

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ - ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ
ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΔΠΜΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ, ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ
ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ (APPS). Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΓΡΕΒΕΝΩΝ

Πασιαγιάννης Κωνσταντίνου Νικόλαος

Επιβλέπων καθηγητής: **Νικόλαος-Γεώργιος Καραχάλης**

Έτος 2021

Ο υπογεγραμμένος μεταπτυχιακός φοιτητής, Πασιαγιάννης Νικόλαος, δηλώνω ρητά ότι η παρούσα Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία εκπονήθηκε από εμένα τον ίδιο και αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις. Επιπροσθέτως, αναφέρω πλήρως όλες τις πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Οι πολιτιστικές διαδρομές, βασισμένες στις πολιτιστικές και κοινωνικές αρχές, βρίσκονται σήμερα στο επίκεντρο της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού, αποτελώντας πηγή καινοτομίας, δημιουργικότητας και ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και των υπηρεσιών.

Από την άλλη, η ραγδαία αυξητική τάση ανάπτυξης των νέων τεχνολογιών, δεν έχει αφήσει αδιάφορο τον κόσμο του πολιτισμού, με την αξιοποίηση των τεχνολογικών πόρων να έχει γίνει πλέον σύνηθες φαινόμενο.

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται την ένταξη και την προώθηση των πολιτιστικών διαδρομών μέσα από ηλεκτρονικές εφαρμογές (applications) σε κινητές συσκευές με βαρύτητα στα κινητά τηλέφωνα (smartphones), τα εργαλεία τα οποία εμπεριέχονται σε αυτές και ποια οφέλη αυτά προσφέρουν κατά τη χρήση τους, αλλά και ευρύτερα με την ύπαρξή τους.

Η εργασία καταλήγει με την πρόταση μιας πολιτιστικής διαδρομής, η οποία θα εξελίσσεται στο αστικό περιβάλλον της πόλης των Γρεβενών, με την μετέπειτα μεταφορά της σε μία εφαρμογή (app). Παράλληλα γίνεται μία απόπειρα αποτύπωσης της εν λόγω εφαρμογής σε περιβάλλον power-point με τη χρήση εσωτερικών και εξωτερικών υπερσυνδέσμων.

Λέξεις κλειδιά: Πολιτιστικές διαδρομές, νέες τεχνολογίες, εφαρμογές (applications), GPS, Γρεβενά,

CULTURAL ROUTES, SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT AND THE ROLE OF APPLICATIONS. CASE STUDY GREVENA.

ABSTRACT

Cultural routes, based on cultural and social principles, placed today at the core of cultural tourism development, being a source of innovation, creativity and development of entrepreneurship and services.

On the other, the rapid growth of new technologies tendency, has not been unconcerned of the culture industry, with the utilization of technological resources having become a common phenomenon.

The current paper discuss the integration and promotion of cultural routes through applications made for mobile devices with the emphasis given on smartphones, the added tools they working at and what the benefits are by using them, but also broadly with their existence.

The paper ends with a cultural route proposal, which will take place in the urban environment of the city of Grevena, with its subsequent transfer to an app. At the same time, an attempt is made to capture this application in a power-point environment using internal and external hyperlinks.

Keywords: Cultural routes, new technologies, applications, GPS, Grevena,

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	6
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
1. ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	12
1.1 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	12
1.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	15
2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ.....	16
2.1 ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ.....	17
2.1.1 ICOMOS.....	17
2.1.2 UNESCO.....	19
2.1.3 COUNCIL OF EUROPE.....	20
2.1.4 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	22
2.1.5 ΔΙΑΖΩΜΑ.....	23
2.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ.....	24
2.3 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ.....	29
2.3.1 ATRIUM (Architecture of Totalitarian Regimes of the 20th Century In Europe's Urban Memory).....	29
2.3.2 HOLY GRAIL ROUTE.....	30
2.3.3 CAMINO DE SANTIAGO.....	31
2.3.4 VIA FRANCIGENA.....	31
2.3.5 CULTURAL ROUTES IN THE ALGARVE.....	32
2.4. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	33
2.4.1 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΚΑΣΤΟΡΙΑ.....	33
3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ	35
3.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ.....	35
3.1.1 MOBILE ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	36

3.2 ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ.....	38
3.2.1 GPS.....	38
3.2.2 STREET VIEW.....	40
3.2.3 ΤΟ GPS ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΣΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ.....	42
4. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ (APPS) ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ, ΚΡΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑ.....	44
4.1 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ.....	45
4.1.1 GENEVA TRAILS.....	45
4.1.2 e – ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ.....	49
4.1.3 GuidiGO.....	53
4.2 ΚΡΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ.....	57
5. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΓΡΕΒΕΝΩΝ.....	58
5.1 Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ Η ΠΟΛΗ.....	61
5.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΓΡΕΒΕΝΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΙΚΟΝΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ.....	64
5.2.1 ΒΑΛΙΑ ΚΑΛΝΤΑ.....	67
5.2.2 ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΒΑΣΙΛΙΤΣΑΣ.....	68
5.2.3 ΑΓΡΙΑ ΑΥΤΟΦΥΗ ΜΑΝΙΤΑΡΙΑ.....	68
5.3. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΓΡΕΒΕΝΩΝ.....	69
6. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ.....	70
6.1 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ.....	70
6.2 Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ.....	72
7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	77
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	81
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: 1. ΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ.....	89

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Λογότυπο της Διεθνούς Επιστημονικής Επιτροπής για τις Πολιτιστικές Διαδρομές (International Scientific Committee on Cultural Routes – CIIC).....	19
Εικόνα 2: Λογότυπο της UNESCO.....	20
Εικόνα 3: Λογότυπο του Συμβουλίου της Ευρώπης.....	21
Εικόνα 4: Λογότυπο Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Πολιτιστικών Διαδρομών.....	22
Εικόνα 5: Λογότυπο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού.....	23
Εικόνα 6: Λογότυπο Διάζωμα.....	23
Εικόνα 7: Μεθοδολογία μιας πολιτιστικής διαδρομής σύμφωνα με το Διάζωμα.....	24
Εικόνα 8: Βήματα για τη σύσταση μιας πολιτιστικής διαδρομής σύμφωνα με το Διάζωμα.....	25
Εικόνα 9: Στιγμιότυπο οθόνης από την εφαρμογή Street View και την κάλυψη στις οδούς της πόλης των Γρεβενών.....	41
Εικόνα 10: Το Μοντέλο αποδοχής τεχνολογίας.....	45
Εικόνα 11: Στιγμιότυπο οθόνης διαδρομής από την εφαρμογή Geneva Trails.....	46
Εικόνα 12 Στιγμιότυπο οθόνης διαδρομής από την εφαρμογή Geneva Trails.....	47
Εικόνα 13: Στιγμιότυπο οθόνης από το μενού της εφαρμογής Geneva Trails.....	48
Εικόνα 14: Στιγμιότυπο οθόνης του χάρτη της εφαρμογής Geneva Trails.....	48
Εικόνα 15: Στιγμιότυπο οθόνης από την αρχική εικόνα με κάποιες διαδρομές από την εφαρμογή e-Διαδρομές Καστοριάς.....	50
Εικόνα 16: Στιγμιότυπο οθόνης με τις διαθέσιμες επιλογές γνωριμίας της διαδρομής...51	
Εικόνα 17: Στιγμιότυπο οθόνης με διαδραστικό χάρτη διαδρομής στην πόλη της Καστοριάς.....	52
Εικόνα 18: Στιγμιότυπο οθόνης με τη θέση της Καστοριάς στο χάρτη και επιλογές.....	53
Εικόνα 19: Στιγμιότυπο οθόνης από την αρχική εικόνα με κάποιες διαδρομές από την εφαρμογή GuidiGO.....	54
Εικόνα 20: Στιγμιότυπο οθόνης με το μενού της επιλεγμένης διαδρομής και τις επιλογές της από την εφαρμογή GuidiGO.....	55
Εικόνα 21: Στιγμιότυπο οθόνης από τις κατεβασμένες διαδρομές εντός της εφαρμογής GuidiGO.....	56
Εικόνα 22: Στιγμιότυπο οθόνης από την με διαδραστικό χάρτη της επιλεγμένης διαδρομής.....	57
Εικόνα 23: Η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών στον χάρτη της Ελλάδος.....	62
Εικόνα 24: Πληθυσμιακή μείωση στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών.....	63

Εικόνα 25: Ηλικιακή κατηγοριοποίηση στα Γρεβενά.....	63
Εικόνα 26: Προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή στην πόλη.....	71
Εικόνα 27: Είσοδος και κρήνη στο πάρκο των μανιταριών.....	89
Εικόνα 28: Πύργος του Ρολογιού.....	90
Εικόνα 29: Κέντρο Πολιτισμού.....	91
Εικόνα 30: Οικία Οπλαρχηγού Μακεδονομάχου Ζήση Βέρρου.....	92
Εικόνα 31: Μύλος του Μπούσιου.....	93

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Αρχές βιώσιμου τουρισμού.....	14
Πίνακας 2: Τεχνικές παροχής πληροφοριών	27
Πίνακας 3: Τεχνικές παροχής πληροφοριών με βασικό πυλώνα την τουριστική ανάπτυξη.....	28
Πίνακας 4: Πίνακας με βασικές πληροφορίες προτεινόμενων διαδρομών παραδείγματος Καστοριάς.....	34
Πίνακας 5: Αφίξεις τουριστών στα Γρεβενά στο διάστημα 2005-2015.....	65
Πίνακας 6: Διανυκτερεύσεις τουριστών ανά έτος.....	65
Πίνακας 7: Αριθμός κλινών.....	67

Ευχαριστίες

Πρωτίστως θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Νικόλαο-Γεώργιο Καραχάλη, καθώς καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνάς μου ήταν πάντα διαθέσιμος να με καθοδηγήσει και να με συμβουλέψει. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την υποστήριξή της, καθώς και όλους όσους βοήθησαν και συμμετείχαν στην έρευνα για να αποδώσουν στην εργασία μου το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Τέλος ευχαριστώ όλους τους καθηγητές και το πρόγραμμα του ΣΑΤΠ για το όμορφο ταξίδι και τη δημιουργία νέας γνώσης.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επένδυση στον πολιτισμό αποτελεί τα τελευταία χρόνια ένα φαινόμενο με αυξανόμενη τάση, με την εμφάνιση του covid-19 να έχει αυξήσει αυτή την περίοδο τα στατιστικά της πολιτισμικής, οικονομικής και κοινωνικής κρίσης. Η στροφή προς τον πολιτισμό και την δημιουργία ευαισθητοποίησης για το περιβάλλον έχει αναγκάσει πομπούς και δέκτες, τουρίστες και περιφέρειες/πόλεις/περιοχές να ενισχύσουν τον τομέα του τουρισμού και του πολιτισμού δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Οι πολιτιστικές διαδρομές, οι οποίες ανήκουν στις τουριστικές μορφές ειδικού ενδιαφέροντος κάτω από την ομπρέλα του πολιτιστικού τουρισμού, θεωρείται ένα τουριστικό προϊόν με αυξανόμενη ζήτηση προσφέροντας στον επισκέπτη μία ευχάριστη, εκπαιδευτική και διαδραστική εμπειρία με εναλλαγές εικόνων και συναισθημάτων. Οι πολιτιστικές διαδρομές λειτουργούν και πρέπει να αντιμετωπίζονται ως ένα δυναμικό σύνολο εμπλουτισμένο από πολιτιστικά στοιχεία ποικίλα ή/και κοινά, με τα απτά να κουβαλάνε μαρτυρίες του παρελθόντος και τα άυλα να δίνουν νόημα στη διαδρομή (ICOMOS, 2008). Τα οφέλη που μπορούν να προσφέρουν οι πολιτιστικές διαδρομές σύμφωνα με τον ΠΟΤ, είναι πως επιτυγχάνεται η καλύτερη κατανομή της τουριστικής ροής, ή και η ανάπτυξη σε λιγότερο γνωστές ή απομακρυσμένες περιοχές με την ταυτόχρονη ελάφρυνση των περιοχών με αυξημένη εισροή τουριστών, ενώ θεωρείται επιπρόσθετα μία λύση απέναντι στην εποχικότητα του τουρισμού, προσφέροντας ταυτόχρονα πολλές ευκαιρίες για κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, παράλληλα με άλλα θετικά αντίκτυπα και οφέλη που δημιουργούνται για τις τοπικές κοινωνίες (ανάπλαση νέων χώρων, νέες θέσεις εργασίας κ.α.). Ωστόσο πέρα από τη διαδικασία σύστασής τους, άκρως σημαντικό για την βιωσιμότητά τους κρίνεται η μεθοδολογία που ακολουθούν, το διαχειριστικό τους πλάνο, οι στρατηγικές μάρκετινγκ κ.α.

Η ολοένα αυξητική δυναμική του διαδικτύου, και η συνεχής αυξανόμενη εξόπλιση των κινητών τηλεφώνων (smartphones) και της τεχνολογίας που αυτά υποστηρίζουν με την καθημερινή και φλύαρη χρήση τους, έχει δημιουργήσει νέες δυνατότητες και δυναμικές, τις οποίες εκμεταλλεύονται πλέον πάρα πολλοί τομείς και βιομηχανίες παγκοσμίως, με αυτόν του πολιτισμού να μην αποτελεί εξαίρεση. Οι πολιτιστικές διαδρομές εντάσσουν, προβάλλουν και προωθούν το έργο τους με τη δημιουργία εφαρμογών (applications), οι οποίες με τα εργαλεία και δεδομένα που υποστηρίζουν δημιουργούν νέες προσεγγίσεις και υπηρεσίες μάρκετινγκ, δυνατότητες πλοήγησης, παροχής πληροφοριών, πολυμέσα και άλλες παράπλευρες υπηρεσίες και εμπειρίες προς τους χρήστες. Παράλληλα ωφέλιμα στοιχεία μπορούν να δημιουργηθούν και για το διαχειριστικό κομμάτι.

Η αδρανοποίηση και η ημι-λειτουργικότητα που επέφεραν οι περιορισμοί του covid-19, δυσχέραιναν την έρευνα και την επικοινωνία της μεθοδολογίας, προς ενίσχυση των πληροφοριών της εργασίας. Η εν λόγω εργασία μπορεί να λειτουργήσει ως αφορμή για συζήτηση για την περιεκτικότητα και λειτουργικότητα περί εφαρμογών πολιτιστικών διαδρομών και όχι μόνο.

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται τη δημιουργία μίας πολιτιστικής διαδρομής στην πόλη των Γρεβενών και την δημιουργία εφαρμογής (app) για αυτήν, με στόχο την ανάδειξη και προστασία του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου της πόλης και την δημιουργία τουριστικής κινητικότητας, με την αξιοποίηση των υπηρεσιών των τεχνολογικών πόρων, όπως η χρήση του GPS, Street View και άλλων διαδραστικών

εργαλείων. Η εφαρμογή προβλέπεται και ως ενίσχυση στις προτάσεις των διαδρομών που έχουν κατατεθεί από την Εφορεία Αρχαιοτήτων Γρεβενών για άλλες περιοχές της περιφέρειας.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται ο ορισμός της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και οι αρχές στις οποίες πρεσβεύει και εξισορροπεί, καθώς η λεγόμενη “πράσινη ανάπτυξη” αποτελεί πλέον βασικό κομμάτι σε πολλά αναπτυξιακά προγράμματα και σχέδια τουριστικής ανάπτυξης περιφερειών και όχι μόνο, ενώ στη συνέχεια παραθέτονται λίγα λόγια για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τον πολιτιστικό τουρισμό. Σε συνέχεια της βιβλιογραφικής έρευνας και στο δεύτερο κεφάλαιο, παρουσιάζονται έννοιες οι οποίες αποδίδονται στις πολιτιστικές διαδρομές, όπως αυτές έχουν αποδοθεί από παγκόσμιους φορείς τουρισμού και πολιτισμικής διαχείρισης. Ακόμη τονίζεται η σημασία και τα οφέλη που μπορούν να δημιουργήσουν οι διαδρομές στις εκάστοτε περιοχές ως εργαλεία αξιοποίησης και ανάδειξης και του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου, ανάπτυξης της τουριστικής ροής και τη δημιουργία ευκαιριών, καθώς και η συσχέτισή τους με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τις στρατηγικές μάρκετινγκ. Μεθοδολογία, μάρκετινγκ, διαδικασία σχεδιασμού, ενέργειες και τακτικές που ακολούθησαν πολιτιστικές διαδρομές παρατίθενται από περιπτώσεις της Ευρώπης και της Ελλάδας.

Καθότι οι εφαρμογές που δημιουργούνται για τις διαδρομές, προβάλλουν και δημιουργούν μία εικόνα για την εκάστοτε περίπτωση, οπότε μπορεί να θεωρηθεί εν μέρη μια στρατηγική μάρκετινγκ και προώθησης της εικόνας, και καθώς γίνεται λόγος για κινητές συσκευές και κυρίως “έξυπνα τηλέφωνα” (smartphones) παρατίθενται στο τρίτο κεφάλαιο ορισμοί και εξειδικεύσεις μάρκετινγκ όπως και οι λόγοι που αξίζουν να ακολουθηθούν. Σε συνέχεια του κεφαλαίου, αναφέρονται εργαλεία που συνηθίζουν να χρησιμοποιούνται εντός των εφαρμογών και τα οφέλη που αυτά μπορούν να προσφέρουν τόσο κατά τη χρήση τους από τους χρήστες της εφαρμογής, όσο και τα δεδομένα που μπορούν να προσφέρουν στο διαχειριστικό κομμάτι. Στο επόμενο τέταρτο κεφάλαιο, αναφέρονται παραδείγματα εφαρμογών πολιτιστικών διαδρομών από τη διεθνή και ελληνική εμπειρία, ενώ στη συνέχεια σημειώνεται η σημαντικότητα της παράθεσης σχολίων και κριτικών από τους χρήστες στην εξέλιξη και λειτουργικότητα των εφαρμογών.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύεται η περίπτωση των Γρεβενών. Καταγράφεται η υφιστάμενη κατάσταση της περιφέρειας και της πόλης αναφέροντας ιστορικά, γεωγραφικά και δημογραφικά στοιχεία. Σε συνέχεια αποδίδονται οι εικόνες της περιφέρειας ως τουριστικοί πόλοι έλξης, ενώ αποτυπώνεται η τουριστική δραστηριότητα των Γρεβενών κατά το πρόσφατο παρελθόν και πως εξελίχθηκαν οι προσφερόμενες υπηρεσίες. Πριν την κατάθεση της πρότασης καταγράφονται οι ενέργειες και οι δραστηριότητες πολιτιστικών διαδρομών τα τελευταία χρόνια αλλά και τα μελλοντικά σχέδια και μελέτες, με κύριο εκφραστή την Εφορεία Αρχαιοτήτων Γρεβενών (ΕΦΑΓ), με τη δημιουργία νέων διαδρομών και με την δημιουργία εφαρμογών να βρίσκονται ψηλά στη λίστα των ενεργειών τους.

Στο έκτο κεφάλαιο προτείνεται η δημιουργία μιας πολιτιστικής διαδρομής, με την μετέπειτα προσαρμογή της σε εφαρμογή για κινητές συσκευές, η οποία θα εξελίσσεται στην πόλη των Γρεβενών η οποία περιλαμβάνει 5 σημεία ενδιαφέροντος, ενώ παρουσιάζεται σε πιλοτικό στάδιο και σε περιβάλλον power point η δομή και

λειτουργικότητα της εφαρμογής με την παρουσίαση των σημείων ενδιαφέροντος. Παράλληλα προτείνονται και άλλες ενέργειες ενίσχυσης της διαδρομής σε συνδυασμό με τη χρήση της εφαρμογής. Τέλος, η εργασία καταλήγει με τα συμπεράσματα της έρευνας και τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει ο συνδυασμός των όσων αναφέρονται για την περιοχή, σε ενίσχυση των έργων και προγραμμάτων που εξελίσσονται στην περιφέρεια από τους αρμόδιους φορείς.

1. ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αποτελεί τα τελευταία χρόνια αναπόσπαστο κομμάτι αναπτυξιακών και επιχειρηματικών προγραμμάτων, στρατηγικών σχεδιασμών και σχεδίων τουριστικής ανάπτυξης, καθώς η ανάγκη για την προστασία του περιβάλλοντος είναι μεγαλύτερη από ποτέ. Οι πολιτιστικές διαδρομές αποτελούν ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα φαινομένου, το οποίο παντρεύει επιτυχημένα τους πυλώνες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Η έννοια της βιώσιμης ή αειφόρου ανάπτυξης πρωτοεμφανίστηκε το 1972. Αφορμή στάθηκε η δημοσίευση ενός άρθρου με τον τίτλο *Limits of Growth*, όπου η δημιουργία αυτού οφείλεται στην ανησυχία μιας ομάδας επιστημόνων (Club Rome¹), οι οποίοι παρατηρώντας την ταχεία ανάπτυξη σε πολλούς τομείς της ανθρώπινης οικονομικής δραστηριότητας, διαβεβαίωναν πως είναι αδύνατον ο ρυθμός αυτός να συνεχιστεί χωρίς να επέλθει η κατάρρευση στο περιβαλλοντικό σύστημα. Το καίριο ερώτημα αφορούσε τις επιπτώσεις αυτής της ανάπτυξης σε βάθος 25ετίας.

Ένας πρώτος ορισμός για την βιώσιμη ανάπτυξη διατυπώθηκε αργότερα τη δεκαετία του 80' μέσω μιας κοινής πλεύσης συνεργασίας μεταξύ των φορέων: Διεθνής Ένωση Προστασίας της Φύσης (International Union for Nature - IUCN), Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών (United Nations Environmental Programme - UNEP), Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση (World Wide Fund for Nature - WWF), οι οποίοι έθεσαν την ανάγκη για την προστασία και συντήρηση του περιβάλλοντος, από την ανθρώπινη αναπτυξιακή παρέμβαση αναφέροντας πως η «βιωσιμότητα είναι μια ηθική απάντηση στη φυσικό περιβάλλον και στις φυσικές ζωτικές πηγές και πόρους (ανανεώσιμη και καταστροφικότητα) ενώ ορίζεται ως μία ηθική επιταγή η οποία εκφράζεται με την πεποίθηση ότι την γη δεν την έχουμε κληρονομήσει από τους γονείς μας, αλλά την έχουμε δανειστεί από τα παιδιά μας» (World Conservation Strategy, Living Resource Conservation for Sustainable Development, 1980).

Σε συνέχεια, το 1991 μέσα από τη δημοσίευση τους *Caring for Earth, A Strategy for Sustainable Living*, αναφέρετε πως η επιβίωση και στη συνέχεια η βελτίωση της ποιότητας ζωής του ανθρώπου εξασφαλίζεται μέσα από συντονισμένες προσπάθειες για

¹ The Club of Rome and sustainable development: <http://donellameadows.org/archives/the-club-of-rome-and-sustainable-development/>

την προστασία του περιβάλλοντος έτσι ώστε να εξακολουθεί να διαθέτει την ικανότητα να καλύπτει τις ανάγκες του.

Η εμφάνιση της βιώσιμης ανάπτυξης και των στόχων που αυτή προέβλεπε δεν άργησε να ταξιδέψει, να επηρεάσει και να γίνει αποδεκτή, αρχικά τουλάχιστον στον επιστημονικό κόσμο. Η Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (World Commission on Environment and Development), στην αναφορά τους με τίτλο ‘‘Το κοινό μας μέλλον’’ (*Our common future*), η οποία έθεσε «την ανάγκη συμφιλίωσης για την εξαγωγή πόρων από το περιβάλλον για τη κάλυψη των σημερινών αναγκών, με την ταυτόχρονη διατήρηση ενός πλούσιου και υγιούς περιβάλλοντος για την κάλυψη των αναγκών για τις μελλοντικές γενιές».

Καταλήγοντας, και συμπληρώνοντας με πιο απλά λόγια, στο να μην παίρνουμε από το περιβάλλον περισσότερα από όσα μπορεί να μας δώσει ή γρηγορότερα από όσο μπορεί να αναπληρώσει, προκαλώντας μη αναστρέψιμες μεταβολές, με σκοπό να κληρονομηθεί το περιβάλλον στις επόμενες γενεές σε καλύτερη κατάσταση από ότι παραλήφθηκε.

Η αρχή της βιωσιμότητας λαμβάνει τον επίσημο ορισμό της με τη Διακήρυξη του Ρίο, το 1992²: «Το δικαίωμα στην ανάπτυξη πρέπει να ασκείται έτσι ώστε να ικανοποιεί κατά δίκαιο τρόπο τις αναπτυξιακές και περιβαλλοντικές ανάγκες της παρούσης και των μελλουσών γενεών» με την ίδρυση της Commission βιώσιμης ανάπτυξης (Commission on Sustainable Development - CSD³).

Ο τουριστικός τομέας ως ένας από τους πλέον αναπτυσσόμενους τομείς, δεν μπορούσε να μην ακολουθήσει το πρότυπο της βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς οι αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον επηρεάζουν την εξέλιξή του. Από τη δεκαετία του 1950 οι επιπτώσεις του τουρισμού έχουν γίνει αντιληπτοί σε μεγαλύτερο βαθμό, καθώς ο αριθμός των τουριστών που ταξιδεύουν διεθνώς αυξήθηκε και οι προορισμοί γίνονται πιο διάχυτοι (Holden, 2008). Συμπληρωματικά, και ο ίδιος ο τουρισμός ως εργασιακή οικονομική δραστηριότητα με τεράστια κινητικότητα, επηρεάζει τόσο τα φυσικά οικοσυστήματα και τους φυσικούς πόρους, το πολιτισμικό και δομημένο περιβάλλον, με τις μεγαλύτερες επεμβάσεις να γίνονται σε δομικά επενδυτικά έργα επέκτασης, στα αστικά περιβάλλοντα, όσο και στο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον. Κάποιες από αυτές τις αρνητικές επιπτώσεις που αποδίδονται στον τουρισμό περιλαμβάνουν τον πληθωρισμό, την αύξηση της τιμής στέγασης, την προσωρινή εισροή ξένων και της επακόλουθης αυξήσεις του ποσοστού εγκληματικότητας και ανεπιθύμητες επιδράσεις στους κατοίκους της περιοχής (Dongwook and Sungbum, 2017). Ο τουρισμός αποτελεί ένα σύμπλεγμα δραστηριοτήτων, με πολυπρόσωπη συμμετοχικότητα και επιρροή σε κοινωνικούς, οικονομικούς, πολιτικούς, πολιτισμικούς και περιβαλλοντικούς τομείς. Σύμφωνα με τον ορισμό του ΠΟΤ (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού), «τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτισμικό και οικονομικό φαινόμενο το οποίο περικλείει την κινητικότητα των ανθρώπων σε χώρες ή μέρη έξω από το σύνθητες περιβάλλον, για προσωπικούς ή επαγγελματικούς λόγους. Ονομάζοντας αυτούς τους ανθρώπους επισκέπτες είτε πρόκειται για τουρίστες είτε για μόνιμους

² Agenda 21, UNCED, 1992:

<https://sustainabledevelopment.un.org/outcomedocuments/agenda21>

³ Commission on Sustainable Development (CSD):

<https://sustainabledevelopment.un.org/intergovernmental/csd>

κατοίκους ή μη, ο τουρισμός σχετίζεται με τις δραστηριότητες αυτών των ανθρώπων». Σύμφωνα με τον Holden (2008), «η μελέτη του τουρισμού είναι εξέταση των ανθρώπων μακριά από το φυσικό τους περιβάλλον εγκαταστάσεων που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των ταξιδιωτών, και των επιπτώσεων που έχουν στην οικονομική, σωματική και κοινωνική ευημερία των οικοδεσποτών τους». Λαμβάνοντας υπόψιν τους παραπάνω ορισμούς, γίνεται αντιληπτό πως ο τουρισμός είναι ένα άκρος ανθρωποκεντρικό φαινόμενο με επίκεντρο την ψυχολογία, τις προτιμήσεις και τις δραστηριότητες των επισκεπτών.

Η ενσωμάτωση των εννοιών της βιώσιμης ανάπτυξης στον κλάδο του τουρισμού, γεννά τον ορισμό της βιώσιμης ή αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης ή του βιώσιμου τουρισμού, με στόχο να καθιστούν διαχειρίσιμες οι αρνητικές επιπτώσεις του ίδιου, με την ταυτόχρονη ενίσχυση του τρίπτυχου, οικονομία – κοινωνία- περιβάλλον.

Ο ΠΟΤ, αναφέρει πως ο βιώσιμος τουρισμός, λειτουργεί με τέτοιο τρόπο ώστε «η εξισορρόπηση ανάμεσα στις περιβαλλοντικές, κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης, να εφαρμόζεται αρμονικά σε κάθε μορφή τουρισμού και προορισμού, με μία μακροχρόνια πολιτική».

Πιο συγκεκριμένα η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σύμφωνα με τον ΠΟΤ στοχεύει:

- Στη βέλτιστη αξιοποίηση των περιβαλλοντικών πόρων, με την προστασία και διατήρηση της βιοποικιλότητας και της φυσικής κληρονομιάς
- Στη διαπολιτισμική κατανόηση και ανοχή, με την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και σεβασμό στις κοινότητες επίσκεψης και υποδοχής
- Στα κοινωνικοοικονομικά οφέλη και δραστηριότητες με δημιουργία ευκαιριών για όλους

Η βιώσιμη ή αειφόρος τουριστική ανάπτυξη είναι μία συνεχής διαδικασία, η οποία απαιτεί διαρκή παρακολούθηση και προσαρμοστικότητα, με την ενεργή συμμετοχή όλων των ενδιαφερόντων, με μια ισχυρή πολιτική ηγεσία να κρίνεται απαραίτητη. Επιπλέον, οφείλει να διατηρηθεί ένα υψηλό επίπεδο στη διάθεση της τουριστικής εμπειρίας δημιουργώντας ταυτόχρονα ωστόσο μία ευαισθητοποίηση για τις βιώσιμες τουριστικές πρακτικές.

Ενώ σύμφωνα με τον UNEP & UWTO οι αρχές του βιώσιμου τουρισμού συνθέτουν ένα κατάλογο με 12 στοιχεία.

Πίνακας 1: Αρχές βιώσιμου τουρισμού

1) <u>Οικονομική βιωσιμότητα</u> Διασφάλιση της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων	2) <u>Τοπική ευημερία</u> Μεγιστοποίηση της συμβολής του τουρισμού στην οικονομική ευημερία
3) <u>Ποιότητα απασχόλησης</u> Ενίσχυση του αριθμού και της ποιότητας των τοπικών θέσεων εργασίας που δημιουργούνται και υποστηρίζονται από τον τουρισμό	4) <u>Κοινωνική ισότητα</u> Ευρεία και δίκαιη κατανομή των οικονομικών και κοινωνικών οφελών σε όλη την κοινότητα αποδοχής
5) <u>Εκπλήρωση επισκέπτη</u> Παροχή μιας ασφαλούς και ικανοποιητικής εμπειρίας	6) <u>Τοπικός έλεγχος</u> Λήψη αποφάσεων για τη διαχείριση και τη μελλοντική ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή με την εμπλοκή άλλων εταίρων

<u>7) Κοινοτική ευημερία</u> Διατήρηση και ενίσχυση της ποιότητας ζωής στις τοπικές κοινότητες	<u>8) Πολιτιστικός πλούτος</u> Σεβασμός και ενίσχυση την πολιτισμικής κληρονομιάς
<u>9) Φυσική ακεραιότητα</u> Διατήρηση και βελτίωση την ποιότητας των τοπίων, τόσο αστικών όσο και αγροτικών	<u>10) Βιολογική ποικιλομορφία</u> Υποστήριξη της διατήρησης φυσικών περιοχών, οικότοπων και άγριων ζώων και ελαχιστοποίηση ζημίας σε αυτούς
<u>11) Αποδοτικότητα πόρων</u> Να ελαχιστοποιήσει τη χρήση σπάνιων και μη ανανεώσιμων πόρων στην ανάπτυξη και λειτουργία τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών	<u>12) Περιβαλλοντική καθαρότητα</u> Να ελαχιστοποιήσει τη ρύπανση του αέρα, του νερού και της γης και την παραγωγή αποβλήτων από τουριστικές επιχειρήσεις και επισκέπτες

Πηγή: Making Tourism More Sustainable (2005) Ιδία Επεξεργασία

Είτε πρόκειται για μία ήδη αναπτυγμένη τουριστικά περιοχή είτε για αναπτυσσόμενη, πλέον ο σχεδιασμός ακολουθεί μία διαφορετική πολιτική ανάπτυξης, βασικό χαρακτηριστικό της οποίας ήταν η θέσπιση ορίων και όρων για την πραγματοποίησή του (Κοκκώσης κ.α. 2011). Στο πλαίσιο μιας αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, η οποία ξεκίνησε να βρίσκει υποστηρικτές και να δημιουργεί πιστούς ακόλουθους, ξεκίνησε ταυτόχρονα να αναρριχείται η ζήτηση για τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες συνεισφέρουν στο μακροπρόθεσμο έργο της βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού και που λίγοι μέχρι εκείνη την εποχή επέλεγαν.

1.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η εμφάνιση των κινημάτων προστασίας του περιβάλλοντος, διαδραμάτισε έναν αρκετά σημαντικό ρόλο και στην αναζήτηση διαφορετικών τύπων ταξιδιού, με την προστασία αυτού να υποστηρίζεται μέσα από ένα διαφορετικό τύπο ανάπτυξης. Εντός αυτού του μοντέλου ανάπτυξης, πολλοί τουρίστες βαπτίστηκαν εναλλακτικοί αναζητώντας και βάζοντας στα ταξίδια τους εναλλακτικά στοιχεία, τόσο επιλέγοντας προορισμούς έξω από το συνηθισμένο⁴, όσο και στο πρόγραμμα των δραστηριοτήτων τους. Το εναλλακτικό ορίζεται περισσότερο με έναν τρόπο οργάνωσης με μεγαλύτερη αυτονομία, συμμετοχή και ελευθερία των τουριστών στην περιοχή, με στόχο την ουσιώδη γνωριμία με αυτή, αλλά και με σεβασμό στην κοινωνία, το περιβάλλον και τον πολιτισμό της περιοχής φιλοξενίας (Κοκκώσης κ.α. 2011).

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούνται από μία ομάδα μορφών τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος⁵, οι οποίες βρίσκονται στον αντίποδα με την παραδοσιακή μορφή ταξιδιού διακοπών, τον αποκαλούμενο και ως μαζικό τουρισμό, ο οποίος έχει ως κύρια προσφερόμενα χαρακτηριστικά τον ήλιο και τη θάλασσα και χαρακτηρίζεται από χαμηλή προσφερόμενη ποιότητα υπηρεσιών, μαζικότητα, επιβάρυνση του περιβάλλοντος και

⁴ Το εναλλακτικό σχετίζεται με τον κλασικό, μαζικό τύπο διακοπών καλοκαιριού και αναψυχής με κύρια χαρακτηριστικά τον ήλιο και τη θάλασσα, καθώς και περιοχές με πλούσιο δομημένο και φυσικό περιβάλλον για εξορμήσεις μικρής διάρκειας κατά την χειμερινή περίοδο (Κοκκώσης κ.α. 2011).

⁵ Κάποιες από αυτές επικαλούνται την διάθεση για επαφή και γνωριμία με τη ύπαιθρο και τη φύση, την επιθυμία για αθλητισμό, ενώ άλλες ενέχουν λόγους επαγγελματικούς, κοινωνικούς ή και λόγους υγείας.

αποσκοπεί στη κατά δύναμιν μεγαλύτερη αύξηση του κέρδους σε βάρος της τοπικής κοινωνίας, οικονομίας και περιβάλλοντος (Βενετσανοπούλου Μ. 2006). Αν γινόταν μία προσπάθεια σύνοψης από όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, θα μπορούσε να ειπωθεί πως ο εναλλακτικός τουρίστας με όπλα τις υποστηριζόμενες μορφές ειδικού σκοπού και ενδιαφέροντος, βιώνει την τουριστική του εμπειρία χωρίς να καταχράζεται τους κοινωνικούς, περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς πόρους, σεβόμενος την φέρουσα ικανότητα της περιοχής φιλοξενίας.

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού καλύπτουν ένα μεγάλο φάσμα προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, όπου καλούνται να καλύψουν τα ιδιαίτερα κίνητρα και ανάγκες του τουρίστα, με ένα από τα σημαντικότερα είδη μορφής τουρισμού να είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οποίος υποκινείται από την ανάγκη για συνάντηση με παλαιότερους πολιτισμούς μέσω υλικών και άυλων στοιχείων.

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει την κινητοποίηση των ανθρώπων σε θεάματα πολιτισμικής κληρονομιάς, διαθέτοντας την πρόθεση για συλλογή νέων πληροφοριών και εμπειριών για να ικανοποιήσουν τις πολιτισμικές τους ανάγκες (WTO, 1985. Richards, 1996), ενώ διαθέτει μία πολύ μεγάλη παλέτα από πολιτιστικά συστατικά στοιχεία, τα οποία αποτελούν θέλγητρα και αντικείμενα προσέλκυσης. Κάποια από αυτά είναι:

- Αρχαιολογικές τοποθεσίες και μουσεία
- Ιστορικά κτίρια και οικισμούς με αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον
- Ιστορικές τοποθεσίες μνήμης
- Έργα καλών τεχνών και χειροτεχνήματα
- Εθνογραφικά και λαογραφικά στοιχεία
- Υπολείμματα απόδειξης ανθρώπινης παρουσίας
- Καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ
- Τόπους λατρείας και θρησκευτικές τοποθεσίες

(Κοκκώσης κ.α. 2011 & Βενετσανοπούλου Μ. 2006)

Ενώ όλα τα παραπάνω μπορούν να συνυπάρξουν αρμονικά κάτω από την ομπρέλα της παγκόσμια πολιτιστικής κληρονομιάς και να ενωθούν μέσω μιας πολιτιστικής διαδρομής, παρέχοντας ένα ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν.

2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

Όπως και ο πολιτιστικός τουρισμός, έτσι και οι πολιτιστικές διαδρομές ως εργαλείο του, περικλείουν ένα ευρύ φάσμα επισκέψεων και δραστηριοτήτων. Αυτή η μεγάλη γκάμα ώθησε οργανισμούς και φορείς διαχείρισης και προστασίας πολιτισμικής κληρονομιάς στην προσπάθεια καθορισμού, περιεχομένων και εννοιών βασικών στοιχείων που χαρακτηρίζουν τις πολιτιστικές διαδρομές.

2.1 ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ

2.1.1 ICOMOS

Το ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) μέσω της Διεθνούς Επιστημονικής Επιτροπής του για τις Πολιτιστικές Διαδρομές (International Scientific Committee on Cultural Routes – CIRC) η οποία συστάθηκε το 1998, στην προσπάθειά του να οριοθετήσει το πολύπτυχο φαινόμενο των πολιτιστικών διαδρομών, προχώρησε στη δημιουργία ενός «χάρτη», το 2008, με στόχο την καθιέρωση των βασικών αρχών, κριτηρίων και καλών πρακτικών, όπως προτείνει βασικούς μηχανισμούς ανάπτυξης για τη διαχείριση, διατήρηση και προστασία τους, θέτοντας έτσι τις βάσεις για μία εθνική και διεθνής συνεργασία.

Ως Διεθνής Οργανισμός Προστασίας Μνημείων και Τοποθεσιών, κατατάσσει τις πολιτιστικές διαδρομές ως μία εξέλιξη των γνώσεων πάνω στην επιστήμη της προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς και των πολιτιστικών ιδιοτήτων, με τη δημιουργία ποιοτικής προσέγγισης στη συντήρηση και με σεβασμό στις πολιτισμικές αξίες. Συνεχίζοντας, προσθέτει πως αναγνωρίζει τις πολιτιστικές διαδρομές ως ένα προϊόν πολιτιστικής κληρονομιάς το οποίο τονίζει την αξία του καθενός από τα στοιχεία που απαρτίζουν το σύνολο, το οποίο βοηθά στην απεικόνιση της σύγχρονης κοινωνικής αντίληψης των αξιών της πολιτιστικής κληρονομιάς, ως πόρος για μία βιώσιμη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη.

Αυτή η νέα και πιο εκτεταμένη έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς, απαιτεί νέες προσεγγίσεις για τη διαχείρισή της σε ένα πολύ ευρύτερο πλαίσιο με τη φυσική, πολιτιστική και ιστορική του σύνθεση να εισάγει μια ποιοτικά νέα προσέγγιση στη θεωρία και την πρακτική της διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Χαρακτηρίζει την έννοια της πολιτιστικής διαδρομής ως πρωτοποριακή, πολύπλοκη και πολυδιάστατη, αναγνωρίζοντας ταυτόχρονα τον διακρατικό και ενοποιητικό τους ρόλο, αναφέροντας πως αν και οι διαδρομές αυτές μπορεί να περιέχουν στοιχεία (υλικά και άυλα) από μελανά ιστορικά γεγονότα αυτά εξελίσσονται πλέον με ειρηνικό τρόπο. Πολλές είναι οι περιπτώσεις διασυνοριακής συνεργασίας, με την ύπαρξη αλληλοσεβασμού για τον πολιτισμό των άλλων χωρών, ενώ δε λείπουν και οι περιπτώσεις όπου κοινά πολιτισμικά στοιχεία χωρίζονται μεν από τη γεωγραφία των κρατών αλλά ενώνονται μέσω του πολιτισμού και των διαδρομών, με τα οφέλη των κρατών να μοιράζονται από κοινού, αποδεικνύοντας πως οι πολιτιστικές διαδρομές δεν περιορίζονται από τα καθορισμένα γεωγραφικά σύνορα.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι έννοιες που αποδίδονται από την CIRC για τις πολιτιστικές διαδρομές:

- Διαδραστικότητα
- Επικοινωνία
- Αλληλεπίδραση
- Διακρατικότητα
- Χωροχρόνος

Μέσω αυτών των εννοιών, φανερώνεται πως όλες τους ενέχουν το στοιχείο της ανταλλαγής ιδεών και απόψεων προερχόμενες από την ανθρώπινη βούληση, μέσα στα

πλαίσια του πολιτισμού μιας περιοχής όπου επηρεάζεται άμεσα, περιλαμβάνοντας στοιχεία υλικού και άυλου πολιτισμού, με τον χαρακτήρα των διαδρομών να παρουσιάζεται καθαρά ενοποιητικός.

Οι πολιτιστικές διαδρομές λειτουργούν και πρέπει να αντιμετωπίζονται ως ένα δυναμικό σύνολο εμπλουτισμένο από πολιτιστικά στοιχεία ποικίλα ή/και κοινά, με τα απτά να κουβαλάνε μαρτυρίες του παρελθόντος και τα άυλα να δίνουν νόημα στη διαδρομή. Βασικό κριτήριο το οποίο θέτετε είναι η λειτουργικότητα της διαδρομής, καθώς διαμέσου αυτής υποβοηθείται η ανθρώπινη δραστηριότητα και επικοινωνία, μέσω της άσκησης των πολιτιστικών επιρροών, ενώ το γεωγραφικό περιβάλλον να καθορίζει τη διαμόρφωση της διαδρομής με τη δημιουργία κατασκευών και έργων υποδομής (οδικών, δομικών κ.α.) για την ευνοϊκότερη προσπέλαση της διαδρομής με στόχο την καλύτερη προσφορά εμπειρίας στους επισκέπτες.

Το CIIC προχώρησε στην απόδοση “τύπων” πολιτιστικών διαδρομών, σε μία προσπάθεια διαφάνειας και κατηγοριοποίησης σύμφωνα με:

- Το εδαφικό ή πολιτιστικό τους πεδίο
- Τον στόχο ή/και τη λειτουργία τους (κοινωνική, οικονομική κ.α.)
- Την διάρκεια (με την έννοια της αντοχής) στο χρόνο
- Τη δομική τους διαμόρφωση
- Το φυσικό τους περιβάλλον (χερσαία, υδάτινη, συνδυασμός)

Μέσα από την διαδικασία ταυτοποίησης, την οποία και ορίζει, αναζητά την αυθεντικότητα στο περιεχόμενο της εκάστοτε διαδρομής, την ιστορική σημασία του συνόλου και των τμημάτων της, οι οποίες πρέπει να αποδεικνύονται και να είναι εμφανής, ενώ η όποια διαχείριση τους να γίνεται με σεβασμό στην αυθεντικότητα και την ακεραιότητα υλικών και άυλων στοιχείων που τη συνθέτουν, προσφέροντας αντίστοιχα κοινωνική και εδαφική συνοχή. Τέλος και εφόσον χαρακτηρίζεται ως ένα πολυδιάστατο και πολυσυμμετοχικό φαινόμενο, ο συντονισμός και η συνεργασία είναι έννοιες βαρυσήμαντες, με χρέος να είναι άκρως λειτουργικές, με στόχο την βιωσιμότητας και την ομαλή λειτουργία της διαδρομής. Προτεραιότητα οφείλει να δίνεται στον τοπικό πληθυσμό και στις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις, μαγνητίζοντας το ενδιαφέρον της πολιτείας, τόσο σε χορηγίες όσο και σε συνεργασία με φορείς και οργανισμούς με δικαιοδοσία για την προστασία των στοιχείων πολιτιστικής διαδρομής⁶.

⁶ Περισσότερα για τα χαρακτηριστικά των πολιτιστικών διαδρομών στο ICOMOS: THE ICOMOS CHARTER ON CULTURAL ROUTES:
https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/culturalroutes_e.pdf

Εικόνα 1: Λογότυπο της Διεθνούς Επιστημονικής Επιτροπής για τις Πολιτιστικές Διαδρομές (International Scientific Committee on Cultural Routes – CIIC)



Πηγή: <https://www.icomos.org/en>

2.1.2 UNESCO

Η UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization), ήδη από το 1987 με την εκκίνηση του προγράμματος των διαδρομών για την ενίσχυση του διαπολιτισμικού διαλόγου, αφογκράστηκε τις ιδιαίτερες αξίες των πολιτιστικών διαδρομών, χαρακτηρίζοντας τες ως «πρωτότυπη πολιτιστική κληρονομιά στον ορισμό τους και την υλική τους φύση».

Αναγνωρίζοντας εξ αρχής τον ενοποιητικό και διακρατικό τους ρόλο, το 1994 προέβη εξίσου σε μία προσπάθεια καθορισμού των κριτηρίων και στοιχείων των πολιτιστικών διαδρομών, ποια η θεματική, τα χαρακτηριστικά και η σημαντικότητά τους ανάλογα με το περιεχόμενό τους. Αποδίδει επίσης και μία συμβολική αξία πέρα από την απτή, δίνοντας σημαντικό ρόλο στην αναγνωρισιμότητα προς όφελος των ανθρώπων και των τοπικών κοινωνιών.

Στη συνάντηση που πραγματοποιήθηκε στη Μαδρίτη⁷, υπογραμμίστηκαν οι έννοιες της κινητικότητας, της συζήτησης και του ανοιχτού διαλόγου, την ανταλλαγής ιδεών και του πολιτισμικού προϊόντος μέσω μίας ταυτόχρονης αλληλεπίδρασης χώρου και χρόνου σε ένα φυσικό περιβάλλον. Αφορμή για αυτή τη συζήτηση στάθηκε η ένταξη της πρώτης πολιτιστικής διαδρομής στη λίστα προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς το 1987.

Η δραστηριότητα της UNESCO σε προγράμματα συνεργασιών πολιτιστικών διαδρομών φαίνεται να είναι αρκετά πρόσφατη σε μία προσπάθεια αξιοποίησης υλικών και άυλων στοιχείων, μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς και ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

⁷ Routes as Part of Our Cultural Heritage Report on The Meeting of Experts Madrid, 1994, 24-25 November <https://whc.unesco.org/archive/routes94.htm>

Εικόνα 2: Λογότυπο της UNESCO



Πηγή: <https://whc.unesco.org/>

2.1.3 COUNCIL OF EUROPE

Ένας ακόμα διεθνής οργανισμός ο οποίος δραστηριοποιείται γύρω από τις πολιτιστικές διαδρομές είναι το Συμβούλιο της Ευρώπης (Council of Europe – CoE). Πρόκειται για τον παλαιότερο διεθνή οργανισμό στην Ευρώπη, ο οποίος ιδρύθηκε το 1949 και εκτείνεται σε ολόκληρη την Ήπειρο. Τα 47 κράτη-μέλη του συνήλθαν με σκοπό «να διαφυλάξουν και να προωθήσουν τα κοινά ιδεώδη και τις αρχές που αποτελούν την κοινή τους κληρονομιά και να διευκολύνουν την οικονομική και κοινωνική τους πρόοδο» (Καταστατικό του 1949). Το πρόγραμμα των πολιτιστικών διαδρομών ξεκίνησε από το Συμβούλιο της Ευρώπης το 1987 με σκοπό να αναδείξει, *«μέσα από ένα ταξίδι στο χώρο και στο χρόνο, τους τρόπους με τους οποίους η πολιτιστική κληρονομιά των διαφόρων χωρών της Ευρώπης συμβάλλει στην κοινή πολιτιστική κληρονομιά»*. Οι αρχές που πρεσβεύουν οι πολιτιστικές διαδρομές σύμφωνα με το CoE είναι:

- Ανθρώπινα δικαιώματα
- Πολιτιστική πολυμορφία και δημοκρατία
- Αμοιβαία κατανόηση
- Ανταλλαγές πέρα των καθορισμένων ορίων

Τον ίδιο χρόνο η θρησκευτική διαδρομή “Santiago de Compostela Pilgrim Routes” έγινε η πρώτη αναγνωρισμένη πολιτιστική διαδρομή κατά τη διάρθρωση του “Προγράμματος Ευρωπαϊκών Πολιτιστικών Διαδρομών”. Κατά καιρούς προγράμματα τα οποία ενισχύουν τις πολιτιστικές διαδρομές σε σχεδιασμό και υλοποίηση, δημιουργούνται και υποστηρίζονται από το CoE. Κάποια από τα προγράμματα που “τρέχουν” σήμερα είναι το INTERREG IVC, μέσω του έργου CERTESS (European Cultural Routes Transferring Experiences Sharing Solution), και το Routes4U.

Εικόνα 3: Λογότυπο του Συμβουλίου της Ευρώπης



Πηγή: <https://www.coe.int/en/web/portal/home>

Το 1998 ιδρύθηκε το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτιστικών Διαδρομών (European Institute of Cultural Routes - EICR). Πρόκειται για μία πολιτική συμφωνία ανάμεσα στο Συμβούλιο της Ευρώπης και του Μεγάλου Δουκάτου του Λουξεμβούργου, φορέα με αρμοδιότητες τεχνικής υπηρεσίας και κέντρου τεκμηρίωσης. Ρόλος του, η επίβλεψη και αξιολόγηση των πιστοποιημένων πολιτιστικών διαδρομών, η εξέταση των αιτήσεων νέων προγραμμάτων, η παρακολούθηση των δραστηριοτήτων στον τομέα των διαδρομών καθώς και συντονισμός του έργου των οργανώσεων.

Το 2010 θεσπίστηκε ‘Η Διευρυμένη Μερική Συμφωνία για τις Πολιτιστικές Διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης’ (Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes - EPA)⁸, με το Ψήφισμα CM/Res(2010)53⁹ αρχικής διάρκειας τριών ετών, με σκοπό τον πολιτιστικό συντονισμό και την ενίσχυση των δυνητικών πολιτιστικών διαδρομών, εντός του πλαισίου μίας αειφόρου ανάπτυξης με την από κοινού ενδυνάμωση της ευρωπαϊκής ιστορίας, πολιτισμού και αξιών ως κοινή ταυτότητα. Η καθιέρωση της Διευρυμένης Μερικής Συμφωνίας, επιβεβαιώθηκε το 2013 με το Ψήφισμα CM/Res (2013) 66¹⁰, με τον ορισμό της ακολουθείσας πολιτικής, της συμμετοχικότητας, δραστηριοτήτων και ευθύνες ατόμων, φορέων και μελών της Συμφωνίας. Αναγνωρίζοντας την τουριστική τους διάσταση, με την επιθυμία να προσφέρουν μία βιώσιμη οικονομικά ανάπτυξη στην εκάστοτε περιοχή, οι πιστοποιημένες πολιτιστικές διαδρομές περνούν από φάση αξιολόγησης κάθε τρία χρόνια, για τη διατήρηση της προσφερόμενης ποιότητας προϊόντος, βάσει του καθιερωμένου Ψηφίσματος CM/Res (2013) 67¹¹, με βάση το οποίο θέτονται τα κριτήρια για τη λήψη πιστοποίησης μιας διαδρομής. Συνολικά μετρούνται σήμερα (2021) 38 πιστοποιημένες διαδρομές, ενώ οφείλει εδώ να σημειωθεί πως παρόλο που πολλές χώρες διαθέτουν πιστοποιημένες πολιτιστικές διαδρομές δεν είναι όλες μέλος της Διευρυμένης Μερικής Συμφωνίας.

⁸ The Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes of the Council of Europe (ERA):

<https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/enlarged-partial-agreement>

⁹ Resolution CM/Res(2010)53 establishing an Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes:

https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805cdb50

¹⁰ Resolution CM/Res(2013)66 confirming the establishment of the Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes (EPA):

https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805c69ac

¹¹ Resolution CM/Res(2013)67 revising the rules for the award of the “Cultural Route of the Council of Europe” certification: <https://rm.coe.int/16807b7d5b>

Εικόνα 4: Λογότυπο Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Πολιτιστικών Διαδρομών



Πηγή: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/european-institute-of-cultural-routes>

Η χώρα μας αποτελεί μέρος αυτής της Συμφωνίας από το 2011, και μέλος του Συμβουλίου της Ευρώπης γενικότερα από το 1949. Στο πλαίσιο της ενίσχυσης της κοινής ευρωπαϊκής συνείδησης, η Ελλάδα έχει αποτελέσει μέρος του δικτύου και τόπος επίσκεψης σε πολλές διαδρομές διασυνοριακού σχεδιασμού. Κάποιες από αυτές είναι: Δρόμοι των Φοινίκων, European Mozart Ways, Προορισμός Ναπολέον, Ευρωπαϊκή Διαδρομή Βιομηχανικής Κληρονομιάς, Ευρωπαϊκή Διαδρομή Κοιμητηρίων κ.α. Ως πιστοποιημένη πολιτιστική διαδρομή η χώρα μας έχει να επιδείξει τους “Δρόμους της Ελιάς” αναγνωρισμένα από το 2005.

2.1.4. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ΠΟΤ είναι ο οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών, επιφορτισμένος με στόχο την προώθηση του υπεύθυνου, βιώσιμου και παγκοσμίως προσβάσιμου τουρισμού. Το 2015 στο πρώτο παγκόσμιο Συνέδριο Τουρισμού και Πολιτισμού, προχώρησε στη δημοσίευση μιας αναφοράς με θεματική τις πολιτιστικές διαδρομές (Global Report on Cultural Routes and Itineraries), με στόχο τον εντοπισμό των αξιών τους αλλά και την ενίσχυση του στενού δεσμού που υπάρχει ανάμεσα στον τουρισμό και τον πολιτισμό.

Ο ΠΟΤ εντάσσει τις πολιτιστικές διαδρομές και τις αναγνωρίζει ως βασικό κομμάτι του πολιτιστικού τουρισμού, αποδίδοντάς παράλληλα σε αυτές μια ισχυρή κινητήριο δύναμη. Στην μεγάλη αύξηση που γνωρίζει ο πολιτιστικός τουρισμός, βλέπει τις πολιτιστικές διαδρομές ως ένα σημείο κλειδί στον πολιτισμό, όπου σε συνδυασμό με τον τουρισμό θα ωφεληθεί στην αξιοποίηση του. Ως πολιτιστικό τουριστικό προϊόν, έχει ως σκοπό την ενίσχυση της τουριστικής εμπειρίας του επισκέπτη, συνδυάζοντας πέραν του ψυχαγωγικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα καθώς κατά την κατανάλωσή του πραγματοποιείται μία αλληλεπίδραση και μία πολιτισμική ανταλλαγή μεταξύ των συμμετεχόντων, σε μία προσπάθεια για δημιουργία γνώσης και ευαισθησίας μέσω του πολιτισμού.

Τα οφέλη που μπορούν να προσφέρουν οι πολιτιστικές διαδρομές σύμφωνα με τον ΠΟΤ, είναι πως επιτυγχάνεται η καλύτερη κατανομή της τουριστικής ροής, ή και η ανάπτυξη σε λιγότερο γνωστές ή απομακρυσμένες περιοχές με την ταυτόχρονη ελάφρυνση των περιοχών με αυξημένη εισροή τουριστών, ενώ θεωρείται επιπρόσθετα μία λύση απέναντι στην εποχικότητα του τουρισμού, προσφέροντας ταυτόχρονα πολλές ευκαιρίες για κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, παράλληλα με άλλα θετικά αντίκτυπα και οφέλη που δημιουργούνται για τις τοπικές κοινωνίες (ανάπλαση νέων χώρων, νέες θέσεις εργασίας). Τέλος τοποθετεί τις πολιτιστικές διαδρομές σε πέντε κατηγορίες:

- Βάση σχεδιασμού και κατασκευής
- Βάση των θεματικών τους (μονοθεματικές ή πολυθεματικές)
- Την περιοχή στην οποία εκτείνονται (τοπικές, εθνικές, διακρατικές)
- Με βάση την ιστορική τους προέλευση ή/και την σημερινή τους αναδιαμόρφωση (πλάθοντας τα γεγονότα του παρελθόντος στα σημερινά δεδομένα)
- Στο προφίλ του τουρίστα

Εικόνα 5: Λογότυπο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

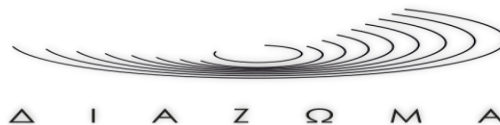


Πηγή: <https://www.unwto.org/>

2.1.5 ΔΙΑΖΩΜΑ

Σημαντικό έργο πραγματοποιεί στον τομέα των πολιτιστικών διαδρομών στη χώρα μας το ΔΙΑΖΩΜΑ. Πρόκειται για ένα μη κερδοσκοπικό σωματείο το οποίο έχει συσταθεί με κύριο στόχο την ανάδειξη και την καθολική προστασία, μιας ξεχωριστής κατηγορίας μνημείων, των αρχαίων χώρων θέασης και ακρόασης. Ωστόσο, έχει υλοποιήσει, σχεδιάσει και προτείνει διαδρομές ανά την Ελλάδα με ποικίλο περιεχόμενο πολιτισμικής κληρονομιάς.

Εικόνα 6: Λογότυπο Διάζωμα



Πηγή: <https://www.diazoma.gr/>

Σύμφωνα με το ΔΙΑΖΩΜΑ, «*Η πολιτιστική διαδρομή είναι ένα επώνυμο τουριστικό προϊόν, ένα προϊόν πολιτιστικού τουρισμού, το οποίο διαμορφώνεται με βάση ένα συγκεκριμένο συνεκτικό στοιχείο*». Στοχεύουν στην προσέλκυση νέων επισκεπτών στις περιοχές φιλοξενίας, δημιουργώντας ευκαιρίες στις επιχειρήσεις και τους παραγωγούς διαφόρων προϊόντων και υπηρεσιών, που δραστηριοποιούνται στην συγκεκριμένη περιοχή, ώστε να αυξήσουν τα έσοδά τους. Σημαντικό κομμάτι είναι η προσέλκυση νέων

επενδύσεων και θέσεων εργασίας όπως επίσης αναγνωρίζοντας την σημασία του τουρισμού να επιμηκύνει την τουριστική περίοδο. Αποτελεσματικές συνέργειες, συντονισμός, ενεργή συμμετοχικότητα τοπικής κοινωνίας και φορέων, υποδομές, σωστός σχεδιασμός και διαχείριση είναι οι έννοιες που υπογραμμίζει για την υποστήριξη μιας πολιτιστικής διαδρομής (ΔΙΑΖΩΜΑ, *Για μια Πολιτιστική Διαδρομή*).

Όπως ο πολιτισμός είναι ένας όρος με ευρεία έκταση και περιεκτικότητα, έτσι και οι πολιτιστικές διαδρομές διαθέτουν ανοιχτού και ποικίλου τύπου πρόγραμμα και περιεχόμενο.

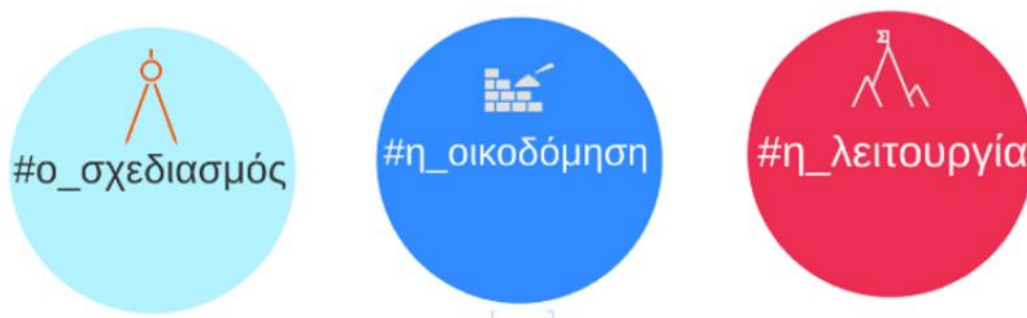
Μία πολιτιστική διαδρομή περιλαμβάνει και ενοποιεί χωρικά ή και θεματικά μνημεία, τοποθεσίες, υλικού και άυλου πολιτισμού. Η οργάνωση, η χρονική διάρκεια και η ροή της εκάστοτε διαδρομής ποικίλει ανάλογα με το περιεχόμενο αλλά κυρίως από τον φορέα διαχείρισής της. Απομονώνοντας σε αυτό το σημείο τις πολυθεματικές διαδρομές, αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν από θεατρικές παραστάσεις και συναυλίες, σε περιπατητικές επισκέψεις σε αξιοθέατα, μέχρι επισκέψεις σε μουσεία, κέντρα πολιτισμού και εκθέσεις. Κρίνεται αναγκαίο να αναφερθεί επίσης το προσωρινό της διάρκειας μιας πολιτιστικής διαδρομής, από την οπτική της αντοχής της στο χρόνο, στο ότι πολλές περιφέρειες δημιουργούν διαδρομές με κάποια εποχικότητα ή ορισμένης διάρκειας (π.χ. κάποιο σαββατοκύριακο του έτους ή/και κάθε έτους) για να εξυπηρετήσουν τα ιδιαίτερα συμφέροντά τους (ικανοποίηση του τοπικού κοινού, αίσθηση δραστηριότητας από το Δήμο κλπ.).

Έχει γίνει ήδη αναφορά στο ότι μία πολιτιστική διαδρομή μπορεί να προσφέρει λύση στο πρόβλημα της εποχικότητας, ωστόσο η διατήρησή της ως μόνιμο τουριστικό προϊόν, απορρέει από τις έννοιες βαρύτητας που αποδίδονται από τους παραπάνω διεθνείς φορείς, όπως και από τη σημαντικότητα των συνεκτικών στοιχείων που συντάσσουν το σύνολο της εκάστοτε διαδρομής.

2.2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ

Ενδιαφέρον θα είχε η παρακολούθηση μεθοδολογίας μιας πολιτιστικής διαδρομής στην ελληνική πραγματικότητα αλλά και στο εξωτερικό όπως αυτή αναλύεται από τους ακόλουθους φορείς και οργανισμούς. Σύμφωνα λοιπόν με το ΔΙΑΖΩΜΑ ο κύκλος ζωής προγραμμάτων όπως είναι οι πολιτιστικές διαδρομές αποτελείται από τρεις μεγάλες φάσεις.

Εικόνα 7: Μεθοδολογία μιας πολιτιστικής διαδρομής σύμφωνα με το Διάζωμα



Πηγή: <https://www.diazoma.gr/routes/>

Ενώ τα βήματα για τη σύσταση μιας πολιτιστικής διαδρομής είναι τα ακόλουθα:

Εικόνα 8: Βήματα για τη σύσταση μιας πολιτιστικής διαδρομής σύμφωνα με το Διάζωμα



Πηγή: <https://www.diazoma.gr/routes/>

Σύμφωνα με το ICOMOS (2008) η μεθοδολογία των πολιτιστικών διαδρομών οφείλει να περιέχει τους εξής σταθμούς:

- Έρευνα
- Αξιολόγηση
- Προστασία
- Διατήρηση
- Συντήρηση
- Χρήση
- Διαχείριση

Το κομμάτι της έρευνας μπορεί να αποτελείται από ομάδες ατόμων, είτε ανά τα τμήματα της διαδρομής είτε όχι, κατεχόμενοι από ομαδικότητα με στόχο την αναζήτηση, εύρεση και συλλογή μεμονωμένων τμημάτων πολιτισμού, που θα οδηγήσει στη σύσταση του επιθυμητού συνόλου. Με την καταληκτική επιλογή των στοιχείων που θα συνθέτουν την διαδρομή, αυτόματα γίνεται η εκτίμηση-αξιολόγηση τους, έτσι ώστε να προβούν στις απαραίτητες ενέργειες αποκατάστασης, συντήρησης, διατήρησης και ανάδειξης των επισκέψιμων τοποθεσιών (όπου και αν αυτές απαιτούνται). Η ίδια εκτίμηση και αξιολόγηση, εκτός από χώρους κυρίως ενδιαφέροντος, οφείλει να πραγματοποιηθεί και στους γύρω περιβάλλοντες χώρους όπως κατά μήκος της διαδρομής για την ομαλή προσπέλασή της αλλά και για την δημιουργία (όπου και αν απαιτείται) υποδομών υποστήριξης.

Επικοινωνία, συνεργασία και συντονισμός για την επίτευξη των παραπάνω σταδίων οφείλουν να υπάρχουν σε σημαντικές ποσότητες με στόχο πάντα την διαχείριση, διατήρηση και συντήρηση της διαδρομής, ενώ τέλος η απόδοση μιας συγκεκριμένης ταυτότητας στη διαδρομή είναι βασικό κομμάτι της μεθοδολογίας με το άριστο να είναι η δημιουργία ενός brand name.

Αμετακίνητο τμήμα του στρατηγικού σχεδιασμού, είναι η εξεύρεση οικονομικών πόρων, όπου θα εξασφαλίσουν, ως ένα μέρος, την παραπάνω διαδικασία αξιολόγησης και

προετοιμασίας της διαδρομής έτσι ώστε να καταστεί αργότερα επισκέψιμη και διαθέσιμη προς το κοινό, αλλά επιπλέον να διαθέτει και ένα στήριγμα για την ζωτικότητα και βιωσιμότητά της. Δημιουργικές προσεγγίσεις για τη δημιουργία εσόδων μπορεί να περιλαμβάνουν μια ποικιλία δυνατοτήτων:

- πωλήσεις αγαθών ή υπηρεσιών (πώληση εισιτηρίων, τέλη συμμετοχής)
- υποστήριξη από εξωτερικές πηγές (ιδρύματα, χορηγούς, δωρητές)
- υποστήριξη από διεθνή, εθνικά ή τοπικά κυβερνητικά προγράμματα
- οικονομικά έσοδα (τραπεζικοί τόκοι, επενδύσεις, κρατικά ομόλογα κ.α.)
- άλλα έσοδα από άυλα περιουσιακά στοιχεία, όπως διπλώματα ευρεσιτεχνίας, άδειες, εμπορικά σήματα και πνευματικά δικαιώματα¹².

(Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness)

Σημαντικό να εφαρμόζεται σωστή διαχείριση στους διαθέσιμους πόρους καθώς είναι αρκετά περιορισμένοι, και η σωστή κατανομή στις αντίστοιχες ενέργειες και στρατηγικές που ακολουθούνται είναι βαρυσήμαντη. Ο σχεδιασμός χρηματοδότησης και διαχείρισης για την κάθε περίπτωση, εξαρτάται από τη σύσταση, τη δομή, τη διακυβέρνηση και το εύρος των δραστηριοτήτων τους (Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness).

Ο ΠΟΤ (2015) στην αναφορά του για τις πολιτιστικές διαδρομές εμπεριέχει κάποια παραδείγματα καλών πρακτικών πολιτιστικών διαδρομών, αναφέροντας τό πως η κάθε περίπτωση διαχειρίστηκε το πολιτισμικό της υλικό, δημιουργώντας και παραδίδοντας η καθεμία εν τέλει το τουριστικό της προϊόν. Συνεχίζοντας, αναφέρει πως «μία καλή στρατηγική για πολιτιστικές διαδρομές είναι να κατασκευάσεις παρά να δημιουργήσεις, με άλλα λόγια, «χρησιμοποίησε ότι είναι ήδη εκεί αλλά με διαφορετικό τρόπο από αυτόν που χρησιμοποιούνταν στο παρελθόν». Χωρίς να οριοθετήσει το πολιτισμικό υλικό που «είναι ήδη εκεί», ενθαρρύνει την ποικιλομορφία των διαδρομών (αρχαιολογική, περιβαλλοντική, αρχιτεκτονική κ.α.), αναγνωρίζοντας την ποικιλία στην περιεκτικότητα τους.

Το μοντέλο διακυβέρνησης, η οργάνωση των δραστηριοτήτων μιας διαδρομής, ποικίλει και εξαρτάται από πολλούς παράγοντες στους οποίους καλείται να ανταπεξέλθει ο διαχειριστικός φορέας, ο οποίος πρέπει να διακρίνεται από υψηλό βαθμό συνεργατικότητας. Υπάρχουν ωστόσο ορισμένα βήματα που καλό είναι να ακολουθηθούν και να εφαρμοστούν εάν σκοπός είναι να επιτευχθεί ένα υψηλό ποσοστό συνεργασίας.

Από τα πιο βασικά στοιχεία ενός μοντέλου καλής διακυβέρνησης είναι: η ύπαρξη νομικής βάσης (καταστατικά και κανονισμοί ή μοντέλα εργασίας), κοινή διοικητική δομή και η κοινή δέσμευση (οικονομική ή άλλη), ενώ όσον αφορά τους όρους καλής διακυβέρνησης, οι ειδικοί φαίνεται να συμφωνούν στην χρήση οριζόντιας δομής πράγμα που σημαίνει ότι όλοι οι εταίροι μοιράζονται ή τουλάχιστον εναλλάσσουν την ευθύνη για τη διακυβέρνηση του δικτύου (Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness).

¹² Ενώ στην περίπτωση των εφαρμογών μπορεί να εμπεριέχονται κόστη αγορών εντός αυτών.

Ωστόσο γίνεται ξεκάθαρο ότι κάθε περιοχή πρέπει να ανακαλύψει και να εκμεταλλευτεί τα δικά της στοιχεία και πλεονεκτήματα, εντάσσοντάς τα στην διαδρομή, ενισχύοντας και προσφέροντας στον επισκέπτη μία εμπειρία που θα θέλει να θυμάται.

Αναπόσπαστο κομμάτι της μεθοδολογίας των πολιτιστικών διαδρομών, είναι η ενεργή εμπλοκή των τοπικών κοινοτήτων στη σύσταση και διαχείρισή τους. Από αυτή την οπτική τοποθετεί στο μικροσκόπιο το Higher Institute on Territorial Systems for Innovation – SiTI στο Community Engagement in Cultural Routes (2016) τις πολιτιστικές διαδρομές και ποιες τεχνικές οφείλουν να εκτελούν οι τοπικές κοινότητες για την σωστή διαχείριση.

Αρχικά, αναφέρεται ως βασικός τομέας, πως μία πολιτιστική διαδρομή μπορεί να αποτυπωθεί ανάλογα με τις ανάγκες, τα μέρη ενδιαφέροντος, τους διαθέσιμους πόρους και τις προσδοκίες της κάθε περίπτωσης, καθώς και ποιες τεχνικές είναι οι καταλληλότερες για να ευνοηθεί η εκάστοτε περίπτωση, η οποία θα έρθει μέσα από συζητήσεις όλων των ενδιαφερόμενων και εμπλεκόμενων φορέων. Η κάθε κοινωνία ανάλογα με τον βαθμό εμπλοκής της και του αντικειμένου, μπορεί να προβεί σε τεχνικές πληροφόρησης, διαβούλευσης αλλά και ενεργητικής συμμετοχής, οι οποίες πρέπει να πλαισιώνονται από ένα αποτελεσματικό σύστημα πληροφόρησης όπου στόχος του είναι η αύξηση της περιεκτικότητας των εταίρων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, με τις γνώμες των συμμετεχόντων να μπορούν να έχουν σημαντική επιρροή κατά την εκτέλεση, για την δημιουργία μίας αμφίδρομης σχέσης μεταξύ διαχειριστών και τοπικής κοινωνίας.

Η ενσωμάτωση τεχνικών παροχής πληροφοριών θεωρείται βασική ενέργεια καθώς μέσω αυτών διατίθενται στην κοινωνία στοιχεία που θα διευκολύνουν την καλύτερη κατανόηση του θέματος και των σημείων της διαδρομής, ενώ επιδιώκεται η δημιουργία της αίσθησης του ‘μέρος της κοινότητας’ συμμετέχοντας στη λήψη αποφάσεων. Το κύριο πλεονέκτημα αυτού του είδους τεχνικής είναι η προσέγγιση μεγαλύτερου κοινού σε σύντομο χρονικό διάστημα και η μεγαλύτερη διαδικασία συμμετοχικότητας. Οι κύριες μορφές τεχνικών όπως και τί αυτές περιλαμβάνουν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2: Τεχνικές παροχής πληροφοριών

Διαφήμιση	Παροχή έντυπου και ραδιοτηλεοπτικού υλικού σε συνδυασμό με διαδικτυακά μέσα
Ενημερωτικά Δελτία – Newsletter	Παροχή πληροφοριών, συνήθως σε ηλεκτρονική μορφή. Διατήρηση ενημερότητας των ενδιαφερομένων σχετικά με την εξέλιξη του προγράμματος
Εκπαιδευτικά Προγράμματα	Παρέχει ένα σύνολο πρακτικών πληροφοριών και χρησιμοποιείται συνήθως ως σημείο εκκίνησης, ενθαρρύνοντας την αλλαγή συμπεριφοράς προς το καλύτερο
Κοινοτικές Εκθέσεις & Εκδηλώσεις	Διασκεδαστική ευκαιρία για παροχή πληροφοριών, αύξηση της ευαισθητοποίησης και δημιουργία ενεργητικής συμμετοχής

Κοινοτικές Συναντήσεις	Πρόκειται για μία από τις πιο κοινές μεθόδους διάθεσης πληροφοριών και αύξησης της ευαισθητοποίησης, σε ομάδες ποικίλης αριθμητικής περιεκτικότητας
------------------------	---

Πηγή: Community Engagement in Cultural Routes (2016) Ιδία επεξεργασία

Ανάμεσα στις αρκετές τεχνικές που υπάρχουν, στη συγκεκριμένη περίπτωση η εστίαση γίνεται στις πιο κοινές, με βασικό πυλώνα την τουριστική ανάπτυξη.

Πίνακας 3: Τεχνικές παροχής πληροφοριών με βασικό πυλώνα την τουριστική ανάπτυξη

Εργαστήρια	Περιλαμβάνουν διάφορες δομημένες δραστηριότητες με σκοπό να συντάξουν μια σειρά οπτικών και απόψεων
Ερευνητική μελέτη	Είναι μια αποτελεσματική μέθοδος για τη συλλογή μεγάλου όγκου δεδομένων και πληροφοριών
Ομάδα στόχος - Focus group	Οι εστιασμένες ομάδες μέσω της ελεύθερης ροής συζήτησης και συμμετοχής, είναι μία καλή μέθοδος για την ανακάλυψη οπτικών και απόψεων που μπορεί να φανούν χρήσιμες σε διάφορα στάδια του προγράμματος
Οραματισμός τουριστικού προορισμού	Ξεκινά από την εκτίμηση της πραγματικής κατάστασης και ποιο είναι το επιθυμητό αποτέλεσμα στο μέλλον, το οποίο θα οδηγήσει στον καθορισμό των βημάτων για να φτάσει σε αυτόν

Πηγή: Community Engagement in Cultural Routes (2016) Ιδία επεξεργασία

Η καινοτομία είναι κάτι που αναζητείται και είναι επιθυμητό σε κάθε περίπτωση. Μεταξύ άλλων, ως καινοτομία αναφέρεται και η τεχνολογική αύξηση και πρόοδος στη διαδραστικότητα και στην παροχή πληροφοριών και υπηρεσιών που προσφέρονται στον καταναλωτή όπως είναι για παράδειγμα η πλοήγηση για την υποστήριξη και την καλύτερη εμπειρία ταξιδιού στον καταναλωτή, επικοινωνιακά κανάλια και άλλες δραστηριότητες¹³ (Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness).

Πολλές πολιτιστικές διαδρομές χρησιμοποιούν διάφορα εργαλεία για να μετρήσουν την απόδοση των μεθόδων και εργαλείων που ακολουθούν ή ακολούθησαν. Η μέτρηση της ζήτησης της αγοράς στόχου και των πιθανών ενδιαφερομένων καταναλωτών, μέσω διαδικτύου είναι ένα καλό σημείο εκκίνησης. Μέσω διεξαγωγής της έρευνας, τα συλλεγόμενα δεδομένα θα βοηθήσουν στην καλύτερη κατανόηση των χαρακτηριστικών αυτών των ομάδων, με τα δημογραφικά δεδομένα να μπορούν να οριστούν μέσω:

- Γεωγραφικής τοποθεσίας
- Ηλικίας
- Γένους
- Εθνικότητας
- Εισοδήματος και επαγγέλματος

¹³ Όλα τα παραπάνω μπορούν να διατίθενται μέσω μιας εφαρμογής.

- Επίπεδο εκπαίδευσης
- Τύπο ταιδιώτη
- Ενδιαφέροντα¹⁴

(Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness)

Με τον καθορισμό της ομάδας στόχου, επόμενο σημαντικό βήμα είναι η επιλογή των ενεργειών οι οποίες θα διασφαλίσουν στο έπακρο ότι η ομάδα στόχος έχει λάβει γνώση για το προσφερόμενο προϊόν και υπηρεσίες. (Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness)

Ολοένα και περισσότερες περιπτώσεις διαδρομών παγκοσμίως, ενσωματώνουν τον τομέα της διαφήμισης και του μάρκετινγκ στη μεθοδολογία τους, με ένα από τα σημεία ‘‘κλειδιά’’ σε μία στρατηγική μάρκετινγκ είναι η πολύ καλά καθορισμένη αγορά στόχος (Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness), ενώ αρκετά βήματα φαίνεται να κερδίζει και η χρήση ψηφιακών μέσων και μέσων νέων τεχνολογιών (ιστοσελίδες, εφαρμογές κλπ.). Ιδανικό στην όλη εξελικτική διαδικασία του μάρκετινγκ στις πολιτιστικές διαδρομές, είναι η απόδοση μίας ταυτότητας brand η οποία θα προσδώσει κάτι ξεχωριστό, την αναγνωρισιμότητα της διαδρομής σε πρώτο χρόνο και της περιοχής ευρύτερα σε δεύτερο χρόνο.

2.3 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

2.3.1 ATRIUM (Architecture of Totalitarian Regimes of the 20th Century In Europe's Urban Memory)

Η ιταλική πόλη Forlì, η οποία πρότεινε τη δημιουργία μιας πολιτιστικής διαδρομής (ATRIUM route), η οποία θα στηρίζεται στην αρχιτεκτονική κληρονομιά και στα αστικά τοπία της πόλης, από τις ‘‘μαύρες’’ σελίδες της ιστορίας της, από αρχές του 20^{ου} αιώνα (1920-1930) μέχρι και τη δεκαετία του 1980, εποχή όπου η Ιταλία συνδέεται με απολυταρχικά καθεστώτα και πολεμικές περιόδους. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα αναγνωρίστηκε έπειτα από τριετή συνεχή προσπάθεια του Δήμου Forlì και προστέθηκε στη λίστα των πιστοποιημένων Ευρωπαϊκών Πολιτιστικών Διαδρομών το 2014. Πριν την καθιέρωση την πολιτιστικής διαδρομής, ο Δήμος του Forlì με την υποστήριξη της ερευνητικής ομάδας Center for Advanced Studies in Tourism (CAST) του Πανεπιστημίου της Μπολόνια, ανέπτυξε μία ερευνητική διαδικασία μεθοδολογίας για «αιφόρο τουριστικό σχεδιασμό σε ασυνήθη πολιτιστικούς χώρους βασιζόμενη σε ποσοτική και ποιοτική ανάλυση, σε συνεργασία με εταίρους τουρισμού». Ταυτόχρονα διενεργήθηκαν άλλες δύο έρευνες σε δυνητικούς και ενεργητικούς τουρίστες, σε άλλους τέσσερις σταθμούς της διαδρομής, σχετικά με την εικόνα της Forlì ως τουριστικός προορισμός σχετικός με το αρχιτεκτονικό πολιτιστικό της ενδιαφέρον. Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε απευθύνθηκε στους μόνιμους κατοίκους της περιοχής και στην διάθεση τους αν και κατά πόσο μπορούν να αναγνωρίσουν την ιστορικά μη αρμονική κληρονομιά της πόλης, ως τουριστικός πόλος έλξης ενταγμένη σε μία διακρατική πολιτιστική διαδρομή. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως παρόλο την ‘‘σκοτεινή μνήμη’’ της εποχής και των σημείων ενδιαφέροντος, οι κάτοικοι τα αισθάνονται ως

¹⁴ Τα παραπάνω στοιχεία μπορούν να συλλεχθούν και μέσω ερωτήσεων κατά τη χρήση εφαρμογής ή με τη δημιουργία λογαριασμού-προφίλ για τη χρήση αυτής.

«διακριτικό χαρακτηριστικό της τοπικής τους ταυτότητας έτοιμη να χρησιμοποιηθεί με προσοχή για την τουριστική εξέλιξη της περιοχής».

2.3.2 HOLY GRAIL ROUTE

Η περίπτωση της Holy Grail διαδρομής, η οποία απλώνεται γύρω από της περιοχές της Αραγόν και Βαλένθια της Ισπανίας, είναι μία πολιτιστική διαδρομή η οποία περιλαμβάνει στη ροή της υλικά και άυλα στοιχεία πολιτισμού (καθεδρικούς ναούς, συμβολικά μέρη, παραδόσεις, μύθοι, μυστήρια όπως εμβληματικές τοποθεσίες κ.α.) «Η αναβίωση της ιστορίας, η απόλαυση της φύσης, η γεύση παραδοσιακού φαγητού, η εκμάθηση σχετικά με τα έθιμα και τις παραδόσεις και η επίσκεψη σε όμορφα και ήσυχα μέρη είναι όλα υποδηλωτικά στοιχεία της «Holy Grail Route».

Η ομάδα LISOSTUR του Πανεπιστημίου της Σαραγόσα συντονίζει τις ενέργειες, με τη συνεργασία της κομητείας της La Jacetania, τη Γενική Διεύθυνση Τουρισμού, την εταιρεία Sargantana και την κυβέρνηση της Αραγονίας. Στόχος, «η επιτυχής ανάπτυξη της διαδρομής ως τουριστικό προϊόν, με προηγμένες τεχνικές μάρκετινγκ», με τη συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή να ακολουθεί μεθοδολογία η οποία περιλάμβανε τα παρακάτω βήματα.

1. Αναλυτική τεκμηρίωση και ανάπτυξη όλων των εγγράφων που σχετίζονται με τη διαδρομή
2. Ταυτοποίηση όλων των σημαντικών και εμβληματικών τοποθεσιών και μνημείων που εμπεριέχονται στη διαδρομή
3. Εξειδικευμένη προσέγγιση με τη διεξαγωγή πέντε σε βάθος συνεντεύξεων από διεθνής εμπειρογνώμονες για πνευματικές και πολιτιστικές διαδρομές με στόχευση στην περίπτωση μελέτης
4. Λεπτομερής περιγραφή των πολιτιστικών, πνευματικών και ιστορικών πόρων όπως αυτοί έχουν προσδιοριστεί, με την περιγραφή να προσθέσει αξία γύρω στοιχεία που συνθέτουν την διαδρομή
5. Προσδιορισμός καλών πρακτικών γύρω από την πολιτιστική διαδρομή
6. Ανάπτυξη της τουριστικής διαδρομής ATLAS
7. Σχεδιασμός και δημιουργία ιστοσελίδας (Information – One click away)
8. Εκπαιδευτικοί κύκλοι μαθημάτων για ανταλλαγή ιδεών και πληροφοριών ανάπτυξη δεξιοτήτων και δυνατοτήτων των συνεργατών
9. Δημιουργία εγχειρίδιου ορθών πρακτικών βιώσιμου τουρισμού
10. Στρατηγική branding με τη δημιουργία εμπορικού σήματος και συμβόλου ταυτότητας
11. Ενέργειες διαφήμισης με συνέδρια τύπου, φυλλάδια κ.α. με εκστρατείες προώθησης και τελικό συνέδριο στη Σαραγόσα
12. Διεθνές Συνέδριο για μυστικιστικές και πνευματικές διαδρομές τουρισμού (World Tourism Organization, 2015).

2.3.3 CAMINO DE SANTIAGO

Η διαδρομή Camino de Santiago, δημιούργησε το 2004 ένα σύστημα συλλογής πληροφοριών για την μέτρηση των επιπτώσεων του τουρισμού στην περιοχή, τόσο από την οπτική προσφοράς εξειδικευμένων καταλυμάτων, όσο αναζητώντας και τις απαιτήσεις των επισκεπτών της. Με το σύστημα συγκέντρωσης δεδομένων, στόχος είναι να επιτευχθεί η παρακολούθηση και ανάλυση της κατάστασης σε πραγματικό χρόνο, ποσοτικοποιώντας, μετρώντας και θέτοντας βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους στόχους οι οποίοι θα επιτρέψουν μία συνεχή βελτίωση με τελικό στόχο την προσφορά ενός άψογου τουριστικού προϊόντος. Η ακολουθία της συγκεκριμένης μεθοδολογίας επιτρέπει την καλύτερη πολιτιστική διαχείριση της διαδρομής και της τουριστικής της στρατηγικής, επιτρέποντας τη μέτρηση τόσο της εξέλιξής της όσο και του αποτελέσματός της.

Από την πλευρά της ζήτησης, η μεθοδολογία βασίζεται στην πρόσωπο με πρόσωπο έρευνα, σε διάφορα σημεία της διαδρομής, σε διαφορετικές χρονικές περιόδους, εποχές και ημέρες. Η συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε για την απόδοσης και ταυτοποίηση του προφίλ του επισκέπτη, βασισμένο στις παρακάτω μεταβλητές.

1. Βαθμός ικανοποίησης και γνώσης της διαδρομής
2. Μέτρηση των δαπανών τους στο ταξίδι
3. Την χώρα και περιοχή προέλευσης

(World Tourism Organization, 2015).

Η μέτρηση και ανάλυση των παραπάνω μεταβλητών, είναι ζωτικής σημασίας για τον προγραμματισμό μελλοντικών ενεργειών, οι οποίοι θα επιτρέψουν τη βελτίωση στη διαχείριση της πολιτιστικής διαδρομής, τόσο σε δράσεις ενημέρωσης και προώθησης σε εθνικό και διεθνές επίπεδο με στόχο την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα, όσο και του οικονομικού αντίκτυπου που δημιουργείται στην περιοχή. Στις παραπάνω μεταβλητές εμπεριέχεται και ο αριθμός των ατόμων οι οποίοι ακολουθήσαν την διαδρομή και την επιλογή των τουριστικών τους καταλυμάτων, όπως επίσης και ο διαχωρισμός ημερών και χρονικών περιόδων συλλογής των δεδομένων, ο οποίος πραγματοποιείται για την αποκρυπτογράφηση κινητικότητας των ημερών.

2.3.4 VIA FRANCIGENA

Η Via Francigena γιορτάζοντας τα δέκα χρόνια παρουσίας της και ενταγμένη στο πρόγραμμα CERTO (Cultural European Routes: Tools for a coordinated communication & marketing strategy) αποφάσισε να ενισχύσει τις επικοινωνιακές μεθόδους και να αναπτύξει νέες στρατηγικές μάρκετινγκ, με στόχο την καλύτερη προβολή και προσέλκυση κοινού.

Το πρόγραμμα CERTO, ξεκίνησε το 2012 και ήταν διάρκειας 16 μηνών ενώ σε αυτό συμμετείχαν τρεις ευρωπαϊκές πολιτιστικές διαδρομές. Σκοπός του συγκεκριμένου προγράμματος ήταν η προώθηση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής προώθησης και προβολής, στηριγμένο στους παρακάτω κύριους άξονες.

1. Καινοτόμο μάρκετινγκ
2. Εξασφαλισμένη ποιότητα και διευρυμένη συμμετοχή των επιχειρήσεων

3. Ορατότητα μεγαλύτερου εύρους

Και οι τρεις παράμετροι είχαν ως στόχο την παρουσίαση και δοκιμή καινοτόμου σχεδίου μάρκετινγκ, την διασφάλιση της ποιότητας μέσω μιας κοινής ποιότητας brand και την διεύρυνση συμμετοχής της επιχειρηματικότητας στη διασφάλιση της ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος (CERTO, 2012). Για την επίτευξη των παραπάνω, η ενίσχυση συνεργασιών και συνεργιών και η δημιουργία ενός διευρυμένου δικτύου με τα Μέσα για την καλύτερη προβολή κρινόταν απαραίτητη (CERTO, 2012¹⁵).

Εντός αυτού του προγράμματος και πέραν της άμβλυσης των συμμετοχικών και συνεργατικών προσώπων και υπηρεσιών, το πρώτο επικοινωνιακό εργαλείο το οποίο αναβαθμίστηκε ήταν η ιστοσελίδα της διαδρομής, με τον αριθμό των επισκεπτών να παρουσιάζεται ανοδικός κατά τη συνέχεια (Community Engagement in Cultural Routes, 2016). Το 2005 είχε προχωρήσει στην έκδοση περιοδικού, τόσο σε έντυπη όσο και σε ψηφιακή μορφή, με πληροφορίες και τα τελευταία νέα για τη διαδρομή, όσο και στη δημιουργία ενός ραδιοφωνικού σταθμού, ενώ κατά καιρούς πραγματοποιούνταν αρκετές διοργανώσεις, όπως εργαστήρια, σεμινάρια και συνέδρια.

2.3.5 CULTURAL ROUTES IN THE ALGARVE

Ο πολιτιστικός τουρισμός και η δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών ήταν τμήμα του στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ της περιοχής της Algarve της Πορτογαλίας. Η Algarve προσφέρει σήμερα πέντε πολιτιστικές διαδρομές προς εξερεύνηση. Όλες οι περιπτώσεις κατά την αρχική τους διάγνωση, σχεδιασμό και προετοιμασία πέρασαν από βιβλιογραφική έρευνα, επιτόπια εργασία με επισκέψεις στις περιοχές ενδιαφέροντος ενώ περιλάμβανε και έρευνες σε τοπικούς πράκτορες και εμπειρογνώμονες σε ζητήματα που σχετίζονται με διαδρομές. Με τις συλλεγόμενες πληροφορίες τον συνδυασμό τους και την τελική τους σύνθεση, θα οδηγηθούν στην σύσταση της διαδρομής λαμβάνοντας πάντα υπόψη τη διαθεσιμότητα των πόρων.

Βάσει των παραπάνω εργασιών και διαδικασιών δημιουργήθηκαν ορισμένα διαφημιστικά μέσα όπως:

- Χάρτης της διαδρομής
 - Διαδικτυακές πύλες
 - Διαφημιστικό βίντεο
 - Πίνακες σηματοδότησης
- (World Tourism Organization, 2015).

Το προωθητικό πρόγραμμα των διαδρομών περιλάμβανε επίσης σεμινάρια, πολιτιστικά και ιστορικά συνέδρια, θεματικές εκθέσεις κ.α.

Οι πολιτιστικές διαδρομές, βασισμένες στις πολιτιστικές και κοινωνικές αρχές, βρίσκονται σήμερα στο επίκεντρο της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού αποτελώντας πηγή καινοτομίας, δημιουργικότητας και ανάπτυξης της

¹⁵ Cultural European Routes: Tools for a coordinated communication & marketing strategy: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/6963?locale=mt>

επιχειρηματικότητας και των υπηρεσιών (Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness).

Τέλος το CoE (κυρίως μέσω της EICR) είναι διαθέσιμο για παροχή βοήθειας και συμβουλών ως προς τη μεθοδολογία όπως και διάθεση διευκρινήσεων στους υποψηφίους για την πιστοποίηση της διαδρομής τους. Επιπλέον κάθε χρόνο πραγματοποιείται μία εκπαιδευτική ακαδημία από το Συμβούλιο της Ευρώπης με στόχο την ενίσχυση, την ανταλλαγή ιδεών και τον εμπλουτισμό γνώσεων σε θέματα διαχείρισης πολιτιστικής κληρονομιάς και τουριστικής προώθησης από επαγγελματίες ειδικούς, ταυτόχρονα με άλλα Ευρωπαϊκά προγράμματα ποικίλης διάρκειας¹⁶ (HECTOR, CERTESS).

2.4 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το 2020 ήταν μία δύσκολη και ιδιαίτερη χρονιά για τον χώρο του πολιτισμού και τις δραστηριότητές του, με πολλές να αναβάλλονται επ' αόριστον ή να μετακινούνται χρονικά στο ημερολόγιο, ενώ άλλες να προσπαθούν να προσαρμοστούν σε αυτές τις πρωτόγνωρες συνθήκες δίνοντας παρ' όλα αυτά κανονικά το παρών.

Η λειτουργικότητα των πολιτιστικών διαδρομών δεν έμεινε ανεπηρέαστη σε πολλές περιπτώσεις, είτε πρόκειται για διαδρομές με μόνιμη και σταθερή παρουσία στο χρόνο (είναι δηλαδή σταθερά προσφερόμενο τουριστικό προϊόν) είτε πρόκειται για διαδρομές με συγκεκριμένη διάρκεια (πχ ένα συγκεκριμένο Σαββατοκύριακο του έτους ως πολιτιστική δράση του εκάστοτε Δήμου, Περιφέρειας κ.α.), είτε είναι μέρος κάποιου ετήσιου πολιτισμικού προγράμματος όπου εξελίσσεται κάθε φορά με διαφοροποιημένο περιεχόμενο στο πρόγραμμά του.

2.4.1 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΚΑΣΤΟΡΙΑ

Όπως και στην περίπτωση των Γρεβενών που αναλύεται παρακάτω, αντίστοιχα και η ΠΕ Καστοριάς αποτελεί μέρος του προγράμματος Interreg IPA Cross-border Cooperation Programme "Greece-Albania 2014-2020". Αυτό έδωσε την αφορμή στο Δήμο Νεστορίου την άνοιξη του 2019 στα πλαίσια του έργου "Cult2Routes¹⁷" να συμμετέχει στο πρόγραμμα "Αναδυόμενος Πολιτιστικός Τουρισμός", ανακαλύπτοντας πεζοπορικές και πολιτιστικές διαδρομές στην ευρύτερη περιοχή με στόχο την ανάδειξη και προώθηση του πολιτισμικού πλούτου και φυσικού κάλλους της περιοχής.

Αργότερα το ίδιο έτος, ο Δήμος Καστοριάς επέλεξε ένα Σαββατοκύριακο του Οκτωβρίου, βαπτίζοντάς το ως "Σαββατοκύριακο πολιτιστικών διαδρομών στην Καστοριά¹⁸".

¹⁶ Council of Europe, Training Academy: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/training-academy>

¹⁷ Τουρισμός: Πεζοπορικές και πολιτιστικές διαδρομές στο Νεστόριο Καστοριάς: <https://www.tornosnews.gr/foreis/periferies/37456-toyrismos-pezoporikes-kai-politistikes-diadromes-sto-nestorio-kastorias.html>

¹⁸ Σαββατοκύριακο Πολιτιστικών Διαδρομών στην Καστοριά: <https://sentra.com.gr/45%CF%83%CE%B1%CE%B2%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BA%CF%8D%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF->

Κατά την χειμερινή εορταστική περίοδο του έτους 2019-2020, στο διάστημα ανάμεσα 28 Δεκεμβρίου και 5 Ιανουαρίου, μοιράζοντάς το σε δύο Σαββατοκύριακα επιλέχθηκε η οργάνωση των πολιτιστικών διαδρομών του Δήμου. Τα συναφή προγράμματα περιλάμβαναν επισκέψεις σε βυζαντινούς ναούς, εκκλησίες, παραδοσιακές γειτονιές, γκαλερί και μουσεία, ενώ ο Δήμος επέλεξε να αναπαράγει ακόμα μία φορά τους σταθμούς των παραπάνω διαδρομών κατά την περίοδο της Αποκριάς του 2020¹⁹.

Όπως παρατηρείται, εξελίσσεται ένα έντονο ενδιαφέρον γύρω από τον πολιτιστικό τουρισμό και τις πολιτιστικές διαδρομές τα τελευταία δύο χρόνια από την ΠΕ Καστοριάς, η οποία επιλέγει κυρίως εορταστικές περιόδους (εκτιμώντας πιθανώς πως η παρουσία του κοινού θα είναι εντονότερη τις συγκεκριμένες περιόδους), να αναπαράγει και να εκμεταλλευτεί το υπάρχον διαθέσιμο πολιτισμικό υλικό της, με σημαντικότερο φορέα συνεργασίας με το Δήμο να είναι η Εφορεία Αρχαιοτήτων. Οι μέρες και ώρες είναι συγκεκριμένες, με τις χερσαίες διαδρομές να εξελίσσονται με την ένδειξη συγκεκριμένου σημείου εκκίνησης, προκαθορισμένη ακολουθία σταθμών και χρονικής διάρκειας ενώ η διαδρομή πραγματοποιείται με την συνοδεία ξεναγού. Στα δημοσιεύματα των προγραμμάτων από τα Μέσα του διαδικτύου δεν αναφέρεται κάποια υποσημείωση για οικονομική επιβάρυνση των συμμετεχόντων, ωστόσο γίνεται φανερή η προσπάθεια της προσαρμοστικότητας που αναφέρθηκε παραπάνω για την δήλωση συμμετοχής και σειράς προτεραιότητας λόγω των υγειονομικών περιορισμών.

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι επεμβάσεις που πρόκειται να εφαρμοστούν μέσω του έργου ‘‘Cult2Routes’’, όπου είναι σαν κατά κάποιο τρόπο να ‘‘προδίδει’’ σημαντικές επεμβάσεις και βήματα που είναι καλό να ακολουθηθούν για την καλύτερη διαχείριση και προώθηση της συγκεκριμένης περιοχής αλλά πιθανόν και σε άλλες πολιτιστικές διαδρομές, πάντα προσαρμοσμένα στο προφίλ της εκάστοτε περίπτωσης. Κάποιες από τις ενέργειες που είναι προγραμματισμένες να υλοποιηθούν πέρα από τις απαραίτητες ενέργειες συντήρησης και αποκατάστασης, είναι η τοποθέτηση σημάνσεων για την καλύτερη παροχή πληροφορίας στον επισκέπτη σε συνδυασμό με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων, με τη χρήση των νέων τεχνολογιών να μην περιορίζεται μόνο στην πληροφόρηση, καθώς η χαρτογράφηση των ήδη υπαρκτών διαδρομών και η αποτύπωσή τους σε γεωφυσικούς ψηφιακούς χάρτες βρίσκεται ψηλά στη λίστα.

Πίνακας 4: Πίνακας με βασικές πληροφορίες προτεινόμενων διαδρομών Καστοριάς

Δήμος Νεστορίου	Ενταγμένο σε διασυνοριακό πρόγραμμα Προκαθορισμένος ενδεικτικός προϋπολογισμός Προγραμματισμός δράσεων και ενεργειών (ένταξη νέων τεχνολογιών, τοποθέτηση σημάνσεων κ.α.)
-----------------	---

<https://sentra.com.gr/98%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CF%81%CE%BF/>

¹⁹ Πολιτιστικές διαδρομές στην Καστοριά το Σαββατοκύριακο της Αποκριάς:

<https://sentra.com.gr/98%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%80%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%AC-%CE%BA%CE%B1/>

Δήμος Καστοριάς	Εφήμερο προϊόν ορισμένης διάρκειας (σαββατοκύριακα και εορταστικές περιόδους) Υπαρξη ξεναγού Αρμόδιος φορέας συντονισμού Προκαθορισμένη ώρα εκκίνησης Συγκεκριμένη διάρκεια διαδρομής Συγκεκριμένη ακολουθία σημείων επίσκεψης Ενημέρωση κοινού μέσω ιστοσελίδων
-----------------	--

Πηγή: Ϊδία επεξεργασία

3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΕΧΝΟΓΟΓΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

3.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ

Οι πολιτιστικές διαδρομές μπορούν να θεωρηθούν ως ένα ακόμα προσφερόμενο τουριστικό προϊόν στον ανταγωνισμό που εξελίσσεται μεταξύ των πόλεων για την δημιουργία μεγαλύτερων τουριστικών ροών στην περιοχή τους, με στόχο την αύξηση βαθμού ελκυστικότητας στις δυνητικές αγορές και ομάδες στόχους, την κίνηση κεφαλαίου, με την επιθυμία αναγνωρισιμότητας της πόλης με την μετέπειτα δημιουργία και την καθιέρωση ενός brand.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, πρέπει να συσταθεί και να εξελεχθεί μία σειρά από ενέργειες μάρκετινγκ. Σύμφωνα με τον Καραχάλη (2015), οι στρατηγικές μάρκετινγκ/branding πόλεων αναφέρονται σε προσεγγίσεις διαμόρφωσης της εικόνας και της ταυτότητας των πόλεων και αντλούν στοιχεία από διαφορετικά επιστημονικά πεδία, όπως ο χωρικός σχεδιασμός, η κοινωνική και οικονομική γεωγραφία, ο πολιτιστικός σχεδιασμός, η επικοινωνία, η διαχείριση διαδικτυακών εργαλείων, η διαχείριση τουριστικού προορισμού κ.ά.

Σύμφωνα με τη European Commission και το Council of Europe (2020), το αντικείμενο του μάρκετινγκ στο πλαίσιο των πολιτιστικών διαδρομών περιλαμβάνει πολλές εφαρμοσμένες εξειδικεύσεις:

- Marketing κληρονομιάς
- Marketing καλών τεχνών
- Destination marketing
- Τουριστικό marketing
- Marketing υπηρεσιών

(Marketing strategies in the EU macro-regions: Cultural Routes and marketing of the macro-regional strategies, 2020).

Το μάρκετινγκ κληρονομιάς αποτελεί τον πυρήνα των πολιτιστικών διαδρομών, και η προσέγγιση της ομάδας στόχου μπορεί να επιτευχθεί μέσω αυτού. Ενισχύονται η υλική και άυλη κληρονομιά, η δημιουργία γνώσης και ευαισθητοποίησης στο σύνθετο πεδίο της κληρονομιάς και η ανάγκη για την προστασία και ανάδειξη της, κάτω από την ομπρέλα της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Το μάρκετινγκ καλών τεχνών δίνει προτεραιότητα στην σύγχρονη πολιτιστική και καλλιτεχνική πρακτική, ενισχύοντας δράσεις που ενώνουν την κληρονομιά με την σύγχρονη κουλτούρα.

«Ο στόχος του *destination marketing*, το οποίο αναφέρεται και ως *place marketing*, είναι η δημιουργία ευαισθητοποίησης, γνώσης και ενδιαφέροντος για τους προορισμούς οι οποίοι ορίζουν το *marketing* του τόπου, με δραστηριότητες που εγγυόνται τη δημιουργία διατήρηση ή και αλλαγή στάσης ή συμπεριφοράς προς τα συγκεκριμένα μέρη» (Marketing strategies in the EU macro-regions: Cultural Routes and marketing of the macro-regional strategies, 2020). Πολύ σημαντικό ρόλο ωστόσο στο σχεδιασμό και στη διαχείριση του *destination marketing* κατέχει η τοπική κοινωνία, με την άποψη των τουριστών να διαμορφώνει την πιο σημαντική τουριστική αγορά. Ως τουριστικό πολιτιστικό προϊόν δεν θα μπορούσε να μην περιλαμβάνει μία συστηματική διαδικασία τουριστικού μάρκετινγκ με στόχο την αύξηση της τουριστικής ροής και ζήτησης μέσω των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων. Τέλος το μάρκετινγκ υπηρεσιών είναι μία ευρεία κατηγορία στις στρατηγικές μάρκετινγκ επιφορτισμένη στην “πώληση” προσφερόμενων υπηρεσιών και όχι απτού προϊόντος.

Ως ένα βαθμό ο συντονισμός του μάρκετινγκ ή και η καθιέρωση επωνυμίας, οριοθετείτε συνήθως από πράξεις οι οποίες προέρχονται από τοπικές επιχειρήσεις, τοποθετώντας συγκεκριμένα ενδιαφέροντα στη χρήση ή την ανάπτυξη της διαδρομής, όπου υπάρχουν σαφή πλεονεκτήματα για τον προμηθευτή. (Impact of European Cultural Routes on SMEs’ innovation and competitiveness).

3.1.1 MOBILE MARKETING

Καθότι κύρια πρόταση της εν λόγω εργασίας είναι η εφαρμογή (application) για πολιτιστική διαδρομή σε κινητές συσκευές και κυρίως smartphone, το είδος μάρκετινγκ που κατέχει ιδιαίτερη βαρύτητα στην εξέλιξη της στρατηγικής είναι το mobile marketing.

Η ολοένα αυξητική δυναμική του internet, και η συνεχής αυξανόμενη εξόπλιση των smartphones και της τεχνολογίας που αυτά υποστηρίζουν, έχει δημιουργήσει νέες προσεγγίσεις και υπηρεσίες μάρκετινγκ σε πολλούς τομείς και βιομηχανίες (Chang P. 2017). Για τους προορισμούς έχει σημειωθεί ραγδαία αύξηση στην ανάγκη ανάπτυξης εργαλείων και υπηρεσιών μάρκετινγκ για κινητές συσκευές, καθώς η υιοθέτηση της τεχνολογίας smartphone και tablet από τους καταναλωτές, δίνει στους πομπούς έναν νέο χώρο σύνδεσης με τους δέκτες (Impact of European Cultural Routes on SMEs’ innovation and competitiveness). Ο τομέας του τουρισμού και του πολιτισμού δεν θα μπορούσε να εκλείπει από αυτή τη νέα τάση, με την διασπορά του κορωνοϊού να έχει δώσει μία ανέλπιστα ώθηση, στην επένδυση ψηφιακού περιεχομένου και στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ. Ανέκαθεν οι νέες τεχνολογίες εφαρμόζονταν στον τουρισμό και τον πολιτισμό. Ωστόσο με το ξέσπασμα της πανδημίας, η δυνατότητα μετατράπηκε σε επιτακτική ανάγκη, προσπαθώντας οι οργανισμοί να μη περιπέσουν στην αφάνεια και στη λήθη, δηλώνοντας ενεργά το παρόν στη διαφορετική καθημερινότητα των ανθρώπων μέσα από την τεχνολογία, κάνοντας χρήση με τις διάφορες δυνατότητες που τους παρέχονται (εφαρμογές, ιστοσελίδες κ.α.), δίνοντας τη δυνατότητα και σε αυτούς

που δεν τους γνώριζαν ή δεν έχουν επισκεφθεί να πάρουν γεύση ή και στους νοσταλγούς να θυμηθούν.

Με πάνω από 1 δισεκατομμύριο έξυπνων κινητών τηλεφώνων να βρίσκονται σε κατάσταση ενεργής χρήσης στην αγορά²⁰, οι υπηρεσίες του mobile marketing τείνουν, αν δεν έχουν ήδη γίνει, να γίνουν ο σημαντικότερος τομέας στη δημιουργία στρατηγικών μάρκετινγκ (Chang P. 2017), καθώς ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι αναζητούν πληροφορίες υπηρεσίες και ενδιαφέροντα ταχύτερα μέσω του τηλεφώνου και με τη χρήση εφαρμογών η προώθηση και η επικοινωνία με τον πελάτη μπορεί να γίνει περισσότερο στοχευμένη, ανεπηρέαστα χώρου και χρόνου. Η αυξητική τάση της χρήσης των κινητών τηλεφώνων, ως αναπόσπαστο στοιχείο της καθημερινότητας έχει γίνει σχεδόν αυτονόητη, θεωρείται ταυτόσημη και χρησιμοποιείται πλέον κατά κόρον ως εργαλείο δουλειάς και για δραστηριότητες μάρκετινγκ. Για πολλούς το mobile marketing είναι ο δρόμος ο οποίος πρέπει να ακολουθηθεί, για επιβίωση και εξέλιξη (Phumisak κ.α., 2010).

Μια προσπάθεια απόδοσης ορισμού για τη χρήση του mobile marketing, έρχεται από τη Mobile Marketing Association (MMA, 2008) η οποία ως mobile marketing ορίζει, «ένα σύνολο πρακτικών που επιτρέπει οργανισμούς να επικοινωνούν και να αλληλοεπιδρούν με το κοινό τους, με ένα σχετικό και διαδραστικό τρόπο μέσω οποιαδήποτε κινητής συσκευής ή δικτύου». Κάποιοι μελετητές ερμηνεύουν το ρόλο του mobile marketing πιο συγκεκριμένα λέγοντας πως mobile marketing είναι «Η χρήση ασύρματου μέσου για την παροχή σε καταναλωτές, με ακρίβεια σε χρόνο και τοποθεσία, προσωποποιημένες πληροφορίες οι οποίες προωθούν αγαθά, υπηρεσίες και ιδέες, δημιουργώντας όφελος σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη», ενώ άλλοι ορίζουν αυτό το μέσο, «ως μέσο για επικοινωνιακό μάρκετινγκ» (Phumisak κ.α. 2010).

Κάποια από τα χαρακτηριστικά στα οποία στηρίζεται το mobile marketing, είναι η δυνατότητα λήψης πληροφοριών και εκτέλεση ενεργειών χωρίς τον περιορισμό του χώρου και του χρόνου. Η συνεχώς ενεργή κατάσταση και συνδεσιμότητα των κινητών συσκευών επιτρέπει την αμφίδρομη επικοινωνία και την ανάπτυξη του επικοινωνιακού μάρκετινγκ σε πραγματικό χρόνο, μεταξύ πομπού και δέκτη, ενισχύοντας ακόμα μία φορά την επικοινωνία με το κοινό τους επιτυγχάνοντας με αυτό τον τρόπο μια πιο διαδραστική, έντονη και στοχευμένη αλληλεπίδραση μαζί του. Η δυνατότητα προσωποποίησης των απεσταλμένων μηνυμάτων είναι ένα ακόμη πλεονέκτημα του mobile marketer, καθώς υπάρχει η δυνατότητα συλλογής δεδομένων με στόχο την στοχευμένη προσέλκυση κοινού, με την μετέπειτα αποθήκευση αυτών σε μία βάση δεδομένων για μελλοντική χρήση (Phumisak κ.α. 2010).

Η εκτεταμένη χρήση των κινητών τηλεφώνων και των μεγάλου εύρους δυνατοτήτων που διαθέτουν και συνεχίζουν να εξοπλίζονται, έχει φτάσει στο βαθμό όπου δύσκολα οι άνθρωποι τα αποχωρίζονται πλέον, προς όφελος των marketers. Οι κινητές συσκευές επίσης εξοικονομούν αρκετό ποιοτικό χρόνο στους χρήστες, προσφέροντάς του την ευκαιρία να χρησιμοποιούν σε “νεκρά σημεία” κατά τη διάρκεια της μέρας για να ολοκληρώσουν απλές καθημερινές δραστηριότητες (Anckar & D’Incau, 2002).

²⁰ Strategy Analytics: Worldwide Smartphone Population Tops 1 Billion in Q3 2012:
<https://www.businesswire.com/news/home/20121017005479/en/Strategy-Analytics-Worldwide-Smartphone-Population-Tops-1>

Υπάρχει η δυνατότητα, ο τρόπος προσέγγισης και επικοινωνίας να πραγματοποιηθεί είτε επιλέγοντας συγκεκριμένες ώρες προβολής των μηνυμάτων είτε στοχεύοντας με βάση τη γεωγραφία και την τοποθεσία του χρήστη, η οποία εξελίσσεται μέσα από τη δυνατότητα εντοπισμού της γεωγραφικής θέσης των τηλεφώνων, είτε μέσω του συστήματος GPS (Phumisak κ.α. 2010), είτε μέσω του απλού σήματος κινητής τηλεφωνίας. Η προσέγγιση η οποία θα βασίζεται στη χρονική ακρίβεια, θα μπορούσε να ακολουθήσει την προώθηση προγραμματισμένων δραστηριοτήτων είτε σε κοντινή ημερολογιακά απόσταση ή όταν συμβαίνει εκείνη τη στιγμή, είτε επιλέγοντας συγκεκριμένες ώρες κατά τη διάρκεια της μέρας. Όσον αφορά την προώθηση μάρκετινγκ βάση γεωγραφικής θέσης, το οποίο είναι ένα καλό εργαλείο και για τις εφαρμογές που προωθούν πολιτιστικές διαδρομές καθώς μπορούν να ορίσουν την αποστολή μηνυμάτων σε εν δυνάμει επισκέπτες οι οποίοι βρίσκονται σε ένα εύρος ακτίνας, προσελκύοντας έτσι μεγαλύτερο κοινό. Ωστόσο σίγουρα μεγαλύτερη συνεισφορά και καλύτερο αποτέλεσμα θα φέρει ο συνδυασμός των εργαλείων και δυνατοτήτων του mobile marketing.

Πολλοί προορισμοί σήμερα έχουν δημιουργήσει τη δική τους εφαρμογή προώθησης προορισμού. Όσον αφορά συγκεκριμένα τις εφαρμογές οι οποίες εμπεριέχουν πολιτιστικές διαδρομές, με την προώθηση του πολιτισμικού περιβάλλοντος δημιουργείτε μία γνώση, μία άποψη για το προσφερόμενο πολιτισμικό υλικό και με αυτόν τον τρόπο βοηθάς την περιοχή να βγει στο φως, ενώ ταυτόχρονα η προβολή του πολιτισμικού υλικού μέσω των εφαρμογών εξαλείφει την αβεβαιότητα και το ρίσκο του “άγνωστου” του προσφερόμενου προϊόντος στην επισκέψιμη περιοχή. Η τοποθέτηση του πολιτισμικού υλικού στην εφαρμογή κάνει το υλικό αυτόματα πιο προσβάσιμο και άμεσα διαθέσιμο για περιήγηση για διάφορους τομείς επισκεπτών, ενώ διευκολύνουν την πρόσβαση σε πληροφορία και άλλες διευρυμένες υπηρεσίες. Η δημιουργία μίας εφαρμογής δεν σημαίνει απόλυτα την αυτόματη δημοσιότητα της περιοχής, σε συνδυασμό με την ταχύτητα εξέλιξης των καινοτομιών στις νέες τεχνολογίες με μεγάλη επιρροή στην επικοινωνία, είναι πραγματικά δύσκολο να ακολουθήσεις τις τάσεις καθώς και τα μοντέλα προσέγγισης συνεχώς μεταβάλλονται, αλλά σίγουρα είναι ένα σημαντικό βήμα στην ψηφιακή εποχή. Πλέον με τη διευρυμένη χρήση και εξάρτηση των smartphones είναι πολύ πιθανό, πολλοί τουρίστες να προσελκύονται σε έναν προορισμό λόγω προωθήσεων ή/και διαφημίσεων μέσω της τεχνολογίας κινητής τηλεφωνίας. *Ένας καλά αναπτυγμένος οδηγός προορισμού για κινητές συσκευές, θα παρέχει ισχυρή υποστήριξη για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της προώθησης της τοπικής φιλοξενίας και κληρονομιάς, δίνοντας τη δυνατότητα στον επισκέπτη να ανακαλύψει τον προορισμό κατά τη διάρκεια του ταξιδιού* (Impact of European Cultural Routes on SMEs’ innovation and competitiveness).

3.2 ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

3.2.1 GPS

Εφαρμογές με περιεχόμενο και στόχο την εξερεύνηση πολιτιστικών διαδρομών οφείλουν πλέον να έχουν ενσωματωμένα προηγμένα συστήματα πλοήγησης και εντοπισμού θέσης, όπως είναι το σύστημα GPS, για την διευκόλυνση περιήγησης και την παροχή καλύτερης εμπειρίας στον επισκέπτη-χρήστη. Τι στην πραγματικότητα είναι όμως το GPS όπου σήμερα χρησιμοποιείται κατά κόρον;

Το NAVSTAR/GPS (Navigation System with Timing And Ranging - Global Positional System) είναι ένα δορυφορικό σύστημα προσδιορισμού θέσης, με τη βοήθεια του οποίου μπορεί να προσδιοριστεί η θέση ενός σημείου παρατήρησης συντεταγμένων X,Y,Z, ως προς ένα κατάλληλο σημείο αναφοράς (Φούντας και Γέμτος, 2015). Ανάμεσα στα άλλα παγκόσμια συστήματα πλοήγησης που εξελίσσονται παράλληλα²¹, διαχειριζόμενο από τις Η.Π.Α., είναι το δημοφιλέστερο σύστημα εντοπισμού θέσης, δίνοντας ίσως έτσι τη δυνατότητα να υποθεί πως έχει γίνει έννοια ταυτόσημη με την πλοήγηση και τους ηλεκτρονικούς χάρτες.

Τα συστήματα εντοπισμού θέσης ξεκίνησαν να αναπτύσσονται τη δεκαετία του 1970, ενώ η αξιοποίησή τους ως εργαλείο άρχισε να γίνεται από το 1980 (Κοκκίνου, 2015). Στην πραγματικότητα το GPS είναι ένα ανοικτό δάνειο από τα στρατιωτικά επιτελεία του αμερικανικού στρατού προς την υπόλοιπη ανθρωπότητα με διάθεση ελεύθερης χρήσης. Με τη σταδιακή εξέλιξή του αποδείχτηκε ότι τα οφέλη που προσφέρει είναι πολλά περισσότερα, όπως επίσης παρουσιάστηκε σταδιακά μεγάλη ανάγκη για εντοπισμό και προσδιορισμό θέσης με υψηλή ακρίβεια. Πως όμως λειτουργεί αυτό το δορυφορικό σύστημα;

Ο επιτυχής προσδιορισμός θέσης απαιτεί τη συμμετοχή και το συνδυασμό τριών δορυφόρων του δορυφορικού συστήματος, προχωρώντας στη λεγόμενη διαδικασία «τριγωνισμού» (Φούντας και Γέμτος, 2015). Αυτό που στην ουσία εκτελούν οι δορυφόροι είναι η λήψη και η μέτρηση της απόστασης του ενδιαφερόμενου σημείου εντοπισμού από τους δορυφόρους, με την εξίσωση των τριών αποστάσεων, για την απόδοση της θέσης με την μεγαλύτερη ακρίβεια σε οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη. Ωστόσο χρήσιμη είναι και η παρουσία ενός τέταρτου δορυφόρου ο οποίος θα συγχρονίσει τα ρολόγια μεταξύ δέκτη και δορυφόρου, για τον ακριβή καθορισμό της ώρας σε πραγματικό (Φούντας και Γέμτος, 2015). Για την λήψη οδηγιών πλοήγησης και προσδιορισμού θέσης, αυτό που απαιτείται είναι η ύπαρξη ενός δέκτη σημάτων δορυφόρου στο εκάστοτε σημείο ενδιαφέροντος.

Η ελεύθερη χρήση του GPS και των πλεονεκτημάτων που προσφέρει, έγινε διαθέσιμη στους κοινούς πολίτες από τα μέσα της δεκαετίας του 90'. Από τότε και έπειτα, με την τοποθέτηση τέτοιων πομποδεκτών σε κινητές συσκευές οι οποίες δημιουργήθηκαν με αποκλειστικό σκοπό την εξυπηρέτηση της πλοήγησης, τις λεγόμενες συσκευές GPS ή πλοηγοί, οι οποίες τοποθετούνταν συνήθως στα αυτοκίνητα, έκαναν σταδιακά την εμφάνισή τους, με τους περιορισμούς που τους έθετε η τεχνολογία εκείνη την εποχή, ενώ η πρώτη τοποθέτηση τέτοιου δέκτη σε κινητό τηλέφωνο έγινε το 1999²².

²¹ Άλλα δορυφορικά συστήματα πλοήγησης (GNSS) είναι το ρωσικής προέλευσης GLONASS, το ευρωπαϊκό GALILEO και το Beidou της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας.

²² OHIO University, 2020: The Evolution of Portable GPS:

<https://onlinemasters.ohio.edu/blog/the-evolution-of-portable-gps/>

3.2.2 STREET VIEW

Η σύλληψη της ιδέας του Street View έγινε το 2001, όταν ο Larry Page ένας από τους συνιδρυτές της Google, έθεσε την πρόκληση της ψηφιακής απεικόνισης των πόλεων και των αστικών περιβαλλόντων, μέσω μίας σύνοψης και συρραφής εικόνων από καταγεγραμμένο βίντεο, σε ένα εκτεταμένο γραμμικό αρχιτεκτονικό ύφασμα αποδομένο όσο γίνεται στο επίπεδο των ματιών, χωρίς να προκαλεί υπερβολικές παραμορφώσεις²³. Το πρόγραμμα εγκρίθηκε, χρηματοδοτήθηκε και ξεκίνησε το 2002, με την ολοκλήρωσή του να γίνεται τέσσερα χρόνια αργότερα, ενώ διαθέσιμο στο κοινό να γίνεται το καλοκαίρι του 2007, με πρώτο σταθμό τις Η.Π.Α. Αυτό που προβάλλει το Street View είναι στην πραγματικότητα συραμμένες φωτογραφίες οι οποίες έχουν αποτυπωθεί κατά τη διάρκεια καταγραφής βίντεο, με τη χρήση ειδικών καμερών 360° οι οποίες έχουν τη δυνατότητα κάλυψης μεγάλης επιφάνειας εικόνων σε υψηλή ανάλυση. Αυτές οι κάμερες είναι τοποθετημένες συνήθως στο πάνω μέρος του όποιου μεταφορικού μέσου εξυπηρετεί την κάλυψη της ενδιαφερόμενης περιοχής, οι οποίες καταγράφουν ταυτόχρονα με το βίντεο και γεωγραφικά δεδομένα²⁴. Η συνεισφορά και πολυχρηστικότητα του προγράμματος είχε γίνει εξ αρχής αντιληπτή, καθώς ήδη από πολύ νωρίς είχε γίνει αναφορά πως πιθανές εφαρμογές με ποικίλο περιεχόμενο, όπως εφαρμογές οπτικοποίησης διαδικτυακής διαδρομής, πλοήγησης και τουρισμού μέσω διαδικτύου μπορούν να χρησιμοποιήσουν και να επωφεληθούν των υπηρεσιών της εφαρμογής του Street View²⁵.

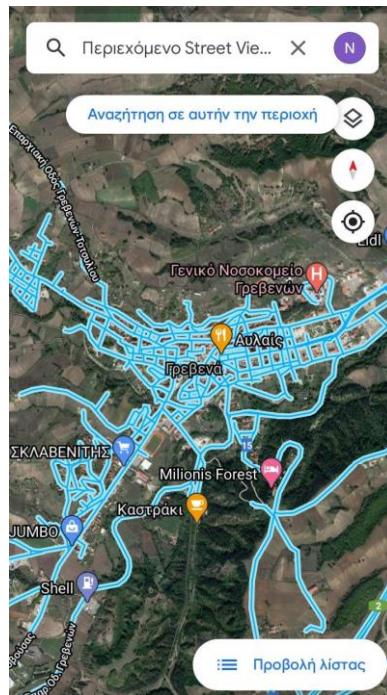
Τα διαθέσιμα σημεία προς περιήγηση είναι όσα έχουν καταγραφεί από τα διερχόμενα οχήματα, έχει ολοκληρωθεί η ψηφιοποίηση τους, με την εφαρμογή να τους χαρακτηρίζει διαθέσιμους προς ανακάλυψη αποδίδοντας τους με μία μπλε λωρίδα κατά μήκος τους.

²³ Levoy M. 2004. The Stanford CityBlock Project: multi-perspective panoramas of city blocks: <http://graphics.stanford.edu/projects/cityblock/>

²⁴ Lowensohn J. 2007. The tech behind Google's Street View: <https://www.cnet.com/news/the-tech-behind-googles-street-view/>

²⁵ Levoy M. 2004. The Stanford CityBlock Project: multi-perspective panoramas of city blocks: <http://graphics.stanford.edu/projects/cityblock/>

Εικόνα 9: Στιγμιότυπο οθόνης από την εφαρμογή Street View και την κάλυψη στις οδούς της πόλης των Γρεβενών



Πηγή: Street View

Πρόκειται πραγματικά για μία εφαρμογή η οποία προσφέρει πάρα πολλές δυνατότητες. Από τη μία η απλή πλοήγηση και εξερεύνηση και από την άλλη με τη χρήση των κατάλληλων ενεργειών σου δίνεται η δυνατότητα της προώθησης και προβολής του έργου σου.

Η περιήγηση στην εφαρμογή είναι σαν ένα ταξίδι πριν από το ταξίδι. Οι χρήστες μπορούν να έχουν μία πρώτη εικόνα και ακριβή τοποθεσία οποιουδήποτε σημείου αναζητούν, με ότι αυτό περιστοιχίζεται στην ευρύτερη περιοχή, χωρίς να χρειαστεί να μετακινηθούν από τον προσωπικό τους χώρο.

Σήμερα, το Street View είναι διαθέσιμο είτε ως εφαρμογή ελεύθερη προς χρήση μέσω συσκευών σύνδεσης στο διαδίκτυο (φυλλομετρητών περιήγησης σε ιστοτόπους), ως αυτόνομη εφαρμογή (application) στα ηλεκτρονικά καταστήματα των έξυπνων κινητών τηλεφώνων, είτε ενσωματωμένο στους χάρτες της Google στην ήδη εγκατεστημένη εφαρμογή των κινητών.

Πολλές ταξιδιωτικές και περιηγητές εφαρμογές, αναγνωρίζοντας τις δυνατότητες του συγκεκριμένου εργαλείου έχουν προχωρήσει στην ενσωμάτωση του Street View εντός των δικών τους εφαρμογών ή έχουν εντάξει το δικό τους έργο απευθείας στο Street View με στόχο να προσφέρουν στο χρήστη μία πιο ολοκληρωμένη εμπειρία και να επωφεληθούν των προσφερόμενων δυνατοτήτων της εφαρμογής κάνοντας ταυτόχρονα την περιήγηση πιο διασκεδαστική σε συνδυασμό με την εκπαίδευση.

3.2.3 ΤΟ GPS ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΣΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ

Τα κινητά αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων, έως και αναπόσπαστο εργαλείο για κάποιους. Από την κυκλοφορία του πρώτου iPhone το 2007 και την υιοθέτηση των smartphones με τεχνολογίες δεδομένων και ασύρματο δίκτυο άλλαξε μια για πάντα την ποιότητα ζωής των ανθρώπων (Dongwook και Sungbum, 2017), δίνοντάς τους πολλές επιλογές και λύσεις που χωράει στην πραγματικότητα στο χέρι τους.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η πρώτη τοποθέτηση δέκτη GPS σε κινητό τηλέφωνο έγινε το 1999. Ωστόσο η διάθεση ασύρματου δικτύου και δεδομένων διαδικτύου είναι αυτό που πήγε τη χρήση GPS σε άλλο επίπεδο. Ενώ οι συσκευές GPS ξεκίνησαν να αξιοποιούνται στην καθημερινότητα σε θέματα εντοπισμού και πλοήγησης, τα smartphones κατάφεραν να δώσουν κι άλλες προεκτάσεις στην έννοια του GPS κυρίως από την εξέλιξη που άρχισαν να γνωρίζουν τα συστήματα πλοήγησης, από το 2010 και έπειτα, βελτιώνοντας αποδόσεις και ευχρηστιά προσφέροντας στο χρήστη καλύτερη και ευκολότερη εμπειρία περιήγησης. Να σημειωθεί ότι η εμπορική χρήση του GPS, προϋποθέτει μόνο τη χρήση αυτού του δέκτη ο οποίος μόνο λαμβάνει και δεν στέλνει πληροφορίες (Φούντας και Γέμος, 2015). Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και συγκεκριμένα την πρόοδο των ηλεκτρονικών χαρτών, πλέον η πλοήγηση είναι διαθέσιμη και χωρίς τη χρήση δεδομένων, έχοντας ωστόσο το μειονέκτημα της μη παροχής πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο.

Τα σύγχρονα κινητά τηλέφωνα διαθέτουν ένα επιπλέον εργαλείο στην αναζήτηση εντοπισμού θέσης, το λεγόμενο AGPS (Assisted Global Positioning System). Είναι μια τεχνολογία που αναπτύχθηκε ειδικά για δίκτυα κινητής τηλεφωνίας και η λειτουργία αυτή είναι να υποστηρίζει τα σήματα των δορυφόρων όταν αυτά παρεμποδίζονται, συνήθως από την παρουσία ψηλών κτιρίων, δέντρων, γεφυρών και ισχυρών νεφώσεων²⁶, λαμβάνοντας σήμα από τις κεραίες κινητής τηλεφωνίας, για τον επιτυχή προσδιορισμό θέσης σε συνδυασμό με τους δορυφόρους. Το A-GPS βρίσκεται γενικά στα έξυπνα τηλέφωνα νέας τεχνολογίας για να επιτρέψει σε πολλές εφαρμογές που απαιτούν την έγκριση για λήψη τοποθεσίας για να λειτουργήσουν όπως απαιτείται και να προσφέρουν μία ολοκληρωμένη υπηρεσία.

Οι τεχνολογίες εντοπισμού προσφέρουν ένα μεγάλο πλεονέκτημα στους διαχειριστές τους, καθώς μπορούν να αξιοποιηθούν για να ερευνήσουν τις τουριστικές ροές, συμπεριφορές και προτιμήσεις των επισκεπτών (Rolando A. και Scandiffio A. 2013). Με τον έλεγχο των τουριστικών ροών επιτυγχάνεται συνάμα και ο στόχος της βιωσιμότητας της περιοχής σε κοινωνικό, πολιτισμικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, ελέγχοντας την φέρουσα ικανότητα. Οι προορισμοί μπορούν να εκμεταλλεύονται την τεχνολογία συλλογής δεδομένων και την μεγάλων βάσεων τεχνολογίας επεξεργασίας δεδομένων (Hausmann A.κ.α. 2015), που βασίζεται σε αισθητήρες για τη μέτρηση και την απόκριση, εκ των προτέρων, σε πιθανές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.

Ζώντας στην ψηφιακή εποχή με τη ροή πληροφοριών, αποτελεσμάτων και δεδομένων να είναι πιο ελεύθερη από ποτέ και με τις προσφερόμενες δυνατότητες των κινητών τηλεφώνων να υπερκαλύπτουν σε πολλές περιπτώσεις τη χρήση άλλων ενεργειών, ο

²⁶ GPS Accuracy: <https://www.gps.gov/systems/gps/performance/accuracy/>

σύγχρονος άνθρωπος έχει συνηθίσει στην εύκολη και γρήγορη πρόσβαση. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας των smartphones αναπτύσσονται παράλληλα και οι εφαρμογές (applications) που υποστηρίζονται από αυτές, θεωρώντας τις ως ένα εργαλείο που μπορεί να ενισχύσει την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε πολιτισμό και χρήστες. Στην συγκεκριμένη περίπτωση εξετάζονται εφαρμογές που υπηρετούν τις πολιτιστικές διαδρομές. Τι παραπάνω προσφέρει η χρήση μιας εφαρμογής σε σχέση με μία ελεύθερη περιήγηση στο διαδίκτυο;

- Εξοικονόμηση χρόνου και ενέργειας
- Συγκέντρωση πληροφοριών
- Απλούστευση διαδικασίας
- Προσωποποιημένη εμπειρία
- Διάθεση περισσότερων πληροφοριών
- Καταγραφή και συλλογή δεδομένων

Σε συνέχεια των παραπάνω, τα αποτελέσματα της έρευνας των Nah, Siau και Sheng (2005) σχετικά με την αξία των εφαρμογών σε κινητές συσκευές, ανέφερε πως «μπορούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα αυξάνοντας την ακρίβεια και εξοικονομώντας χρόνο για τους εργαζόμενους στον τομέα της ανάκτησης, ενημέρωσης και επικοινωνίας πληροφοριών ενώ βρίσκονται στο δρόμο».

Η χρήση εφαρμογής (app) με GPS, εκτός από την καθοδήγηση, πλοήγηση και ενημέρωση που κατά βάση προσφέρουν, θα βοηθήσει και στη συλλογή δεδομένων, στην καταγραφή διαδρομών αποδίδοντας στοιχεία όπως ποια ήταν ή είναι τα πιο επισκέψιμα μέρη ή και πόσο χρόνο αφιέρωσαν και σε ποια. Επιπλέον προσφέρουν τη δυνατότητα στους χρήστες να σημειώσουν την τοποθεσία τους σαν “tag” είτε τοποθετώντας τη στην φωτογραφία που μόλις τράβηξαν, με τη δημοσίευση στο διαδίκτυο να ακολουθεί, είτε κοινοποιώντας απλά την τοποθεσία τους. Αυτό ενδέχεται να είναι εξαιρετικά ωφέλιμο καθώς έτσι υπάρχει η δυνατότητα για ανάδειξη σημαντικών σημείων ενδιαφέροντος, και όχι μόνο, στην εκάστοτε περιοχή.

Κάποια από τα οφέλη αυτά είναι:

- Εντοπισμός αξιοθέατων και καταστημάτων όπως εστιατορίων, ξενοδοχείων, φαρμακείων ανά κατηγορία ή ανά εφημερία
- Πλοήγηση στους δρόμους σε 3D απεικόνιση μέσα στις πόλεις
- Εντοπισμός κίνησης των δρόμων
- Ενημέρωση δρομολογίων κι εναλλακτικών τρόπων μεταφοράς με άλλα μεταφορικά μέσα
- Εξερεύνηση της περιοχής
- Καταγραφή των διαδρομών σε πραγματικό χρόνο και χώρο
- Τρόπος και μέσο προσβασιμότητας στις τοποθεσίες ενδιαφέροντος (έργα υποδομής, ποδήλατο, πεζοί)
- Απόδοση εκτίμησης χρονικής διάρκειας διαδρομής
- Κίνηση στο χώρο και κοινωνικές αλληλεπιδράσεις

Η συλλογή των δεδομένων από το GPS μπορούν να αξιοποιηθούν και να τα οπτικοποιήσουν μέσω των τεχνικών χαρτογράφησης, αποδίδοντας μία εικόνα

κινητικότητας στην περιοχή, η οποία μπορεί να αξιοποιηθεί διαμορφώνοντας ανάλογα το τουριστικό προϊόν.

Η συνεχής και αλματώδης εξέλιξη των τεχνολογιών στα κινητά τηλέφωνα θεωρείται βέβαιο πως θα συνεχίσει να δημιουργεί και να διαθέτει καινοτόμες εμπειρίες χρήσης προς τους καταναλωτές τους. Παράλληλα ωστόσο, η τεχνολογία των κινητών μπορεί να θεωρηθεί ως συλλέκτης και αναλυτής δεδομένων. Οι καταναλωτές χρησιμοποιούν κινητές συσκευές και συστήματα που σχετίζονται με τους χάρτες για να αποκτήσουν επαρκείς πληροφορίες, να καθορίσουν διαδρομές στους εκάστοτε προορισμούς ή και να τις τροποποιήσουν (Dongwook K. και Sungbum Kim. 2017), ενώ ταυτόχρονα οι προορισμοί μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτά τα συστήματα για τη συλλογή δεδομένων στον περιβάλλοντα χώρο.

Οι εφαρμογές είναι χρήσιμο εργαλείο τόσο για τους χρήστες-επισκέπτες, όσο και για τους για διαχειριστές με την ανταλλαγή δεδομένων και πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο και για τη συλλογή δεδομένων όπου μπορεί να αξιοποιηθεί περαιτέρω και να αξιοποιηθεί στη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Το μεγάλο ποσοστό γεωγραφικών δεδομένων που παρέχονται από το GPS που βασίζονται σε εφαρμογές κινητών τηλεφώνων, μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο πεδίο της κληρονομιάς, εκμεταλλευόμενη την έρευνα, με σκοπό να καταλάβει την κινητικότητα των επισκεπτών και τα μέρη με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα.

Οι εφαρμογές που έχουν δημιουργηθεί με στόχο την προώθηση πολιτιστικών διαδρομών ανήκουν στις παραπάνω κατηγορίες και στη συνέχεια παρουσιάζονται κάποια ενδεικτικά παραδείγματα και τους τρόπους προσέγγισης που έχουν ακολουθήσει.

4. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ (APPS) ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ, ΚΡΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑ

Παρακάτω παρουσιάζονται τρεις εφαρμογές πολιτιστικών διαδρομών, οι οποίες έχουν ακολουθήσει διαφορετικούς τρόπους δόμησης και προβολής των χαρακτηριστικών τους, ελπίζοντας η καθεμία για την βέλτιστη προβολή τους και προσέλκυση κοινού.

Η καθεμία παρουσιάζει ενδιαφέροντα στοιχεία τα οποία άλλα βοηθούν στην δημιουργία καλύτερης εμπειρίας του χρήστη (είτε κατά τη διάρκεια της περιήγησης είτε απλά με την επεξεργασία και γνωριμία με την εφαρμογή ως προετοιμασία για το ταξίδι), ενώ άλλα προσφέρουν τη ζωντάνια, τη ψυχαγωγία, τη διασκέδαση και την επιθυμητή διαδραστικότητα με τον χρήστη. Οι αναφερόμενες εφαρμογές επιλέχθηκαν με βάση το περιβάλλον στο οποίο εξελίσσονται (αστικό), τις δραστηριότητες και τα σημεία ενδιαφέροντος (συμπίπτουν αρκετά με την μελέτη περίπτωσης), η εκτέλεσή τους στο ίδιο λειτουργικό σύστημα (android), ενώ βαρύτητα έχει δοθεί επίσης και στον τομέα των σχολίων, κριτικών και βαθμολογιών. Οι εφαρμογές επιλέχθηκαν και με κριτήριο την λειτουργικότητά και χρησιμότητά τους καθώς πολλές εφαρμογές είναι μεν διαθέσιμες στο κοινό άλλα η λειτουργικότητα και η ενημέρωσή τους δεν ακολουθεί εξελιξιμη πορεία.

Ο Davis (1989), προσπαθώντας να ερμηνεύσει την αποδοχή της τεχνολογίας της πληροφορίας από τους χρήστες ανέπτυξε το Μοντέλο Αποδοχής Τεχνολογίας

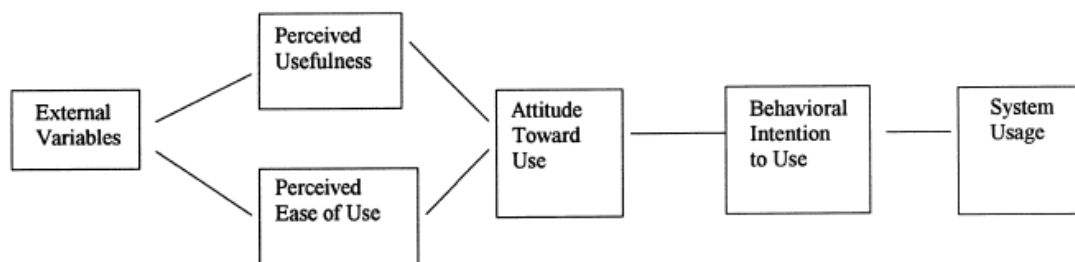
(Technology Acceptance Model-TAM), ορίζοντας αρχικά δύο βασικές μεταβλητές οι οποίες θεωρούνται θεμελιώδεις και καθοριστικές της αποδοχής των χρηστών.

1. Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα
2. Αντιλαμβανόμενη ευκολία στη χρήση

Η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα ορίζεται «ως ο βαθμός στον οποίο ένα άτομο πιστεύει πως η χρήση ενός συγκεκριμένου συστήματος θα ενισχύσει την εργασιακή του επίδοση», ενώ η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης αναφέρεται «στο βαθμό στον οποίο ένα άτομο πιστεύει ότι η χρήση ενός συγκεκριμένου συστήματος θα γίνεται χωρίς προσπάθεια» (Davis, F.D., 1989).

Από την απόδοση των δύο μεταβλητών, γίνεται φανερό πως υπάρχει έντονο το στοιχείο της υποκειμενικότητας το οποίο κρύβεται στην αντίληψη και στην εν δυνάμει φέρουσα ικανότητα προσλαμβανουσών τού εκάστοτε χρήστη. Στο ίδιο φαινόμενο αναφέρεται και ο Davis στην έρευνά του, ο οποίος παρατήρησε ότι και οι δύο μεταβλητές, άλλη περισσότερο και άλλη λιγότερο, σχετίζεται με τη συμπεριφορά χρήσης. Αυτά τα αποτελέσματα, σε συνδυασμό και με άλλες ανεξάρτητες μεταβλητές οδήγησε στη σύσταση δύο νέων συμπεριφορικών μεταβλητών, οι οποίοι οδηγούν στον τερματικό σταθμό όπου είναι η πραγματική χρήση του πληροφοριακού συστήματος ολοκληρώνοντας έτσι την ανάπτυξη του Μοντέλου Αποδοχής Τεχνολογίας.

Εικόνα 10: Το Μοντέλο αποδοχής τεχνολογίας



Πηγή: Lederer κ.α., 2000.

4.1 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

4.1.1 GENEVA TRAILS

Η Γενεύη, είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Ελβετίας (ο πληθυσμός της για το 2020 υπολογίζεται ότι κυμαίνεται γύρω στις 613.000²⁷), αποτελώντας μία από τις πιο διεθνής πόλης καθώς το 40% του πληθυσμού της εκτιμάται ότι προέρχεται εκτός συνόρων της χώρας, όπως και ότι διαθέτει τρεις επίσημες γλώσσες (γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά²⁸). Η πόλη της Γενεύης, εκτός των άλλων, μπορεί να περηφανεύεται για την μεγάλη ποικιλία και εύρος επιλογών που προσφέρει η πολιτισμική της ατζέντα, καθώς διαθέτει πολλά μουσεία, μνημεία και αξιοθέατα, γκαλερί, ιστορικά κτίρια, πάρκα κ.α.

²⁷ Δημογραφία της Γενεύης: <https://worldpopulationreview.com/world-cities/geneva-population>

²⁸ Βασικές πληροφορίες της Γενεύης: <http://www.geneva.info/facts/>

Αναγνωρίζοντας τη σημαντικότητα και την τάση των νέων τεχνολογιών, αλλά κυρίως την εξέλιξη των κινητών τηλεφώνων και την επιρροή που έχουν στη καθημερινότητα των ανθρώπων, ήδη από το 2013, η αρμόδια υπηρεσία της Γενεύης προέβη στη δημιουργία μιας εφαρμογής (application), στην προσπάθειά της να ενοποιήσει και να προωθήσει το πολιτισμικό της υλικό με την δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών στην πόλη. Το έργο των πολιτιστικών διαδρομών ξεκίνησε το 2012, με την εφαρμογή να γίνεται διαθέσιμη στα ηλεκτρονικά καταστήματα των εταιριών τον Σεπτέμβριο του 2013. Έκτοτε το κουμπί της λήψης έχει πατηθεί πάνω από 1000 φορές, χωρίς ωστόσο να έχει γίνει έως τώρα κάποια αξιολόγηση ή σχόλιο, με την τελευταία ενημέρωση της εφαρμογής να έγινε στις 20 Δεκεμβρίου του 2019.

Στην εφαρμογή παρουσιάζονται δύο ενοποιημένες πολιτιστικές διαδρομές του έργου των πολιτιστικών διαδρομών της Γενεύης. Η πρώτη είναι αφιερωμένη στα Μουσεία της πόλης (Museum to Museum), αποτυπώνοντας 4 διαδρομές μέσα από τις οποίες δίνεται στο χρήστη η δυνατότητα να αποκτήσει μία πρώτη εικόνα για τα μέρη όπου ενδεχομένως πρόκειται να επισκεφθεί, με πάρα πολλές πληροφορίες όπως φωτογραφίες, ιστορικά στοιχεία, με τα σημεία ενδιαφέροντος να είναι σημαδεμένα στο χάρτη, με την κάθε διαδρομή να είναι χαραγμένη με το δικό της χρώμα, ενημερώνοντας πάντα για τον εκτιμώμενο χρόνο διάρκειας της εκάστοτε διαδρομής.

Εικόνα 11: Στιγμιότυπο οθόνης διαδρομής από την εφαρμογή Geneva Trails



Πηγή: Geneva Trails

Η δεύτερη επιλογή που προσφέρει η εφαρμογή ακούει στην κατηγορία των θεματικών διαδρομών (Thematic Trails), η οποία περιλαμβάνει δύο υποκατηγορίες. Η μία παρουσιάζει τον Βοτανικό Κήπο της Γενεύης (Botanical Garden), ενώ η δεύτερη με την ονομασία σύγχρονη τέχνη (Contemporary Art) παρουσιάζει άλλα επιλεγμένα σημεία ενδιαφέροντος στην πόλη.

Εικόνα 12: Στιγμιότυπο οθόνης διαδρομής από την εφαρμογή Geneva Trails

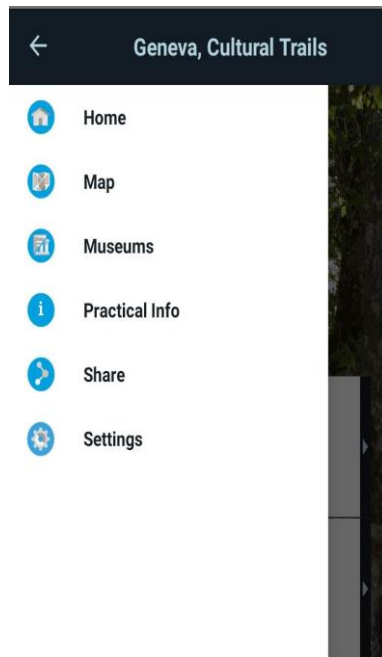


Πηγή: Geneva Trails

Δεν είναι γνωστό αν προστέθηκε αργότερα ή αν υπήρχε από τις αρχικές εκδόσεις της εφαρμογής διαθέσιμη η αφήγηση που συνοδεύει κάθε σημείο ενδιαφέροντος, αποδομένο σαν μικρή ιστορική διαδραστική αφήγηση, κατέχοντας το ρόλο του προσωπικού ψηφιακού ξεναγού, προσδίδοντας περισσότερη ζωντάνια στην εφαρμογή.

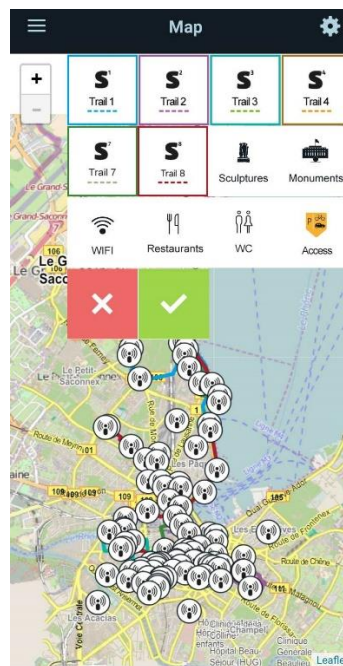
Στο μενού που προσφέρεται στην εφαρμογή είναι διαθέσιμος ο χάρτης της πόλης, δίνοντας τη δυνατότητα επιλογής των διαδρομών με καρφίτσωμένα τα σημεία επίσκεψης με παροχή πληροφορίας (στατικής εικόνας και κειμένου). Παρέχονται επίσης στον χρήστη, εάν το επιθυμεί να προβληθούν και άλλες προσφερόμενες παροχές όπως εστιατόρια, μνημεία, τουαλέτες, χώροι στάθμευσης κ.α. (οι επιπλέον αυτές παροχές υπάρχουν και ως ονομαστική λίστα στις περισσότερες επιλογές της εφαρμογής ως πρακτικές πληροφορίες). Δίνονται επίσης στοιχεία επικοινωνίας και ώρες λειτουργίας των μουσείων διευκολύνοντας έτσι των προγραμματισμό της επίσκεψης ενώ υπάρχει η δυνατότητα αυτόματης ενημέρωσης από την εφαρμογή όταν ο χρήστης βρίσκεται κοντά σε κάποιο από τα σημεία ενδιαφέροντος.

Εικόνα 13: Στιγμιότυπο οθόνης από το μενού της εφαρμογής Geneva Trails



Πηγή: Geneva Trails

Εικόνα 14: Στιγμιότυπο οθόνης του χάρτη της εφαρμογής Geneva Trails



Πηγή: Geneva Trails

Γενικότερα η εφαρμογή είναι απλά δομημένη, ευχάριστη και εύκολη στη χρήση αποδομένη στα αγγλικά²⁹. Παρέχει αρκετή πληροφορία στον χρήστη τόσο καθοδηγητική όσον αφορά την πλοήγηση στην πόλη, όσο και σημαντικές και χρήσιμες πληροφορίες για

²⁹ Η εφαρμογή αντλεί στοιχεία όπως η γλώσσα στη συσκευή του χρήστη και την μετατρέπει σε άλλη γλώσσα, καθώς η εκκίνηση της εφαρμογής πραγματοποιείται στα γαλλικά και δεν διατίθεται στις ρυθμίσεις επιλογή στην γλώσσα προτίμησης.

τα σημεία ενδιαφέροντος όπου είναι βοηθητικό να γνωρίζει για να ενισχύσει την εμπειρία της επίσκεψής του, όσο και για άλλα σημεία διευκόλυνσης πρόσβασης και ψυχαγωγίας. Όσοι είναι ακουστικοί τύποι μπορούν να επιλέξουν την ηχογραφημένη αφήγηση³⁰. Η εφαρμογή ανήκει στην κατηγορία ταξίδια και τοπικές πληροφορίες και σίγουρα σου γλιτώνει χρόνο και ενέργεια από περιττές πολιτιστικές αναζητήσεις στο διαδίκτυο.

4.1.2 e – ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ

Η Καστοριά είναι μία μικρή πόλη της Δυτικής Μακεδονίας με τον πληθυσμό της να φτάνει περίπου τους 17.000 κατοίκους (σύμφωνα με την απογραφή του 2011). Το όνομά της έχει συνδεθεί περισσότερο με την παραγωγή γούνας, με τη βιοτεχνία αυτή να αποτελεί από τους προηγούμενους ακόμα αιώνες την κύρια απασχόληση της περιοχής. Θεωρούνταν ως ένας από τους σημαντικότερους παλαιούς βυζαντινούς εμπορικούς σταθμούς, όπου είχε αναπτύξει τη δυνατότητα επικοινωνίας της με τα σημαντικότερα κέντρα της αυτοκρατορίας αλλά και με έντονη κατεχόμενη δράση κατά περιόδους³¹. Αυτό συνέβαλε στο να υπάρχει σήμερα στην πόλη πλούσιο πολιτισμικό υλικό, με τη δημιουργία της εφαρμογής e- Διαδρομές να έρχεται να αναλάβει την προώθησή τους.

Η περίπτωση της Καστοριάς ακολούθησε μία διαφορετική στρατηγική από αυτή της Γενεύης για να προωθήσει το πολιτισμικό της περιβάλλον. Δεν δημιούργησε μία εφαρμογή αποκλειστικά για τις πολιτιστικές της διαδρομές, αλλά επέλεξε μία συνδιοκατοίκηση με διαδραστικές διαδρομές διαφορετικού περιεχομένου, συνδυάζοντας τόσο το πολιτισμικό υλικό της πόλης, όσο και στοιχεία από τις περιοχές γύρω από αυτή με τις περισσότερες από αυτές να εξελίσσονται στα παράλια της λίμνης. Η εφαρμογή δημιουργήθηκε στα τέλη του 2018 με την 1^η Δεκεμβρίου να είναι η ημερομηνία κυκλοφορίας της στο ηλεκτρονικό κατάστημα. Έκτοτε έχει εγκατασταθεί σε πάνω από 100 συσκευές, δεχόμενη την τελευταία ενημέρωσή της τον Φεβρουάριο του 2020. Στο ranking του καταστήματος οι 32 αξιολογήσεις χρηστών, της αποδίδουν τον μέσο όρο των 5 αστέρων, η οποία αντιστοιχεί στην υψηλότερη βαθμολογία. Από τους συνολικά 32 αξιολογητές οι 12 προέβησαν και γραπτή αξιολόγηση με πολύ ενθαρρυντικά σχόλια και παρατηρήσεις.

Προχωρώντας στο εσωτερικό της, παραθέτονται συνολικά δέκα διαδρομές, συνοδευόμενη η καθεμία από τον ονομαστικό της τίτλο, με φόντο στατικές εικόνες αντλημένες εκ ενός από τα σημεία ενδιαφέροντος της διαδρομής, στιγματίζοντάς τες ωστόσο και από ένα μικρό εικονίδιο σύμβολο που παραπέμπει τον χρήστη στο είδος και στο περιεχόμενο της εκάστοτε διαδρομής.

³⁰ Η συγκεκριμένη επιλογή ίσως να διατίθεται και για άτομα με ειδικές ανάγκες ή/και προβλήματα όρασης.

³¹ Η πόλη της Καστοριάς:

<http://exploringbyzantium.gr/EKBMM/Page?name=monument&lang=gr&id=6&sub=643&sub2=107&template=accessible>

Εικόνα 15: Στιγμιότυπο οθόνης από την αρχική εικόνα με κάποιες διαδρομές από την εφαρμογή e-Διαδρομές Καστοριάς



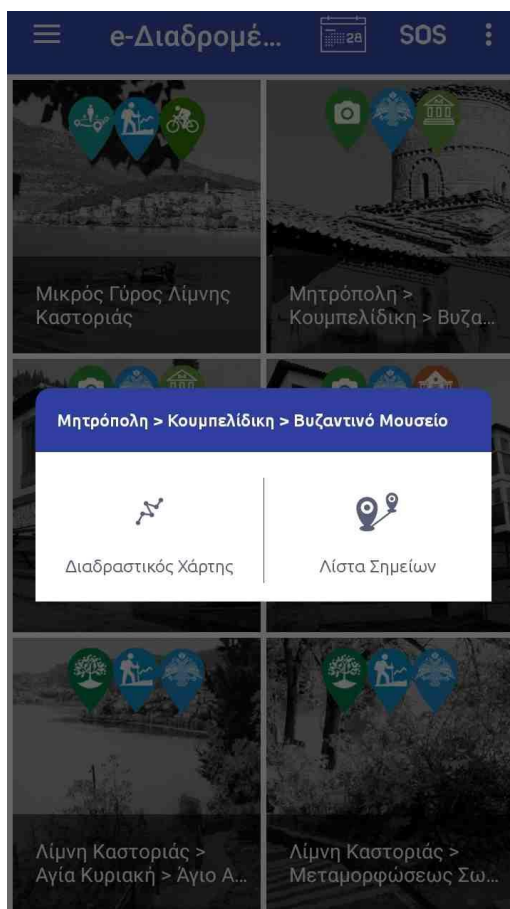
Πηγή: e-Διαδρομές Καστοριάς

Οι προτεινόμενες διαδρομές είναι ποικίλου περιεχομένου (πολιτιστικές, αναρριχητικές, περιπατητικές), με τις τρεις εξ αυτών να εξελίσσονται στην πόλη, με την παραλληλοποίηση τους να νοείται σχετικά εύκολη με την περίπτωση των Γρεβενών, τόσο λόγω εξέλιξης εντός αστικού περιβάλλοντος, όσο και από άποψη περιεχομένου, καθώς κάποια από τα μέρη επίσκεψης που περιλαμβάνουν είναι: μνημεία και αξιοθέατα, βιβλιοθήκη, μουσεία, αρχοντικά και παραδοσιακά κτίρια της Καστοριάς, με τις υπόλοιπες διαδρομές να μοιράζονται γύρω από την πόλη βοηθώντας τον επισκέπτη να γνωρίσει, την φύση και βιοποικιλότητα της περιοχής. Κατά την επιλογή της διαδρομής μπορεί ο χρήστης να επιλέξει ανάμεσα στη εμφάνιση της διαδρομής χαραγμένη στο χάρτη με καρφίτσωμένα τα σημεία ενδιαφέροντος ή στην παρουσίαση της λίστας αυτών των σημείων μεμονωμένα για μία πιο λεπτομερή γνωριμία με τα προτεινόμενα σημεία της διαδρομής. Σε αυτή την επιλογή είναι διαθέσιμες και οι γενικές πληροφορίες της διαδρομής (χιλιομετρικό διάνυσμα, βαθμός δυσκολία κ.α.). Αυτό που παρουσιάζει ενδιαφέρον είναι το κουμπί SOS με την αυτόματη δωρεάν³² κοινοποίηση τοποθεσίας σε περίπτωση κινδύνου³³.

³² Χωρίς χρήση δεδομένων internet (MB).

³³ Προϋπόθεση η ενεργοποιημένη θέση τοποθεσίας της συσκευής.

Εικόνα 16: Στιγμιότυπο οθόνης με τις διαθέσιμες επιλογές γνωριμίας της διαδρομής



Πηγή: e-Διαδρομές Καστοριάς

Η εφαρμογή είναι κατασκευασμένη με απλό τρόπο, πράγμα που την καθιστά άνετη στη χρήση, εξερευνώντας την ευχάριστα. Οι διαδρομές και τα σημεία ενδιαφέροντος συνοδεύονται από αρκετά αναλυτικές περιγραφές και φωτογραφίες, δίνοντας στον χρήστη-επισκέπτη μία γεμάτη πρώτη εικόνα τόσο οπτική όσο και ιστορικών-χαρακτηριστικών στοιχείων. Ωστόσο, αυτό που πραγματικά λύνει τα χέρια στον χρήστη, είναι πως η εφαρμογή είναι απόλυτα συνδεδεμένη με την πλοήγηση με ενσωματωμένους τους χάρτες GPS. Είτε ο χρήστης περιηγείται στον χάρτη με τη διαδρομή που έχει επιλέξει, επιλέγοντας ένα συγκεκριμένο σημείο, είτε ενημερώνεται για ένα συγκεκριμένο από τη λίστα σημείων, η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα επιλογής της αυτόματης απόδοσης διαδρομής για την άφιξη του επισκέπτη στο συγκεκριμένο σημείο, όπως πραγματοποιείται η κοινή χρήση χαρτών GPS χωρίς την υποχρέωση δακτυλογράφησης του προορισμού, παρά με την απευθείας άντληση των συντεταγμένων. Ο εμπλουτισμός των πληροφοριών για το χρήστη δε σταματάει εκεί καθώς η εφαρμογή υποστηρίζει και τους χάρτες Street View της Google, τοποθετώντας τον επισκέπτη ψηφιακά στο σημείο ενδιαφέροντος, έχοντας ωστόσο και την δυνατότητα ψηφιακής περιήγησης σε όποιο μέρος επιθυμεί. Η εφαρμογή χρησιμοποιεί την ελληνική γλώσσα³⁴ και ανήκει στην κατηγορία των χαρτών και πλοήγησης.

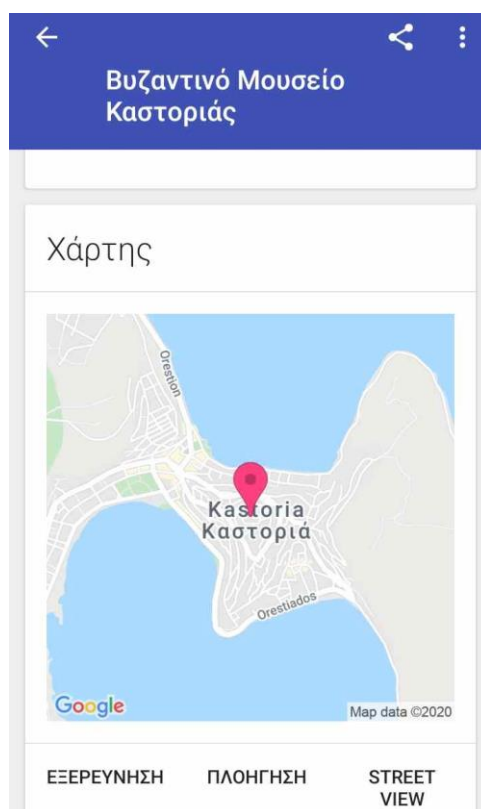
³⁴ Η εφαρμογή αντλεί ως στοιχείο την εγκατεστημένη γλώσσα στη συσκευή του χρήστη, καθώς σύμφωνα με ενημέρωση της Hellas Guides η εφαρμογή διατίθεται και σε αγγλική έκδοση.

Εικόνα 17: Στιγμιότυπο οθόνης με διαδραστικό χάρτη διαδρομής στην πόλη της Καστοριάς



Πηγή: e-Διαδρομές Καστοριάς

Εικόνα 18: Στιγμιότυπο οθόνης με τη θέση της Καστοριάς στο χάρτη και επιλογές



Πηγή: e-Διαδρομές Καστοριάς

4.1.3 GuidiGO

Η τρίτη περίπτωση εφαρμογής που εξετάζεται, δεν παρουσιάζει αποκλειστικά μία και μόνο περίπτωση πολιτιστικής διαδρομής. Η GuidiGo είναι μία εφαρμογή που φιλοξενεί πολιτιστικές διαδρομές ποικίλου περιεχομένου, γλώσσας και χώρας προέλευσης, παρέχοντας τη δυνατότητα και ελευθερία της πολλαπλής επιλογής είτε πρόκειται για ένα μέρος που επρόκειτο να επισκεφθεί ο χρήστης της εφαρμογής είτε απλώς σαν μία διαδραστική εμπλούτιση των γνώσεων. Η συγκεκριμένη εφαρμογή θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένας τεράστιος ψηφιακός κατάλογος τσέπης. Μέχρι στιγμής, η εφαρμογή διαθέτει διαδρομές σε 13 διαφορετικές γλώσσες³⁵. Πέρα από περιήγηση σε ιστορικές αφηγήσεις, γεγονότα, μνημεία, αξιοθέατα, μουσεία, πάρκα, πλατείες κ.α., μερικές διαδρομές εντάσσουν στο πρόγραμμά τους και το καθαρά ψυχαγωγικό, εμπορικό καταναλωτικό στοιχείο στην ελεύθερη αγορά των καταστημάτων.

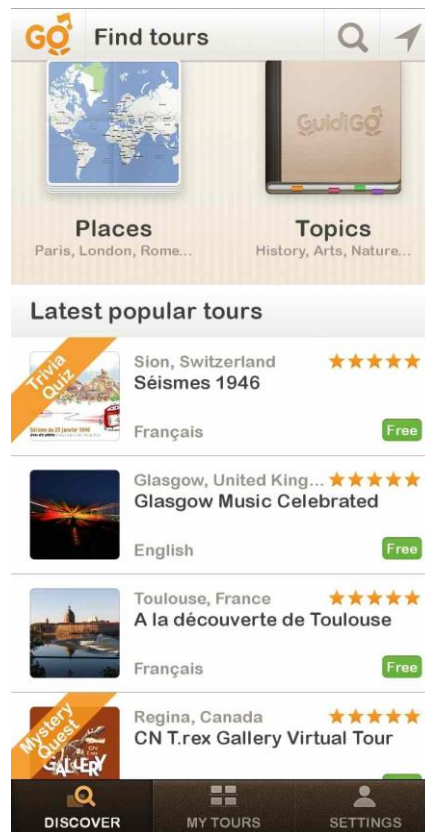
Η εφαρμογή κυκλοφόρησε στις 2 Αυγούστου του 2013, στην κατηγορία ταξίδια και τοπικές πληροφορίες, με τις λήψεις να έχουν ξεπεράσει τις 10.000, λαμβάνοντας την τελευταία ενημέρωσή της το Νοέμβριο του 2020. Στο ηλεκτρονικό κατάστημα η βαθμολογία που συγκεντρώνει σε αστέρια είναι 3,1 στη βαθμίδα του 5, η οποία απορρέει από τις 128 αξιολογήσεις χρηστών. Από αυτούς οι 12 συνέχισαν και σε γραπτές

³⁵ Κάποιες διαδρομές είναι αποδομένες σε πάνω από μία γλώσσες και άλλες μονόγλωσσες.

αξιολογήσεις οι οποίες φανερώνουν μερικές δυσλειτουργίες σε κάποιες υπηρεσίες των διαδρομών κυρίως σε περιπτώσεις αγορών εντός της εφαρμογής.

Όσον αφορά την καθαυτή χρήση της εφαρμογής, εμφανίζεται στην αγγλική γλώσσα. Στην αρχική της οθόνη προβάλλεται η αναζήτηση βάση δύο ομαδοποιημένων καταλόγων, τοποθεσίας και θεματικής, προτείνοντας παράλληλα στο χρήστη τις δέκα τελευταίες πιο δημοφιλείς διαδρομές. Υπάρχει βεβαίως η δυνατότητα ελεύθερης αναζήτησης με πληκτρολόγηση, όπως και η αναζήτηση με κριτήριο την τοποθεσία προβάλλοντας τον χάρτη της υφηλίου με καρφίτσωμένα τα μέρη, βάση των επιλογών και αναζήτησης του χρήστη. Η εφαρμογή είναι συνδεδεμένη με τον εντοπισμό της θέσης της συσκευής, με χάρτες GPS για την πλοήγηση στην επιλεγμένη διαδρομή αλλά και την χάραξη δρομολογήσας διαδρομής για την άφιξη στον συγκεκριμένο χώρο.

Εικόνα 19: Στιγμιότυπο οθόνης από την αρχική εικόνα με κάποιες διαδρομές από την εφαρμογή GuidiGO



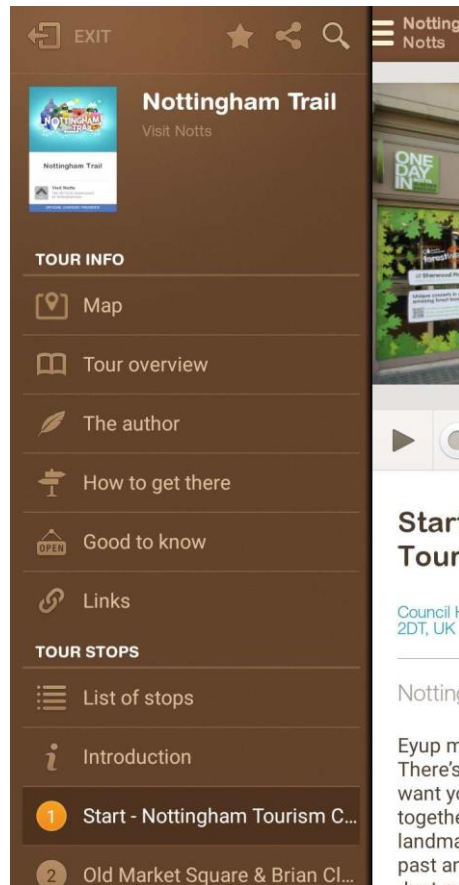
Πηγή: GuidiGO

Όλες οι διαδρομές που περιλαμβάνει η εφαρμογή ακολουθούν το ίδιο χτίσιμο και ύψος λειτουργικότητας. Για την περιήγηση στην διαδρομή τής επιλογής του χρήστη απαιτείται η λήψη του χάρτη και των δεδομένων της εντός του χώρου της εφαρμογής³⁶. Στο μενού της διαδρομής υπάρχει ο χάρτης με χαραγμένη τη διαδρομή και τα σημεία ενδιαφέροντος υποστηρίζοντας και μία μικρή ψηφιακή περιήγηση τύπου Street View. Επίσης μπορεί ο χρήστης να αποκτήσει μία γενική εικόνα για την διαδρομή διαβάζοντας μία μικρή περιγραφή για αυτή όπως και τα σημεία, τον χρόνο και την απόσταση που καλύπτει.

³⁶ Με την ολοκλήρωση της λήψης η χρήση της διαδρομής γίνεται χωρίς δεδομένα ίντερνετ με προϋπόθεση να είναι ενεργοποιημένη στη συσκευή η ανίχνευση της τοποθεσίας της.

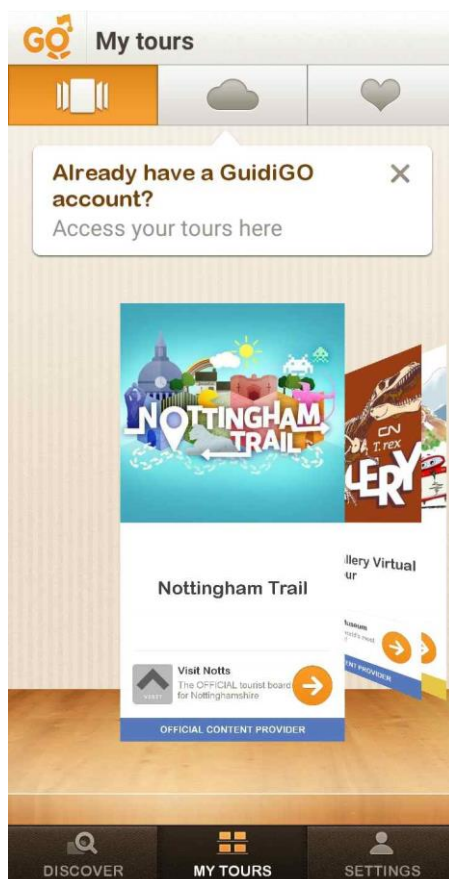
Προσφέρει επίσης λίγα λόγια για την πόλη όπως και κάποιους χρήσιμους υπερσυνδέσμους που θα βοηθήσουν τον επισκέπτη στη μετακίνησή του στην εκάστοτε περιοχή.

Εικόνα 20: Στιγμιότυπο οθόνης με το μενού της επιλεγμένης διαδρομής και τις επιλογές της από την εφαρμογή GuidiGO



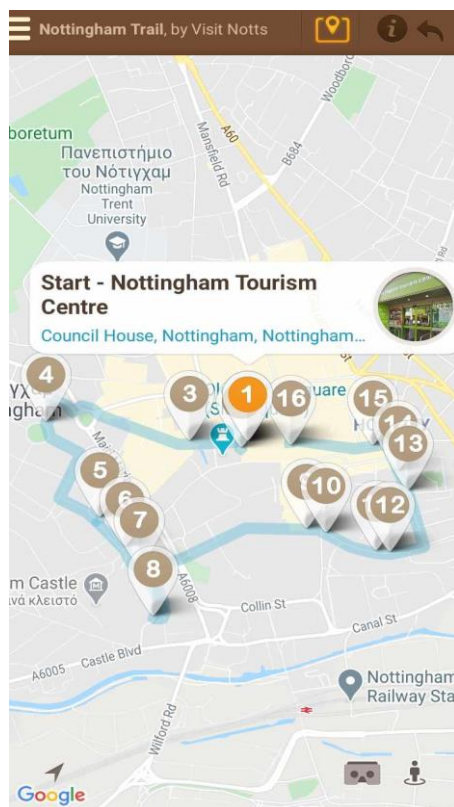
Πηγή: GuidiGO

Εικόνα 21: Στιγμιότυπο οθόνης από τις κατεβασμένες διαδρομές εντός της εφαρμογής GuidiGO



Πηγή: GuidiGO

Εικόνα 22: Στιγμιότυπο οθόνης από την με διαδραστικό χάρτη της επιλεγμένης διαδρομής



Πηγή: GuidiGO

Η GuidiGo με το σλόγκαν «every place has a story to tell», ανήκει στην κατηγορία ταξίδια και τοπικές πληροφορίες και φιλοξενεί πάρα πολλές διαδρομές ανά τον κόσμο, δίνοντας στο χρήστη την ευκαιρία να γνωρίσει το πολιτισμικό υλικό από όποιο μέρος επιλέξει μέσω μιας διαδρομής. Τα σημεία ενδιαφέροντος ξεδιπλώνονται μέσα από λεπτομερής περιγραφές, φωτογραφίες ακουστικές ξεναγήσεις όπου σε μερικές περιπτώσεις εμπεριέχονται σε βίντεο παρέχοντας περισσότερο οπτικό και γνωστικό υλικό στον επισκέπτη. Κάποιοι δημιουργοί, επιθυμούν η διαδρομή τους να έχει μία αμφίδρομη σχέση, μία σχέση αλληλεπίδρασης με τον χρήστη, εμπλουτίζοντας την έτσι με παιγνιώδη χαρακτηριστικά, είτε με τη μορφή quiz, ερωτήσεων ή και προκλήσεων σε στάσεις της διαδρομής, καθιστώντας την εμπειρία πιο διασκεδαστική, στα πλαίσια του gamification.

4.2. ΚΡΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

Ο σχεδιασμός και η λειτουργία των εφαρμογών είναι μια διαδικασία που βρίσκεται συνεχώς σε εξέλιξη (on going), απαιτεί παρακολούθηση, αναπροσαρμογές, προαφαιρέσεις και βελτιώσεις. Πολύ σημαντικός παράγοντας ο οποίος συμβάλει στην παρακολούθηση και προσαρμοστικότητα των εφαρμογών και συνάμα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος, είναι ο παράγοντας των κριτικών και σχολίων που πραγματοποιούνται από τους χρήστες.

Τα διαδικτυακά συστήματα προτάσεων με βάση τις κριτικές των καταναλωτών χρονολογούνται από τη δεκαετία του 2000, όταν το TripAdvisor ξεκίνησε την υπηρεσία διαδικτύου που βασίζεται σε υπολογιστή. Σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία η οποία αναλύει τις κριτικές των καταναλωτών σε εφαρμογές κινητών τηλεφώνων, ο σχολιασμός των χρηστών μπορεί να ταξινομηθεί σε δύο τύπους (Dongwook και Sungbum, 2017):

1. Δίνεται έμφαση στη χρήση των κριτικών των καταναλωτών ως περιεχόμενο. Η υπόθεση είναι ότι το περιεχόμενο της αξιολόγησης χρησιμοποιείται ως πληροφορία για συστήματα υποστήριξης στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.
2. Η κριτική των καταναλωτών είναι ένας τύπος κοινωνικών μέσων, αναλύοντας τη στάση και τη συμπεριφορά των καταναλωτών μέσω αυτής της οπτικής.

Η κριτική και ο σχολιασμός είναι πρόβλημα να είναι διαθέσιμος προς τους χρήστες, αν όχι να επιζητείται από τους διαχειριστές των εφαρμογών. Είτε τα σχόλια έχουν θετικό και ενθαρρυντικό περιεχόμενο, είτε δεν είναι τα αναμενόμενα, πρέπει να είναι καλοδεχούμενα. Αυτό που στην ουσία είναι το πλαίσιο των κριτικών είναι ο αντικατοπτρισμός της εφαρμογής και του περιεχομένου της, όπου στη συγκριμένη περίπτωση είναι οι πολιτιστικές διαδρομές. Ακολουθώντας και εξετάζοντας τα σχόλια, δίνεται η δυνατότητα βελτίωσης της λειτουργίας της εφαρμογής και προσαρμόζοντας το τουριστικό προϊόν στα δεδομένα που αναζητούν οι χρήστες, ο οποίος είναι και ο τελικός κριτής και πρώτο μέλημα είναι η ικανοποίησή του. Το τμήμα των σχολίων πρέπει να παρακολουθείται έντονα καθώς η κριτική των χρηστών μπορεί να γίνει και σε πραγματικό χρόνο (real time), επιθυμώντας την εξασφάλιση της ορθής λειτουργίας και ικανοποίησης των χρηστών, είτε βρίσκονται ήδη στην περιοχή είτε η διαδικασία προσέγγισης εξελίχθηκε μέσω της εφαρμογής. Κατά κάποιο τρόπο μέσω των κριτικών και σχολίων ο χρήστης μετατρέπεται σε συνεργάτη παραθέτοντας προτάσεις.

Η ανάγνωση των σχολίων προηγούμενων χρηστών από εν δυνάμει μελλοντικούς, ενέχει το ρίσκο της δημιουργίας προκαταλήψεων και προ-απόψεων, ανεξάρτητα θετικού ή αρνητικού πρόσημου, και χωρίς να σημαίνει απόλυτα ότι είναι και σωστές, μπορεί να καθοδηγήσει τον ενδιαφερόμενο μελλοντικό χρήστη στην επιλογή της ή όχι. Υπάρχουν πάντα και οι περιπτώσεις των ψευδών σχολίων και κριτικών όπως επίσης και ο παράγοντας του να φταίει το δίκτυο ή το κινητό του χρήστη σε βάρος της βαθμολογίας της εφαρμογής. Σχόλια και κριτικές μπορούν να ληφθούν και ως δείκτης προβολής και ψηφιακής επισκεψιμότητας της διαδρομής, σε συνδυασμό με τον αριθμό των λήψεων, μετρώντας την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών μάρκετινγκ και το επίπεδο ενδιαφέροντος της διαδρομής (Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness).

5. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΓΡΕΒΕΝΩΝ

Για τη μεθοδολογία της συγκεκριμένης εργασίας χρησιμοποιήθηκε συνδυασμός πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων, με τη βιβλιογραφική ανασκόπηση των εννοιών και των εργαλείων που χρησιμοποιούνται στις επιλεγμένες εφαρμογές, αλλά και σε ότι αφορά την απόδοση χαρακτηριστικών για την βαθύτερη κατανόηση των

πολιτιστικών διαδρομών και τι αυτές πρεσβεύουν με τη δημιουργία τους. Αρχικά με τον καθορισμό των εννοιών των πολιτιστικών διαδρομών, τις αρχές τις οποίες αυτές υποστηρίζουν σύμφωνα με φορείς και οργανισμούς και τα οφέλη που αυτές μπορούν να αποδώσουν στις δυναμικές περιοχές. Η “εκμετάλλευση” και αξιοποίηση των πολιτιστικών και φυσικών πόρων, στην υπηρεσία της ανάπτυξης του τουρισμού, όπως και την ευρύτερη ανάπτυξη στον κοινωνικό και οικονομικό τομέα της περιοχής, σε συνέχεια με την επιδίωξη της αιφόρου ανάπτυξης και την άνοδο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Πραγματοποιήθηκε αναζήτηση στα ηλεκτρονικά καταστήματα των κινητών συσκευών, δίνοντας βαρύτητα στα smartphones λόγω της ευρείας χρησιμότητάς τους ως πολυεργαλεία σήμερα, με την προϋπόθεση να λειτουργούν σε λειτουργικό android καθώς το ίδιο λογισμικό χρησιμοποιείται και στην κινητή συσκευή του ερευνητή για την καλύτερη αποκωδικοποίηση των εφαρμογών.

Η επιλογή ανάλογων παραδειγμάτων τόσο των πολιτιστικών διαδρομών όσο και των εφαρμογών έγιναν με προσπάθεια να στέκονται δίπλα στην προτεινόμενη διαδρομή των Γρεβενών τόσο σε συνάφεια των σημείων ενδιαφέροντος επισκεψιμότητας όσο και από άποψη αστικού περιβάλλοντος. Η επιλογή της Καστοριάς τόσο ως παράδειγμα δράσεων πολιτιστικών διαδρομών όσο και δημιουργίας εφαρμογής για αυτήν, έγινε καθώς πρόκειται για μία πόλη η οποία υπόκειται στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με παρόμοια πληθυσμιακή και χωρική έκταση. Στις άλλες περιπτώσεις παραδειγμάτων η επιλογή έγινε τόσο με κριτήρια την ενεργητικότητα των εφαρμογών όσο και βάση των σχολίων και κριτικών που τη συνοδεύουν. Βασικό κριτήριο αναζήτησης ήταν και τα εργαλεία που εμπεριέχονται στις εφαρμογές όπως η χρήση των χαρτών GPS, καθώς όπως αποδείχθηκε τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει είναι πολλά περισσότερα από το μόνο να καθοδηγεί, η τεχνολογία Street View με τις δυνατότητες που παρέχει, αλλά και άλλες διαδραστικές λειτουργίες οι οποίες θα κάνουν την εξερεύνηση των χρηστών πιο ευχάριστη και εύκολη στη χρήση.

Η πρωτογενή έρευνα περιλάμβανε ποιοτική προσέγγιση, προσωπική παρατήρηση και επίσκεψη στα σημεία ενδιαφέροντος, επεξεργασία κειμένων, οπτικοακουστικών μέσων κ.α., όπως και πραγματοποίηση συνεντεύξεων με ανθρώπους – κλειδιά. Οι συνεντεύξεις οι οποίες ταξινομούνται ως άμεσες ή έμμεσες και σε δομημένες ή μη, ανάλογα με το αν αποκαλύπτεται ο σκοπός της συνέντευξης όπως και κάτι που εξαρτάται από το αν υπάρχει προκαθορισμένος αριθμός ερωτήσεων. Στην περίπτωση συνεντεύξεων (ποιοτική έρευνα), δεν τίθενται ποσοτικοί περιορισμοί ούτε και σταθεροί κανόνες ως προς το μέγεθος της ομάδας στόχου. Άλλωστε ο Marshall (1996) αναφέρει ότι «το μέγεθος είναι υποκειμενικό και μπορεί να θεωρείται κατάλληλο όταν οι απαντήσεις προσφέρουν αξιόπιστες πληροφορίες σε σχέση με τα ερευνητικά ερωτήματα» (Ντυκέν, 2020). Η ποιοτική έρευνα δεν βασίζεται σε αντιπροσωπευτικά δείγματα, δεν αναζητεί αξιόπιστα με στατιστικούς όρους αποτελέσματα. Πρόκειται για επαγωγική προσέγγιση.

Η επιλογή ημι-δομημένων συνεντεύξεων επιλέχθηκε γιατί δεν αναζητούνται στατιστικά αξιόπιστα αποτελέσματα ενώ δεν είναι αναγκαία η ύπαρξη μετρήσιμων δεικτών και μεγάλου αντιπροσωπευτικού δείγματος, όπως συμβαίνει με την ποσοτική έρευνα (Μεταξάς και Ντυκέν, 2020). Επιπλέον μέσω της ποσοτικής μεθόδου διευκολύνεται η άντληση αντιλήψεων, στάσεων, επιρροών και εμπειριών των ερωτηθέντων. Αδιαφορία

και covid-19 επέτρεψαν να πραγματοποιηθούν δύο συνεντεύξεις. Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε μία σειρά ερωτήσεων, έχοντας ωστόσο οι συμμετέχοντες την ελευθερία να αναπτύξουν τις απαντήσεις τους και να επεκταθούν επί του θέματος κατά βούληση. Και οι δύο συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν μέσω τηλεφωνικής συνομιλίας μετά από την πρώτη επαφή και τον καθορισμό του ραντεβού. Στις εν λόγω συνεντεύξεις συμμετείχαν αρμόδιοι φορείς πολιτιστικών διαδρομών και δημιουργοί εφαρμογών, ενώ κατά τη διάρκεια τους κρατήθηκαν γραπτές σημειώσεις. Η επικοινωνία με τον Δήμο κατέστη αδύνατη όπως και η προσπάθεια με τα info τμήματα των δύο ξένων εφαρμογών ήταν όπως αναμενόταν ανεπιτυχής. Η συγκεκριμένη εργασία δεν στηρίχτηκε στις συνεντεύξεις παρά πραγματοποιήθηκαν για την ενίσχυση των στοιχείων και πληροφοριών της.

Η πρώτη συνέντευξη πραγματοποιήθηκε με την Εφορεία Αρχαιοτήτων Γρεβενών. Η ΕΦΑΓ ως αρμόδιος φορέας διαχείρισης των προτεινόμενων πολιτιστικών διαδρομών στην περιοχή των Γρεβενών, κλήθηκε να απαντήσει σε ερωτήσεις οι οποίες είχαν να κάνουν με τον διαχειριστικό φορέα των πολιτιστικών διαδρομών, τις μετέπειτα εφαρμογές που επιθυμούν να δημιουργηθούν για αυτές και τους διαχειριστές αυτών, τον τομέα των οικονομικών και την κλίμακα χρηματοδότησης τόσο σε κεφάλαιο όσο και σε βάθος χρόνου, όσο και σε τι στάδιο βρίσκονται οι κατατιθέμενες προτάσεις διαδρομών και άλλων πολιτιστικών δράσεων στην πόλη αλλά και στα περίξ αυτής.

Η δεύτερη συνέντευξη πραγματοποιήθηκε με την Hellas Guides, η οποία ως δημιουργός εφαρμογής κλήθηκε να απαντήσει σε ερωτήσεις οι οποίες είχαν να κάνουν με τον τρόπο σχεδίασης της εφαρμογής, την χρηματοδότηση και τα κόστη της εφαρμογής, τον φορέα διαχείρισής της, ο τρόπος προβολής της, όσο και για τις λήψεις και την επισκεψιμότητα στην περιοχή.

Η περίπτωση των Γρεβενών επιλέχθηκε αφενός διότι αποτελεί την ιδιαίτερη πατρίδα του συγγραφέως και αφετέρου διότι αποτελεί περιοχή η οποία αντιμετωπίζει σημαντικά ζητήματα όπως αρκετές ορεινές περιοχές, οι οποίες ήταν σε δεύτερη μοίρα στα αναπτυξιακά προγράμματα της χώρας, όπως και ότι ως κομμάτι της Περιφέρειας της Δυτικής Μακεδονίας η οποία κατέχει τα πρωτεία στα ποσοστά της ανεργίας, όπως και άλλα χαρακτηριστικά που επηρέασαν και συνεχίζουν να επηρεάζουν την περίπτωση μελέτης, τα οποία θα αναλυθούν στη συνέχεια. Η ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης και η αποτύπωση του ιστορικού της τουριστικής ανάπτυξης των Γρεβενών όπως αυτή αποτυπώνεται από τα αποτελέσματα της ΕΛΣΤΑΤ, στο σχέδιο ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας και στο σχέδιο στρατηγικού σχεδιασμού επιχειρησιακού προγράμματος του Δήμου Γρεβενών, κρίθηκε απαραίτητη για να γίνει περισσότερο αντιληπτή η ανάγκη τέτοιων δράσεων και προτάσεων, τα οποία πραγματεύεται η συγκεκριμένη εργασία.

Η προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή και η δημιουργία εφαρμογής σε κινητές συσκευές σε πιλοτικό στάδιο με τη χρήση εσωτερικών και εξωτερικών υπερσυνδέσμων στο πρόγραμμα power point, είναι ως επιπρόσθετη πρόταση στην ΕΦΑΓ και την περιφερειακή ενότητα των Γρεβενών, οι οποίοι τα τελευταία χρόνια καταθέτουν προτάσεις προς διαβούλευση και ένταξη σε ευρωπαϊκά προγράμματα για την δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών στα περίχωρα της πόλης αλλά και πολιτιστικές ενέργειες εντός της πόλης.

Η συνέντευξη με τον δημιουργό της εφαρμογής e-Διαδρομές Καστοριάς, «Hellas Guides», πραγματοποιήθηκε στις 12/05/21, μέσω τηλεφώνου. Ο διάυλος επικοινωνίας δεν δημιουργήθηκε δύσκολα καθώς μετά την πρώτη επαφή, αμέσως και με μεγάλη προθυμία προγραμματίστηκε το ραντεβού της συνέντευξης την επομένη. Πίσω από την ενέργεια της Hellas Guides, κρύβεται μία εξολοκλήρου ιδιωτική πρωτοβουλία ενός Καστοριανού, ο οποίος θέλησε να προωθήσει το πολιτιστικό υλικό της πόλης του με τις προτάσεις διαδρομών και τη δημιουργία της εφαρμογής. Το ενδιαφέρον του και η αγάπη του για την πόλη, τον οδήγησε στο να δημοσιεύσει την εφαρμογή το 2018, ενώ την παρακολουθεί και προσφέρει διαθέσιμες ενημερώσεις και βελτιστοποιήσεις μέχρι και σήμερα. Δεν υπήρχε κάποια ανταπόκριση από τον Δήμο ή από κάποιον άλλο ιδιώτη για την χρηματοδότηση της ή διάθεση βοήθειας στην εξελικτική διαδικασία, ενώ και το στήσιμο οι λειτουργίες και η δομή της εφαρμογής αποτελούν όλα πρωτοβουλίες του δημιουργού. Ενώ τέλος παρατηρήθηκε, όπως αναφέρει η ίδια η εταιρία, μείωση των λήψεων της εφαρμογής κατά την πανδημία, προφανώς λόγω απαγόρευσης των μετακινήσεων.

Η συνέντευξη με την ΕΦΑΓ πραγματοποιήθηκε στις 26/05/2021. Η αρχική επαφή έγινε με αρχαιολόγο της υπηρεσίας, ενώ αργότερα προωθήθηκε e-mail στο mail της υπηρεσίας χωρίς ωστόσο να ληφθεί κάποια απάντηση. Ύστερα από επαναλαμβανόμενες επικοινωνιακές επαφές με την αρχαιολόγο της υπηρεσίας πραγματοποιήθηκε τελικά τηλεφωνική επικοινωνία με την υπηρεσία, η οποία με ευχαρίστηση απάντησε στις ερωτήσεις που της τέθηκαν, ενώ δεν έλειψαν στιγμές συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων για την περίπτωση των Γρεβενών και το πολιτιστικό τους περιβάλλον. Υπήρξε συμφωνία στην αναγνώριση της χρησιμότητας των νέων τεχνολογιών στις κινητές συσκευές, με τις εφαρμογές να αποτελούν ένα σημαντικό βήμα. Ως υπηρεσία η ΕΦΑΓ θεωρείτε καινούργια στην περιφέρεια καθώς κατάφερε να αποσπαστεί από αυτή της Κοζάνης το 2014, και προσπαθεί να οργανώσει τις δραστηριότητές της, αποδίδοντας έντονο ζήλο. Η ΕΦΑΓ είναι ο κύριος εκφραστής των προγραμμάτων των πολιτιστικών διαδρομών της περιφέρειας, με την κατάθεση προτάσεων για σύσταση νέων, αλλά και την διαχείριση ήδη νέο-συσταμένων διαδρομών, να εμπεριέχονται σε ευρωπαϊκά προγράμματα. Ο διαχειριστικός φορέας τόσο των διαδρομών όσο και των προβλεπόμενων εφαρμογών που θα δημιουργηθούν για αυτές (χωρίς να έχουν δρομολογηθεί ακόμα), προβλέπεται να είναι η ίδια η υπηρεσία, η οποία αναγνωρίζει σε μεγάλο βαθμό τη σημαντικότητά τους.

5.1 Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ Η ΠΟΛΗ

Η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών ανήκει στην Περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας βρισκόμενη στο βορειοδυτικό κομμάτι της χώρας. Με πρωτεύουσα την ομώνυμη πόλη, οι περισσότερες περιοχές της χαρακτηρίζονται ορεινές και ημιορεινές, διαθέτοντας από τα μεγαλύτερα ποσοστά κάλυψης δασών (63,7%) στην Ελλάδα, με πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Πρόκειται για ένα από τους νεότερους νομούς της Ελλάδας καθώς μέχρι και το 1964, όπου απέκτησε την αυτοκυριαρχία του ως νομός μετά από παρότρυνση του Κ. Ταλιαδούρη, όπου μέχρι τότε ήταν απλά μία επαρχιακή κοινότητα που μετακινούνταν διοικητικά από Περιφέρεια σε Περιφέρεια (Λάρισα, Κοζάνης).

Εικόνα 23: Η Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών στον χάρτη της Ελλάδος



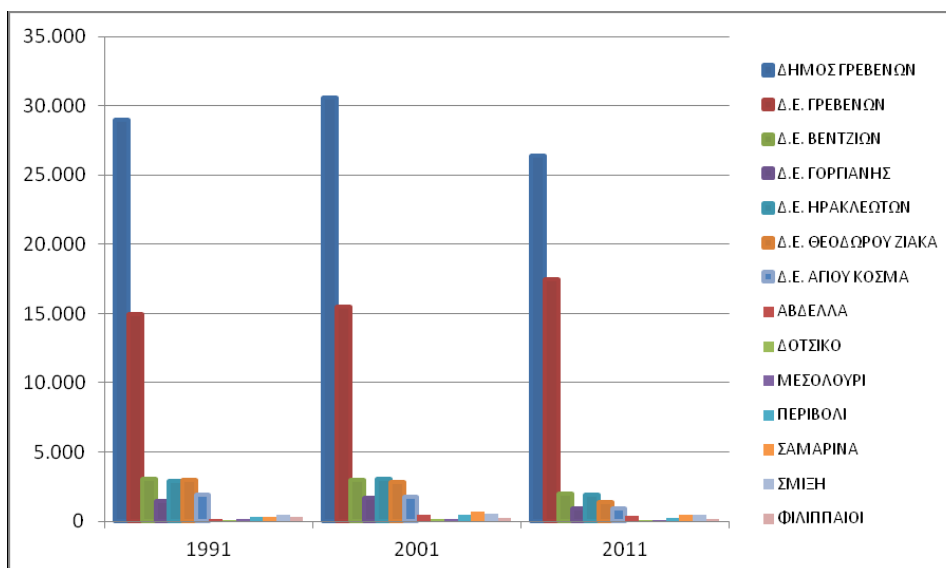
Πηγή: https://www.dromologiaktel.gr/loc_dk/yperastika-ktel/6/yperastika-ktel-grebenwn.htm

Ιστορικά, παρουσιάζει ένα ενδιαφέρον σε βάθος χρόνου, τοποθετημένο από την παλαιολιθική εποχή, όπως επίσης και με κάποιες μαρτυρίες ανθρώπινης παρουσίας και κατά τη νεοκλασική περίοδο (μιλώντας πάντα βάσει των ανασκαφικών ανακαλύψεων³⁷). Τα Γρεβενά κατέχουν την περιοχή της αρχαίας "Ελίμιας" που τοποθετείται στη νοτιοδυτική Μακεδονία (Ελίμια, Τυμφαία ή Περαναία). Πρώτη δημόσια παρουσία στα βιβλία της ιστορίας κατέχει από τον 10^ο – 11^ο αιώνα όπου αναφέρονται για πρώτη φορά με το όνομα "Γρίβανα", με υπάρχουσες θεωρίες ωστόσο να υποστηρίζουν πως με τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά που δίνονται, η τοποθεσία δεν συμπίπτει με το μέρος που βρίσκεται η πόλη σήμερα (Σαράντης Θ., 1960). Στη νεότερη ιστορία, από τα χρόνια της Τουρκοκρατίας και έπειτα τα Γρεβενά αναφέρονται ως ένα από τα σημαντικότερα κέντρα αντίστασης. Κατά τον 18ο αιώνα ο Νομός μετείχε του μεταναστευτικού ρεύματος προς τις παρευξείνιες περιοχές (βλ. έμποροι), καθώς και της ανάπτυξης της αρχιτεκτονικής της Πίνδου (βλ. Μαστοροχώρια Γρεβενών - μάστορες πέτρας), η οποία άφησε στο Νομό πολλά τυπικά δείγματα (γεφύρια, εκκλησίες, νερόμυλους, κ.λπ.). Τα Γρεβενά ταυτίζονται επίσης με τις αρχαίες «Αυλαίς» (βλ. χειρόγραφο της Μονής Σπηλαίου - 1781), οι οποίες αναφέρονται στους Μακεδονικούς χρόνους (Επιχειρησιακό Σχέδιο Δήμου Γρεβενών 2020-2024).

Ως Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών, δομημένη πλέον σε δύο Δήμους (Γρεβενών, Δεσκάτης) ο πληθυσμός της ανέρχεται περίπου στους 30.000 κατοίκους, ενώ στην πόλη κατοικούν κάτι παραπάνω από 13.000 (σύμφωνα με την απογραφή του 2011). Παρατηρώντας την πληθυσμιακή εξέλιξη του πραγματικού πληθυσμού στο Δήμο Γρεβενών στο διάστημα χρόνου της εικοσαετίας 1991-2011, παρατηρείται σημαντική μείωση, η οποία ανέρχεται στο ποσοστό του 9%.

³⁷ Φωτόπουλος Ν. 2015. Η οχυρωμένη ακρόπολη στο Καστρί Γρεβενών: https://www.efsyn.gr/tehnas/art-nea/49395_i-ohyromeni-akropoli-sto-kastri-grebenon

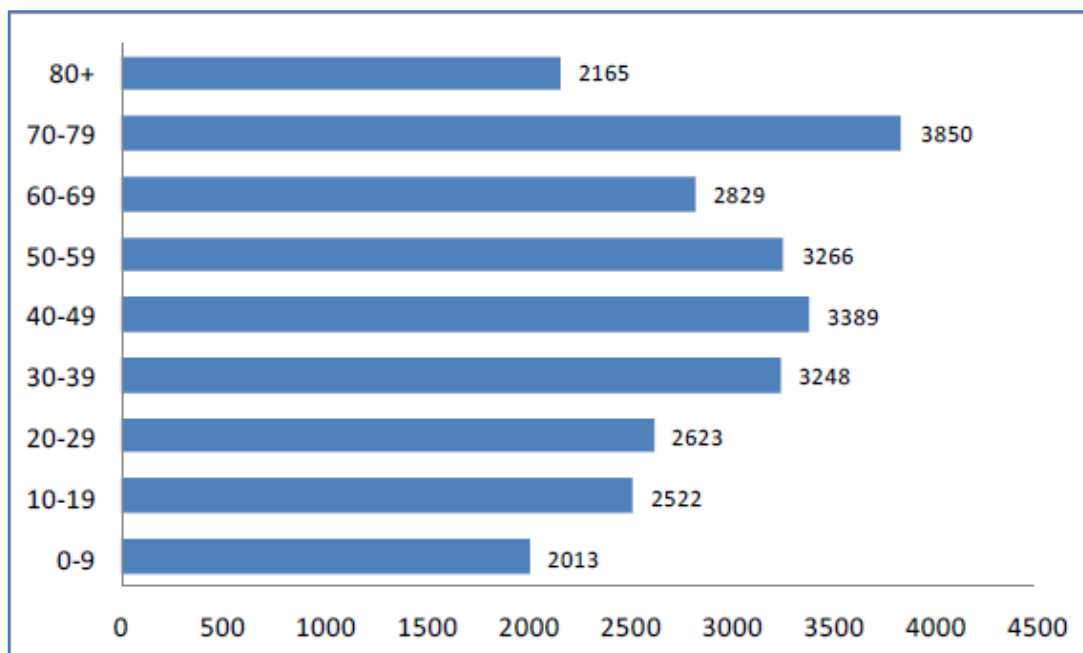
Εικόνα 24: Πληθυσμιακή μείωση στην Περιφερειακή Ενότητα Γρεβενών



Πηγή: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΗΜΟΥ ΓΡΕΒΕΝΩΝ 2020-2024 Φάση Α΄:
Στρατηγικός Σχεδιασμός

Η πόλη των Γρεβενών αποτελεί τη μοναδική αστική περιοχή και αποτελεί το οικονομικό, παραγωγικό και πολιτιστικό κέντρο τόσο του Δήμου, όσο και της Περιφέρειας Γρεβενών. Χαρακτηρίζεται από συσσώρευση διοικητικών υπηρεσιών και πληθυσμιακή υπερσυγκέντρωση, καθώς φιλοξενεί πάνω από το μισό πληθυσμό του Δήμου (41,36%). Ταυτόχρονα αναλύοντας τα ηλικιακά επίπεδα, ο νεανικός πληθυσμός κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα ενώ αντίστοιχα η κλίμακα γήρανσης σημειώνεται αυξημένη.

Εικόνα 25: Ηλικιακή κατηγοριοποίηση στα Γρεβενά



Πηγή: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΗΜΟΥ ΓΡΕΒΕΝΩΝ 2020-2024 Φάση Α΄:
Στρατηγικός Σχεδιασμός

Το χαρακτηριστικό της υπερσυγκέντρωσης ταυτίζεται με την απασχόληση του πληθυσμού στον τριτογενή τομέα και στην παροχή υπηρεσιών σε ποσοστό 59% με τον πρωτογενή και δευτερογενή με 21% και 20% αντίστοιχα να ακολουθούν από μακριά (Επιχειρησιακό Σχέδιο Δήμου Γρεβενών 2020-2024).

Η επέκταση της πόλης χαρακτηρίζεται άναρχη, ενώ σύμφωνα με την επίσημη ιεράρχηση του ΥΕΠΧΩΔΕ (1984) ο οικισμός των Γρεβενών τοποθετείται ως οικισμός 2ου επιπέδου, παρουσιάζοντας οικιστική ανομοιομορφη κατανομή, σχηματίζοντας πληθυσμιακές συσπειρώσεις σε ορισμένες περιοχές, ενώ σε άλλες να επικρατούν αραιές τιμές οικιστικών πυκνοτήτων.

Σύμφωνα πάλι με το Επιχειρησιακό Σχέδιο του Δήμου Γρεβενών, η ανάπτυξη του τριτογενή τομέα στο Δήμο Γρεβενών συνδέεται απολύτως με την ήπια τουριστική ανάπτυξη, στα πλαίσια εναλλακτικών προτύπων σύμφωνα με τις παραδόσεις και το χαρακτήρα της περιοχής. Με τις υπόλοιπες συμπληρωματικές υπηρεσίες ως προς το τουριστικό προϊόν να χαρακτηρίζονται σε καλό επίπεδο, οι υποδομές αυτές δίνουν προστιθέμενη αξία στο τουριστικό προϊόν της περιοχής και όπως διαπιστώνεται κυρίως στα καταστήματα του λιανικού εμπορίου, είναι προσανατολισμένες έτσι ώστε να συμπληρώνουν τις λοιπές δραστηριότητες και να καλύπτουν τις ανάγκες που μπορεί να γεννηθούν από το τουριστικό προϊόν της περιοχής και γενικότερα του Περιφέρειας (υπηρεσίες εναλλακτικού τουρισμού).

5.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΓΡΕΒΕΝΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΙΚΟΝΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Η οικονομία των Γρεβενών, ανέκαθεν λειτουργούσε στην ανάπτυξη της απομόνωσης (όπως και ολόκληρης της ΠΔΜ³⁸). Λόγω της δυσκολίας στην πρόσβαση εξ αιτίας των ορεινών και ημιορεινών περιοχών που δυσχέραιναν την ανάπτυξη του οδικού δικτύου, επενδύσεις τοπικής κλίμακας επέτρεψαν την ανάπτυξη επιχειρήσεων μικρομεσαίου μεγέθους να εξελιχθούν, τουλάχιστον μέχρι πρόσφατα με την ολοκλήρωση του εθνικού οδικού δικτύου της Εγνατία οδού να έχει συμβάλει στην άρση της απομόνωσης της περιοχής και στην εξωστρέφεια της τοπικής οικονομίας. Ο πρωτογενής τομέας ήταν κατά το παρελθόν η κύρια πηγή παραγωγής και δραστηριότητας της περιοχής, με τα Γρεβενά ωστόσο να μην αντιστέκονται στην τριτογενοποίηση που εξαπλώνεται στη χώρα, με τον τομέα της παροχής υπηρεσιών να κατέχει πλέον το μεγαλύτερο ποσοστό.

Κάθε σημαντικό φαινόμενο που παρουσιάζεται κατά καιρούς στην Ελλάδα, όπως η οικονομική κρίση και το προσφυγικό ζήτημα, έχουν έντονη παρουσία και διαρκή παραμονή στην περιφέρεια, επηρεάζοντας μεταξύ άλλων σημαντικά και την εξέλιξη του τουρισμού στην περιοχή, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας κατέχει το υψηλότερο ποσοστό ανεργίας³⁹, όπως και το ότι οι ορεινές περιοχές να τοποθετούνταν σε δεύτερη μοίρα στα αναπτυξιακά προγράμματα της χώρας.

³⁸ Σχέδιο Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας Τεύχος 1: Υφιστάμενη Κατάσταση.

³⁹ ΕΛΣΤΑΤ: Στο 16,2% η ανεργία στην Ελλάδα το γ' τρίμηνο του 2020 – Στους 756,4 χιλ. οι άνεργοι:
<https://www.bankingnews.gr/index.php?id=536777>

Σύμφωνα με το Σχέδιο Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, 1^ο και 2^ο Παραδοτέο και βάση στατιστικών στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ, η ΠΕ Γρεβενών έχει υποστεί μεγάλη μείωση στον τουρισμό της, όχι μόνο σε διανυκτερεύσεις και ημερήσιες επισκέψεις τουριστών, αλλά και ο αριθμός των διαθέσιμων καταλυμάτων έχει μεταβληθεί σε σημαντικό βαθμό. Ταυτόχρονα, παρατηρείται και μείωση των μόνιμων κατοίκων, προς αναζήτηση σε άλλες περιοχές οι οποίες προσφέρουν αρχικά καλύτερες ευκαιρίες εργασίας, ενώ παρουσιάζεται παράλληλα και μία αύξηση του ηλικιακού μέσου όρου του μόνιμου πληθυσμού.

Τα περισσότερα καταλύματα αφορούν ξενώνες και μικρά ξενοδοχεία (ενοικιαζόμενα δωμάτια), με το 97% των τουριστικών καταλυμάτων να αποτελούν οικογενειακές επιχειρήσεις στις οποίες εργάζονται τα μέλη της οικογένειας και να απασχολούν ελάχιστο προσωπικό κυρίως εποχικό (κυρίως το χειμώνα, αλλά και ανάλογα με τις επίκαιρες ανάγκες όπως σαββατοκύριακα, περιόδους πανηγυριών και άλλων εκδηλώσεων). Τα τουριστικά καταλύματα είναι συγκεντρωμένα κυρίως στον ορεινό όγκο της Περιφέρειας, λόγω της γειτνίασης με το Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας. χωρίς να υπάρχει «οργανωμένη τουριστική περιοχή».(Επιχειρησιακό Σχέδιο του Δήμου Γρεβενών 2020-2024).

Εν συνεχεία παρουσιάζονται κάποια στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον τουρισμό στα Γρεβενά, αποτυπώνοντας τις αφίξεις, διανυκτερεύσεις και τον αριθμό των κλινών, με σκοπό την λήψη μιας πρώτης εικόνας για την κινητικότητα στην περιφέρεια. Τα στοιχεία που ταξινομούνται αφορούν την περίοδο 2005-2015. Οι διανυκτερεύσεις και αφίξεις περιλαμβάνουν ημεδαπούς και αλλοδαπούς τουρίστες.

Πίνακας 5: Αφίξεις τουριστών στα Γρεβενά στο διάστημα 2005-2015

Αφίξεις ανά έτος										
2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
3.708	1.153	975	1.577	11.813	22.737	30.747	27.771	21.630	19.622	19.899

Πηγή: Σχέδιο ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης περιφέρειας δυτικής Μακεδονίας τεύχος 1: υφιστάμενη κατάσταση. Ιδία επεξεργασία

Παρατηρείται πως με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης το 2010, οι αφίξεις στην περιφέρεια ήταν σχεδόν οι μισές κατά το επόμενο έτος, με τις χρονιές που ακολούθησαν να είναι ακόμα πιο φτωχές σε τουριστική εισροή.

Κάτι αντίστοιχο παρατηρείται και με τις διανυκτερεύσεις που πραγματοποιήθηκαν στην περιφέρεια κατά τη ίδια δεκαετία.

Πίνακας 6: Διανυκτερεύσεις τουριστών ανά έτος

Διανυκτερεύσεις ανά έτος										
2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
7.353	2.233	2.154	3.437	22.237	42.714	55.431	58.477	42.264	40.243	39.368

Πηγή: Σχέδιο ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης περιφέρειας δυτικής Μακεδονίας τεύχος 1: Υφιστάμενη Κατάσταση. Ιδία επεξεργασία

Αναφέρεται πως ο τουρισμός των Γρεβενών στηριζόταν κυρίως σε ημεδαπούς τουρίστες. Πιθανόν να πρόκειται και για έναν από τους κύριους λόγους όπου με την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης, επισκέψεις και διανυκτερεύσεις πραγματοποίησαν ελεύθερη πτώση,

ενώ σημαντική παράμετρος που πιθανόν χρειάζεται να υπολογιστεί για την σημαντική μείωση των διανυκτερεύσεων να είναι και ο τομέας E90 της Εγνατίας Οδού.

Σύμφωνα με μία άλλη πηγή, αποδίδεται μία εικόνα για τις διανυκτερεύσεις των ετών 2016 και 2017 οι οποίες φτάνουν τις 4.403 και 21.573 αντίστοιχα. Ωστόσο οι δύο παραπάνω αριθμοί δεν αντιστοιχούν στην πραγματικότητα αποδίδοντας μία άλλη εικόνα από αυτή που πιθανόν δημιουργείται με το αντίκρισμα αυτών των αριθμών, καθώς δεν πρόκειται για τουρίστες παρά για πρόσφυγες, όπου σύμφωνα με την άρθρο κακώς προσμετράτε θετικά στον τουριστικό δείκτη⁴⁰.

Το προσφυγικό ζήτημα παρουσιάστηκε έντονα στα Γρεβενά το 2016 και παρέμεινε ενεργό μέχρι και τους πρώτους μήνες του 2021. Η ΠΕ Γρεβενών άρχισε να δέχεται τις πρώτες ομάδες προσφύγων τον Αύγουστο του ίδιου έτους, με κλιμακούμενη ένταση, στα βλαχοχώρια και στις ορεινές περιοχές της περιφέρειας, και πιο συγκεκριμένα σε τουλάχιστον 6 ξενοδοχειακές ορεινές μονάδες στα χωριά Σαμαρίνα, Σμίξη, Λάβδα, Πολυνέρι και Αλατόπετρα. Οι ξενοδοχειακές μονάδες στις παραπάνω περιοχές υπέγραψαν συμβάσεις αφού ο ΟΗΕ εξέτασε ότι πληρούνται οι απαραίτητες προϋποθέσεις για τη φιλοξενία⁴¹.

Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί πως όλα τα παραπάνω χωριά και δομές βρίσκονται κοντά ή εντός της διαδρομής προς το χιονοδρομικό κέντρο Βασιλίτσας και τον Εθνικό Δρυμό της Πίνδου. Γενικότερα παρατηρείτε μία συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων και καταλυμάτων γύρω από τους δύο παραπάνω πυρήνες, όπου εύκολα μπορούν να προστεθούν σε αυτούς και τα Βλαχοχώρια της περιφέρειας.

Σύμφωνα με το Πανελλήνιο Σωματείο Καταστημάτων, Καταναλωτών, Εστίασης και Διασκέδασης (ΠΑΣΚΕΔΙ) μέσα σε μία δεκαετία ο αριθμός των κλινών αυξήθηκε στην ευρύτερη περιοχή της Βασιλίτσας κατά 942⁴². Πιο σαφή εικόνα για τα Γρεβενά αποτυπώνει το Σχέδιο Ανάπτυξης της ΠΔΜ, όπου κάνει λόγο για μια αύξηση 512 κλινών κατά τη δεκαετία 2005-2015.

⁴⁰ Παπαδημητρίου Ι., Πώς συμβαδίζει η φιλοξενία προσφύγων στα Γρεβενά με την αύξηση του τουρισμού στη Δ.Μακεδονία; <http://www.prlogos.gr/%CE%B7-%CF%86%CE%B9%CE%BB%CE%BF%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%AF%CE%B1-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%83%CF%86%CF%8D%CE%B3%CF%89%CE%BD/>

⁴¹ Κακαράς Β., Πρόσφυγες στα Βλαχοχώρια! <https://www.eleftheria.gr/%ce%b5%ce%bb%ce%bb%ce%ac%ce%b4%ce%b1.html/item/126320-%cf%80%cf%81%cf%8c%cf%83%cf%86%cf%85%ce%b3%ce%b5%cf%82-%cf%83%cf%84%ce%b1-%ce%b2%ce%bb%ce%b1%cf%87%ce%bf%cf%87%cf%8e%cf%81%ce%b9%ce%b1.html>

⁴² Η συγκεκριμένη μέτρηση περιλαμβάνει ευρύτερα την ηπειρωτική και ορεινή περιοχή γύρω από το χιονοδρομικό κέντρο Βασιλίτσας και αφορά το εύρος χρόνου 1997-2008.

Καραμπουρνιώτης Α., Οι πρόσφυγες... είναι οι μόνοι τουρίστες στην ορεινή ηπειρωτική Ελλάδα! – Σε «λουκέτο» όλο και περισσότερα ξενοδοχεία! https://www.paskedi.gr/oi_prosfyges_einai_oi_monoi_toyristes_sthn_oreinh_hpeirotikh_ellada_se_loyketo_olo_kai_perissotera_ksenodoxeia/

Πίνακας 7: Αριθμός κλινών

Αριθμός Κλινών	
2015	2005
1.090	578

Πηγή: Σχέδιο ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης περιφέρειας δυτικής Μακεδονίας τεύχος 1: Υφιστάμενη Κατάσταση. Ιδία επεξεργασία

Τα Γρεβενά δεν προσφέρουν το λεγόμενο κλασικό πακέτο τουρισμού. Με βάση όσα έχουν υποθεί αλλά και θα υποθούν στη συνέχεια, γίνεται φανερό πως πρόκειται για έναν καθαρό πάροχο εναλλακτικού τουρισμού. Αυτόματα συνεπάγεται πως πρέπει να στοχεύσει, να προσελκύσει και να διαφημιστεί στο κατάλληλο κοινό το οποίο αναζητά την αντίστοιχα προσφερόμενη υπηρεσία.

Θα μπορούσε να υποθεί πως τα Γρεβενά συνοδεύουν τρία ακούσματα, τα οποία έχουν ξεπεράσει τα σύνορα της Περιφέρειας και σχηματίζουν κατά κάποιο τρόπο τις εικόνες της. Αυτά είναι: Εθνικός Δρυμός Πίνδου (Βάλια Κάλντα), Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας, Άγρια αυτοφυή μανιτάρια.

5.2.1 ΒΑΛΙΑ ΚΑΛΝΤΑ

Ο Εθνικός Δρυμός Πίνδου βρίσκεται στο βορειοανατολικό τμήμα της οροσειράς της Πίνδου, στα όρια της Ηπείρου με τη Δυτική Μακεδονία και μεταξύ των περιφερειών Ιωαννίνων και Γρεβενών. Ιδρύθηκε το 1966 με Διάταγμα Κήρυξης και ΦΕΚ : ΒΔ 487/1966 (120/ΤΑ/1966⁴³), ενώ από την συνολική του έκταση των 68.990 στρεμμάτων τα 48.718 ανήκουν στην ΠΕ Γρεβενών (Τζιόλας, 2010). Πρόκειται για έναν από τους σπουδαιότερους και πιο παρθένους δρυμούς της Ελλάδας, ανεπηρέαστος από κάθε ανθρώπινη επέμβαση. Βρίσκεται στο νοτιοδυτικό τμήμα της περιφέρειας των Γρεβενών, με την εξέλιξη και διαδοχή του να εξαρτάται μόνο από φυσικούς παράγοντες (Διανέλλος, 2009). Η απόδοση του βλάχικου τοπωνύμιου, ‘Βάλια Κάλντα’ που σημαίνει ζεστή κοιλάδα, αποκτήθηκε κατ’ ευφημισμό καθώς αποτελεί μία από τις πιο κρύες και υγρές περιοχές της χώρας. Η θέσπιση του δρυμού πραγματοποιήθηκε με σκοπό την προστασία της πλούσιας πανίδας και χλωρίδας και ειδικότερα των αιωνόβιων ρόμπολων και μαυρόπευκων της περιοχής όπως επίσης αποτελεί έναν από τους τελευταίους βιότοπους της καφέ αρκούδας, μαζί με άλλα άγρια και σπάνια είδη πανίδας (Διανέλλος, 2009). Η επίσκεψη στο Δρυμό είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί κατά τους χειμερινούς μήνες, καθώς οι χιονοπτώσεις συνήθως είναι συχνές και πυκνές και οι θερμοκρασίες υποχωρούν αρκετά υπό το μηδέν, με το χιόνι να καλύπτει το δρυμό 7-8 μήνες το χρόνο (Τζιόλας, 2010). Η περιήγηση στη ‘Βάλια Κάλντα’ συνδυάζεται και με την συνάντηση με τα είδη μανιταριών που φυτρώνουν στην περιοχή.

⁴³ ΦΕΚ 487, Περί ιδρύσεως Εθνικού Δρυμού Πίνδου: <http://pindosnationalpark.gr/wp-content/uploads/2017/07/120-1966.pdf>

5.2.2 ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΒΑΣΙΛΙΤΣΑΣ

Στην καρδιά της Πίνδου απλώνετε και το Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας. Μία από τις διαδρομές που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος για το Χιονοδρομικό, μέχρι ενός σημείου ακολουθεί την ίδια κατεύθυνση με την ‘Βάλια Κάλντα’ και προς τα ορεινά βλαχοχώρια της περιοχής. Απέχει από την πόλη περίπου 45 χλμ. με την διαδρομή να είναι ανταποδοτική με τις εικόνες που προσφέρει. Βρίσκεται στο βορειοδυτικό τμήμα του νομού, ξεκινώντας τη λειτουργία του το 1975 με την κατασκευή του πρώτου συρόμενου αναβατήρα. Σήμερα διαθέτει επτά αναβατήρες, περιλαμβάνοντας 16 πίστες.

Η χειμερινή σεζόν του 2019-2020 ήταν καταστροφική, τόσο λόγω covid-19, όσο λόγω και της καλοκαιρίας που διήρκησε ως τα τέλη του 2019, με τις πίστες να μην έχουν ικανή ποσότητα χιονιού για να ευχαριστήσουν τους επισκέπτες, με κάποιες να είναι διαθέσιμες παροδικά. Ωστόσο, αυτήν η εικόνα των Γρεβενών να είναι πιο διαδεδομένη στους λάτρεις του χειμερινού τουρισμού. Την χειμερινή σεζόν 2020-2021 και σε συνέχεια συνθηκών πανδημίας, το χιονοδρομικό κέντρο λειτουργούσε μόνο για τις προπονήσεις της Προ-ολυμπιακής ομάδας σκι και την φιλοξενία των Πανελλήνιων αγώνων.

5.2.3 ΑΓΡΙΑ ΑΥΤΟΦΥΗ ΜΑΝΙΤΑΡΙΑ

Τα Γρεβενά έχουν καταφέρει με δυναμικό τρόπο, να συνδέσουν το όνομά τους με τα άγρια αυτοφυή μανιτάρια. Η σχέση αυτή διατηρείται περίπου 20 χρόνια και όσο πάει δυναμώνει με τις αρμόδιους τοπικούς φορείς να προβαίνουν κατά καιρούς σε διάφορες ενέργειες για να το διατηρούν, ενισχύουν και να υπενθυμίζουν αλλά και με τους κατοίκους της πόλης να δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για τις δράσεις των μανιταρόφιλων.

Έχει δοθεί απλόχερα το χάρισμα να φυτρώνουν στην περιοχή πολλά διαφορετικά και κάποια από αυτά σπάνια, είδη μανιταριών. Πιο συγκεκριμένα έχουν καταγραφεί περισσότερα από 1.300 είδη στην ευρύτερη περιοχή των Γρεβενών (Κωνσταντινίδης, Γ. 2002). Ορισμένοι ελεύθεροι επαγγελματίες έσπευσαν να επωφεληθούν του γεγονότος ιδρύοντας επιχειρήσεις με κύριο συστατικό τα άγρια μανιτάρια είτε μεταχειρίζοντάς τα ως πρώτη ύλη φτιάχνοντας και συσκευάζοντας ποικίλα προϊόντα με στόχο το εμπόριο, είτε ως πιάτα στο μενού του εστιατορίου/ταβέρνα τους. Κάθε άλλο πλέον η ετικέτα με τα άγρια αυτοφυή μανιτάρια Γρεβενών έχει ξεπεράσει τα όρια της περιφέρειας.

Πιο συγκεκριμένα, και αφότου είχε γίνει σαφές ότι ο τόπος είναι ένα ορυχείο μανιταριών, γεννήθηκε η ιδέα για την διοργάνωση μιας γιορτής γύρω από το μανιτάρι και την αγάπη για το συγκεκριμένο είδος μύκητα, η οποία ξεκίνησε το 2003 και συνεχίζεται μέχρι και σήμερα⁴⁴. Η Πανελλήνια γιορτή μανιταριού όπως λέγεται, αποκτά όλο και μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα κάθε χρόνο, δημιουργώντας μία ολιγοήμερη υπερκινητικότητα στην πόλη, τόσο για τους Γρεβενιώτες όσο και για τους επισκέπτες. Πιο συγκεκριμένα, το

⁴⁴ Η γιορτή ξεκίνησε το 2003 από τους Μανιταρόφιλους Δυτικής Μακεδονίας και τη Νομαρχία Γρεβενών και διοργανώνονταν σε διάφορες πόλεις της δυτικής Μακεδονίας κυρίως όμως των Γρεβενών. Από το 2017 πραγματοποιείται σταθερά στη πόλη των Γρεβενών, στο λεγόμενο ‘Πάρκο των μανιταριών’ όπου αποτελεί και σημείο επίσκεψης της προτεινόμενης πολιτιστικής διαδρομής. Το 2020 η γιορτή δεν πραγματοποιήθηκε λόγω κορωνοϊού.

2017 (14^η Πανελλήνια Γιορτή) παρακολούθησαν συνολικά τη γιορτή 20.000 άτομα, με κάποιους από αυτούς να διανυκτερεύουν στα τρία διαθέσιμα ξενοδοχεία της πόλης⁴⁵.

Το 2007 η πόλη των Γρεβενών ανακηρύχθηκε και επίσημα ως η «πόλη των μανιταριών»⁴⁶. Επιπλέον από τις άκρες έως και το κέντρο της πόλης υπάρχουν σημάδια που το επισημαίνουν, από πινακίδες, σιντριβάνια, κυκλικούς κόμβους και ομοιώματα μανιταριών. Ωστόσο μεγαλύτερο κύρος προσφέρει στην περιοχή το Μουσείο Μανιταριού στον Λάβδα Γρεβενών, με τη δημιουργία Κέντρου Πιστοποίησης Μανιταροσυλλεκτών να ενισχύει ακόμα περισσότερο την ταυτότητα αυτή της πόλης και της περιφέρειας.

5.3. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΓΡΕΒΕΝΩΝ

Την τελευταία επταετία εξελίσσεται στο Δήμο ένα έντονο ενδιαφέρον για δράσεις πολιτισμού με την εφαρμογή πολιτιστικών πολιτικών, οι οποίες εντάσσονται κυρίως στα πλαίσια ευρωπαϊκών και εθνικών προγραμμάτων και δραστηριοτήτων.

Η ΠΕ Γρεβενών από το 2015 πραγματοποιούσε σταθερή παρουσία στο πρόγραμμα του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού ‘‘Πράσινες Πολιτιστικές Διαδρομές⁴⁷’’. Στόχος του συγκεκριμένου προγράμματος είναι η προαγωγή της βιώσιμης ανάπτυξης και η δημιουργία ευαισθητοποίησης των ανθρώπων σε ζητήματα ανάδειξης και προστασίας του πολιτιστικού πλούτου και του φυσικού περιβάλλοντος (ΥΠΠΟΑ). Κύριος εκφραστής της συγκεκριμένης επικοινωνιακής δράσης είναι η Εφορεία Αρχαιοτήτων Γρεβενών, με τη συνεργασία πολλές φορές με άλλους πολιτιστικούς ή και μη συλλόγους, δημοσίων ή και ιδιωτικών φορέων. Ανάμεσα στις άλλες ποικίλες πολιτιστικές δραστηριότητες που εξελίσσονται κατά την πραγματοποίηση του συγκεκριμένου προγράμματος, οι πολιτιστικές διαδρομές απλώνονται και ρέουν στο ποικίλο πολιτισμικό υλικό, κυρίως στα χωριά της περιφέρειας με επισκέψεις σε μνημεία, αρχαίες οχυρώσεις, ιερούς ναούς, πέτρινα γεφύρια αλλά και στα πλούσια φυσικά τοπία της περιοχής.

Στο πλαίσιο του προγράμματος των Ευρωπαϊκών Ημερών Πολιτιστικής Κληρονομιάς με τίτλο «Πόλε(ι)ς, Γη και η Πέτρα», πραγματοποιήθηκε μία διαφορετική περιηγητική διαδρομή, το Σεπτέμβριο του 2017 και ενταγμένο στα πλαίσια του προγράμματος Ευρωπαϊκή Εβδομάδα Κινητικότητας, στην περιοχή των Βεντζίων ανατολικά των Γρεβενών. Βασικός στόχος αυτής της πανευρωπαϊκής δράσης, «είναι η βελτίωση της πρόσβασης των πολιτών στην υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά, καθώς και η ευαισθητοποίησή τους στα θέματα αυτά». Επίσης, επιθυμία είναι η ενίσχυση της επικοινωνίας και του διαλόγου, με περισσότερο βιωματική παρά ακαδημαϊκή επαφή. Η παραπάνω δράση πραγματοποιήθηκε κάτω από άρτιο συνεργατικό πνεύμα από την ΕΦΑΓ σε συνεργασία με το Δήμο Γρεβενών και τη συμμετοχή άλλων ιδιωτικών

⁴⁵ Προσωπική επικοινωνία, Σύλλογος Μανιταρόφιλων Ελλάδος.

⁴⁶ Μυρτσιώτη Γ., (2007). «Πόλη του Μανιταριού» ανακηρύχθηκαν τα Γρεβενά: <https://www.kathimerini.gr/305950/article/epikairothta/ellada/polh-toy-manitarioy-anakhryx8hkan-ta-grevena>

⁴⁷ Το πρόγραμμα των πράσινων πολιτιστικών διαδρομών πραγματοποιείται κάθε χρόνο από το 2012. Τη χρονιά του 2020 τέθηκε σε αναστολή λόγω των υγειονομικών συνθηκών ενώ είναι ακόμα άγνωστο τι μέλλει γενέσθαι για το 2021.

υπηρεσιών και πολιτιστικών συλλόγων. Η διαδρομή συνδύαζε υλικό και άυλο πολιτισμό, με επισκέψεις σε θρησκευτικά μνημεία, περιήγηση στη φύση, γαστρονομία και αναβίωση λαϊκών παραδόσεων. Οι δυνατότητες τις παραπάνω διαδρομής, ώθησαν την ΕΦΑΓ να συμπεριλάβει την εν λόγω δράση ως πρόταση πολιτιστικής διαδρομής στο ΕΣΠΑ 2021-2027, ενώ στα πλάνα υπάρχει και η δημιουργία εφαρμογής, και για ΑΜΕΑ, με διαχειριστικό φορέα να είναι η ίδια η υπηρεσία⁴⁸.

Η περιφέρεια δεν έχασε την ευκαιρία να αναδείξει για ακόμη μία φορά τις αρχαιότητες των ευρύτερων περιοχών της, με επισκέψεις να πραγματοποιούνται αυτή τη φορά και σε ενδιαφέροντα σημεία της πόλη με την πραγματοποίηση θεματικών ξεναγήσεων⁴⁹ στα πλαίσια του προγράμματος της “Ευρωπαϊκής εβδομάδας κινητικότητας” στο οποίο ο Δήμος συμμετέχει τα τελευταία επτά χρόνια.

Σημαντικό βήμα πραγματοποίησε ο Δήμος Γρεβενών προχωρώντας σε επίσημη πρόταση προς διαβούλευση για τη δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών στο Δήμο, ενταγμένο στο πλαίσιο του διασυνοριακού προγράμματος «Interreg Ελλάδα-Αλβανία 2014-2020», το οποίο παρουσιάστηκε κατά την διεξαγωγή εκπαιδευτικού σεμιναρίου στο Επιμελητήριο της Άρτας, στα τέλη του 2019. Η συγκεκριμένη δράση, στοχεύει σε ενέργειες που θα επωφεληθούν του πολιτισμού με τη δημιουργία τουριστικής κινητικότητας διαμέσου σύγχρονων ηλεκτρονικών εφαρμογών. Το συγκεκριμένο σχέδιο αποτελεί μέρος του έργου «Ανάπτυξη και Προώθηση Πολιτισμικών Τουριστικών Προορισμών μέσα από πολυμεσικά εργαλεία» με ακρωνύμιο IT Culture (Development & Promotion of Cultural Touristic Destinations through Multimedia Tools), με χρηματοδότηση του «ΕΣΠΑ 2014-2020».

Η συγκεκριμένη πρόταση περιλάμβανε το σχεδιασμό και τη δημιουργία τεσσάρων πολιτιστικών διαδρομών, αλλά και τη σύσταση δύο νέων μουσείων όπου θα φιλοξενήσουν τις συλλογές και ευρήματα που χαρακτηρίζουν την περιοχή και μέχρι σήμερα φυλάσσονται σε αποθήκες. Στον κεντρικό άξονα γύρω από τον οποίο θα ξεδιπλώνονται οι πολιτιστικές διαδρομές τοποθετούνται τα γεφύρια και μεταβυζαντινά μνημεία, διότι σύμφωνα με την κατατεθειμένη πρόταση «προσφέρονται για μελλοντική αξιοποίηση και αποτελούν σήμα κατατεθέν της περιοχής». Οι διαδρομές απλώνονται στα χωριά της περιφέρειας έτσι ώστε να μπορούν οι επισκέπτες να τις απολαύσουν διερχόμενοι, ενώ προβλέπεται και η δημιουργία ηλεκτρονικών εφαρμογών με διαχειριστικό φορέα την ΕΦΑΓ⁵⁰.

6. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

6.1 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ

Μπορεί στον ορεινό όγκο και την ευρύτερη περιοχή της περιφέρειας να υπάρχουν αρκετά σημεία ενδιαφέροντος, ωστόσο η ίδια η πόλη των Γρεβενών διαθέτει και αυτή το δικό

⁴⁸ Προσωπική επικοινωνία ΕΦΑΓ.

⁴⁹ Η συγκεκριμένη ενέργεια συμπεριλήφθηκε στον σχεδιασμό του προγράμματος κατά το έτος 2018.

⁵⁰ Προσωπική επικοινωνία ΕΦΑΓ.

της πολιτιστικό απόθεμα, διαφορετικό μεν αλλά εξίσου σημαντικό με την ιστορία της πόλης δε.

Η προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή με την μετέπειτα αποτύπωσή της σε εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα, θα περιλαμβάνει τους παρακάτω σταθμούς της πόλης. Διαδρομή: Πάρκο των Μανιταριών → Πύργος του Ρολογιού → Κέντρο Πολιτισμού (Λαογραφική Συλλογή, Βιβλιοθήκη) → Οικία Μακ/χου Ζήση Βέρρου → Μύλος του Μπούσιου. Η συνολική χρονική διάρκεια της διαδρομής είναι 32 λεπτά και καλύπτει μία απόσταση 2,5 χλμ. Η χρονική διάρκεια της πολιτιστικής διαδρομής μπορεί να ποικίλει καθώς δεν υπολογίζονται τα διαλείμματα όπως και οι παράπλευρες δραστηριότητες που πιθανόν να έχουν επιλεγεί από τους επισκέπτες. Η μετακίνηση ευνοείται από τη μικρή έκταση της πόλης διασχίζοντας το κέντρο της έχοντας τη δυνατότητα να παρατηρήσουν το αστικό περιβάλλον και τους ρυθμούς της πόλης.

Εικόνα 26: Προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή στην πόλη



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Οι πολιτιστικές διαδρομές είναι ένα εργαλείο στην φαρέτρα του πολιτιστικού τουρισμού, το οποίο μπορεί να προσφέρει πολλαπλά οφέλη σε διαφορετικούς τομείς. Η δημιουργία μίας πολιτιστικής διαδρομής δίνει τη δυνατότητα σε περιοχές που δεν διαθέτουν μνημεία παγκόσμιας ή εθνικής σημασίας, όπου σε πολλές τέτοιες περιπτώσεις το ίδιο το αξιοθέατο/μνημείο κάνει τη δουλειά από μόνο με την παρουσία του. Δίνεται επομένως η ευκαιρία σε ανεξερεύνητες περιοχές να δηλώσουν και αυτές την παρουσία τους και να προβάλλουν το πολιτιστικό τους περιβάλλον και γιατί όχι να θεωρηθούν στο μέλλον, με την καταξίωση μιας τέτοιας διαδρομής, ως ένας τουριστικός πολιτιστικός προορισμός. Η δημιουργία μιας πολιτιστικής διαδρομής φαντάζει ως η καλύτερη επιλογή για την περίπτωση των Γρεβενών, καθώς πρόκειται για μία πόλη της επαρχίας, ανεξερεύνητη, με ελάχιστο τουρισμό αλλά με πλούσιο πολιτισμικό περιεχόμενο. Με την οικονομική κρίση και το προσφυγικό ζήτημα να έχουν γίνει μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής, και στην παραπάνω κατάσταση να προστίθεται το γεγονός ότι οι ορεινές περιοχές βρίσκονται σε δεύτερη μοίρα στο αναπτυξιακό πρόγραμμα της χώρας, και σε συνδυασμό με την

πανδημία του κορωνοϊού, κάθε πλεονέκτημα της περιοχής πρέπει να αξιοποιείται στην προσπάθεια για επανεκκίνηση.

Στις πολιτιστικές διαδρομές είναι επιθυμητό να γίνονται επεμβάσεις ήπιας μορφής, καθώς κύριο συστατικό αποτελούν τα μνημεία, αξιοθέατα, φυσικά τοπία κλπ. Ωστόσο απαιτείται μεγάλη προετοιμασία, καθώς αφού αποφασιστεί η διαδρομή και ποια στοιχεία θα περιλαμβάνει, πρέπει να πραγματοποιηθεί μία λεπτομερής εξέταση σε όλα και να γίνει καταγραφή της τωρινής τους κατάστασης και αφού γίνει αξιολόγηση, να αποφασιστεί σε τι βαθμό χρειάζεται να γίνει παρέμβαση-συντήρηση, έτσι ώστε να καθιστούν επισκέψιμα, αλλά και να υποστηρίζουν ενεργές δραστηριότητες. Στην περίπτωση των Γρεβενών τα έξοδα για την συντήρηση και την αναμόρφωση των σημείων επίσκεψης είναι ελάχιστα καθώς βρίσκονται όλα σε ενεργή κατάσταση. Επιπλέον τα δύο μνημεία (Ρολόι, Μύλος) δε χρήζουν συντήρησης. Συγκεκριμένα το ρολόι δέχτηκε την τελευταία ανακαίνιση προ δεκαετίας, ενώ και στην περίπτωση του μουσείου οι συλλογές εκθέτονται σε σχετικά νεόδμητες εγκαταστάσεις.

Το μέγεθος της πόλης είναι μικρό και ευνοείται η μετακίνηση με τα πόδια εφόσον κάποιος έχει επιλέξει να διαμείνει στα ξενοδοχεία της πόλης, είτε πραγματοποιεί μονοήμερη εκδρομή. Η παρουσία σύγχρονου οδικού δικτύου διευκολύνει την μετακίνηση και πρόσβαση από το ένα σημείο στο άλλο και δεν επηρεάζονται άμεσα από εξωτερικούς παράγοντες. Τα Γρεβενά προσφέρονται για εναλλακτικό τουρισμό και η δημιουργία της πολιτιστικής διαδρομής θα ήταν ευνοϊκό να λειτουργήσει σαν επιπλέον παροχή υπηρεσίας στον εκάστοτε λόγο μετάβασης του επισκέπτη στην περιοχή. Αυτό ίσως και να εξασφαλίσει και την βιωσιμότητα της διαδρομής καθότι δύσκολα θα μπορούσε να σταθεί σαν αυτόνομο τουριστικό προϊόν. Θα μπορούσε να λειτουργήσει συνδυαστικά με τον χιονοδρομικό τουρισμό ή κατά την επίσκεψη στην Πανελλήνια Γιορτή Μανιταριού, η οποία έχει καταφέρει να επεκταθεί εκτός ΠΕ Γρεβενών, δημιουργώντας ένα ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο με διαμονή στα ξενοδοχειακά καταλύματα της περιοχής και επίσκεψη σε σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

6.2 Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Έγινε μία προσπάθεια αποτύπωσης της προτεινόμενης πολιτιστικής διαδρομής σε περιβάλλον power point με σκοπό να αποδώσει κατά προσέγγιση την λειτουργία και εμφάνισή της. Τα προτεινόμενα σημεία ενδιαφέροντος παρότι αναγνωρίζονται ως ξεχωριστά σημεία επίσκεψης από την ΕΦΑΓ, ωστόσο δεν προβλέπεται η δημιουργία πολιτιστικής διαδρομής με τη σύνθεση αυτών στην πόλη, η οποία εκλείπει ως τώρα από τα Γρεβενά, όπως και η δημιουργία εφαρμογής για αυτή τη διαδρομή, καθώς τα σχέδια της υπηρεσίας είναι στραμμένα στα περίχωρα. Ο διαχειριστικός φορέας της προτεινόμενης εφαρμογής προβλέπεται να είναι η ΕΦΑΓ, καθώς αρέσκειται ήδη στη συγγραφή λημμάτων όπως και στις εικονιστικές λήψεις για τωρινές και άλλες μελλοντικές διαδικτυακές περιπτώσεις, με την δημιουργία της εφαρμογής να γίνεται από εξωτερικό (άγνωστο ακόμα) συνεργάτη⁵¹.

Η χρήση ενσωματωμένων χαρτών GPS πρέπει να υπάρχει εντός της εφαρμογής καθώς πέρα από την καθοδήγηση του επισκέπτη η οποία θα γίνεται άμεσα και χωρίς να

⁵¹ Προσωπική επικοινωνία ΕΦΑΓ.

χρειάζεται να το κάνει ο ίδιος πληκτρολογώντας την τοποθεσία του και σημείο που θέλει να πάει, παρά η εφαρμογή θα του το επιδεικνύει αυτόματα. Πέραν αυτού, έχει αναφερθεί ήδη πως με τη δημιουργία βάσεων δεδομένων οι μετακινήσεις με τη χρήση χαρτών μπορούν να αποθηκευτούν και αναλυθούν αργότερα, αποδίδοντας έτσι μία εικόνα για την κινητικότητα των περιοχών και των διαδρομών δίνοντας έτσι και την δυνατότητα της διαμόρφωσης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, ενώ η πλοήγηση για την υποστήριξη και την καλύτερη εμπειρία ταξιδιού στον καταναλωτή, με επικοινωνιακά κανάλια και άλλες δραστηριότητες θεωρείται ως καινοτομία και τεχνολογική πρόοδος στη διαδραστικότητα και στην παροχή πληροφοριών και υπηρεσιών, σύμφωνα με τις επιζητούμενες καινοτόμες τεχνικές μάρκετινγκ. Ο διαδραστικός χάρτης ο οποίος θα παρέχεται, θα φέρει χρωματική διαγράμμιση καλύπτοντας την περιοχή εξάπλωσης της διαδρομής, ενώ η απόδοση της ακριβούς τοποθεσίας του επισκέπτη θα παρέχεται από το δορυφορικό δίκτυο GPS. Τα σημεία ενδιαφέροντος θα σημαδεύονται καρφίτσωμένα στο χάρτη για την ακριβή προσέγγιση τοποθεσιών και διαδρομής όπως και για την καλύτερη εκτίμηση και σχεδιασμό κατά την επίσκεψη. Η απόδοση εικονιδίων, καθένα για το οποίο αντιστοιχεί για τον χαρακτηρισμό του είδους και περιεχομένου, καθενός από τα σημεία επίσκεψης (βλέπε εικόνα 26), ενισχύει την διάχυση πληροφοριών και την οπτική αρμονία, αποδίδοντας ωστόσο ταυτόχρονα ένα απλό αλλά σημαντικό στοιχείο το οποίο θα παραπέμπει τον επισκέπτη σε τι κατηγορία ανήκει το σημείο που πρόκειται να επισκεφθεί, ενώ με το πέρασμα πάνω από αυτά τα εικονίδια μπορεί να προβάλλεται και μία εικόνα του σημείου ενδιαφέροντος. Τέτοια εικονίδια θα μπορούσαν να υπάρχουν σε πληθώρα στο χάρτη της πόλης, διευκολύνοντας την καθημερινότητα του επισκέπτη, όπως είναι η τοποθέτηση εικονιδίων νομίσιματος για τράπεζες, και αντίστοιχα εικονίδια νοσοκομείου, φαρμακείων κ.α.

Η χρήση του Street View είναι ένα πλεονέκτημα να υπάρχει στην εφαρμογή, καθώς εξοικονομεί χρόνο και κόπο στον χρήστη καθώς θα του παρέχει την πρώτη εικόνα και εξοικείωση με την περιοχή που ενδέχεται να επισκεφθεί ή βρίσκεται, ενώ τον βοηθάει και στο να δημιουργήσει εύκολα τον προσανατολισμό του. Η ενσωμάτωση του στην καθεαυτό εφαρμογή εξυπηρετεί κατά πολύ τον χρήστη, ενώ σε διαφορετική περίπτωση, η δημιουργία προφίλ και η ένταξη των σημείων ενδιαφέροντος της διαδρομής στην εφαρμογή του Street View κρίνεται ωφέλιμη, καθώς κατά την είσοδο του επισκέπτη στην περιοχή των Γρεβενών κατά την χρήση του Street View, πέραν του χάρτη της περιοχής με τα επιδεικνύοντα σημεία, παρέχονται και κάποια “Κορυφαία αποτελέσματα στην περιοχή” πράγμα που μεταφράζεται σε ανεβασμένες φωτογραφίες χρηστών από τα σημεία που αυτοί έχουν επιλέξει. Η απόδοση επομένως των σημείων ενδιαφέροντος της διαδρομής, θα μπορέσει να λειτουργήσει συνδυαστικά με την αυτούσια εφαρμογή. Τέλος η απλή απόδοση φωτογραφιών 360° είναι ένα στοιχείο που μπορεί να δώσει την επιθυμητή πρώτη εικόνα και ερέθισμα στον χρήστη.

Η εφαρμογή μπορεί να προσφέρει εικόνες των σημείων ενδιαφέροντος από το παρελθόν, οι οποίες ενδέχεται να είναι άγνωστες στον επισκέπτη, ή δεν έχει αναζητήσει για να τις βρει, ή είτε απλά βρίσκονται σε προσωπικά αρχεία τρίτων. Οι φωτογραφίες του παρελθόντος, μπορούν να συνοδεύονται από κείμενο με ιστορικές λεπτομέρειες της περιοχής και του αξιοθέατου, εάν και εφόσον διατίθενται. Διαδραστικά μέσα και εργαλεία όπως χρησιμοποιούνται και στα παραδείγματα των εφαρμογών που αναφέρθηκαν παραπάνω, όπως είναι η χρήση βίντεο με αποσπάσματα λήψεων βιντεοσκόπησης και ή δημιουργία βίντεο/παρουσίασης με κινούμενες εναλλασσόμενες

εικόνες, με την ηχητική αφήγηση της ιστορίας των εκθεμάτων σίγουρα να είναι πιο ευχάριστη για όσους δεν αρέσκονται στο διάβασμα (ή δυσκολεύονται) ή που θέλουν να συνδυάσουν την αφήγηση με την οπτική επαφή του εκθέματος, με την εφαρμογή να παίζει το ρόλο του ηλεκτρονικού ξεναγού. Η ύπαρξη ενός παιχνιδιού ερωτήσεων με την ολοκλήρωση της διαδρομής θα είναι μία ευχάριστη κατακλείδα και ένας ωραίος τρόπος να δοκιμάσει ο επισκέπτης τον εαυτό του και τις προσλαμβάνουσες του, ενώ ο απώτερος στόχος είναι η καλύτερη αφομοίωση και εμπέδωση των προσφερόμενων πληροφοριών από τους χρήστες.

Συνήθως οι εφαρμογές που προωθούν πολιτισμικό υλικό τοποθετούνται στις κατηγορίες ταξιδιών, χάρτες & πλοήγηση ή τοπικές πληροφορίες. Κουμπιά και ενέργειες κοινοποίησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι μία σημαντική κίνηση για την προβολή της περιοχής, ενώ πιθανώς να βοηθήσει και στον αριθμό λήψεων της εφαρμογής, η οποία πρέπει να διατίθεται και στην αγγλική γλώσσα. Το κουμπί της κοινοποίησης πρέπει να είναι πάντα ορατό και σε πρώτο πλάνο σε οποιοδήποτε στάδιο της εφαρμογής, με την κοινοποίηση της τοποθεσίας και την υπόδειξη χρήσης της εφαρμογής να είναι αυτά που θα προβάλλονται. Εντός της εφαρμογής, είναι καλό να υπάρχει ενότητα και υπενθυμίσεις προς στους χρήστες για τα πολιτιστικά νέα και δράσεις του Δήμου, ως ένα ηλεκτρονικό πολιτιστικό ημερολόγιο τσέπης, το οποίο θα λειτουργεί με τη λειτουργία των "push on notifications", αυτόματη ενημέρωση με αποστολή μηνύματος από την εφαρμογή προς τους χρήστες, κατά τη διάρκεια του συμβάντος, αλλά και ενημερότητα κάποιες μέρες νωρίτερα. Αξιολογήσεις και κριτικές επιζητούνται, καθώς έτσι μπορεί να βελτιωθεί το έργο και η λειτουργικότητα της εφαρμογής, παρακολουθώντας τί ανταπόκριση έχουν οι διαθέσιμες λειτουργίες, τί δεν λειτουργεί, τί αρέσει ή δεν αρέσει στους χρήστες κ.α. Η κατάθεση των προτάσεων και των παρατηρήσεων των χρηστών απαιτούν εγρήγορση και προσαρμοστικότητα από τον διαχειριστικό φορέα, καθώς τα σχόλια πραγματοποιούνται σε πραγματικό χρόνο και μία αρνητική βαθμολογία ή κριτική μπορεί να επηρεάσει τους μελλοντικούς εν δυνάμει χρήστες της εφαρμογής να την επιλέξουν. Απαντήσεις σε σχόλια των κριτών, είτε αυτά είναι θετικά είτε αρνητικά, είναι καλό να δίνονται, καθώς ο χρήστης με αυτόν τον τρόπο λαμβάνει την αρμόζουσα και επιθυμητή σημασία, ενώ η εφαρμογή παρουσιάζει την ενεργητικότητα που χρειάζεται. Σχόλια και κριτικές μπορούν να ληφθούν και ως δείκτης προβολής και ψηφιακής επισκεψιμότητας της διαδρομής, σε συνδυασμό με τον αριθμό των λήψεων, μετρώντας την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών μάρκετινγκ και το επίπεδο ενδιαφέροντος της διαδρομής.

Τρόποι μετάβασης στα Γρεβενά είναι καλό να προτείνονται για την διευκόλυνση του χρήστη-επισκέπτη, όπως και η πρόγνωση του καιρού ή άλλα σημαντικά νέα που μπορεί να επηρεάζουν τις μετακινήσεις ή την ροή της περιοχής. Χώρος στην εφαρμογή για την διαφήμιση τοπικών καταστημάτων ξενοδοχείων κ.α. μπορεί να διατίθεται στην εφαρμογή, το οποίο εκτός από τον επισκέπτη, τις ίδιες τις επιχειρήσεις θα ωφελήσει και την βιωσιμότητα της εφαρμογής εάν τεθεί κάποιο ποσό συνδρομής. Φόρουμ και διαθέσιμο e-mail επικοινωνίας τοποθετείται στα πρέπει της εφαρμογής, ενώ η δημιουργία "hashtag" για τα σημεία ενδιαφέροντος θα λειτουργήσει συνδυαστικά στην κοινοποίηση της τοποθεσίας της εφαρμογής για την προώθηση της διαδρομής και της περιοχής. Το μενού της εφαρμογής θα περιλαμβάνει τις ενότητες των πληροφοριών και των τρόπων μετάβασης στην περιοχή, όπου μπορεί να αναφέρονται για παράδειγμα τα δρομολόγια του ΚΤΕΛ, κάποια χρήσιμα τηλέφωνα υπηρεσιών, λίγα λόγια για την περιοχή κ.α., την

ενότητα της απόδοσης βαθμολογίας και αξιολόγησης της εφαρμογής, την πλατφόρμα της επικοινωνίας με τα μέσα και τους τρόπους που αυτή μπορεί να διεξαχθεί, όπως και την δημιουργία λογαριασμού-προφίλ των χρηστών. Με τη δημιουργία λογαριασμού, μπορεί να δημιουργηθεί μία εικόνα από τα χαρακτηριστικά των χρηστών οι οποίοι χρησιμοποιούν την εφαρμογή, τα οποία συλλεγόμενα στοιχεία θα αποδώσουν το προφίλ τους, από τα στοιχεία τα οποία θα αποτελούνται οι ερωτήσεις και τα πεδία προς συμπλήρωση που επιζητούνται από τους χρήστες, λαμβάνοντας τέλος μία εικόνα για την ομάδα στόχο. Με την απόδοση των mail των χρηστών κατά την εγγραφή τους, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και το newsletter inform προς την κατηγορία των εγγεγραμμένων χρηστών. Για την επιβράβευση δημιουργίας προφίλ ή για την παρακίνηση επίσκεψης της διαδρομής μπορούν να προσφέρονται ηλεκτρονικά εκπτωτικά κουπόνια για τοπικά καταστήματα, δωρεάν διαμονή ή γεύμα σε εστιατόριο της περιοχής κ.α. Γενικότερα η εφαρμογή πρέπει να διακρίνεται από χρησιμότητα και ευκολία στη χρήση για την προσφορά καλύτερης εμπειρίας προς τον χρήστη. Η έννοια του "one click away" καλό είναι να ακολουθείται σε όλα τα στάδια της εφαρμογής, από την άποψη των σύντομων διαδρομών-αποστάσεων για τον τελικό επιθυμητό σταθμό στον οποίο θέλει να φτάσει ο χρήστης, ενώ όπως αναφέρθηκε η χρήση του κουμπιού της κοινοποίησης, το ίδιο συνεχώς διαθέσιμες να είναι και οι ενέργειες πλοήγησης. Η ΕΦΑΓ βασίζεται στις ενέργειες του Υπουργείου Πολιτισμού για την προώθηση των εφαρμογών, ενώ συμφωνεί για τη δυναμικότητα και τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης⁵².

Το εικονίδιο το οποίο θα δημιουργηθεί για την εφαρμογή, καλό θα είναι να εμπεριέχει στοιχεία για τα οποία είναι γνωστά τα Γρεβενά, με προτεραιότητα να δίνεται στα μέρη ενδιαφέροντος που αυτή περιέχει, ενώ η ονομασία της θα πρέπει να εμπεριέχει κάτι αντιπροσωπευτικό για την περιοχή αλλά τις πολιτιστικές διαδρομές έτσι ώστε να εμφανίζεται ψηλά στην αναζήτηση του χρήστη στα ηλεκτρονικά καταστήματα, σε συνδυασμό με μία καλή βαθμολογία.

Κάθε άλλο ΕΦΑΓ είτε στην περίπτωση του ΕΣΠΑ, είτε στο μνημόνιο συνεργασίας με το Δήμο και το Interreg, επιθυμούν την ένταξη των εφαρμογών όπως και των διαδρομών σε ευρωπαϊκά προγράμματα, με την κάλυψή τους τόσο σε προϋπολογισμό και σε διάρκεια χρόνου να γίνεται από αυτό, με την εφαρμογή να μην είναι ιδιαίτερα επιβαρυντική στον προϋπολογισμό τουλάχιστον στο πρώτο στάδιο. Η εφάπαξ κατάθεση ενός ποσού προς την εταιρία που διαχειρίζεται το ηλεκτρονικό κατάστημα των εφαρμογών για τη δημιουργία λογαριασμού-χώρου και ανέβασμα της εφαρμογής και της διαθεσιμότητάς της προς τους χρήστες, με την τιμολόγηση να μπορεί να μεταβληθεί ανάλογα με τις εσωτερικές χρήσεις και υπηρεσίες της εφαρμογής ανάλογα με την τιμολογική πολιτική του παρόχου⁵³.

Στην περίπτωση της οικίας του Μακ/χου Ζήση Βέρρου που προτείνεται και ελάχιστοι γνωρίζουν την ιστορία πίσω από τις κλειστές πόρτες, η ΕΦΑΓ συμφώνησε πως είναι ενδιαφέρον να προβληθεί μέσω της προτεινόμενης εφαρμογής η ιστορία της συγκεκριμένης οικίας, καθώς η ιστορία πίσω από τον ιδιοκτήτη είναι συνώνυμη με την ιστορία του τόπου και τον απελευθερωτικό αγώνα της πόλης, αλλά δεν είναι γνωστό τί

⁵² Προσωπική επικοινωνία ΕΦΑΓ.

⁵³ Προσωπική επικοινωνία HELLASGUIDES.

συμβαίνει με τα κειμήλια στο εσωτερικό της οικίας, καθώς το σπίτι είναι πιθανό να ανήκει ακόμα στην οικογένεια και η επικοινωνία με το Δήμο που πιθανόν θα μπορούσε να ρίξει φως στην υπόθεση δεν κατέστη δυνατή.

Τα σημεία ενδιαφέροντος εκλείπουν σημάνσεων και πληροφοριακών ή και καθοδηγητικών πινακίδων όπου θα φανερώσουν την τοποθεσία και την πολιτιστική τους αξία, όπως και τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται κατά καιρούς στα συγκεκριμένα σημεία. Τις ελλείψεις αυτές, όπως και άλλες προτάσεις που παραθέτονται παρακάτω, έρχεται να καλύψει η εφαρμογή με την απόδοση καθοδήγησης, πληροφοριών και εικόνων στον χρήστη της εφαρμογής και στον μελλοντικό ή παρόν επισκέπτη της περιοχής.

Το πάρκο των Μανιταριών θα μπορούσε να φιλοξενεί σταθερά, πέρα των υπαρχόντων graffitis, εισόδου και κρήνης, κάποιες μανιταροδημιουργίες που θα ενίσχυαν ακόμα πιο πολύ το brand της περιοχής τόσο στον ντόπιο πληθυσμό όσο και στους εξωτερικούς επισκέπτες. Κάτι ιδανικό θα ήταν η καθιέρωση μίας φωτογραφικής ελκυστικής δημιουργίας η οποία θα εκτόξευε την παρουσία του πάρκου και σε δεύτερο βαθμό της πόλης στον κόσμο του διαδικτύου. Επιπλέον η παρουσία του covid-19 τον τελευταίο χρόνο και με την απαγόρευση χρήσης των πάρκων, έχει επηρεάσει όπως ήταν αναμενόμενο και το Πάρκο των Μανιταριών, με την εφαρμογή να προσφέρει εικόνες από το πάρκο σε πλήρη λειτουργία και σε εορταστικές περιόδους, ενώ ως υπερσύνδεσμος θα μπορούσε να προστεθεί και η Πανελλήνια γιορτή μανιταριού, ως ενίσχυση του brand της περιοχής και παρακίνηση επίσκεψης της διαδρομής εκείνη την περίοδο.

Στο κέντρο της πόλης βρίσκεται ο Πύργος του Ρολογιού. Είναι εύκολα προσβάσιμο και ανιχνεύσιμο. Η εφαρμογή προσφέρει εικόνες από παλαιότερες φάσεις του ρολογιού αποδίδοντας σκηνικά από το παρελθόν. Πέρα από το ιστορικό και αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον που παρουσιάζει ως κτίσμα, ο Πύργος του Ρολογιού χρησιμοποιείται τα τελευταία χρόνια κατά την περίοδο των Χριστουγέννων ως το σπίτι του Άγιου Βασίλη και των ξωτικών του, οι οποίοι κατεβαίνουν δεμένοι από τον πύργο για να μοιράσουν τα δώρα, σε συνδυασμό με ζωντανή μουσική και χριστουγεννιάτικα εδέσματα, δίνοντας ένα επιπλέον κίνητρο για επίσκεψη την συγκεκριμένη περίοδο, ενώ πρόσφατα ανανεώθηκε ο χώρος της πλατείας με μικρές πράσινες επεμβάσεις.

Το επόμενο σημείο ενδιαφέροντος προς επίσκεψη και σε απόσταση 300 μ. είναι η Λαογραφική Συλλογή, για το οποίο δεν υπάρχει καμία σήμανση, ούτε έξω από το χώρο του πολιτιστικού κέντρου όπου στεγάζεται, με τη χρήση του GPS της εφαρμογής να είναι απαραίτητη. Για τη λαογραφική συλλογή δεν είναι υπεύθυνη η ΕΦΑΓ, ενώ και αυτήν οφείλεται σε ενέργειες ιδιωτικές. Μέσω της εφαρμογής μπορεί να προβάλλεται και η ενεργητικότητα της βιβλιοθήκης καθώς συνήθιζε κατά το παρελθόν να φιλοξενεί πολιτιστικές δράσεις (παρουσίαση βιβλίων, προβολές ταινιών και ντοκιμαντέρ κ.α.).

Η απόδοση χαρακτήρα και πληροφορίες για τη χρήση πίσω από το σωζόμενο τμήμα του Μύλου δεν συνοδεύουν το κτίριο στο φυσικό του περιβάλλον, με την εφαρμογή να αποδίδει την ιστορία του. Η κατάθεση πρότασης για τη σύσταση αρχαιολογικού μουσείου στο γειτονικό κτίσμα, θα προσθέσει μία νέα ενότητα στην περιοχή και την εφαρμογή, ωστόσο δεν έχει προχωρήσει ακόμα καθώς υπάρχει το πρόβλημα της

στατικότητας ιδιοκτησίας και δεν έχει παραδοθεί ακόμα το συγκεκριμένο κτίσμα στο Υπουργείο Πολιτισμού.⁵⁴

Κάθε άλλο η εφαρμογή θα ωφελήσει και τον ντόπιο πληθυσμό να γνωρίσει καλύτερα τον τόπο του.

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα εργασία προτείνεται μία πολιτιστική διαδρομή η οποία εξελίσσεται εντός των τειχών της πόλης με την μετέπειτα προσαρμογή της σε μία εφαρμογή κινητών συσκευών με ιδιαίτερη βαρύτητα στα smartphones. Πρόκειται ουσιαστικά για μία επιπρόσθετη πρόταση στις ενέργειες της ΕΦΑΓ και του Δήμου Γρεβενών, συμπληρωματικά στις πολιτιστικές τους δράσεις και δραστηριότητες περί διαδρομών, με τη δημιουργία των προβλεπόμενων μελλοντικών εφαρμογών για αυτές.

Η βιβλιογραφική έρευνα, η ανασκόπηση εφαρμογών και οι συνεντεύξεις αντλώντας στοιχεία και πληροφορίες, ενίσχυσαν την προσπάθεια να παρουσιαστεί σε πιλοτικό στάδιο η προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή με τη χρήση εσωτερικών και εξωτερικών υπερσυνδέσμων στο πρόγραμμα power point.

Η βιώσιμη ανάπτυξη και η ενσωμάτωσή του στον τουριστικό τομέα ακολουθείται πλέον ως επιτακτική ανάγκη, καθώς αναφέρεται κατά κόρον στα αναπτυξιακά προγράμματα, για την προστασία του περιβάλλοντος και την ισορροπία ανάμεσα στις περιβαλλοντικές, κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης. Τα Γρεβενά διαθέτουν ιδιαίτερες περιοχές απείρου κάλλους, με φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον, και η επιλογή της αειφορίας σε οποιαδήποτε δράση είναι απαραίτητη.

Η εμφάνιση των κινημάτων προστασίας του περιβάλλοντος, διαδραμάτισε έναν αρκετά σημαντικό ρόλο και στην αναζήτηση διαφορετικών τύπων ταξιδιού, με την προστασία αυτού να υποστηρίζεται μέσα από ένα διαφορετικό τύπο ανάπτυξης, αυτό των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εμπεριέχουν μία πληθώρα μορφών τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος, οι οποίες ανταποκρίνονται στα ιδιαίτερα κίνητρα και επιθυμίες των επισκεπτών, ενώ και ο ίδιος ο τρόπος οργάνωσης των διακοπών είναι διαφορετικός.

Στις ειδικού σκοπού μορφές τουρισμού ανήκει και ο πολιτιστικός τουρισμός ο οποίος επιλέγεται από ανθρώπους οι οποίοι έλκονται από τα υλικά και άυλα στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς του παρελθόντος, και ο οποίος διαθέτει στο οπλοστάσιο του τις πολιτιστικές διαδρομές ως εργαλείο για την προώθηση και συνδυασμό των εκάστοτε πολιτιστικών στοιχείων σε ένα προσφερόμενο τουριστικό προϊόν.

Οι πολιτιστικές διαδρομές μπορούν να θεωρηθούν ως ένα ακόμα προσφερόμενο τουριστικό προϊόν στον ανταγωνισμό που εξελίσσεται μεταξύ των πόλεων για την δημιουργία μεγαλύτερων τουριστικών ροών στην περιοχή τους, εξελίσσοντας ένα μάρκετινγκ του τόπου. Σύμφωνα πάλι με τους παραπάνω φορείς οι πολιτιστικές διαδρομές ως τουριστικό προϊόν και εργαλείο του πολιτιστικού τουρισμού μπορεί να δημιουργήσει πολλά οφέλη για τον προορισμό υποδοχής οφείλοντας βέβαια να έχει στο

⁵⁴ Προσωπική επικοινωνία ΕΦΑΓ.

επίκεντρο την ικανοποίηση της τοπικής κοινωνίας. Αρχικά οι πολιτιστικές διαδρομές θεωρούνται ως εξέλιξη των γνώσεων πάνω στην επιστήμη της προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς και των πολιτιστικών ιδιοτήτων, ως πόρος για μία βιώσιμη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη, διαθέτοντας ψυχαγωγικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Στοχεύουν στην προσέλκυση νέων επισκεπτών στις περιοχές φιλοξενίας, δημιουργώντας ευκαιρίες κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης. Στις περιπτώσεις περιοχών με έντονη τουριστική ροή μπορεί να επιτευχθεί μία καλύτερη κατανομή αυτής της ροής, ενώ ταυτόχρονα δίνεται η ευκαιρία σε περιοχές λιγότερο γνωστές ή απόμακρες να παρουσιαστούν, να προσελκύσουν και να δημιουργήσουν την επιθυμητή κινητικότητα, ενώ θεωρείται επιπρόσθετα μία λύση απέναντι στην εποχικότητα του τουρισμού.

Οι τεχνικές μάρκετινγκ που έχουν εξελιχθεί και στην περίπτωση που εξετάζεται εδώ των ηλεκτρονικών εφαρμογών, μπορεί να πραγματοποιείται με τις τεχνικές του mobile marketing και τα πλεονεκτήματα που διαθέτει, καθώς η προσέγγιση του χρήστη γίνεται ευκολότερα με την διάθεση μεγάλου όγκου δεδομένων προσωποποιημένων πληροφοριών και χωρίς τον περιορισμό χρόνου και χώρου. Αμφίδρομη επικοινωνία και ανάπτυξη του επικοινωνιακού μάρκετινγκ σε πραγματικό χρόνο, διαδραστική, έντονη και στοχευμένη αλληλεπίδραση, η οποία *θα παρέχει ισχυρή υποστήριξη για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της προώθησης της τοπικής φιλοξενίας και κληρονομιάς, δίνοντας τη δυνατότητα στον επισκέπτη να ανακαλύψει τον προορισμό κατά τη διάρκεια του ταξιδιού* ή και να τον γνωρίσει πριν την επίσκεψη μέσω της περιήγησης της εφαρμογής (Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness).

Η διάδοση της χρήσης της κινητής τεχνολογίας στην καθημερινή ζωή και στις βιομηχανίες έχουν ξεπεράσει τις προσδοκίες και ο τουρισμός δεν αποτελεί εξαίρεση (Dongwook and Sungbum, 2017). Η χρήση κινητών συσκευών και κυρίως των smartphone έχει εκτοξευθεί τα τελευταία χρόνια, ως εργαλείο δουλειάς και μάρκετινγκ ενώ η δημιουργία εφαρμογών για αυτές τις συσκευές κάνουν τη ζωή των ανθρώπων πιο εύκολη. Οι τομείς της διαφήμισης και του μάρκετινγκ εφαρμόζονται πλέον κατά κόρον από πολλές περιπτώσεις, εξελίσσοντας τη δική τους στρατηγική μάρκετινγκ με τον καθορισμό στόχων και ομάδων ενδιαφέροντος. Εφαρμογές με περιεχόμενο και στόχο την εξερεύνηση πολιτιστικών διαδρομών οφείλουν πλέον να έχουν ενσωματωμένα προηγμένα συστήματα πλοήγησης και εντοπισμού θέσης, όπως είναι το σύστημα GPS, για την διευκόλυνση περιήγησης και την παροχή καλύτερης εμπειρίας στον επισκέπτη-χρήστη, ενώ σε συνδυασμό με τη χρήση του Street View, η εφαρμογή διευκολύνει σίγουρα την περιήγηση του χρήστη γίνοντας ταυτόχρονα πιο εύχρηστη και εκπαιδευτική. Ζώντας στην εποχή της τεχνολογίας με τις ηλεκτρονικές κινητές συσκευές να έχουν γίνει προέκταση του σύγχρονου ανθρώπου και με τα εργαλεία μάρκετινγκ που έχουν αναπτυχθεί, η συλλογή στοιχείων και δεδομένων γίνεται σίγουρα με πιο εύκολο τρόπο απ' ότι παλαιότερα, ενώ και η ενημέρωση και η προσέγγιση του κοινού γίνεται πιο στοχευμένη. Οι τεχνολογίες πρέπει να υποστηρίζουν και όχι να αντικαθιστούν τη διαζώσης εμπειρία. Να ξετυλίγονται με τέτοιο τρόπο ώστε να δίνουν το ερέθισμα.

Από την άλλη πλευρά οι κινήσεις που πραγματοποιούνται μέσω GPS μπορούν να καταγραφούν και να διατηρηθούν σε μία βάση δεδομένων παρέχοντας έτσι τη δυνατότητα παρακολούθησης και ελέγχου των τουριστικών ροών, συμπεριφορών και προτιμήσεων των επισκεπτών. Με τη διάθεση και παροχή τέτοιων πληροφοριών και με

την καταγραφή των σημείων που τραβάνε το μεγαλύτερο ενδιαφέρον, μπορεί να προσφέρει μία εκτίμηση για τη δημιουργία τού τουριστικού προϊόντος, με την προτίμηση να δηλώνετε με τη χρήση των χαρτών. Η σύλληψη της ιδέας και πραγματοποίησης του Street View ήταν πραγματικά κάτι το επαναστατικό για την εποχή, πόσο μάλλον σήμερα όπου με την εξέλιξη της τεχνολογίας η αποτύπωση συραμμένων εικόνων γίνεται με πιο εύκολη διαδικασία και εξοπλισμό και σε καλύτερη ανάλυση ενώ το εύρος των καταγεγραμμένων περιοχών αυξάνεται καθημερινά. Το Street View σε μεταφέρει ψηφιακά στα επιθυμητά μέρη και τοποθεσίες προς εξερεύνηση, αποκτώντας εικόνα του χώρου και του σημείου ή εκθέματος του ενδιαφέροντος, σαν ένα ταξίδι πριν από το ταξίδι. Οι χρήστες μπορούν να έχουν μία πρώτη εικόνα και ακριβή τοποθεσία οποιουδήποτε σημείου αναζητούν, με ότι αυτό περιστοιχίζεται στην ευρύτερη περιοχή. Με την εξέλιξη και ευκολία της προσβασιμότητάς του και οι δυνατότητες που έχουν ενσωματωθεί στο συγκεκριμένο εργαλείο, προσφέρει πάρα πολλές δυνατότητες, προώθησης και προβολής του έργου σου και του πολιτιστικού υλικού της περιοχής. Η επιλογή εφαρμογών να εγκαταστήσουν τη συγκεκριμένη υπηρεσία στην εφαρμογή τους, ή να έχουν εντάξει το δικό τους έργο απευθείας στο Street View, με στόχο να προσφέρουν στο χρήστη μία πιο ολοκληρωμένη εμπειρία και να επωφεληθούν των προσφερόμενων δυνατοτήτων της εφαρμογής κάνοντας ταυτόχρονα την περιήγηση πιο διασκεδαστική σε συνδυασμό με την εκπαίδευση, κρίνεται ωφέλιμη. Επιπλέον η χρήση του Street View βοηθάει στο να γνωρίσει ο χρήστης το μέρος και το πολιτισμικό περιβάλλον της επιλογής του, χωρίς να είναι γνώστης της περιοχής. Οι εφαρμογές και οι νέες τεχνολογίες, ίσως να παίζουν ένα ρόλο διασωστικό καταγράφοντας τις άυλες όσο και υλικές πολιτιστικές δραστηριότητες, απομακρύνοντάς τες από τον κίνδυνο της αφάνειας, την παραγκώνισή τους και την εξαφάνισή της τους στο χρόνο, σε συνδυασμό με το φαινόμενο της αστυφιλίας.

Με τις πολιτιστικές διαδρομές να αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο προσέλκυσης επισκεπτών και δημιουργίας κινητικότητας, η περίπτωση των Γρεβενών έχει δείξει από νωρίς το ενδιαφέρον της για τη δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών στην Περιφέρεια καταθέτοντας προτάσεις σύστασης αυτών και την αναγνώριση και ένταξη τους σε Ευρωπαϊκά Προγράμματα, στην προσπάθειά της για την ανάδειξη του πολιτισμικού της περιβάλλοντος, με κύριο φορέα την ΕΦΑΓ. Η χρήση νέων τεχνολογιών και η δημιουργία εφαρμογών, αναφέρεται πλέον ως ένα απροσπέλαστο κομμάτι ενός στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ για την προώθηση των πολιτιστικών διαδρομών στα Αναπτυξιακά Προγράμματα των Περιφερειών. Όπως γίνεται αντιληπτό η Περιφέρεια των Γρεβενών, έχει ασπαστεί τις δυνατότητες και τα πλεονεκτήματα που μπορούν να προσφέρουν οι πολιτιστικές διαδρομές, με την ΕΦΑΓ να έχει καταθέσει προτάσεις για πολιτιστικές διαδρομές για την ένταξή τους σε ευρωπαϊκά προγράμματα όπως το ΕΣΠΑ και το Interreg. Προβλέπεται η δημιουργία ηλεκτρονικών εφαρμογών και για τις δύο περιπτώσεις φακέλων που έχουν κατατεθεί από την υπηρεσία για τις διαδρομές στα πέριξ της πόλης, ενώ κάποια από τα μέρη που απαρτίζουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή στην πόλη αναφέρονται ως μεμονωμένα στοιχεία ενδιαφέροντος⁵⁵.

⁵⁵ Προσωπική επικοινωνία ΕΦΑΓ.

Η προτεινόμενη εφαρμογή και η πολιτιστική διαδρομή με την ενσωμάτωση των προτεινόμενων τεχνολογικών πόρων και μέσων, θα συνθέσουν μία ευχάριστη, εύχρηστη, διαδραστική, ενημερωτική και εκπαιδευτική εφαρμογή, η οποία θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από χρησιμότητα και ευκολία στη χρήση, καλύπτοντας τις επιθυμίες και ανάγκες του χρήστη χωρίς να χρειάζεται η κάλυψη μεγάλων διαδρομών (one click away), με τα σχόλια και τις κριτικές να συμπληρώνουν την καθοδήγηση, ελέγχοντας τη λειτουργικότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η εφαρμογή θα καλύψει και την έλλειψη σημάνσεων, ενημερότητας και καθοδήγησης του κοινού, στις οδούς και στα σημεία ενδιαφέροντος. Η δημιουργία των εφαρμογών βάση του σχεδιασμού των ενταγμένων προγραμμάτων φαντάζει ακόμα μακριά, ωστόσο είναι ένα σημαντικό βήμα το οποίο μπορεί να επισπεύσει την προώθηση του έργου στην κοινωνία της τεχνολογίας και της ψηφιακής εποχής, σε συνδυασμό με την καθημερινή χρήση των κινητών συσκευών. Η ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού μέσω των διαδρομών και των εφαρμογών τους, να έρθει να προστεθεί στις ήδη υπάρχουσες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που υποστηρίζει ο τόπος, ενώ μπορούν να δημιουργηθούν οφέλη και για τις τοπικές επιχειρήσεις με δέσμευση διαφημιστικού χώρου εντός της εφαρμογής. Η δημιουργία μιας πολιτιστικής διαδρομής στην πόλη για την ανάδειξη του πολιτιστικού της υλικού, σε συνδυασμό με τη δημιουργία μιας εφαρμογής, μοναδικής για την περιοχή, σίγουρα μόνο οφέλη θα μπορούσε να προσφέρει και να λειτουργήσει ως ένα ακόμα βήμα στην προσπάθεια να ανταπεξέλθει η περιοχή στα ζητήματα που την ταλανίζουν, ενώ θα προσφέρει και στον ντόπιο πληθυσμό, να γνωρίσει καλύτερα τον τόπο του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Βοσινάκης, Σ. 2015. Εφαρμογές. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Βοσινάκης, Σ. 2015. *Εικονικοί κόσμοι*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. κεφ 6. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/3193>
- Βενετσανοπούλου, Μ. 2006. *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστορική εξέλιξη – Θεσμικό πλαίσιο*. INTERBOOKS, Αθήνα.
- Δέφνερ Α., Καραχάλης Ν., Μεταξάς Θ. 2010, *MARKETINGΚ ΤΟΥ ΥΟΠΟΥ (PLACE MARKETING)*, Πανεπιστημιακές παραδόσεις, Βόλος.
- Δήμος Γρεβενών. 'Πρακτικά Β' Συνέδριο Απανταχού Γρεβενιωτών. 16-19 Αυγούστου 2018.
- Διανέλλος Α. 2009. *ΒΑΛΙΑ ΚΑΛΝΤΑ Ένας ξεχωριστός κόσμος*, Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Γρεβενών.
- Καραχάλης Ν. 2015 «Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση», Διαθέσιμο στο< URL: <http://www.citybranding.gr/2016/02/city-branding.html>.r Κάλλιπος Αθήνα.
- Καραχάλης, Ν., Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Γ., Γιαννακίδης, Α., Μάσχα, Ε., Μούλιος, Μ., Παπαδάκη, Μ., Προσύλης, Χ., Τουλούπα, Σ. 2015. *Πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/2394>
- Κόκκινου, Ε. 2015. *Περιβαλλοντική γεωλογία και γεωτεχνολογία*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/325>
- Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. 2011. *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού – Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Εκδόσεις Κριτική ΑΕ, Αθήνα.
- Κωνσταντινίδης, Γ. 2004. *Μανιτάρια οδηγός μανιταροσυλλέκτη*. Ζαρζώνη, Γρεβενά.
- Κωνσταντινίδης, Γ. 2002. *Μανιτάρια Ένας παραμυθένιος μικρόκοσμος*. Καπόν, Γρεβενά.
- Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Γρεβενών 2002. *Τουριστικός οδηγός νομού Γρεβενών*, Β' έκδοση.
- Νομαρχία Γρεβενών, Τουριστικό Φυλλάδιο, 1998.
- Παπαδημητρίου, Α. 2014. *Σελίδες Ιστορίας των Γρεβενών*, Τόμος Β', Γρεβενά.
- Παρασκευόπουλος Π. Σ. & Παρασκευόπουλος Σ. Π. 2009. *Γρεβενά ένα οδοιπορικό*.
- Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας 2017. *Σχέδιο Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης. Τεύχος 1: Υφιστάμενη Κατάσταση*.

- Σαράντης Θ. 1960. *Τα Γρεβενά Η Συμβολή στην Ιστορία τους* Τευχ. 26 Μακεδονικά.
- Σφακιανιάκης, Μ. 2000. *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Έλλην, Αθήνα.
- Τζιόλας, Α. 2007. *Ορόσημα, Γεγονότα και πρόσωπα στα Γρεβενά και τη Δυτική Μακεδονία*. Γρεβενά.
- Τζιόλας Α. 2010. *ΠΙΝΑΚΟΣ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΖΑΓΟΡΙ-ΓΡΕΒΕΝΑ-ΚΟΝΙΤΣΑ-ΒΟΙΟ*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Περιοδικό Διάυλος.
- Τσουκαλά Ε. 2004. *Παλαιοντολογικές έρευνες και ανασκαφές στα Γρεβενά*. Τα Γρεβενά, Ιστορία, Τέχνη, Πολιτισμός. Πρακτικά Συνεδρίου 2002 Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Γρεβενών Οργανισμός Πολιτιστικής Ανάπτυξης Νομού Γρεβενών, Γρεβενά σσ.29-42.
- Φουντάς, Σ. & Γέμτος, Θ. 2015. Παγκόσμια Συστήματα Προσδιορισμού Θέσης (GPS) και Γεωγραφικά Πληροφοριακά Συστήματα (GIS). [Κεφάλαιο Συγγραμματος]. Στο Φουντάς, Σ., Γέμτος, Θ. 2015. *Γεωργία ακριβείας*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. κεφ 2. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/2672>

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Ankar, B. & D’Incau, D. 2002. Value creation in mobile commerce: findings from a consumer survey. *Journal of Information Technology Theory and Application*, 4 (1), pp 43-64.
- Chang P. 2017. "The Importance Performance Analysis of Taiwan Tourism Mobile Marketing," *Journal of Tourism Management Research*, Conscientia Beam, 4 (1), pp 12-16.
- Council of Europe, 2011. ‘Impact of European Cultural Routes on SMEs' Innovation and Competitiveness’.
- European Commission & Council of Europe, 2020. ‘Marketing strategies in the EU macro-regions: Cultural Routes and marketing of the macro-regional strategies’. Routes4U Project
- Davis, F.D., 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13 (3), pp 319–339.
- Dongwook K. & Sungbum K. 2017. The Role of Mobile Technology in Tourism: Patents, Articles, News, and Mobile Tour App Reviews. *Sustainability*, 9 (11), 2082.
- Graf M. & Popescu J. 2016. Cultural Routes as Innovative Tourism Products and Possibilities of their Development. *International Journal of Cultural and Digital Tourism* 3 (1).
- Hausmann A. & Weuster L. & Nouri-Fritsche N. 2015. Making Heritage Accessible: Usage and Benefits of Web-based Applications in Cultural Tourism *International Journal of Cultural and Digital Tourism*, 2 (1), pp. 19-27

- Higher Institute on Territorial Systems for Innovation – SiTI, 2016. Community Engagement in Cultural Routes, Work Paper, 1 (12).
- Holden, A. 2008. *Environment and Tourism*. Routledge Introductions to Environment Series, 2nd Edition.
- International Union for Conservation of Nature and Natural Resources 1980 ed. *World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development*. IUCN–UNEP–WWF.
- IUCN/UNEP/WWF 1991, *Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living*, Gland, Swiss.
- Kaplan AM. 2012. If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4. *Business Horizons, Elsevier, 55 (2), pp 129-139*.
- Karachalis N. 2015, “New tourism geographies in Athens: Heritage routes, changing neighbourhoods, and the need for new narratives”, article in *Pharos Vol. XXI - Special issue “Athens, Historic City, Modern Metropolis”*, p.p. 57-72, Peeters Publ., Louvain.
- Lederer A. & Maupin DJ. & Sena MP. & Zhuang Y. 2000. Technology acceptance model and the World Wide Web, *Decision Support Systems 29 (3) pp. 269–282*
- Severo M. 2020. Cultural Routes and Digital Representations. *Open Edition Journals*
- Mihalic T. 2016. Sustainable-responsible tourism discourse – Towards ‘responsustainable’ tourism. *Journal of Cleaner Production, 111, Part B, pp. 461-470*.
- Nah F. & Siau, K. & Sheng, H. 2005. The value of mobile applications: a utility company study. *Communications of the ACM, 48 (2), pp 85-94*.
- Phumisak S., Donyaprueth K., Vatcharaporn E. 2010. Mobile Marketing: Implications for Marketing Strategies, *International Journal of Mobile Marketing, Winter, 5 (2)*.
- Richards, G. 1996. *Cultural Tourism in Europe*. CABI, Wallingford.
- Rolando, A. & Scandiffio A. 2013. Mobile Applications as Tool for Exploiting Cultural Heritage in the Region of Turin And Milan, *International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, Volume XL-5/W2*.
- Ružić D. & Biloš A. & Kelić I. & 2012. Development of Mobile Marketing in Croatian Tourism Using Location-Based Services. *Tourism & Hospitality Industry Conference. New Trends in Tourism and Hospitality Management, 21*.
- Sabev N. & Bogdanova G. & Hristov P. 2019. Interactive System for Digital Presentation of Cultural Routes and Specialized Collections. *International Conference on Innovations in Science and Education*
- Theobald W.F. 2005. *Global Tourism Third Edition*
- United Nations Environment Programme (UNEP) & World Tourism Organization (WTO) 2005. *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers (English version)*

World Commission on Environment and Development (WCED) 1987. *Our Common Future*, Oxford University Press: Oxford.

World Tourism Organization (WTO) 1985. *The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development*. Madrid.

World Tourism Organization (WTO) 2015. *Global Report on Cultural Routes and Itineraries*. Affiliate Members Report: Volume twelve.

XXIV International CIPA Symposium, 2 – 6 September 2013, Strasbourg, France.

ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Agenda 21, UNCED, 1992:

<https://sustainabledevelopment.un.org/outcomedocuments/agenda21> (πρόσβαση 2 Φεβρουαρίου 2021)

CERTO - Cultural European Routes - Tools for a coordinated communication & marketing strategy (Project on cultural tourism selected in 2011):

<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/6963?locale=mt> (πρόσβαση 23 Μαρτίου 2021)

Commission on Sustainable Development (CSD):

<https://sustainabledevelopment.un.org/intergovernmental/csd> (πρόσβαση 2 Φεβρουαρίου 2021)

Committee on Cultural Routes (CIIC): <https://www.ciicomos.org/en/cultural-routes/> (πρόσβαση 25 Σεπτεμβρίου 2020)

Council of Europe, Cultural Routes: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/all-cultural-routes> (πρόσβαση 25 Σεπτεμβρίου 2020)

Council of Europe, Training Academy: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/training-academy> (πρόσβαση 25 Σεπτεμβρίου 2020)

European Institute for Cultural Routes, Values of Cultural Routes: <http://www.culture-routes.net/cultural-routes/values> (πρόσβαση 26 Σεπτεμβρίου 2020)

European Cultural Routes – Transfer Experiences Share Solutions: <http://certess.culture-routes.lu/> (πρόσβαση 26 Σεπτεμβρίου 2020)

ICOMOS 1999. International Cultural Tourism Charter Managing Tourism at Places of Heritage Significance: <https://www.icomos.org/en/newsletters-archives/179-articles-en-francais/ressources/charters-and-standards/162-international-cultural-tourism-charter> (πρόσβαση 29 Σεπτεμβρίου 2020)

GPS Accuracy: <https://www.gps.gov/systems/gps/performance/accuracy/> (πρόσβαση 4 Απριλίου 2021)

Levoy M. 2004. The Stanford CityBlock Project: multi-perspective panoramas of city blocks: <http://graphics.stanford.edu/projects/cityblock/> (πρόσβαση 4 Απριλίου 2021)

Lowensohn J. 2007. The tech behind Google's Street View:
<https://www.cnet.com/news/the-tech-behind-googles-street-view/>(πρόσβαση 3
Απριλίου 2021)

Mobile Marketing Association: <https://www.mmaglobal.com/>(πρόσβαση 27
Δεκεμβρίου 2020)

OHIO University, 2020: The Evolution of Portable GPS:
<https://onlinemasters.ohio.edu/blog/the-evolution-of-portable-gps/>(πρόσβαση 5
Απριλίου 2021)

Routes as Part of Our Cultural Heritage Report on The Meeting of Experts Madrid,
1994, 24-25 November: <https://whc.unesco.org/archive/routes94.htm>(πρόσβαση 20
Σεπτεμβρίου 2020)

Resolution CM/Res(2010)53 establishing an Enlarged Partial Agreement on Cultural
Routes:
https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805cdb50
(πρόσβαση 28 Σεπτεμβρίου 2020)

Resolution CM/Res(2013)66 confirming the establishment of the Enlarged Partial
Agreement on Cultural Routes (EPA):
https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805c69ac
(πρόσβαση 28 Σεπτεμβρίου 2020)

Resolution CM/Res(2013)67 revising the rules for the award of the “Cultural Route of
the Council of Europe” certification: <https://rm.coe.int/16807b7d5b>(πρόσβαση 28
Σεπτεμβρίου 2020)

Strategy Analytics: Worldwide Smartphone Population Tops 1 Billion in Q3 2012:
[https://www.businesswire.com/news/home/20121017005479/en/Strategy-Analytics-
Worldwide-Smartphone-Population-Tops-1](https://www.businesswire.com/news/home/20121017005479/en/Strategy-Analytics-Worldwide-Smartphone-Population-Tops-1)(πρόσβαση 10 Μαρτίου 2021)

The Club of Rome and sustainable development:
<http://donellameadows.org/archives/the-club-of-rome-and-sustainable-development/>
(πρόσβαση 4 Φεβρουαρίου 2021)

The Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes of the Council of Europe (ERA):
<https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/enlarged-partial-agreement>(πρόσβαση 28
Σεπτεμβρίου 2020)

The Icomos Charter on Cultural Routes:
https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/culturalroutes_e.pdf
(πρόσβαση 2 Οκτωβρίου 2020)

World Tourism Organization (WTO), Tourism and Culture:
<https://www.unwto.org/tourism-and-culture>(πρόσβαση 2 Νοεμβρίου 2020)

Βασικές πληροφορίες της Γενεύης: <http://www.geneva.info/facts/>(πρόσβαση 28
Νοεμβρίου 2020)

Δημογραφία της Γενεύης: [https://worldpopulationreview.com/world-cities/geneva-
population](https://worldpopulationreview.com/world-cities/geneva-population)(πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2020)

Διαρκής Κατάλογος Κηρυγμένων Αρχαιολογικών Χώρων και Μνημείων της Ελλάδος: [ΥΑ ΥΠΠΟ/ΔΙΛΑΠ/Γ/2199/31910/20-6-1997, ΦΕΚ 634/Β/30-7-1997](#)(πρόσβαση 10 Οκτωβρίου 2020)

Επιχειρησιακό Σχέδιο Δήμου Γρεβενών 2015-2019 Α' Φάση Στρατηγικός Σχεδιασμός: http://dimosgrevenon.gr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=40&Itemid=58(πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2020)

ΕΛΣΤΑΤ: Στο 16,2% η ανεργία στην Ελλάδα το γ' τρίμηνο του 2020 – Στους 756,4 χιλ. οι άνεργοι 2017 :<https://www.bankingnews.gr/index.php?id=536777>(πρόσβαση 19 Οκτωβρίου 2020)

Επιχειρησιακό Σχέδιο Δήμου Γρεβενών Φάση Α': Στρατηγικός Σχεδιασμός Γρεβενά, Δεκέμβριος 2020:
<http://www.dimosgrevenon.gr/attachments/article/2705/%CE%A3%CF%87%CE%AD%CE%B4%CE%B9%CE%BF%20%CE%A3%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D%20%CE%A3%CF%87%CE%B5%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CF%8D%20%CE%A0%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82%20%CE%94%CE%AE%CE%BC%CE%BF%CF%85%20%CE%93%CF%81%CE%B5%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CF%8E%CE%BD%202020-20>(πρόσβαση 30 Μαρτίου 2021)

Εφορεία Αρχαιοτήτων Γρεβενών: «Πράσινες Πολιτιστικές Διαδρομές: https://aetos-grevena.blogspot.com/2015/05/blog-post_581.html(πρόσβαση 10 Δεκεμβρίου 2020)

Η πόλη της Καστοριάς:
<http://exploringbyzantium.gr/EKBMM/Page?name=monument&lang=gr&id=6&sub=643&sub2=107&template=accessible>(πρόσβαση 10 Νοεμβρίου 2020)

Κακαράς Β. 2016. Πρόσφυγες στα Βλαχοχώρια!
<https://www.eleftheria.gr/%ce%b5%ce%bb%ce%bb%ce%ac%ce%b4%ce%b1.html/item/126320-%cf%80%cf%81%cf%8c%cf%83%cf%86%cf%85%ce%b3%ce%b5%cf%82-%cf%83%cf%84%ce%b1-%ce%b2%ce%bb%ce%b1%cf%87%ce%bf%cf%87%cf%8e%cf%81%ce%b9%ce%b1.html>(πρόσβαση 3 Δεκεμβρίου 2020)

Καραμπουρνιώτης Α. 2018. Οι πρόσφυγες... είναι οι μόνοι τουρίστες στην ορεινή ηπειρωτική Ελλάδα! – Σε «λουκέτο» όλο και περισσότερα ξενοδοχεία!
https://www.paskedi.gr/oi_prosfyges_einai_oi_monoi_touristes_sthn_oreinh_hpeirotikh_ellada_se_loyketo_olo_kai_perissotera_ksenodoxeia/(πρόσβαση 3 Δεκεμβρίου 2020)

Κέντρο Πιστοποίησης Μανιταροσυλλεκτών στα Γρεβενά 2017 – Υπογράφηκε μεταξύ Περιφερειάρχη και ΕΒΕ Γρεβενών η σχετική σύμβαση: <https://www.pdm.gov.gr/kentro-pistopiisis-manitarosyllekton-sta-grevena-ypograftike-metaxy-periferiarchi-ke-eve-grevenon-schetiki-symvasi/>(πρόσβαση 5 Σεπτεμβρίου 2020)

Κοντογιάννη Σ. 2017. Τουρισμός: Πεζοπορικές και πολιτιστικές διαδρομές στο Νεστόριο Καστοριάς: https://www.tornosnews.gr/foreis/periferies/37456-toyrismos-pezoporikes-kai-politistikes-diadromes-sto-nestorio-kastorias.html?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter&output_type=rss(πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2020)

Μυρτσιώτη Γ. 2007. «Πόλη του Μανιταριού» ανακηρύχθηκαν τα Γρεβενά: <https://www.kathimerini.gr/305950/article/epikairothta/ellada/polh-toy-manitariou-anakhryx8hkan-ta-grevena>(πρόσβαση 4 Σεπτεμβρίου 2020)

Πολιτιστικός Σύλλογος Λαβδανιωτών "Η Λάβδα", Μουσείο Μανιταριών: <https://lavda.gr/index.php/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%84%CE%B1%CF%81%CE%B9%CF%8E%CE%BD>(πρόσβαση 5 Σεπτεμβρίου 2020)

Ο Μακεδονομάχος Ζήσης Βέρρος από την Αβδέλλα Γρεβενών: http://www.pindos-n.gr/news/printer_friendly.cfm?areaid=12&id=1077&obcatid=23(πρόσβαση 3 Απριλίου 2021)

Σχέδιο Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας Ιανουάριος 2018: <https://pepdym.gr/images/Wb/A5PEP/320/8-SOTA-1.pdf> (πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2020)

Παπαδημητρίου Ι. 2018. Πώς συμβαδίζει η φιλοξενία προσφύγων στα Γρεβενά με την αύξηση του τουρισμού στη Δ.Μακεδονία: <http://www.prlogos.gr/%CE%B7-%CF%86%CE%B9%CE%BB%CE%BF%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%AF%CE%B1-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%83%CF%86%CF%8D%CE%B3%CF%89%CE%BD/>(πρόσβαση 6 Δεκεμβρίου 2020)

Πέτρου Σ. 2012. Ο πύργος του ωρολογίου της πόλης των Γρεβενών. (Το Ρολόι): <https://greveniotis.gr/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%B1-%CE%BB%CE%B1%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%B9%CE%B1/item/501-o-pyrgos-tou-orologiou-tis-polis-ton-grevenon-to-roloi>(πρόσβαση 5 Απριλίου 2021)

Πολιτιστικές διαδρομές στην Καστοριά το Σαββατοκύριακο της Αποκριάς, 2020: <https://sentra.com.gr/98%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%80%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%AC-%CE%BA%CE%B1/>(πρόσβαση 1 Νοεμβρίου 2020)

Σαββατοκύριακο Πολιτιστικών Διαδρομών στην Καστοριά, 2019: <https://sentra.com.gr/45%CF%83%CE%B1%CE%B2%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BA%CF%8D%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%80%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%AC-%CE%BA%CE%B1/>

[B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CF%81%CE%BF/](#)(πρόσβαση 1 Νοεμβρίου 2020)

Σχέδιο Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής 2020: <https://opengov.pdm.gov.gr/cons/wp-content/uploads/2019/11/programma-touristikis-provolis-pdm-2020.pdf>(πρόσβαση 13 Δεκεμβρίου 2020)

Το Ιστορικό Ρολόι της Πόλης των Γρεβενών Ξαναγεννιέται: http://www.dimosgrevenon.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=696:2013-04-19-08-15-10&catid=14:2013-02-26-12-35-27&Itemid=36(πρόσβαση 5 Απριλίου 2021)

Τουρισμός: Πεζοπορικές και πολιτιστικές διαδρομές στο Νεστόριο Καστοριάς: <https://www.tornosnews.gr/foreis/periferies/37456-toyrismos-pezoporikes-kai-politistikes-diadromes-sto-nestorio-kastorias.html>(πρόσβαση 2 Νοεμβρίου 2020)

Τουριστικός Οδηγός Γρεβενών Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών: <http://www.visit-grevena.gr>(πρόσβαση 22 Μαρτίου 2021)

ΦΕΚ 487, Περί ιδρύσεως Εθνικού Δρυμού Πίνδου: <http://pindosnationalpark.gr/wp-content/uploads/2017/07/120-1966.pdf> (πρόσβαση 18 Οκτωβρίου 2020)

Φωτόπουλος Ν. 2015. Η οχυρωμένη ακρόπολη στο Καστρί Γρεβενών: https://www.efsyn.gr/tehnas/art-nea/49395_i-ohyromeni-akropoli-sto-kastri-grebenon (πρόσβαση 11 Δεκεμβρίου 2020)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: 1. ΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ

1.1 ΠΑΡΚΟ ΤΩΝ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ

Στην δυτική είσοδο της πόλης και ακριβώς απέναντι από το κτίριο της Αυτοδιοίκησης της ΠΕ Γρεβενών βρίσκεται το «Πάρκο των Μανιταριών». Πρόκειται για ένα χώρο πρασίνου στην άκρη της πόλης που προσφέρεται για ελεύθερη δράση, αθλοπαιδιές και ψυχαγωγία, φιλοξενώντας κατά καιρούς διάφορες δραστηριότητες καλύπτοντας τις ανάγκες του Δήμου. Μέχρι πρότινος ήταν απλά ένα κοινό πάρκο. Από το 2017 είναι πλέον ένα πάρκο με χαρακτήρα και ταυτότητα καθώς βαπτίστηκε ως το «Πάρκο των Μανιταριών» καθότι τα τελευταία τρία χρόνια διεξάγεται εκεί η Πανελλήνια Γιορτή Μανιταριού. Κατά την εορταστική εκείνη περίοδο ο χώρος διαμορφώνεται και εμπλουτίζεται με καλλιτεχνικές μανιταροδημιουργίες, πραγματικά άξιες θαυμασμού. Θεωρείται ένα σημαντικό κομμάτι του πολιτιστικού παζλ της περιφέρειας έχοντας ταυτιστεί κυρίως με τη Μανιταρογιορτή αλλά και με άλλες υπαίθριες πολιτιστικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες.

Εικόνα 27: Είσοδος και κρήνη στο πάρκο των μανιταριών



Πηγή: προσωπικό αρχείο

1.2 Ο ΠΥΡΓΟΣ ΤΟΥ ΡΟΛΟΓΙΟΥ

Ο Πύργος του Ρολογιού είναι σήμα κατατεθέν της πόλης. Παρόλο που ο περισσότερος τοπικός πληθυσμός το έχει στο μυαλό του ως σημείο συνάντησης ή ως το κέντρο της πόλης, κουβαλάει και αυτό τη δική του ιστορία. Πρόκειται για ένα πεντάγωνο κτίσμα με την κάθε πλευρά του να έχει μήκος 2 μέτρα, ενώ το συνολικό του ύψος ξεπερνά τα 20 μέτρα. Στο εσωτερικό του υπάρχει μία στριφογυριστή σκάλα η οποία οδηγεί στην περιμετρική βεράντα του ρολογιού. Συνεχίζοντας προς την κορυφή υψώνονται καμάρες που στηρίζουν έναν κωνικό τρούλο, στην βάση του οποίου είναι ενσωματωμένες μεγάλες πλάκες ρολογιού, συνδεδεμένες με μια καμπάνα (Νομαρχία Γρεβενών, Τουριστικό Φυλλάδιο, 1998). Γίνεται λόγος για ένα κτίσμα του 1776, ως απόφθεγμα της Οθωμανικής

περιόδου το οποίο αποτελούσε τμήμα τουρκικού τζαμιού. Κατά το έτος απελευθέρωσης καταστράφηκε, για να χτιστεί εκ νέου λίγα χρόνια αργότερα. Το 1907 ανακαινίστηκε και προστέθηκαν σ' αυτόν ωρολογιακοί μηχανισμοί (Παπαδημητρίου Α.,2014). Έλαβε την τελική του όψη, η οποία διατηρείται έως σήμερα, με την ανακαίνιση του 1969 (αναγράφεται ως εντοιχισμένη επιγραφή), με την τελευταία παρέμβαση για την ανάδειξη του ιστορικού μνημείου να πραγματοποιείται το 2009.

Εικόνα 28: Πύργος του Ρολογιού



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

1.3 ΚΕΝΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Επόμενος σταθμός η τοποθεσία του Κέντρου Πολιτισμού. Δύο κτιριακές εγκαταστάσεις οι οποίες φιλοξενούν τη Λαογραφική Συλλογή και τη Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη. Η Λαογραφική Συλλογή του Δήμου Γρεβενών είναι κάτι νέο και μοναδικό για την πόλη. Εγκαινιάστηκε το 2018 με τίτλο «Μικρές Λαογραφικές Συλλογές», ωστόσο η παρουσία του είναι ακόμα άγνωστη σε πολλούς. Στο χώρο εκτίθενται συλλογές από γεωργικό εξοπλισμό, παραδοσιακές φορεσιές και είδη οικιακής χρήσης παλαιάς εποχής, σε συνδυασμό με τα ξυλόγλυπτα της συλλογής. Το μουσείο στεγάζεται στο Κέντρο Πολιτισμού Δήμου Γρεβενών, στην αίθουσα Δημ. Αγοράστη στον 1^ο όροφο, ενώ ακριβώς από κάτω υπάρχει ένας αμφιθεατρικός χώρος χωρητικότητας 370 θέσεων στον οποίο φιλοξενούνται κατά καιρούς διάφορες εκδηλώσεις είτε από ντόπιους συλλόγους είτε φιλοξενώντας ξένους καλλιτέχνες και παραστάσεις. Στον ίδιο χώρο λειτουργεί και ο κινηματογράφος της πόλης ενώ η παρουσία του υπάρχον αναψυκτήριου μπορεί να καλύψει τις ανάγκες των επισκεπτών. Η Κεντρική Βιβλιοθήκη διαθέτει πλήθος βιβλίων προς γνώση και πληροφόρηση του κοινού για την περιοχή, και όχι μόνο, είναι διαθέσιμα στο κοινό, ενώ φιλοξενούσε σε θυρίδα ένα γνήσιο αντίγραφο του Ερωτόκριτου.

Εικόνα 29: Κέντρο Πολιτισμού



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

1.4 ΟΙΚΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΟΜΑΧΟΥ ΖΗΣΗ ΒΕΡΡΟΥ

Απέναντι από το Κέντρο Πολιτισμού βρίσκεται η κατοικία του Οπλαρχηγού Ζήση Βέρρου, γνωστού Μακεδονομάχου, ένα κτίριο με ιστορική και αρχιτεκτονική σημασία. Ο Ζήσης Βέρρος (1880-1985), έλαβε μέρος σε περισσότερες από εξήντα μάχες από τις οποίες οι περισσότερες υπήρξαν μεν νικηφόρες, αλλά με σημαντικές και πολλές απώλειες.

Κατά την περίοδο της φασιστικής κατοχής (1940-44) συμμετείχε έντονα στον απελευθερωτικό αγώνα μέσα από τις τάξεις του ΕΑΜ-ΕΛΑΣ, πολέμησε, τραυματίστηκε, ενώ έμεινε υπόδικος για δύο χρόνια στις φυλακές Κοζάνης από τις οποίες απαλλάχτηκε μετέπειτα με βούλευμα⁵⁶. Για την αναγνώριση της πατριωτικής του δράσης το Κράτος τον τίμησε μ' ένα δίπλωμα και ένα μετάλλιο Μακεδονικού Αγώνα, καθώς και ένα δίπλωμα της «Πανελληνίας Συνομοσπονδίας Οπλαρχηγών⁵⁷». Η συγκεκριμένη οικία χτίστηκε το 1880 και είναι το μοναδικό σωζόμενο παραδοσιακό σπίτι στην πόλη των Γρεβενών. Είναι χτισμένο με συμπαγή χειροποίητα τούβλα, πέτρα και ξύλο, με τα μικρά ορθογώνια παράθυρα είναι ασφαλισμένα με σιδερένια κάγκελα, ενώ συγκεκριμένο κτίσμα έχει κηρυχτεί ως διατηρητέο ιστορικό μνημείο⁵⁸.

⁵⁶ Ο Μακεδονομάχος Ζήσης Βέρρος από την Αβδέλλα Γρεβενών: http://www.pindos-n.gr/news/printer_friendly.cfm?areaid=12&id=1077&obcatid=23

⁵⁷ Ο Μακεδονομάχος Ζήσης Βέρρος από την Αβδέλλα Γρεβενών: http://www.pindos-n.gr/news/printer_friendly.cfm?areaid=12&id=1077&obcatid=23

⁵⁸ Διαρκής Κατάλογος Κηρυγμένων Αρχαιολογικών Χώρων και Μνημείων της Ελλάδος: [ΥΠΠΟ/ΔΙΛΑΠ/Γ/2199/31910/20-6-1997_ΦΕΚ_634/Β/30-7-1997](http://www.yppio.gov.gr/ΥΠΠΟ/ΔΙΛΑΠ/Γ/2199/31910/20-6-1997_ΦΕΚ_634/Β/30-7-1997)

Καμία σήμανση δεν μαρτυρά τη σημαντικότητα του συγκεκριμένου κτιρίου, εκτός από μία μικρή πινακίδα στον εξωτερικό τοίχο που δύσκολα διακρίνεται και διαβάζεται. Στο εσωτερικό της οικίας βρίσκονταν τα παράσημα και οι τιμητικές αναφορές για την προσφορά του Μακεδονομάχου Οπλαρχηγού Ζήση Βέρρου. Η σειρά επίσκεψης των επισκεπτών στη συγκεκριμένη περιοχή ακολουθείται κατά βούληση.

Εικόνα 30: Οικία Οπλαρχηγού Μακεδονομάχου Ζήση Βέρρου



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

1.5 ΜΥΛΟΣ ΤΟΥ ΜΠΟΥΣΙΟΥ

Σε συνέχεια της διαδρομής μόλις 5 χλμ. από το κέντρο, διατηρείται ίσως το μόνο αποδεικτικό στοιχείο για την βιομηχανική δραστηριότητα της πόλης κατά τον προηγούμενο αιώνα. Στις Εργατικές κατοικίες της πόλης, βρίσκεται ο λεγόμενος Μύλος του Μπούσιου. Πρόκειται για ένα κτίσμα του 19^{ου} αιώνα, το οποίο αποτελεί τη μοναδική μαρτυρία βιομηχανικού κτιρίου της περιοχής και είναι δείγμα σπάνιας αρχιτεκτονικής. Πρόκειται για έναν προηγμένης τεχνολογίας για την εποχή του αλευρόμυλο, ο οποίος λειτούργησε ασταμάτητα για έναν περίπου αιώνα και η δραστηριότητά του ξεπερνούσε τα όρια της τουρκικής επικράτειας. Επρόκειτο για ένα τριώροφο κτίσμα, με τα υλικά κατασκευής του να ήταν πέτρα, συμπαγείς πλίνθοι, ξύλο, χυτοσίδηρος και βυζαντινά κεραμίδια. Σήμερα σώζεται μόνο το διώροφο νότιο τμήμα του, που αποτελούσε και τη θερινή κατοικία των ιδιοκτητών του. Ανήκε στην οικογένεια του Γ. Μπούσιου, από την οποία κράτησε και το όνομά του (Νομαρχία Γρεβενών, Τουριστικό Φυλλάδιο, 1998). Η

μετάβαση προς τη συγκεκριμένη τοποθεσία μπορεί να γίνει είτε με αυτοκίνητο είτε με τα πόδια με μία βόλτα 10 λεπτών γνωρίζοντας και άλλες πλευρές της πόλης. Δίπλα στο σωζόμενο αξιοθέατο, έχει ανακαινισθεί ο χώρος όπου κάποτε στεγάζονταν τα γραφεία του Μύλου και πλέον φιλοξενεί η Εφορεία Αρχαιοτήτων Γρεβενών. Το συγκεκριμένο κτίσμα, με το διπλανό του οίκημα έχει προταθεί για την δημιουργία μουσείου σε ένα μνημόνιο συνεργασίας μεταξύ της ΕΦΑΓ και του Δήμου Γρεβενών⁵⁹.

Εικόνα 31: Μύλος του Μπούσιου



Πηγή: Προσωπικό αρχείο

⁵⁹ Προσωπική επικοινωνία ΕΦΑΓ.