7.8	10.2	10.7	0.9	5.6	6.8	4.9	5.0
South America	7.7	11.7	15.3	18.3	23.2	30.8	32.8	2.7	7.1	5.9	6.6	5.4
Africa	14.8	18.7	26.2	34.8	50.4	53.4	57.8	4.7	0.6	-2.9	8.1	4.7
North Africa	8.4	7.3	10.2	13.9	19.7	18.0	18.6	1.5	-1.4	-12.0	3.5	2.7
Subsaharan Africa	6.4	11.5	16.0	20.9	30.7	35.4	39.2	3.2	1.9	2.4	10.5	5.9
Middle East	9.6	12.7	22.4	33.7	55.4	55.6	53.6	4.3	8.7	0.6	-3.7	4.3

ΠΗΓΗ: UNWTO 2017

Το 2016 ακολούθησε την ανοδική πορεία των προηγούμενων χρόνων, όσον αφορά τη διεθνή τουριστική ζήτηση, με πολλούς προορισμούς να επιδεικνύουν θετικά αποτελέσματα παρά τα θέματα ασφαλείας που ενδεχομένως προέκυψαν σε διάφορες περιοχές. Η μεγάλη τουριστική ζήτηση σε συνδυασμό με την αυξημένη συνδεσιμότητα, την πτώση των τιμών των αερομεταφορών και τη μείωση της γραφειοκρατίας σε πολλές χώρες είναι παράγοντες οι οποίοι συντέλεσαν στην γενικότερη άνθηση μεγάλου αριθμού προορισμών παρά την ανακατεύθυνση των τουριστικών ροών σε ανερχόμενους προορισμούς. Όπως παρατηρείται και στον πίνακα 1.1, σύμφωνα με τον διαχωρισμό των περιοχών από τον UNWTO, στην Ασία και την Ωκεανία σημειώθηκε αύξηση των διεθνών τουριστικών αφίξεων κατά 9% το 2016, ενώ η Αφρική μετά από δύο χρόνια χαμηλής κίνησης, ανέκαμψε με ποσοστό 8%. Η Αμερική επίσης συνέχισε την ανοδική της πορεία με ποσοστό +3% ενώ τα αποτελέσματα για την Ευρώπη ποικίλουν, με κάποιες χώρες να σημειώνουν άνοδο ενώ κάποιες άλλες μείωση των αφίξεων, σημειώνοντας σε γενικές γραμμές αύξηση κατά ποσοστό 2%. Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν για τη Μέση Ανατολή δείχνουν ότι μολονότι τα στοιχεία διαφέρουν από προορισμό σε προορισμό, οι τουριστικές αφίξεις μειώθηκαν κατά ποσοστό 4%. Παρατηρείται επίσης ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά σημειώθηκαν στην Υποσαχάρια Αφρική με +10%, στην Ωκεανία, την Βορειοανατολική και Νοτιοανατολική Ασία με +9% και την Νότια Αμερική με +7% (UNWTO, 2017).

ΓΡΑΦΗΜΑ 1.1: ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2016



ΠΗΓΗ: UNWTO, 2017

Στο γράφημα 1.1 παρατηρούμε ότι λίγοι πάνω από τους μισούς επισκέπτες, ταξίδεψαν για το προορισμό τους αεροπορικά με ποσοστό 55%, ενώ το υπόλοιπο 45% προτίμησε να ταξιδέψει οδικώς (39%), με σιδηρόδρομο (2%) ή ακτοπλοϊκώς (4%). Αυτή η τάση των τελευταίων χρόνων των τουριστών να ταξιδεύουν κατά κύριο λόγο με αεροπλάνο οφείλεται αφενός στην μείωση των εισιτηρίων των εναέριων μεταφορών, και αφετέρου στην αύξηση των δρομολογίων από τις αεροπορικές εταιρίες αυξάνοντας το μερίδιο της αγοράς των αερομεταφορών σημαντικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ – ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΧΩΡΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

International tourist arrivals						International tourism receipts								
Rank	Series	(million)		Change (%)		US\$				Local currencies				
		2015	2016*	15/14	16*/15	(billion)		Change (%)		Change (%)				
Rank		2015	2016*	15/14	16*/15	2015	2016*	15/14	16*/15	15/14	16*/15			
1	France	TF	84.5	82.6	0.9	-2.2	1	United States	205.4	205.9	7.0	0.3	7.0	0.3
2	United States	TF	77.5	75.6	3.3	-2.4	2	Spain	56.5	60.3	-13.3	6.9	3.8	7.1
3	Spain	TF	68.5	75.6	5.5	10.3	3	Thailand	44.9	49.9	16.9	11.0	23.0	14.7
4	China	TF	56.9	59.3	2.3	4.2	4	China	45.0	44.4	2.1	-1.2	3.6	5.3
5	Italy	TF	50.7	52.4	4.4	3.2	5	France	44.9	42.5	-22.9	-5.3	-7.6	-5.1
6	United Kingdom	TF	34.4	35.8	5.6	4.0	6	Italy	39.4	40.2	-13.3	2.0	3.8	2.3
7	Germany	TCE	35.0	35.6	6.0	1.7	7	United Kingdom	45.5	39.6	-2.3	-12.9	5.2	-1.4
8	Mexico	TF	32.1	35.0	9.4	8.9	8	Germany	36.9	37.4	-14.8	1.4	2.0	1.7
9	Thailand	TF	29.9	32.6	20.6	8.9	9	Hong Kong (China)	36.2	32.9	-5.8	-9.1	-5.8	-9.0
10	Turkey	TF	39.5	..	-0.8	..	10	Australia	28.9	32.4	-8.2	12.3	10.2	13.5

Είναι σημαντικό, όταν κατατάσσονται οι καλύτεροι ταξιδιωτικοί προορισμοί του κόσμου να λαμβάνονται υπόψη δύο μεταβλητές, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις και τα έσοδα από τον τουρισμό. Αυτές οι δύο μεταβλητές είναι άμεσα αλληλοεξαρτώμενες καθώς όπως παρατηρείται οι 8 στις 10 χώρες βρίσκονται και στους δυο παραπάνω πίνακες. Εντυπωσιακή είναι η άνοδος της Ταϊλάνδης όπως παρατηρείται παραπάνω (πίνακας 1.2) όσον αφορά τα έσοδα από τον τουρισμό η οποία το 2016 έφτασε τα 50 δισεκατομμύρια δολάρια. Οι ΗΠΑ παραμένουν στην κορυφή αναφορικά με τα τουριστικά έσοδα και στη δεύτερη θέση με περίπου 76 εκατομμύρια τουριστικές αφίξεις.

Οι προτιμήσεις των τουριστών επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από διάφορα περιστατικά που ενδεχομένως συμβαίνουν στις χώρες προορισμούς όπως για παράδειγμα τρομοκρατικές επιθέσεις και μεταβολές στην οικονομία των χωρών.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του φαινομένου είναι η Τουρκία η οποία έπεσε στη δέκατη θέση των τουριστικών αφίξεων λόγω των θεμάτων ασφαλείας και του αποτυχημένου πραξικοπήματος που αντιμετώπισε. Άλλο ένα εύστοχο παράδειγμα αποτελεί το Ηνωμένο Βασίλειο το οποίο ανέβηκε στην 6^η θέση στις τουριστικές αφίξεις ενώ στα έσοδα έπεσε στην 7^η λόγω της υποτίμησης της Βρετανικής λίρας που οδήγησε σε χαμηλότερα κέρδη από συνάλλαγμα. Εξαίρεση σε αυτό αποτελεί η Γαλλία η οποία ακόμη και μετά την τρομοκρατική επίθεση που υπέστη κατάφερε να παραμείνει στην πρώτη θέση της κατάταξης όσον αφορά τις τουριστικές αφίξεις.

1.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα αποτελεί μοναδικό πόλο έλξης ξένων τουριστών, γεγονός που οφείλεται στην ιδιαίτερη στρατηγική της θέση στην Ευρώπη και τη Μεσόγειο και στο πλήθος των φυσικών και πολιτιστικών πόρων που διαθέτει. Επομένως αυτά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα την καθιστούν ανταγωνιστική έναντι άλλων προορισμών στην τουριστική αγορά.

Η οικονομία της Ελλάδας επωφελείται σε μεγάλο βαθμό από την συμβολή του τουρισμού, ως οικονομικού παράγοντα, καθώς δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας συμβάλλοντας στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος και βοηθάει στην ανάπτυξη της περιφέρειας σημαντικά αφού το εύρος κατανομής των τουριστικών δραστηριοτήτων είναι μεγάλο. Συμμετέχει στο ΑΕΠ της χώρας με ποσοστό 18.6% και αντιπροσωπεύει το 23.4% της συνολικής απασχόλησης δηλαδή περίπου 860.315 άτομα. (WTTC, 2016). Ενισχύει επίσης και τους υπόλοιπους οικονομικούς κλάδους μέσω της αλληλεπίδρασης τους με την κάθε είδους τουριστική δραστηριότητα.

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι το top 5 των αγορών που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό για τις διακοπές τους είναι η Γερμανία με 3.138.735 αφίξεις, το Ηνωμένο Βασίλειο με 2.894.655 αφίξεις, η Ιταλία με 1.386.902 αφίξεις, η Γαλλία με 1.313.536 αφίξεις και η Ρωσία με 595.482 αφίξεις (ΤτΕ, 2016).

Η Ελλάδα άρχισε να αναπτύσσεται τουριστικά κατά το διάστημα 1950 με 1970, με την Αττική, την Κέρκυρα και την Ρόδο να προσελκύουν αρχικά επισκέπτες ενώ λίγο αργότερα και μέσα στο ίδιο διάστημα προστίθενται στους τουριστικούς πόλους και η

Κρήτη, η Χαλκιδική και οι Κυκλάδες. Η δεκαετία 1960 – 1970 συγκεκριμένα σηματοδότησε την αλματώδη ανάπτυξη του μαζικού οργανωμένου τουρισμού, καθώς πραγματοποιούνται εντυπωσιακές κρατικές επενδύσεις για την δημιουργία και την εξέλιξη έργων τουριστικής υποδομής. Σε όλη αυτή την κατάσταση συνέβαλε και η δημιουργία οργανωμένων ταξιδιωτικών πακέτων διακοπών σε πολλούς ελληνικούς προορισμούς από τους μεγαλύτερους Tour Operators της Ευρώπης, με αποτέλεσμα να καθιερωθεί η Ελλάδα ως διεθνής τουριστικός προορισμός εκμεταλλευόμενη το τουριστικό πρότυπο των 4S (Sun, Sea, Sand, Sex).

Η ανεξέλεγκτη αυτή τουριστική ανάπτυξη οδήγησε κατά τη δεκαετία του 1970 – 1980, όχι μόνο την Ελλάδα αλλά και άλλες τουριστικές χώρες, στην εμφάνιση ενός μεγάλου αριθμού περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων τα οποία φαινόταν να μειώνονται με την εμφάνιση εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Μέσα στα χρόνια που ακολούθησαν και ενώ ο τουρισμός στην Ελλάδα παρουσίασε ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη, οι προορισμοί άρχισαν να καταβάλουν προσπάθειες για να γίνει αυτή η ανάπτυξη βιώσιμη με απώτερο σκοπό την μείωση των παραπάνω προβλημάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η βιώσιμη ή αειφόρος ανάπτυξη (sustainable development) είναι μια σχετικά ασαφής έννοια η οποία παρόλα αυτά έχει μπει δυναμικά σε διάφορους τομείς δραστηριοτήτων καθώς αποτελεί εργαλείο όλο και περισσότερων αναπτυξιακών επιλογών. Πρωτοεμφανίστηκε με τη μορφή της αειφόρου παραγωγής στα τέλη του 18^{ου} αιώνα, στο πλαίσιο της διαχείρισης των δασών της Γερμανίας, ενώ περίπου έναν αιώνα αργότερα μεταφέρεται στις ΗΠΑ για ανάλογες δραστηριότητες. Κάπου ανάμεσα στα τέλη της δεκαετίας του '60 και τις αρχές της δεκαετίας του '70 και μετά από πολλές συζητήσεις αναφορικά με το περιβάλλον διαπιστώνεται η υποβάθμιση που έχει υποστεί και κατ' επέκταση η ανάγκη προστασίας του. Αρχίζει να αναπτύσσεται πλέον το θέμα της αναζήτησης της ισορροπίας ανάμεσα στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και της οικονομικής ευημερίας. Με άξονα αυτή την κατεύθυνση συγκαλείται το 1972 στη Στοκχόλμη η Συνδιάσκεψη του ΟΗΕ «Για το ανθρώπινο περιβάλλον» όπου συγκροτούνται οι βασικές ρυθμίσεις και πολιτικές για την περιβαλλοντική προστασία. Ακολουθεί το Πρόγραμμα Περιβάλλοντος των Ηνωμένων Εθνών στο πλαίσιο του οποίου υλοποιείται και το Πρόγραμμα Δράσης για τη Μεσόγειο. Κατά τη διάρκεια της πετρελαϊκής κρίσης και της κρίσης του ισχύοντος οικονομικού μοντέλου, η βιώσιμη ανάπτυξη παρουσιάζει ύφεση η οποία αργότερα τη δεκαετία του '80 παύει να υπάρχει καθώς αυξάνεται και πάλι το ενδιαφέρον για τα θέματα της. Το 1987 συγκροτείται από τον ΟΗΕ η Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (WCED), γνωστή ως Επιτροπή Brundtland, μέσα από την έκθεση της οποίας ορίζεται η βιώσιμη ανάπτυξη ως «η ανάπτυξη που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να διακυβεύονται οι ανάγκες των μελλοντικών γενεών» (Μπεριάτος, 2003).

Αργότερα, συνεχίστηκαν οι προσπάθειες για την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης με τη διάσκεψη των κρατών μελών του ΟΗΕ, στο Ρίο ντε Τζανέιρο της Βραζιλίας το 1992, από την οποία προέκυψε μια σειρά από πέντε συμφωνίες, από τους σκοπούς των οποίων είναι η βιώσιμη ανάπτυξη. Αυτές είναι: η Διακήρυξη για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, η Agenda 21, οι διεθνείς συμβάσεις για τις κλιματικές αλλαγές, οι αρχές για τη βιώσιμη διαχείριση των δασών και η σύμβαση για τη Βιοποικιλότητα. Επίσης, δημιουργήθηκε και η Επιτροπή για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη

(CSD), στην οποία τα κράτη μέλη επιδεικνύουν την πρόοδο που έχουν σημειώσει όσον αφορά τους στόχους της βιωσιμότητας (Μπεριάτος, 2003).

Ο μεγάλος αριθμός προσπαθειών που έχουν γίνει για τον ορισμό της βιώσιμης ανάπτυξης, όπως διαπιστώνεται από τα παραπάνω, οφείλεται κυρίως στην προσέγγιση της έννοιας από ανθρώπους διαφορετικού επιστημονικού υπόβαθρου. Όλοι όμως αυτοί οι ορισμοί συμπεριλαμβάνουν έναν αριθμό από κυρίαρχα βασικά στοιχεία τα οποία συγκλίνουν στην άποψη ότι η κοινωνία, η οικονομία και το περιβάλλον όπως επίσης και η αλληλεπίδραση τους, θα πρέπει να αποτελούν τα τρία βασικά στοιχεία κάθε μορφής και επιπέδου ανάπτυξης.

Ο τουρισμός αποτελεί μια ανθρώπινη δραστηριότητα κατά την οποία η οικονομική ανάπτυξη αδιαμφισβήτητα αλληλοεπηρεάζεται, άμεσα ή έμμεσα, με την ποιότητα του περιβάλλοντος. Οι τουριστικές πολιτικές που έχουν ως μοναδικό στόχο την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη με μοναδικό σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους, έχουν ως αναπόφευκτο αποτέλεσμα την αλλοίωση και υπερεκμετάλλευση των φυσικών και ανθρωπογενών πόρων του περιβάλλοντος, υποβαθμίζοντας ή ακόμα και καταστρέφοντας το. Επομένως, το φυσικό τοπίο, αφού αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης τουριστών, θα πρέπει να προστατεύεται, καθώς οποιαδήποτε υποβάθμιση του θα δυσανεστήσει τους τουρίστες, πολλοί από τους οποίους ταξιδεύουν μόνο για αυτό, και κατ' επέκταση θα επιφέρει μείωση του τουριστικού συναλλάγματος και παρακμή της οικονομίας. Γι' αυτό η προστασία, διαφύλαξη και αποκατάσταση των ζημιών που ενδεχομένως έχουν γίνει στο περιβάλλον θα πρέπει να αποτελούν κυρίαρχες προϋποθέσεις κάθε βιώσιμης τουριστικής πολιτικής. Βέβαια, η αυστηρή προφύλαξη και απομόνωση του φυσικού τοπίου από οποιαδήποτε μορφής επίσκεψη, αποτελεί μεν μια αποδεκτή λύση, αλλά οικονομικά ασύμφορη. Επομένως, κρίνεται επιτακτική η ανάγκη εφαρμογής μιας πολιτικής, με άξονα την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, η οποία θα συνδυάζει το σεβασμό στο φυσικό τοπίο στοχεύοντας στην κοινωνική συνοχή και στην ευημερία της οικονομίας.

2.1 ΤΟ 2017 ΧΡΟΝΙΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Το Δεκέμβριο του 2015 η Γενική Συνέλευση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών ανακήρυξε το 2017 ως χρονιά Διεθνούς Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης. Η επιλογή της συγκεκριμένης χρονιάς για αυτή την σημαντική ανακήρυξη έγκειται στον εορτασμό των 50 χρόνων από την Διεθνή Χρονιά για τον Τουρισμό – Διαβατήριο για την Ειρήνη (1967) και των 15 χρόνων από το 2002, τη Διεθνή Χρονιά για τον Οικοτουρισμό. Είναι μια πολύ σημαντική χρονιά καθώς η παγκόσμια κοινότητα αγωνίζεται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο για να συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης έως το 2030. Ο παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού στο πλαίσιο αυτού του εορτασμού έχει θέσει κάποιους στόχους προς επίτευξη μέσα σε αυτό το χρόνο οι οποίοι είναι:

- Ευαισθητοποίηση του κοινού για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη
- Συνεργασία με όλους τους φορείς του κλάδου για να λειτουργήσει ο τουρισμός καταλυτικά στην προσπάθεια για αλλαγή
- Υιοθέτηση πολιτικών, επιχειρηματικών πρακτικών και καταναλωτικών συμπεριφορών στραμμένες προς τη βιωσιμότητα

Παράλληλα, θα αναδεικνύεται ο ρόλος του τουρισμού σε πέντε σημεία κλειδιά: **α)** τη βιώσιμη οικονομική άνθηση, **β)** την κοινωνική συνοχή, την εργασία και την μείωση της φτώχειας, **γ)** αποτελεσματικότητα των πόρων, προστασία του περιβάλλοντος και κλιματική αλλαγή, **δ)** τις πολιτιστικές αξίες, την ποικιλομορφία την κληρονομιά και **στ)** την αλληλοκατανόηση, ειρήνη και ασφάλεια.

ΕΙΚΟΝΑ 2.1: ΣΤΟΧΟΙ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



ΠΗΓΗ: UNWTO (ANNUAL REPORT 2016)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΝΗΣΙΩΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

Τόσο οι νησιώτικες όσο και οι παράκτιες περιοχές αποτελούν τη βάση ενός μεγάλου αριθμού παραγωγικών δραστηριοτήτων οι οποίες λαμβάνουν χώρα και επηρεάζουν ένα πλούσιο δομημένο περιβάλλον με παραδοσιακούς οικισμούς, αστικά κέντρα και λιμάνια. Βέβαια, η ανάδειξη της οποιασδήποτε περιοχής προϋποθέτει σωστή αξιοποίηση και διαχείριση των υποδομών, τουριστικών και μη. Αναφορικά με το περιβάλλον, αποτελεί επιτακτική ανάγκη η προστασία των οικοσυστημάτων και των βιοτόπων όπως επίσης και η ολοκληρωμένη αντιμετώπιση της περιβαλλοντικής μόλυνσης και της ατμοσφαιρικής ρύπανσης, φαινόμενα τα οποία υποβαθμίζουν την συνολική εικόνα της περιοχής και αποτρέπουν τους δυνητικούς επισκέπτες να την επιλέξουν ως ταξιδιωτικό προορισμό. Επομένως η περιβαλλοντική προστασία και καταπολέμηση της ρύπανσης είναι σημαντικές προϋποθέσεις προκειμένου να αναδειχθεί ο φυσικός πλούτος μιας περιοχής. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι κάθε είδους κατασκευαστικές δραστηριότητες στις παράκτιες περιοχές συμβάλουν σε μεγάλο βαθμό στην επιβάρυνση του ευρύτερου περιβάλλοντος καθώς δημιουργούν προβλήματα στον χωροταξικό σχεδιασμό (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

3.1 ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ: ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΙΣ ΧΡΗΣΕΩΝ ΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Η τεράστια αύξηση διαφορετικών δραστηριοτήτων στις νησιώτικες και τις παράκτιες περιοχές οι οποίες συχνά σχετίζονται με τον τουριστικό αλλά και τον αγροτικό τομέα οι περισσότερες εκ των οποίων συνήθως απαιτούν μεγάλα κομμάτια εκτάσεων για την ανάπτυξη τους οδηγώντας σε συγκρούσεις όσον αφορά τις χρήσεις γης όπως επίσης και σε επέκταση των σχεδίων πόλης, άναρχη δόμηση κλπ.

Συνεπώς ο βιώσιμος σχεδιασμός και η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη με γνώμονα την προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος και την τοπική συμμετοχή είναι η απάντηση ώστε να επιλυθούν προβλήματα προγραμματισμού και διαχείρισης τέτοιων περιοχών όπου τα συγκρουόμενα συμφέροντα είναι πολλά.

3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΠΙΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η επικράτηση και προώθηση του κλασικού προτύπου τουρισμού που βασίζεται στον ήλιο και τη θάλασσα σε συνδυασμό με την υπέρμετρη αύξηση των τουριστικών ταξιδιών έχει οδηγήσει στη μετατροπή των νησιωτικών περιοχών κυρίως σε τοπ τουριστικούς προορισμούς. Παρόλα αυτά οι αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την αύξηση αυτή είναι πολλές και σε μεγάλο βαθμό ανεπανόρθωτες, γεγονός που επιβάλλει έναν ουσιαστικό και βιώσιμο σχεδιασμό. Παρατηρείται λοιπόν ότι κάθε περιοχή, νησιωτική ή όχι, που υπόκειται σε τουριστική ανάπτυξη αντιμετωπίζει συγκεκριμένα προβλήματα όπως είναι η προστασία του περιβάλλοντος, ο περιορισμός των συγκρούσεων για τις χρήσεις γης τα οποία καλείται το εκάστοτε νησί να αντιμετωπίσει προκειμένου να προαχθεί τουριστικά μέσω της δημιουργίας κατάλληλων υποδομών και σωστού σχεδιασμού και προγραμματισμού, ενέργειες που τελικά θα οδηγήσουν στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη τους (Τσάρτας, 2000).

Το φυσικό περιβάλλον όπως οι πολιτιστικοί και αρχαιολογικοί πόροι, ειδικότερα όταν αυτό εντάσσεται στο τουριστικό προϊόν μιας νησιώτικης περιοχής αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία έλξης επισκεπτών γενικά αλλά και ειδικότερα αυτών που αναζητούν κάποια μορφή τουρισμού που σχετίζεται άμεσα με αυτό. Ωστόσο η χρήση του φυσικού τοπίου για λόγους τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να πραγματοποιείται με τρόπο ελεγχόμενο ούτως ώστε να μην υποβαθμίζεται και να είναι βιώσιμη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΙΣ ΝΗΣΙΩΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Τα νησιά και ιδιαίτερα τα μικρά σε έκταση λόγω των περιορισμένων φυσικών πόρων αποτελούν ειδική περίπτωση τουριστικών προορισμών καθώς οι δυνατότητες ανάπτυξης τους είναι ελάχιστες. Η ανάπτυξη του τουρισμού στις νησιώτικες περιοχές παρατηρήθηκε έντονα κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '60 καθώς η βελτίωση των μεταφορών αποτέλεσε ευνοϊκό παράγοντα όσον αφορά την πρόσβαση σε νησιά μέχρι

τότε απομονωμένα. Έκτοτε ο αριθμός των τουριστών στα νησιά, και κατ' επέκταση και στα ελληνικά, υπέστη τεράστια αύξηση ξεπερνώντας αυτή των ηπειρωτικών περιοχών.

Όπως υποστηρίζουν οι Κοκκώσης και Τσάρτας (2001), τα νησιά είναι περιοχές με ιδιαίτερο ενδιαφέρον διότι:

- Ιδιαίτερα στα μικρά νησιά, η σχέση μεταξύ περιβάλλοντος, οικονομίας και κοινωνίας είναι ιδιαίτερα εύθραυστη και ευαίσθητη καθώς οποιαδήποτε διαταραχή σε κάποιο υποσύστημα επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό και τα υπόλοιπα, γεγονός το οποίο έχει αναστραφεί σε ορισμένα νησιά από την ύπαρξη και ανάπτυξη του τουρισμού.
- Ο τουρισμός σαν φαινόμενο αποτελεί εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης τονώνοντας την οικονομία μιας περιοχής, ενισχύοντας την απασχόληση και την προβολή της περιοχής σε διεθνές επίπεδο. Πολλά νησιά χρησιμοποιώντας αυτό το εργαλείο και σε συνδυασμό με τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα έχουν παρουσιάσει εντυπωσιακή εξέλιξη ως πόλοι έλξης επισκεπτών από όλο τον κόσμο και έχουν μετατραπεί σε κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς.

Βέβαια, μέχρι τώρα οι περισσότεροι εν δυνάμει τουριστικοί προορισμοί βασίστηκαν στο πρότυπο του μαζικού τουρισμού για την τουριστική τους ανάπτυξη δίνοντας λίγη σημασία στις αρνητικές συνέπειες που μπορεί να προέκυπταν. Συνεπώς για να διατηρηθεί η υπάρχουσα τουριστική ανάπτυξη απαιτείται σωστός προγραμματισμός με ιδιαίτερο σεβασμό στα τοπικά, φυσικά, οικονομικά, κοινωνικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στις νησιώτικες περιοχές θα πρέπει επομένως να αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής και σχεδιασμού που θα έχει ως στόχο την μεγιστοποίηση των οφελών από την χρήση των πόρων του τόπου διαφυλάττοντας τους ταυτόχρονα σε συνδυασμό με την διοικητική υποστήριξη των τοπικών φορέων υλοποίησης. Ακόμα σημαντικό ρόλο σε αυτή την κατεύθυνση θα διαδραματίσει η βελτίωση της υπάρχουσας υποδομής μεταφορών και προσβασιμότητας των νησιών όπως επίσης και η ενημέρωση και συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος.

Όπως παραπάνω οι Κοκκώσης και Τσάρτας (2001) υποστηρίζουν ότι οι βασικές παράμετροι της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι:

- Η διατήρηση της ισορροπίας που θα πρέπει να αποτελεί βασική προϋπόθεση στον σχεδιασμό για τις τουριστικές περιοχές η οποία έχει να κάνει με την ισόρροπη και ελεγχόμενη ενσωμάτωση του τουριστικού μοντέλου στα ήδη υπάρχοντα δεδομένα της τοπικής ανάπτυξης μιας περιοχής, πράγμα το οποίο αντιτίθεται έντονα στο ήδη υπάρχον μοντέλο που βασίζεται στο μαζικό τουρισμό ο οποίος υποβαθμίζει τις περιβαλλοντικές, πολιτισμικές και κοινωνικές αξίες με μοναδικό σκοπό το κέρδος.
- Σημείο κλειδί για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη είναι η διεύρυνση της παραγωγικής βάσης σε τοπικό επίπεδο επιτυγχάνοντας συνεργασία του αγροτικού, μεταφορικού, βιοτεχνικού κλάδου και του κλάδου των υπηρεσιών με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας και της τεχνογνωσίας του ανθρώπινου δυναμικού και η στοχευμένη προώθηση του τοπικού τουριστικού προϊόντος στις τουριστικές αγορές παγκοσμίως.
- Ένα βασικό χαρακτηριστικό της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι η «τοπικότητα» πράγμα που σημαίνει ότι η συμμετοχή όλων των τοπικών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων στην επίτευξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, είναι απαραίτητη και θα επιτευχθεί μέσω της θέσπισης ενός θεσμικού πλαισίου που θα την ευνοεί.
- Η διαφύλαξη και η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος το οποίο αποτελεί έναν ιδιαίτερα πλούσιο και ελκυστικό τουριστικό πόρο είναι ένας από τους πρωταρχικούς στόχους της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και επιτυγχάνεται μέσω συγκεκριμένης τουριστικής πολιτικής.
- Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι η απάντηση στη μέχρι τώρα τουριστική ανάπτυξη μέσω του μαζικού τουρισμού δίνοντας την ευκαιρία στους επισκέπτες να εξερευνήσουν νέες δυνατότητες στους προορισμούς. Πολλές από αυτές τις νέες μορφές τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός ή ο περιπατητικός τουρισμός ενσωματώνονται με ήπιο τρόπο στις τοπικές κοινωνίες προϋποθέτοντας μικρής κλίμακας

παρεμβάσεις όσον αφορά τις υποδομές έχοντας παράλληλα ως σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος.

4.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΙΣΤΟΥΝ ΤΑ ΝΗΣΙΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ

Οι σημαντικές αλλαγές που έχουν πραγματοποιηθεί στον τομέα της τεχνολογίας ευνοούν τις αναπτυξιακές δυνατότητες των νησιών καθώς η εφαρμογή αυτών των αλλαγών στον τομέα της παραγωγής αναβαθμίζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στις νησιώτικες περιοχές δημιουργώντας παράλληλα και νέες θέσεις εργασίας. Πιο συγκεκριμένα οι νέες μορφές ενέργειας και η εξέλιξη και η αναβάθμιση των υποδομών μεταφοράς καταφέρνουν να περιορίσουν τις επιπτώσεις που προκαλούνται από το μικρό μέγεθος και την απομόνωση ορισμένων νησιωτικών περιοχών ενώ παράλληλα οι τουριστικές υπηρεσίες που αναπτύσσονται αυξάνουν τη φέρουσα ικανότητα των νησιών και διευρύνουν την τοπική τους αγορά.

Όπως υποστηρίζει ο Σπιλάνης (2005), βασικές επιδιώξεις κάθε νησιωτικής περιοχής θα πρέπει να είναι η διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος, η αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, βελτίωση του πλαισίου της καθημερινής ζωής και η ρύθμιση των ανισορροπιών των νησιωτικών αγορών μέσω της συμμετοχικής λήψης αποφάσεων σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Η επίτευξη όλων των παραπάνω στόχων θα οδηγήσει στην καλύτερη διαχείριση προβλημάτων σε τοπικό επίπεδο και στην μετατροπή των μειονεκτημάτων των νησιών που θεωρούνταν μη αναστρέψιμα, σε συγκριτικά πλεονεκτήματα που θα καταστήσουν την περιοχή ανταγωνιστική στην τουριστική αγορά.

4.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος με ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό ζήτησης γεγονός που επισημαίνει την σημασία των οφελών που μπορεί να προσφέρει σε μια οικονομία αλλά και τις εξαρτήσεις που δημιουργούνται μέσω της αλληλεπίδρασης τους. Η τουριστική ανάπτυξη σαν αντικείμενο μελέτης έχει απασχολήσει πολλούς φορείς και έχει οδηγήσει σε ενδιαφέρουσες επιστημονικές προσεγγίσεις με κυρίαρχο χαρακτηριστικό τις προϋποθέσεις που απαιτούνται ώστε η τουριστική ανάπτυξη να είναι ευνοϊκή για την τοπική οικονομία (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001). Επομένως όλα τα παραπάνω στοιχεία πρέπει να εξεταστούν έτσι ώστε η τουριστική ανάπτυξη μιας νησιώτικης περιοχής να τεθεί υπό έλεγχο.

4.2.1 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΞΑΡΤΗΣΗΣ

Ο τομέας του τουρισμού αναμφίβολα θεωρείται ως έντασης εργασίας, πράγμα που σημαίνει ότι το μεγαλύτερο όφελος από την τουριστική ανάπτυξη το λαμβάνει ο τομέας της απασχόλησης καθώς οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται από τον τουρισμό είναι ποικίλες, οι σημαντικότερες εκ των οποίων είναι:

- I. Η άμεση απασχόληση σε όλων των ειδών τις τουριστικές επιχειρήσεις
- II. Η συμπληρωματική απασχόληση που περιλαμβάνει την άτυπη και την περιστασιακή
- III. Η έμμεση απασχόληση σε επιχειρήσεις, οι υπηρεσίες των οποίων σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό όπως είναι το εμπόριο και οι βιομηχανίες ποτών και τροφών

Παρόλα αυτά, το κοινό χαρακτηριστικό αυτών των μορφών απασχόλησης και του τουρισμού είναι η εποχικότητα, χαρακτηριστικό το οποίο στο πλαίσιο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να καταπολεμάται.

Παρά τις διαφορές που μπορεί να υπάρχουν στις διάφορες εκτιμήσεις για την θετική συμβολή του τουρισμού στην τοπική οικονομία, αφενός το κράτος ωφελείται από την τουριστική ανάπτυξη και αφετέρου οι τοπικές οικονομίες αναζωογονούνται μέσω της αύξησης των εισοδημάτων και της φορολογίας από τον τουρισμό (Τσάρτας, 1996).

4.2.2 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

Για να είναι ο έλεγχος της τουριστικής ανάπτυξης αποδοτικός θα πρέπει να ισχύουν κάποιες προϋποθέσεις που κατά κύριο λόγο αφορούν χώρες οι οποίες παρουσιάζουν δυο βασικά αναπτυξιακά χαρακτηριστικά: αφενός διαθέτουν μια ουσιαστική αναπτυξιακή πολιτική που απευθύνεται στον οργανωμένο μαζικό τουρισμό, και αφετέρου η τουριστική τους ανάπτυξη περιλαμβάνει το σύνολο των οικονομικών δραστηριοτήτων της περιοχής και αποτελεί κεντρικό άξονα της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της περιοχής.

Όπως υποστηρίζει ο Τσάρτας (2000), οι εν λόγω προϋποθέσεις για την ελεγχόμενη τουριστική ανάπτυξη είναι οι παρακάτω:

- ❖ **Θεσμικές παρεμβάσεις από διεθνείς οργανισμούς**, οι οποίες επιτυγχάνονται μέσω της δράσης οργανισμών και ενώσεων που προστατεύουν τα συμφέροντα των χωρών όπως επίσης και μέσω της δράσης διεθνών οργανισμών που ασχολούνται με την προστασία του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Με τη σωστή εφαρμογή αυτών των παρεμβάσεων θα διαμορφωθούν συγκεκριμένοι κανόνες και προτάσεις για ήπια και ελεγχόμενη ανάπτυξη του τουρισμού και θα προωθηθούν εξειδικευμένες τουριστικές πολιτικές που θα συμβάλλουν στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.
- ❖ **Έλεγχος των πολιτικών των εταιριών τουρισμού**, οι οποίες κατέχουν πλεονεκτική θέση στην αγορά πράγμα το οποίο έχει σαν αποτέλεσμα την ταχύτατη επέκταση τους σε νέες αγορές. Θα πρέπει να υπάρχει συστηματικός έλεγχος όσον αφορά τη διαμόρφωση του πλαισίου της λειτουργίας και της

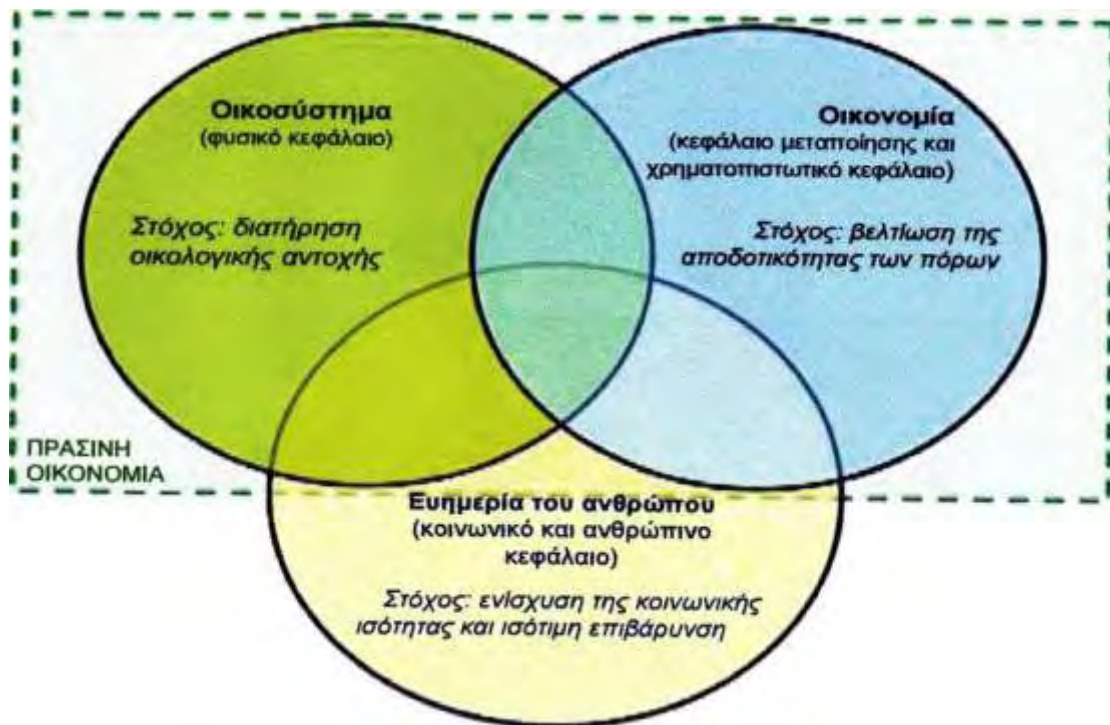
επέκτασης τους και για την αποφυγή μονοπωλιακών καταστάσεων στη διεθνή αγορά.

- ❖ **Διαφοροποίηση και προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς**, μέσω της δημιουργίας τουριστικών υποδομών που δεν θα απευθύνονται αποκλειστικά σε ένα τύπο τουριστικής ζήτησης ή σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων. Η συνεχής διαφοροποίηση των προσφερόμενων υπηρεσιών σε όλα αυτά τα επίπεδα προφυλάσσει την περιοχή από εξαρτήσεις αναφορικά με τον τουρισμό και από τις πιθανές ανακατατάξεις της τουριστικής ζήτησης.
- ❖ **Επιλογή προτύπων τοπικής παραγωγικής δομής**, η επιλογή τύπων ανάπτυξης που εντάσσονται ισόρροπα στην τοπική κοινωνικοοικονομική κλίμακα και σε συνδυασμό με τον καινοτομικό τους χαρακτήρα επιτρέπουν την σταδιακή διαφοροποίηση της παραγωγικής βάσης της οικονομίας (Johnson and Thomas, 1992).

Λαμβάνοντας υπόψη όλες τις παραπάνω προϋποθέσεις φτάνουμε στη διαπίστωση ότι το σημαντικότερο χαρακτηριστικό του σύγχρονου τουρισμού είναι η διεθνοποίηση των κυριότερων συντελεστών του και παράλληλα των παραγόντων που διαμορφώνουν την τουριστική ζήτηση (Τσάρτας, 1996).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**5.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

Στη σημερινή εποχή κρίνεται αναγκαίο οι πολιτικές αποφάσεις ευρύτερα αλλά και συγκεκριμένα για τους τουριστικούς προορισμούς να λαμβάνουν υπόψη την άμεση σχέση μεταξύ οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος (φυσικό κεφάλαιο).

ΓΡΑΦΗΜΑ 5.1: ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΠΗΓΗ: UNEP, 2011

Από το Πρόγραμμα Περιβάλλοντος των Ηνωμένων Εθνών (UNEP, 2011), η «πράσινη οικονομία» ορίζεται ως:

«η οικονομία που οδηγεί στη βελτιωμένη ανθρώπινη ευημερία και την κοινωνική αμεροληψία, μειώνοντας σημαντικά τους περιβαλλοντικούς κινδύνους και τις οικολογικές ελλείψεις».

Η έννοια και η εφαρμογή της βιώσιμης ανάπτυξης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την έννοια της «πράσινης οικονομίας», καθώς η επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης βασίζεται σχεδόν εξ ολοκλήρου στη δημιουργία και εφαρμογή μια σωστής σχέσης μεταξύ οικονομίας, κοινωνίας και περιβάλλοντος.

Η ανάγκη λοιπόν, για ανάπτυξη με βιώσιμο χαρακτήρα είναι προφανής αν αναλογιστεί κανείς ότι όλα αυτά τα χρόνια, η δημιουργία πλούτου μέσω του λεγόμενου προτύπου «brown economy» βασισμένου στα συμβατικά καύσιμα οδήγησε στην κοινωνική περιθωριοποίηση, την υποβάθμιση του περιβάλλοντος και την σημαντική μείωση των πόρων (UNEP, 2011). Μέσω της πράσινης οικονομίας δίνεται η ευκαιρία στις διάφορες περιοχές να επιτύχουν οικονομική ανάπτυξη περιορίζοντας την μείωση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, αξιοποιώντας ένα σύνολο μέτρων όπως φόροι, επιχορηγήσεις, εμπορικά σχέδια και εθελοντικές προσεγγίσεις.

Σύμφωνα με το UNEP, οι αρχές, οι στόχοι και οι ενέργειες από τις οποίες διέπεται η πράσινη οικονομία είναι:

- Ισότητα και δικαιοσύνη μεταξύ των γενεών
- Συνέπεια στις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης
- Εφαρμογή της αρχής της πρόληψης
- Αξιολόγηση του φυσικού και κοινωνικού κεφαλαίου
- Βιώσιμη και αποδοτική χρήση των πόρων (βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή)

- Προσαρμογή των υπάρχοντων μακροοικονομικών στόχων (μέσω της δημιουργίας «πράσινων» θέσεων εργασίας, την καταπολέμηση της φτώχειας κ.α.)

Η επίτευξη του επιθυμητού αυξημένου επιπέδου παραγωγής με όσο το δυνατόν λιγότερες ανθρώπινες, φυσικές και κοινωνικές εισροές αλλά και η αποδοτικότητα των χρησιμοποιηθέντων πόρων αποτελούν απαραίτητους παράγοντες για την επίτευξη της πράσινης οικονομίας. Όσον αφορά την πράσινη οικονομία, για να μετρηθεί καλύτερα η αποδοτικότητα των πόρων χρησιμοποιούνται δείκτες όπως το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΠΕ) κατά τη χρήση των πόρων, σε μακροοικονομικό επίπεδο.

5.2 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο οικοτουρισμός δεν είναι ένα καινούριο φαινόμενο. Ο τουρισμός που βασίζεται στο φυσικό περιβάλλον έχει μακριά παράδοση. Οι μοντέρνες εκδοχές του οικοτουρισμού έγιναν δημοφιλείς του 1980, αλλά η αρχική τους εμφάνιση χρονολογείται το 1960 όταν οι περιοχές προστασίας της άγριας ζωής στην Κένυα άνοιξαν για τους ενδιαφερόμενους τουρίστες. Η μελέτη του οικοτουρισμού από ακαδημαϊκούς έχει παρουσιάσει σταθερή αύξηση τις τελευταίες δυο δεκαετίες (Honey, 2009). Είναι γενικά παραδεκτό άλλωστε, ότι το περιβάλλον ενός προορισμού, που συχνά αποτελεί κυρίαρχο κομμάτι της εικόνας του, είναι παράγοντας που δίνει το κίνητρο στους τουρίστες για την επιλογή ενός προορισμού και στο να μένουν πιστοί σε αυτόν (Meng and Uysal, 2008).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Τα φυσικά προτερήματα μιας χώρας, όταν διαχειρίζονται σωστά, παρέχουν μια ισχυρή πηγή συμβολικής και συναισθηματικής αξίας τόσο για τους κατοίκους αλλά και για τους επισκέπτες. Επιπλέον, οι χώρες οι οποίες όχι μόνο επιδεικνύουν τη φυσική ομορφιά των τοπίων τους αλλά προάγουν τις αξίες και τις πρακτικές της βιωσιμότητας του περιβάλλοντος, έχουν περισσότερες πιθανότητες να αναπτύξουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα όσον αφορά τη βιωσιμότητα (de Chernatony, 2008).

Παρότι το αν μια πράσινη πολιτική προσφέρει στους προορισμούς την δυνατότητα να διαφοροποιήσουν το brand τους δεν έχει μελετηθεί εκτενώς, οι διάφοροι οργανισμοί και οι ιδιώτες στην τουριστική βιομηχανία συχνά επενδύουν στην διαμόρφωση ενός brand πράσινου προορισμού εάν αντιληφθούν ότι θα ενισχύσει την εικόνα του ήδη υπάρχοντος brand, της προτίμησης και της επαναεπισκεψιμότητας. Για να συμβεί βέβαια αυτό θα πρέπει οι περιβαλλοντικές «πράσινες» ενώσεις, όπως και όλες οι υπόλοιπες, να είναι αυθεντικές, να πείθουν τους ενδιαφερόμενους και να προσφέρουν το κάτι παραπάνω από τους ανταγωνιστικούς προορισμούς (Cai, 2001).

Τα brands τα οποία μπορούν να χαρακτηριστούν ως «πράσινα» είναι αυτά, των οποίων οι χρήστες έχουν ως κύριο στόχο τις βιώσιμες πρακτικές και την διατήρηση του περιβάλλοντος. Οι λιγότερες μελέτες που εξετάζουν τη φύση των πράσινων brand (Hartmann, Apaolaza Ibanez, Forcada Sainz, 2005), ορίζουν την ταυτότητα ενός πράσινου brand ως ένα brand το οποίο έχει ένα συγκεκριμένο αριθμό χαρακτηριστικών και οφελών που σχετίζονται με τη μειωμένη επίδραση στο φυσικό περιβάλλον αλλά και με την αντίληψη του ίδιου του brand ότι είναι περιβαλλοντικά υγιές. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι ο ορισμός ενός πράσινου brand χαρακτηρίζεται από αοριστία όσον αφορά τις περιβαλλοντικά υγιή συμπεριφορές. Βέβαια, ο σκεπτικισμός και η κριτική των καταναλωτών στους οργανισμούς που αντιμετωπίζουν δυσκολία στο να επαληθεύσουν τα περιβαλλοντικά τους διαπιστευτήρια έχει προκαλέσει δισταγμό στην υποστήριξη των πράσινων brand (Rex and Bauman, 2007).

Ακόμα, η εστίαση των πράσινων brands στις περιβαλλοντικές αξίες είναι ένα από τα κυρίαρχα τους χαρακτηριστικά, γεγονός που απορρέει από την δύναμη του brand την οποία αντλεί από το πόσο καλά ορίζεται η ταυτότητα του όπως επίσης και την εστίαση σε μια πτυχή του brand ενός προορισμού (Aaker and Joachimsthaler,

2000). Ωστόσο το να επιτύχει μια χώρα ένα αποτελεσματικό πράσινο brand πρέπει να συνδυάσει την επικοινωνία και την διαφοροποίηση που βασίζονται στα λειτουργικά του χαρακτηριστικά και τα συναισθηματικά του οφέλη. Όπως και με τα πράσινα brand των προϊόντων, έτσι και τα πράσινα brand των προορισμών που χρησιμοποιούν την οικολογική επισήμανση, θα πρέπει να αναλογιστούν τα όρια των συστημάτων αυτής της επισήμανσης που συνοψίζουν τις τεχνικές πληροφορίες. Η οικολογική επισήμανση αδιαμφισβήτητα αυξάνει την αξιοπιστία ενός πράσινου brand, αλλά δεν είναι σίγουρο το κατά πόσο καταφέρνει να δώσει στους επισκέπτες τα λειτουργικά και συναισθηματικά οφέλη που αναζητούν (Rex and Baumann, 2007).

Για την παράκαμψη όλων εκείνων των εμποδίων που οδηγούν στον σκεπτικισμό αναφορικά με τα πράσινα brands, συστήματα πιστοποίησης, μεταξύ άλλων, προσφέρουν τις βάσεις για την ενίσχυση των πράσινων brands. Τα πιο συνηθισμένα παραδείγματα τέτοιων συστημάτων στον τουριστικό τομέα αποτελούν το Πιστοποιητικό για την Βιώσιμη Ανάπτυξη (Certificate for Sustainable Tourism, CST) της Κόστα Ρίκα, το Πρόγραμμα Διαπίστευσης Φύσης και Οικοτουρισμού (Nature and Ecotourism Accreditation Program, NEAP) της Αυστραλίας όπως επίσης και το καλά εδραιωμένο σύστημα διαπίστευσης ISO 14001 EMS (Honey, 2003). Επιπλέον, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός δεικτών που προσδιορίζουν την επίδοση των πόλεων και των χωρών όσον αφορά το περιβάλλον για να αξιολογούνται τα συγκριτικά περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα των προορισμών. Τέτοιοι ευρέως γνωστοί δείκτες είναι, μεταξύ άλλων, το National Geographic Society's Greendex, το Environmental Performance Index και το Environmental Sustainability Index.

Παρά το ξαφνικό ενδιαφέρον για τον οικοτουρισμό και την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, οι έρευνες για αυτές τις δυο έννοιες εξακολουθούν να είναι περιορισμένες. Οι Walker και Hanson (1998) μετά από μια σύγκριση που έκαναν ανάμεσα στους προορισμούς και στα προϊόντα και τις υπηρεσίες σχετικά με τις διαφορές που παρουσιάζουν στη υλοποίηση του πράσινου μάρκετινγκ, κατέληξαν ότι παρότι τα κίνητρα και των δύο για την στροφή στην πράσινη ανάπτυξη είναι κοινά, δηλαδή η ποιότητα ζωής, οι κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις, η διαχείριση αποβλήτων και περιβαλλοντικής μόλυνσης και η συμπεριφορά των επισκεπτών, υπάρχουν επίσης και αρκετές αξιοσημείωτες διαφορές. Οι προορισμοί διαφέρουν από τις άλλες κατηγορίες καθώς αυτός που είναι υπεύθυνος για το μάρκετινγκ δεν καταναλώνει ευθέως το φυσικό πόρο, και έχει περιορισμένο ή καθόλου έλεγχο πάνω στις εμπειρίες των

επισκεπτών περιορίζοντας τη δυνατότητα που έχει για τον εμπλουτισμό του brand του προορισμού. Επιπλέον, σε αντίθεση με το πράσινο μάρκετινγκ προϊόντων, οι τουρίστες δεν παίρνουν τον προορισμό στην ιδιοκτησία τους, ωστόσο όμως συχνά οφείλουν να προστατεύουν τα περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα του προορισμού. Άλλη μια διαφορά μεταξύ των δύο είναι ότι οι υπεύθυνοι του μάρκετινγκ προορισμών αντιμετωπίζουν και το πρόβλημα της τιμολόγησης του προσφερόμενου προϊόντος έτσι ώστε να προσελκύσουν τουρίστες, με το μικρότερο δυνατό κόστος στο φυσικό περιβάλλον όπως επίσης και το να ικανοποιήσουν τις ανάγκες και των ενδιαφερόμενων μερών, όπως είναι οι επισκέπτες, οι κάτοικοι και το φυσικό περιβάλλον (Walker and Hanson, 1998).

Σε αυτό που εστιάζει το μάρκετινγκ για πράσινους προορισμούς είναι στη δημιουργία του προφίλ των «πράσινων» τουριστών ή των οικοτουριστών. Όπως υποστηρίζουν οι Rex και Baumann (2007) οι περισσότερες προσπάθειες που έχουν γίνει όσον αφορά τους πράσινους τουρίστες, είναι σχετικά με το πόσοι είναι, πώς τους αναγνωρίζουμε και τον τρόπο με τον οποίο συμπεριφέρονται. Αντισταθμίζουμε λοιπόν ότι η έννοια του πράσινου brand δεν έχει προσδιοριστεί σαφώς ούτε έχει μελετηθεί εκτενώς, καθώς έχει δοθεί περισσότερη βαρύτητα στο πράσινο μάρκετινγκ και την επικοινωνία (First and Khetriwal, 2008).

6.1 ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ NATURA 2000

Οι περιοχές που ανήκουν στο δίκτυο NATURA 2000, είναι περιοχές διατήρησης τύπων οικοτόπων και ειδών κοινοτικού ενδιαφέροντος. Ο στόχος αυτού του προγράμματος, είναι η δημιουργία ενός δικτύου που θα περιλαμβάνει τις σημαντικότερες φυσικές περιοχές της Ευρώπης που φιλοξενούν σπάνια είδη χλωρίδας και πανίδας, όπως επίσης και η λήψη κατάλληλων μέτρων προστασίας αυτών των περιοχών, χωρίς βέβαια αυτά να μπαίνουν εμπόδιο στις ήπιες οικονομικές δραστηριότητες των κατοίκων. Η Ελλάδα ως μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πήρε μέρος στο πανευρωπαϊκό πρόγραμμα για την ίδρυση του δικτύου NATURA 2000, που ξεκίνησε το 1992 (Apostolopoulou & Pantis, 2009).

Το δίκτυο NATURA 2000 βασίζεται σε δυο κοινοτικές οδηγίες, την 92/43/ΕΟΚ για την προστασία των οικοτόπων και περιλαμβάνει τις Ειδικές Ζώνες Διατήρησης και την 79/409/ΕΟΚ για την προστασία των πουλιών και περιλαμβάνει τις Ζώνες Ειδικής Προστασίας για τα πουλιά.

Στην Ελλάδα έχουν προταθεί μέχρι στιγμής για να συμπεριληφθούν στο δίκτυο περίπου 270 περιοχές ενώ ανήκουν ήδη σε αυτό 241 τόποι κοινοτικής σημασίας (ΤΚΣ) και 202 Ζώνες Ειδικής Προστασίας (ΖΕΠ), οι οποίες καλύπτουν περίπου το 21% της χερσαίας επιφάνειας της Ελλάδας (3.400.000 εκτάρια) χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι αμιγώς θαλάσσιες περιοχές και οι αλληλεπικαλύψεις. Σε αυτές τις περιοχές ανήκει η πλειοψηφία των περιοχών της χώρας που προστατεύονται από την εθνική νομοθεσία και έχουν διεθνείς χαρακτηρισμούς. Επιπλέον, αφού ολοκληρωθούν οι μελέτες για τις περιοχές του δικτύου NATURA 2000, μέσω της ανακήρυξης ορισμένων από αυτές ως Εθνικά Πάρκα, θα αυξηθεί σημαντικά η έκταση των προστατευόμενων περιοχών στη χώρα μας (Μιχαλόπουλος, 2002).

Τα όρια της κάθε περιοχής απεικονίζονται σε τοπογραφικό χάρτη (1:100.000) και έχει συνταχθεί Πληροφοριακό Δελτίο με γενικά στοιχεία και δεδομένα που αφορούν τους τύπους οικοτόπων και τα είδη Κοινοτικού Ενδιαφέροντος που εμφανίζονται σε αυτή.

Ο Ευρωπαϊκός Χάρτης για βιώσιμο τουρισμό σε αντιστοιχία με το δίκτυο NATURA 2000 και για την προετοιμασία και εφαρμογή μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης αναφέρει τις 10 παρακάτω αρχές (European Commission, 2001):

- ❖ Σεβασμός στα όρια της φέρουσας ικανότητας
- ❖ Συμμετοχή – συνδρομή στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς
- ❖ Διατήρηση των φυσικών πόρων
- ❖ Στήριξη της τοπικής οικονομίας
- ❖ Ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών

- ❖ Ανάπτυξη υψηλής ποιότητας τουρισμό
- ❖ Προσβασιμότητα όλων των ενδιαφερόμενων μερών στις προστατευόμενες περιοχές
- ❖ Ανάπτυξη νέων μορφών απασχόλησης
- ❖ Ενθάρρυνση συμπεριφοράς που να σέβεται το περιβάλλον
- ❖ Να αποτελεί μοντέλο προς μίμηση για τους υπόλοιπους οικονομικούς τομείς και να επηρεάζει τις μεθόδους τους (Βασιλειάδου, 2010).

ΕΝΟΤΗΤΑ 2^H

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1: ΤΟΠ 100 ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ 2017 ΑΠΟ ΤΟ GREEN DESTINATIONS

ARGENTINA	GREECE	REPUBLIC OF PALAU
Tigre	Alonnisos, Sporades	Republic of Palau
AUSTRIA	Skyros, Sporades	PORTUGAL
Werdenwang	ICELAND	Azores
AUSTRALIA	Reykjanes	Peneda-Gerês National Park
Red Centre: Uluru-Alice Springs	INDIA	Oeste (West region)
Red Centre: Tennant Creek	Khangchendzonga National Park	Torres Vedras
BENIN	INDONESIA	Serras do Socorro e Archeira
Ganvié	Bali Barat National Park	Cascais
BHUTAN	IRELAND	Sintra
Kingdom of Bhutan	Clonakilty	Lagoa
BOLIVIA	ITALY	ROMANIA
Medidi National Park	Cogne, Valle d'Aosta	Bison Land-Vanatori Neamt NP
BOTSWANA	Moena, Trentino	RWANDA
Chobe, Makgadikgadi & Okavango Delta	Mortepisano in Toscana	Volcanoes National Park
Selinda Reserve	Best of Romagna	SLOVENIA
BRAZIL	Santarcangelo di Romagna	Ljubljana
Porta de Nossa Senhora	JORDAN	Podcetrtek
Fernando de Noronha	Sharhabil Bin Hassneh	Slovenia Green Destinations
CANADA	KENYA	SOUTH AFRICA
Niagara River, Falls and Parkway	Lolsaba Conservancy	Cape Town
Great Bear Rainforest	KOREA	Grootbos Private Nature Reserve
Dehcho-Akaiicho regions	Dongbaekdongsan, Jeju	SPAIN
Mackenzie Delta - Beaufort Sea	MALTA	Atlantic Islands of Galicia NP
COSTA RICA	Gozo	Baiona, Galicia
Costa Rica	NETHERLANDS	Noja, Cantabria
CHILE	Ameland	Terres de l'Ebre, Catalunya
Isla Grande de Chiloé	Noordwijk	Torroella de Montgrí-LE startit
Cape Horn Biosphere Reserve	Katwijk	SWEDEN
Huilo Huilo	Wassenaar	Sigtuna
CHINA	Hoek v Holland	Åre
Yi Xian (Yi County), Anhui Province	Westvoorne	TAJIKISTAN
Jiuzhaigou Scenic Area	Goeree	The High Pamirs
COLOMBIA	Schouwen-Duiveland	TAIWAN
Lake Tota	Veere	Northeast and Yilan Coast
Otun Quimbaya Sanctuary	Zuid-Limburg	Nanliao village Penghu
CONGO, DEM. REP.	NETHERLANDS - CARIBBEAN	TANZANIA
Malebo	Bonaire	Chumbe Island (Zanzibar)
Virunga National Park	Saba - St. Eustatius	THAILAND
CROATIA	MEXICO	Tung Dap Village
Town of Dmiš	Sierra Gorda Biosphere Reserve	UNITED KINGDOM
Town of Mali Lošinj	NIGERIA	Comrie, Scotland
CYPRUS	Cross River State	County Down, Northern Ireland
Paphos district	NORWAY	Lough Neagh, Northern Ireland
ECUADOR	Svalbard	UNITED STATES
Santa Cruz Galapagos	Geilo	Jackson Hole & Yellowstone
FRANCE	Sognefjord	Town of Vail, Colorado
Bretagne	PHILIPPINES	URUGUAY
GERMANY	Lake Holon, Tboi	Punta del Este
Nordemey	Lake Sabu, South Cotabato	SPECIAL AWARD FOR PROGRESS
Blaasgau, Saarpfalz Kreis	Boj, Aloguinsan, Cebu	Los Angeles, California, USA

ΠΗΓΗ: greendestinations.org

Σύμφωνα με το επίσημο site του Green Destinations (greendestinations.org), με την αφορμή του εορτασμού της Παγκόσμιας Ημέρας Τουρισμού και της Παγκόσμιας Ημέρας Πράσινων Προορισμών, 27-28 Σεπτεμβρίου 2017, η παραπάνω λίστα με τους τοπ 100 βιώσιμους προορισμούς έχει έρθει στη δημοσιότητα για τρίτη χρονιά για να τιμήσουν τις προσπάθειες των τουριστικών προορισμών για υπεύθυνο και βιώσιμο τουρισμό. Οι υποψηφιότητες μπορούν να τεθούν από οποιονδήποτε μέσω μιας φόρμας διαθέσιμης στο διαδίκτυο, και οι υποψήφιοι καλούνται να παρέχουν εκτενείς πληροφορίες για τον προορισμό και τις προσπάθειες του για βιωσιμότητα, όπως επίσης και σε ποιο βαθμό ο προορισμός συμμορφώνεται με τα 15 κύρια κριτήρια του Green Destinations.

Αυτή η πρωτοβουλία αποσκοπεί στην αναγνώριση των τουριστικών προορισμών που έχουν δουλέψει σκληρά για να κάνουν τη διαφορά και να λάβουν σοβαρά υπόψη τη βιώσιμη ανάπτυξη. Παρόλα αυτά κανένας προορισμός δεν είναι 100% βιώσιμος, καθώς παραμένουν αρκετά σημαντικά προβλήματα που πρέπει να επιλυθούν, όπως η μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, παράγοντας ο οποίος δεν λήφθηκε υπόψη σε αυτό το διαγωνισμό. Ωστόσο, το Green Destinations παρακινεί τους ταξιδιώτες να μειώνουν τα μακρινά τους ταξίδια και να αποζημιώνουν για το αποτύπωμα τους.

Οι υποψήφιοι φέτος ήταν 155 και από 57 χώρες και έπρεπε να συμμορφώνονται με τα 15 βασικά κριτήρια του προτύπου των Green Destinations. Αξιολογήθηκαν από ειδικούς από την ομάδα του Green Destinations Top 100 και από τα μέλη της ειδικής επιτροπής πάνελ που περιλαμβάνει περισσότερους από 60 ειδικούς στο βιώσιμο τουρισμό.

Τα κύρια κριτήρια που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των υποψηφίων χωρών είναι τα παρακάτω:

- Συντονιστής βιωσιμότητας
- Πολιτική βιώσιμου τουρισμού
- Προστασία της φύσης
- Σεβασμό στα ζώα
- Προστασία του τοπίου
- Διαχείριση

λυμάτων

- Μείωση όγκου απορριμμάτων
- Μείωση εξάρτησης από ορυκτά καύσιμα
- Διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Προστασία της άυλης κληρονομιάς
- Προστασία των ανθρώπων
- Συμμετοχή των κατοίκων στην προώθηση του τουρισμού
- Προώθηση τοπικών προϊόντων
- Πρόληψη υγείας και ασφάλειας
- Προσβασιμότητα για ΑΜΕΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

7.1 ΣΛΟΒΕΝΙΑ

Σύμφωνα με άρθρο της εφημερίδας The Slovenia Times (Σεπτέμβριος, 2016), η Σλοβενία είναι η πρώτη χώρα στον κόσμο που ανακηρύχτηκε πράσινος προορισμός, βασισμένη σε μια εκτίμηση του Ολλανδικού οργανισμού Green Destinations, η οποία έδειξε 96% συμμόρφωση ανάμεσα στα 100 κριτήρια του οργανισμού. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αποτέλεσε δέσμευση κλειδί στην αναπτυξιακή στρατηγική της χώρας για το διάστημα 2012 – 2016, στόχο στον οποίο βοήθησε και το πρόγραμμα του Τουριστικού Συμβουλίου της Σλοβενίας (STO), Green Scheme, το οποίο προωθεί τη διατήρηση του περιβάλλοντος, την τοπική αυθεντικότητα και την υψηλή ποιότητα ζωής. Το πρόγραμμα Green Scheme περιλαμβάνει 17 προορισμούς και 10 πάροχους διαμονής, που τους έχει απονεμηθεί το πιστοποιητικό Slovenia Green Accommodation. Στη λίστα των top 100 πράσινων προορισμών του Green Destinations, πέρα από τη

Ljubljana βρίσκονται και άλλοι πράσινοι προορισμοί της Σλοβενίας όπως Nova Gorica, Brda, Kranjska, Gora, Maribor, Ptuj, Slovenj Gradec, Bela Krajina, Velenje.

Με απώτερο σκοπό την αναγνώριση της Σλοβενίας και την τοποθέτηση της στον διεθνή τουριστικό χάρτη σαν μια μοναδική χώρα ταυτόχρονα αυξάνοντας το μετοχικό της κεφάλαιο, το νέο brand, I feel Slovenia δημιουργήθηκε και εφαρμόστηκε στα τέλη του 2007. Αυτή είναι η πρώτη συστηματική απόπειρα για branding στη σύντομη ιστορία της χώρας (Konecnik & Go, 2008). Σε αντίθεση με τις προηγούμενες προσπάθειες της προώθησης του brand της Σλοβενίας, η συγκεκριμένη απόπειρα παρουσιάζει δυο κύριες διαφορές: αρχικά, το brand αναπτύχθηκε με την προοπτική της ταυτότητας της χώρας, με έμφαση στην μακροχρόνια επιβίωση του, και έπειτα, όλα τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη της χώρας συμμετείχαν ενεργά στην ανάπτυξη και υλοποίηση του brand, γεγονός πολύ σημαντικό αναφορικά με την μακροχρόνια επιβίωση και επιτυχία του.

Το εν λόγω brand δημιουργήθηκε για το σύνολο της χώρας και όχι μόνο για τουριστικούς σκοπούς, γεγονός το οποίο συνέβαινε σε όλες τις προηγούμενες προσπάθειες. Τομείς όπως η οικονομία, ο τουρισμός, ο πολιτισμός, η επιστήμη, ο αθλητισμός, η πολιτεία και οι πολίτες επιλέχθηκαν ως κύριοι τομείς της Σλοβενίας. Η αυτοαποκαλούμενη προσέγγιση των τριών βημάτων χρησιμοποιήθηκε για την συγκρότηση της ταυτότητας, όπως επίσης και οι δυο παρακάτω ομάδες στόχοι κλήθηκαν να λάβουν μέρος στην ανάπτυξη του brand: εκπρόσωποι της κοινής γνώμης από τομείς κλειδιά και η κυριότερη ενδιαφερόμενη ομάδα, οι κάτοικοι της Σλοβενίας (Konecnik, Go, 2008). Και εφόσον η επιτυχία του brand μιας χώρας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό στην ενεργό συμμετοχή και στον ενστερνισμό του brand από μέρους των κατοίκων, έχουν πραγματοποιηθεί έρευνες που παρέχουν πληροφορίες όσον αφορά τη γνώμη των κατοίκων για αυτή την προσπάθεια.

Μετά την ανεξαρτησία της το 1991 η Σλοβενία άρχισε να κάνει τις πρώτες προσπάθειες στο να επαναπροσδιορίσει το brand της στοχεύοντας στο διαχωρισμό της κατά μια έννοια από τα Βαλκάνια, και αντιθέτως να γίνει γνωστή σαν μια χώρα της κεντρικής Ευρώπης (Hall, 2002). Μετά από αρκετές καμπάνιες προώθησης του brand της Σλοβενίας, που ξεκινάνε από το 1986 (Slovenia – My country, Slovenia Invigorates, κα), ο Szondi (2007), τονίζει τα λάθη που γίνονται στο branding των προορισμών όχι μόνο της Σλοβενίας αλλά και αρκετών χωρών της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης.

Σημαντικότερα εκ των οποίων είναι η έλλειψη μιας οργανωμένης στρατηγικής και ενδιαφέρον μόνο για το βραχυπρόθεσμο μέλλον, οι πολύ συχνές αλλαγές σλόγκαν και λογότυπων τα οποία ήταν πολύ γενικά και δεν διαφοροποιούσαν την χώρα από τους ανταγωνιστές της, έμφαση μόνο στη διαφήμιση μη δίνοντας την απαραίτητη σημασία στα υπόλοιπα εργαλεία του μάρκετινγκ, έλλειψη απαραίτητων γνώσεων για αποτελεσματικό branding προορισμού, και επίσης η έλλειψη υποστήριξης του κάθε brand από την τοπική κοινωνία, γεγονός που δικαιολογεί τις συνεχείς αλλαγές στις καμπάνιες.

ΕΙΚΟΝΑ 7.1: THE BRAND OF SLOVENIA



ΠΗΓΗ: The brand of Slovenia, 2007

7.2 ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ

Η Νέα Ζηλανδία αποτελεί ένα από τα πιο συνήθη παραδείγματα για το πράσινο branding καθώς είναι διεθνώς αναγνωρισμένη για το φυσικό της περιβάλλον το οποίο αποτελεί τεράστιο πόλο έλξης τουριστών. Το παρθένο περιβάλλον και το μοναδικό τοπίο της χώρας έχουν διαδραματίσει πρωταρχικό ρόλο στην τουριστική της προβολή, από την αποικιακή της ανάπτυξη ακόμα (Bell, 2008). Μετά την τεράστια αναγνώριση που είχε η Νέα Ζηλανδία από την επιτυχία της ταινίας Lord of the Rings, την εδραίωσε στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη, καθώς όλες οι στρατηγικές μάρκετινγκ για τον τουρισμό βασίστηκαν σε αυτό το γεγονός. Παρότι βέβαια η τοποθέτηση της χώρας ως «πράσινη» είναι σχετικά πρόσφατη, η αξία αυτή συναντάται στην εθνική ταυτότητα της από το 1970 (Bell, 1996). Η Νέα Ζηλανδία επίσης τη δεκαετία του 1980 υιοθέτησε στάση ενάντια στην πυρηνική ενέργεια και τους γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς, γεγονός που υποστήριξαν μεγάλοι παραγωγοί τροφίμων της χώρας συνδέοντας την ποιότητα της παραγωγής τους με το πράσινο brand της (Insch and Florek, 2009).

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 η μεγαλύτερη σε διάρκεια καμπάνια της χώρας για τον τουρισμό προωθεί το περιβάλλον σε πυρήνα του brand της δίνοντας τους ακόμα μεγαλύτερη ώθηση χρησιμοποιώντας το λογότυπο με τη φτέρη (*fernmark logo*) ως οπτική αναπαράσταση της εικόνας του brand, λογότυπο το οποίο αντιπροσωπεύει τις απόψεις των επισκεπτών για τη χώρα που τη χαρακτηρίζουν νέα, δραστήρια και φρέσκια (Tourism New Zealand, 2003). Αργότερα τον Ιούλιο του 2002, η Νέα Ζηλανδία λανσάρει ένα ανανεωμένο λογότυπο που θα χρησιμοποιείται από τους tour operators ως σήμα διασφάλισης ποιότητας όπως επίσης και για τον έλεγχο της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας τους μέσω της πρωτοβουλίας “Go for Gold”. Με αυτή, οι tour operators που φέρουν το σήμα της διασφάλισης ποιότητας έχουν κάποια ελάχιστα πρότυπα αναφορικά με την περιβαλλοντική τους επίδοση που καλύπτουν τομείς όπως: η ενεργειακή αποδοτικότητα, η διατήρηση του νερού, η ανακύκλωση, η μείωση των απορριμμάτων, η βελτιωμένη χρήση των καυσίμων και περισσότερη ενασχόληση με τις δραστηριότητες διατήρησης της τοπικής κοινωνίας. Συνεχίζοντας προς αυτή την κατεύθυνση, η χώρα φιλοδοξεί να γίνει ένας ουδέτερος σχετικά με τον άνθρακα προορισμός μέχρι το 2020, με μηδενικές καθαρές εκπομπές άνθρακα σε όλους τους τομείς της οικονομίας (Anon, 2007).

Η κατεύθυνση του brand της Νέας Ζηλανδίας στοχεύει στο να προσελκύσει τουρίστες που αναζητούν εμπειρίες με γνώμονα το φυσικό περιβάλλον και οικοτουριστικές δραστηριότητες. Για την ευαισθητοποίηση του κοινού για την χώρα ως προορισμό με αυτό το στόχο πολλαπλές διαδοχικές διαφημιστικές καμπάνιες απεικονίζουν τα ποικίλα θαυμάσια τοπία της χώρας. Για την διαφοροποίηση της ταυτότητας της χώρας από άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς όπως ο Καναδάς, η Αυστραλία, η Σουηδία και η Ελβετία, έχει προστεθεί η κουλτούρα και η κληρονομιά των Μαορι σαν μια επιπλέον διάσταση στην περιβαλλοντική κατεύθυνση του brand (Tourism New Zealand, 2008).

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων οι tour operators της Νέας Ζηλανδίας χρησιμοποιούν πολλά μέσα μαζική ενημέρωσης για το επικοινωνιακό κομμάτι του τουριστικού μάρκετινγκ με κυρίαρχη την online διαφήμιση. Σύμφωνα με έρευνα του Bell (2008), το 25% των διαδικτυακών site που προωθούν τον οικοτουρισμό, αναφέρουν σε μεγάλο βαθμό τη Νέα Ζηλανδία, ενώ κατέχει επίσης το μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων διαπιστευμένων με το βραβείο Green Globe 21 (Natural Capital, 2004).

Η επιτυχία των εκστρατειών που έχει διοργανώσει το Tourism New Zealand, βασισμένες στο δυνατό περιβαλλοντικό της brand, είναι προφανής μετά από αξιολογήσεις που έχουν γίνει σε αυτό. Μετά από μια μελέτη του Υπουργείου για το Περιβάλλον (Ministry for the Environment, 2001), που αποπειράθηκε να θέσει μια αξία για την «πράσινη» εικόνα της Νέας Ζηλανδίας, εκτιμάται ότι η χώρα θα χάσει περίπου 938 εκατομμύρια δολάρια Νέας Ζηλανδίας σε έσοδα από τις πέντε μεγαλύτερες τουριστικές της αγορές (Αυστραλία, Κορέα, ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο και Ιαπωνία) εάν η αντίληψη των τουριστών για την ποιότητα του περιβάλλοντος της χειροτέρευε. Η έρευνα επίσης αποκάλυψε ότι σε τέτοια περίπτωση οι τουρίστες θα μειώναν επίσης την περίοδο διαμονής τους στη χώρα.

Ο Bell (2008) υποστηρίζει ότι οι προσεγγίσεις top – down και bottom – up για την συγκρότηση ενός πράσινου brand προορισμού πρέπει να χρησιμοποιηθούν συνεργικά. Η επιλογή των σωστών κινήτρων για την ενθάρρυνση σταθερών περιβαλλοντικών μηνυμάτων και πρακτικών ίσως είναι η καλύτερη τακτική για την προστασία ενός τέτοιου brand. Για παράδειγμα, δεν είναι γνωστό εάν οι tour operators θα ήταν πιο πιθανό να δεχτούν ποινές για ανάρμοστη συμπεριφορά ή να δράσουν

προληπτικά από υπερηφάνεια για το φυσικό περιβάλλον τους. Σχετικά στοιχεία υποδεικνύουν ότι τομείς της βιομηχανίας που έχουν πολλά να χάσουν αλλά και να αποδείξουν, όπως είναι οι μεταφορές, έχουν κάνει σημαντικά βήματα για να ενισχύσουν την περιβαλλοντική τους αξιοπιστία μέσω αντισταθμιστικών μέτρων και μείωσης του άνθρακα. Άλλοι operators ενστερνίζονται το πράσινο brand της χώρας με ενθουσιασμό καθώς υπάρχει μια αμοιβαία ενίσχυση και του δικού τους brand. Παρόλα αυτά όμως οι απειλές στο brand της Νέας Ζηλανδίας ως χώρας θα μπορούσε να επηρεάσει αρνητικά και το πράσινο brand της ως προορισμό και κατά συνέπεια αυτά των ιδιωτών που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες.

7.3 ΜΠΑΡΙΛΟΤΣΕ, ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ

Το Μπαριλότσε είναι μια πόλη στους πρόποδες της οροσειράς των Άνδεων, στην επαρχία του Rio Negro, 1.650 χιλιόμετρα νοτιοδυτικά του Μπουένος Άιρες. Οι εκλεγμένοι αξιωματούχοι της περιοχής κάνουν κάθε δυνατή προσπάθεια για την προστασία όχι μόνο του περιβάλλοντος της πόλης, αλλά και των γύρω περιοχών όπως επίσης και για την προσέλκυση οικοτουριστών και την προώθηση δραστηριοτήτων όπως το καγιάκ, η ιππασία, το αλεξίπτωτο, η ορεινή ποδηλασία, το σκι, η πεζοπορία και οι καταδύσεις (Χρήμα και Τουρισμός, 2017).

7.4 ΒΡΕΤΑΝΗ, ΓΑΛΛΙΑ

Η Βρετάνη είναι η μοναδική περιοχή στη Γαλλία στην οποία ο οικοτουρισμός έχει αναγνωριστεί στην κατάταξη της Ένωσης των Πράσινων Προορισμών. Με 2.700 χιλιόμετρα προστατευμένης ακτογραμμής, γεγονός που την καταστεί ιδιαίτερα δημοφιλή, η Βρετάνη καταβάλλει προσπάθειες προς την κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης τα τελευταία δέκα χρόνια, αποτέλεσμα των οποίων είναι η 1000 χιλιομέτρων διαδρομή πρασίνου και ποδηλασίας, όπως επίσης και τα προγράμματα προστασίας για τις ιστορικές πόλεις και την ακτογραμμή (Χρήμα και Τουρισμός, 2017). Όπως επισημαίνει ο διευθυντής του Brittany Tourist Board, Michael Dodds, που το 2010 βραβεύτηκε με το βραβείο Green Globe, για το δάσος Broceliande της Βρετάνης, έχει υπάρξει μια ισχυρή δέσμευση αναφορικά με τον βιώσιμο τουρισμό από το πρώτο κιόλας τοπικό σχέδιο ανάπτυξης το 2007, που περιελάμβανε μεγάλες επενδύσεις στις διαδρομές πρασίνου. Στη συνέχεια και το 2009 η βιώσιμη ανάπτυξη στην περιοχή πήρε μια ώθηση από τη δημιουργία του δικτύου “Responsible Travel” στη Βρετάνη και μέσω του συντονισμού του Intereg Project “CYCLEWEST”. Και όλα αυτά δεν θα ήταν εφικτά αν δεν υπήρχε η επιθυμία από μέρους των πολιτικών της χώρας για καλύτερη συνεργασία σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

7.5 ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ BROADS, ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Κατά τη διάρκεια των μεσαιωνικών χρόνων, μετά την αποξήρανση ελών στα ανατολικά της Αγγλίας, δημιουργήθηκαν 30 χιλιόμετρα πλωτών οδών και δεκατέσσερις λίμνες τα οποία πλέον ανήκουν στο Εθνικό Πάρκο Broads. Αποτελεί μια διατηρημένη φυσική ζώνη στην ακτή της Βόρειας Θάλασσας, ένα μεγάλο μέρος της οποίας προστατεύεται σύμφωνα με τους διεθνείς οργανισμούς. Επιπλέον, οι τοπικοί φορείς σε συνεργασία με τους κατοίκους της περιοχής εργάζονται αδιάλειπτα για τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών της πόρων (Χρήμα και Τουρισμός, 2017).

7.6 CAPE FLORAL REGION, ΝΟΤΙΟΣ ΑΦΡΙΚΗ

Παρά το γεγονός ότι η Νότια Αφρική μολύνει σε μεγάλο βαθμό τον αέρα και τα ύδατα, καθώς για την ικανοποίηση του 90% των ενεργειακών της αναγκών χρησιμοποιείται κακής ποιότητας άνθρακας, οι τοπικές αρχές αποφάσισαν να προστατεύσουν την περιοχή Cape Floral από αυτή την οικολογική καταστροφή, περιοχή που περιλαμβάνει πολλά προστατευόμενα είδη φυτών αλλά και τοπ προορισμό οικοτουρισμού. Πλέον αποτελεί παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης της περιοχής, μέσω του οικοτουρισμού, γεγονός που αναζωογόνησε τον τομέα της γεωργίας δημιουργώντας 4,5 φορές περισσότερες θέσεις εργασίας, καθώς από το 2004 και μετά, έχει αυξηθεί η έκταση των προστατευόμενων περιοχών κατά 10% (Χρήμα και Τουρισμός, 2017).

7.7 ΤΡΟΠΙΚΟ ΔΑΣΟΣ GREAT BEAR, ΚΑΝΑΔΑΣ

Το τροπικό δάσος Great Bear βρίσκεται στη Βρετανική Κολούμπια, κατά μήκος της ακτής του ειρηνικού του Καναδά, αποτελεί ένα από τα τελευταία εναπομείναντα δάση, με μεγάλες εκτάσεις εύκρατου τροπικού δάσους. Το δάσος φιλοξενεί το σπάνιο υποείδος της μαύρης αρκούδας, Kermode, και μέσα σε μια περίοδο 25 περίπου ετών, το τμήμα της προστατευόμενης περιοχής έχει διευρυνθεί από 5% έως 85%. Στη δεκαετία του 1990 απειλούνταν από τις δασοκομικές και τις βιομηχανίες εξόρυξης αλλά, μετά τις τεράστιες προσπάθειες που κατέβαλε η μη κυβερνητική οργάνωση Greenpeace, κατάφερε να διατηρηθεί και τη σημερινή εποχή να αποτελεί ένα σημαντικό υδροβιότοπο και οικοτουριστικό προορισμό (Χρήμα και Τουρισμός, 2017). Σύμφωνα με άρθρο του περιοδικού National Geographic (Οκτώβριος, 2017), ήταν το 1999 όταν ο Doug Neasloss ίδρυσε το Spirit Bear Lodge στο Klemtu της British Columbia και έδωσε νέα προοπτική στην περιοχή μέσω του οικοτουρισμού. Το Spirit Bear Lodge είναι μια επιχείρηση που τη διαχειρίζεται η τοπική κοινωνία της περιοχής που πλέον αποτελεί μια πολυτελή επιλογή φιλοξενώντας επισκέπτες από όλο τον κόσμο που έρχονται στην περιοχή για να δούνε και να φωτογραφήσουν ένα από τα σπάνια είδη αρκούδας.

Πλέον ο οικοτουρισμός αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη βιομηχανία του Klemtu, έχοντας μειώσει το ποσοστό ανεργίας στην περιοχή στο 10%. Εν μέρει επειδή η περιοχή άρχισε να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον οικοτουρισμό και λόγω της μακράς παράδοσης της τοπικής κοινωνίας σε αυτή, έγιναν αρκετές προσπάθειες από μέρους της για διαπραγμάτευση με την κυβέρνηση του Καναδά ούτως ώστε να διατηρηθεί μόνιμα το 85% του τροπικού δάσους Great Bear, οι οποίες ολοκληρώθηκαν το 2016, με τη νομοθεσία για το Great Bear που αποτέλεσε τεράστια επιτυχία τόσο για τους ιθαγενείς ακτιβιστές όσο και για τις διεθνείς περιβαλλοντικές ομάδες. Είναι άξιο να σημειωθεί ότι σύμφωνα με μια έρευνα που διεξήγαγε το Center for Responsible Travel το 2012 διαπιστώθηκε ότι οι επισκέπτες του δάσους ξόδεψαν 12 φορές περισσότερα χρήματα στο να παρατηρήσουν τις αρκούδες παρά στο κυνήγι τους, γεγονός που όλες οι τοπικές κοινωνίες αγωνίζονται για να εξαλείψουν.

7.8 ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ MOUNT SANQING, ΚΙΝΑ

Το εθνικό πάρκο Mount Sanqing στην Κίνα έχει χαρακτηριστεί ως μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς από την UNESCO το 2008. Παρότι η Κίνα ευθύνεται για τις περισσότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα στον πλανήτη και ενώ μόνο το 5% των κινέζων τουριστών αναζητούν «πράσινους» προορισμούς, πραγματοποιούνται ενεργές παρεμβάσεις για τη διατήρηση του φυσικού τοπίου της περιοχής με άξονα την βιώσιμη ανάπτυξη. Έρευνες δείχνουν εξάλλου ότι ο οικοτουρισμός θα γίνει κύρια πηγή εσόδων της περιοχής μέσα στα επόμενα χρόνια (Χρήμα και Τουρισμός, 2017).

7.9 UCKERMARK, ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Οι Γερμανοί είναι κατεξοχήν οι τουρίστες που θέτουν ως αυστηρό κριτήριο για την επιλογή του προορισμού τους τον σεβασμό προς το περιβάλλον. Παράδειγμα τέτοιου προορισμού αποτελεί το Uckermark το οποίο βρίσκεται στα βορειοανατολικά του Βερολίνου, και χαρακτηρίζεται από τεράστιες εκτάσεις πρασίνου προσφέροντας στους επισκέπτες δραστηριότητες όπως περιηγήσεις και περιπάτους. Αποτελεί επίσης την πιο μεγάλη και αραιοκατοικημένη περιοχή στη χώρα, που ορθώς χαρακτηρίζεται «πράσινη», καθώς περιφερειακοί παραγωγοί, πάροχοι ενέργειας και μικρές οικογενειακές φάρμες συνεργάζονται συνεχώς για να αναπτύσσεται η περιοχή βιώσιμα (Χρήμα και Τουρισμός, 2017).

7.10 WADDEN SEA, ΟΛΛΑΝΔΙΑ

Στη βόρεια πλευρά της Ολλανδίας, οκτώ νησιάκια, τα οποία βρέχονται από τη θάλασσα Wadden και είναι προσβάσιμα μόνο με πλοίο, σχηματίζουν ένα φυσικό καταφύγιο το οποίο θεωρείται ότι αποτελεί το μεγαλύτερο σύστημα παράκτιων υγροτόπων και ύφαλων στον κόσμο προσφέροντας καταφύγιο σε πολλά είδη φυτών και ζώων. Είναι πλήρως προστατευμένα καθώς περιβάλλονται από πυκνοκατοικημένες περιοχές οι οποίες έχουν αφιερώσει σημαντικούς ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους για την αποτελεσματική διαχείριση της. Η Ολλανδία, μια χώρα η οποία έχει κάνει ίσως τις περισσότερες προσπάθειες να χαρακτηριστεί «πράσινη», έχει δεσμευτεί να μειώσει τις εκπομπές αερίων ρύπων κατά 25% μέχρι το 2020 (Χρήμα και Τουρισμός, 2017).

7.11 GOEREE-OVERFLAKKEE, ΟΛΛΑΝΔΙΑ

Σύμφωνα με άρθρο του περιοδικού *The European* (Μάρτιος – Απρίλιος, 2015), το Goeree – Overflakkee είναι ένα νησί που βρίσκεται μεταξύ του Rotterdam και του Antwerp το οποίο έχει θέσει ως πρωταρχικό στόχο να γίνει το πιο βιώσιμο νησί στον κόσμο. Ήδη παράγει το ένα τρίτο της βιώσιμης ενέργειας στην επαρχία της νότιας Ολλανδίας που αποτελεί την πιο πυκνοκατοικημένη περιοχή της χώρας. Η βιωσιμότητα είναι σημαντικό κομμάτι του ήθους και της ταυτότητας της περιοχής και αυτό είναι προφανές μέσα από την ισχυρή σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην κοινωνία και το περιβάλλον, γεγονός που παροτρύνει τους κατοίκους να ζουν σε αρμονία με αυτό. Το νησί ενσωματώνει και αξιοποιεί πλήρως τους φυσικούς πόρους του μέσα από τους οποίους έχει δημιουργήσει δραστηριότητες όπως βιώσιμη και ενεργειακά αποδοτική καλλιέργεια, αλιεία, και εκμετάλλευση αιολικής και ηλιακής ενέργειας. Ακόμα, ένας σταθμός υδρογόνου βρίσκεται υπό ανάπτυξη όπως επίσης και σχέδια για ένα παλιρροιακό σταθμό παραγωγής ενέργειας τελευταίας τεχνολογίας. Αρκετά πρωτοπόρα είναι και η ύπαρξη της φάρμας που μετατρέπει την κοπριά από αγελάδες σε ανανεώσιμο «πράσινο αέριο».

Η ενεργειακή ανεξαρτησία δεν είναι ο μοναδικός στόχος του νησιού αλλά σύμφωνα και με τα λεγόμενα του τοπικού συμβούλου, Arend – Jan van der Vlugt, και η παραγωγή ενεργειακού πλεονάσματος που θα ωφελήσει την ευρύτερη περιοχή, στόχος ο οποίος έχει επιτευχθεί έως ένα βαθμό. Ως ένα εργαστήριο βιώσιμων καινοτομιών, το Goeree – Overflakkee επιδιώκει να μοιραστεί τις γνώσεις του με όλο τον κόσμο, καθώς είναι το μοναδικό νησί στο οποίο «τρέχουν» ταυτόχρονα τόσες πρωτοβουλίες ανανεώσιμης ενέργειας και βιωσιμότητας.

Οι τοπικές αρχές του Goeree – Overflakkee επιδιώκουν έως το 2020 να επιτύχουν την ενεργειακή ουδετερότητα, καθώς ήδη σταδιακά γίνεται η μετάβαση από τα ορυκτά καύσιμα σε απολύτως ανανεώσιμη ενέργεια. Οι προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση είναι αρκετά αποδοτικές καθώς μέχρι στιγμής η παραγωγή ενέργειας από τις ανεμογεννήτριες και από τα ηλιακά πάρκα καλύπτει το 35% των ενεργειακών αναγκών του νησιού.

7.12 ΣΚΥΡΟΣ, ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με άρθρο στην εφημερίδα Πρώτο Θέμα (Σεπτέμβριος, 2017), στους 100 κορυφαίους πράσινους προορισμούς στον κόσμο εντάχθηκε φέτος και η Σκύρος, η οποία μαζί με την Αλόνησο, εκπροσωπούν την Ελλάδα στη λίστα Sustainable Destinations Top 100 της Green Destinations.

Το 2017 είναι η τρίτη χρονιά που απονέμονται τα βραβεία των 100 πράσινων προορισμών, τα οποία αναγνωρίζουν τις προσπάθειες των προορισμών στην ανάληψη και υλοποίηση πρωτοβουλιών για υπεύθυνο και βιώσιμο τουρισμό.

Ο δήμαρχος της Σκύρου, Μίλτος Χατζηγιαννάκης, στην απονομή των φετινών βραβείων που έλαβαν χώρα στο Μουσείο Προεδρίας της Δημοκρατίας στο Cascais της Πορτογαλίας, δήλωσε: « Η βράβευση του δήμου Σκύρου ως ένας από τους 100 κορυφαίους προορισμούς αειφορίας για το 2017 είναι μια αναγνώριση για όλες τις προσπάθειες χρόνων και πολλών ομάδων που συντέλεσαν να γίνει η Σκύρος ένας μοναδικός προορισμός στο Αιγαίο και όχι μόνο. Η συνεργασία πολλών ανθρώπων, η στόχευση σε ένα όραμα ανάπτυξης με σεβασμό στον άνθρωπο και το περιβάλλον φέρνουν πάντα αποτελέσματα και θα συνεχιστούν.

Ο συντονιστής Αειφορίας για τον δήμο στο πλαίσιο του Top 100, Δρ Ιωάννης Παππάς, τόνισε: «Η Σκύρος είναι ένα σημαντικό παράδειγμα σχεδιασμού και εφαρμογής πρακτικών στην κατεύθυνση αυτή, που ενισχύουν με σωστό τρόπο τη δυναμική του τουρισμού σε ένα αρκετά μικρό προορισμό, μέσα από την συνεργασία και το όραμα για έναν αειφόρο προορισμό, ακόμα και μέχρι την πιστοποίηση του.» Συνέχισε λέγοντας: «Η ομάδα προετοιμασίας συνέβαλε στην οργάνωση και ανάδειξη, μέσα από τις αρχές των κριτηρίων του Παγκόσμιου Συμβουλίου Αειφόρου Τουρισμού (GSTC), των χαρακτηριστικών εκείνων που έδωσαν τη δυνατότητα στη Σκύρο να αποτελεί δείγμα καλών πρακτικών αειφόρου τουρισμού σε διεθνές επίπεδο.»

ΕΝΟΤΗΤΑ 3^Η

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^Ο: Η ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ

Η Αλόνησος είναι νησί του Αιγαίου πελάγους και συγκεκριμένα ανήκει στο σύμπλεγμα των βόρειων Σποράδων με συνολική έκταση 64,5 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Η τουριστική κίνηση της Αλοννήσου είναι λιγότερη συγκριτικά με τη Σκιάθο και τη Σκόπελο. Συνορεύει νοτιοδυτικά με τον πορθμό Αλοννήσου και βορειοανατολικά με το νησί Πελαγονήσι ή Κυρά Παναγία. Ο όρμος πατητήρι είναι το επίνειο της νήσου, το οποίο συνδέεται ακτοπλοϊκά με το Βόλο, τη Σκιάθο, τη Σκόπελο και τη Θεσσαλονίκη (Δουλγέρη-Ιντζεσίλογλου, 2005).

Ο πληθυσμός του νησιού ανέρχεται στους 2.750 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2011 ενώ εκτιμάται ότι την περίοδο θερινής αιχμής ο πληθυσμός αυξάνεται σε μεγάλο βαθμό. Κατά τη μη τουριστική περίοδο, από τον Οκτώβριο μέχρι και τα μέσα Μαΐου, οι κάτοικοι του νησιού ασχολούνται με την παράκτια αλιεία, την κτηνοτροφία, τις οικοδομικές εργασίες καθώς και με τις παραδοσιακές καλλιέργειες όπως οι ελιές και τα αμπέλια αξιοποιώντας τα εδαφικά πλεονεκτήματα και τους υλικούς πόρους της περιοχής (Στεργιούλη, 2006).

Οι κατοικίες της Αλοννήσου, έχοντας χαρακτηριστεί ως διατηρητέες, είναι γραφικές και πυκνοδομημένες στην κορυφή του λόφου, η πλειοψηφία των οποίων έχουν αγοραστεί από γερμανούς που επισκέπτονται το νησί κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Οι παραλίες του νησιού βρίσκονται κυρίως στο νότιο τμήμα το οποίο είναι κατάφυτο από πεύκα. Οι πιο γνωστές εκ των οποίων είναι η Βότση, η Χρυσή Μηλιά, το Κοκκινόκαστρο, ο Τζώρτζη Γιαλός, η Στενή Βάλα, ο Γέρακας, η Μαρπούντα, ο Άγιος Πέτρος και ο Άγιος Δημήτριος.

Στην Αλόνησο ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, έχει δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, για την μείωση του κλασικού μοντέλου μαζικού τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός, ο περιπατητικός τουρισμός, ο καταδυτικός τουρισμός, ο ιατρικός τουρισμός κ.α. Αναφορικά με τον περιπατητικό τουρισμό, υπάρχουν στο νησί 14 διαδρομές σε μονοπάτια ορεινών κυρίως περιοχών που καλύπτουν το νότιο και κεντρικό τμήμα του νησιού, δυτικά του ασφαλτοστρωμένου άξονα και λιγότερο το ανατολικό του τμήμα. Οι πιο δημοφιλείς και αξιόλογες διαδρομές που πραγματοποιούνται στα μονοπάτια αυτά είναι η Χώρα – Όρμος μικρού Μουρτιά, Χώρα – Κορυφή καλόβουλος, Χώρα – Παραλία Βρυσίτσα.

ΕΙΚΟΝΑ 8.1: ΠΑΡΑΛΙΕΣ ΤΗΣ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ

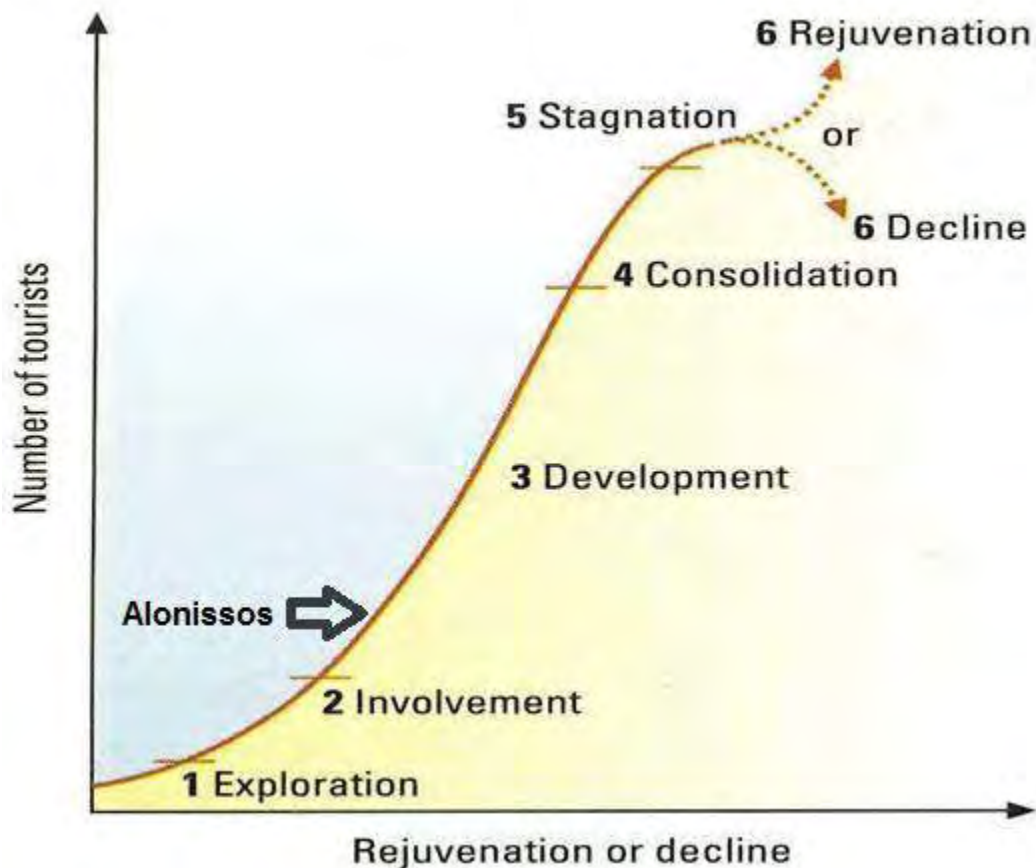


ΠΗΓΗ: Στεργιούλη, 2006

8.1 Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Σύμφωνα με στοιχεία παλαιότερης έρευνας για τον τουρισμό στην Αλόνησο (van Kempen and Smits, 2013) και χρησιμοποιώντας τον κύκλο ζωής προορισμού (Butler, 1980) για τον προσδιορισμό του επιπέδου τουριστικής ανάπτυξης στην Αλόνησο, βρέθηκε ότι η Αλόνησος βρίσκεται στο στάδιο της “περιπλοκής” (*involvement*), αρχίζει και εξερευνεί δηλαδή τα διάφορα θέματα του τουρισμού. Ο τουρισμός του νησιού χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα μέχρι και τη σημερινή εποχή και από υψηλή επαφή μεταξύ των κατοίκων και των επισκεπτών, γεγονός χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου σταδίου τουριστικής ανάπτυξης. Η οργάνωση ταξιδιωτικών προετοιμασιών των τουριστών και η πίεση των κυβερνητικών και δημόσιων οργανισμών για τη βελτίωση των μεταφορών και άλλων παροχών για τους τουρίστες βρίσκονται ακόμα σε αρχικό στάδιο παρά τις συντονισμένες προσπάθειες διαφήμισης του νησιού.

ΓΡΑΦΗΜΑ 8.1: Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ



ΠΗΓΗ: (van Kempen and Smits, 2013)

8.2 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παρατηρήθηκαν οι παρακάτω προκλήσεις:

Έλλειψη πληροφόρησης τόσο στους κατοίκους όσο και στους επισκέπτες αναφορικά με τη βιωσιμότητα, αλλά και με τα φυσικά και πολιτιστικά μνημεία. Η πληροφόρηση δεν είναι επαρκής για να ενθαρρύνει και να παρακινήσει τους ντόπιους για την ανακύκλωση, για παράδειγμα, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει συνεργασία από τη μεριά τους.

Ενεργειακοί πόροι

Διαχείριση αποβλήτων

Βιωσιμότητα μεταφορών

Συλλογή και αναφορά στοιχείων για τον τουρισμό

Διαχείριση υδάτων

Περιβαλλοντικά φιλικά προϊόντα

Στις προκλήσεις που αναφέρθηκαν, σημαντικό ρόλο έπαιξε το γεγονός ότι η Αλόνησος αντιμετωπίζεται ως ένας μικρός προορισμός. Σύμφωνα με το UNWTO, οι φυσικά, οικονομικά και κοινωνικά συστήματα των μικρών αναπτυσσόμενων προορισμών είναι σε μεγάλο βαθμό ευάλωτα, γεγονός που οφείλεται στα παρακάτω τους χαρακτηριστικά:

- Μικρό μέγεθος
- Μεγάλη απόσταση
- Ευάλωτοι σε εξωτερικούς παράγοντες (αναφορικά με την προσφορά και την ζήτηση)
- Περιορισμένη βάση πόρων
- Έκθεση σε παγκόσμιες περιβαλλοντικές προκλήσεις (UNWTO, 2013)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο: ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΠΑΡΚΟ ΒΟΡΕΙΩΝ ΣΠΟΡΑΔΩΝ (ΕΘΠΑΒΣ)

Το ΕΘΠΑΒΣ είναι το πρώτο επίσημα θεσμοθετημένο θαλάσσιο πάρκο στη χώρα και το μεγαλύτερο της Μεσογείου. Αποτελεί άριστο βιότοπο για 300 περίπου είδη ιχθυοπανίδας, 80 περίπου είδη ορνιθοπανίδας, αλλά και πολλών θαλάσσιων θηλαστικών. Ακόμα είναι το καταφύγιο για πολλά είδη που απειλούνται με εξαφάνιση όπως η Μεσογειακή φώκια (*monachus – monachus*), το κόκκινο κοράλι, το γεράκι Μαυροπερίτης, ο Αιγαιογλάρος κ.α. Πέρα από το εκπαιδευτικό και ερευνητικό της ενδιαφέρον η περιοχή του πάρκου παρουσιάζει και σημαντικό αρχαιολογικό ενδιαφέρον καθώς στα διάφορα νησιά υπάρχουν ευρήματα και μνημεία προϊστορικών, κλασικών και βυζαντινών χρόνων μεταξύ των οποίων είναι σπηλαιολογικά ευρήματα, ναυάγια πλοίων, παλιά μοναστήρια και εκκλησίες (Στεργιούλη, 2006).

Τα πρώτα βήματα για την ίδρυση του πάρκου έγιναν τη δεκαετία του '70, όταν ξένοι επιστήμονες κατέβαλαν προσπάθειες για την προστασία της Μεσογειακής φώκιας. Αργότερα το 1976 προτάθηκε από τον Δρ. Th. Schule – Westrum η ίδρυση ενός θαλάσσιου πάρκου στην περιοχή των Βόρειων Σποράδων. Στη συνέχεια το 1986 εκδόθηκε η πρώτη νομαρχιακή απόφαση που αφορούσε την προστασία της Μεσογειακής φώκιας και του βιοτόπου της και ακολούθησε το 1988 κοινή υπουργική απόφαση των Υπουργών Περιβάλλοντος, Γεωργίας και Εμπορικής Ναυτιλίας με διάρκεια δύο ετών, η οποία αναθεωρήθηκε το 1990. Η περιοχή κηρύσσεται τελικά εθνικό θαλάσσιο πάρκο το Μάιο του 1992 με το ΠΔ 519/28/5/92.

Από τη στιγμή της δημιουργίας του επιδιώχθηκε και συνεχίζει μέχρι και σήμερα να επιδιώκεται:

- ✓ Η προστασία της Μεσογειακής φώκιας και του βιοτόπου της, ενός από τους πιο σημαντικούς στη Μεσόγειο
- ✓ Η προστασία και διαφύλαξη των νησιών του πάρκου τα οποία αποτελούν καταφύγιο για πολλά σπάνια και υπό εξαφάνιση είδη χλωρίδας και πανίδας
- ✓ Η προστασία, διατήρηση και σωστή διαχείριση του φυσικού τοπίου, ως στοιχείο φυσικής κληρονομιάς και πολύτιμου εθνικού φυσικού πόρου

συμπεριλαμβανομένου εκτεταμένων χερσαίων και θαλάσσιων περιοχών των Βόρειων Σποράδων

- ✓ Η βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής με γνώμονα την ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων

Το θαλάσσιο πάρκο έχει χωριστεί σε δύο προστατευόμενες ζώνες την Α και την Β, στις οποίες περιλαμβάνονται 7 νησιά και 22 βραχονησίδες και σκόπελοι, για την καλύτερη επίτευξη όλων των στόχων που αναφέρθηκαν παραπάνω. Στη ζώνη Α περιλαμβάνεται ο Πυρήνας, δηλαδή το νησί Πιπέρι και η θαλάσσια περιοχή 3 ναυτικά μίλια γύρω από αυτό, ενώ στη ζώνη Β περιλαμβάνεται η μοναδική κατοικημένη περιοχή του πάρκου η οποία είναι το νησί της Αλοννήσου.

Στη ζώνη Α, για να εξασφαλιστεί η ελάχιστη ανθρώπινη παρέμβαση, ισχύουν ειδικοί αυστηροί όροι προστασίας ενώ στη ζώνη Β επιτρέπονται οι επισκέψεις υπακούοντας όμως σε ειδικές απαγορευτικές ρυθμίσεις. Οι κανόνες αυτοί για τη ζώνη Α περιλαμβάνουν ειδική άδεια εισόδου για την προσέγγιση της περιοχής, ενώ η αλιεία επιτρέπεται υπό περιορισμούς. Στις περιοχές στις οποίες επιτρέπεται η επίσκεψη υπάρχει η δυνατότητα κολύμβησης, κατάδυσης και παρατήρησης του βυθού καθώς και φωτογράφισης. Σε ολόκληρη τη ζώνη απαγορεύεται αυστηρά το κνήγι με μόνη εξαίρεση το νησί των Γιούρων στο οποίο επιτρέπεται μόνο με ειδική άδεια η οποία χορηγείται από τις αρμόδιες αρχές.

Το ΕΘΠΑΒΣ αποτελεί σημαντικότερο τουριστικό πλεονέκτημα για το νησί της Αλοννήσου καθώς προσφέρει τη δυνατότητα της αυξανόμενης σε ζήτηση εναλλακτικής μορφής τουρισμού, του οικοτουρισμού, στους ενδιαφερόμενους περιλαμβάνοντας και την παρατήρηση των προστατευόμενων ειδών. Η προσέγγιση στο πάρκο γίνεται με τουριστικό καραβάκι ημερησίως.

ΕΙΚΟΝΑ 9.1: ΟΙ ΖΩΝΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΠΑΡΚΟΥ ΑΛΟΝΝΗΣΟΥ ΒΟΡΕΙΩΝ ΣΠΟΡΑΔΩΝ



ΠΗΓΗ: Αρχείο ΜΟμ

9.1 ΔΡΑΣΕΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΛΟΝΝΗΣΟ

Με απώτερο σκοπό την πρωτοπορία και την μετατροπή του νησιού της Αλοννήσου σε παράδειγμα προς μίμηση, επιστρατεύθηκαν ποικίλες στοχευμένες και ουσιαστικές δράσεις με την αμέριστη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων, στο πλαίσιο διάδοσης και υποστήριξης του προγράμματος κατάργησης της πλαστικής σακούλας, μερικές εκ των οποίων είναι (Layman report, 2016):

~ Εθελοντικοί καθαρισμοί

Στο πλαίσιο της διαρκούς και εντατικής ευαισθητοποίησης της τοπική κοινωνίας αναφορικά με την τεράστια επιβάρυνση των θαλάσσιων οικοσυστημάτων από την πλαστική σακούλα αλλά και την ενδυνάμωση του «πράσινου» προφίλ της Αλοννήσου μέσω της προώθησης οικολογικής συνείδησης τόσο σε κατοίκους όσο και επισκέπτες, πραγματοποιήθηκαν 11 καθαρισμοί συνολικά, τον Οκτώβριο του 2015 και τον Ιούλιο του 2016. Βασικό πεδίο των καθαρισμών ήταν το Εθνικό Πάρκο Αλοννήσου Βορείων Σποράδων και συγκεκριμένα υλοποιήθηκαν: 8 σε παραλίες της Νήσου Περιστεράς, 1 στην παραλία Πλανήτης της Κυρά Παναγιάς, 1 στην παραλία Τσουκαλιά και 1 στην παραλία Στενή Βάλα. Ο εθελοντισμός ήταν το βασικό χαρακτηριστικό αυτής της προσπάθειας ανάμεσα στους μαθητές, πολίτες και τους εκπρόσωπους φορέων που συμμετείχαν για τον καθαρισμό των παραλιών από τις μεγάλες ποσότητες πλαστικού που υπήρχε ακόμα και σε αρκετά δυσπρόσιτες περιοχές.

~ Περιβαλλοντική εκπαίδευση

Απαραίτητη προϋπόθεση κάθε προοπτικής βιωσιμότητας αποτελεί η περιβαλλοντική εκπαίδευση. Έτσι τον Απρίλιο του 2016 πραγματοποιήθηκαν επισκέψεις στα σχολεία της Αλοννήσου με σκοπό την ενημέρωση των μαθητών κάθε ηλικίας σχετικά με την θαλάσσια ρύπανση, και συγκεκριμένα τις αρνητικές επιπτώσεις της πλαστικής σακούλας στο θαλάσσιο περιβάλλον. Οι επισκέψεις αυτές περιελάμβαναν πέρα από την ενημέρωση και βιωματικές δράσεις όπως για παράδειγμα η κατασκευή πάνινης τσάντας από τους μαθητές Δημοτικού, για την βαθύτερη κατανόηση της σημασίας αντικατάστασης της πλαστικής σακούλας, ενώ οι μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου συμμετείχαν σε εργαστήριο διαβούλευσης, καταθέτοντας προτάσεις για την συνέχιση και επέκταση των δράσεων και μετά το πέρας του προγράμματος. Παράλληλα με τις επισκέψεις στα σχολεία του νησιού διοργανώθηκαν επιμορφωτικά σεμινάρια για τους εκπαιδευτικούς του νησιού για τον εμπλουτισμό των γνώσεων τους στο θέμα της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και συγκεκριμένα της θαλάσσιας ρύπανσης.

~ Συνεργασία και συμμετοχικές διαδικασίες

Η τοπική κοινωνία του νησιού υποστήριξε από την πρώτη στιγμή αυτή την πρωτοπόρα για τα δεδομένα του νησιού πρωτοβουλία οδηγώντας στην επιτυχημένη υλοποίηση του. Οι στοχευμένες δράσεις του προγράμματος σε συνδυασμό με την βοήθεια των ενημερωμένων συμμετεχόντων έφερε την Αλόνησο ένα βήμα πιο κοντά στην απεξάρτηση από την πλαστική σακούλα και στην επίτευξη της βιωσιμότητας. Πολύ σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια έπαιξαν τα ειδικά διαμορφωμένα ερωτηματολόγια που δόθηκαν στους κατοίκους και τους επιχειρηματίες του νησιού, το καλοκαίρι του 2015, έτσι ώστε να υπάρχει μια πρώτη εικόνα αναφορικά με τις απόψεις και τις συνήθειες τους σχετικά με την χρήση της πλαστικής σακούλας αλλά και στην ιδέα κατάργησής της.

Οι συμμετοχικές διαδικασίες συνεχίστηκαν και αργότερα, τον Ιούλιο του 2016, καθώς συμπεριλήφθηκαν πέρα από τους κατοίκους και οι επισκέπτες του νησιού οι οποίοι κατέθεσαν τις εντυπώσεις τους από την εφαρμογή των μέτρων κατάργησης της πλαστικής σακούλας όπως επίσης και προτάσεις για την βελτίωση και συνέχιση της προσπάθειας. Η κοινή παραδοχή που προέκυψε ήταν ότι το καλό παράδειγμα και τα εντυπωσιακά αποτελέσματα που επίδειξε η Αλόνησος πρέπει να υιοθετηθούν και από άλλες περιοχές έτσι ώστε να καταργηθεί η πλαστική σακούλα εντελώς, γεγονός που θα τις οδηγήσει σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

9.2 TO QUALITYCOAST AWARD

Με το πρόγραμμα QualityCoast, το Coastal & Marine Union – EUCC στοχεύει στο να δημιουργήσει δίκτυο παγκοσμίου κλίμακας που θα περιλαμβάνει παράκτιες περιοχές που υιοθετούν αξίες βιώσιμης ανάπτυξης όπως, φύση και βιοποικιλότητα, πολιτιστική κληρονομιά και ταυτότητα, κοινωνική υπευθυνότητα ενώ παράλληλα διατηρούν υψηλά πρότυπα στην ποιότητα του τουρισμού τους. Το QualityCoast είναι το πιο διαδεδομένο παγκόσμιο πρόγραμμα πιστοποίησης για βιώσιμους τουριστικά προορισμούς, έχοντας απονεμίσει, από το 2007, το βραβείο QualityCoast σε

περισσότερους από 140 προορισμούς σε 23 χώρες. Στην Αλόννησο απονεμήθηκε το χρυσό βραβείο QualityCoast το 2014, αφού πρώτα αξιολογήθηκαν χαρακτηριστικά όπως: 100% προστατευόμενο φυσικό περιβάλλον, πρωτοβουλίες για την καταμέτρηση της κατανάλωσης ενέργειας και την προώθηση πρακτικών διατήρησης της, πλούσια παράδοση και αρχιτεκτονική που έχει διατηρηθεί, διαθεσιμότητα πληροφοριών στο διαδίκτυο για το Δήμο Αλοννήσου, ασφάλεια του προορισμού για τους κατοίκους και τους επισκέπτες (www.qualitycoast.info). Πρωταρχικό ρόλο βέβαια στην υποψηφιότητα της Αλοννήσου για το βραβείο έπαιξε η προστασία της Μεσογειακής Φώκιας στο Εθνικό Πάρκο Αλοννήσου Βορείων Σποράδων.

ΓΡΑΦΗΜΑ 9.1: QualityCoast Score Sheet



ΠΗΓΗ:

www.qualitycoast.info

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10^ο: ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ ΧΩΡΙΣ ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΣΑΚΟΥΛΕΣ»

ΕΙΚΟΝΑ 10.1: ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ ΧΩΡΙΣ ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΣΑΚΟΥΛΕΣ



ΠΗΓΗ: Π. ΔΕΝΔΡΙΝΟΣ/MOM

Το πρόγραμμα «Αλόννησος χωρίς πλαστικές σακούλες» υλοποιείται από το 2016 από το Δίκτυο ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS και την MOM/ Εταιρεία για την Μελέτη και Προστασία της Μεσογειακής Φώκιας, χρηματοδοτούμενο από το Ίδρυμα Thalassa σε συνεργασία με το Δήμο Αλοννήσου. Η ύπαρξη του Εθνικού Θαλάσσιου Πάρκου Αλοννήσου Βορείων Σποράδων ήταν το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό για το οποίο επιλέχθηκε η Αλόννησος από το Ίδρυμα Thalassa για την υλοποίηση αυτού του προγράμματος. Η ευαισθησία της τοπικής κοινωνίας για την προστασία και διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος και το τεράστιο ενδιαφέρον που έδειξε η Δημοτική Αρχή του νησιού για την υποστήριξη του προγράμματος αυτού, κατοχύρωσαν την επιλογή αυτή (Layman report, 2016).

Πέρα από το πρόγραμμα κατάργησης της πλαστικής σακούλας το ίδρυμα Thalassa συνεχίζει να στηρίζει αυτή την ομαδική προσπάθεια με παράλληλες δράσεις

που στοχεύουν στη θαλάσσια προστασία, όπως η παραχώρηση του ταχύπλοου σκάφους «Κίμωνος» στο Φορέα Διαχείρισης του Θαλάσσιου Πάρκου για τις ανάγκες συμμετοχής του σε ερευνητικά προγράμματα αλλά και για την φύλαξη του πάρκου. Ένας από τους στόχους, εξάλλου, του ιδρύματος μέσω αυτής της προσπάθειας είναι τα «Γαλάζια Νησιά» και στην προκειμένη περίπτωση η Αλόνησος, να αναδειχθεί σε παράδειγμα προς μίμηση, ως το πρώτο νησί που κατάργησε την πλαστική σακούλα.

Η μείωση και κατ' επέκταση η κατάργηση της πλαστικής σακούλας έχει αποτελέσει απώτερο στόχο πολλών χωρών τόσο της Ευρώπης όσο και της Αμερικής. Χώρες όπως η Γαλλία, η Δανία, η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ιταλία, το Βέλγιο, η Βουλγαρία και ο Καναδάς είναι μερικές εκ των οποίων που έχουν αναλάβει δράσεις και πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση. Στην Ευρώπη, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Οδηγία 2015/720/EC (29/4/2015) όλα τα κράτη – μέλη καλούνται να προβούν στη λήψη μέτρων για την σταθερή μείωση της χρήσης λεπτών πλαστικών σακουλών. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι σε αυτή την προσπάθεια έχουν ενταχθεί και πολλές λιγότερο ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες περιοχές όπως η Ερυθραία, το Καμερούν, το Μαρόκο, η Ουγκάντα, η Τανζανία, η Ινδία, η Μαλαισία και οι Φιλιππίνες με εξέχουσα περίπτωση αυτή της Ρουάντα η οποία εφαρμόζει τακτικές κατάργησης της πλαστικής σακούλας τα τελευταία οκτώ χρόνια (Layman report, 2016).

10.1 ΦΟΡΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

10.1.1 ΔΙΚΤΥΟ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS

Σύμφωνα με το Layman report (2016), το Δίκτυο ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS ξεκίνησε τη δράση του το 1990 ως μια περιβαλλοντική οργάνωση μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα που αποτελούνταν από μια ομάδα ανθρώπων με πρωταρχικό στόχο την καταπολέμηση των περιβαλλοντικών προβλημάτων της χώρας μας, της Μεσογείου και ευρύτερα της Ευρώπης. Σήμερα έχει εξελιχθεί σε μια οργάνωση με χιλιάδες υποστηρικτές σε όλη την

Ελλάδα, δράσεις της οποίας έχουν επεκταθεί, πέρα από τις συνεχείς παρεμβάσεις και συνεργασίες σε τοπικό, εθνικό, Μεσογειακό και διεθνές επίπεδο, στην:

- άσκηση ουσιαστικών κριτικών στις μη βιώσιμες πολιτικές και πρακτικές,
- στην απόλυτη συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες για την εύρεση λύσεων,
- στην επεξεργασία προτάσεων για βιωσιμότητα και την αξιοποίηση της διεθνούς εμπειρίας και των καλών πρακτικών σε ευρωπαϊκό επίπεδο
- στην προώθηση της αποδοτικής συνεργασίας και του διαλόγου μεταξύ των κοινωνικών εταίρων για την επίτευξη των κοινών στόχων
- στην επιδίωξη της συμμετοχής των πολιτών στην διαμόρφωση και λήψη των αποφάσεων που τους αφορούν μέσα από καινοτόμες και αποτελεσματικές διαδικασίες

Η προστασία του παράκτιου και θαλάσσιου περιβάλλοντος αποτελεί ζήτημα υψηλής προτεραιότητας για το Δίκτυο ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS για το οποίο παρεμβαίνει άμεσα σε θέματα εγχώριας και διεθνούς πολιτικής επικαιρότητας και συνεργάζεται με δημόσιους φορείς, την αυτοδιοίκηση, με ερευνητικά και επιστημονικά κέντρα, με κοινωνικούς εταίρους όπως επίσης και με πολλά διεθνή δίκτυα ΜΚΟ. Ο απώτερος σκοπός όλων των παραπάνω δράσεων και ενεργειών του δικτύου είναι, όχι μόνο η ενημέρωση, ευαισθητοποίηση και εμπλοκή των κοινωνικών φορέων και της Κοινωνίας των Πολιτών αναφορικά με την περιβαλλοντική προστασία αλλά και διαμόρφωση πολιτικών για την ολοκληρωμένη, ορθολογική και βιώσιμη διαχείριση του ανεκτίμητου φυσικού πλούτου της Ελλάδας. Παράλληλα σύμφωνα με δημοσίευμα της ΕΡΤ (Ιούνιος, 2017), το Δίκτυο ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS συμμετέχει στο Ευρωπαϊκό έργο LIFE DEBAG σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Αστικού Περιβάλλοντος & Ανθρωπίνου Δυναμικού του Παντείου Πανεπιστημίου, την Οικολογική Εταιρία Ανακύκλωσης και το τμήμα Γεωλογίας του Πανεπιστημίου Πατρών που διεξήχθη πιλοτικά στο νησί της Σύρου, με σκοπό την ευαισθητοποίηση γύρω από το πρόβλημα της πλαστικής σακούλας στο

θαλάσσιο περιβάλλον μέσω συνεχών δράσεων, οι σημαντικότερες δύο εκ των οποίων ήταν οι “plastic bag free week”, τον Ιούνιο του 2016 και τον Μάιο του 2017.

10.1.2 ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗΣ ΦΩΚΙΑΣ/MOm

Η MOM ιδρύθηκε το 1988 και αποτελεί μια ελληνική Μη Κυβερνητική Περιβαλλοντική Οργάνωση εθνικής εμβέλειας που δραστηριοποιείται ενεργά σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος σε εθνικό και διεθνές επίπεδο γεγονός που την καταστεί μια από τις πιο αξιόπιστες Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τη διεθνή σύμβαση CITES (αρ. πρωτ: 89670/1427/12-3-2007 / κωδ: GR 003) η MOM αποτελεί επίσημα αναγνωρισμένο επιστημονικό ίδρυμα. Στόχος της MOM είναι αφενός η προστασία του ελληνικού θαλάσσιου περιβάλλοντος και αφετέρου η προστασία του υπό εξαφάνιση είδους της μεσογειακής φώκιας *Monachus – Monachus*. Σήμερα έχει περισσότερους από 8.500 υποστηρικτές σε Ελλάδα και εξωτερικό και είναι μέλος της Παγκόσμιας Ένωσης για την Προστασία της Φύσης από το 1996 (Layman report, 2016).

10.2 ΤΟ ΙΔΡΥΜΑ THALASSA

Το ίδρυμα Thalassa από το 2004 αρχικά μέσω των προσπαθειών του ιδρυτή του έχει αναλάβει ένα μεγάλο αριθμό πρωτοβουλιών για την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος όπως η χρηματοδότηση της κατασκευής του ερευνητικού σκάφους «Νηρηίς», το οποίο αργότερα δόθηκε στο Ινστιτούτο Κητολογικών Ερευνών «Πέλαγος» για την κάλυψη των ερευνητικών του αναγκών γεγονός που οδήγησε στη διεθνή αναγνώριση του. Τεράστιας σημασίας είναι και η παραχώρηση μιας έκτασης συνολικού εμβαδού 850 τετραγωνικών μέτρων στην MOM (Εταιρεία Μελέτης και

Προστασίας της Μεσογειακής Φώκιας στην Ελλάδα) για την δημιουργία ενός σύγχρονου περιβαλλοντικού κέντρου στο νησί της Αλοννήσου (www.thalassafoundation.com).

Τα επόμενα χρόνια και την περίοδο 2010 – 2013 υλοποιείται το επιτυχές πρόγραμμα “Thalassa” που αποτέλεσε μια εκστρατεία με στόχο την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση της κοινωνίας και των αρμόδιων φορέων αναφορικά με την επείγουσα ανάγκη προστασίας των πληθυσμών θαλάσσιων θηλαστικών (φάλαινες, δελφίνια, φουσητήρες και φώκιες) που απειλούνται με εξαφάνιση από ανθρωπογενείς παράγοντες. Έπειτα την περίοδο 2013 – 2014 υποστήριξε, με το συντονισμό του Δικτύου ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS στην Ελλάδα, την εκστρατεία «Καθαρίστε τη Μεσόγειο» με στόχο την εστίαση της προσοχής της κοινής γνώμης και την ενίσχυση της περιβαλλοντικής ευθύνης όσον αφορά τα θαλάσσια απορρίμματα. Το 2014 με σκοπό την καταγραφή του πληθυσμού της Μεσογειακής Φώκιας στην ευρύτερη περιοχή του Αργοσαρωνικού Κόλπου, το ίδρυμα Thalassa συνεργάστηκε με το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος με το οποίο συγχρηματοδότησε το πρόγραμμα «Αργοσαρωνικός» για την ΜΟm. Συνέχεια στο παραπάνω πρόγραμμα δόθηκε με ένα άλλο τριετές πρόγραμμα, το “Mapping for Conservation”, στις αρχές του 2017, το οποίο θα αποκαλύψει περισσότερα στοιχεία για αυτό το σπάνιο είδος, όπως η κατάσταση και τα σημεία αναπαραγωγής του. Και μαζί με το “Rapid Assessment survey of the status of Monachus Monachus in the eastern Aegean Sea”, το οποίο πραγματοποιήθηκε το 2016 στα νησιά Χίο, Ψαρά και Οινούσες με την υποστήριξη του ιδρύματος, αποκτάται μια πλήρης εικόνα για το είδος (www.thalassafoundation.com).

Είναι άξιο να αναφερθεί επίσης ότι πέρα από το πρόγραμμα κατάργησης της πλαστικής σακούλας που είχε ως αφετηρία την Αλόννησο, το ίδρυμα Thalassa επεκτείνει τις ενέργειες ευαισθητοποίησης και καταπολέμησης της θαλάσσιας ρύπανσης και στο νησί της Σκιάθου με το πρόγραμμα “Active Skiathos Against Plastic Bag (ASAP)”, το οποίο συγχρηματοδοτείται από το FPAII – Ίδρυμα του Πρίγκιπα Αλβέρτου του Μονακό και από το Δήμο της Σκιάθου. Το πρόγραμμα υλοποιείται από το Δίκτυο ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS και υπάγεται στο πρόγραμμα δράσεων του BEMED.

Τέλος αξίζει να τονιστεί η δράση «Γαλάζια Νησιά» του ιδρύματος μέσω της οποίας επιδιώκεται η προστασία των θαλάσσιων φυσικών πόρων και αποθεμάτων και παράλληλα την ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών στο να υιοθετήσουν μια

υπεύθυνη στάση απέναντι στο περιβάλλον. Η πρωτοβουλία αυτή αποσκοπεί στην δημιουργία ενός συνόλου γαλάζιων νησιών μέσω των οποίων θα αναδεικνύεται η βιωσιμότητα και η διαφύλαξη της ιδιαίτερης φυσικής τους κληρονομιάς όπως για παράδειγμα η Αλόνησος στις Βόρειες Σποράδες και η Ανάφη στις Κυκλάδες. Με την δράση «Γαλάζια Αλόνησος» που αποτέλεσε πρωτοβουλία του ιδρύματος Thalassa και υλοποιήθηκε από το Δίκτυο ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS και την ΜΟm, την περίοδο 2015 – 2016 η οποία περιελάμβανε τη διανομή περίπου 2000 υφασμάτινων τσαντών στους κατοίκους του νησιού στο πλαίσιο του προγράμματος για την κατάργηση της πλαστικής σακούλας, μεταξύ άλλων δράσεων περιβαλλοντικής προστασίας, οι οποίες υποστηρίχτηκαν σε μεγάλο βαθμό από ένα δίκτυο εθελοντών το οποίο συγκροτήθηκε και συνέχισε τη δράση του και μετά το πέρας του προγράμματος (www.thalassafoundation.com). Μερικές από τις δράσεις ήταν:

- ✓ Αλόνησος: Το πρώτο νησί χωρίς πλαστικές σακούλες! (Δελτίο Τύπου), Δεκ. 2015
- ✓ Τριήμερο Συμμετοχικών Εκδηλώσεων στην Αλόνησο, Απρ. 2016
- ✓ Συγκρότηση Συντονιστικής Επιτροπής από τον Δήμο Αλονήσου, Απρ. 2016
- ✓ Η Αλόνησος λέει «ναι» στις δράσεις και «όχι» στην πλαστική σακούλα, Ιουλ. 2016
- ✓ Ημερίδα «Το Πρόβλημα της Πλαστικής Σακούλας στην Ελλάδα: Υφιστάμενη κατάσταση, προκλήσεις και καλά παραδείγματα, Σεπτ. 2016
- ✓ Η Αλόνησος στον «Οδηγό Καλών Πρακτικών» του Surfrider Foundation Europe, Νοέ. 2016

10.3 ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ «ΝΑΥΤΙΛΟΣ»

Το ίδρυμα Thalassa επιδιώκει να δημιουργήσει στην Αλόνησο ένα σύγχρονο περιβαλλοντικό κέντρο με το όνομα «Ναυτίλος» που θα αποσκοπεί στην μελέτη και την προστασία των απειλούμενων με εξαφάνιση θαλάσσιων θηλαστικών, έχοντας ήδη παραχωρήσει στην ΜΟπ μια έκταση 850 τετραγωνικών μέτρων για την στέγαση του που βρίσκεται σε απόσταση 3 χιλιομέτρων από το λιμάνι του νησιού. Το Thalassa φιλοδοξεί να ενισχύσει την προστασία της θαλάσσιας πανίδας στον νησί της Αλοννήσου, με αυτό το έργο, ενώ παράλληλα θα διοργανώνονται και δραστηριότητες περιβαλλοντικής έρευνας και εκπαίδευσης. Ο Ναυτίλος, θα αποτελέσει μια πρότυπη εγκατάσταση η οποία θα τονώσει την επισκεψιμότητα στο νησί και θα ενισχύσει τρομερά το περιβαλλοντικό του τουριστικό προϊόν. Επίσης θα έχει θετικές συνέπειες τόσο για την ακαδημαϊκή κοινότητα και τους φορείς που σχετίζονται με τη θαλάσσια προστασία όσο και για την τοπική κοινωνία. Η σημασία του συνοψίζεται στα παρακάτω:

- Περίθαλψη, θεραπεία, αποκατάσταση και φιλοξενία της μεσογειακής φώκιας
- Κινητή μονάδα πρώτων βοηθειών για τη διάσωση άρρωστων και τραυματισμένων ζώων
- Εθνικό κέντρο αναφοράς για τα θαλάσσια θηλαστικά
- Εκθεσιακό κέντρο με θέμα το θαλάσσιο περιβάλλον που θα διοργανώνει δραστηριότητες ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, εξοπλισμένο με την τελευταία τεχνολογία
- Μια αίθουσα συνεδριάσεων για εκδηλώσεις και εκπαιδευτικούς σκοπούς.
- Ένα πλήρως εξοπλισμένο εργαστήριο για τους ερευνητικούς και εκπαιδευτικούς σκοπούς του κέντρου (www.thalassafoundation.com)

Ακόμα, στις εγκαταστάσεις του κέντρου προβλέπεται να λαμβάνουν χώρα οι παρακάτω δραστηριότητες που όχι μόνο θα κάνουν την Αλόνησο ευρέως γνωστή αλλά

και θα τονώσουν την τοπική οικονομία και θα συμβάλλουν στις προσπάθειες της περιβαλλοντικής προστασίας:

- Συνεργασία με ελληνικά και ξένα πανεπιστήμια για προπτυχιακά και μεταπτυχιακά ακαδημαϊκά προγράμματα με βασικό αντικείμενο την προστασία της θάλασσας και διοργάνωση προγραμμάτων ανταλλαγής φοιτητών από το εξωτερικό
- Διοργάνωση διαλέξεων και παρουσίαση ερευνητικών προγραμμάτων και σεμιναρίων σε συνεργασία με μέλη της παγκόσμιας επιστημονικής κοινότητας
- Δραστηριότητες περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ενημέρωσης και επισκέψεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα
- Πραγματοποίηση ερευνών πεδίου και αποστολών για εκπαιδευτικούς σκοπούς
- Υπαίθριες δραστηριότητες με σκοπό την προώθηση του οικοτουρισμού, καταγραφή και αποκατάσταση οικοτόπων, επιστημονική κατάδυση, συμβολή στην αειφορία του έργου και του νησιού (www.thalassafoundation.com).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11^Ο: ΕΡΕΥΝΑ**11.1 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT**

Η ανάλυση SWOT (STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS) αποτελεί ένα μεθοδολογικό εργαλείο μέσω του οποίου καταγράφονται, με ένα μοντελοποιημένο τρόπο, τα δυνατά (Strengths) και τα αδύνατα σημεία (Weaknesses) που απορρέουν από την καταγραφή των χαρακτηριστικών του εσωτερικού περιβάλλοντος, και των ευκαιριών (Opportunities) και απειλών (Threats) από την καταγραφή των χαρακτηριστικών του εξωτερικού περιβάλλοντος της περιοχής μελέτης.

Σκοπεύει αρχικά στον εντοπισμό των ισχυρών χαρακτηριστικών πάνω στα οποία θα στηριχθεί η στρατηγική πολιτική για την ανάπτυξη της περιοχής ενδιαφέροντος, και κατ' επέκταση στην αναγνώριση των αδυναμιών της με σκοπό την ουσιαστική αντιμετώπιση τους. Οι ευκαιρίες και οι απειλές που παρουσιάζονται συνεχώς στο εξωτερικό περιβάλλον της περιοχής μελέτης θα πρέπει επίσης να αναγνωρίζονται και να λαμβάνονται υπόψη ούτως ώστε να σχεδιάζονται αποτελεσματικές τακτικές για ανάπτυξη.

Όσον αφορά την Αλόνησο, έχει αδιαμφισβήτητα πραγματοποιηθεί σημαντική πρόοδος σε τομείς που επηρεάζουν άμεσα και τον τουριστικό τομέα όπως αναβάθμιση έργων υποδομής (καταλύματα και καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος), ανακύκλωση, διαχείριση υδροφόρου ορίζοντα και λυμάτων, προστασία του περιβάλλοντος. Βέβαια, είναι παραδεκτό ότι ο τρόπος αντίληψης των πραγμάτων είναι ο κυριότερος τομέας ο οποίος χρήζει αναβάθμισης. Οι διαφοροποιήσεις στο εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον του νησιού τα τελευταία χρόνια επιτάσσουν τον στρατηγικό σχεδιασμό της μελλοντικής πορείας του νησιού στα συνεχώς εξελισσόμενα δεδομένα της αγοράς. Παρακάτω παρατίθεται ο πίνακας με τα αποτελέσματα της SWOT ανάλυσης για την Αλόνησο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.1: ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Γεωγραφική θέση • Λειτουργία του ΕΘΠΑΒΣ • Λειτουργία του Ινστιτούτου Κλασσικής Ομοιοπαθητικής • Φυσικό περιβάλλον υψηλής αισθητικής αξίας • Σημαντική πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά • Σχετικά ικανοποιητικό επίπεδο προσβασιμότητας • Αξιόλογες υποδομές διαμονής, σίτισης και ψυχαγωγίας • «Πράσινος» προορισμός διεθνώς αναγνωρισμένος για τις περιβαλλοντικές του δράσεις 	<ul style="list-style-type: none"> • Έλλειψη επαρκούς τοπικής νησιώτικης οικονομίας και ουσιαστικής οργάνωσης των φορέων του νησιού • Αδυναμίες πολεοδομικής οργάνωσης • Ανεπαρκής χρηματοδότηση των τοπικών αρχών για την διεκπεραίωση περιβαλλοντικών δράσεων • Ελλείψεις αστικών υποδομών, ποιότητας αστικού περιβάλλοντος και κυκλοφοριακής οργάνωσης • Έλλειψη στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης και διαχείρισης τουρισμού • Ανεπαρκείς ακτοπολικές συγκοινωνίες • Έλλειψη φορέων υποστήριξης επιχειρηματικής και αναπτυξιακής δραστηριότητας
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
<ul style="list-style-type: none"> • Ένταξη στο ΠΕΠ Θεσσαλίας 2014-2020 • Ένταξη στο ΕΣΠΑ 2014-2020 • Διεύρυνση των αγορών προέλευσης των επισκεπτών • Δημιουργία οργανισμού διαχείρισης και ανάπτυξης τουρισμού Αλοννήσου 	<ul style="list-style-type: none"> • Πλήρης εξάρτηση της τοπικής οικονομίας από τον τουρισμό σε συνδυασμό με την εποχικότητα του • Εξάρτηση από τους τουριστικούς οργανισμούς του εξωτερικού • Μείωση επισκεψιμότητας και ανταγωνιστικότητας λόγω μη

<ul style="list-style-type: none"> • Επιστράτευση εξειδικευμένου προσωπικού σε τουριστικούς και επιστημονικούς φορείς του νησιού • Συνεχής ενημέρωση και επικαιροποίηση των γνώσεων των ενδιαφερόμενων μερών μέσω σεμιναρίων και ημερίδων • Επικοινωνία και συνεργασία με άλλους «πράσινους» προορισμούς για ανταλλαγή τεχνογνωσίας 	<p>τακτικών δρομολογίων</p> <p>ακτοπλοϊκών</p>
--	--

11.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το πρότυπο του μαζικού τουρισμού, ειδικότερα όταν αναπτύσσεται ανεξέλεγκτα, έχει καταστροφικές, και πολλές φορές μη αναστρέψιμες, συνέπειες στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται. Η φέρουσα ικανότητα ενός προορισμού, ειδικότερα εάν αυτός είναι νησιωτικός, θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη ούτως ώστε η τουριστική του ανάπτυξη να είναι ελεγχόμενη. Ορισμένοι προορισμοί λόγω των ιδιαίτερων γεωμορφολογικών τους χαρακτηριστικών ή λόγω των σπάνιων ειδών χλωρίδας και πανίδας που φιλοξενούν χαρακτηρίζονται ως «ευαίσθητα» οικοσυστήματα και κρίνεται αναγκαίο να προστατεύονται. Ο καλύτερος τρόπος για να προστατευθεί το φυσικό περιβάλλον τέτοιων περιοχών είναι με τη θεσμοθέτηση τους ως προστατευόμενες και η ελεγχόμενη τουριστική τους ανάπτυξη.

Η ιδιαιτερότητα και η άμεση ανάγκη προστασίας των φυσικών οικοσυστημάτων αυτών των περιοχών από την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη αποτέλεσε το έναυσμα για την παρούσα διπλωματική εργασία. Στο πλαίσιο της έρευνας για την διπλωματική εργασία επιλέχθηκε για μελέτη το νησί της Αλοννήσου και οι προσπάθειες που γίνονται τα τελευταία χρόνια για να αναδειχθεί ως ένας «πράσινος» προορισμός. Πρωταρχικός στόχος της πρωτογενούς έρευνας είναι η ανάδειξη της βιωσιμότητας και της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης ενός

«πράσινου» προορισμού καθώς αυτό πλέον αποτελεί σημαντικό κίνητρο επιλογής ταξιδιωτικού προορισμού. Πιο συγκεκριμένα, επιδιώκεται:

- ❖ Η αξιολόγηση της συμβολής και οι προσπάθειες που γίνονται από τη μεριά της τοπικής αυτοδιοίκησης, των τοπικών επιχειρήσεων και του φορέα διαχείρισης του ΕΘΠΑΒΣ για την ανάδειξη της Αλοννήσου ως «πράσινου» προορισμού
- ❖ Η διερεύνηση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του τοπικού τουριστικού προϊόντος
- ❖ Η εξέταση των καλών πρακτικών «πράσινου» τουρισμού του νησιού και
- ❖ Η εξέταση των δυνατοτήτων βελτίωσης της συμμετοχής του ΕΘΠΑΒΣ στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη

11.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για τη διεκπεραίωση του ερευνητικού κομματιού της διπλωματική εργασίας χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μεθοδολογική προσέγγιση ούτως ώστε να αποκομισθεί η άποψη όλων των εμπλεκόμενων φορέων σχετικά με τα ερευνητικά ερωτήματα. Πραγματοποιήθηκαν προσωπικές ημιδομημένες συνεντεύξεις βασισμένες σε συγκεκριμένες ερωτήσεις. Οι προσωπικές συνεντεύξεις επιλέχθηκαν διότι αποτελούν ένα διαδεδομένο και αποτελεσματικό τρόπο συλλογής πληροφοριών με άμεσο τρόπο. Το δείγμα της έρευνας συμπεριέλαβε εκπροσώπους φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης και επιχειρηματίες της τοπική κοινωνίας και η επιλογή του έγινε σκόπιμα καθώς όλοι οι εμπλεκόμενοι αποτελούν ενδιαφερόμενα μέρη, δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και συμβάλουν στην ανάπτυξη του. Οι προσωπικές συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στους παρακάτω:

- Φορέας Διαχείρισης ΕΘΠΑΒΣ (Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Αλοννήσου Βορείων Σποράδων)
- Δήμος Αλοννήσου
- Σύλλογος Ξενοδόχων Αλοννήσου

- Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων Αλοννήσου
- Κέντρο Ενημέρωσης ΜΟm
- Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Αλοννήσου
- Πολιτιστικός Σύλλογος Αλοννήσου
- Atrium Hotel
- Alonissos Blue Dream Diving Center
- Διεύθυνση Τουρισμού Θεσσαλίας

Το σύνολο των παραπάνω συνεντεύξεων πραγματοποιήθηκε στο διάστημα από 1 έως 30 Οκτωβρίου 2017 τηλεφωνικά. Στις εν λόγω συνεντεύξεις οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν σε 8 ερωτήσεις ανοικτού τύπου παραθέτοντας την προσωπική τους άποψη, σχετικά με την Αλόννησο ως «πράσινο» προορισμό και τις προσπάθειες που γίνονται προς αυτή την κατεύθυνση, τη βιωσιμότητα της τουριστικής ανάπτυξης του νησιού, τις καλές πρακτικές, προγράμματα και δράσεις που πραγματοποιούνται, το ρόλο του ΕΘΠΑΒΣ στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη αλλά και στην προσέλκυση επισκεπτών, τη συνεργασία μεταξύ φορέων, κατοίκων και επιχειρήσεων, την ικανοποίηση των τουριστών από τις παρεχόμενες υπηρεσίες όπως επίσης και το αναπτυξιακό πρόγραμμα του νησιού για τα επόμενα χρόνια.

11.4 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σε ένα μεγάλο βαθμό τα αποτελέσματα των συνεντεύξεων ήταν αρκετά ικανοποιητικά, υπήρξε άμεση ανταπόκριση και έντονο ενδιαφέρον, προθυμία για παροχή επιπρόσθετων πληροφοριών και υποστήριξης. Τα εμπόδια που υπήρξαν στην ομαλή διεξαγωγή των συνεντεύξεων, ήταν σε ορισμένες περιπτώσεις, ελλιπής συγκέντρωση πληροφοριών λόγω έλλειψης αρμοδιότητας των ερωτώμενων για συμμετοχή στην έρευνα όπως επίσης και απροθυμία συμμετοχής σε αυτή και τέλος έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης και διοικητικής δομής ούτως ώστε να λειτουργούν σωστά ορισμένοι φορείς, γεγονός που περιόρισε όχι μόνο το δείγμα αλλά και τα αποτελέσματα της έρευνας.

11.5 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, σε γενικές γραμμές η συμμετοχή των αρμόδιων φορέων στην έρευνα ήταν αρκετά ικανοποιητική με αποτέλεσμα τη συγκέντρωση σημαντικών πληροφοριών. Παρότι τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) στην Αλόνησο ήταν λίγα σε αριθμό κατάφεραν να καλύψουν σε μεγάλο βαθμό τα ερευνητικά ερωτήματα. Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε 8 ερωτήσεις ανοικτού τύπου, παραθέτοντας τις ενέργειες που έγιναν και συνεχίζουν να γίνονται αναφορικά με την προώθηση της Αλοννήσου ως «πράσινο» προορισμό.

Στην πρώτη ερώτηση οι φορείς ερωτώνται για τις ενέργειες που έχουν κάνει που οδήγησαν στην ένταξη της Αλοννήσου στην λίστα με τους 100 πράσινους προορισμούς του greendestinations.org τα τελευταία τρία χρόνια.

Όλοι οι φορείς του νησιού συνεργάστηκαν για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος καθώς επίσης υπήρξε μεγάλη προθυμία του κόσμου να εργαστεί εθελοντικά. Όπως τόνισε ο Δήμαρχος του νησιού, η Αλόνησος μαζί με τα υπόλοιπα νησιά που εντάσσονται στο Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Αλοννήσου Βορείων Σποράδων (ΕΘΠΑΒΣ) ανήκουν 100% στο Δίκτυο NATURA 2000, γεγονός που αφενός έχει κάνει την Αλόνησο διεθνώς γνωστή και αφετέρου είναι ένας από τους λόγους που οδήγησαν στην απόφαση για την προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος σε τουριστικό προϊόν. Μεταξύ πολλαπλών δράσεων, τεράστιο ρόλο έπαιξε επίσης και το πρόγραμμα κατάργησης της πλαστικής σακούλας που τρέχει στο νησί από το 2016 το οποίο συνδυάστηκε με τις συνεχείς ενέργειες ανακύκλωσης που ήδη λάμβαναν χώρα. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα αλλά και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, όπως ανέφεραν οι πρόεδροι των συλλόγων και των δυο, υπήρξαν αρωγοί σε όλες τις περιβαλλοντικές δράσεις του νησιού με κυριότερη την κατάργηση της πλαστικής σακούλας, στο πλαίσιο της οποίας πραγματοποίησαν ενέργειες όπως προώθηση της δράσης μέσω των διαδικτυακών τους τόπων αλλά και μέσω της καθημερινής επαφής με τους τουρίστες, όπως επίσης και διανομή υφασμάτων shopping bags στους ίδιους για την μείωση χρήσης της πλαστικής σακούλας. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες περιβαλλοντικές δράσεις του νησιού επέφερε σημαντικές θετικές επιπτώσεις

παράλληλα αναπτύσσοντας τον οικοτουρισμό ως σημαντική εναλλακτική μορφή τουρισμού.

Η επόμενη ερώτηση στοχεύει στο να διαπιστωθεί το επίπεδο της συνεργασίας μεταξύ των φορέων και των επιχειρήσεων όπως επίσης και η χρηματοδότηση που τυχόν λαμβάνουν για την υποστήριξη των περιβαλλοντικών δράσεων.

Η πλειοψηφία των ερωτώμενων απάντησαν πως φυσικά υπάρχει συνεργασία μεταξύ των τοπικών φορέων και κυρίως με τον Δήμο, όμως μόνο άτυπα και χωρίς περαιτέρω διευκρινίσεις σχετικά με τους τρόπους και για ποιους λόγους διεξάγεται αυτή η συνεργασία. Βέβαια, όπως τόνισε ο Δήμαρχος του νησιού, ενώ οι περισσότεροι εκ των κατοίκων του νησιού συνεργάστηκαν, ακόμα και εθελοντικά, όχι μόνο για την κατάργηση της πλαστικής σακούλας αλλά και για κάτι τόσο απλό όσο η ανακύκλωση, ένα μέρος εξ αυτών αντιμετώπισε αυτές τις αλλαγές στο νησί με σκεπτικισμό, με αποτέλεσμα να χρειαστεί αρκετή προσπάθεια εκ μέρους της δημοτικής αρχής να τους πείσει για τα ευεργετικά αποτελέσματα αυτών των δράσεων.

Από την άλλη η χρηματοδότηση που δέχτηκε ο Δήμος Αλοννήσου για την μέχρι στιγμής προσπάθεια είναι λιγοστή έως μηδαμινή. Σύμφωνα με τον Δήμαρχο, η μοναδική χρηματοδότηση που δέχτηκε το νησί προήλθε από το Ίδρυμα Θάλασσα σε συνεργασία με τη ΜΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ SOS και το φορέα διαχείρισης του ΕΘΠΑΒΣ που δαπανήθηκε στην πρώτη καμπάνια που έγινε για την προώθηση της δράσης κατάργησης της πλαστικής σακούλας αναλαμβάνοντας το μάρκετινγκ μέσω αφισών και διανομής πάνινων σακουλών. Δεδομένου ότι χρηματοδότηση από το ΕΣΠΑ δεν έχει δοθεί μέχρι στιγμής στο νησί, ο Δήμαρχος συμμετείχε στην συνάντηση της Ομάδας Εργασίας της Επιτροπής Ενέργειας της Ακαδημίας Αθηνών, που πραγματοποιήθηκε την Παρασκευή 6 Οκτωβρίου 2017, με θέμα «Ενεργειακές προοπτικές της Ελλάδας το 2030 με ορίζοντα το 2050, στην οποία παρέθεσε τις ιδέες του αναφορικά με τη δημιουργία ενός προγράμματος χρηματοδότησης από την Ευρώπη για την προβολή και ευαισθητοποίηση «πράσινων» προορισμών όπως η Αλόννησος.

Επομένως, δεν είναι δυνατή η χρηματοδότηση ούτε των υπόλοιπων φορέων ούτε των επιχειρήσεων για αυτό το λόγο παρά μόνο μέσω ιδιωτικών πρωτοβουλιών και σε ορισμένες περιπτώσεις μέσω της Περιφέρειας με την υποστήριξη του Δήμου και των υπόλοιπων φορέων.

Η τρίτη ερώτηση είχε να κάνει με την εκμετάλλευση του Εθνικού Θαλάσσιου Πάρκου Αλοννήσου Βορείων Σποράδων (ΕΘΠΑΒΣ) ως τουριστικό προϊόν, την προβολή και τις δράσεις του και την ικανότητα του να προσελκύει επισκέπτες.

Και σε αυτή την ερώτηση η πλειοψηφία των φορέων θεωρεί ότι το ΕΘΠΑΒΣ είναι ένας από τους κυρίαρχους παράγοντες που κάποιος επιλέγει να επισκεφτεί την Αλόννησο όπως επίσης και ότι η αύξηση του αριθμού των τουριστών τα τελευταία χρόνια οφείλεται στην καλύτερη προβολή του. Ο Δήμαρχος εδώ τόνισε ότι το ΕΘΠΑΒΣ είναι αυτό που προβάλλεται σε όλες τις δράσεις όπως εκθέσεις και παρουσιάσεις που γίνονται σε συνεργασία με τον ΕΟΤ και στο εξωτερικό (Ολλανδία – Βέλγιο), στα ΜΜΕ και σε Tour Operators όπως επίσης και σε press και fund trips (Ρώμη – Νάπολη) που πραγματοποιούνται που έχουν ως επίκεντρο το περιβάλλον και την προστασία του. Παρόλα αυτά, σύμφωνα με τον υπεύθυνο του ΕΘΠΑΒΣ, το πάρκο τα τελευταία χρόνια δεν έχει καμία δράση και δεν δραστηριοποιείται στον τουριστικό τομέα καθώς οι επισκέπτες που θέλουν να κάνουν βόλτα στο πάρκο απευθύνονται σε ιδιωτικά караβάκια. Πλέον καλύπτονται μόνο τα λειτουργικά έξοδα του ΕΘΠΑΒΣ καθώς δεν υπάρχει χρηματοδότηση λόγω της έλλειψης διοικητικής δομής, δηλαδή μόνιμου προσωπικού, και αδυναμία εκμετάλλευσης των ευρωπαϊκών προγραμμάτων εξαιτίας αυτού. Η οποιαδήποτε χρηματοδότηση έχει να κάνει με την έρευνα για την Μεσογειακή φώκια αποκλειστικά. Η επισκεψιμότητα βέβαια είναι ικανοποιητική μέσω δράσεων που γίνονται όπως ενημέρωση για το πάρκο και τη Μεσογειακή φώκια με έντυπα και ντοκιμαντέρ.

Στην τέταρτη ερώτηση οι ερωτώμενοι απάντησαν σχετικά με την ενέργεια και τη διαχείριση της στο νησί αλλά και για τη χρήση ανανεώσιμων πηγών.

Εδώ οι απόψεις των φορέων συνέκλιναν στο γεγονός ότι η ενεργειακή διαχείριση και η εύρεση ανανεώσιμων πηγών έχει μπει σε δεύτερη μοίρα καθώς και σε αυτή την περίπτωση αντιμετωπίζεται μεγάλο πρόβλημα λόγω της έλλειψης χρηματοδότησης και εξειδικευμένου προσωπικού. Έχουν γίνει, ωστόσο, κάποιες προμελέτες αναφορικά με την εγκατάσταση ανεμογεννητριών αλλά δεν ευδοκίμησαν λόγω της έλλειψης ισχυρών ανέμων. Η εκμετάλλευση της ηλιακής ενέργειας μέσω φωτοβολταϊκών θα μπορούσε μόνο να αποτελέσει λύση στο ενεργειακό πρόβλημα του νησιού όπως σημείωσε ο Δήμαρχος, καθώς ήδη οι νεότερες ξενοδοχειακές μονάδες που δημιουργούνται έχουν αρχίσει να την εκμεταλλεύονται.

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε το νερό, τη χρήση και επαναχρησιμοποίηση του, τους τρόπους αντιμετώπισης της λειψυδρίας στο νησί όπως επίσης και τον τρόπο διαχείρισης των λυμάτων.

Εφόσον πρόκειται για νησιωτικό προορισμό η ύδρευση του γίνεται από γεωτρήσεις. Η ολοένα και αυξανόμενη χρήση του νερού, βέβαια, οδήγησε στο να μειωθεί σταδιακά τόσο η ποσότητα όσο και η ποιότητα του νερού και τελικά να εφιαλτίζει η κεντρική γεώτρηση του νησιού. Παρότι στο νησί πριν λίγα χρόνια είχε φτιαχτεί λιμνοδεξαμενή η οποία δεν χρησιμοποιήθηκε ποτέ, με πρωτοβουλία του Δημάρχου πραγματοποιήθηκε διεθνής μειοδοτικός διαγωνισμός με σκοπό την εγκατάσταση μιας μονάδας αφαλάτωσης για παροχή περίπου 600 κυβικών νερού ημερησίως με ελάχιστη χρήση ενέργειας και χημικών, λόγω της έλλειψης χρημάτων και εξειδικευμένου προσωπικού για εξολοκλήρου αγορά της μονάδας από το δήμο. Έτσι υπογράφηκε διετής σύμβαση με τη μειοδότη εταιρία με σκοπό την αγορά της επιθυμητής ποσότητας αφαλατισμένου νερού έναντι 1,94 ευρώ ανά κυβικό. Όπως τονίζει ο Δήμαρχος η διαδικασία αυτή είναι πρωτοπόρα όχι μόνο για την Περιφέρεια Θεσσαλίας αλλά και για την Ελλάδα και βραβεύτηκε από τα City Awards για αυτόν ακριβώς τον λόγο. Παρόλα αυτά όμως θα πρέπει να βρεθούν και άλλοι εξίσου αποτελεσματικοί τρόποι για την σωστή διαχείριση του υδροφόρου ορίζοντα καθώς η υπερκατανάλωση είναι ο λόγος για τον οποίο έγινε όλη αυτή η διαδικασία εξαρχής.

Επίσης λόγω της λειψυδρίας οι ιδιοκτήτες τόσο των καταλυμάτων όσο και των ενοικιαζόμενων δωματίων έχουν προβεί σε απαραίτητες ενέργειες μείωσης της χρήσης νερού. Πέρα από τη μονάδα αφαλάτωσης, που έχει ένα σημαντικό κόστος, τα καταλύματα εδώ και αρκετά χρόνια χρησιμοποιούν δεξαμενές συγκέντρωσης νερού 200 κυβικών από το χειμώνα αξιοποιώντας παράλληλα το νερό της βροχής στα καταλύματα. Ακόμα η ενημέρωση των τουριστών στα καταλύματα είναι συνεχής εδώ και πολλά χρόνια αναφορικά με την όσο το δυνατόν λιγότερη χρήση νερού, όπως για παράδειγμα με το να μην πλένονται οι πετσέτες καθημερινά, εξοικονομώντας έτσι ένα ποσοστό 30 με 40% φυσικών πόρων από τους τουρίστες.

Σχετικά με το θέμα της διαχείρισης των λυμάτων, σύμφωνα με τα λεγόμενα του Δημάρχου, έχει κατατεθεί πρόταση δημιουργίας βιολογικού καθαρισμού για όλους τους οικισμούς του νησιού το οποίο έχει ενταχθεί στο νέο Περιφερειακό Επιχειρησιακό

Πρόγραμμα της Θεσσαλίας. Όλοι οι ερωτώμενοι συμφώνησαν ότι θα αποτελέσει σημαντικό έργο τόσο για τον υδροφόρο ορίζοντα όσο και για το περιβάλλον συνολικά.

Στην έκτη ερώτηση οι ερωτώμενοι απάντησαν σχετικά με την προώθηση τόσο ιδιωτικά (επιχειρήσεις) όσο και συνολικά του τουριστικού προϊόντος και με το επίπεδο επισκεψιμότητας.

Η προώθηση και η διαφήμιση τόσο των τοπικών φορέων όσο και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα γίνεται αφενός μέσω του δικτυακού τόπου του Δήμου, καταβάλλοντας ένα μικρό ποσό, και αφετέρου μέσω των ιδιωτικών δικτυακών τόπων του καθενός και μέσω της δικτυακής πλατφόρμας booking.com ή tripadvisor. Καθώς και σε αυτή την περίπτωση υφίσταται πρόβλημα χρηματοδότησης για την ολοκληρωμένη συντήρηση του site του Δήμου, τα fund και press trips που αναφέρθηκαν και παραπάνω είναι η κυρίαρχη μορφή προώθησης με την οικονομική ενίσχυση όλων των ενδιαφερόμενων μερών του νησιού. Ορισμένοι φορείς βέβαια σημείωσαν ότι συμβάλει και η από στόμα σε στόμα προώθηση σε ένα μικρό ποσοστό.

Στο κομμάτι της επισκεψιμότητας όλοι ερωτώμενοι συμφώνησαν ότι η πορεία της Αλοννήσου είναι ανοδική, σε ένα ποσοστό 5 με 6% το καλοκαίρι του 2016 σε αναλογία ελλήνων και ξένων 30 προς 70%, και έχει περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης, σύμφωνα με πρώτες εκτιμήσεις και ανεπίσημα στοιχεία των Συλλόγων ξενοδόχων και ενοικιαζόμενων δωματίων. Οι ίδιοι επίσης τονίζουν μέσω της συνεργασίας όλων των επιχειρηματιών του νησιού και υπό την αιγίδα της δημοτικής αρχής πραγματοποιούνται press trips με την χρηματοδότηση τους, γεγονός στο οποίο οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η άνοδος στην επισκεψιμότητα. Κατασκευάζονται κάθε χρόνο νέα καταλύματα μικρής δυναμικότητας για την κάλυψη των αυξανόμενων αναγκών διαμονής, γεγονός που αποτελεί βασική επιδίωξη των αρχών του νησιού καθώς πρόκειται για ένα μικρό νησί με αντίστοιχα μικρή τουριστική φέρουσα ικανότητα όπως επίσης και για την ουσιαστικότερη επίτευξη της αειφορίας. Ωστόσο σύμφωνα με τον υπεύθυνο του φορέα διαχείρισης του ΕΘΠΑΒΣ, τόσο το πάρκο όσο και το κέντρο ενημέρωσης της ΜΟm δεν παρουσιάζουν την ίδια άνοδο σε επισκέπτες.

Η έβδομη ερώτηση είχε να κάνει με την ανάπτυξη τόσο του οικοτουρισμού στο νησί όσο και άλλων ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Και σε αυτή την ερώτηση οι απόψεις όλων των φορέων συγκλίνουν στην παραδοχή ότι οι ΕΜΤ βρίσκονται ψηλά στην ατζέντα των αρχών του νησιού. Εδώ και αρκετά χρόνια ανθίζει ο οικοτουρισμός σε συνδυασμό με τον περιπατητικό τουρισμό, μέσω οργανωμένου δικτύου μονοπατιών και μελετών που γίνονται για νέα σήμανση, συνδέσεις νέων μονοπατιών όπως επίσης και αποτελεσματικότερη προβολή και διαφήμιση του. Καθότι το τουριστικό προϊόν του νησιού βασίζεται αποκλειστικά στο φυσικό περιβάλλον, αποτελεί επιτακτική ανάγκη η προστασία και διατήρηση του βόρειου κομματιού του νησιού, που είναι εντελώς αναξιοποίητο, που όμως βοηθάει στην συντήρηση και εξέλιξη του αξιοποιημένου κομματιού. Ιδιαίτερη άνθηση επίσης γνωρίζει και ο ιατρικός – συνεδριακός τουρισμός λόγω του Ινστιτούτου Κλασικής Ομοιοπαθητικής που δραστηριοποιείται στο νησί αρκετά χρόνια και αποτελεί ένα μεγάλο πλεονέκτημα για αυτό. Μικρότερη αλλά εξίσου σημαντική αύξηση γνωρίζουν επίσης μορφές όπως ο καταδυτικός τουρισμός, ο οποίος είναι και ταχύτατα ανερχόμενος λόγω του πλούσιου θαλάσσιου περιβάλλοντος του νησιού, με 4 καταδυτικά κέντρα, όπως επίσης και ο αλιευτικός και ο γαστρονομικός τουρισμός. Φορείς όπως το Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο του νησιού αλλά και ο Πολιτιστικός Σύλλογος έχουν τονίσει την αύξηση της συμμετοχής σε δραστηριότητες όπως μαθήματα ζωγραφικής, πανηγύρια και εκθέσεις στο πλαίσιο του πολιτιστικού τουρισμού. Πολύ σημαντικός παράγοντας στην αύξηση αυτή, όπως σημειώνουν οι πρόεδροι των Συλλόγων ενοικιαζόμενων δωματίων και ξενοδόχων, είναι η συνεχής ενημέρωση τόσο κατά τη διάρκεια της κράτησης αλλά και της διαμονής των τουριστών από τα καταλύματα για τις προσφερόμενες δραστηριότητες.

Η τελευταία ερώτηση αφορά την ικανοποίηση των τουριστών στο πλαίσιο προώθησης της εικόνας μιας «πράσινης» Αλοννήσου και το αναπτυξιακό πρόγραμμα των αρχών του νησιού για την επόμενη περίοδο.

Σε αυτή την ερώτηση οι ερωτώμενοι συμφωνούν στο ότι το 90% των επισκεπτών μένουν απόλυτα ικανοποιημένοι από τις προσφερόμενες υπηρεσίες του νησιού. Παρότι κάποια στοχευμένη έρευνα – ερωτηματολόγιο για τη μέτρηση του επιπέδου της ικανοποίησης δεν υφίσταται, μεταφέρονται προφορικά οι εντυπώσεις των τουριστών στις συχνές συναντήσεις που πραγματοποιούνται των επιχειρηματιών με τους τοπικούς φορείς και τη δημοτική αρχή. Η πλειοψηφία των φορέων δεν βρίσκει αρνητικά στοιχεία τουριστική ανάπτυξη καθώς οι προσπάθειες για να γίνει όσο το δυνατόν πιο βιώσιμα αποδίδουν σε ικανοποιητικό βαθμό, αντίθετα τονίζουν την άνοδο

στην τοπική οικονομία και την αύξηση των επισκεπτών που ως πρωταρχικό κίνητρο έχουν δραστηριότητες οικοτουρισμού. Όπως σημειώνουν και εδώ οι πρόεδροι των Συλλόγων ξενοδόχων και ενοικιαζόμενων δωματίων η συνεργασία μεταξύ των

καταλυμάτων με τους τοπικούς φορείς είναι τεράστιας σημασίας καθώς υπάρχει ανάγκη επικοινωνίας και κατεύθυνσης των τουριστών από τα καταλύματα οι οποίοι σε ένα ποσοστό 85 – 90% ήταν repeaters, δηλαδή άλλη μια βασική επιδίωξη του νησιού.

Όσο για το αναπτυξιακό πρόγραμμα του νησιού αυτό περιλαμβάνει πρωτίστως τη διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος, τη διατήρηση της υπάρχουσας κατάστασης και έπειτα τη βελτίωση της με κάθε πολιτικό κόστος. Θέσπιση κανόνων σχετικά με την επιβολή προστίμων σε όποιον ζημιώσει το φυσικό περιβάλλον. Η στοχευμένη προβολή και η εύρεση πηγών χρηματοδότησης για να επιτευχθεί η αειφορία του νησιού αποτελούν κυρίαρχους στόχους με επιμέρους στόχους την μείωση της ανεξέλεγκτης δόμησης και την πραγματοποίηση έργων ύδρευσης και προσβασιμότητας. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην προστασία του ευαίσθητου οικοσυστήματος του νησιού από το να επιβαρύνεται από την υπέρβαση της δυναμικότητας του κυρίως κατά την υψηλή καλοκαιρινή περίοδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η ραγδαία ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού μπορεί να έχει βοηθήσει ορισμένες περιοχές να αναπτυχθούν, παράλληλα όμως η άναρχη αυτή τουριστική ανάπτυξη χωρίς οργάνωση και προγραμματισμό έχει οδηγήσει στην αλόγιστη και ανεξέλεγκτη κατασπατάληση των φυσικών και τουριστικών πόρων των προορισμών. Ο μαζικός τουρισμός αναπτύχθηκε έντονα και στην πλειοψηφία των περιοχών της χώρας μας καταλήγοντας στην τελμάτωση του τουριστικού κλάδου και πολλές φορές στην ανεπανόρθωτη βλάβη των φυσικών οικοσυστημάτων των περιοχών. Εδώ και αρκετά χρόνια οι προορισμοί παγκοσμίως έχουν στρέψει το βλέμμα τους στη βιωσιμότητα και στη διατήρηση και διαφύλαξη των πόρων που χρησιμοποιούνται για την τουριστική ανάπτυξη. Πολλοί προορισμοί προωθούν ένα «πράσινο» προφίλ, περιβαλλοντικά φιλικό δηλαδή, επιστρατεύοντας νέες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο οικοτουρισμός, μέσω των οποίων θα επιτευχθεί ελεγχόμενη ανάπτυξη που θα δώσει τη δυνατότητα άνθησης σε περιβαλλοντικό, κοινωνικό και οικονομικό

επίπεδο των περιοχών. Το 2017 έχοντας ανακηρυχτεί ως η χρονιά διεθνούς βιώσιμης ανάπτυξης, αποτέλεσε την αφετηρία για πιο εντατικές και στοχευμένες προσπάθειες για την επίτευξη της βιωσιμότητας.

Η Αλόνησος είναι ένα μικρό νησί που ανέκαθεν βασιζόταν στο φυσικό του πλούτο για την προσέλκυση επισκεπτών, νησί όμως στο οποίο δεν αναπτύχθηκε ποτέ μαζικά ο τουρισμός δίνοντας του έτσι την ευκαιρία ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια να υιοθετήσει αυτό το «πράσινο» προφίλ που αναφέρθηκε και παραπάνω. Η ύπαρξη του μεγαλύτερου μέρους του ΕΘΠΑΒΣ στο νησί, αποτελεί αδιαμφισβήτητο πλεονέκτημα το οποίο όμως δεν έχει αξιοποιηθεί σωστά παρότι έχει δώσει στην Αλόνησο διεθνής αναγνωρισιμότητα. Η σωστή προώθηση του πάρκου σε συνδυασμό με τις περισσότερες συντονισμένες προσπάθειες με άξονα την βιώσιμη ανάπτυξη θα τονώσουν σημαντικά τον τουρισμό και την οικονομία του νησιού.

Με βάση τα στοιχεία τόσο της πρωτογενούς όσο και της δευτερογενούς έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο εκπόνησης της παρούσας εργασίας διαμορφώθηκαν κάποιες προτάσεις αναφορικά με την σωστή διαχείριση του τουριστικού προϊόντος και την βελτίωση της τουριστικής ανάπτυξης. Οι προτάσεις εστιάζουν στα παρακάτω σημεία:

- ✓ Συνεργασία και συντονισμός των δράσεων όλων των εμπλεκόμενων φορέων και επιχειρήσεων (δημοτική αρχή, τοπικοί τουριστικοί φορείς, φορέας διαχείρισης ΕΘΠΑΒΣ, σύλλογοι επιχειρήσεων κ.α.)
- ✓ Κατάρτιση ολοκληρωμένου ενημερωτικού – εκπαιδευτικού προγράμματος για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσφέρονται στην περιοχή, με έμφαση στον οικοτουρισμό και στον φυσιολατρικό ειδικότερα σε προστατευμένες περιοχές, για το σύνολο των τοπικών επιχειρήσεων
- ✓ Σύσταση ειδικού τοπικού φορέα με αντικείμενο την ενίσχυση των υλικών πόρων, την εύρεση επαρκούς χρηματοδότησης και την παροχή ανθρώπινου δυναμικού στο φορέα διαχείρισης του ΕΘΠΑΒΣ έτσι ώστε να αναλαμβάνει περισσότερες αρμοδιότητες και πρωτοβουλίες τέτοιου είδους
- ✓ Αναζήτηση και ένταξη σε προγράμματα χρηματοδότησης όπως το Call for micro-initiatives από την BEMED (Beyond Plastic Med)
- ✓ Στελέχωση των φορέων και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα με επαρκές και κατάλληλα καταρτισμένο προσωπικό

- ✓ Όσο το δυνατόν επιδίωξη επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου καθώς στηρίζεται αποκλειστικά στην καλοκαιρινή περίοδο
- ✓ Τόνωση των προσπαθειών προσαρμογής και εναρμόνισης του «πράσινου» προφίλ του νησιού στην κουλτούρα και την καθημερινότητα της τοπικής κοινωνίας διατηρώντας την αυθεντικότητα του.

Όσον αφορά τη συντήρηση και βελτίωση των υφιστάμενων υποδομών όπως επίσης και τη δημιουργία νέων, προτείνονται τα παρακάτω:

- ✓ Βελτίωση του οδικού και του δικτύου μεταφορών
- ✓ Πραγματοποίηση περισσότερων και με μεγαλύτερη συχνότητα δρομολογίων των ΜΜΜ ειδικότερα την υψηλή καλοκαιρινή περίοδο
- ✓ Υλοποίηση της μελέτης για νέα σήμανση και δημιουργία νέων μονοπατιών στο πλαίσιο του περιπατητικού τουρισμού που προσφέρεται στο νησί
- ✓ Παρεμβάσεις και βελτιώσεις στον τομέα της καθαριότητας ειδικότερα στις παραλίες, τοποθετώντας περισσότερους κάδους ανακύκλωσης
- ✓ Υλοποίηση της μελέτης για δημιουργία βιολογικού καθαρισμού σε όλους τους οικισμούς τους νησιού το συντομότερο δυνατό
- ✓ Συντήρηση και ανάδειξη του μεγάλου αριθμού εκκλησιών και μονών της ευρύτερης περιοχής
- ✓ Προσαρμογή και των παλαιότερων τουριστικών υποδομών στο φυσικό περιβάλλον του νησιού, μετατρέποντας τες σε περιβαλλοντικά φιλικές

Επιπλέον, η σωστή και ολοκληρωμένη ενημέρωση και εκπαίδευση τόσο των τουριστών όσο και των κατοίκων του νησιού αποτελεί πρωταρχικό παράγοντα την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης σε προορισμούς με ευαίσθητα οικοσυστήματα και ειδικότερα όταν αυτές περιλαμβάνουν περιοχές που τελούν υπό ιδιαίτερο καθεστώς

προστασίας. Για την πραγματοποίηση λοιπόν όλων των παραπάνω προτείνονται τα εξής:

- ✓ Συγκροτημένη και ουσιαστική προβολή όλων των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της περιοχής (QualityCoast award, ΕΘΠΑΒΣ)
- ✓ Δημιουργία κέντρων πληροφόρησης στο νησί και άμεση επαναλειτουργία του κέντρου ενημέρωσης για την Μεσογειακή φώκια το οποίο δεν έχει δράση εδώ και δυο χρόνια
- ✓ Δημιουργία ολοκληρωμένου προγράμματος τουριστικής προβολής με στρατηγικό σχέδιο μάρκετινγκ και branding και συγκεκριμένη επικοινωνιακή πολιτική
- ✓ Επιμόρφωση υπαλλήλων και εκπαιδευτικών μέσω επιδοτούμενων προγραμμάτων, ημερίδων και σεμιναρίων σχετικά με θέματα τουρισμού και περιβαλλοντικής προστασίας
- ✓ Συνεχής ενημέρωση και εκπαίδευση του τοπικού πληθυσμού αναφορικά με τα οφέλη της βιώσιμης και «πράσινης» ανάπτυξης με σκοπό την συνεργασία τους στις περιβαλλοντικές δράσεις και
- ✓ Συνεχής περιβαλλοντική ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των μαθητών στα σχολεία μέσω ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων

Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων που συμμετείχαν στην έρευνα για την συγκεκριμένη εργασία, συμφώνησαν ότι το ΕΘΠΑΒΣ είναι ανάμεσα στα πρωταρχικά κίνητρα των τουριστών που επισκέπτονται την Αλόνησο, γι' αυτό παρακάτω παρατίθενται προτάσεις σωστής αξιοποίησης του τουριστικά και περιβαλλοντικά, και παράλληλα βελτίωση της λειτουργίας και συμβολή στην τοπική οικονομική ανάπτυξη. Αυτές είναι:

- ✓ Άμεση σύσταση διοικητικής δομής και αύξηση του αριθμού εξειδικευμένου προσωπικού
- ✓ Δημιουργία εκπαιδευτικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων (πολιτιστικές εκδηλώσεις, εκθέσεις, προγράμματα ερευνητικής δραστηριότητας, εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά και ενήλικες κ.α.)

- ✓ Εύρεση οικονομικών πόρων μέσω χρηματοδοτήσεων από την Περιφέρεια, το Υπουργείο Πολιτισμού, ένταξη σε Ευρωπαϊκά προγράμματα, όπως επίσης και αναζήτηση χορηγιών
- ✓ Συνδυασμός της επίσκεψης στο πάρκο με δραστηριότητες όπως κατάδυση και περιήγηση με καραβάκι
- ✓ Παρότρυνση συμμετοχής της τοπικής κοινότητας με τη μορφή εθελοντισμού στη διεξαγωγή ξεναγήσεων, στην οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων κ.α.
- ✓ Ουσιαστική και ολοκληρωμένη συνεργασίας του φορέα διαχείρισης του πάρκου με όλους τους φορείς του νησιού, τουριστικούς και μη
- ✓ Διεξαγωγή ενημερωτικών σεμιναρίων αναφορικά με το περιβάλλον και τον τουρισμό στη φύση και την προστασίας αυτής
- ✓ Συνεργασία με το Ινστιτούτο Κλασικής Ομοιοπαθητικής στη διεξαγωγή συντονισμένων εκπαιδευτικών δράσεων που θα απευθύνονται στην επιστημονική κοινότητα
- ✓ Έμφαση στην εκπόνηση σχεδίου διαχείρισης επισκεπτών τηρώντας αυστηρά το όριο της φέρουσας ικανότητας της περιοχής

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό, ότι η σωστή λειτουργία του Φορέα διαχείρισης του ΕΘΠΑΒΣ αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξη όλων των παραπάνω στόχων οδηγώντας τελικά στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη του νησιού, καθώς είναι αυτός που είναι υπεύθυνος για την εφαρμογή της περιβαλλοντικής νομοθεσίας και των απαραίτητων ελέγχων της προστατευόμενης περιοχής από την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη.

Συνοψίζοντας, βασικό συμπέρασμα αποτελεί το γεγονός, ότι όπως και η Αλόνησος, η πλειοψηφία των προστατευμένων περιοχών στην χώρα μας πέρα από τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν, έχουν και σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, μέσω της εφαρμογής πολιτικών που θα εξελίξουν και θα βελτιώσουν τις προσπάθειες που γίνονται για την επίτευξη της βιωσιμότητας σε αυτές, που σε πολλές περιπτώσεις βρίσκονται σε αρχικό στάδιο.

Τέλος, ο άξονας γύρω από τον οποίο πρέπει να περιστρέφονται όλες αυτές οι προσπάθειες είναι η διαφύλαξη του περιβάλλοντος, διότι μπορεί να επιφέρει ευεργετικά

αποτελέσματα σε επίπεδο τοπικό και εθνικό όπως βελτίωση της ποιότητας ζωής και ανάπτυξη της οικονομίας. Η Αλόνησος, όπως και αρκετές άλλες ελληνικές νησιωτικές περιοχές, καλείται σήμερα περισσότερο από ποτέ να συνεχίσει να αποτελεί παράδειγμα ούτως ώστε όλοι να ευαισθητοποιηθούν σχετικά με την προστασία αυτού του πλεονεκτήματος που έχει κάνει την Ελλάδα γνωστή σε όλο τον πλανήτη, του φυσικού της περιβάλλοντος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Βαρβαρέσος, Σ. (1998), *Τουρισμός Έννοιες, μεγέθη, δομές: Η ελληνική πραγματικότητα*, Αθήνα: Προπομπός

Βασιλειάδου Ε., 2010, *Έρευνα Τουριστικής Συμπεριφοράς σε οικολογικά ευαίσθητες περιοχές: Η περίπτωση του Ν. Φλώρινας* (Πτυχιακή Εργασία), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Κοζάνη

Βενετσανοπούλου, Μ. (2002), *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Αθήνα: Interbooks

Δουλγέρη – Ιντζεσίλογλου, Α. (2005) «Αλόνησος» Στο *Αρχαιολογία: Νησιά του Αιγαίου* Αθήνα: Μέλισσα

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2001), *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*, Αθήνα: Κριτική

Μιχαλόπουλος Α., (2002), *Ένας πλήρης ταξιδιωτικός οδηγός. Τα εθνικά πάρκα της Ελλάδας. Χλωρίδα - Πανίδα. Τοπία, ιστορία, спор, διαδρομές, κλίμα, αξιοθέατα, διαμονή, χάρτες*, Αθήνα: Βιβλιοσυνεργατική ΑΕΠΕΕ

Μπεριάτος, Η. (επιμ.) (2003), *Περιβάλλον και Ανάπτυξη της Υπαίθρου*, Αθήνα: Θεμέλιο

Σπιλάνης, Γ. (2005), *Περιφερειακός οικονομικός σχεδιασμός και περιβάλλον* Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο

Στεργιούλη Μ. – Λ. (2006), *Έρευνα για την αειφόρο ανάπτυξη στην Αλόνησο*, Ε.Μ.Π. – Τομέας Υδατικών Πόρων Υδραυλικών και Θαλάσσιων Έργων, Δίκτυο Αειφόρων Νήσων «ΔΑΦΝΗ», Διεπιστημονικό Ινστιτούτο Περιβαλλοντικών Ερευνών, Αθήνα

Τράπεζα της Ελλάδος: Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2016, (2016), Αθήνα: Τράπεζα της Ελλάδος

Τσάρτας, Π. (1996), *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι*, Αθήνα: Εξάντας

Τσάρτας, Π. (2000), Κριτική αποτίμηση των παραμέτρων της μεταπολεμικής τουριστικής ανάπτυξης. Στο Π. Τσάρτας (Επιμ.), *Τουριστική ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εξάντας, 189-211.

Χριστοπούλου, Ο. (1991), «Αξιολόγηση της ζήτησης στα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας και συμβολή της λειτουργίας τους στην ανάπτυξη των ορεινών περιοχών». Διδακτορική διατριβή. Τμήμα Δασολογίας και Φυσικού Περιβάλλοντος. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Aaker, D.A. and Joachimsthaler, E. (2000). *Brand Leadership*, The Free Press, New York, NY.

Anon (2007), New Zealand carbon neutral by 2020, *ECOS Magazine*, 136.

Apostolopoulou, E., & Pantis, J. D. (2009). Conceptual gaps in the national strategy for the implementation of the European Natura 2000 conservation policy in Greece. *Biological conservation*, 142(1), 221-237.

Bell, C. (1996), "Inventing New Zealand: Everyday Myths of Pakeha Identity", Penguin: Auckland.

Bell, C. (2008), 100% PURE New Zealand: branding for back-packers, *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 345-55.

Butler, R. (1980), The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications of Management of Resources, *Canadian Geographer*, 24, 5-12.

Cai, L. (2001). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of Tourism Research*, 29 (3) , 720-42.

Commission of the European Communities: Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, (2001) Brussels: Commission of the European Communities

De Chernatony, L. (2008). Adapting brand theory to the context of nation branding. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*, Butterworth-Heinemann, Oxford, 16-22.

First, I. and Khatriwal, D.S. (2008). Exploring the relationship between environmental orientation and brandvalue: is there fire or only smoke?, *Business Strategy and the Environment*, 19(2), 90-103.

Hall, Derek. (2002). Brand development, tourism and national identity: The re-imaging of former Yugoslavia. *Journal of Brand Management*: 323-334.

- Hartmann, P., Apaolaza Ibanez, V. and Forcada Sainz, J.F. (2005). Green branding effects on attitude: functional versus emotional positioning strategies. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(1), 9-29.
- Honey, M. (2003). Protecting Eden; setting green standards for the tourism Industry, *Environment*, 45(6), 8-21.
- Insch, A. and Florek, M. (2009), Prevalence of country of origin associations on the supermarket shelf, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37(5), 453-71.
- Johnson, P., & Thomas, B. (1992). *Choice and demand in tourism*. Mansell Publishing.
- Konecnik, Maja., and Frank Go. (2008). Tourism destination brand identity: The case of Slovenia. *Journal of Brand Management*: 177-189.
- Honey, M. (2009). Community conservation and early ecotourism: experiments in Kenya. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(1), 46-57.
- Managing and promoting sustainable and accessible tourism destinations (2015), Brittany: Brittany Tourist Board
- Meng, F., & Uysal, M. (2008). Effects of gender differences on perceptions of destination attributes, motivations, and travel values: An examination of a nature-based resort destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 445-466.
- Ministry for the Environment (2001), "Our Clean Green Image: What's It Worth?", Ministry for the Environment: Wellington.
- Natural Capital (2004), "Perspectives on International Best Practice Green Tourism", Scottish Enterprise: Edinburgh.
- Rex, E. and Baumann, H. (2007). Sustainable production and consumption: making the connection. *Journal of Cleaner Production*, 15(6), 567-76.
- Szondi, Gyorgy. (2007). The role and challenges of country branding in transition countries: The Central and Eastern European experience. *Place Branding and Public Diplomacy*: 8-20.
- Tourism New Zealand (2003), "Towards 2010 – Implementing the New Zealand Tourism Strategy", Tourism New Zealand: Wellington.
- Tourism New Zealand (2008), "2007-2008 Annual Report", Tourism New Zealand: Wellington
- UNEP: Towards a Green Economy, Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication, (2011) Kenya: UNEP
- UNWTO Annual Report, (2013) Madrid: World Tourism Organization

- UNWTO Tourism Highlights, (2017) Madrid: World Tourism Organization
- Van Kempen, M. & Smits, N. (2013) *QualityCoast and Alonissos*, The Coastal and Marine Union – EUCC
- Walker, R.H. and Hanson, D.J. (1998). Green marketing and green places: a taxonomy for the destination marketer, *Journal of Marketing Management*, 14(6), 623-39.
- World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact, (2016) London: WTTC

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- Πρώτο Θέμα (2017) «Βιώσιμος τουρισμός: Η Σκύρος στους 100 top πράσινους προορισμούς στον κόσμο» Προσβάσιμο από <http://www.protothema.gr/travelling/article/717399/viosimos-tourismos-i-skuros-stous-100-top-prasinous-proorismous-ston-kosmo/> [τελευταία πρόσβαση 17-1-2018]
- Green Destinations (2017) Προσβάσιμο από <http://greendestinations.org/2017-sustainable-destinations-top-100-unveiled/> [τελευταία πρόσβαση 16-1-2018]
- Medsos (2016) “Alonissos Layman Report” Προσβάσιμο από http://medsos.gr/medsos/images/stories/PDF/ALONISSOS_LAYMAN_REPORT.pdf [τελευταία πρόσβαση 17-1-2018]
- Money – Tourism (2017) «Το top 10 των προορισμών για οικοτουρίστες» Προσβάσιμο από <http://money-tourism.gr/to-top-10-ton-proorismon-gia-ikotouristes/#axzz54S2I0ySL> [τελευταία πρόσβαση 17-1-2018]
- National Geographic (2017) “First Nations Fight to Protect the Rare Spirit Bear from Hunters” Προσβάσιμο από <https://news.nationalgeographic.com/2017/10/wildlife-watch-hunting-great-bear-rainforest-spirit-bear/> [τελευταία πρόσβαση 17-1-2018]
- QualityCoast (2014) “Alonissos” Προσβάσιμο από http://www.qualitycoast.info/?page_id=300 [τελευταία πρόσβαση 17-1-2018]
- Thalassa Foundation (2015) Προσβάσιμο από <http://thalassafoundation.com/en-GB/news/news-2015/alonissos-the-first-island-without-plastic-bags-in-greece> [τελευταία πρόσβαση 17-1-2018]
- The European (2015) “Innovation Island” Προσβάσιμο από <http://edition.pagesuite-professional.co.uk/launch.aspx?eid=eae9794-fddc-4bf7-9936-flf0f2c87506> [τελευταία πρόσβαση 17-1-2018]

The Slovenia Times (2016) “Slovenia declared world’s first green country”
Προσβάσιμο από <http://www.sloveniatimes.com/slovenia-declared-world-s-first-green-country>
[τελευταία πρόσβαση 16-1-2018]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Α) ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

1. Έχετε συμβάλει στην ένταξη της Αλοννήσου στο top 100 των πράσινων προορισμών του Green Destinations; Αν ναι με ποιους τρόπους;
2. Υπάρχει ουσιαστική συνεργασία μεταξύ των φορέων και των επιχειρηματιών του νησιού αναφορικά με τις περιβαλλοντικές δράσεις; Υπάρχει χρηματοδότηση σχετικά με αυτές και αν ναι από πού λαμβάνεται;
3. Το ΕΘΠΑΒΣ αποτελεί τουριστικό προϊόν ικανό να προσελκύσει επισκέπτες; Σε ποιο βαθμό το εκμεταλλεύεστε και το προβάλλεται, και με ποιες δράσεις;
4. Πως αντιμετωπίζεται το πρόβλημα της διαχείρισης της ενέργειας στο νησί; Χρησιμοποιούνται ανανεώσιμες πηγές ενέργειας;
5. Με ποιους τρόπους αντιμετωπίζεται η λειψυδρία στο νησί; Γίνεται σωστή χρήση και επαναχρησιμοποίηση του νερού και ποιες ενέργειες γίνονται για την αποτελεσματική διαχείριση των λυμάτων;
6. Με ποιες ενέργειες προωθείται το νησί και το τουριστικό του προϊόν; Γίνεται ιδιωτικά η συνολικά; Ποια είναι η πορεία της επισκεψιμότητας τα τελευταία χρόνια;
7. Ο οικοτουρισμός προσφέρεται σαν εναλλακτική μορφή τουρισμού στο νησί; Ποιες άλλες ΕΕΜΤ προσφέρονται;
8. Τι εικόνα έχετε σχετικά με την ικανοποίηση των τουριστών από τις προσφερόμενες υπηρεσίες της «πράσινης» Αλοννήσου; Ποιο είναι το αναπτυξιακό πρόγραμμα για το νησί για την επόμενη περίοδο;