

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΜΕΛΕΤΗ - ΠΟΛΙΤΙΚΗ - ΠΡΟΒΟΛΗ -
ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Εισηγητής: Παναγόπουλος Αναστάσιος
Εργασία: Γραβάνη Γεωργίας



ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

2435

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	ΣΕΛ.
Α) ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ - ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ - ΘΕΣΗ	1-14
Β) ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ	15-19
Γ) ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	20-36
Δ) ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	37-65
Ε) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	66-69
ΣΤ) ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑ ΣΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	70-76
Ζ) ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	77-83
Η) ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	84-101
α) Τι προϋποθέσεις απαιτούνται για τη βελτίωση/δημιουργία μιας νέας εναλλακτικής μορφής τουρισμού	86-89
β) Μάρκετινγκ	89-92
γ) Χρηματοδότηση και προϋπολογισμός	92-93
δ) Οργανωτική δομή	93-94
ε) Υλοποίηση της εναλλακτικής μορφής τουρισμού	94-96
Θ) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	102-
Ι) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ	
Κ) ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	

A) ΕΙΣΑΓΟΓΗ

ΗΠΕΙΡΟΣ

Η ΗΠΕΙΡΟΣ είναι το Β-Δυτικό τμήμα της χερσαίας Ελλάδας. Δυτικά βρέχεται από το Ιόνιο πέλαγος και στο Βορρά γειττονεί με την Αλβανία. Β-Ανατολικά της βρίσκεται η Δυτική Μακεδονία και Ανατολικά η Θεσσαλία. Νότια της Ηπείρου είναι η Αιτωλοακαρνανία κι ένα μεγάλο τμήμα βρέχεται από τον Αμβρακικό.

Διαιρείται σε τέσσερις Νομούς: Ιωαννίνων, Άρτας, Πρέβεζας και Θεσπρωτίας, με πρωτεύουσες αντίστοιχα τα Ιωάννινα, την Άρτα, την Πρέβεζα και την Ηγουμενίτσα. Η Ήπειρος είναι μια περιοχή με πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον. Οι ακτές της είναι γεμάτες από μεγάλες αμμουδιές, γραφικά λιμανάκια, πανέμορφους κολπίσκους, βραχώδη ακρωτήρια και σπάνιους βιότοπους. Πλούσιες πεδιάδες με σημαντική παραγωγή από τις παραθαλάσσιες περιοχές της Άρτας και Πρέβεζας μέχρι το οροπέδιο των Ιωαννίνων. Κυριαρχούν τα βουνά, μεγαλόπρεπα, χιονοσκεπή για πολλούς μήνες, γεμάτα από δάση, ή βραχώδη σαν φυσικά κάστρα είναι γεμάτα από ορεινά χωριά και οικισμούς χαρακτηριστικά του Ηπειρωτικού χώρου. Λίμνες και ποτάμια συμπληρώνουν την φυσική γεωγραφία της Ηπείρου. Πάνω απ' όλα όμως η Ήπειρος είναι ιστορία, θρύλοι και παράδοση. Το αρχαιότερο Μαντείο των Ελλήνων στη Δωδώνη. Το μοναδικό νεκρομαντείο στον Αχέροντα, η πύλη του Άδη. Αρχαιολογικοί χώροι από την κλασική εποχή μέχρι τα μνημεία των νεωτέρων χρόνων. Και Ιστορία, Πύρρος, Δεσποτάτο Ηπείρου, Αλή Πασάς, Σούλι, απελευθερωτικοί αγώνες, 1912-13, έπος του 1940.

Ανεκτίμητος ο λαϊκός πολιτισμός της Ηπείρου και η παράδοση που ζει και συνεχίζει. Γνωστή η φιλογένια των Ηπειρωτών με την πλειάδα των μεγάλων ευεργετών. Η σημερινή Ήπειρος καλείται να παίξει το δικό της ρόλο σαν πύλη της Ελλάδας προς την Δ. Ευρώπη και στις σχέσεις με την Αλβανία. Η περιήγηση της Ηπείρου αποζημιώνει και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη. Φυσικό

περιβάλλον, ιστορία, θρύλοι και παράδοση είναι μια γνωριμία για ευχάριστες διακοπές.

ΙΩΑΝΝΙΝΑ

Ο Ν. Ιωαννίνων είναι ο μεγαλύτερος σε έκταση και πληθυσμό Νομός της Ηπείρου. Στα ανατολικά συνορεύει με τους Νομούς Καστοριάς, Γρεβενών, Τρικάλων και Άρτας. Νότια με το Νομό Πρέβεζας και Δυτικά με το Ν. Θεσπρωτίας. Στα βόρεια του Νομού βρίσκεται η Αλβανία. Η έκταση του Νομού είναι 4.990 τετρ. χλμ. και ο πληθυσμός του σύμφωνα με την απογραφή, περίπου στις 177.000 κατοίκους.

Είναι από τις πιο ορεινές περιοχές της Ελλάδας. Κυριαρχεί ο ορεινός όγκος της Πίνδου με τα βουνά Γράμμος, Σμόλικας, Γκαμήλα, Περιστέρι και στην υπόλοιπη έκταση τα βουνά Νεμέτσικα, Μιτσικέλι, Ολύτσικα, Κασιδιάρης και Ξεροβούνι και άλλα μικρότερα.

Πολλά ποτάμια ξεκινούν από τα βουνά του Νομού Ιωαννίνων και τροφοδοτούνται από τις πλούσιες βροχοπτώσεις της περιοχής που στην περιοχή της Πίνδου έχουν το μεγαλύτερο βροχομετρικό ύψος. Τα ποτάμια Αώος, Άραχθος, Καλαμάς, Λούρος έχουν τις πηγές στον Νομό Ιωαννίνων.

Η λίμνη των Ιωαννίνων, Παμβώτις, η Λίμνη της Ζαραβίνας, οι Δρακόλιμνες στα βουνά Γκαμήλα και Σμόλικας και η τεχνητή λίμνη του Αώου στο ομώνυμο υδροηλεκτρικό έργο συμπληρώνουν τη φυσική γεωγραφία του Νομού.

Το φυσικό περιβάλλον του Νομού είναι πλούσιο σε ποικιλία μορφών, χλωρίδας και πανίδας διατηρεί την καθαρότητα και τις μηδενικές σχεδόν επεμβάσεις, γι' αυτό και προσελκύει πολλούς φυσιολάτρες.

Τελικά ορεινά χωριά διατηρούν ακόμη τα παραδοσιακά τους χαρακτηριστικά και αποτελούν εξαιρετικά δείγματα λαϊκής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής.

Η Κόνιτσα, το Ζαγόρι και το Πάπιγκο με τη Χαράδρα του Βίκου, το Μέτσοβο, το Πωγώνι με τον Μεθοριακό Σταθμό Κακαβιάς, η Δωδώνη, τα Τζουμέρκα, τα Γιάννενα με την λίμνη, το Νησί, το Κάστρο, η δασοσκεπής Πίνδος, η Ζίτσα είναι περιοχές που συνδυάζουν φυσικές ομορφιές, ιστορία και παράδοση που προσελκύουν και ικανοποιούν τον ανέμελο τουρίστα, τον διανοούμενο, τον περιηγητή, τον ιστορικό, τον φυσιολάτρη, του στοχαστή, του μελετητή και τον κυνηγό του άγνωστου.

Η ιστορία έχει καταχωρήσει την Ήπειρο από την προϊστορική εποχή μέχρι σήμερα σε πολλές σελίδες.

Στο Μουσείο των Ιωαννίνων θα βρει ο επισκέπτης δείγματα από παλαιοντολογικά ευρήματα και από το πλούσιο ανασκαφικό έργο της αρχαιολογική Υπηρεσίας στην περιοχή.

Είναι τα πειστήρια του ελληνικού πολιτισμού της περιοχής και της ρίζας του Ελληνισμού.

Το Μαντείο της Δωδώνης είναι το αρχαιότερο μαντείο του Ελληνισμού και το αρχαίο Θέατρο Δωδώνης μαζί με το στάδιο είναι τα δείγματα της ελληνικής πολιτιστικής ταυτότητας. Θα μπορούσαμε να συμπυκνώσουμε την ιστορία της Ηπείρου σε λίγες γραμμές, σε ένα απόσπασμα από χαιρετισμό του αείμνηστου Κώστα Φρόντζου προέδρου της ΕΗΜ στο σύγχρονο "κοινό των Ηπειρωτών" που γέμιζε το Θέατρο Δωδώνης στα Δωδωναία.

*“Η Ήπειρος, φύτρα και ρίζα
των Ελλήνων, η Δωδώνη, πρωτό-
θρονη στα Ιερά των Πανελλήνων,
η αρχέγονος Ελλάς των Δωριέων,
κατηφορίζει στους αιώνες, όμοια
με τη ραχοκοκκαλιά των βουνών
μας, κι οι σκληροτράχηλοι πολεμιστές*

*του Πύρρου γίνονται πρωτοστάτορες
του Δεσποτάτου, Αρματωλοί και πολέμαρ-
χοι, πρωτομάστοροι και δάσκαλοι, θεμέλιο
και λαμπάδα του Γένους.*

*Αυτή τη φύτρα κι αυτή τη ρίζα την αγέραστη,
τη ζωντανή παράδοση, παράδοση του τόπου μας
και του λαού μας, ραψωδούν οι ψίθυροι της
Δωδωναίας δρυός. Αυτό το νόημα έχει για μας
η 'Ηπειρος''*

Η πόλη των Ιωαννίνων η πρωτεύουσα του Νομού, έχει πίσω της ιστορία πολλών αιώνων. Είναι χτισμένη στις όχθες της λίμνης Παμβώτιδας σε υψόμετρο 500 μ. Δεν είναι ακριβώς προσδιορισμένο πότε χτίστηκε.

Από τον Προκόπιο αναφέρεται πως το κάστρο χτίστηκε το 528 μ.Χ. από τον Ιουστινιανό, και τότε προσδιορίζεται και η ίδρυση της πόλης, αφού το Κάστρο είναι συνδεδεμένο με την ιστορία αυτής της πόλης και ο πρώτος οικισμός θεμελιώθηκε σ' αυτό.

Κατά καιρούς η πόλη και η περιοχή έχει υποστεί επιδρομές διαφόρων φυλών. Το 1204 εντάσσεται στο Δεσποτάτο της Ηπείρου και ακολουθεί μια περίοδος ανάπτυξης της πόλης.

Μεταγενέστερα δέχεται νέες επιδρομές και το 1430 καταλαμβάνεται από τους Τούρκους. Η μακρά περίοδος δουλειάς στην οποία δεσπάζει η περίοδος του Αλή Πασά, τελειώνει στις 21 Φεβρουαρίου 1913 με την απελευθέρωση της πόλης.

Στην περίοδο της πολύχρονης σκλαβιάς τα Ιωάννινα κατόρθωσαν να αναπτυχθούν σε μεγάλο οικονομικό και εμπορικό κέντρο, αλλά κυρίως έγιναν κέντρο γραμμάτων και διαφωτισμού.

*"Γιάννενα πρώτα στ' άρματα
στα γρόσια και στα γράμματα"*

θέλει την πόλη η παράδοση.

Μεθόδιος Ανθρακίτης, Μπαλάνος, Ευγ. Βούλγαρης, Ψαλλίδας και άλλοι είναι φυσιογνώμιες που δίδαξαν στις φημισμένες Σχολές των Ιωαννίνων.

Ίσως είναι μοναδική η περίπτωση που αυτή την περίοδο στις αγιογραφίες των Ναών σε Μοναστήρια στο Νησί και στη Βελλά ανάμεσα στους Αγίου βρίσκονται ζωγραφισμένες φυσιογνώμιες των κλασικών Πλάτωνα, Αριστοτέλη κ.λπ.

Τα Ιωάννινα έγιναν η πόλη των Θρύλων.

Η απελευθέρωσή της το 1913 τραγουδήθηκε απ' όλο το έθνος.

*"τα πήραμε τα Γιάννενα
μάτια πολλά το λένε..."*

Η σύγχρονη ιστορία με τους απελευθερωτικούς αγώνες 1912-1913, την αυτονομία της Β. Ηπείρου, το έπος του 1940 καταχωρεί τα Γιάννινα και την Ήπειρο στις λαμπρότερες σελίδες των εθνικών αγώνων. Πλούσια η ιστορία της πόλης και της περιοχής και επίσης πλούσια η παράδοση και ο λαϊκός πολιτισμός. Διάσπαρτη η περιοχή από μνημεία, ερείπια πειστήρια μιας ιστορικής διαδρομής τριών χιλιάδων χρόνων. Η αρχαιολογική σκαπάνη σε Δωδώνη, Πασσαρώνα, Βίτσα, Πωγώνι, Δουρούτη κ.α. φέρνει στο φως την κλασική περίοδο. Τα Μοναστήρια και τα Κάστρα δείχνουν τη συνέχεια του Βυζαντινού. Γεφύρια, τραγούδια, θρύλοι μεταφέρουν την λαϊκή παράδοση μέχρι σήμερα: Μπιζάνι, Μανωλιάσσα, Πίνδος, Καλπάκι δένουν την ιστορία του Έθνους.

Όποιος περπατάει στα Γιάννινα, στην Ήπειρο σε κάθε του βήμα βρίσκει τα πατώματα της Ιστορίας, τον αντίλαλο των θρύλων, την ζωντανή παράδοση.

Και τα σημερινά Γιάννινα με τους 100.000 κατοίκους έχουν τον δικό τους ρυθμό καθώς βρίσκονται στο κέντρο της Ηπείρου, και στο σταυροδρόμι προς την Ηγουμενίτσα την πύλη της Ελλάδας στην Δ. Ευρώπη και την Αλβανία. Το Πανεπιστήμιο, τα Νοσοκομεία, το Ναυταθλητικό Κέντρο, η Έκθεση και άλλες δραστηριότητες στην πόλη δίνουν το μέτρο της σύγχρονης εξέλιξης της πόλης.

TOURIST GUIDE

ΠΟΣ ΘΑ ΠΑΤΕ

Με λεωφορείο

Από την Αθήνα για τα Ιωάννινα εκτελούνται καθημερινά εννέα δρομολόγια για τον χειμώνα και έντεκα το καλοκαίρι με λεωφορεία το ΚΤΕΛ. Απόσταση 445 χλμ (7 ώρες περίπου).

Πληρ. ΚΤΕΛ ΑΘΗΝΑΣ τηλ. 5129363 (01)

ΚΤΕΛ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ τηλ. 26286 (0651)

Από τη Θεσσαλονίκη για τα Ιωάννινα εκτελούνται καθημερινά τέσσερα δρομολόγια για το χειμώνα και έξι το καλοκαίρι με λεωφορεία του ΚΤΕΛ. Απόσταση 370 χλμ (6 ώρες περίπου).

Πληρ. ΚΤΕΛ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ τηλ. 512444 (031)

ΚΤΕΛ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ τηλ. 27442 (0651)

Με αεροπλάνο

Από την Αθήνα για τα Ιωάννινα εκτελείται καθημερινά μια πτήση όλο το χρόνο. Δευτέρα-Τετάρτη-Παρασκευή-Σάββατο-Κυριακή εκτελούνται δύο πτήσεις (50').

Πληρ. Ο.Α. ΑΘΗΝΑΣ τηλ. 9616161

Ο.Α. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ τηλ. 23120

Αεροδρ. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ τηλ. 26218

Από τη Θεσσαλονίκη για τα Ιωάννινα εκτελούνται 4 πτήσεις την εβδομάδα, όλο το χρόνο (40').

Πληρ. Ο.Α. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ τηλ. 031-260121-9

ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ

Το Κάστρο των Ιωαννίνων

Το Κάστρο των Ιωαννίνων είναι από τα πιο παλιά Κάστρα που σώζονται σήμερα στην πατρίδα μας. Χτίστηκε επί Αυτοκράτορα Ιουστινιανού το 528 μ.Χ. Είναι το πιο αρχαίο Βυζαντινό Κάστρο και είναι σύγχρονο με τα Κάστρα του Διδυμότειχου και της Μουεμβασιάς.

Επί εποχής Αλή Πασά το Κάστρο των Ιωαννίνων έγινε το μεγαλύτερο διοικητικό κέντρο της Τουρκοκρατούμενης τότε Ελλάδας.

Μέσα στο Κάστρο αναπτύχθηκαν τα ελληνικά γράμματα και δίδαξαν όλοι σχεδόν οι Μεγάλοι δάσκαλοι του Γένους. Επίσης, οι Μεγάλοι Έλληνες οπλαρχηγοί όπως ο Διάκος, ο Ανδρούτσος, ο Καραϊσκάκης, ο Βαρνακιώτης, ο Μπότσαρης, ο Τζαβέλλας κ.ά. πέρασαν από το Κάστρο των Ιωαννίνων και μαθήτευσαν στις σχολές πολέμου του Αλή Πασά. Έτσι ο Αλής άθελά του βοήθησε τον σκληρό αγώνα των Ελλήνων κατά των Τούρκων, γιατί πίστευε πως οι Έλληνες και κυρίως οι Ηπειρώτες θα τον βοηθούσαν στα σχέδιά του να γίνει κάποτε και Σουλτάνος στην Κων/πολη.

Μέσα σ' αυτό το ιστορικό Κάστρο των Ιωαννίνων πέρασε όλη την πολυτάραχη ζωή του ο Μεγάλος τύραννος της Ηπείρου και του λαού της Ηπείρου, ο Αλή Πασάς. Εκεί μέσα, στα πολυτελή του παλάτια, έζησε τους μεγάλους του έρωτες με την κυρα-Βασιλική και εκεί πάλι ερωτεύτηκε την ερωμένη και μεγάλη αγάπη του γιού του Μουχτάρ, την Κυρα-Φροσύνη. Το Κάστρο των Ιωαννίνων έχει σχέση με την όλη οχύρωση του Βυζαντινού κράτους από τον Ιουστινιανό, η οποία άρχιζε από τον Δούναβη ποταμό και τελείωνε στη δυτική του πλευρά στη Βαλκανική Χερσόνησο.

Το Κάστρο των Ιωαννίνων αποτελείται από τέσσερα τμήματα:

- Τον εξωτερικό περίβολο
- Την Β.Δ ακρόπολη με το Ασλάν Τζαμί
- Την Β.Α ακρόπολη με το Ιτς Καλέ

- και την Καστροπολιτεία

Η περιοχή που κλείνεται από το Κάστρο είναι περί τα 190-200 στρέμματα, το δε μήκος του είναι γύρω στα 1800-2000 μ.

Επάνω από την Κεντρική πύλη του Κάστρου υπήρχε ένα Βενετσιάνικο ρολόι, το μηχανισμό του οποίου πήραν οι Ιταλοί το 1917.

Στην κεντρική πύλη του οι Τούρκοι κρέμασαν τον Νεομάρτυρα Γεώργιο, πολιούχο των Ιωαννίνων.

Το Κάστρο έχει πλάτος 10 μ.

Στη Ν.Δ πλευρά υπάρχει ένας τετράπλευρος πύργος κοτά στη σημερινή κεντρική πύλη, που έχει επάνω την επιγραφή «Θωμάς». Η επιγραφή αυτή μας πληροφορεί ότι ο πύργος αυτός χτίστηκε επί Δεσπότη Θωμά τον 14ο αιώνα και είναι το μοναδικό Βυζαντινό κτίσμα μαζί με ένα μικρό τμήμα στη Β.Δ ακρόπολη.

Δημοτικό Μουσείο

Στεγάζεται στο τζαμί του Ασλάν Πασά στο Β.Δ άκρο του Κάστρου και περιέχει τοπικές φορεσιές, συλλογές υφαντικής, αργυροχοΐας, ξυλόγλυπτα, το δαμασκνό σπαθί του Καραϊσκάκη κι άλλα κειμήλια. Είναι ανοιχτό κάθε μέρα 8.00-15.15, τηλ. (0651) 26356.

Πριν μπούμε στο Δημοτικό Μουσείο αριστερά βλέπουμε τους Τούρκικους στρατώνες, ένα μεγάλο κτίριο, τα μισοερειπωμένα λουτρά και ένα μικρό ανακαινισμένο κτίριο που χρησίμευε για βιβλιοθήκη.

Αρχαιολογικό Μουσείο

Είναι στην Κεντρική Πλατεία της Πόλης, στο Πάρκο "Λιθαρίτσια". Σχεδιάστηκε από τον αρχιτέκτονα Άρη Κωνσταντινίδη. Καινούργιο κτίριο του 1970. Ανοιχτό κάθε μέρα πλην Δευτέρας 8.30-15.00, τηλ. (0615) 25490. Περιλαμβάνει διάφορα εκθέματα. Σημαντικά είναι η συλλογή του από χάλκινα

σκεύη, αντικείμενα μικροτεχνίας του 13ου αιώνα και αργυροχοΐας της μεταβυζαντινής εποχής, όπως κ.λπ. Από εδώ η θέα είναι υπέροχη και μάλιστα πολύ νωρίς το πρωί. Βλέπει κανείς την παλιά πόλη και τα τζαμιά τυλιγμένα στην πρωινή ομίχλη και τον ήλιο να ανατέλει μέσα απ' τη λίμνη.

Λαογραφικό Μουσείο ΕΗΜ

Στεγάζεται σ' ένα τριόροφο ανακαινισμένο παλιό οίκημα της Εταιρείας στην οδό Μ. Αγγέλου. Άρχισε να οργανώνεται πριν από 21 χρόνια και με την κατάλληλη διαρρύθμιση των χώρων από την εταιρεία εξυπηρετεί λειτουργικά τους επισκέπτες. Παρουσιάζονται σπάνια δείγματα ηπειρωτικής παραδοσιακής τέχνης, φορεσιές, κοσμήματα, εργαλεία κ.ά. αντικείμενα.

Η Δημόσια Ζωσιμαία Βιβλιοθήκη

Είναι η πιο σημαντική. Παλιά στεγαζόταν σ' ένα κτίριο βυζαντινού ρυθμού που σήμερα είναι το Δημαρχείο, έργο του Αριστοτέλη Ζάχου. Τώρα στεγάζεται στο κτίριο των παλιών λουτρών κοντά στο Δημαρχείο. Η συλλογή είναι μεγάλη από εκδόσεις τοπικού ενδιαφέροντος και παλιά χειρόγραφα. Επίσης υπάρχουν κληροδοτήματα του βυζαντινολόγου Σπυρίδωνα Λάμπρου. Προστέθηκε πρόσφατα και ένας σημαντικός αριθμός βιβλίων του Αλέξανδρου Πάλλη. Η βιβλιοθήκη είναι δανειστική και με αναγνωστήριο.

Υπάρχει ακόμη και η βιβλιοθήκη που ανήκει στην Ε.Η.Μ. με μεγάλο αριθμό παλιών εντύπων και χειρογράφων.

Πινακοθήκη Ε.Η.Μ.

Με έργα σύγχρονων Ελλήνων Ζωγράφων. Στεγάζεται στο κτίριο της εταιρείας στην οδό Παρασκευοπούλου.

Το Ρολόι της Πόλης

Βρίσκεται στην Κεντρική Πλατεία. Χτίστηκε το 1905 επί Οσμάν Πασά. Έργο του Γιαννιώτη Αρχιτέκτονα Περικλή Μελίρρυτου.

Λαογραφικό Μουσείο

Φροντιστηριακό εργαστήριο της Φιλοσοφικής Σχολής του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. Βρίσκεται στην είσοδο της πόλης από Άρτα. Ιδρυτής του ο καθηγητής της Λαογραφίας Δ. Λουκάτος με αντικείμενα που συγκέντρωσαν οι φοιτητές.

Το τουριστικό περίπτερο ΕΗΜ

Στα Β.Δ των Ιωαννίνων, πάνω σε ύψωμα με θέα το μεγαλύτερο μέρος της πόλης και της λίμνης. Είναι νεόκτιστο με παραδοσιακή αρχιτεκτονική. Διαθέτει εστιατόριο, καφετέρια κ.λπ.

Θέατρο Ε.Η.Μ.

Δίπλα ακριβώς απ' το Τουριστικό Περίπτερο είναι απομίμηση αρχαίου θεάτρου. Κάθε καλοκαίρι δίδονται παραστάσεις, γίνονται συναυλίες, χοροί κ.λπ.

ΣΠΗΛΑΙΟ ΠΕΡΑΜΑΤΟΣ

Όποιος φτάνει στα Ιωάννινα δεν φεύγει αν δεν επισκεφθεί και το Σπήλαιο του Περάματος. Είναι από τα πλέον σημαντικά αξιοθέατα της πόλης και της περιοχής που προβάλλουν το τουριστικό ενδιαφέρον της Ηπειρωτικής Πρωτεύουσας. Και πράγματι αποζημιώνεται ο επισκέπτης του Σπηλαίου Περάματος από το θαύμα αυτό της φύσης που χιλιάδες χρόνια "έχτισε" σταγόνα-σταγόνα. Η ομορφιά των σχηματισμών εντυπωσιάζει και η ποικιλία των μορφών αφήνει την φαντασία να πλάσει τις πιο ωραίες συνθέσεις σε σχήμα και χρώμα και να δώσει τις πιο ποιητικές ονομασίες.

Το Σπήλαιο του Περάματος βρίσκεται στο εσωτερικό ενός λόφου δίπλα στο χωριό Πέραμα περίπου 4 χιλιόμετρα από τα Ιωάννινα στον δρόμο που

πάει για Μέτσοβο-Τρίκαλα. Η ανακάλυψη αυτού του πανέμορφου γεωλογικού σχηματισμού ξεκινάει από τις αρχές του αιώνα. Το 1940 χρησιμοποιείται σαν καταφύγιο των κατοίκων κατά την διάρκεια των βομβαρδισμών.

Το 1952 γίνεται μια πρώτη εξερεύνηση από τον καθηγητή Σωματικής Αγωγής Κων. Κασβίκη. Το 1954 γίνεται η πρώτη συστηματική εξερεύνηση-χαρτογράφηση από το ζεύγος των Σπηλαιολόγων Άννας και Ιωάννη Πετρόχειλου, οι οποίοι και πρότειναν την τουριστική αξιοποίηση του Σπηλαίου. Οι μακρόχρονες προσπάθειες της κοινότητας καρποφορούν με την σύσταση πριν από 35 χρόνια του "Οργανισμού Σπηλαίου Περάματος Ιωαννίνων" και από τότε αρχίζει ουσιαστική η αξιοποίηση η τουριστική εκμετάλλευση και η λειτουργία του Σπηλαίου Περάματος. Το πλήθος των σταλακτιτών και σταλαγμιτών, η ποικιλία των σχηματισμών, ο πλούτος των μορφών και το χρώμα και η φωτεινότητα των κρυσταλλικών αποθέσεων, κατατάσσουν το Σπήλαιο σε ένα από τα καλύτερα της χώρας και από τα καλύτερα λειτουργούντα Σπήλαια του κόσμου είδος του.

Το Σπήλαιο έχει πολλές ευρύχωρες αίθουσες με μεγάλο σταλακτιτικό και σταλαγμιτικό διάκοσμο. Η κυρία διαδρομή είναι 850 μέτρα και σ' όλο το μήκος υπάρχουν πολλές παράπλευρες αίθουσες με εξίσου πλούσιο διάκοσμο. Ο επισκέπτης θα ακούσει από τον ξεναγό τα ονόματα που έδωσαν οι ερευνητές του σπηλαίου αλλά περισσότερο θα δουλέψει η φαντασία του για να "βαφτίσει" ο ίδιος κάθε χώρο και σχηματισμό που αντικρύζει. Οι επισκέπτες του Σπηλαίου φτάνουν τις εκατοντάδες χιλιάδες τον χρόνο και η επίσκεψη αφήνει μια από τις ζωρότερες αναμνήσεις στο πέρασμα από τα Ιωάννινα, μαζί με τα αναμνηστικά αντικείμενα λαϊκής τέχνης που μπορούν να επιλέξουν στις πλούσιες συλλογές δεκάδων καταστημάτων που λειτουργούν κοντά στο Σπήλαιο.

Ο Οργανισμός Σπηλαίου Περάματος με την πολύχρονη παρουσία και πείρα, έχει οργανώσει τη λειτουργία και την επίσκεψη του Σπηλαίου με τον

καλύτερο τρόπο και ικανοποιεί τις απαιτήσεις κάθε επισκέπτη σε ενημέρωση, ταχύτητα, ευκολία διαδρομή και εξυπηρέτηση.

Ο ίδιος Οργανισμός αντιμετώπισε με επιτυχία όχι μόνο τα λειτουργικά προβλήματα αλλά και τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν κατά την μακροχρόνια χρήση και τον μεγάλο αριθμό επισκεπτών του Σπηλαίου. Έτσι με την συνεργασία ειδικών επιστημόνων του Πανεπιστημίου Πατρών, οι αλλοιώσεις στην χλωρίδα, η ανάπτυξη βρυομυκήτων και η πρασινάδα πάνω στους σχηματισμούς απομακρύνθηκαν και καθαρίστηκε το Σπήλαιο. Η εργασία αυτή τελείωσε επιτυχώς τον Ιανουάριο 1993 και το Σπήλαιο ξαναβρήκε την λάμψη του και την αρχική ομορφιά, έτσι που ανανεώνει την πρόσκλησή του και στους παλιούς επισκέπτες και φίλους του. Γιατί πράγματι όποιος το επισκεφθεί μια φορά γίνεται φίλος και θαυμαστής. Θαυμαστής του μεγαλείου της φύσης της αιώνιας ομορφιάς του κρυμμένου στα έγκατα της γης πλούτου. Της πανδαισίας των χρωμάτων και των μορφών.

Το Σπήλαιο είναι μια ποίηση του περιβάλλοντος και το τραγούδι της στάλας του νερού.

Η επίσκεψη του Σπηλαίου Περάματος είναι ένα προσκύνημα σε ναό της φύσης, αυτής της αζεπέραστης δύναμης της δημιουργίας.

Μουσείο Κέρινων Ομοιωμάτων Παύλου Βρέλλη

Πρόκειται για ένα αληθινό θαύμα δημιουργίας, αφού ο διεθνούς ακτινοβολίας καλλιτέχνης-γλύπτης Παύλος Βρέλλης έχει αποτυπώσει με μεράκι, πάνω σε κέρινα ομοιώματα όχι μόνο την ιστορία της Ηπείρου, αλλά και ολόκληρης της Ελλάδος!

Είναι το μοναδικό Μουσείο Κέρινων Ομοιωμάτων σ' ολόκληρη την Ελλάδα και από τα καλύτερα στον κόσμο! Και όσοι ακόμη το παραλληλίζουν με το Μουσείο Τυσσώ του Λονδίνου –που πίσω του υπάρχει μια κολοσσιαία

εμπορική εταιρεία— είναι γιατί κι εκεί χρησιμοποιούν το ίδιο υλικό για τα ομοιώματα, το κερί.

Ο Παύλος Βρέλλης είναι ο Άνθρωπος, ο Δάσκαλος, ο Γλύπτης, ο Αρχιτέκτων, ο Ζωγράφος, ο Ποιητής, ο Αρχιμάστορας, ο Συμπλευτής, ο “τα πάντα ποιών” με φαντασία, νού και ψυχή, ο χείμαρος της καλλιτεχνικής δημιουργίας, που θ’ αφήσει αιώνια άσβεστη τη σφραγίδα του σε τούτο τον ιστορικό τόπο, στα Γιάννενα, στην Ήπειρο, στην Ελλάδα, στον κόσμο ολόκληρο!

Μαστορεύοντας ο ίδιος παλεύοντας θα λέγαμε, κατόρθωσε να τελειώσει σχεδόν, ένα κολοσσιαίο ΕΡΓΟ ΖΩΗΣ, μόνος και αβοήθητος, με πολύ προσωπική εργασία, με δάνεια τραπεζών και με την συμπαράσταση καρδιακών φίλων του. Αξίζει πραγματικά να το επισκεφθείτε. Τηλ. 55055.

Πολεμικά Μουσεία

Υπάρχουν δύο, ένα στο ιστορικό Καλπάκι, όπου μπορείτε να θαυμάσετε εκθέματα από τον πόλεμο του 1940-41 και το άλλο είναι στο 30 χλμ. της οδού Ιωαννίνων-Άρτας, στο χάνι του Εμίν Αγά.

Υπάρχουν ακόμη στα Ιωάννινα θαυμάσιες ιστορικές εκκλησίες, όπως του Αγίου Αθανασίου (Μητρόπολη) της Αγίας Αικατερίνης, της Αγίας Μαρίνης, του Αρχιμανδρειού και η νεόκτιστη εκκλησία του Νεομάρτυρα Αγίου Γεωργίου στην Πλατεία Πάργης.

**B) ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ
ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ**

ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ

Είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψη οι γενικοί στόχοι για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή.

Ποιές γενικές κατευθύνσεις υπάρχουν σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο για την ανάπτυξη του τουρισμού

Είναι αναγκαίο να γνωρίζουμε τις κατευθυντήριες αρχές που διέπουν την τουριστική πολιτική των δημοσίων αρχών και την τουριστική δραστηριότητα των επιχειρήσεων. Είναι μεγάλο πλεονέκτημα να συμφωνεί η δραστηριότητα που θέλουμε να αναπτύξουμε με την τουριστική πολιτική του δήμου ή της περιφέρειας (συγκεκριμένα και των κοινοτήτων που ακόμη διέπουν ένα σημαντικό ρόλο μέχρι σήμερα —έως γίνει η ενσωμάτωση αυτών σε δήμους).

Ακόμη μπορεί οι κατευθύνσεις της τοπικής/περιφερειακής υπηρεσίας τουρισμού να βοηθούν την ανάπτυξη μιας ειδικής δραστηριότητας ή μίας ήπιας μορφής τουρισμού. Αντίθετα η ανάπτυξη της επιθυμητής δραστηριότητας μπορεί να εμποδιστεί αν δεν κινείται στα πλαίσια της γενικής τουριστικής πολιτικής που αφορά την περιοχή.

Εξάλλου, ίσως είναι αναγκαίο για τον τουρισμό, τα σχέδια να μπορούν να αλλάζουν και να λαμβάνονται υπόψη δυνατότητες για ανάπτυξη δραστηριοτήτων που προηγουμένως είχαν υποτιμηθεί.

Πως εμπλέκονται οι δημόσιες υπηρεσίες στη δημιουργία τουριστικής υποδομής και προβολής για τις μεμονωμένες δραστηριότητες

Μερικές δραστηριότητες είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό εξαρτώμενες από τις διευκολύνσεις που παρέχονται από το κράτος (έργα υποδομής όπως λιμάνια, δρόμοι, μέγαρα μουσικής, υπαίθρια θέατρα, μουσεία, γήπεδα γκολφ κ.λπ.).

Οι δημόσιες υπηρεσίες μπορεί να έχουν θετική ή αρνητική στάση απέναντι στην ίδρυση μιας καινούργιας τουριστικής δραστηριότητας και να μην έχουν διάθεση να την κάνουν προσιτή στους τουρίστες.

Σημαντικό είναι το ερώτημα: *είναι διατεθειμένες οι αρμόδιες δημόσιες υπηρεσίες και ικανές να συνεργαστούν για την ανάπτυξη μιας δεδομένης δραστηριότητας.*

Αν πάρουμε για παράδειγμα πόσο εύκολα δίνονται σήμερα άδειες για τα νυχτερινά κέντρα, μπαρ και πόσο δύσκολα για αθλητικές εγκαταστάσεις. Ακόμη και η παραχώρηση δημοτικού ή κοινοτικού χώρου για τουριστική εγκατάσταση είναι σήμερα πολύ δύσκολη, ιδίως στην συγκεκριμένη περιοχή, μιάς και ο νόμος Ιωαννίνων κατατάσσεται στις μη τουριστικές περιοχές —μιας και η τουριστική πολιτική στην Ελλάδα ακολούθησε το κυρίαρχο σύνθημα **“ΗΛΙΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ”**.

Οι αρνητικές συνέπειες βέβαια, δεν άργησαν να φανούν σε ολόκληρο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος στην Ελλάδα.

Η συγκέντρωση του μεγάλου όγκου των τουριστικών δραστηριοτήτων σε ορισμένες περιοχές, η σμίκρυνση της τουριστικής περιόδου, οι χαμηλές τιμές, αποτελούν τα χαρακτηριστικά και χρόνια προβλήματα του Ελληνικού τουρισμού και πάνω σ' αυτά στηρίζονται όλα τα σενάρια της τουριστικής πολιτικής.

Οι εναλλακτικές μορφές ήπιων μορφών τουριστικής ανάπτυξης, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η προσέλκυση πελατείας υψηλού εισοδηματικού επιπέδου συνιστούν, την τουριστική πολιτική του Ελληνικού κράτους.

Η περιοχή του Νομού Ιωαννίνων ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ και ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ για τις περισσότερες μορφές ήπιου τουρισμού, ολόκληρο το χρόνο. Ο συνδυασμός, του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, ιστορικά μνημεία και πολιτισμός, σύγχρονη μορφή και προσφερόμενες ανέσεις, είναι οι σπουδαιότεροι τουριστικοί πόροι της περιοχής μας που μπορούν να

χρησιμοποιηθούν για την εφαρμογή αυτής της πολιτικής, αφού αποτελούν, το Τουριστικό Προϊόν της περιοχής.

Βέβαια η τουριστική πολιτική υποστηρίζεται με την θέσπιση μέτρων όπως:
καθιέρωση αναπτυξιακών κινήτρων ν. 1892/90
επιχορηγούνται νέες ξενοδοχειακές μονάδες, εγκαταστάσεις και
εκσυγχρονισμοί υπαρχουσών μονάδων

Δημιουργία γηπέδων γκολφ, τένις, σκι κ.α

Η μετατροπή παραδοσιακών κτισμάτων σε ξενοδοχειακά καταλύματα

Προγράμματα Ευρωπαϊκής Ένωσης

LEADER

Επιχορήγηση τουριστικών δραστηριοτήτων σε ορεινές περιοχές

INTEREG

Ενίσχυση τουριστικών δραστηριοτήτων κυρίως με τη δημιουργία υποδομών.

Στα προγράμματα της περιφέρειας Ηπείρου έχουν συμπεριληφθεί πολλές προτάσεις για την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων στους ορεινούς όγκους καθώς και η δημιουργία δυνατοτήτων αξιοποίησης των τουριστικών πόρων με τη χρηματοδότηση έργων υποδομής.

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση έχει καθιερώσει τη λειτουργία δύο επιτροπών για τον τουρισμό.

NET (Νομαρχιακή Επιτροπή Τουρισμού) και

NETΠ (Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Επιβολής)

και οι δύο έχουν υιοθετήσει την άποψη ότι ο τουριστικός τομέας πρέπει να προωθηθεί με κάθε πρόσφορο μέσο.

Από όλους έχει γίνει αποδεκτό ότι η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να έχει κυρίαρχο στόχο τις ήπιες μορφές τουρισμού με σκοπό:

- την αύξηση της τουριστικής κίνησης
- την αύξηση της τουριστικής κίνησης στις ορεινές κοινότητες

- την δημιουργία νέων προορισμών εντός του νομού (Τζουμέρκα-Καλαρρύτες-Συράκκο) χωριά Λάκκας Σουλίου εν όψει της κατασκευής της ΕΓΝΑΤΙΑΣ οδού, Πωγώνι, όπου ήδη λειτουργεί το τελωνείο Κακαβιάς και πρόκειται να λειτουργήσουν άλλα δύο (Μέρτζιανης-Δρυμάδων), Κόνιτσα όπου ήδη αναπτύσσεται ραγδαία ο αθλητισμός (κανώ-καγιάκ) στα ποτάμια
- την ανάδειξη, συντήρηση και προβολή όλων των αξιοθέατων του νομού
- την βελτίωση των υποδομών (οδικό δίκτυο, ύδρευση, επικοινωνία, συγκοινωνιακά μέσα)
- την ενίσχυση για τη δημιουργία χώρων άθλησης, ψυχαγωγίας και αναψυχής
- την συνέχεια της τουριστικής προβολής
- την αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών, με την επιμόρφωση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα και
- τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων.

Γ) ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Πριν προχωρήσουμε στην ανάπτυξη ή την συνέχιση της ανάπτυξης μιας ήπιας μορφής τουρισμού, χρειάζεται να γίνει μια ειδική μελέτη του τουρισμού και της υπάρχουσας τουριστικής υποδομής στην περιοχή του νομού Ιωαννίνων.

Μια τουριστική μελέτη σχετικά με την υποδομή, την χρηματοδότηση κ.λπ. μας φανερώνει αν υπάρχουν δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη ή εξαρχής ίδρυση μιας νέας ήπιας μορφής τουρισμού.

Γενική κατάσταση του τουρισμού στην περιοχή και σημασία της ανάπτυξης νέων ήπιων μορφών τουρισμού, για την προσέλκυση επιχειρήσεων

Είναι χρήσιμο να γνωρίζουμε την τουριστική φυσιογνωμία της όλης περιοχής ή μιας ευρύτερης περιοχής διακοπών (θέρετρα), ώστε να μπορέσουμε να διαμορφώσουμε το πλαίσιο της μελλοντικής ανάπτυξης.

Η απρογραμμάτιστη επένδυση για την ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού σπάνια πετυχαίνει.

Μπορεί να υπάρχουν περιοχές με υπάρχουσα τουριστική υποδομή και αξιοθέατα, π.χ. χώροι ιστορικού ενδιαφέροντος που ήδη προσελκύουν μεγάλο αριθμό τουριστών. Σ' αυτή την περίπτωση μπορεί να είναι πιο σωστό να επικεντρωθούμε στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών και το επίπεδο των υπάρχοντων καταλυμάτων.

Μερικές ερωτήσεις που αφορούν τη γενική κατάσταση θα μπορούσαν να είναι: Ποιό είναι το τουριστικό πρότυπο της περιοχής. Πόσο μεγάλος είναι ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή. Πόση είναι η τουριστική δαπάνη. Ποιός είναι ο μέσος όρος παραμονής. Ποιά είναι η εποχιακή κατανομή του τουρισμού της περιοχής. Ποιά είναι η γεωγραφική έκταση της τουριστικής υποδομής. Ποιά είναι η περίοδος των διακοπών στην

περιοχή και τι ανέσεις υπάρχουν στα καταλύματα. Ποιές είναι οι περισσότερες υποσχόμενες επιλογές για τους τουρίστες από την υπάρχουσα τουριστική αγορά. Είναι οι τουρίστες ικανοποιημένοι με τις τουριστικές δραστηριότητες που προσφέρονται στην περιοχή.

Πληροφορίες για τέτοια θέματα μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία άποψης για την ανάγκη ανάπτυξης νέων τουριστικών προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων και των ειδικών μορφών τουρισμού.

Δεδομένα της περιοχής που αφορούν τέτοιου είδους

δραστηριότητες

Ποιές διαφορετικές ήπιες μορφές τουρισμού (και εν δυνάμει) προσφέρονται ήδη στην περιοχή;

Μπορεί να γίνει διάκριση σε:

- αυτές που είναι ήδη γνωστές στους τουρίστες
- αυτές που υπάρχουν αλλά δεν έχουν ακόμη αναπτυχθεί
- αυτές που θα μπορούσαν να τεθούν υπό σκέψη για μελλοντική ανάπτυξη

Άλλες θεματικές δραστηριότητες μπορούν να είναι ανταγωνιστικές στις νέες, αλλά μπορούν επίσης να δημιουργήσουν και δυνατότητες για συνεργασία. Μια μεμονωμένη δραστηριότητα που ασκείται σε μια περιοχή φυσιολογικά δεν μπορεί να αποτελέσει τη βάση για την ανάπτυξη θεματικών διακοπών, παρά μόνον στην περίπτωση που είναι ισχυρή και χαρακτηριστική δραστηριότητα και απευθύνεται σε ειδικούς.

Συγκεκριμένες δραστηριότητες και θέματα

Τί επιπέδου είναι οι υπάρχοντες πόλοι έλξης, η τουριστική υποδομή και οι ανέσεις (τοπικού, περιφερειακού, εθνικού και διεθνούς);

Τι προδιαγραφές και τι εμβέλεια έχουν οι υπάρχοντες πόλοι έλξης και η τουριστική υποδομή, όσον αφορά το επίπεδο της αξιοποίησης και την ίδια τουριστική πηγή στην οποία βασίζεται η δραστηριότητα;

Θα πρέπει να συγκεντρωθούν πληροφορίες για το θέμα και σε σχέση με τον ανταγωνισμό και σε σχέση με την συνεργασία μεταξύ πολλών τουριστικών επιχειρήσεων.

Βελτίωση υποδομής, χώρων υποδοχής κ.λπ.

Πολλές δραστηριότητες απαιτούν την βελτίωση της υποδομής όπως κατασκευή δρόμων, μονοπατιών, σήμανσης, πινάκων πληροφόρησης, ειδικών χαρτών, τουριστικών οδηγών, πληροφοριών σε άλλες γλώσσες κ.λπ., ώστε να μπορέσουν οι τουρίστες να κάνουν χρήση της τουριστικής δραστηριότητας.

Οι τοπικές/περιφερειακές αρχές σχεδιασμού, θα πρέπει να ενημερώνονται συνεχώς για τις ανάγκες της περιοχής, σχετικά με την τουριστική υποδομή και να συνεργάζονται όταν είναι ανάγκη.

Μπορεί η υπάρχουσα δραστηριότητα να πετύχει την ανάπτυξη μιας συνολικής εναλλακτικής μορφής τουρισμού;

Μπορεί να θεωρηθεί ρεαλιστική από πλευράς κλιματολογικών και γεωγραφικών συνθηκών και υπάρχουσας υποδομής η δημιουργία ή ανάπτυξη μιας ειδικής μορφής τουρισμού;

Η ερώτηση αυτή αναμένεται να ξεκαθαρίσει το αν η μεμονωμένη θεματική δραστηριότητα μπορεί να εδραιωθεί.

Ποια είναι η στάση της τοπικής κοινωνίας και των τουριστών της περιοχής απέναντι στη δραστηριότητα αυτή;

Είναι η συμπεριφορά θετική, αρνητική ή αδιάφορη;

Μπορεί να διαμορφωθεί μια άλλη συμπεριφορά με την ανάπτυξη της θεματικής τουριστικής δραστηριότητας; Να προσπαθήσουμε να είμαστε πληροφοροημένοι για τη δημόσια συμπεριφορά, όπως αυτή φαίνεται για παράδειγμα στις εφημερίδες και κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού.

Μια αύξηση στον αριθμό των τουριστών σε μία περιοχή που ήδη έχει πολλούς τουρίστες, συχνά μπορεί να φανεί αρνητική εξαιτίας της δημιουργίας φόβου κυκλοφοριακής συμφόρησης, πίεσης στο περιβάλλον, άγχους κ.λπ. στην περιοχή.

Ο πληθυσμός μπορεί να έχει διαφορετική στάση απέναντι στη δραστηριότητα απ' αυτή των τουριστών. Αυτό μπορεί να είναι ένδειξη για το ποιος θα κάνει χρήση της δραστηριότητας αυτής και σε τί είδους μάρκετινγκ πρέπει να προσανατολιστούμε: η προβολή θα στοχεύει στον ντόπιο πληθυσμό, στους τουρίστες ή και στους δύο;

Υφιστάμενη χρήση και μάρκετινγκ για κάθε θέμα ή δραστηριότητα

Δεδομένα της τουριστικής αγοράς - είναι η αγορά σε ανοδική τάση ή πτώση - διεθνείς τάσεις

Θα πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη την γενική κατάσταση και την ανάπτυξη της τουριστικής αγοράς.

Με μία πρώτη ματιά, ήπιες μορφές τουρισμού που ελκύουν μια μεγάλη και αυξανόμενη αγορά, θα άξιζε περισσότερο να αναπτυχθούν. Ωστόσο ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος, εάν η αγορά είναι ήδη μεγάλη.

Ίσως είναι προτιμότερο να επικεντρωθούμε σε δραστηριότητες για μια περιορισμένη και καλά οριοθετημένη αγορά που έχει δυνατότητα ανάπτυξης και για την οποία δραστηριότητα η αγορά έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα στην περιφέρεια σε σχέση με άλλες περιοχές.

Έχει η περιοχή μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τη δραστηριότητα ή την ειδική μορφή τουρισμού;

Ποιά είναι τα πλεονεκτήματα της περιοχής; Πόσο σημαντικά είναι αυτά; Έχει γίνει πλήρης εκμετάλλευσή τους; Επιτρέπουν τα πλεονεκτήματα άλλων

περιοχών την αξιοποίησή τους με τη μορφή ανάπτυξης ή δημιουργίας της υπό σκέψη δραστηριότητας; Ποια είναι η ανταγωνιστική κατάσταση σε σχέση με άλλες περιοχές και χώρες για την ίδια δραστηριότητα;

Πώς βλέπουν οι τουρίστες τη θεματική αυτή τουριστική δραστηριότητα;

Αυτό είναι πολύ σημαντικό για την ανάληψη του κατάλληλου μάρκετινγκ. Θα είναι χρήσιμη η συμπλήρωση ενός ερωτηματολογίου μεταξύ των τουριστών.

Πόσοι τουρίστες χρησιμοποιούν τη δραστηριότητα (συνήθως, πόσοι είναι ντόπιοι και ποιός είναι ο μέσος όρος των τουριστών την ημέρα;)

Το υπάρχον επίπεδο χρήση της συγκεκριμένης δραστηριότητας μπορεί να δώσει μια ένδειξη για την ανάγκη παραπέρα ανάπτυξης.

Θα πρέπει να γίνει αντιπαραβολή με υπάρχουσες στατιστικές πληροφορίες

Πώς κατανέμεται η χρήση κατά τη διάρκεια του χρόνου;

Είναι αναγκαία η απόκτηση πληροφοριών για τη χρήση της υπό σκέψη δραστηριότητας καθόλη τη διάρκεια του έτους. Εξαρτάται η τουριστική δραστηριότητα από την εποχή; Μπορεί να παραταθεί η περίοδος άσκησής της; Οι κλιματολογικές συνθήκες είναι αυτές που βάζουν τα όρια;

Ποιες είναι οι κύριες αγορές (ηλικία, κοινωνικοοικονομικές ομάδες, περιοχή/χώρα, οικογένειες ή ομάδες, ή μεμονωμένα άτομα, ειδικοί ή γενικοί τουρίστες, προχωρημένοι ή αρχάριοι);

Είναι αναγκαίο να έχουμε μια συνολική γνώση της ομάδας τουριστών που ενδιαφέρονται για την άσκηση της συγκεκριμένης δραστηριότητας. Αυτού του είδους οι πληροφορίες που βασίζονται στα υπάρχοντα δεδομένα μπορεί να

είναι χρήσιμες στο σχεδιασμό της δραστηριότητας και να παρέχουν μεταξύ άλλων πληροφορίες για το σχεδιασμό της δραστηριότητας, τα περιθώρια και τα όρια δράσης.

Τί πληροφορόρηση υπάρχει για την τουριστική αγορά και σε τί άνοιγμα;

Σε σχέση με οποιαδήποτε υπάρχουσα χρήση της δραστηριότητας και οποιαδήποτε προβολή της είναι σημαντικό να γνωρίζουμε πώς συγκεντρώνονται οι πληροφορίες για τη δραστηριότητα σε τοπικό επίπεδο.

Πώς γίνεται η προβολή αυτής της τουριστικής δραστηριότητας;

Η χρήση κάθε υπάρχουσας δραστηριότητας εξαρτάται από τον τρόπο προβολής της. Επομένως είναι αναγκαίο να γνωρίζουμε τις δραστηριότητες και τις στρατηγικές του σύγχρονου μάρκετινγκ.

Τι ανέσεις υπάρχουν στα καταλύματα, είναι αυτές συνδεδεμένες με την δραστηριότητα - υπάρχει κνένα έτοιμο πακέτο για την ώρα;

Είναι οι ανέσεις των καταλυμάτων τέτοιες που να ταιριάζουν στους τουρίστες που θέλουν να κάνουν χρήση της δραστηριότητας και συμβαδίζουν με την ανάπτυξη των πακέτων ειδικών μορφών τουρισμού;

Μερικές δραστηριότητες έχουν ειδικές απαιτήσεις όσον αφορά τα καταλύματα. Αν οι ανέσεις των καταλυμάτων στην περιοχή λείπουν, μπορούν οι υπάρχουσες να διαφοροποιηθούν, ή πρέπει να γίνει επένδυση σε νέες;

Χρήσιμες είναι οι πληροφορίες που αφορούν τη δυναμικότητα, την κατηγορία και το επίπεδο τιμών των καταλυμάτων.

Θα είναι δυνατόν επιπλέον τουρίστες να βρουν κατάλυμα στην περιοχή;

Ποιο είναι το μέγεθος/μορφή των ομάδων που εμπλέκονται στη δραστηριότητα και πως αυτές λειτουργούν;

Είναι σημαντικό να είναι κανείς πληροφορημένος για τις υπάρχουσες τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής, και ειδικά τις σχετικές με την τουριστική δραστηριότητα που θέλουμε να αναπτύξουμε. Υπάρχουν επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για συνεργασία;

Είναι οι επιχειρήσεις μικρές, με τοπικούς ιδιοκτήτες ή είναι επιχειρήσεις μέλη αλυσίδων επιχειρήσεων; Οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι εύκολα να διαθέσουν κεφάλαια και γνώσεις αλλά συχνά εγκαταλείπουν μια επένδυση όταν δεν αποφέρει τα αναμενόμενα κέρδη.

Θα αποφέρει μια δραστηριότητα στις υπάρχουσες επιχειρήσεις ικανοποιητικά κέρδη και αξιόλογη πελατειακή βάση; Υπάρχει έδαφος για την ανάπτυξη νέων τουριστικών επιχειρήσεων; Υπάρχουν αθλητικά σωματεία ή ενδιαφερόμενες ομάδες που μπορούν να συμμετέχουν; Μπορούν τέτοιοι οργανισμοί να πάρουν μέρος στην δραστηριότητα καθώς και να συμβάλλουν για παράδειγμα στο μάρκετινγκ και τη χρηματοδότηση;

Ποιά είναι η στάση της τοπικής κοινωνίας και των τουριστών απέναντι στην τουριστική δραστηριότητα;

Έχουν γίνει κατανοητά τα οφέλη από τη συνεργασία στην περιοχή ή περιφέρεια;

Η συνεργασία προσφέρει έδαφος για έναν αποτελεσματικότερο συναγωνισμό με άλλες περιφέρειες μέσω της βελτίωσης της τουριστικής προβολής και των επενδύσεων σε καινούργιες ανέσεις. Υπάρχουν στην περιοχή πολλές επιχειρήσεις που συνεργάζονται ή ανταγωνίζονται μεταξύ τους ή υπάρχει ένα κυρίαρχο οικονομικό ενδιαφέρον;

Πως τέτοιου είδους παράγοντες θα επηρεάσουν το πεδίο μελλοντικής ανάπτυξης;

Θα ενθαρρύνει η ανάπτυξη της υπό σκέψη δραστηριότητας τη συνεργασία ή τις ανεξάρτητες πρωτοβουλίες;

Υπάρχει υποδομή που θα διευκολύνει τη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων είτε ειδικά με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα είτε γενικά γύρω από την τουριστική ανάπτυξη;

Σε τι βαθμό εμπλέκονται οι tour operators, εταιρείες δημιουργίας πακέτων, μεσάζοντες κ.λπ. στην προβολή της περιφέρειας γενικά και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ειδικά;

Ισχυροί tour operators μπορούν να ασκήσουν αξιόλογη επιρροή ενθαρρύνοντας τις τοπικές επιχειρήσεις να οργανώσουν ποικίλες δραστηριότητες για τους πελάτες τους για παράδειγμα εξασφαλίζοντας ένα συγκεκριμένο αριθμό πελατών. Οι tour operators μπορούν να επιδιώξουν να κρατήσουν χαμηλές τις τιμές σε μεμονωμένα κομμάτια που αποτελούν μέρη ενός πακέτου και αφορούν μια εναλλακτική μορφή τουρισμού ειδικά.

Όσον αφορά την προβολή, μπορούν να προσφέρουν μια ζωντανή συνεργασία και να συμβάλλουν στην ταχεία ανάπτυξη μιας τουριστικής αγοράς.

Τι σύλλογοι, ενώσεις σπορ/ενδιαφερόντων υπάρχουν σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο και στηρίζουν την προβολή της δραστηριότητας;

Ομάδες ειδικών ενδιαφερόντων μπορούν να συμβάλλουν στην τουριστική προβολή της δραστηριότητας με την πληροφόρηση των μελών τους, τη συμμετοχή μελών κ.λπ.

Εκτός από την συμβολή τους στο θέμα της προβολής, οι οργανισμοί αυτοί μπορούν να συμβάλλουν στην εξασφάλιση προδιαγραφών ποιότητας και επιπέδου.

Επίσης μπορεί να ενδιαφέρονται να περιορίσουν την άσκηση της δραστηριότητας στα μέλη τους ή να έχουν ειδικές απαιτήσεις που δεν συμφωνούν με τις απαιτήσεις και επιθυμίες των τουριστών.

Ποιο είναι το επίπεδο των ικανοτήτων των εμπλεκομένων στην διεύθυνση ή την εκμετάλλευση μιας επιχείρησης;

Σε μερικές μικρές επιχειρήσεις υπάρχει συχνά ενθουσιασμός και εξειδικευμένη λεπτομερής γνώση της δραστηριότητας αλλά περιορισμένη γνώση διεύθυνσης μιας επιχείρησης.

Σε άλλες περιπτώσεις υπάρχουν οι ικανότητες διοίκησης αλλά δεν υπάρχει αρκετός ενθουσιασμός και εξειδικευμένη γνώση της περιοχής.

Δεδομένου του αυξανόμενου διεθνούς ανταγωνισμού και της οικονομικής στασιμότητας, είναι αναγκαίο να αποκτήσουμε γενικές γνώσεις σε θέματα π.χ. ποιότητας, ανάπτυξης, προϊόντων, μάρκετινγκ και χρηματοδότησης.

Γενικές συνθήκες και όροι

Υπάρχουν ειδικά προβλήματα ή συνθήκες σε σχέση με την υπάρχουσα δραστηριότητα που μπορεί να επηρεάσουν μια παραπέρα ανάπτυξη της;

Μπορεί να υπάρχουν ειδικές συνθήκες σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο που να είναι κρίσιμης σημασίας για την ανάπτυξη μιας ειδικής μορφής τουρισμού.

Υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες που θα βοηθούσαν την περαιτέρω βελτίωση;

Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει ειδικές προτάσεις που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη ή την ύπαρξη επενδυτή/μεσάζοντα με κεφάλαιο για την ανάπτυξη των νέων δραστηριοτήτων.

Μια τέτοια ανάπτυξη θα μπορούσε να στηρίξει την υπό σκέψη δραστηριότητα.

Πώς αντιλαμβάνονται οι τουρίστες και η τοπική κοινωνία το φυσικό περιβάλλον;

Τα περιβαλλοντικά θέματα είναι σπουδαίας σημασίας για τον τουρισμό, και με την έννοια του πώς αντιλαμβάνονται οι τουρίστες το περιβάλλον της περιοχής και του πώς η τοπική κοινωνία αντιλαμβάνεται τον τουρισμό, συμπεριλαμβανομένης και της ανάπτυξης νέων τουριστικών δραστηριοτήτων.

Επομένως είναι αναγκαίο οι τουρίστες και η τοπική κοινωνία να προσελκύνονται από το περιβάλλον με την ευρεία έννοια.

Θα πρέπει λοιπόν να συγκεντρωθούν πληροφορίες για την τοπική αντίληψη του περιβάλλοντος από τους τουρίστες και η τοπική κοινωνία.

Απαντώντας στις πιο πάνω ερωτήσεις

Δίνουμε προτεραιότητα στην ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού που απαιτούν μικρό κεφάλαιο και δεν διαταράσσουν την περιβαλλοντική ισορροπία, όπως η δημιουργία για παράδειγμα ενός χιονοδρομικού κέντρου. Επίσης είμαστε προσανατολισμένοι κύρια στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αφορούν τις περιόδους εκτός αιχμής. Με βάση αυτά θεωρούμε ότι οι δραστηριότητες που θα μπορούσαν να αναπτυχθούν ακολουθώντας την παραπάνω λογική σειρά είναι:

ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πεζοπορία

Ορειβασία

Ορνιθοσκοπία

Μελέτη της άγριας πανίδας και χλωρίδας

Συλλογή βοτάνων

Μακρινές-σύντομες διαδρομές, περίπατοι στα δάση των ορεινών περιοχών

Διαδρομές σε περιοχές ιστορικής, αρχαιολογικής αξίας, Βυζαντινά μοναστήρια και εκκλησίες, φημισμένα Ηπειρωτικά γεφύρια

ΥΔΡΟΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ανάπτυξη-αξιοποίηση των φημισμένων ιαματικών πηγών της επαρχίας Κόνιτσας (Αμάραντου, Καβασίλων)

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ - ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αυτό το είδος του τουρισμού είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον γιατί έχει δύο μεγάλα πλεονεκτήματα: γίνεται όλες τις εποχές του χρόνου και προσελκύει τουρίστες υψηλού επιπέδου.

Και για αυτούς τους λόγους, παρόλο που υπάρχει ήδη ένα συνεδριακό κέντρο στο Μέτσοβο, είναι αναγκαία η δημιουργία τουλάχιστον ενός ακόμη στην πόλη των Ιωαννίνων. Το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων και τα δύο Νοσοκομεία έχουν συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην αύξηση των συνεδριακών τουριστών και φανερώνουν την αναγκαιότητα μιας τέτοιας επένδυσης.

Η δημιουργία των συνεδριακών κέντρων θα πρέπει να συνοδεύεται απαραίτητα από:

- βελτίωση της υπάρχουσας υποδομής
- αύξηση του αριθμού ανώτερης κατηγορίας ξενοδοχείων στην πόλη των Ιωαννίνων
- πρόβλεψη περισσότερων δυνατοτήτων αναψυχής για τους τουρίστες

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η οργάνωση λαογραφικών-πολιτιστικών εκδηλώσεων σε πολλές περιοχές της περιφέρειας είναι ζωντανός και πετυχημένος θεσμός, και η επιτυχία του οφείλεται και στην αφθονία λαογραφικών-πολιτιστικών στοιχείων της Ηπείρου. Όμως ο θεσμός αυτός χρειάζεται στήριξη. Οι Δήμοι και οι Κοινότητες θα πρέπει να ενισχυθούν οικονομικά για να καθιερώσουν σε μόνιμη βάση τέτοιες εκδηλώσεις.

Μπορούμε ακόμη να αναπτύξουμε και να προωθήσουμε την δημιουργία πολιτιστικών-ιστορικών διαδρομών που θα περνούν από αρχαιολογικούς τόπους και μουσεία.

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Υπάρχει έδαφος για την παραπέρα ανάπτυξη των ήδη υπαρχόντων μορφών αθλητικού τουρισμού στο Νομό Ιωαννίνων.

Κωπηλασία και κανώ στην λίμνη των Ιωαννίνων

Καγιάκ στους ποταμούς Αώο στα βόρεια και Άραχθο στα ανατολικά του Νομού Ιωαννίνων

Ποδηλασία στην ορεινή ζώνη του νομού

Οργάνωση διεθνών αθλητικών αγώνων

Δημιουργία χειμερινών-θερινών αθλητικών εγκαταστάσεων

Βελτίωση της αθλητικής υποδομής (κατασκευή γηπέδων τένις, κολυμβητηρίων, γυμναστηρίων)

Εκτός από τα πακέτα χειμερινού τουρισμού για την ορεινή ζώνη του νομού Ιωαννίνων, υπάρχει δυνατότητα για τον τουρίστα άσκησης διαφόρων δραστηριοτήτων όλες τις εποχές του χρόνου όπως:

Χιονοδρομία

Ορειβασία στις κορυφές των οροσειρών της Πίνδου και των Τζουμέρκων

Οικολογικές διαδρομές στους Εθνικούς Δρυμούς Βίκου-Αώου και Πίνδου, στα παραδοσιακά χωριά του Ζαγορίου, στα άγνωστα περίχωρα του Σουλίου

Άσκηση λιμναίων και θαλασσιών σπόρ όπως κωπηλασία στη λίμνη των Ιωαννίνων, καγιάκ στα ποτάμια

Περιηγήσεις αρχαιολογικού και ιστορικού ενδιαφέροντος στα προϊστορικά, κλασικά, Βυζαντινά, Μεσαιωνικά και Νεώτερα μνημεία.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι πόλοι έλξης των τουριστών στην Ήπειρο είναι διεθνούς επιπέδου-ψηλές βουνοκορφές, και αμώδεις παραλίες, Εθνικοί Δρυμοί και άγρια πανίδα, σπήλαια και ιαματικές πηγές, παραδοσιακοί οικισμοί, σπάνια κλωρίδα και αρχαιολογικά μνημεία, ποτάμια και Βυζαντινά μοναστήρια σ' όλη την Ήπειρο, και ακόμη αναρίθμητα άλλα αξιοθέατα που μπορούν να κρατήσουν αμείωτο το ενδιαφέρον του επισκέπτη για μεγάλο διάστημα στην περιοχή.

Είμαστε της γνώμης ότι όλες οι ήδη ασκούμενες τουριστικές δραστηριότητες επιδέχονται έναν εμπλουτισμό τους, και αυτό μπορεί να γίνει εύκολα, μιας και υπάρχουν πλούσιοι τουριστικοί πόροι.

Η στάση και του ντόπιου πληθυσμού και των τουριστών είναι θετική απέναντι στις υφιστάμενες δραστηριότητες.

Οι διάφοροι συνδυασμοί μεταξύ των διαφόρων τουριστικών δραστηριοτήτων θα είναι θετικοί και για τον πληθυσμό γιατί θα προκαλέσει αύξηση της ζήτησης αλλά και για τους τουρίστες γιατί θα έχουν μεγαλύτερη δυνατότητα επιλογής.

Η τουριστική κίνηση σε διεθνές επίπεδο τείνει να γίνει ανελαστική και χαρακτηρίζεται από διαφοροποίηση στους τουριστικούς προορισμούς.

Στην Ήπειρο έχουμε μια αύξηση για το 1992 και στις αφίξεις (15%) και στις διανυκτερεύσεις (20%). Παράλληλα ο αριθμός των κλινών αυξήθηκε κατά 23%.

Ο μαζικός θερινός τουρισμός καλύπτει τους καλοκαιρινούς μήνες. Το Φθινόπωρο ενδείκνυται για ορειβασία, πεζοπορία, και άσκηση επιλεκτικών δραστηριοτήτων, κυρίως στο Νομό Ιωαννίνων. Αυτή είναι η ωραιότερη εποχή για την περιοχή λόγω των θαυμάσιων χρωμάτων του φυλλώματος των δένδρων και της κατάλληλης για την άσκηση των σπόρ θερμοκρασίας.

Κατά τη διάρκεια του χειμώνα πολλοί τουρίστες επισκέπτονται το Νομό Ιωαννίνων. Την ίδια εποχή ο αριθμός των τουριστών της παραλιακής ζώνης του Ιονίου σχεδόν μηδενίζεται, κι αυτό οφείλεται περισσότερο στην ανυπαρξία

οργάνωσης θαλασσιών σπορ σε συνδυασμό με εκδρομές στους σημαντικούς αρχαιολογικούς και τουριστικούς τόπους της περιοχής, και όχι στην έλλειψη πόλων έλξης τουριστών όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Μια άλλη κατηγορία χειμερινών επισκεπτών του Νομού Ιωαννίνων είναι οι αλλοδαποί αθλητές που έρχονται στην περιοχή για προπόνηση στη Λίμνη και τα ποτάμια επειδή τα νερά στην παρίδα τους είναι παγωμένα.

Ο μέσος όρος ηλικίας των χειμερινών τουριστών είναι 20-40 χρόνια και το κοινωνικοοικονομικό τους επίπεδο μέσο.

Οι περισσότεροι από τους χειμερινούς επισκέπτες της περιοχής δεν έρχονται για την άσκηση συγκεκριμένης δραστηριότητας λόγω και της έλλειψης ειδικής υποδομής.

Ωστόσο ο αριθμός των ειδικών τουριστών (π.χ. ασχολουμένων με καγιάκ, κανώ) συνεχώς αυξάνεται λόγω της μεγάλης αξίας των τουριστικών πόρων.

Οι τουρίστες που έρχονται για την άσκηση συγκεκριμένης τουριστικής δραστηριότητας έρχονται συνήθως μεμονωμένα, γνωρίζουν καλά την περιοχή (πολλές φορές και την γλώσσα), η ηλικία τους κυμαίνεται από 20 έως 60 ετών και είναι οι περισσότεροι υψηλού μορφωτικού επιπέδου.

Η πλειονότητα των τουριστών που έρχονται για χειμερινά και ποτάμια σπόρ είναι Γερμανόφωνοι και υπάρχουν σ' αυτή την κατηγορία και αρχάριοι και προχωρημένοι.

Οι υφιστάμενες ειδικές μορφές τουρισμού προβάλλονται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού μέσω:

Της διανομής πληροφοριακού υλικού

Της έκδοσης ειδικών φυλλαδίων που αφορούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ξεχωριστά για κάθε περιοχή (αξιοθέατα, χώροι κατασκήνωσης, ορειβατικά καταφύγια κ.λπ.)

Της διάθεσης βιντεοταινιών με τα αξιοθέατα όλης της χώρας

Του εφοδιασμού υπηρεσιών και διεθνών οργανισμών με διαφημιστικό υλικό

Τελευταία, τουριστικά γραφεία της Αθήνας προωθούν πακέτα οικολογικού τουρισμού για την οροσειρά της Πίνδου. Το πρόγραμμα περιέχει την άσκηση συνδυασμών επιλεκτικών δραστηριοτήτων για διάφορες ομάδες τουριστών και για διάφορα επίπεδα δυσκολίας: για έφηβους, ειδικούς, εύκολες διαδρομές για ηλικιωμένους, σκληρές πορείες κ.λπ.

Για χειμερινό τουρισμό υπάρχει η ανάλογη υποδομή (παραδοσιακοί ξενώνες) στα Ζαγοροχώρια, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν καταλύματα και από τους ειδικούς τουρίστες. Ο αριθμός των καταλυμάτων όμως δεν είναι αρκετός και θα πρέπει να αυξηθεί.

Στην πόλη των Ιωαννίνων επίσης υπάρχει έλλειψη μεγάλων ξενοδοχείων για την κάλυψη των αναγκών του συνεδριακού και αθλητικού τουρισμού.

Μέχρι τώρα υπήρχαν τουριστικά πακέτα μόνο για θερινό μαζικό τουρισμό. Τελευταία όμως άρχισαν να δημιουργούνται και πακέτα οικοτουρισμού.

Θα πρέπει να συνεχιστεί η προσπάθεια για δημιουργία πακέτων συνεδριακού και πολιτιστικού τουρισμού.

Δεν υπάρχουν στατιστικά στοιχεία για τον αριθμό των ασχολουμένων με την κάθε μία δραστηριότητα ομάδων. Μπορούμε όμως να υπολογίσουμε ότι υπάρχουν τουλάχιστον 500 άτομα που ασχολούνται με το καγιάκ και 5000 ορειβάτες στην περιοχή.

Υπάρχουν πολλές ενώσεις ανθρώπων με ειδικά ενδιαφέροντα στο χώρο του τουρισμού και σε εθνικό αλλά και σε τοπικό επίπεδο (Ορειβατικοί, χιονοδρομικοί σύλλογοι, Ναυτικοί Όμιλοι) και διάφορες ενώσεις για την προστασία της φύσης (όπως στην Κόνιτσα), που αντιτίθενται στην κατασκευή έργων που βλάπτουν το περιβάλλον (π.χ. στην κατασκευή καταφυγίου στα όρια του Εθνικού Δρυμού). Οι ενώσεις αυτές είναι πλήρως δραστηριοποιημένες –και σε εθνικό και σε τοπικό επίπεδο, και εμπλέκονται ως ένα βαθμό στην στήριξη της σχετικής δραστηριότητας μέσα από την οργάνωση εκδρομών για τα μέλη τους, την δημοσίευση άρθρων σε περιοδικά για ειδικούς, την διάθεση στο

κοινό χαρτών και πληροφοριών. Οι σύλλογοι όμως αυτοί δεν εμπλέκονται με κανένα τρόπο στο μάρκετινγκ της σχετικής δραστηριότητας.

Τα ειδικά προβλήματα που παρουσιάζει η ανάπτυξη όλων των υπάρχόντων ειδικών μορφών τουρισμού και διακοπών στο Ν. Ιωαννίνων και έχουν συνέπειες για την παραπέρα ανάπτυξή τους είναι ανεπαρκής.

Οργάνωση

Υποδομή

Παροχή Πληροφοριών

Ειδίκευση προσωπικού

Αποτελεί κοινή πεποίθηση και των τουριστών και του ντόπιου πληθυσμού ότι στο Ν. Ιωαννίνων και γενικά στην Ήπειρο το φυσικό περιβάλλον έχει διαφυλαχθεί σε ένα μεγάλο βαθμό και δεν έχει υποστεί την υποβάθμιση που έχουν υποστεί άλλες περιοχές της χώρας.

Οι φυσικοί τουριστικοί πόροι της περιοχής είναι σχεδόν ανέπαφοι και αυτό οφείλεται περισσότερο στην δυσκολία πρόσβασης στα μέρη αυτά και στην καταλληλότητά τους για την άσκηση μικρής κλίμακας δραστηριοτήτων και ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Δ) ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

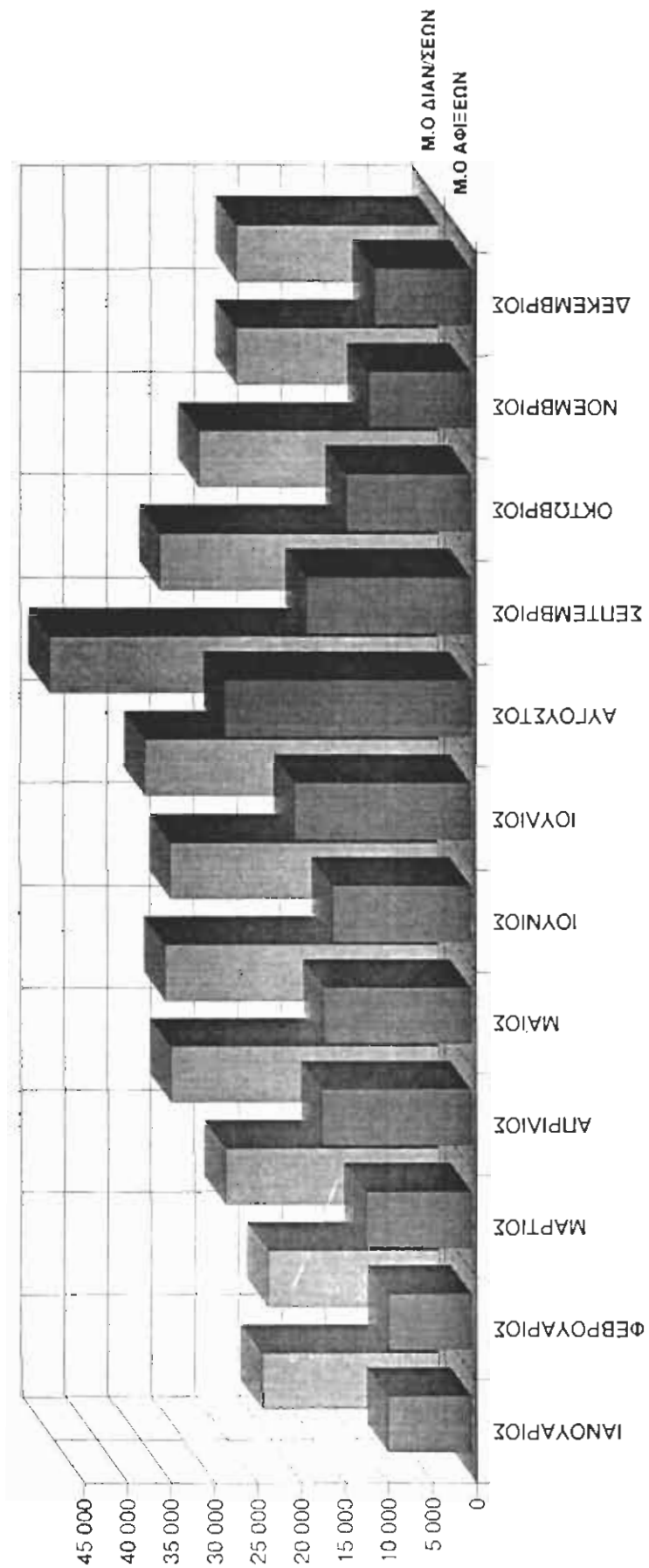
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

Τα στοιχεία της τουριστικής κίνησης του Ν. Ιωαννίνων, δηλαδή τα μεγέθη της τουριστικής ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ και ΖΗΤΗΣΗΣ αντίστοιχα παρουσιάζονται εδώ με σκοπό:

- α. να καταγράψουν την υπάρχουσα κατάσταση στον κλάδο
- β. να περιγράψουν τα σημαντικότερα ζητήματα
- γ. να σχολιαστούν τα δεδομένα
- δ. να οδηγήσουν σε συμπεράσματα και προτάσεις

Όλα τα στοιχεία έχουν πηγή τον Ε.Ο.Τ. (Διεύθυνση Ιωαννίνων), είναι τα μοναδικά επίσημα στοιχεία, θεωρούνται αξιόπιστα και η επεξεργασία τους έγινε από το Γραφείο Τουριστικής Ανάπτυξης Προβολής και Πληροφόρησης της ΔΕΤΑΙ.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΑΦΙΞΕΩΝ-ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΤΩΝ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 1992-1996



ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΑΦΙΞΕΩΝ-ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΧΡΟΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1992-1996

ΙΩΑΝΝΙΝΑ

ΜΗΝΑΣ	1992	1992	1993	1993	1994	1994	1995	1995	1996	1996	Μ.Ο	Μ.Ο
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	9 013	18 351	8 559	17 928	9 270	24 886	9 598	18 667	10 575	21 621	9 403	20 291
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	9 251	19 301	8 819	18 086	10 432	26 042	8 933	18 591	9 143	15 960	9 316	19 596
ΜΑΡΤΙΟΣ	10 862	22 840	14 790	26 853	10 691	25 991	10 476	21 103	12 882	25 726	11 940	24 503
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	17 578	30 161	16 193	29 117	17 357	34 747	15 972	28 981	17 504	30 401	16 921	30 681
ΜΑΪΟΣ	16 798	31 546	16 009	30 456	15 754	32 508	15 627	28 985	18 960	33 164	16 630	31 332
ΙΟΥΝΙΟΣ	17 369	31 490	14 945	29 407	15 407	34 760	13 795	26 879	16 675	30 858	15 638	30 679
ΙΟΥΛΙΟΣ	21 797	33 981	20 030	33 132	17 917	29 458	20 911	35 603	19 540	36 147	20 039	33 664
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	32 759	49 998	31 003	48 124	24 081	40 583	25 833	40 863	26 929	43 837	28 121	44 681
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	17 844	30 662	20 396	33 916	17 463	31 712	19 069	31 722	18 736	31 571	18 702	31 917
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	13 220	26 038	15 371	31 613	13 949	26 934	14 485	27 681	13 292	25 133	14 063	27 480
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	10 669	21 441	11 937	27 462	11 054	21 124	12 171	23 057	11 899	23 130	11 546	23 243
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	10 554	22 411	9 688	25 525	12 010	22 713	11 232	22 716	11 097	22 793	10 916	23 232
ΕΤΗΣΙΑ	187 714	338 220	187 740	351 619	175 385	351 458	178 102	324 848	187 232	340 341	183 235	341 297

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΑΦΙΞΕΩΝ-ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΧΡΟΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1992-1996

ΜΕΤΣΩΒΟ

ΜΗΝΑΣ	1992		1993		1994		1995		1996		Μ.Ο	Μ.Ο	Μ.Ο
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.			
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	1 568	3 148	1 637	2 389	1 226	2 120	1 366	2 562	1 858	3 259	1 531	2 696	
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1 239	2 422	812	1 652	619	1 001	770	1 408	717	1 007	831	1 498	
ΜΑΡΤΙΟΣ	330	721	1 036	1 686	923	1 820	1 190	1 976	1 535	2 797	1 003	1 800	
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	1 707	3 831	1 314	2 337	1 594	2 882	1 584	2 950	1 092	1 784	1 458	2 757	
ΜΑΪΟΣ	576	1 390	1 281	1 989	1 211	1 907	1 574	2 175	1 632	2 419	1 255	1 976	
ΙΟΥΝΙΟΣ	1 283	2 193	1 092	1 761	1 168	1 553	1 326	1 806	1 430	2 125	1 260	1 888	
ΙΟΥΛΙΟΣ	1 767	3 616	1 892	3 242	1 517	2 417	2 181	3 365	2 138	2 826	1 899	3 093	
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	3 740	5 666	4 301	5 996	3 479	5 427	4 371	6 611	4 386	6 092	4 055	5 958	
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	1 506	2 307	1 307	2 050	1 112	1 837	1 752	2 933	2 108	2 981	1 557	2 422	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	1 168	2 465	1 643	2 807	2 182	3 562	1 414	2 350	1 485	2 708	1 578	2 778	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	856	1 736	992	1 625	699	1 238	876	1 226	1 172	2 530	919	1 671	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1 957	4 656	2 405	4 520	1 742	4 625	2 020	4 925	2 530	4 862	2 131	4 718	
ΕΤΗΣΙΑ	17 697	34 151	19 712	32 054	17 472	30 389	20 424	34 287	22 083	35 390	19 478	33 254	

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΑΦΙΞΕΩΝ-ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΧΡΟΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1992-1996

ΚΟΝΙΤΣΑ

ΜΗΝΑΣ	1992		1993		1994		1995		1996		Μ.Ο	Μ.Ο
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.		
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	356	636	366	2 239	356	737	290	661	405	896	355	1 034
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	244	456	180	357	176	352		135	220	147	277	
ΜΑΡΤΙΟΣ	175	261	246	415	221	448	224	422	348	709	243	451
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	504	924	410	917	350	699	443	852	197	296	381	738
ΜΑΪΟΣ	454	728	371	763	477	750	481	676	376	727	432	729
ΙΟΥΝΙΟΣ	385	515	327	570	353	625	347	472	257	414	334	519
ΙΟΥΛΙΟΣ	608	1 619	442	1 592	378	496	441	1 100	492	587	472	1 079
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	945	2 825	1 187	2 901	949	1 596	1 055	2 395	747	1 222	977	2 188
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	493	669	356	558	306	586	297	427	365	532	363	554
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	354	613	513	921	519	829	498	849	407	804	458	803
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	321	554	361	702	460	685	308	462	596	1 475	409	776
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	416	1 048	359	787	358	682	322	787	476	810	386	823
ΕΤΗΣΙΑ	5 255	10 848	5 118	12 722	4 903	8 485	4 706	9 103	4 801	8 692	4 957	9 970

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΑΦΙΞΕΩΝ-ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΧΡΟΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1992-1996

ΖΑΓΟΡΙ

ΜΗΝΑΣ	1992	1993	1993	1994	1994	1995	1995	1996	1996	Μ.Ο	Μ.Ο	
	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡ.	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	170	365	151	254	173	576	199	320	128	495	164	402
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	130	301	47	99	80	142		112	191	74	147	
ΜΑΡΤΙΟΣ	142	349	244	526	126	296	134	264	280	896	185	466
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	413	1 042	457	1 019	215	695	423	1 454	281	1 184	358	1 079
ΜΑΪΟΣ	221	501	411	809	420	977	234	1 092	566	1 933	370	1 062
ΙΟΥΝΙΟΣ	373	868	347	590	534	927	184	386	198	571	327	668
ΙΟΥΛΙΟΣ	257	678	706	1 526	344	1 168	312	869	471	1 378	418	1 124
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	408	1 153	888	1 744	642	1 975	411	1 415	734	1 996	617	1 657
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	420	702	354	719	207	415	204	437	303	786	298	612
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	468	1 290	265	601	297	640	299	804	324	979	331	863
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	302	436	100	247	223	356	144	279	189	586	192	381
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	316	1 109	294	1 211	178	774	161	600	408	1 231	271	985
ΕΤΗΣΙΑ	3 620	8 794	4 264	9 345	3 439	8 941	2 705	7 920	3 994	12 226	3 604	9 445

Η Τουριστική Προσφορά στο Νομό Ιωαννίνων

Στο Νομό Ιωαννίνων υπάρχουν 171 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, με συνολικό αριθμό 1.988 δωματίων, και 3.985 κλινών.

Στους πίνακες που ακολουθούν φαίνεται εκτός των άλλων και η γεωγραφική διασπορά, το είδος και το μέγεθος των υπάρχόντων τουριστικών καταλυμάτων της περιοχής.

Κανένα ξενοδοχείο δεν χτίστηκε τα τελευταία 25 χρόνια στην πόλη των Ιωαννίνων.

Είναι φανερό ότι στο Νομό Ιωαννίνων δεν υπάρχει κανένα ξενοδοχείο ΑΑ ή και Α κατηγορίας.

Έχει ξεκινήσει όμως η κατασκευή μιας νέας ξενοδοχειακής μονάδας Α κατηγορίας εντός της πόλεως 135 δωματίων που θα αρχίσει να λειτουργεί στο τέλος του 1996.

Επίσης έχει εγκριθεί η υπαγωγή στα κίνητρα του αναπτυξιακού νόμου και άλλης δεύτερης ξενοδοχειακής μονάδας Α' κατηγορίας 70 δωματίων, στα περίχωρα της πόλης.

Τα περισσότερα καταλύματα του Νομού Ιωαννίνων στα Ζαγοροχώρια, την Κόνιτσα, το Μέτσοβο και αλλού, έχουν χτιστεί τα τελευταία 10 χρόνια. Είναι συνήθως μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις 1-10 δωματίων.

Ζωηρό είναι το ενδιαφέρον πολλών μικροεπενδυτών για τουριστικά καταλύματα στις ορεινές κοινότητες, σε ολόκληρο το νομό.

Στην πόλη, επίσης, υπάρχουν επιχειρήσεις, που προσφέρουν φαγητό και διασκέδαση, στους επισκέπτες, όλο το χρόνο, ενώ το ίδιο συμβαίνει και στις ορεινές περιοχές: Μέτσοβο, Κόνιτσα, Ζαγόρι, κ.α.

Συμπερασματικά ο Νομός Ιωαννίνων υστερεί και σ' αυτό τον τομέα έναντι άλλων νομών αφού δεν εντάσσεται στο κυρίαρχο τουριστικό προϊόν "ΗΛΙΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ" που προωθήθηκε τα τελευταία 30 χρόνια.

Η τουριστική προσφορά αναμένεται να αυξηθεί συνολικά τα επόμενα χρόνια και η εκτίμηση αυτή βασίζεται στην ύπαρξη των υπάρχοντων αναπτυξιακών προγραμμάτων, στη βελτίωση των έργων υποδομής στις ορεινές περιοχές, αλλά κυρίως στην αυξανόμενη ζήτηση για τουριστικά καταλύματα, στην πόλη όσο και στις περιοχές του Μετσόβου, της Κόνιτσας, των Ζαγορωχωρίων κ.λπ.

Η τουριστική προσφορά εκτιμάται ότι θα αναβαθμιστεί με την ολοκλήρωση των εργασιών αναστήλωσης μιας σειράς ιστορικών μνημείων της περιοχής, την ολοκλήρωση οδικών και άλλων έργων υποδομής στις ορεινές περιοχές και τέλος με την υλοποίηση προγραμμάτων προβολής, του νομού και της περιφέρειας της Ηπείρου.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΛΗΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

	ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ
1	ΞΕΝΙΑ Δωδώνης 33 Τ.Κ. 45221	Β	60	112	(0651) 47301 (0651) 47189
2	ΠΑΛΛΑΔΙΟ Μπότσαρη 1 Τ.Κ. 45444	Β	135	242	(0651) 34602 (0651) 25856
3	ΚΑΜΑΡΕΣ Ζαλοκώστα 74	Γ	9	19	(0651) 79348
4	ΑΛΕΞΙΟΣ Πουκεβίλ 14 Τ.Κ. 45444	Γ	92	160	(0651) 24003 (0651) 32070-1
5	ΑΣΤΟΡΙΑ Παρασκευοπούλου 2α, Τ.Κ. 45444	Γ	16	30	(0651) 20755 (0651) 25438
6	ΒΥΖΑΝΤΙΟΝ Τέρμα Δωδώνης (Βουημούνδου)	Γ	104	200	(0651) 43734-6 (0651) 40453
7	ΒΡΕΤΑΝΝΙΑ Κ. Πλατεία 11 Τ.Κ. 45001	Γ	23	43	(0651) 26380
8	GALAXY Πλατεία Πύρρου Τ.Κ. 45221	Γ	38	72	(0651) 25432 (0651) 25032
9	ΓΙΑΝΝΕΝΑ HOUSE Σεισμόπληκτα	Γ	16	31	(0651) 40762 (0651) 27864
10	ΔΙΩΝΗ Τσιριγώτη 10 Τ.Κ. 45444	Γ	44	74	(0651) 27032 (0651) 27864
11	ΕΓΝΑΤΙΑ Δαγκλή 2 & Αραβαντινού	Γ	52	96	(0651) 25667 (0651) 21886
12	ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Τσιριγώτη 8 Τ.Κ. 45444	Γ	36	68	(0651) 30726
13	ΕΣΠΕΡΙΑ Καπλάνη 3	Γ	35	59	(0651) 27682 (0651) 24111
14	ΚΙΝΓΚ ΠΥΡΡΟΣ Γούναρη Τ.Κ. 45444	Γ	23	40	(0651) 27652 (0651) 29830
15	ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΣ Κ. Κρυστάλλη 2 & Αβέρωφ Τ.Κ. 45444	Γ	16	33	(0651) 26207 (0651) 25507
16	ΟΛΥΜΠΙΚ Γ. Μελανίδη 2 Τ.Κ. 45001	Γ	44	84	(0651) 25888
17	ΤΟΥΡΙΣΤ Κωλέττη 18 Τ.Κ. 45444	Γ	32	55	(0651) 26443
18	ΠΑΡΙΣ Τσιριγώτη 6	Δ	15	30	(0651) 20541
19	ΠΑΡΑΔΕΙΣΟΣ Κ.Α. Φεβρουαρίου	Δ	22	39	(0651) 25365 (0651) 71152
20	ΑΓΑΠΗ Τσιριγώτη 6	Ε	9	20	(0651) 20541
	ΣΥΝΟΛΟ	20	821	1507	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΖΑΓΟΡΙΟΥ

	ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ
1	ΑΣΤΡΑΚΑ Πάπιγκο Ιωαννίνων	B	5	12	(0653) 41693
2	ΒΙΚΟΣ Μονοδένδρι Ζαγορίου	B	7	16	(0653) 61232 (0653) 61370
3	ΔΙΑΣ Μικρό Πάπιγκο Ιωαννίνων	B	5	11	(0653) 41257 (0653) 41892
4	ΖΗΣΗΣ Αρίστη Ζαγορίου	B	20	36	(0653) 41147
5	ΜΟΝΟΔΕΝΔΡΙ Μονοδένδρι Ζαγορίου	B	4	9	(0653) 71300
6	ΠΙΝΔΟΣ Σκαμνέλι Ζαγορίου	B	14	33	(0653) 81280
7	ΤΑ ΣΠΙΤΙΑ ΤΟΥ ΣΑΞΕΩΝΗ Πάπιγκο Ιωαννίνων	B	10	28	(0653) 41615
8	ΤΑΞΙΑΡΧΕΣ Αρίστη Ζαγορίου	B	21	42	(0653) 41888
9	ΦΑΝΗΣ Τσεπέλοβο Ζαγορίου	B	7	17	(0653) 81271
10	ΔΡΑΚΟΛΙΜΝΗ Τσεπέλοβο Ζαγορίου	Γ	31	60	(0653) 81150 (0653) 81312
11	ΕΛΑΤΗ Ελάτη Ζαγορίου	Γ	8	20	(0653) 61492
12	ΡΟΜΠΟΛΟ Λάισα Ζαγορίου	Γ	6	12	(0653) 81457
13	ΣΕΛΗΝΗ Βίτσα Ζαγορίου	Γ	7	17	(0653) 61350
14	ΤΟ ΡΟΔΙ Πάπιγκο Ιωαννίνων	Γ	6	13	(0653) 41954
15	ΤΟ ΣΠΙΤΙ ΤΟΥ ΟΡΕΣΤΗ Άνω Πεδινά Ζαγορίου	Γ	9	16	(0653) 71202
16	ΤΟ ΠΑΠΙΓΚΟ Πάπιγκο Ιωαννίνων	Γ	9	17	(0653) 41121
17	ΧΑΓΙΑΤΙ Τσεπέλοβο Ζαγορίου	Γ	7	14	(0653) 81301
18	ΓΚΟΥΡΗΣ Τσεπέλοβο Ιωαννίνων	E	8	16	(0653) 81288
	ΣΥΝΟΛΟ	18	184	389	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΚΟΝΙΤΣΑΣ

	ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ
1	ΜΠΟΥΡΑΖΑΝΙ Κόνιτσα	Β	22	41	(0655) 61283
2	ΑΩΟΣ Κόνιτσα	Γ	9	17	(0655) 22079
3	ΤΟ ΦΑΡΑΓΓΙ Κλειδωνιά Κόνιτσας	Γ	16	30	(0655) 22054
4	ΤΥΜΦΗ Κόνιτσα	Δ	8	20	(0655) 22035
5	ΚΕΡΑΣΟΒΟ Αγία Παρασκευή Κόνιτσας	Ε	11	25	(0655) 41215
6	ΠΑΛΛΑΔΙΟΝ Αμάραντος	Ε	9	19	(0655) 22696
	ΣΥΝΟΛΟ	6	75	152	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΜΕΤΣΟΒΟΥ

	ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ
1	ΔΙΑΣΕΛΟ	Α	18	34	41719 41895
2	ΒΙΚΤΩΡΙΑ	Β	37	64	41771 41898
3	ΑΠΟΛΛΩΝ	Γ	40	78	41844 41833
4	ΑΣΤΕΡΙ	Γ	27	52	42222 42650
5	ΓΑΛΛΕΙΑΣ	Γ	10	20	41202 41469
6	ΕΓΝΑΤΙΑ	Γ	38	68	41900 41263
7	ΚΑΣΣΑΡΟΣ	Γ	34	67	41662 41800
8	ΜΠΙΤΟΥΝΗΣ	Γ	32	62	41545 41217
9	ΟΛΥΜΠΙΚ	Γ	20	41	41337 41383
10	ΤΟΛΗΣ	Γ	12	22	42300 41014
11	ΜΑΡΙΑ	Δ	16	32	41451
12	ΑΘΗΝΑΙ	Ε	8	13	41217 41725
13	ΑΚΡΟΠΟΛΙΣ	Ε	7	16	41672
	ΣΥΝΟΛΟ	13	299	569	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΩΓΩΝΙΟΥ

	ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ
1	ΑΡΕΤΗ Βήσσανη Πωγωνίου	B	7	12	(0657) 71208
	ΣΥΝΟΛΟ	1	7	12	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΠΡΑΜΑΝΤΑ

	ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ
1	ΤΖΟΥΜΕΡΚΑ	Β	20	38	(0659) 61590 (0659) 61336
	ΣΥΝΟΛΟ	1	20	38	

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΕΠΑΡΧΙΑΣ ΔΩΔΩΝΗΣ

ΠΕΡΑΜΑ

	ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ
1	ΖΙΑΚΑΣ Πέραμα Τ.Κ. 45500	Γ	39	73	(0651) 28611 (0651) 30001-2
	ΣΥΝΟΛΟ	1	39	73	

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ (ΙΩΑΝΝΙΝΑ - ΝΗΣΙ)

ROOMS TO LET ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	CLASS ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ROOMS ΔΩΜΑΤΙΑ	BEDS ΚΛΙΝΕΣ	TELEPHONE ΤΗΛΕΦΩΝΟ
ΓΙΑΝΝΙΝΑ				
Δ.Ε.Τ.Α.Ι.	B	10	20	20188-32037
ΚΡΙΚΩΝΗΣ ΤΗΛΕΜΑΧΟΣ	B	17	30	44604-9
ΝΗΣΙ				
ΝΤΕΛΛΑΣ ΣΩΤΗΡΙΟΣ	B	8	22	81494
ΧΑΡΑΤΣΑΡΗΣ Π. & Δ.	A	2	6	81253
ΛΥΓΚΙΑΔΕΣ				
ΧΟΛΕΒΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	B	5	10	
ΣΥΝΟΛΑ		42	88	

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ (ΖΑΓΟΡΙ)

ROOMS TO LET ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	CLASS ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ROOMS ΔΩΜΑΤΙΑ	BEDS ΚΛΙΝΕΣ	TELEPHONE ΤΗΛΕΦΩΝΟ
---	--------------------	------------------	----------------	-----------------------

ΖΑΓΟΡΙ

ΔΥΤΙΚΟ ΖΑΓΟΡΙ

ΠΑΠΙΓΚΟ

ΑΦΟΙ ΕΞΑΡΧΟΥ	Γ	3	9	41179
ΖΗΚΟΠΟΥΛΟΥ ΟΛΓΑ	Β	2	5	41107
ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	Α	2	4	41124
ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ	Α	5	14	41883
ΚΩΤΣΟΡΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ	Γ	2	6	41087
ΚΩΤΣΟΡΙΔΗ ΑΓΓΕΛΙΚΗ	Α	2	5	41693
ΚΟΥΤΟΥΛΙΔΗ ΜΑΡΙΑ	Α	3	8	41705
ΚΡΑΝΙΩΤΗ ΛΑΜΠΡΙΝΗ	Γ	2	4	41994
ΜΠΙΤΟΥ ΚΑΛΥΨΩ	Α	7	17	41081
ΝΙΚΟΛΑΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	Β	2	6	41120
ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΕΛΕΝΗ	Α	3	7	41129
ΠΑΝΤΑΖΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	Α	2	5	41110
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ	Β	2	5	41755
ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ ΑΡΣΙΝΟΗ	Α	1	2	41707
ΠΑΠΑΕΥΑΓΓΕΛΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ	Α	4	12	41135
ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	Α	6	16	41138
ΚΑΛΛΙΑΚΛΜΑΝΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ	Β	2	6	
ΚΩΤΣΟΡΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ	Β	5	10	

ΑΡΙΣΤΗ

ΖΗΣΗ ΕΛΕΝΗ	Β	1	2	41913
ΜΠΕΛΛΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	Β	2	4	41181
ΠΑΓΟΥΝΗ ΑΜΑΛΙΑ	Γ	4	11	41663

ΒΙΚΟΣ

ΚΑΡΠΟΥΖΗΣ ΣΩΤΗΡΙΟΣ	Γ	6	16	41176
ΝΤΙΝΟΥΛΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	Β	5	11	41175
ΚΑΡΠΟΥΖΗ ΕΥΦΡΟΣΥΝΗ	Β	5	10	

ΣΥΝΟΛΑ

78

195

ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΖΑΓΟΡΙ**ΑΣΠΡΑΓΓΕΛΟΙ**

ΚΥΡΙΑΖΗ ΑΛΚΙΣΤΗ	B	5	13	61368
-----------------	---	---	----	-------

ΑΝΩ ΠΕΔΙΝΑ

ΑΧΝΟΥΛΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	B	5	12	71291
-------------------	---	---	----	-------

ΑΧΝΟΥΛΑΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	B	5	10	71216
---------------------	---	---	----	-------

ΞΑΝΘΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	A	4	12	71281
-------------------	---	---	----	-------

ΤΣΙΓΑΡΑ ΣΩΤΗΡΙΑ	B	5	14	71209
-----------------	---	---	----	-------

ΒΙΤΣΑ

ΒΑΤΑΒΑΛΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	B	4	12	61271
----------------------	---	---	----	-------

ΒΑΣΔΕΚΗ ΒΑΡΒΑΡΑ	B	3	8	71388
-----------------	---	---	---	-------

ΚΗΤΑΣ ΑΓΓΕΛΟΣ	B	3	9	
---------------	---	---	---	--

ΚΗΠΟΙ

ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΥ ΜΙΝΑ	A	5	14	51262
------------------	---	---	----	-------

ΒΕΡΔΑ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	A	4	10	51280
-----------------	---	---	----	-------

ΜΟΝΟΔΕΝΔΡΙ

ΖΑΡΚΑΔΑ ΑΝΔΡΟΝΙΚΗ	A	6	13	71305
-------------------	---	---	----	-------

ΘΕΜΕΛΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	Γ	3	9	71329
------------------	---	---	---	-------

ΤΣΙΚΝΙΑ ΑΡΜΟΝΙΑ	B	3	7	
-----------------	---	---	---	--

ΒΡΥΣΟΧΩΡΙ

ΤΣΟΥΜΑΝΗ ΣΤΑΜΑΤΙΑ	B	3	6	
-------------------	---	---	---	--

ΚΑΠΕΣΟΒΟ

ΦΙΤΣΙΟΣ ΠΕΤΡΟΣ	B	5	13	
----------------	---	---	----	--

ΣΚΑΜΝΕΛΙ

ΣΟΥΚΟΥΒΕΛΟΥ-ΜΗΤΣΙΟΥ ΑΝΑΣΤ	B	5	11	81378
---------------------------	---	---	----	-------

ΤΣΕΠΗ ΟΥΡΑΝΙΑ	A	4	10	81252
---------------	---	---	----	-------

ΤΣΕΠΕΛΟΒΟ

ΒΟΥΡΒΟΥ ΧΡΙΣΤΙΝΑ	B	4	8	81298
------------------	---	---	---	-------

ΔΕΛΗΓΙΑΝΝΗ ΕΡΑΣΜΙΑ	A	3	8	81232
--------------------	---	---	---	-------

ΒΑΓΓΕΛΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	B	5	11	81360
------------------	---	---	----	-------

ΤΣΑΒΑΛΙΑΣ ΘΕΟΔΟΣΙΟΣ	B	5	10	
---------------------	---	---	----	--

ΣΥΝΟΛΑ**89****220**

ΑΝΑΤΟΛΙΚΟ ΖΑΓΟΡΙ**ΓΡΕΒΕΝΙΤΙ**

ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	B	6	15	31212
---------------------------	---	---	----	-------

ΛΑΙΣΤΑ

ΒΕΗ ΝΙΚΗ	A	5	12	81210
----------	---	---	----	-------

ΒΟΒΟΥΣΑ

ΑΚΡΙΒΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ	A	2	4	31526
------------------	---	---	---	-------

ΔΡΟΥΓΙΑ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	B	2	6	31364
-------------------	---	---	---	-------

ΣΤΑΓΚΟΓΙΑΝΝΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ	A	3	6	31635
-------------------------	---	---	---	-------

ΑΝΔΙΚΟΥ ΧΡΥΣΟΥΛΑ		10	24	
------------------	--	----	----	--

ΚΑΡΥΕΣ (ΙΩΑΝΝΙΝΑ)

ΜΠΟΥΤΣΙΚΟΥ ΕΛΕΝΗ	B	3	8	
------------------	---	---	---	--

ΣΥΝΟΛΑ		31	75	
---------------	--	-----------	-----------	--

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ (ΚΟΝΙΤΣΑ)

ROOMS TO LET ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	CLASS ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ROOMS ΔΩΜΑΤΙΑ	BEDS ΚΛΙΝΕΣ	TELEPHONE ΤΗΛΕΦΩΝΟ
---	--------------------	------------------	----------------	-----------------------

ΚΟΝΙΤΣΑ

ΔΕΜΕΡΤΖΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ	A	2	5	22867
ΚΥΡΙΤΖΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	Γ	2	4	22389
ΜΙΣΣΙΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	Γ	4	9	22446
ΜΟΥΡΕΛΙΔΟΥ ΚΑΤΕΡΙΝΑ	A	10	24	22055
ΝΑΤΣΗΣ ΗΛΙΑΣ	B	5	11	61324
ΝΙΤΣΑΣ ΘΩΜΑΣ	B	8	18	22065
ΝΤΑΦΛΗ ΚΑΣΣΙΑΝΗ	A	5	12	22168
ΦΑΤΕΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ	A	4	12	22687
ΕΞΑΡΧΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	A	14	35	

ΚΑΒΑΣΙΛΑ

ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	A	4	8	23464
-------------------	---	---	---	-------

ΔΙΣΤΡΑΤΟ

ΓΕΡΑΣΗΣ ΕΥΘΥΜΙΟΣ	A	4	8	51307
ΜΑΪΠΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	A	4	8	51329
ΡΟΥΣΙΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	Γ	3	8	51203

ΑΜΑΡΑΝΤΟΣ

ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	B	9	16	22124
ΚΟΙΝΟΤΗΣ ΑΜΑΡΑΝΤΟΥ	Γ	5	9	
ΖΙΑΚΟΣ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ		2	4	
ΖΙΑΚΟΣ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ		6	10	
ΖΙΑΚΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ				
ΖΙΑΚΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ		6	12	

ΠΛΗΚΑΤΙ (ΚΟΝΙΤΣΑ)

ΝΑΤΣΗΣ ΠΡΟΚΟΠΗΣ	B	5	10	
-----------------	---	---	----	--

ΣΥΝΟΛΑ

102

223

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ (ΜΕΤΣΟΒΟ)

ROOMS TO LET ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	CLASS ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ROOMS ΔΩΜΑΤΙΑ	BEDS ΚΛΙΝΕΣ	TELEPHONE ΤΗΛΕΦΩΝΟ
--	----------------------------	--------------------------	------------------------	-------------------------------

ΜΕΤΣΟΒΟ

ΚΑΡΡΑΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ	B	7	16	41762
ΚΙΟΥΡΑΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ	A	5	10	42317
ΣΙΟΥΤΑΣ ΠΕΤΡΟΣ	Γ	8	16	41704
ΤΣΑΝΑΚΑ ΕΛΙΣΑΒΕΤ	B	8	17	41806
ΠΑΠΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ	Γ	15	34	
ΝΤΟΥΡΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ	B	9	18	
ΓΟΥΔΕΒΕΝΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ		13	32	
	ΣΥΝΟΛΑ	65	143	

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ (ΠΩΓΩΝΙ)

ROOMS TO LET ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	CLASS ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ROOMS ΔΩΜΑΤΙΑ	BEDS ΚΛΙΝΕΣ	TELEPHONE ΤΗΛΕΦΩΝΟ
---	--------------------	------------------	----------------	-----------------------

ΠΩΓΩΝΙ

ΔΟΛΙΑΝΑ

ΣΤΕΡΓΙΑΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	B	5	10	31329
--------------------	---	---	----	-------

ΚΑΛΠΑΚΙ

ΛΟΥΤΣΑΡΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	Γ	6	12	41289
ΜΟΝΕΔΑ ΧΑΡΙΚΛΕΙΑ	Γ	2	5	

ΚΑΤΩ ΡΑΒΕΝΙΑ

ΖΑΡΒΑ ΠΟΥΛΥΞΕΝΗ	B	4	8	41308
-----------------	---	---	---	-------

ΔΕΛΒΙΝΑΚΙ (ΠΩΓΩΝΙ)

ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧ. ΑΝΑΠ. ΔΕΛΒΙΝΑΚΙΟΥ		8	12	
----------------------------------	--	---	----	--

ΔΟΛΟ (ΠΩΓΩΝΙ)

ΚΩΣΤΑΡΑΣ ΧΡΗΣΤΟΦΟΡΟΣ	A	4	12	
----------------------	---	---	----	--

ΣΥΝΟΛΑ

29

59

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ (ΕΠΑΡΧΙΑΣ ΔΩΔΩΝΗΣ)

ROOMS TO LET ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜ. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	CLASS ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ROOMS ΔΩΜΑΤΙΑ	BEDS ΚΛΙΝΕΣ	TELEPHONE ΤΗΛΕΦΩΝΟ
--	----------------------------	--------------------------	------------------------	-------------------------------

ΠΕΡΑΜΑ

ΓΕΡΑΚΟΥ ΑΓΛΑΪΑ	B	5	14	81565
ΓΚΑΡΑΜΠΙΝΟΥ ΛΑΜΠΡΙΝΗ	B	4	9	81712
ΓΟΥΛΑ ΕΛΕΝΗ	B	4	10	81000
ΔΟΣΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	A	10	22	81514
ΕΞΑΡΧΟΣ ΑΝΔΡΕΑΣ	B	8	16	81036
ΕΞΑΡΧΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	B	6	12	81424
ΕΞΑΡΧΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	Γ	4	10	81908
ΖΑΛΑΒΡΑ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	B	4	8	81824
ΖΑΛΑΒΡΑ ΧΡΥΣΟΥΛΑ	A	4	8	81825
ΖΗΣΗ-ΛΑΚΚΑ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ	B	4	10	81786
ΖΙΑΚΚΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	A	6	12	81433
ΖΙΑΚΚΑΣ ΣΩΤΗΡΙΟΣ	A	5	10	81013
ΛΑΚΚΑΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ	A	10	25	81112
ΜΠΑΚΑΤΣΟΥΛΑ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	Γ	3	7	81123
ΜΠΙΝΤΕΒΗ ΕΛΕΝΗ	A	4	9	81633
ΜΟΥΜΑΣ ΝΙΚΟΣ		6	12	
ΠΑΥΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	Γ	6	12	81243
ΣΙΜΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	Γ	4	10	81635
ΤΣΙΡΩΝΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ Δ.	A	4	9	81342
ΤΣΙΡΩΝΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ Κ.	B	4	12	81623

ΣΥΝΟΛΑ

105

237

ΛΑΚΚΑ ΣΟΥΛΙ

ΠΑΝΤΗΣ ΛΕΩΝΙΔΑΣ	B	2	5	
ΣΥΝΟΛΑ		2	5	

Η Τουριστική Ζήτηση στο Νομό Ιωαννίνων

Από την παρατήρηση της εξέλιξης των αφίξεων και διανυκτερεύσεων του νομού Ιωαννίνων διαπιστώνουμε:

Οι αφίξεις και διανυκτερεύσεις στην πόλη των Ιωαννίνων, την τελευταία πενταετία, κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα και σαν αποτέλεσμα δημιουργούν ένα μέσο επίπεδο ετήσιας πληρότητας των ξενοδοχειακών μονάδων πάνω από το 60%.

Οι αφίξεις και διανυκτερεύσεις στις άλλες περιοχές του Νομού Ιωαννίνων παρουσιάζουν επίσης μια ανοδική σταθερότητα.

Οι πελάτες της περιοχής, είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό 80%, Έλληνες και το υπόλοιπο 20%, αλλοδαποί.

Οι Έλληνες πελάτες μας στο μεγαλύτερο ποσοστό, ταξιδεύουν στην περιοχή μας, για επαγγελματικούς σκοπούς.

Τα Σαββατοκύριακα, τις αργίες των Χριστουγέννων και του Πάσχα, τα τριήμερα και την περίοδο Ιούλιο-Αύγουστο και Σεπτέμβριο, οι Έλληνες πελάτες, είναι κυρίως επισκέπτες που ενδιαφέρονται να γνωρίσουν την περιοχή ή να βρεθούν περισσότερο κοντά στο φυσικό περιβάλλον και τους ανθρώπους της περιοχής.

Από την παρατήρηση των στοιχείων είναι φανερό ότι η ζήτηση για δωμάτια είναι μεγαλύτερη σε περιοχές όπου έχουν αξιοποιηθεί τα υπάρχοντα αξιοθέατα π.χ. Σπήλαιο Περάματος, Ζαγοροχώρια, Μπουραζάνι, Μέτσοβο.

Η ζήτηση αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά στα επόμενα χρόνια αφού τόσο οι Ευρωπαίοι όσο και οι Έλληνες πελάτες αναζητούν τουριστικούς προορισμούς με τα χαρακτηριστικά της δικής μας περιοχής.

Οι ξένοι στο μεγαλύτερο ποσοστό ταξιδεύουν με οργανωμένα groups και επισκέπτονται αρχαιολογικούς χώρους, πολιτιστικά μνημεία και αξιοθέατα.

Ενώ τα τελευταία χρόνια επισκέπτονται και τις ορεινές περιοχές του νομού Ιωαννίνων με ολοένα αυξανόμενους ρυθμούς και ποσοστά.

Από τους ξένους οι περισσότεροι είναι Ευρωπαίοι, σε ποσοστό 70%, κυρίως Γερμανόφωνοι και Γάλλοι.

Ένα ποσοστό 20% τουριστών, από τις ΗΠΑ, κυρίως αναφέρεται σε Έλληνες ομογενείς με διαβατήριο ΗΠΑ.

Το υπόλοιπο αφορά κυρίως επισκέπτες, για επαγγελματικούς λόγους, συμμετοχή σε συνεδριακές εκδηλώσεις που οργανώνονται στην περιοχή με φορέα το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, άλλους κοινοτικούς ή κρατικούς φορείς καθώς και το ίδρυμα Εγνατία που διαθέτει δικό του συνεδριακό κέντρο στο Μέτσοβο.

Θα πρέπει ιδιαίτερα να σημειωθεί η ζήτηση δωματίων για αθλητικές εκδηλώσεις τοπικού, εθνικού και διεθνούς επιπέδου στη διάρκεια όλου του χρόνου.

Τέλος πρέπει να σημειωθεί ότι η εμφανιζόμενη τουριστική ζήτηση αφορά μόνο τις επίσημα δηλωμένες αφίξεις-διανυκτερεύσεις, που κατά την προσωπική εκτίμηση του συντάκτη αυτής της μελέτης, παρουσιάζεται χαμηλότερη από όσο είναι στην πραγματικότητα.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ

ΠΕΡΙΟΧΗ: ΠΟΛΗ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΕΤΟΣ	1992	1993	1994	1995	1996
ΑΦΙΞΕΙΣ	187 714	187 740	175 385	178 102	187 232
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	338 220	351 619	351 458	324 848	340 341
ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΙΝΩΝ	61.4	64	64	59	62
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ	1.80	1.87	2	1.82	1.82

ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	821
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ	1 507

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΦΙΞΕΩΝ - ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΝΟΜΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΠΕΡΙΟΧΗ	1992		1993		1994		1995		1996	
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤ.
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	187 714	338 220	187 740	351 619	175 385	351 458	178 102	324 848	187 232	340 341
ΜΕΤΣΟΒΟ	17 697	34 151	19 712	32 054	17 472	30 389	20 424	34 287	22 083	35 390
ΚΟΝΙΤΣΑ	5 255	10 848	5 118	12 722	4 903	8 485	4 706	9 103	4 801	8 692
ΖΑΓΟΡΙ	3 620	8 794	4 264	9 345	3 439	8 941	2 705	7 920	3 994	12 226
ΣΥΝΟΛΟ	214 286	392 013	216 834	405 740	201 199	399 273	205 937	376 158	218 110	396 649

ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΑ ΕΤΗ 1990-1996

	ΠΕΡΙΟΧΗ	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
1	ΙΩΑΝΝΙΝΑ (α)	166 514	160 153	176 767	187 714	187 740	175 385	178 102
2	ΜΕΤΣΟΒΟ	16 339	20 110	15 362	17 697	19 875	17 472	20 424
3	ΚΟΝΙΤΣΑ	3 355	4 480	5 440	5 315	5 108	4 903	4 706
4	ΖΑΓΟΡΙΑ	2 200	2 610	3 259	3 620	4 283	3 439	2 705
	ΣΥΝΟΛΟ	188 408	187 353	200 828	214 346	217 006	201 199	205 937

(α) Όλος ο νομός πλην Μέτσοβο, Κόνιτσα, Ζαγόρια

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΟ Ν.ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΑ ΕΤΗ 1990-1996

	ΠΕΡΙΟΧΗ	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
1	ΙΩΑΝΝΙΝΑ (α)	288 403	273 718	314 066	338 220	351 619	351 458	324 308
2	ΜΕΤΣΟΒΟ	36 334	41 200	37 233	34 151	32 815	30 389	33 027
3	ΚΟΝΙΤΣΑ	8 059	10 203	9 153	10 848	11 119	8 485	9 103
4	ΖΑΓΟΡΙΑ	4 667	5 984	6 988	8 794	9 456	8 941	7 920
	ΣΥΝΟΛΟ	337 463	331 105	367 440	392 013	405 009	399 273	374 358

(α) Όλος ο νομός πλην Μέτσοβο, Κόνιτσα, Ζαγόρια

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΕ ΑΦΙΞΕΙΣ, ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ, ΑΡΙΘΜΟ ΜΟΝΑΔΩΝ ΚΑΙ ΚΛΙΝΕΣ ΜΕΤΑΞΥ 1990 ΚΑΙ 1996 ΣΤΟ Ν.ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΦΙΞΕΩΝ (%)	ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΔΙΑΝ/ΣΕΩΝ	ΜΟΝΑΔΕΣ 1990	ΜΟΝΑΔΕΣ 1996	ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	ΚΛΙΝΕΣ 1990	ΚΛΙΝΕΣ 1996	ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)
9.30	10.93	44	60	36.36	2166	2562	18.28

Ε) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΝΟΜΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ Ν. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

Σε ολόκληρο το Νομό Ιωαννίνων υπάρχουν διάσπαρτα, αξιόλογα και ενδιαφέροντα τουριστικά αξιοθέατα που σε συνδυασμό με το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον με την πλούσια βλάστηση, την ιδιαίτερη αρχιτεκτονική του και τις σύγχρονες ανέσεις, αποτελούν τους τουριστικούς πόρους του νομού.

Η ταξινόμηση των τουριστικών πόρων ανάλογα με το βαθμό αξιοποίησής τους που διαμορφώνεται με βάση τον αριθμό των επισκεπτών έγινε σε τρεις ενότητες, για

- να φωτίσει την υπάρχουσα τουριστική κίνηση στην περιοχή
- να καταγράψει επιγραμματικά όλα τα αξιόλογα σημεία με τουριστικό ενδιαφέρον
- να αξιολογήσει τις προτεραιότητες που θα πρέπει να ιεραρχηθούν με ρεαλισμό
- να αιτιολογήσει τις προτάσεις που ακολουθούν
- να επικεντρώσει το ενδιαφέρον στις περισσότερο αποδοτικές οικονομικά περιπτώσεις

Αξιοθέατα που ήδη είναι γνωστά και δέχονται τους περισσότερους επισκέπτες του Νομού

ΓΙΑΝΝΙΝΑ

ΝΗΣΙ

ΣΠΗΛΑΙΟ ΠΕΡΑΜΑΤΟΣ

ΔΩΔΩΝΗ

ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΡΕΛΛΗ

ΖΑΓΟΡΟΧΩΡΙΑ (ΔΥΤΙΚΟ-ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΖΑΓΟΡΙ)

ΜΕΤΣΟΒΟ

ΚΟΝΙΤΣΑ

Αξιοθέατα που χρειάζονται περισσότερη προβολή και έργα υποδομής για να δεχθούν μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών

ΜΠΙΖΑΝΙ

ΕΜΙΝ ΑΓΑ

ΠΗΓΕΣ ΛΟΥΡΟΥ

ΑΚΡΟΠΟΛΗ ΠΑΣΣΑΡΩΝΑ

ΦΑΡΑΓΓΙ ΚΟΥΒΑΡΑ ΠΩΓΩΝΙΟΥ

ΙΑΜΑΤΙΚΑ ΛΟΥΤΡΑ ΑΜΑΡΑΝΤΟΥ-ΚΑΒΑΣΙΛΩΝ

ΖΑΓΟΡΟΧΩΡΙΑ (ΑΝΑΤΟΛΙΚΟ ΖΑΓΟΡΙ)

ΛΙΜΝΗ ΑΩΟΥ

ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑ

Σπηλιώτισσας (Αρίστη)

Ρογκοβού (Τσεπέλοβο)

Τσούκας (Ελληνικό)

Ζωοδόχου Πηγής (Αυθοχωρίου)

Στομίου (Κόνιτσας)

Βουτσάς (Ζαγορίου)

Παναγιάς (Μολυβδοσκεπάστο)

Αη Γιώργη (Ζίτσα)

Μονή Κηπίνας (Κηπίνα)

Αξιοθέατα που είναι αξιόλογα αλλά που χρειάζονται ιδιαίτερη χρηματοδότηση για να καταστούν επισκέψιμα και αξιοποιήσιμα

ΚΑΛΑΡΡΥΤΕΣ

ΣΥΡΡΑΚΟ

ΣΠΗΛΑΙΟ ΠΡΑΜΑΝΤΩΝ

ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ ΚΑΙ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΣΕ ΟΛΟΚΛΗΡΟ ΤΟ ΝΟΜΟ

ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΕΚΚΛΗΣΙΕΣ ΚΑΙ ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑ ΣΕ ΟΛΟΚΛΗΡΟ ΤΟ ΝΟΜΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

Ακόμη πρέπει να τονιστεί η σύγχρονη πραγματικότητα, στιγμές της καθημερινής ζωής, η πνευματική και πολιτιστική κίνηση, οι οικονομικές δραστηριότητες με την παραγωγή των ντόπιων προϊόντων διατροφής και τα περίφημα, ασημικά, υφαντά και ξυλόγλυπτα.

Το Πανεπιστήμιο, οι σχολές των ΤΕΙ, οι Τεχνικές σχολές, διατηρούν την παράδοση της περιοχής στην εκπαίδευση και βέβαια συντελούν στη δημιουργία εικόνας μιας κοινωνικά βελτιωμένης περιοχής, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό για την επιτυχία προγραμμάτων προβολής.

Τέλος, πρέπει να τονιστεί ότι η πόλη των Ιωαννίνων αποτελεί κέντρο των διοικητικών, οικονομικών και όλων των υπηρεσιών και οργανισμών του κράτους.

**ΣΤ) ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ
ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ**

ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Πρέπει να τεθούν στόχοι για την ανάπτυξη μιας ήπιας μορφής τουρισμού. Οι στόχοι υποδεικνύουν ποιά αποτελέσματα πρέπει να επιτευχθούν και πώς θα μπορούσαν να επιτευχθούν.

Θα πρέπει να τεθούν στόχοι σε τρία επίπεδα:

- επίπεδο στρατηγικής
- επίπεδο τακτικής και
- επίπεδο λειτουργικό

Οι στρατηγικοί στόχοι είναι οι γενικοί και μακροπρόθεσμοι στόχοι του σχεδίου. Μετά από αυτούς είναι οι στόχοι τακτικής που είναι πιο συγκεκριμένοι, π.χ. σαν επιμέρους στόχοι. Οι λειτουργικοί στόχοι είναι στόχοι "εδώ και τώρα" με τη μορφή συγκεκριμένων λεπτομερών αποτελεσμάτων για την πρόοδο του σχεδίου.

Οι στόχοι χρησιμοποιούνται σαν κατευθυντήριες γραμμές για την ανάληψη και την λειτουργία της δραστηριότητας.

Όσον αφορά τον καθορισμό των στόχων, σημασία θα πρέπει να δώσουμε στο ποιές προϋποθέσεις πρέπει να εκπληρωθούν ώστε οι στόχοι να επιτευχθούν.

Ίσως είναι αναγκαία οσπιν πορεία να αλλάξουν οι στόχοι του προγράμματος, εάν οι προϋποθέσεις αλλάξουν ή εάν η μελέτη της δραστηριότητας δείξει ότι οι προϋποθέσεις αυτές δεν θα παραμείνουν σταθερές. Σε μερικές περιπτώσεις θα είναι δυνατόν να διαφοροποιηθούν οι στόχοι, ενώ σε άλλες να εγκαταλειφθεί το σχέδιο.

Η χρηματοδότηση μπορεί να οδηγήσει ένα σχέδιο στην αλλαγή ή εγκατάλειψή του.

Γενικοί στόχοι

1. Μπορεί μια νέα μορφή ήπιου τουρισμού να είναι πόλος έλξης τοπικού, περιφερειακού, εθνικού ή διεθνούς επιπέδου;

Θα πρέπει να τεθούν στόχοι για το βαθμό ανάπτυξης της δραστηριότητας καθώς και για την πιθανότητα περαιτέρω ανάπτυξής της. Μόνον μερικές δραστηριότητες μιας συγκεκριμένης περιοχής μπορούν να αναπτυχθούν σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Αυτό επηρεάζεται από την ποιότητα και την μοναδικότητα των φυσικών πόρων και του περιβάλλοντος καθώς και από τις προσπάθειες και τις δυνατότητες των εμπλεκόμενων ατόμων.

2. Στόχοι για τη νέα δραστηριότητα –πόσοι τουρίστες, κύκλος εργασιών, κέρδη;

Πρέπει να γίνει όσο το δυνατόν ακριβέστερη εκτίμηση της προβλεπόμενης κίνησης τουριστών κατά μήνα, έτος, κέρδη κ.λπ.

3. Μέγεθος της τουριστικής αγοράς, μερίδιο αγοράς;

Πόσο μεγάλη πρέπει να είναι η αγορά ώστε να αξίζει την επένδυση και ποιό το αναμενόμενο κέρδος;

Αυτή η αγορά και το μερίδιο αγοράς ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα για την περίοδο που μας ενδιαφέρει;

4. Κλίμακα και σημασία της θεματικής δραστηριότητας;

Ποιά είναι η πιο κατάλληλη κλίμακα (μέγεθος) για την τελική ανάπτυξη της δραστηριότητας. Ποιό είναι το ελάχιστο μέγεθος στο οποίο η ανάπτυξη της δραστηριότητας θα είναι "ορθολογική" και θα αξίζει να αναπτυχθεί;

5. Επιπλέον επισκέπτες στην περιοχή;

Η ανάπτυξη μιας ειδικής μορφής τουρισμού θα προσελκύσει νέους τουρίστες και σε τί έκταση;

6. Μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής και/ή μεγαλύτερη δαπάνη από τους υπάρχοντες τουρίστες;

Η ανάπτυξη της ειδικής δραστηριότητας θα επιφέρει παράταση της παραμονής και/ή αύξηση της κατανάλωσης ή απλώς θα τραβήξει τουρίστες από άλλες επιχειρήσεις της περιοχής;

Έμμεσα οφέλη

7. Θα υπάρξουν άλλοι που θα επωφεληθούν –η τοπική κοινωνία θα έχει κανένα όφελος;

Μπορεί να υπάρξουν και άλλοι εκτός από τους άμεσα εμπλεκόμενους, που πρόκειται να ωφεληθούν από την ανάπτυξη μιας ειδικής δραστηριότητας.

Αυτοί μπορεί να είναι άλλες τουριστικές επιχειρήσεις, όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.λπ., αλλά και το δημόσιο μπορεί ακόμη να ωφεληθεί με τη μορφή αύξηση της φορολογικής βάσης εξαιτίας της απασχόλησης και τζίρου καθώς και των πρόσθετων διευκολύνσεων για χρήση των τουριστών.

Μια καινούρια δραστηριότητα θα είναι ανοιχτή όλο το χρόνο;

Στοχεύει και στην τοπική κοινωνία επίσης ή όχι;

Είναι πολύ σημαντικό να πληροφορηθούμε για το ποιοι άλλοι θα ωφεληθούν οικονομικά από το σχέδιο δεδομένου ότι μπορεί να εμπλέξουμε τέτοια ενδιαφερόμενα μέλη σαν συνεπενδυτές στην υλοποίηση του σχεδίου.

Μειονεκτήματα και μετατοπίσεις

8. Είναι πιθανό να γίνει μετατόπιση της ζήτησης από άλλες επιχειρήσεις της περιοχής ή γειτονικών περιοχών;

Αυτή είναι μια σπουδαία ερώτηση. Η αύξηση μιας ειδικής δραστηριότητας μπορεί να απομακρύνει τουρίστες από τις υπάρχουσες δραστηριότητες της περιοχής, ιδιαίτερα αν η καινούργια δραστηριότητα απευθύνεται στο ίδιο

τουριστικό κοινό. Μια ήδη υπάρχουσα δραστηριότητα στην περιοχή και μία εντελώς καινούργια μπορεί να έχουν σαν αποτέλεσμα την αλλαγή των συνθηκών λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων που ήδη υπάρχουν.

Η ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων που προσελκύουν άλλη τουριστική πελατεία στην περιοχή δεν δημιουργεί ανταγωνισμό με τις ήδη υπάρχουσες.

Μια ανταγωνιστική κατάσταση μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη πολλών δραστηριοτήτων και να ανεβάσει την ποιότητα που με τη σειρά της θα προσελκύσει περισσότερους τουρίστες στην περιοχή.

Επομένως παρόλο που μια νέα δραστηριότητα μπορεί να αλλάξει τις γενικές συνθήκες ταυτόχρονα μπορεί να δημιουργήσει ένα κίνητρο για την προαγωγή και φυσική ανάπτυξη.

9. Ποιά θα είναι τα αρνητικά οφέλη;

Όλες οι πλευρές μιας ανάπτυξης είναι θετικές;

Θα πρέπει να δοθεί έμφαση στην τυχόν ύπαρξη μειονεκτημάτων που συνεπάγεται η ανάπτυξη της υπό σκέψη δραστηριότητας και σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει να γίνει σχεδιασμός για τον τρόπο μείωσής τους.

Θα έχει η ανάπτυξη μιας ειδικής μορφής τουρισμού επίδραση στο περιβάλλον, ακόμη και αν ληφθούν σχετικά μέτρα;

Αν δεν απαντηθούν αυτά τα ερωτήματα πριν αρχίσει η ανάπτυξη μιας δραστηριότητας, τότε είναι πολύ πιθανόν να εμφανισθούν προβλήματα που είναι δύσκολο να λυθούν σε επόμενο στάδιο.

Ανάλυση κόστους-οφέλους

10. Ποιά είναι η σχέση κόστους-οφέλους της νέας δραστηριότητας;

Πάντα θα υπάρχει σύνδεση μεταξύ της έκτασης ανάπτυξης της δραστηριότητας σε μέγεθος και ποιότητα και κόστους που απαιτείται για αυτό.

Αυτή η σκέψη πρέπει να ξεκαθαρισθεί για να καθορισθεί και σε τι έκταση είναι οικονομικά· συμφέρουσα η ανάπτυξη της δραστηριότητας. Οι οικονομικές συνιστώσες συχνά θέτουν όρια στην έκταση αυτή.

Χρονοδιάγραμμ

11. Ποιο είναι το χρονοδιάγραμμα για μελλοντική ανάπτυξη;

Βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη;

Είναι σημαντικό να είμαστε ρεαλιστικοί όσον αφορά το χρονοδιάγραμμα για την εδραίωση μιας δραστηριότητας και την ανάπτυξη της αγοράς. Η εξάπλωση μιας υπάρχουσας δραστηριότητας είναι ευκολότερη από την ανάπτυξη μιας εντελώς νέας όπου η ζήτηση είναι λιγότερο σίγουρη.

Όλα τα ξεχωριστά στάδια της ανάπτυξης, όπως ο σχεδιασμός, η οικοδόμηση, ο διορισμός προσωπικού κ.λπ., θα πρέπει να τεθούν υπό εξέταση.

Θα πρέπει επίσης να γίνει διαχωρισμός βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων ωφελημάτων.

12. Θα μπορούσε η δραστηριότητα να επεκταθεί πέρα από την περίοδο που θέσαμε σαν μέσο όριο;

Τι πεδίο ανάπτυξης υπάρχει; Υπάρχουν όρια που τα επιβάλλει π.χ. το περιβάλλον, η αγορά, τα οικονομικά κ.λπ.;

Είναι δυνατόν να αναπτυχθεί η δραστηριότητα κατά στάδια ώστε το οικονομικό ρίσκο να ελαχιστοποιηθεί;

Είναι σημαντικό να αναληφθεί μια εξέλιξη σε τέτοιο επίπεδο ώστε να υπάρχει η δυνατότητα για μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.

Στόχος μας είναι κάθε μια από τις τουριστικές δραστηριότητες που θα προωθήσουμε να γίνει πόλος έλξης και δραστηριότητα δεθνούς επιπέδου.

Το μέγεθος της τουριστικής αγοράς κάθε δραστηριότητας εξαρτάται από την ίδια την δραστηριότητα. Για παράδειγμα ο ποταμός Αώος μπορεί να "σπκώσει" μόνο 100 ενδιαφερόμενους για καγιάκ τουρίστες την ώρα.

Θεωρούμε ότι θα πρέπει να επιλεγούν για προώθηση μορφές τουρισμού και δραστηριοτήτων που προσφέρονται γι'απαραπέρα ανάπτυξη. Ωστόσο, αυτή η ανάπτυξη, δεδομένης της μικρής κλίμακας των ειδικών τουριστικών δραστηριοτήτων, θα πρέπει να είναι ανάλογη με το μέγεθος της δραστηριότητας και να δίνει μεγάλη σημασία στην προστασία του περιβάλλοντος.

Φυσικά τα οφέλη από την ανάπτυξη κάθε ειδικής μορφής τουρισμού θα διαχυθούν ανάμεσα σε πολλές επιχειρήσεις (π.χ. παροχής υπηρεσιών, πώλησης ειδών εξοπλισμού τουριστών που ασχολούνται με ειδικές δραστηριότητες κ.λπ.).

**Z) ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το ενδιαφέρον για το περιβάλλον και οι συνέπειες της ανθρώπινης δραστηριότητας πάνω σ' αυτό έχει βαθμιαία αυξηθεί. Αυτό είναι αναμφισβήτητο για την περίπτωση του τουρισμού.

Πρέπει να δοθεί μεγάλη προσοχή στο περιβάλλον όταν προωθείται η ανάπτυξη νέων θεματικών τουριστικών δραστηριοτήτων.

Είναι σημαντικό η τουριστική ανάπτυξη να είναι τέτοια ώστε τα αξιοθέατα μιας περιοχής που αποτελούν πόλο έλξης για τους τουρίστες να μην καταστρέφονται από τον τουρισμό και να μην υποβαθμίζεται η ποιότητα ζωής των κατοίκων της.

Επομένως θα πρέπει να γίνει γνωστή η επίδραση που θα έχει η νέα θεματική τουριστική δραστηριότητα στο περιβάλλον.

Η δημιουργία νέων τουριστικών δραστηριοτήτων μπορεί να χρειάζεται την έγκριση των περιβαλλοντικών αρχών, οι οποίες έχουν προσδιορίσει τους άξονες για τη δημιουργία και λειτουργία της δραστηριότητας. Αυτό το εξασφαλίζει η ένταξη της περιβαλλοντικής θεώρησης στο σχεδιασμό.

Τα απαραίτητα μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος μπορεί να είναι τέτοια που να κοστίζει πολύ η εκπλήρωση των προϋποθέσεων που θέτουν οι περιβαλλοντικές αρχές και σ' αυτή την περίπτωση ίσως το πρόγραμμα να πρέπει να εγκαταληφθεί.

Ακόμη σε κάθε τέτοια εκτίμηση της περιβαλλοντικής κατάστασης είναι επίσης σημαντικό τα νέα προγράμματα να τυγχάνουν θετικής αποδοχής από την τοπική κοινωνία.

Σε μερικές περιπτώσεις, οι νέες τουριστικές δραστηριότητες και τα προγράμματα μπορούν να συμβάλλουν στην αναβάθμιση του περιβάλλοντος της περιοχής.

Τα κριτήρια που αφορούν τις επιπτώσεις στο περιβάλλον θα πρέπει να περιλαμβάνουν το φυσικό περιβάλλον με την έννοια της γης, του νερού, του αέρα, του θορύβου, της επίδρασης πάνω στη φύση κ.λπ. Τα κριτήρια πρέπει επίσης να επεκταθούν πάνω στις τυχόν επιπτώσεις στο περιβάλλον με την έννοια του ανθρώπινου περιβάλλοντος: δηλαδή επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία εξαιτίας του αυξημένου αριθμού τουριστών, των αλλαγών στον επιχειρηματικό τομέα, την αύξηση στη ζήτηση της γης για τη σχετική δραστηριότητα κ.λπ.

1. Το υπάρχον στάδιο της δραστηριότητας έχει θετική/αρνητική επίδραση στο περιβάλλον;

Πρέπει να γίνει μια έκθεση που θα καταγράφει την επίδραση στο περιβάλλον για κάθε υπάρχουσα δραστηριότητα. Μια τέτοια έκθεση μπορεί να αποτελέσει οδηγό για το πως η περαιτέρω ανάπτυξη της δραστηριότητας μπορεί να επηρεάσει το περιβάλλον.

Μπορεί οι επιπτώσεις να είναι αντιστρέψιμες ή μπορεί να σταματήσουν;

Έχουν ληφθεί μέτρα για την αποτροπή αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον;

Μια υπέρμετρη αύξηση του αριθμού των τουριστών μπορεί να αυξήσει την περιβαλλοντική πίεση και στις πόλεις και στην ύπαιθρο με κίνδυνο υποβάθμισης της περιοχής.

Ακόμη πρέπει να ληφθούν υπόψη θετικές επιπτώσεις με το ξαναζωντάνεμα παράκτιων πόλεων και κάποτε ήταν φημισμένα τουριστικά κέντρα και τώρα έχουν πέσει σε παρακμή.

2. Η ανάπτυξη μιας νέας θεματικής δραστηριότητας θα έχει θετική/αρνητική επίπτωση στο περιβάλλον;

Είναι ενήμεροι οι τουρίστες για την επίπτωση της δραστηριότητας στην περιοχή; Είναι δυνατό να ενθαρρυνθούν οι τουρίστες στο σεβασμό του περιβάλλοντος;

Σε τι έκταση η τοπική κοινωνία θα μπορέσει να δεχθεί τις αλλαγές (και τυχόν περιβαλλοντική πίεση) που θα προκαλέσει η αύξηση της δραστηριότητας και τα κέρδη;

3. Πώς μπορεί να εξασφαλιστεί η θετική (ή έστω ουδέτερη) επίπτωση μιας νέας δραστηριότητας στο περιβάλλον;

Είναι ουσιώδες η καινούργια δραστηριότητα ή η επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας να είναι θετική ή τουλάχιστον ουδέτερη για το περιβάλλον.

Θα πρέπει να δοθεί σημασία πως να αποφευχθούν αρνητικές επιπτώσεις μέσω της λήψης προστατευτικών μέτρων, π.χ. φραγμών στην κινητικότητα των τουριστών ή το χρόνο της άσκησης της δραστηριότητας. Μπορεί να αναληφθεί τέτοιου είδους μάρκετινγκ, που να ευαισθητοποιήσει τους επισκέπτες στην προστασία του περιβάλλοντος και να ελαχιστοποιήσει έτσι τις αρνητικές επιπτώσεις.

Είναι οι επενδυτές και/ή οι ιδιοκτήτες διαταθειμένοι να πληρώσουν έξτρα έξοδα για την προστασία του περιβάλλοντος; Δημιουργεί η ανάπτυξη του τουρισμού έδαφος για ζήτηση δημόσιων και ίσως ιδιωτικών επενδύσεων σε περιβαλλοντικά προγράμματα (φυτά καθαρισμού αστικής ρύπανσης, αναστήλωση ιστορικών κτιρίων, συμπλέγματα αναβάθμισης φυσικού περιβάλλοντος κ.λπ.).

4. Υπάρχει περιβαλλοντική νομοθεσία/υπάρχουν κανονισμοί οι οποίοι εμποδίζουν την περαιτέρω ανάπτυξη της συγκεκριμένης θεματικής δραστηριότητας;

Οι διάφορες χώρες έχουν νόμους και κανονισμούς οι οποίοι διέπουν τη δημιουργία δραστηριοτήτων στο φυσικό και αστικό περιβάλλον. Σε αγροτικές περιοχές αυτό μπορεί να δημιουργήσει νομοθεσία σχετικά με τη διατήρηση, προστασία του φυσικού περιβάλλοντος κ.λπ.

Είναι σημαντικό να συγκεντρώνει κανείς τις απαραίτητες πληροφορίες για τον τομέα αυτό. Αυτό μπορεί γενικότερα να γίνει με την συμπλήρωση ερωτηματολογίου από τις δημοτικές ή περιφερειακές αρχές.

5. Ποιά είναι τα έμμεσα οφέλη για άλλες υπηρεσίες και από τη δημιουργία ανέσεων για την τοπική κοινωνία;

Υπάρχουν περιβαλλοντικά οφέλη από την εγκαθίδρυση της υπό σκέψη τουριστικής δραστηριότητας; Υπάρχουν οφέλη για τους άλλους πολίτες και το κοινό;

6. Τί βελτιώσεις θα υπάρχουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου ή την αλλαγή του τύπου των επισκεπτών που προσελκύονται στην περιοχή;

Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η προσέλκυση περισσότερων τουριστών μπορεί να έχει σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και στις δυνατότητες ίδρυσης της δραστηριότητας.

Οποιαδήποτε επιμήκυνση της περιόδου, χωρίς άμβλυνση των περιόδων αιχμής σημαίνει αύξηση των περιβαλλοντικών πιέσεων και επομένως αυξανόμενη υποβάθμιση. Ποιες θα είναι οι περιβαλλοντικές συνέπειες απ' αυτό και τι θα σημαίνει για την ίδια την τουριστική δραστηριότητα;

7. Χρονοδιάγραμμα

Θα πρέπει να γίνουν γνωστές μακροχρόνιες επιπτώσεις της δραστηριότητας πάνω στο περιβάλλον. Μερικές δραστηριότητες επιδρούν ελάχιστα στο περιβάλλον μετά από λίγο καιρό. Αν αυτή η επίδραση είναι αρνητική μπορεί να απαιτηθεί να σταματήσει η δραστηριότητα ή να εφαρμοστούν προστατευτικά μέτρα.

Η υπέρμετρη ανάπτυξη του μαζικού θερινού τουρισμού ήταν καταστρεπτική για το περιβάλλον. Αντίθετα η επίδραση της άσκησης ειδικών

δραστηριοτήτων ήταν θετική, κι αυτό οφείλεται στην μικρή κλίμακα ανάπτυξης, τη χρονική διασπορά των δραστηριοτήτων καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και στη φύση των δραστηριοτήτων που είναι εναρμονισμένες με το περιβάλλον.

Η ανάπτυξη νέων ήπιων μορφών τουρισμού και δραστηριοτήτων θα έχουν θετική επίδραση στο περιβάλλον ακριβώς γιατί λειτουργούν σε μικρή κλίμακα, ασκούνται όλες τις εποχές του χρόνου και έρχονται σε αρμονία με το φυσικό περιβάλλον (Οικολογικές, πολιτιστικές, χειμερινές δραστηριότητες, ιαματικός, συνεδριακός τουρισμός).

Η μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων θα πρέπει να προηγηθεί της εγκατάστασης κάθε ειδικής δραστηριότητας. Έτσι μπορούν ως ένα βαθμό να αποφευχθούν αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Σ' αυτού του είδους τις μελέτες, το περιβάλλον θα πρέπει να θεωρηθεί ο πρώτος τουριστικός πόρος που θα πρέπει να προστατευθεί.

Υπάρχουν περιβαλλοντικοί κανονισμοί που έχουν επίπτωση στην παραπέρα ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού και δραστηριοτήτων όπως απαγόρευση δόμησης στα όρια των Εθνικών Δρυμών, απαγόρευση δόμησης της παραλίμνιας ζώνης, ελεγχόμενη εγκατάσταση χιονοδρομικών κέντρων κ.λπ.

Τα έμμεσα οφέλη για τις άλλες επιχειρήσεις θα είναι:

- Αύξηση στις πωλήσεις τοπικών προϊόντων (τυριά, κρασιά, ξυλόγλυπτα, ασημικά)
- Αύξηση στις πωλήσεις ειδικού εξοπλισμού για τα σπόρ
- Αύξηση ζήτησης εκπαιδευμένου προσωπικού
- Δημιουργία ζήτησης Οδηγών Φυσικού Τουρισμού
- Τόνωση της τοπικής Οικονομίας

Η βελτίωση των ανέσεων που αφορούν τον ντόπιο πληθυσμό θα συντελέσει στην αύξηση των ημερήσιων, ολιγοήμερων εκδρομών και των διακοπών Σαββατοκύριακου και θα τονώσει τις μικρές επιχειρήσεις των μικρών περιοχών.

Δεδομένου ότι ο τύπος των δραστηριοτήτων που θα επιλεγούν είναι μορφές τουρισμού που ασκούνται σε κάθε εποχή του χρόνου, θα πετύχουμε

επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και άμβλυνση των περιόδων αιχμής που επιβαρύνουν τα μέγιστα το περιβάλλον. Η Ήπειρο προσφέρεται για αυτό γιατί είναι περιοχή τεσσάρων εποχών:

Η ορειβασία είναι δραστηριότητα για όλες τις εποχές.

Ο αθλητικός Τουρισμός από την άνοιξη ως το φθινόπωρο

Οι προπονήσεις αλλοδαπών αθλητών από το φθινόπωρο ως την άνοιξη

Οι πολιτιστικές-ιστορικές περιηγήσεις γίνονται όλο το χρόνο.

Εξετάζοντας τον τύπο των τουριστών που έλκονται από τα αξιοθέατα της περιοχής παρατηρούμε ότι:

Ο αριθμός των μαζικών τουριστών του καλοκαιριού σταδιακά ελαττώνεται. Αντίθετα ο αριθμός των οικο-τουριστών και των επισκεπτών συγκεκριμένων περιοχών αυξάνεται.

Η τουριστική προσφορά της Ηπείρου χρειάζεται περισσότερο οργάνωση και λιγότερο επενδύσεις μεγάλης κλίμακας. Έτσι πιστεύουμε ότι μπορούμε να κάνουμε σημαντικά βήματα σε μικρό χρονικό διάστημα αν το θελήσουμε.

Η) ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- α) Τι προϋποθέσεις απαιτούνται για την βελτίωση/δημιουργία μιας νέας εναλλακτικής μορφής τουρισμού;**
- β) Μάρκετινγκ**
- γ) Χρηματοδότηση και προϋπολογισμός**
- δ) Οργανωτική δομή**
- ε) Υλοποίηση της εναλλακτικής μορφής τουρισμού**

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εαν σ' αυτό το στάδιο της αναλύσεως η ίδρυση ή η περαιτέρω ανάπτυξη μιας δραστηριότητας συνεχίζει να φαίνεται καλή ιδέα με δυνατότητα για περαιτέρω ανάπτυξη, τότε είναι καλύτερα να δούμε ειδικότερα πως η δραστηριότητα μπορεί να αναπτυχθεί. Όσον αφορά τον ειδικό σχεδιασμό της δραστηριότητας, σημασία πρέπει να δοθεί:

- στο περιεχόμενο της δραστηριότητας, και στην εκπλήρωση των προϋποθέσεων για τη δημιουργία της
- στο πώς θα πρέπει να γίνει η προβολή της
- στα οικονομικά του προγράμματος και στον τρόπο χρηματοδότησης
- στα οργανωτικά θέματα
- πως να οργανώσουμε σε πρακτικό επίπεδο τη δραστηριότητα.

Ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δοθεί στο στάδιο αυτό στο σχεδιασμό του προγράμματος.

Ο υπολογισμός και η στάθμιση των απαιτήσεων σε περιεχόμενο, ποιότητα κ.λπ. για τη λειτουργία της δραστηριότητας πρέπει να είναι όσο το δυνατόν ακριβέστερα.

Θα πρέπει ωστόσο να τονιστεί ότι αυτό δεν είναι ακόμη ο τελικός λεπτομερής σχεδιασμός, αλλά γενικές σκέψεις για το τί θα χρησιμοποιηθεί ως αφετηρία για την περαιτέρω λήψη της απόφασης.

Είναι καλό να είμαστε ρεαλιστές στον υπολογισμό των επιμέρους ζητημάτων. Αυτό αφορά κυρίως χρηματοδοτικά θέματα καθώς και στη δυνατότητα χρηματοδότησης για την εγκατάσταση της τουριστικής δραστηριότητας.

Υπάρχουν πολλά καλά σχέδια τα οποία όμως δεν μπορούν να χρηματοδοτηθούν.

α) Τι προϋποθέσεις απαιτούνται για την βελτίωση/δημιουργία μιας νέας εναλλακτικής μορφής τουρισμού;

Σημασία θα πρέπει να δοθεί στο ποιες προϋποθέσεις θα πρέπει ρεαλιστικά να τεθούν και πώς μπορεί να ρυθμιστεί η εκπλήρωση σε σχέση με την ανάπτυξη μιας δραστηριότητας. Οι προϋποθέσεις μπορούν να διαφοροποιούνται ανάλογα με την ποιότητα, τον αριθμό των τουριστικών δραστηριοτήτων, τις δυνατότητες διανυκτερεύσεων κ.λπ., οι οποίες πρέπει να εκπληρωθούν, ώστε η δραστηριότητα να κεντρίσει το ενδιαφέρον των τουριστών.

1. Τι υποδομή/δραστηριότητες πρέπει να δημιουργηθούν με σκοπό την εδραίωση μιας αποτελεσματικής-επιτυχημένης θεματικής δραστηριότητας;

Τί είδους υποδομή απαιτείται για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα;

Είναι συχνά αναγκαίο να γίνουν ποικίλα "έργα στήριξης", ώστε η δραστηριότητα να λειτουργήσει σωστά. Αυτά μπορεί να είναι χώροι παρκαρίσματος, ευκολίες φαγητού, καταλύματα κ.λπ. Μπορεί να είναι επίσης αναγκαίο η ανάπτυξη μιας δραστηριότητας στην περιοχή να προϋποθέτει την ανάπτυξη πολλών άλλων τουριστικών δραστηριοτήτων.

2. Τι προϋποθέσεις πρέπει να τεθούν για έργα υποδομής, χώρους υποδοχής και ανέσεις που θα στηρίζουν την τουριστική δραστηριότητα;

Η εγκατάσταση κάθε ειδικής μορφής τουρισμού-δραστηριότητας προϋποθέτει την ύπαρξη κάποιας υποδομής. Η πληροφόρηση πάνω στις απαιτήσεις υποδομής είναι σημαντική. Συνήθως, οι δημόσιες αρχές είναι αρμόδιες για τη δημιουργία της απαραίτητης υποδομής. Είναι όμως έτοιμες οι αρμόδιες αρχές να στηρίξουν τις τουριστικές πρωτοβουλίες των ιδιωτών με τη δημιουργία δημόσιων έργων υποδομής;

3. Τι επίπεδο ποιότητας και τι προϋποθέσεις παροχής υπηρεσιών θα πρέπει να υπάρχει ώστε να προσελκύσει τουρίστες;

Η σπουδαιότητα της θέσεως στόχων για την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας έχει ήδη συζητηθεί καθώς και η σπουδαιότητα καθορισμού των ομάδων των τουριστών στις οποίες απευθύνεται. Το επίπεδο και η ποιότητα που πρέπει να υπάρχουν εξαρτάται από την ομάδα τουριστών στην οποία απευθύνεται η συγκεκριμένη δραστηριότητα.

4. Τι προϋποθέσεις υπάρχουν σχετικά με τις δυνατότητες διαμονής;

Το επίπεδο των ξενοδοχειακών καταλυμάτων που απαιτείται, είναι ανάλογο με την ομάδα τουριστών που ενδιαφέρεται για την συγκεκριμένη δραστηριότητα;

Οι τουρίστες που θέλουν να έρθουν σε άμεση επαφή με το περιβάλλον συχνά απαιτούν περισσότερες ανέσεις απ' ό,τι π.χ. οι τουρίστες των πόλεων, οι οποίοι επικεντρώνονται στις πολιτιστικές εκδηλώσεις, στις μεγάλες πόλεις και στα διεθνή κέντρα.

5. Υπάρχει νομοθεσία/κανονισμοί (όχι περιβαλλοντικοί) ή προδιαγραφές ασφαλείας που έχουν επιπτώσεις στη δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης μιας θεματικής τουριστικής δραστηριότητας;

Συνήθως οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούνται για την ανάπτυξη κάθε δραστηριότητας διαφοροποιούνται ανάλογα με το σχεδιασμό κατασκευής, τις προδιαγραφές ασφάλειας κ.λπ. (περιβαλλοντικές προϋποθέσεις έχουν ήδη αναπτυχθεί).

Θα είναι χρήσιμη η καταγραφή των νομοθετικών προϋποθέσεων/περιορισμών.

Πέρα από τις ανάγκες μιας τουριστικής επιχείρησης να καλύπτει τις τυπικές προϋποθέσεις της νόμιμης λειτουργίας της δεν θα πρέπει να υποτιμηθεί

η σημασία της ικανοποίησης των προσδοκιών του κοινού, όσον αφορά τις προδιαγραφές ασφάλειας. Αυτό είναι θέμα άμεσης προτεραιότητας γι' αυτούς που αποφασίζουν αν και πού θα ασκήσουν μια ειδική τουριστική δραστηριότητα. Εάν δεν τηρηθούν οι προδιαγραφές ασφάλειας μπορεί να συμβούν τραγικά ατυχήματα που θα βλάψουν σοβαρά την φήμη της περιοχής.

6. Η ανάπτυξη μιας ειδικής δραστηριότητας θα έχει επίδραση σε άλλες και με ποιές άλλες θα μπορούσε να προβληθεί από κοινού;

Η ανάπτυξη μιας μορφής τουρισμού, συνήθως αγγίζει και άλλους τουριστικούς παράγοντες της περιοχής.

Είναι σημαντικό να ξεκαθαρίσουμε αυτές τις σχέσεις.

Μπορεί να υπάρχουν άλλες δραστηριότητες για τις οποίες είναι φυσικό να υπάρχει συνεργασία για παράδειγμα στο επίπεδο της κοινής προβολής.

7. Τι απαιτήσεις έχουν οι τουρίστες από τη δραστηριότητα (επίπεδο, ποιότητα, τιμές, αριθμός δραστηριοτήτων μέσα στην ίδια ειδική μορφή τουρισμού);

Οι απαιτήσεις των τουριστών που αφορούν το επίπεδο και την ποιότητα θα πρέπει να καταγραφούν. Είναι ουσιαστικό να πληρεί η τουριστική δραστηριότητα τις προδιαγραφές ποιότητας που ζητούν οι τουρίστες (και η θεωρούμενη ως ομάδα πιθανών πελατών).

8. Ποιές είναι οι ανάγκες για εκπαίδευση και επιμόρφωση προσωπικού για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού;

Η περαιτέρω ανάπτυξη μιας νέας ειδικής δραστηριότητας μπορεί να δημιουργήσει ανάγκες σε εκπαίδευση και επιμόρφωση προσωπικού. Θα πρέπει να δοθεί προσοχή στην ύπαρξη των αναγκών αυτών.

9. Πώς θα διαφημιστεί-προβληθεί η νέα δραστηριότητα για να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες;

Είναι δυνατόν μέσω των ειδικών δραστηριοτήτων να γίνει ελκυστική μία τουριστική δραστηριότητα και στην ομάδα τουριστών στην οποία απευθύνεται κυρίως, και σε άλλες ομάδες τουριστών που αρχικά δεν θεωρείται ότι ενδιαφέρονται γι' αυτή.

β) Μάρκετινγκ

Πριν αναπτύξουμε τη δραστηριότητα πρέπει να δούμε πώς θα την προβάλλουμε αποτελεσματικά ώστε να εξασφαλίσουμε την απαραίτητη πελατεία. Δεν ωφελεί να έχεις ένα καλό προϊόν, εάν οι πιθανοί πελάτες δεν είναι ενήμεροι για το προϊόν αυτό. Το μάρκετινγκ πρέπει να σχεδιάζεται ανάλογα με τη βάση της επιμέρους ομάδας τουριστών που ενδιαφέρονται για τη δραστηριότητα και τη φύση της. Μια τουριστική δραστηριότητα που απευθύνεται σε ειδικούς μπορεί καλά να προβληθεί σε εθνικό επίπεδο για όλες τις περιοχές της χώρας στις οποίες μπορεί να ασκηθεί. Η από κοινού προβολή μπορεί να είναι αποτελεσματικότερη και φθηνότερη. Μπορεί από την άλλη πλευρά να είναι δύσκολο για μια περιοχή/περιφέρεια να κάνει καλή διαφημιστική εκστρατεία μιας ειδικής δραστηριότητας από μόνη της. Μια περιοχή/περιφέρεια μπορεί να κερδίσει με την αντιπαραβολή του συγκριτικού της πλεονεκτήματος με αυτό άλλων περιοχών/περιφερειών, έτσι ώστε η συνολική εικόνα να είναι προσφορά μεγάλης ποικιλίας τουριστικών δραστηριοτήτων που απευθύνονται σε διάφορους τύπους τουριστών.

Το μάρκετινγκ μπορεί να γίνει σε επίπεδο:

- διάθεσης διαφημιστικού υλικού σε εθνικό, περιφερειακό, τοπικό επίπεδο
- διαφημιστικής καμπάνιας σε εθνικό, περιφερειακό, τοπικό επίπεδο
- διάθεσης πληροφοριών μέσω τουριστικών γραφείων
- διάθεσης πληροφοριών σε μαγαζιά, ξενοδοχεία κ.λπ.

- τύπου/τηλεοπτικής κάλυψης

Είναι χρήσιμο να συγκεντρωθούν όσο το δυνατό περισσότερες πληροφορίες για τα αποτελέσματα της διαφημιστικής καμπάνιας και για τις ατομικές τουριστικές επιχειρήσεις και για την περιφέρεια.

Τα συμπεράσματα αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για το σχεδιασμό νέων εκστρατειών πλέον αποτελεσματικών.

1. Τι μορφή θα έχουν τα τουριστικά πακέτα που θα αφορούν τις ειδικές μορφές τουρισμού ώστε να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες;

Μπορούμε συνδυάζοντας στο ίδιο πακέτο πολλές τουριστικές δραστηριότητες να προσελκύσουμε και άλλους τουρίστες πέρα απ' αυτούς στους οποίους αρχικά υπολογίζαμε.

2. Ποιό θα είναι το κυριότερο κομμάτι της τουριστικής αγοράς (ποιοι είναι οι πιθανοί πελάτες);

Το κύριο κομμάτι της τουριστικής αγοράς που θα απευθύνεται η διαφήμιση πρέπει να δημιουργηθεί με βάση την επιλεγείσα ομάδα πελατών και τη φύση της δραστηριότητας.

Το επίπεδο στο οποίο σκοπεύουμε να αναπτύξουμε την τουριστική δραστηριότητα θα καθορίσει και σε τι επίπεδο αυτή θα προβληθεί.

3. Τι μάρκετινγκ πρέπει να γίνει;

Μια γενική έκθεση πάνω στο μάρκετινγκ πρέπει να γίνει.

4. Σε ποιές ομάδες τουριστών θα απευθύνεται η προβολή της δραστηριότητας. Θα γίνεται απευθείας διάθεση των τουριστικών πακέτων ή μέσω τουριστικών γραφείων;

Το μάρκετινγκ θα ασκηθεί άμεσα στους ενδεχόμενους δυνατούς πελάτες ή μέσω τουριστικών γραφείων;

- 5. Μπορούν να αναλάβουν από κοινού τη διαφημιστική εκστρατεία περισσότερες από μία τουριστικές επιχειρήσεις και για περισσότερες από μία τουριστικές δραστηριότητες;**

Θα ήταν θετικό αν μπορούσε αυτό να γίνει και μπορεί να γίνει γιατί υπάρχει η δυνατότητα τουριστικής προβολής συγχρόνως σε πολλές ομάδες τουριστών.

- 6. Πώς πρέπει να προβάλλουμε την τουριστική δραστηριότητα για να ικανοποιήσουμε τον πελάτη;**

Εφόσον η προβολή στοχεύει στην προσέλκυση πελατών, θα πρέπει να κατευθυνθούμε προς τις ανάγκες των πιθανών πελατών, που σημαίνει να βρούμε ποιο είδος προβολής/διαφήμισης θα τον αγγίξει.

- 7. Η τουριστική δραστηριότητα θα προβληθεί σαν μεμονωμένη δραστηριότητα για ειδικούς, για οποιοδήποτε τουρίστα ή και για τα δύο;**

Θα πρέπει να αποφασιστεί αν η προβολή μιας τουριστικής δραστηριότητας θα στοχεύει μόνο σε ειδικούς τουρίστες ή σε ένα ευρύτερο κύκλο τουριστών που δεν έχουν πολύ σχέση με αυτή.

- 8. Είναι δυνατόν να μετρηθεί η αποτελεσματικότητα της διαφημιστικής εκστρατείας;**

Για να συνεχισθεί η προβολή και αν χρειασθεί να ακολουθήσει νέα διαφημιστική εκστρατεία, θα πρέπει να γίνει δυνατή η μέτρηση της αποτελεσματικότητας του μάρκετινγκ. Θα πρέπει επομένως να δοθεί μεγάλη προσοχή στις μεθόδους μέτρησης της αποτελεσματικότητας πριν αρχίσει το μάρκετινγκ.

- 9. Πώς μπορούν να γίνουν εύκολες και κατανοητές οι πληροφορίες που αφορούν τη λύση πρακτικών προβλημάτων που θα αντιμετωπίσει ο τουρίστας στην περιοχή;**

Οι τουρίστες συχνά ζητούν πληροφορίες για πρακτικά ζητήματα σχετικά με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα, που αποτελεί το επίκεντρο των διακοπών τους και σχετικά με τον τόπο που θα την ασκήσουν.

Θα πρέπει να φροντίσουμε για την προετοιμασία του γενικού πληροφοριακού υλικού που θα καλύπτει την ανάγκη αυτή καθώς και ειδικότερων πληροφοριών για όσους ζητούν λεπτομέρειες για το θέμα.

γ) Χρηματοδότηση και προϋπολογισμός

Το οικονομικό μέρος του προγράμματος με τη μορφή του προϋπολογισμού και της χρηματοδότησης αποτελεί σημαντικό στοιχείο για τη λήψη της απόφασης για την ανάπτυξη μιας θεματικής δραστηριότητας.

Εάν σ' αυτό το σημείο, παραμένει σαν μια καλή ιδέα η συνέχιση της υπό σκέψη τουριστικής δραστηριότητας, αυτή είναι η κατάλληλη στιγμή να επικεντρωθούμε στις χρηματοδοτικές επιλογές και συνθήκες.

Ο προϋπολογισμός θα δείχνει τις προβλέψεις για το κόστος και τα κέρδη, εάν θα είναι προτιμότερο να επενδύσει κανείς κεφάλαιο στη δραστηριότητα αυτή και εάν το επενδεδυμένο κεφάλαιο θα χρησιμοποιηθεί καλύτερα.

Το χρηματοδοτικό πλάνο θα δείχνει τη δυνατότητα εξασφάλισης του απαραίτητου κεφαλαίου για τις επενδύσεις.

1. Έξοδα για την ανάπτυξη της θεματικής δραστηριότητας (θα πληρωθούν);

- έξοδα κεφαλαίου;
- τρέχοντα έξοδα;
- θεματική δραστηριότητα;
- απαραίτητη υποδομή;
- διαφήμιση;
- άλλα έξοδα (π.χ. εκπαίδευση προσωπικού);
- προϋπολογισμός;

Τα διάφορα έξοδα που απαιτεί η εφαρμογή προγράμματος θα υπολογιστούν με βάση τις αρχικές πληροφορίες που θα χρησιμεύσουν στη διαμόρφωση ενός προϋπολογισμού αυτών των εξόδων.

2. Έσοδα/έξοδα και προοπτική για τα πέντε (5) επόμενα χρόνια;

Είναι σημαντικό να υπάρχει μια γενική εικόνα της οικονομικής κατάστασης του προγράμματος για περισσότερα χρόνια, π.χ. 5 χρόνια.

3. Χρηματοδότηση (ποιός θα χρηματοδοτήσει τη θεματική δραστηριότητα), πηγές χρηματοδότησης;

- ιδιωτικές επιχειρήσεις;
- τοπική ή περιφερειακή διοίκηση;
- κεντρική διοίκηση και τουριστικοί οργανισμοί;
- Ευρωπαϊκή Ένωση;

Με βάση τις αρχικές σκέψεις, πρέπει να γίνει ένα πρώτο χρηματοδοτικό πλάνο για το ποιος μπορεί να είναι ο επενδυτής του προγράμματος.

Στη στιγμή αυτή ίσως είναι χρήσιμο να γίνει επαφή με μια τράπεζα ή άλλο χρηματοδοτικό οργανισμό για να έχουμε πραγματική γνώση των πιθανοτήτων χρηματοδότησης.

Άλλη δυνατότητα εξασφάλισης κεφαλαίου μπορεί να είναι μέσω άλλων ταμείων (ιδιωτικών και δημόσιων).

δ) Οργανωτική δομή

Θα πρέπει να δοθεί σημασία και στα οργανωτικά θέματα.

Θα αναληφθεί η εν λόγω δραστηριότητα από έναν ιδιώτη ή θα πρέπει να συμμετέχουν περισσότεροι ιδιωτικοί επενδυτές, κεφάλαια ή δημόσιοι επενδυτές;

Η ομάδα ιδιοκτητών καθώς επίσης και η οργάνωση που θα στηρίζει το πρόγραμμα είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες για την επιτυχία της δραστηριότητας.

1. Ποιός μπορεί να θεμελιώσει μια νέα ήπια μορφή τουρισμού;

Λόγω των απαιτήσεων για κεφάλαια, τεχνογνωσία, εκπαίδευση προσωπικού κ.λπ., στην πράξη δεν μπορεί ο καθένας να αναπτύξει μια νέα ειδική τουριστική δραστηριότητα.

Ποια είναι η αρχικά ενδιαφερόμενη ομάδα για την εγκατάσταση της θεματικής δραστηριότητας (τυχόν άλλοι επενδυτές πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη).

2. Τι ρόλο θα παίξουν οι δημόσιες υπηρεσίες;

Το δημόσιο μπορεί να είναι σπουδαίος παράγοντας για την υλοποίηση ενός σχεδίου. Υπάρχει περίπτωση μια δημόσια αρχή να συμμετέχει στη συγκεκριμένη δραστηριότητα (και με ποιο τρόπο);

3. Ποιός ΠΡΕΠΕΙ να συμμετέχει στο πρόγραμμα για να πετύχει;

Μπορεί η συμμετοχή φορέων που δεν φαίνονται με την πρώτη ματιά ότι έχουν συμφέρον από την ανάπτυξη της δραστηριότητας να αποδεικνύονται χρήσιμοι τελικά. Για παράδειγμα, ίσως είναι χρήσιμο να συμμετέχουν οργανισμοί με ενδιαφέροντα που έχουν σχέση με το περιβάλλον, εάν η δραστηριότητα συνδέεται με την φύση (πρέπει όμως κανείς να είναι προσεκτικός σχετικά με την πιθανότητα ύπαρξης αντικρουομένων συμφερόντων).

4. Ποιοί άλλοι θα μπορούσαν να συμμετέχουν;

Υπάρχουν άλλοι φορείς που μπορούν να συμμετέχουν στο πρόγραμμα και να συμβάλλουν στην επιτυχία του;

ε) Υλοποίηση της εναλλακτικής μορφής τουρισμού

Πρέπει να γνωρίζουμε πώς να "στήσουμε" μια τουριστική δραστηριότητα και να λειτουργήσει σε πρακτικό επίπεδο, καθώς επίσης και πώς θα αποφασίσουμε την υλοποίηση του σχεδίου.

1. Ποιός θα αναλάβει την πρωτοβουλία;

Ποιός πρόκειται να αναλάβει την πρωτοβουλία για την έναρξη του σχεδίου; Ποιός θα είναι υπεύθυνος κατά τη διάρκεια εφαρμογής του σχεδίου και μετά την ολοκλήρωσή του;

2. Πώς θα αξιολογηθεί η προσπάθεια σε σχέση με τους στόχους των κεφαλαίων 2 και 4;

Η εξέλιξη του σχεδίου θα πρέπει να κατευθύνεται προς τους καθορισμένους στόχους.

3. Σε πόσο χρονικό διάστημα από την έναρξη υλοποίησης του σχεδίου θα γίνει επαναθεώρηση των δεδομένων και από τι θα εξαρτηθεί η συνέχιση ή η εγκατάλειψή του;

Θα πρέπει αν είναι δυνατό να συμφωνηθούν ευθύς εξαρχής οι επιτρεπόμενες παρεκκλίσεις απ' τους καθορισμένους στόχους, πώς θα εφαρμοστούν τα σχέδια ακριβώς, και σε ποια περίπτωση θα διακοπεί η συνέχισή τους, π.χ. περίπτωση οικονομικού προβλήματος.

4. Τι θα έπρεπε να περιέχεται στο σχέδιο προγράμματος;

Το τελικό σχέδιο και ο λεπτομερής σχεδιασμός της δραστηριότητας θα έπρεπε να βασισθούν στις υπάρχουσες πληροφορίες από την προκαταρκτική εκτίμηση (εκτίμηση για την δυνατότητα πραγματοποίησης) με πιο λεπτομερή τρόπο.

Τα παρακάτω θα πρέπει να ακολουθηθούν κατά γράμμα:

- στόχοι για την πραγματική του σχεδίου
- ομάδες τουριστών στις οποίες απευθύνεται η δραστηριότητα-στόχοι
- προϋπολογισμός
- προσδοκώμενα κέρδη
- χρονοδιάγραμμα και αγορές
- αρμοδιότητα για χρηματοδότηση και ολοκλήρωση
- σχέδια ελέγχου και εκτίμηση της δράσης που σχετίζεται με τους σκοπούς
- σχέδια ελέγχου και εκτίμηση της δράσης που σχετίζεται με τους σκοπούς

- σχέδια επανεκτίμησης και αποφάσεις για την συνέχιση ή διακοπή του σχεδίου
- ανάγκες για πληροφόρηση
- διαφημιστική πρόγραμμα

Απαντώντας στα πιο πάνω ερωτήματα

Οι στόχοι για την ίδρυση μιας νέας τουριστικής δραστηριότητας θα πρέπει να τεθούν από την σχετική μελέτη. Σε κάθε περίπτωση όμως, η ίδια η δραστηριότητα θα θέσει όριο στον αριθμό των τουριστών που μπορεί να απορροφήσει (για παράδειγμα ο ποταμός Αώος μπορεί να σηκώσει μόνο μέχρι 100 αθλητές του καγιάκ την ώρα).

Κάθε νέα υπό ίδρυση τουριστική δραστηριότητα θα πρέπει να αναπτυχθεί με διεθνείς προδιαγραφές, ώστε να είναι πόλος έλξης διεθνούς επιπέδου.

Θεωρούμε ότι θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα σε επενδύσεις μικρής κλίμακας που απαιτούν μικρό κεφάλαιο και δεν διαταράσσουν την περιβαλλοντική ισορροπία (όπως για παράδειγμα η ανέγερση ενός χιονοδρομικού κέντρου).

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, μια σειρά διάφορων επιχειρήσεων θα αποκομίσουν κέρδη στην περίπτωση της ίδρυσης μιας ειδικής τουριστικής δραστηριότητας. Ακόμη, θα σημειωθεί ζήτηση για μια σειρά από νέα επαγγέλματα όπως οι οδηγοί φύσης κ.λπ.

Τι προϋποθέσεις απαιτούνται για την εξάπλωση/δημιουργία των ειδικών μορφών τουρισμού;

Οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη κάθε μιας από τις δραστηριότητες που έχουν προταθεί είναι οι εξής:

- Πρόβλεψη κατάλληλης υποδομής (μεταφορές, χώροι υποδοχής, παροχή υπηρεσιών)
- Ανέσεις καταλυμάτων

- Παροχή πληροφοριών, φυλλαδίων, καρτών
- Πρόβλεψη ανέσεων εστίασεως
- Ανέσεις στα μονοπάτια (νερό, πίνακες πληροφοριών, κάλαθοι απορριμμάτων)
- Δυνατότητες αναψυχής στις οδικές αρτηρίες
- Σήμανση μονοπατιών, αξιοθέατων, τόπων ιστορικού ενδιαφέροντος
- Διευκόλυνση της πρόσβασης του κοινού στην ύπαιθρο
- Ίδρυση Υπηρεσίας παροχής βοήθειας στην ορεινή ζώνη
- Δημιουργία καταστημάτων πώλησης εξοπλισμούς στους ασχολούμενους με ειδικές δραστηριότητες.

Για την ανάπτυξη του Υδροθεραπευτικού Τουρισμού:

- Κατασκευή της απαραίτητης υποδομής
- Ευκολίες πρόσβασης στα καταλύματα (ξενοδοχεία με ανέσεις για άτομα με ειδικές ανάγκες)
- Καταστήματα για αυτοεξυπηρετούμενη πελατεία
- Καταστήματα που προορίζονται για την ικανοποίηση αναγκών των πελατών των υδροθεραπευτηρίων
- Δυνατότητα πρόσβασης σε όλο το δομημένο περιβάλλον
- Πρόβλεψη των αναγκών των ομάδων κάθε ηλικίας

Για τη δημιουργία πακέτων πολιτιστικού-ιστορικού τουρισμού:

- Βελτίωση της υποδομής
- Αναμόρφωση του χώρου που περιβάλλει τις αρχαιολογικές περιοχές (Πίνακες παροχής αρχαιολογικών πληροφοριών, εγκαταστάσεις υγιεινής, πρόβλεψη χώρων εστίασης κ.λπ.)

Για τη δημιουργία πακέτων συνεδριακού τουρισμού:

- Βελτίωση των σταθμών υποδοχής τουριστών και των αντίστοιχων προσφερόμενων υπηρεσιών

- Σηματοδότηση των κεντρικών δρόμων και παροχή πληροφοριών για τις υπάρχουσες ανέσεις και αξιοθέατα κατά τη διάρκεια της διαδρομής
- Βελτίωση των μέσων μαζικής μεταφοράς και καθιέρωση αμαξιτών περιηγήσεων (στο Κάστρο των Ιωαννίνων –παλιά πόλη– παραλίμνιο ζώνη)
- Καλύτερη οργάνωση της παραδοσιακής αγοράς και προώθηση των τοπικών προϊόντων καλής ποιότητας
- Εκπαίδευση ξεναγών ειδικά για την περιοχή της Ηπείρου
- Καθιέρωση ιστορικών περιηγήσεων για τους συνεδριακούς τουρίστες
- Υιοθέτηση των νέων τεχνολογικών δυνατοτήτων τουριστικής προβολής (οθόνες, πίνακες πληροφοριών)
- Δημιουργία ευκαιριών αγορών για τους τουρίστες
- Αναβάθμιση-ανάπτυξη της παλαιάς πόλης και του Κάστρου των Ιωαννίνων (π.χ. ίδρυση ενυδρείου με τον θαλάσσιο πλούτο της λίμνης)
- Κατασκευή δεύτερου συνεδριακού κέντρου και ανέγερση ξενοδοχείων ανώτερης κατηγορίας στα Ιωάννινα
- Πρόβλεψη δυνατοτήτων αναψυχής-διασκέδασης των συνεδριακών τουριστών.
- Πεζοδρόμηση της παραλιμνίου περιοχής και της περιοχής γύρω από την παλιά πόλη και μετατροπή τους σε δρόμους για άμαξες.
- Διαμόρφωση των κτιρίων της παλιάς πόλης σε παραδοσιακούς ξενώνες ανώτερης κατηγορίας.
- Παροχή δυνατοτήτων διασκέδασης στους διερχόμενους τουρίστες.

Η ποιότητα και το επίπεδο των υπηρεσιών θα πρέπει να είναι ο πιο σημαντικός στόχος μας και θα πρέπει να είναι σε κάθε περίπτωση υψηλό.

Το υψηλό επίπεδο ανέσως καθώς και η παροχή υπηρεσιών στον πελάτη μπορούν να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες.

Δεν υπάρχουν περιβαλλοντικοί περιορισμοί για την προώθηση των τουριστικών δραστηριοτήτων που προτείναμε.

Τα είδη των δραστηριοτήτων που διαλέξαμε να αναπτύξουμε αλληλοσυνδέονται. Έτσι η ανάπτυξη του καθενός θα βοηθήσει την ανάπτυξη του άλλου, και ο συνδυασμός τους θα είναι περισσότερο ελκυστικός στους επισκέπτες.

Οι τουρίστες που ασχολούνται με συγκεκριμένες δραστηριότητες είναι συνειδητοί τουρίστες και επισκέπτονται συγκεκριμένες περιοχές για να επιδοθούν σε συγκεκριμένες δραστηριότητες.

Και αυτού του είδους οι τουρίστες απαιτούν μεγαλύτερη ποικιλία στις διακοπές τους και είναι δυσκολότερο από ό,τι οι "μαζικοί τουρίστες" να ικανοποιηθούν.

Ο συνδυασμός διαφόρων δραστηριοτήτων μπορεί να γίνει ελκυστικότερος σε μία μεγαλύτερη μερίδα επισκεπτών. Οι τουρίστες ειδικά με γενικά ενδιαφέροντα, που αποτελούν και την πλειοψηφία, ζητούν τέτοιους συνδυασμούς.

Μάρκετινγκ

Είναι στην κρίση της ομάδας που θα οριστεί υπεύθυνη για το μάρκετινγκ—σύμφωνα με τα ειδικά συμπεράσματα της μελέτης— να αποφασίσει για τον τύπο της τουριστικής προβολής.

Η γνώμη μας είναι ότι κατ' ευθείαν πώληση του πακέτου ειδικών μορφών τουρισμού στον πελάτη είναι δύσκολο να γίνει. Έτσι η προώθησή τους θα πρέπει να γίνει μέσω τουριστικών γραφείων.

Πιστεύουμε ότι μπορούμε να ασκήσουμε μάρκετινγκ από κοινού για περισσότερα από ένα είδη τουριστικών δραστηριοτήτων. Είναι στην αρμοδιότητα της ομάδας που θα αναλάβει την ανάπτυξη κάθε τουριστικής δραστηριότητας να βρει τον τρόπο συνεργασίας των τοπικών επιχειρήσεων σε θέματα μάρκετινγκ. Και ακόμη να διαλέξει το είδος της προβολής που θα ικανοποιήσει περισσότερο τους τουρίστες.

Πιστεύουμε ότι κάθε τουριστική δραστηριότητα που θα επιλεγεί, θα πρέπει να προβληθεί σαν δραστηριότητα και για αρχάριους και για προχωρημένους λόγω της μικρής κλίμακας άσκησης των δραστηριοτήτων και της ποικιλίας των τουριστικών πόρων της περιοχής.

Ο τρόπος αποτίμησης της αποτελεσματικότητας της διαφημιστικής καμπάνιας μιας τουριστικής δραστηριότητας θα πρέπει να προβλέπεται από την ειδική μελέτη του μάρκετινγκ.

Απλές και σαφείς πληροφορίες για ό,τι προσφέρεται στην περιοχή μπορούν να δοθούν στους τουρίστες μέσω της:

- Έκδοσης μιας σειράς φυλλαδίων που θα περιλαμβάνει όλες τις προσφερόμενες στον τουρίστα δυνατές δραστηριότητες.
- Διάθεσης χαρτών
- Εγκατάστασης πινάκων πληροφοριών
- Τοποθέτησης ηλεκτρονικών οθονών σε επιλεγμένες περιοχές, με έμφαση στη δυνατότητα συνδυασμού βουνού και θάλασσας κ.λπ.

Χρηματοδότηση και Προϋπολογισμός

Όλα τα στοιχεία που αφορούν την "επιχείρηση ανάπτυξης ειδικών τουριστικών δραστηριοτήτων" όπως κόστος, προϋπολογισμός, κεφάλαια κίνησης, τρέχοντα έξοδα και άλλες δαπάνες, θα πρέπει να αποτελέσουν αντικείμενο ειδικής μελέτης.

Ωστόσο πιστεύουμε ότι η πηγή χρηματοδότησης κάθε μιας τουριστικής δραστηριότητας θα πρέπει να επιλεγεί ξεχωριστά με βάση το χαρακτήρα της δραστηριότητας.

Η κατασκευή ενός συνεδριακού κέντρου μπορεί να αναληφθεί από ιδιωτικές επιχειρήσεις επειδή τα κέρδη είναι ανταποδοτικά.

Αντίθετα η βελτίωση της υποδομής για την ανάπτυξη μορφών οικοδραστηριοτήτων, ο σχεδιασμός της ανάπτυξης της παλιάς πόλης και

παραλιμνίου περιοχής των Ιωαννίνων, η αναμόρφωση του περιβάλλοντος τους αρχαιολογικούς τόπους χώρου, θα πρέπει να αναληφθούν από το δημόσιο και τους Δήμους με την οικονομική στήριξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, γιατί τα κέρδη διαχέονται.

Οργανωτική δομή

Σύλλογοι, Δήμοι, Ενώσεις, Ομάδες ιδιωτικών συμφερόντων και Επιχειρήσεις μπορούν να αναλάβουν την ίδρυση και προώθηση ειδικών τουριστικών δραστηριοτήτων.

Καθε μία από τις ομάδες αυτές θα πρέπει να αναλάβει την ίδρυση της δραστηριότητας εκείνης που έχει περισσότερες πιθανότητες να προωθήσει καλύτερα.

Οι δημόσιες Υπηρεσίες θα πρέπει να παίξουν συμβουλευτικό και συντονιστικό ρόλο στην ανάπτυξη συνδυασμένων τουριστικών δραστηριοτήτων. Η σύνδεση αυτή θα εξαρτηθεί από τις συνθήκες της περιοχής, ωστόσο είναι σημαντικό για τους επισκέπτες να έχουν πρόσβαση σε όσο το δυνατόν περισσότερες δραστηριότητες.

Υλοποίηση της εναλλακτικής μορφής τουρισμού

Οι δημόσιες υπηρεσίες θα πρέπει να αναλάβουν την πρωτοβουλία για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού και να δώσουν κίνητρα στις ιδιωτικές επιχειρήσεις να επενδύσουν στην κατεύθυνση αυτή.

θ) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Είναι γεγονός ότι η τουριστική πολιτική στην Ελλάδα ακολούθησε εν πολλοίς το κυρίαρχο συναίσθημα «ΗΛΙΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ».

Οι αρνητικές συνέπειες βέβαια, δεν άργησαν να φανούν σε ολόκληρο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος στην Ελλάδα.

Η συγκέντρωση του μεγάλου όγκου των τουριστικών δραστηριοτήτων σε ορισμένες περιοχές, η σμίκρυνση της τουριστικής περιόδου, οι χαμηλές τιμές, αποτελούν τα χαρακτηριστικά και χρόνια προβλήματα του Ελληνικού τουρισμού και πάνω σ' αυτά στηρίζονται όλα τα σενάρια της τουριστικής πολιτικής.

Οι εναλλακτικές μορφές ήπιων μορφών τουριστικής ανάπτυξης, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η προσέλκυση πελατείας υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, συνιστούν, την τουριστική πολιτική του Ελληνικού κράτους.

Η περιοχή του Νομού Ιωαννίνων ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ και ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ για τις περισσότερες μορφές ήπιου τουρισμού, ολόκληρο το χρόνο.

Ο συνδυασμός, του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, ιστορικά μνημεία και πολιτισμός, σύγχρονη ζωή και προσφερόμενες ανέσεις, είναι οι σπουδαιότεροι τουριστικοί πόροι της περιοχής μας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την εφαρμογή αυτής της πολιτικής, αφού αποτελούν, το ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ της περιοχής.

Βέβαια η τουριστική πολιτική υποστηρίζεται με την θέσπιση μέτρων όπως:

- καθιέρωση αναπτυξιακών κινήτρων ν. 1892/90
- επιχορηγούνται νέες ξενοδοχειακές μονάδες, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμοί υπάρχουσών μονάδων
- δημιουργία γηπέδων γκόλφ, τένις, σκι κ.ά
- Η μετατροπή παραδοσιακών κτισμάτων σε ξενοδοχειακά καταλύματα
- Προγράμματα Ευρωπαϊκής Ένωσης

- LEADER:

Επιχορήγηση τουριστικών δραστηριοτήτων σε ορεινές περιοχές

- INTEREG:

- Ενίσχυση τουριστικών δραστηριοτήτων κυρίως με τη δημιουργία υποδομών.

Στα προγράμματα της περιφέρειας Ηπείρου έχουν συμπεριληφθεί πολλές προτάσεις για την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων στους ορεινούς όγκους καθώς και η δημιουργία δυνατοτήτων αξιοποίησης των τουριστικών πόρων με τη χρηματοδότηση έργων υποδομής.

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση έχει καθιερώσει τη λειτουργία δύο επιτροπών για τον τουρισμό: NET (Νομαρχιακή Επιτροπή Τουρισμού) και NETΠ (Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής) και οι δύο έχουν υιοθετήσει την άποψη ότι ο τουριστικός τομέας πρέπει να προωθηθεί με κάθε πρόσφορο μέσο.

Από όλους έχει γίνει αποδεκτό ότι η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να έχει κυρίαρχο στόχο τις ήπιες μορφές τουρισμού με σκοπό:

- την αύξηση της τουριστικής κίνησης
- την αύξηση της τουριστικής κίνησης στις ορεινές κοινότητες
- τη δημιουργία νέων προορισμών εντός του νομού, (Τζουμέρκα-Καλαρρύτες-Συράκο), χωριά ΛΑΚΚΑΣ ΣΟΥΛΙΟΥ εν όψει της κατασκευής της ΕΓΝΑΤΙΑΣ οδού, ΠΩΓΩΝΙ, όπου ήδη λειτουργεί το τελωνείο Κακαβιάς και πρόκειται να λειτουργήσουν άλλα δυο (Μέρτζιανης-Δρυμάδων).

KONITSA όπου ήδη αναπτύσσεται ραγδαία ο αθλητισμός (κανώ-καγιάκ) στα ποτάμια

- την ανάδειξη, συντήρηση και προβολή όλων των αξιοθέατων, του νομού.

- τη βελτίωση των υποδομών (οδικό δίκτυο, ύδρευση, επικοινωνία, συγκοινωνιακά μέσα)
- την ενίσχυση για τη δημιουργία χώρων άθλησης, ψυχαγωγίας και αναψυχής
- τη συνέχεια της τουριστικής προβολής
- την αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών, με την επιμόρφωση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα και
- τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων

I) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

Η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα απέκτησε μία σημαντική θέση τα τελευταία 30 χρόνια αφού ακολούθησε εντυπωσιακούς ρυθμούς ανάπτυξης, κύρια στη δεκαετία 1960-70.

Από την εξέλιξη των οικονομικών μεγεθών όπως οι αφίξεις, το συνάλλαγμα, οι θέσεις απασχόλησης, οι επενδύσεις και τα κέρδη που προκύπτουν από την τουριστική δραστηριότητα σε ολόκληρο τον κόσμο, την Ευρώπη και τη Χώρα μας, διαπιστώνονται αυξητικές τάσεις.

Οι αυξητικές τάσεις που διαγράφονται για το μέλλον στηρίζονται, στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου των τουριστών από τις κυριότερες χώρες προέλευσής τους (Ευρώπη-ΗΠΑ-Ιαπωνία), στο γεγονός ότι ο τουρισμός θεωρείται αγαθό πρώτης ανάγκης και στην ευαισθητοποίηση των τουριστών για περιβαλλοντικά, πολιτιστικά, κοινωνικά θέματα.

Η διεθνή θέση της Ελλάδας ανάμεσα στις τουριστικές χώρες χαρακτηρίζεται από το κυρίαρχο τουριστικό ρεύμα, το μαζικό τουρισμό, για διακοπές στις παραθαλάσσιες περιοχές, τη θερινή περίοδο.

Η αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού αποτελεί πλέον τη βασική κατευθυντήρια γραμμή του Ελληνικού τουριστικού τομέα και υποστηρίζεται από το γεγονός ότι οι Ευρωπαίοι τουρίστες που αποτελούν το 80% της πελατείας μας, στρέφονται ολοένα και περισσότερο σε ειδικές μορφές τουρισμού.

Η οργάνωση τέτοιων μορφών τουρισμού στηρίζεται στις μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις, που είναι ενταγμένες στο χώρο και το περιβάλλον, προσφέροντας υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στα ειδικά χαρακτηριστικά της περιοχής και των επισκεπτών.

Η αύξηση του τουρισμού της 3ης ηλικίας αλλά και των νέων, η αναζήτηση μικρών τουριστικών καταλυμάτων όπου ικανοποιούνται οι ανάγκες των τουριστών να βιώσουν τις διακοπές τους, πιστεύουμε ότι φωτογραφίζουν σε

ένα μεγάλο βαθμό τις δυνατότητες της περιοχής μας για ανάπτυξη του τουριστικού τομέα.

Η προβολή της περιοχής μας πρέπει να στηρίζεται στην ανάδειξη όλων των χαρακτηριστικών που ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις των Ευρωπαίων τουριστών για διακοπές, κοντά στο φυσικό και καθαρό περιβάλλον, κοντά στους ανθρώπους και την καθημερινή τους ζωή.

Είναι γνωστό ότι στα τελευταία χρόνια η τουριστική προβολή της περιοχής μας γινόταν από τον ΕΟΤ σε συνεργασία με την Νομαρχία.

Είχε εκδοθεί ένας τουριστικός οδηγός, μια σειρά αφισών, μια ταινία VIDEO, ένα τετράπτυχο ενημερωτικό φυλλάδιο που εδώ και τρία χρόνια έχουν εξαντληθεί παντελώς και δεν υπάρχει η οικονομική δυνατότητα από τον ΕΟΤ να εκτυπωθούν ξανά.

Επίσης έχει σταματήσει η συμμετοχή του Νομού ή άλλων φορέων της περιοχής στην ετήσια τουριστική έκθεση «ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ» και φυσικά δεν διατίθεται κανένα έντυπο προβολής πουθενά και σε κανένα.

Οι στόχοι της τουριστικής προβολής

Ο νομός Ιωαννίνων κατατάσσεται στις μη τουριστικές περιοχές αφού όλα τα τουριστικά οικονομικά μεγέθη όπως τζίρος, απασχόληση, αριθμός ξενοδοχειακών μονάδων, δωματίων, κλινών, υστερούν σημαντικά έναντι άλλων περιοχών.

Με τα σημερινά δεδομένα διαπιστώνεται ότι υπάρχει μια σταθερά αυξανόμενη τουριστική κίνηση και μια μεγαλύτερη τάση αύξησης της τουριστικής προσφοράς στην πόλη και τις ορεινές περιοχές (Μέτσοβο, Ζαγορι, Κόνιτσα, Πωγώνι).

Κυριότεροι πελάτες μας είναι οι Έλληνες και από τους ξένους οι Ευρωπαίοι (Γερμανοί και Γάλλοι).

Στην περιοχή μας διεξάγονται πολλές συνεδριακές εκδηλώσεις, μικρού και μεσαίου αριθμού συνέδρων, Αθλητικών εκδηλώσεις στη λίμνη των Ιωαννίνων αλλά και στα ποτάμια της περιοχής.

Οι περισσότεροι επισκέπτες της περιοχής μας είναι γνωστό πως κινούνται, στα αξιοθέατα της πόλης στα χωριά του Ζαγορίου, στο Μέτσοβο, το Σπήλαιο του Περάματος, το θέατρο Δωδώνης, το Νησί και το Μουσείο Κέρινων ομοιωμάτων.

Είναι αυτονόητο ότι τα θέματα της τουριστικής προβολής θα περιλαμβάνουν το σύνολο των τουριστικών πόρων του νομού Ιωαννίνων.

Κυρίαρχος στόχος της τουριστικής προβολής θα είναι οι Έλληνες και οι Ευρωπαίοι τουρίστες που αναζητούν διακοπές έξω από το τουριστικό ρεύμα και τις καθιερωμένες διαδρομές.

Συμπληρωματικός στόχος θα πρέπει να είναι οι Ηπειρώτες ομογενείς της Αμερικής και της Ευρώπης που πάντα νοσταλγούν να επισκεφθούν την ιδιαίτερη πατρίδα τους και ταυτόχρονα αποτελούν οι ίδιοι τους καλύτερους διαφημιστές μας.

Πού, πότε και πώς θα γίνει η προβολή

Η προβολή των τουριστικών ενδιαφερόντων πρέπει να γίνεται στον τόπο διαμονής των υποψηφίων επισκεπτών μας, να είναι συνεχής, όλο το χρόνο, αλλά και στον τόπο των διακοπών με την παροχή των απαραίτητων πληροφοριών και εξηγήσεων.

Πιστεύουμε ότι η προβολή πρέπει να γίνεται όλο το χρόνο και όχι με τη μορφή καμπάνιας (εποχιακά) με όλα τα προτεινόμενα μέσα προβολής, μέσω των γνωστών καναλιών διανομής και πληροφόρησης: ΕΟΤ, στην Ελλάδα και το εξωτερικό, τουριστικές εκθέσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό, τουριστικά πρακτορεία, Σύλλογοι και αδελφότητες Ηπειρωτών σε όλες τις χώρες του

εξωτερικού και στην Ελλάδα, Ξενοδοχεία, τουριστικές επιχειρήσεις και Οργανισμοί, Υπηρεσίες, σχολεία, Μουσεία, αξιοθέατα περιοχής.

Η διανομή των υλικών προβολής στους τόπους που αναφέρθηκαν θα καλύψει επαρκώς όλες τις περιπτώσεις.

Εξάλλου, ο τουριστικός οδηγός, η ταινία VIDEO τα θεματικά τετράπτυχα και οι κάρτες θα δίνουν αναλυτικότερα στοιχεία για τους ενδιαφερόμενους.

Είναι λογικό, ότι οι στόχοι που επιδιώκονται απαιτούν σημαντικά ποσά χρηματοδότησης και θα πρέπει απαραίτητα να εξασφαλίζεται μια διάρκεια στην προβολή τουλάχιστον για τα 2-3 επόμενα χρόνια.

Μέσα και υλικά τουριστικής προβολής

Σε δύο κατηγορίες εντάσσονται τα μέσα της προβολής

α. γραπτός τύπος

β. άλλα MEDIA (Αφίσες-films-κάρτες)

Θα χρησιμοποιηθούν και τα δύο είδη, για την τουριστική προβολή, αφού από την εμπειρική μας γνώση και παρατήρηση διαπιστώνουμε ότι:

- Τα προτεινόμενα υλικά προβολής χρησιμοποιούνται από όλες τις χώρες και τις περιοχές με τα χαρακτηριστικά της δικής μας περιοχής.
- Παρέχουν τη δυνατότητα να συγκεντρώνουν μεγάλο αριθμό χρήσιμων και απαραίτητων πληροφοριών με σύντομο και οικονομικό τρόπο.
- Παρουσιάζουν μηνύματα με κωδικοποιημένη μορφή για τα τουριστικά ενδιαφέροντα.
- Μεταφέρουν εικόνες σε κάθε γωνιά της γης.
- Χρησιμοποιούνται σαν πληροφοριακά υλικά από τους τουριστικούς πράκτορες άλλων περιοχών ή χωρών, τις εφημερίδες τα περιοδικά και την τηλεόραση.
- Τα κείμενα, οι τίτλοι και υπότιτλοι, όλων των υλικών θα εκτυπωθούν στα Ελληνικά και σε 3 ξένες γλώσσες Αγγλικά-Γερμανικά-Γαλλικά.

Κ) ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

	ΕΙΔΟΣ	
1	Τουριστικός οδηγός	18 650 000
2	Χάρτες	6 850 000
3	Τουριστικό φυλλάδιο	20 000 000
4	Κάρτες	5 000 000
5	Τετράπτυχα θεματικά προσκέτ	4 500 000
6	Αφίσες	5 000 000
7	Ταινία VIDEO	10 000 000
8	Οργάνωση του γραφείου Τουριστικής Ανάπτυξης	10 000 000
	Σύνολο	80 000 000

Τουριστικός Οδηγός Νομού Ιωαννίνων

Έγινε πλέον φανερό ότι η δημιουργία ενός τουριστικού οδηγού για το Νομό Ιωαννίνων είναι απόλυτα απαραίτητη.

Η προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης και ειδικότερα η προώθηση ειδικών μορφών τουριστικής δραστηριότητας απαιτεί μια συνδυασμένη χρήση όλων των μέσων και βέβαια της τουριστικής προβολής.

Η περιγραφή που προηγήθηκε, για την τουριστική κίνηση και τους τουριστικούς πόρους του Ν. Ιωαννίνων πιστεύουμε ότι στοιχειοθετεί τις προτεινόμενες ενέργειες προβολής.

Ο τουριστικός οδηγός θα αποτελέσει το πρώτο και σημαντικότερο ίσως δείγμα της δουλειάς μας αφού απευθύνεται κυρίως σε επαγγελματίες και επισκέπτες με ιδιαίτερες απαιτήσεις, ειδικότερα για την ποιότητα του περιβάλλοντος και το επίπεδο παροχής υπηρεσιών αλλά και σε επισκέπτες VIPs της περιοχής.

Στον τουριστικό οδηγό θα συμπεριλαμβάνονται όλα τα στοιχεία του τουριστικού φυλλαδίου των θεματικών προσπέκτ, οι χάρτες, 150 φωτογραφίες, κείμενα, που θα παρέχουν πληροφορίες για την ιστορική-πολιτιστική διαδρομή της περιοχής.

Η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική των ορεινών χωριών θα καταγραφεί με κάθε πρόσφορο τρόπο.

Θα υπάρχουν επίσης κείμενα για την σύγχρονη, καθημερινή πραγματικότητα: Δημογραφικά, Γεωγραφικά, Κλιματολογικά, Οικονομικά, Πολιτιστικά.

Ιδιαίτερη σημασία θα δοθεί στην παρουσίαση των ντόπιων προϊόντων γαλακτοκομικά-κρασιά-ασημικά-υφαντά-ξυλόγλυπτα.

Συνταγές για παραδοσιακά φαγητά θα συνοδεύουν την παρουσίαση των ντόπιων προϊόντων.

Όλες οι απαραίτητες και χρήσιμες πληροφορίες θα παρουσιάζονται κωδικοποιημένες με τη χρήση των διεθνών συμβόλων.

Ξεχωριστά θα παρουσιάζεται ο κατάλογος των τουριστικών καταλυμάτων της περιοχής (ξενοδοχεία, ξενώνες και ενοικιαζόμενα δωμάτια).

Ο τουριστικός οδηγός θα αποτελείται από 96 σελίδες μεγέθους A4 (21x29) και θα εκτυπωθεί σε 5 γλώσσες, θα διανέμεται επιλεκτικά σε τουριστικές επιχειρήσεις και συνεργάτες, σε φιλοξενούμενους συνεδριακών, αθλητικών ή πολιτιστικών εκδηλώσεων καθώς και φιλοξενούμενους των τοπικών αρχών ή τοπικών φορέων και παραγόντων.

Αναλυτική παρουσίαση προϋπολογισμού για τη δημιουργία τουριστικού οδηγού Νομού Ιωαννίνων

	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΣ	ΑΞΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ			
1.	Χάρτες Χάρτης Ευρώπης Χάρτης Νομού Ιωαννίνων Χάρτης πόλης Ιωαννίνων Χάρτης Ζαγοροχωρίων Χάρτης Ηπείρου			
2.	Φωτογραφίες - slides	150	10 000	1 500 000
3.	Κείμενα και "μεταφράσεις" 4 γλώσσες Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά και Ιταλικά	5	100 000	500 000
4.	Φαχητά - ποτά - γλυκά - ντόπια προϊόντα παραδοσιακές συνταγές (Φωτογραφίες-κείμενα)			400 000
5.	Κατάλογος χρήσιμων πληροφοριών			200 000
6.	Κατάλογος τουριστικών καταλυμάτων			200 000
7.	Σχεδιασμός lay-out επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			2 500 000
8.	Διαχωρισμοί - επεξεργασία υλικών εκτυπώσεων offset			2 000 000
9.	Εκτύπωση - βιβλιοδεσία 20.000 τεμάχια			11 350 000
	ΣΥΝΟΛΟ			18 650 000

Οι χάρτες για τον τουριστικό οδηγό θα είναι από τα άλλα έντυπα

Χάρτες

Η χρήση των χαρτών έχει γενικευτεί τόσο από τους ταξιδιώτες όσο από τους επισκέπτες συγκεκριμένων τόπων γιατί, παρέχουν τη δυνατότητα, να παρουσιάζονται, με γνωστούς διεθνείς κώδικες ή με ευκολονόητα σήματα, όλες οι απαραίτητες και χρήσιμες πληροφορίες και διευκολύνουν άριστα και με οικονομικό τρόπο τους ενδιαφερόμενους.

Στην περίπτωση μας οι χάρτες θα χρησιμοποιηθούν και για την έκδοση του τουριστικού οδηγού και του τουριστικού φυλλαδίου και ξεχωριστά βέβαια ο καθένας για την ιδιαίτερη χρήση του.

Αναλυτικότερα:

Ο πρώτος χάρτης θα παρουσιάζει την Ευρώπη, με ιδιαίτερη σήμανση την περιοχή της Ηπείρου.

Ο δεύτερος χάρτης, θα παρουσιάζει το νομό Ιωαννίνων.

Ο τρίτος χάρτης, θα παρουσιάζει την πόλη των Ιωαννίνων.

Ο τέταρτος χάρτης θα παρουσιάζει την περιοχή των Ζαγοροχωρίων.

Ο πέμπτος χάρτης θα παρουσιάζει την περιοχή της Ηπείρου συνολικά.

Τα στοιχεία όλων των χαρτών θα είναι τυπωμένα εκτός από τα Ελληνικά και σε 3 ξένες γλώσσες Αγγλικά, Γερμανικά και Γαλλικά.

Χάρτης Νομού Ιωαννίνων

Ο χάρτης του Νομού Ιωαννίνων θα είναι πολιτικός-τουριστικός.

Θα παρουσιάζονται οι Πόλεις, Κωμοπόλεις και τα χωριά του Νομού Ιωαννίνων.

Στον ίδιο χάρτη επίσης θα παρουσιάζονται με τα καθιερωμένα σήματα τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα σημεία του Νομού Ιωαννίνων καθώς και οι τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, εστιατόρια, κ.λπ.).

Ο χάρτης θα είναι διαστάσεων 50x70 τυπωμένος από τις δύο πλευρές: Από τη μια πλευρά θα είναι πολιτικός και από την άλλη θα εμφανίζονται πληροφορίες για τα τουριστικά αξιοθέατα, την ύπαρξη τουριστικών καταλυμάτων, εστιατορίων κ.λπ.

Θα χρησιμοποιηθεί και για την έκδοση του τουριστικού οδηγού και του τουριστικού φυλλαδίου του Νομού Ιωαννίνων.

Θα εκδοθεί σε 50.000 αντίτυπα

Ελληνικά 20.000

Αγγλικά 10.000

Γερμανικά 10.000

Γαλλικά 10.000

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΑΡΤΗ ΝΟΜΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΑΞΙΑ
	Αγορά χάρτη Νομού Ιωαννίνων	1	200 000	200 000
	Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			250 000
	Κείμενα			50 000
	Εκτύπωση 20.000 τεμαχίων			1 500 000
	ΣΥΝΟΛΟ			2.000 000

Χάρτης περιοχής Ηπείρου

Ο χάρτης της περιοχής της Ηπείρου είναι το μόνο έντυπο στοιχείο με αναφορά στην Ήπειρο, στην παρούσα εργασία έχει σκοπό να παρουσιάσει και να συνδέσει κυρίως τμήμα, την ενδοχώρα, ένα ορεινό νομό, με τη θάλασσα περιοχή του Ιονίου πελάγους, την Πρέβεζα, την Πάργα, τα Σύβοτα, τα Επάνησα.

Θα είναι μεγέθους Α3 τυπωμένο από τις δύο πλευρές. Στη μία θα παρουσιάζεται ο πολιτικός χάρτης και στην άλλη τα αξιολογότερα ιστορικά πολιτιστικά μνημεία της περιοχής καθώς και οι δυνατότητες των συνδυασμών για διακοπές σε βουνό και θάλασσα.

Θα εκδοθεί σε 15.000 αντίτυπα, στα Ελληνικά 6.000 τεμ., Αγγλικά 3.000 τεμ., Γερμανικά 3.000 τεμ., Γαλλικά 3.000 τεμ.

Θα χρησιμοποιηθεί και για την έκδοση του τουριστικού οδηγού και η διανομή του θα γίνεται από τα γνωστά σημεία διέλευσης των τουριστών.

**Αναλυτική παρουσίαση προϋπολογισμού για τη δημιουργία
χάρτη της περιοχής Ηπείρου**

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ	ΣΥΝΟΛΟ
Αγορά χάρτη περιοχής Ηπείρου	1		200 000
Κείμενα			100 000
Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			200 000
Εκτύπωση 15.000 τεμαχίων			1 500 000
ΣΥΝΟΛΟ			2 000 000

Χάρτης πόλης Ιωαννίνων

Στο χάρτη της πόλης των Ιωαννίνων θα περιέχονται:

- Το σχέδιο της πόλης με όλες τις οδούς, τα τουριστικά αξιοθέατα, τα τουριστικά καταλύματα και τις υπηρεσίες (αεροδρόμιο, ΕΟΤ, Νομαρχία, Τουριστική Αστυνομία, τουριστικά γραφεία, Κ.Τ.Ε.Λ., κ.λπ.).
- Το μέγεθος του χάρτη θα είναι Α3 τυπωμένο από τις δύο πλευρές και θα διπλώνεται σε ισομεγέθη μέρη.
- Από τη μία πλευρά θα παρουσιάζονται τα αξιοθέατα και οι υπηρεσίες και από την άλλη τα τουριστικά καταλύματα.
- Και στις δύο πλευρές θα παρουσιάζεται ο οδικός χάρτης της πόλης.
- Ο χάρτης θα χρησιμοποιηθεί για τον τουριστικό οδηγό και το τουριστικό φυλλάδιο.

Θα διανέμεται από κάθε σημεία διέλευσης τουριστών.

Θα εκδοθεί σε 50.000 αντίτυπα συνολικά

Ελληνικά	20.000
Αγγλικά	10.000
Γερμανικά	10.000
Γαλλικά	10.000

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΑΡΤΗ ΠΟΛΗΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΑΞΙΑ
	Αγορά χάρτη			150 000
	Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			100 000
	Κείμενα			50 000
	Εκτύπωση 50.000 τεμαχίων			1 200 000
	ΣΥΝΟΛΟ			1 500 000

Χάρτης Ζαγοροχωρίων

Η περιοχή των Ζαγοροχωρίων είναι ιδιαίτερα γνωστή σαν περιοχή τουριστικού ενδιαφέροντος.

Είναι όμως, σχεδόν άγνωστες οι ιδιαίτερες πληροφορίες που πολλές φορές καθορίζουν την τουριστική κίνηση της περιοχής.

Είναι απόλυτα απαραίτητο να εκδοθεί ένας χάρτης της περιοχής που θα συμπεριλαμβάνει από την μια πλευρά όλες τις κοινότητες που αποτελούν την περιοχή των Ζαγοροχωρίων με την οδική τους προσέγγιση, τη γεωγραφική τους μορφή και την ύπαρξη των προσφερόμενων εξυπηρετήσεων και από την άλλη θα παρουσιάζονται, ο εθνικός δρυμός, το φαράγγι του Βίκου, τα ποτάμια, τα ορεινά μονοπάτια, ιστορικά μνημεία, εκκλησίες, μοναστήρια, καθώς και η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική μορφή των κτισμάτων της περιοχής.

Ο χάρτης θα είναι μεγέθους Α3 και θα εκδοθεί σε 20.000 αντίτυπα.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΑΡΤΗ ΖΑΓΟΡΟΧΩΡΙΩΝ

	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΑΞΙΑ
	Αγορά χαρτών περιοχής	2	100 000	200 000
	Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			200 000
	Κείμενα			100 000
	Εκτύπωση 20.000 τεμαχίων			500 000
	ΣΥΝΟΛΟ			1.000.000

Χάρτης της Ευρώπης με προβολή την περιοχή της Ηπείρου

Η περιοχή του Νομού Ιωαννίνων δεν είναι ιδιαίτερα γνωστή και φημισμένη όπως, η Κρήτη, η Ρόδος, η Κέρκυρα κ.α. και βέβαια η "άγνωστη διαδρομή" αποθαρρύνει τους περισσότερους επισκέπτες.

Ο χάρτης θα χρησιμοποιηθεί μόνο για την έκδοση του τουριστικού οδηγού και του τουριστικού φυλλαδίου, για να παρουσιάζει την περιοχή μας σε σχέση με την Ευρώπη και βέβαια για να δείξει ότι βρίσκεται στο πέρασμα από Ιταλία για την υπόλοιπη Ελλάδα, κυρίως στους Ευρωπαίους που ταξιδεύουν με το δικό τους αυτοκίνητο.

Ο χάρτης θα παρουσιάζει σε σκίτσο με τις Ευρωπαϊκές χώρες και τα σύνορά της και σε μεγέθυνση την περιοχή της Ηπείρου.

Στην ίδια σελίδα θα συμπεριλαμβάνονται επίσης στοιχεία γεωγραφικά, ιστορικά, ταξιδιωτικά σε 50-10 γραμμές.

**ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΑΡΤΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ ΜΕ ΕΙΔΙΚΗ
ΣΗΜΑΝΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ**

	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΑΞΙΑ
	Δημιουργία Χάρτη	1	200 000	200 000
	Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			100 000
	Κείμενα			50 000
	ΣΥΝΟΛΟ			350 000

Τουριστικό φυλλάδιο

Το τουριστικό φυλλάδιο αποτελεί το σημαντικότερο, απ' τα προτεινόμενα μέσα για την τουριστική προβολή και πληροφόρηση.

Συμπεριλαμβάνει όλους τους χάρτες, γενικούς και ειδικούς, φωτογραφίες, κείμενα και πίνακες με χρήσιμες πληροφορίες, για ολόκληρο το νομό Ιωαννίνων.

Διαφέρει από τον τουριστικό οδηγό στο ότι δεν συμπεριλαμβάνει την ιστορική παρουσίαση της περιοχής, την παρουσίαση των ντόπιων προϊόντων, των παραδοσιακών φαγητών και ποτών, καθώς την παρουσίαση της σύγχρονης εικόνας του νομού με το Πανεπιστήμιο και τα ΤΕΙ, το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο, τις περιφερειακές υπηρεσίες που έχουν έδρα την πόλη των Ιωαννίνων.

Στο τουριστικό φυλλάδιο θα παρουσιάζονται τα σημαντικότερα αξιοθέατα με συντομία.

Θα αποτελείται από 32 σελίδες, με περιεχόμενο τα αξιοποιημένα ήδη τουριστικά αξιοθέατα και με ιδιαίτερη κατεύθυνση το τρίπτυχο περιβάλλον-τουρισμός-πολιτισμός.

Φυσικά θα περιλαμβάνει όλους τους χάρτες που προτείνονται παρακάτω καθώς και στοιχεία από τα θεματικά τετράπτυχα, τον κατάλογο των ξενοδοχειακών καταλυμάτων του Νομού Ιωαννίνων και τέλος μικρά κείμενα που θα δίνουν πρόσθετες πληροφορίες πέρα από όσα παρουσιάζονται στις φωτογραφίες.

Θα τυπωθεί σε 5 γλώσσες, Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ιταλικά και σε αριθμό 100.000 τεμάχια, συνολικά.

Ελληνικά	40.000
Αγγλικά	25.000
Γερμανικά	15.000

Γαλλικά 10.000

Ιταλικά 10.000

Θα διανέμεται από κάθε σημείο διέλευσης τουριστών ή ενδιαφερομένων να πάρουν πληροφορίες για την περιοχή μας.

Το προτεινόμενο τουριστικό φυλλάδιο στηρίζεται, συμπληρώνει και βελτιώνει προηγούμενη ανάλογη έκδοση που έχει εξαντληθεί ήδη από διετίας και αποδείχτηκε γενικά επιτυχημένη.

**ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ ΝΟΜΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ**

	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΑΞΙΑ
	Αγορά 100 slides	100	20 000	2 000 000
	Κείμενα σε 5 γλώσσες			500 000
	Επεξεργασία υλικών, διαχωρισμοί			400 000
	Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			2 100 000
	Εκτύπωση 100.000 τεμαχίων			15 000 000
	ΣΥΝΟΛΟ			20 000 000

Κάρτες

Τα θέματα που θα συμπεριλαμβάνονται στις κάρτες θα είναι συνολικά 88 και θα προβάλλουν ιστορικά μνημεία, παραδοσιακά κτίσματα, αρχαιολογικούς χώρους, Μουσεία, Μοναστήρια, Τοπία και γενικά πλάνα πόλεων, οικισμών και πειοχών καθώς και ειδικά θέματα (κλωρίδα-πανίδα, αθλητικές, πολιτιστικές εκδηλώσεις).

Σκοπός:

Η δημιουργία και έκδοση καρτών βασίζεται στο γεγονός ότι αποτελεί ένα «προϊόν» που χρησιμοποιείται από πάρα πολλά χρόνια να μεταφέρει μηνύματα και εικόνες με ταχύτητα και οικονομία.

Χρησιμοποιούνται επίσης σαν υλικά για καταχώρηση σε εφημερίδες και περιοδικά.

Διανομή:

Η διανομή των καρτών θα γίνεται από κάθε σημείο διέλευσης τουριστών. Γραφεία ΕΟΤ, Νομαρχία, Δημαρχείο, Τουριστικές Επιχειρήσεις.

Τεχνικά στοιχεία:

Ο συνολικός αριθμός των καρτών θα είναι:

$$80 \text{ θέματα} \times 3.000 = 240.000, \text{ διαστάσεων } 12 \times 17$$

Σε κάθε κάρτα θα υπάρχουν υπότιπλοι σε 4 κλώσσες και στο πίσω μέρος της κάθε κάρτας κάρτης της Ελλάδας με ειδική ένδειξη του Ν. Ιωαννίνων.

**ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ
ΕΚΔΟΣΗΣ ΧΑΡΤΩΝ**

Α/Α	ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟ
1.	Αγορά φωτογραφικού υλικού - slides 80x15.000 δρχ.	1 200 000
2.	Επιμέλεια, σχεδιασμός μέχρι την εκτύπωση για 80 κάρτες	920 000
3.	Εκτύπωση 240.000 x 12 δρχ.	2 880 000
	ΣΥΝΟΛΟ	5 000 000

Τετράπτυχο θεματικό προσπέκτι

Αθλητικός τουρισμός

Κανόε-καγιάκ-Rafting-σκι-κωπηλασία

Στο πλούσιο υδάτινο δυναμικό του νομού Ιωαννίνων διεξάγονται ήδη πολλές και σημαντικές αθλητικές δραστηριότητες επίσημες και μη.

Τα τελευταία 3 χρόνια έχουν διεξαχθεί στα Γιάννινα, παγκόσμιοι, πανευρωπαϊκοί και πανελλαδικοί, αγώνες κανόε-καγιάκ, κωπηλασίας και θαλάσσιου σκι.

Στα ποτάμια Αώος, Άραχθος, Βοϊδομάτης, διεξάγονται καταβάσεις καγιάκ και Rafting.

Μια ειδική τουριστική μορφή, ο αθλητικός τουρισμός, παρουσιάζει ενδιαφέρον και αποτελεί ήδη ένα σημαντικό μέγεθος της τουριστικής κίνησης της περιοχής.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον όμως παρουσιάζουν οι προοπτικές ανάπτυξης όλων των μορφών τουρισμού σε ορεινές περιοχές και αυτό θα προβάλλεται στο προσπέκτι.

Θα είναι τετράπτυχο, μέγεθος Α3, με φωτογραφίες και κείμενα σε 3 ξένες γλώσσες, Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά και στα Ελληνικά.

Θα εκτυπωθεί σε 10.000 αντίτυπα και θα διανέμεται από τα ξενοδοχεία, τον ΕΟΤ, τα πρακτορεία και στους χώρους που παρουσιάζονται στο προσπέκτι.

**Αναλυτική παρουσίαση προϋπολογισμού για τη δημιουργία
τετράπτυχου με θέμα ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ	ΣΥΝΟΛΟ
Αγορά 10 slides	10	20 000	200 000
Κείμενα Ελληνικά Κείμενα Αγγλικά Κείμενα Γαλλικά Κείμενα Γερμανικά			100 000
Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			200 000
Εκτύπωση 2.000 Ελληνικά 3.000 Αγγλικά 3.000 Γερμανικά 2.000 Γαλλικά			1 000 000
ΣΥΝΟΛΟ			1 500 000

Ιστορικά πολιτιστικά μνημεία

Τα ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία της περιοχής μας από την περίοδο της κλασικής αρχαιότητας μέχρι τη νεότερη ιστορική περίοδο είναι από τα σημαντικότερα.

Κορυφαίο μνημείο της αρχαιότητας το αρχαίο Θέατρο της Δωδώνης που μαζί με το Αρχαιολογικό μουσείο της πόλης χαρακτηρίζουν την κλασική περίοδο.

Το κάστρο με το Βυζαντινό και το Δημοτικό Μουσείο μας παρουσιάζουν ανάγλυφα τη Βυζαντινή και νεότερη περίοδο.

Τα μοναστήρια και οι εκκλησίες που βρίσκονται διάσπαρτα σε όλες τις γωνιές του νομού Ιωαννίνων παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους επισκέπτες της περιοχής και στις περισσότερες περιπτώσεις παρέχουν τη δυνατότητα να οργανώνονται ειδικές διαδρομές και εκδηλώσεις με θέμα "επίσκεψη στα Μοναστήρια", στα πλαίσια του πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού.

Προτείνεται να εκτυπωθεί σε 15.000 αντίτυπα σε 3 ξένες γλώσσες, Αγγλικά, Γαλλικά και Γερμανικά και στα Ελληνικά.

Θα διανέμεται από τα ξενοδοχεία, τα γραφεία του ΕΟΤ και στα μέρη που παρουσιάζονται στο προσπέκτ.

**Αναλυτική παρουσίαση προϋπολογισμού για τη δημιουργία
τετράπτυχου θεματικού προσπέκτ με θέμα
ΙΣΤΟΡΙΚΑ και ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ**

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ	ΣΥΝΟΛΟ
Αγορά 10 slides	10	15 000	150 000
Κείμενα Ελληνικά Κείμενα Αγγλικά Κείμενα Γαλλικά Κείμενα Γερμανικά		50 000	250 000
Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			200 000
Εκτύπωση Ελληνικά Αγγλικά Γερμανικά Γαλλικά	6 000 4 000 3 000 2 000		900 000
ΣΥΝΟΛΟ			1 500 000

Ορειβασία-αναρρίχηση

Η περιοχή του νομού Ιωαννίνων και ιδιαίτερα οι ορεινοί όγκοι της Πίνδου αποτελούν μία σπάνιας φυσικής ομορφιάς περιοχή.

Διασχίζονται από τα ορειβατικά μονοπάτια

E4, διεθνές

O3, Ελληνικό

Και στις δύο αυτές διαδρομές βρίσκονται οι 2η, 3η και 4η ψηλότερες μετά τον Όλυμπο βουνοκορφές:

Σμόλικας, 2.637 μ.

Γράμμος, 2.520 μ.

Γκαμήλα, 2.497 μ.

που αποτελούν υψηλού ενδιαφέροντος σημεία για τους ορειβάτες.

Στην κορυφή της Γκαμήλας υπάρχουν τρεις φυσικές πίστες αναρρίχησης ενώ αναρίθμητες διαδρομές υπάρχουν σε ολόκληρο τον ορεινό όγκο του νομού Ιωαννίνων.

Στο τετράπτυχο μεγέθους A4, που θα είναι τυπωμένο από τις δύο πλευρές θα παρουσιάζονται οι διαδρομές των μονοπατιών E4 και O3 καθώς και φυσικές πίστες αναρρίχησης που παρουσιάζουν ενδιαφέρον.

Θα τυπωθεί με υπότιτλους σε 3 γλώσσες Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά και στα Ελληνικά σε αριθμό 10.000 τεμάχια.

Θα διανέμεται από τα ξενοδοχεία, τον ΕΟΤ, τους ορειβατικούς συλλόγους και από τα χωριά που αποτελούν τις αφειτηρίες των ορειβατικών διαδρομών.

**Αναλυτική παρουσίαση προϋπολογισμού για τη δημιουργία
τετράπτυχου με θέμα ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ - ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ**

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ	ΣΥΝΟΛΟ
Αγορά χάρτη με τους ορεινούς όγκους του Νομού Ιωαννίνων	1		300 000
Σχεδιασμός, Επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση			200 000
Εκτύπωση			1 000 000
ΣΥΝΟΛΟ			1 500 000

Έκδοση αφισών

Η δημιουργία και έκδοση αφισών έχει σκοπό να παρουσιάσει το τουριστικό προϊόν του Νομού Ιωαννίνων και να περάσει το μήνυμα των ήπιων μορφών τουρισμού που προσφέρεται την περιοχή μας ταυτόχρονα με την ιδιαίτερη φυσιογνωμία της πόλης με την λίμνη και το νησί της που είναι το μόνο κατοικημένο νησί σε λίμνη, να δείξει τα μνημεία του πολιτισμού, αρχαίο Θέατρο Δωδώνης, Κάστρο και μουσεία, την λειτουργία της πανεπιστημιούπολης αλλά και την ύπαρξη ενδιαφερόντων σε ολόκληρο το νομό.

Οι αφίσες με την φροντίδα της Ν.Ε.Τ. και της Ν.Ε.Π.Τ., του Ε.Ο.Τ., της Ένωσης Ξενοδόχων, των τουριστικών πρακτορείων και της ΔΕΤΑΙ, θα τοποθετηθούν σε όλους τους δημόσιους χώρους και τις δημόσιες υπηρεσίες και στα σχολεία στα Γιάννινα με τη μορφή κάρδων. Θα διανέμονται σε εκθέσεις, σε Έλληνες και σε ξένες τουριστικές επιχειρήσεις.

Προτείνεται να δημιουργηθούν 15 αφίσες μεγέθους 50x70, 10 θέματα και 70x100, 5 θέματα.

Τα θέματα θα είναι:

4 από την πόλη των Ιωαννίνων:

1. Γενική άποψη της πόλης από το Δρίσκο
2. Το ρολόι της Κεντρικής πλατείας
3. Το Κάστρο
4. Το Πανεπιστήμιο

1, Αρχαίο Θέατρο Δωδώνης (γενική άποψη του Θεάτρου)

2, ΖΑΓΟΡΟΧΩΡΙΑ (οικισμοί, γέφυρες, τοπία, εκκλησίες)

3, ΜΕΤΣΟΒΟ (οικισμοί, χιονοδρομικό κέντρο)

2, ΚΟΝΙΤΣΑ (γενική άποψη της πόλης, Αθλητισμός στα ποτάμια)

1, περιοχής Πωγωνίου (Φαράγγι Κουβαρά, οικισμοί)

1, περιοχής Τζουμέρκων (τοπία, οικισμοί)

1, περιοχής Λάκκας-Σουλίου (τοπία, οικισμοί, εκκλησίες)

**ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ
ΕΚΔΟΣΗΣ ΑΦΙΣΩΝ**

	ΕΙΔΟΣ Αφίσες 15 θέματα	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΑΞΙΑ
	μέγεθος 50x70, 10 θέματα	30 000	80	2 400 000
	μέγεθος 70x10, 5 θέματα	1 500	1 000	1 500 000
	Σχεδιασμός, μακέτα, επιμέλεια μέχρι την εκτύπωση για τις 15 αφίσες	15		1 100 000
	ΣΥΝΟΛΟ			5 000 000

Δημιουργία ταινίας VIDEO

Ο σκοπός της δημιουργίας ταινίας VIDEO είναι προφανής αφού σε μια ταινία διάρκειας μισής ώρας περίπου είναι δυνατόν να συγκεντρωθούν όλες οι απαραίτητες και χρήσιμες ταυτόχρονα πληροφορίες για την τουριστική προβολή.

Είναι πολύ διαδεδομένο και εύχρηστο σαν μέσο προβολής που απευθύνεται σε όλους τους ανθρώπους σχεδόν σε κάθε σημείο και όλο το χρόνο.

Η παραγωγή της ταινίας, θα γίνει από ειδικό συνεργείο και θα συμπεριλάβει σκηνές από ολόκληρο το νομό Ιωαννίνων.

Ειδικευμένο γραφείο θα αναλάβει την επιμέλεια της δημιουργίας και παραγωγής της ταινίας.

Ο συνολικός προϋπολογισμός των 10.000.000 δρχ. αφορά όλες τις απαραίτητες εργασίες "πακέτο" χωρίς καμία άλλη επιβάρυνση και για το σκοπό αυτό δεν παρουσιάζεται ανάλυση του κόστους των επί μέρους δαπανών που θα πραγματοποιηθούν ύστερα απ' αυτό για λογαριασμό του παραγωγού της ταινίας.

Παρουσίαση προϋπολογισμού παραγωγής ταινίας VIDEO

Διάρκεια 30 λεπτά

Φωτογράφιση, σενάριο, εκφώνηση κειμένων σε 4 γλώσσες, έξοδα διαμονής, διαβίωση, μετακίνηση του κινηματογραφικού συνεργείου, επεξεργασία εικόνας, μοντάζ, ηχοληψία κ.λπ. συμπεριλαμβάνονται στην τιμή των 10.000.000 δρχ.

Οργάνωση γραφείου Τουριστικής Ανάπτυξης Προβολής και Πληροφόρησης

Η δημιουργία και λειτουργία του γραφείου τουριστικής ανάπτυξης που θα εξασφαλίζει τη συνέχεια των δραστηριοτήτων και ενεργειών προβολής και πληροφόρησης των τουριστών στην περιοχή μας κρίνεται απαραίτητη.

Η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών πολυμέσων τείνει να γενικευτεί και στον τουριστικό τομέα, ειδικότερα με τη χρήση των υπολογιστών με οθόνες επαφής.

Από το ίδρυμα ΕΓΝΑΤΙΑ έχει ήδη δημιουργηθεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής προβολής της Ηπείρου με Η/Υ και κομμάτι του συστήματος έχει τοποθετηθεί για δοκιμαστική χρήση από τους ενδιαφερόμενους στους χώρους της υποδοχής του ξενοδοχείου ΞΕΝΙΑ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ.

Προτείνουμε την αγορά και τοποθέτηση 5 Η/Υ με οθόνες touch screen, στην περιοχή Ν. Ιωαννίνων:

- 1, στο αεροδρόμιο
- 1, στο γραφείο πληροφόρησης του ΕΟΤ στα Γιάννινα
- 1, στο Μέτσοβο
- 1, στην Κόνιτσα
- 1, στα Γιάννινα

από τις οποίες θα παρέχονται χρήσιμες πληροφορίες και εικόνες στους ενδιαφερόμενους.

Για τη λειτουργία του συστήματος απαιτούνται:

1. 5 Η/Υ με οθόνες touch screen και CD.
2. Το πρόγραμμα και το πληροφοριακό υλικό.

**ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΟΡΓΑΝΩΣΗ
ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΠΡΟΒΟΛΗΣ
ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

	Οργάνωση Γραφείου Τουριστικής Ανάπτυξης, Προβολής και Πληροφόρησης	Αξία	Ποσό
5	Η/Υ 486/100 16 MB RAM 2GB HD Οθόνη Αφής 15"	1 500 000	7 500 000
1	Πρόγραμμα λειτουργίας		2 500 000
	ΣΥΝΟΛΟ		10 000 000

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΙΝΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ. ΕΧΟΥΝ ΠΑΡΘΕΙ ΑΠΟ:

- α) ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΕΛΙΣΣΑΣ
- β) Δ.Ε.ΤΑ.Ι. ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ-ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
- γ) ΣΩΜΑ ΕΛΛΗΝΩΝ ΠΡΟΣΚΟΠΩΝ - ΕΦΟΡΕΙΑ ΣΧΟΛΕΙΩΝ
4ο Δ.Δ. ΚΛΑΔΟΥ ΑΝΙΧΝΕΥΤΩΝ "ΤΙΑΝΝΙΝΑ-ΖΑΓΟΡΙ"
- δ) ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ GRE-DEN-SCO.
- ε) Ε.Ο.Τ.

