

Destination Management Plan for Santorini



by TEAM Tourism Consulting / Yellow Railroad / Toposophy
October 2019

This document was produced with the financial assistance of the European Union. The views expressed herein can in no way be taken to reflect the official opinion of the European Union.

Πίνακας περιεχομένων

1.	Επιτελική Σύνοψη.....	1
	<u>1.1 Σημασία του παρόντος Σχεδίου Διαχείρισης Προορισμού για τη Σαντορίνη</u>	2
	<u>1.2 Τρέχουσα κατάσταση και προκλήσεις.....</u>	2
	<u>1.3 Μελλοντικές κινήσεις.....</u>	3
	<u>1.4 Υλοποίηση, επιπτώσεις για τους πόρους και τη διακυβέρνηση.....</u>	4
	<u>1.5 Παραλολούθηση και κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας.....</u>	5
2.	Εισαγωγή.....	7
3.	Ο ρόλος και η αξία του Σχεδιασμού Διαχείρισης Προορισμού.....	9
	<u>3.1 Η διαχείριση προορισμού ως βάση για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.....</u>	10
	<u>3.2 Σχεδιασμός διαχείρισης προορισμού</u>	10
	<u>3.3 Η προσέγγιση για τον σχεδιασμό διαχείρισης προορισμού στην παρούσα Εκθεση</u>	11
	<u>3.4 Τάσεις και πλαίσιο της διαχείρισης προορισμού.....</u>	12
4.	Πού βρίσκεται τώρα ο τουρισμός της Σαντορίνης; Καταστατική ανάλυση.....	16
	<u>4.1 Πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό, τεχνολογικό, περιβαλλοντικό και νομικό πλαίσιο (PESTEL).....</u>	17
	<u>4.2 Πλαίσιο ελληνικής αγοράς.....</u>	22
	<u>4.3 Επισκόπηση της τουριστικής βιομηχανίας της Σαντορίνης</u>	24
	<u>4.4 Αξιολόγηση των επιδόσεων του προορισμού</u>	30
	<u>4.5 Ανάλυση αγοράς.....</u>	36
	<u>4.6 Βασικά θέματα που ανακύπτουν από την έρευνα και τη διαβούλευση</u>	37
	<u>4.7 Ταυτότητα προορισμού και απήχηση στις τουριστικές αγορές.....</u>	42
	<u>4.8 Αξιολόγηση του αντίκτυπου του τουρισμού.....</u>	44
	<u>4.9 Πλαίσιο πολιτικής</u>	45
	<u>4.10 Ανάλυση ανταγωνισμού.....</u>	48
	<u>4.11 SWOT Ανάλυση</u>	50
	<u>4.12 Προκλήσεις</u>	53
5.	Πού θέλει η Σαντορίνη να βρίσκεται ο τουρισμός της το 2030; Σκοπός και όραμα	55
	<u>5.1 Στρατηγικός σκοπός και όραμα</u>	56
	<u>5.2 Στρατηγικό επίκεντρο</u>	57

<u>5.3 Στόχοι υψηλού επιπέδου</u>	58
6. Πώς θα επιτύχει τον στόχο της η Σαντορίνη; – Στρατηγική και Σχέδιο Δράσης	59
<u>6.1. Η προσέγγιση της στρατηγικής</u>	60
<u>6.2. Τοποθέτηση τουριστικής ταυτότητας</u>	60
<u>6.3. Αγορές στόχοι</u>	64
<u>6.4. Στρατηγικές προτεραιότητες</u>	67
<u>6.5. Σχέδιο δράσης</u>	72
<u>6.6. Σχέδιο προώθησης και προβολής</u>	72
<u>6.7. Εμπειρία επισκεπτών και ανάπτυξη προϊόντων</u>	80
<u>6.8. Επενδυτικές ευκαιρίες</u>	83
<u>6.9. Παρακολούθηση και διαχείριση επιδόσεων</u>	84
7. Επιλογές διακυβέρνησης για την υλοποίηση ΣΔΠ	85
<u>7.1. Η αξία της διαχείρισης προορισμού</u>	86
<u>7.2. Η διακυβέρνηση και η χρηματοδότηση της διαχείρισης προορισμού</u>	86
<u>7.3. Τρία σενάρια για συνεργατική διακυβέρνηση ΣΔΠ στη Σαντορίνη</u>	87
<u>7.4. Επιπτώσεις για την υλοποίηση της διακυβέρνησης</u>	94
8. Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας	95
Παράρτημα 1: Σχέδιο δράσης	97
Παράρτημα 2: Σχέδιο προώθησης και προβολής	12
<u>Στρατηγικό επίκεντρο</u>	128
<u>Κατευθυντήριες αρχές</u>	128
<u>Βασικά σημεία</u>	129
Παράρτημα 3: Ανάπτυξη εμπειριών για τους επισκέπτες – συστάσεις	143
<u>A. Ξεχωριστές διαδρομές Σαντορίνης - Προτεινόμενες δράσεις</u>	144
<u>B. Πόροι για προϊόντα και εμπειρίες της Σαντορίνης</u>	148
Παράρτημα 4: Destination Insights	153

PART 1

EXECUTIVE SUMMARY

1. Επιτελική σύνοψη

1.1. Σημασία του παρόντος Σχεδίου Διαχείρισης Προορισμού για τη Σαντορίνη

Στο παρόν σχέδιο διαχείρισης προορισμού περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο η Σαντορίνη μπορεί να διασφαλίσει μια βιώσιμη οικονομία με βάση τον τουρισμό για την επόμενη δεκαετία έως το 2030. Βασίζεται στη θεμελιώδη αρχή ότι οι κάτοικοι της Σαντορίνης πρέπει να αποφασίσουν ποια συμβολή επιθυμούν να έχει ο τουρισμός στην οικονομική και κοινωνική ζωή τους και στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος κατά το διάστημα αυτό. Παρουσιάζει τα μέτρα που μπορούν να λάβουν για να επιτύχουν τον στόχο αυτό.

Προκειμένου να γίνουν κατανοητές οι απόψεις των κατοίκων και, συνεπώς, να αποτελέσουν τη βάση για τις ενέργειες που παρουσιάζονται στο παρόν ΣΔΠ, πραγματοποιήθηκαν έρευνες και διαβουλεύσεις με μια σειρά τοπικών και περιφερειακών ενδιαφερόμενων φορέων, καθώς και των κατοίκων, επιχειρήσεων και επισκεπτών της Σαντορίνης, οι οποίες συμπληρώθηκαν με στοιχεία από άλλες πηγές.

1.2. Τρέχουσα κατάσταση και προκλήσεις

Η Σαντορίνη είναι ένας από τους πιο εμβληματικούς προορισμούς στην Ελλάδα, χάρη στην ηφαιστειογενή ομορφιά της. Οι κύριες ευκαιρίες και προκλήσεις που αντιμετωπίζει η Σαντορίνη συνοψίζονται στον χαρακτηρισμό της ως «θυγατέρα κορυφαίου (ηφαιστειακού) θύμου,, απειλούμενη από την αγάπη», καθώς το βιώσιμο μέλλον της απειλείται από τη δημοτικότητα που απολαμβάνει στο Instagram, με την πανταχού παρούσα απειλή του συνωστισμού σε συγκεκριμένα μέρη, συγκεκριμένες ώρες, με αποτέλεσμα διάφορα άρθρα στα μέσα ενημέρωσης να κάνουν λόγο για αυξανόμενη μη βιώσιμη πίεση των επισκεπτών.

Η Σαντορίνη είναι δυσανάλογα εξαρτημένη από τους ημερήσιους επισκέπτες της θερινής τουριστικής περιόδου. Η θερινή περίοδος αιχμής είναι πολύ έντονη, όπως και ο μικρός αριθμός επισκεπτών εκτός της τουριστικής περιόδου. Από αυτούς τους επισκέπτες, οι επιβάτες σκαφών/ φεριμπότ που φθάνουν ακτοπλοϊκώς (περιλαμβάνονται οι μόνιμοι κάτοικοι, οι επισκέπτες για αναψυχή και άλλοι επισκέπτες) εκπροσωπούν το μεγαλύτερο ενιαίο τμήμα, ενώ ακολουθούν οι επισκέπτες από κρουαζιερόπλοια, εκ των οποίων σχεδόν όλοι περνούν μόνο πέντε ώρες περίπου στη Σαντορίνη, και στη συνέχεια έπονται οι διεθνείς επισκέπτες που φθάνουν αεροπορικώς και μένουν κυρίως για αρκετές ημέρες.

Οι μείζονες προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσει η Σαντορίνη για να διασφαλίσει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξή της στο μέλλον είναι οι εξής:

- Διαχείριση της ροής επισκεπτών και κυκλοφοριακή συμφόρηση
- Ελλείψεις υποδομών, ειδικότερα σε σχέση με τον αερολιμένα, τους λιμένες, τους δρόμους και τη σήμανση
- Η ρύπανση από τις εκπομπές των κρουαζιερόπλοιων, τη διάθεση αποβλήτων και τα απορρίμματα
- Η διαχείριση αποβλήτων και η κατανάλωση νερού και ενέργειας
- Η εποχικότητα που αφορά τόσο την πρόσβαση αεροπορικώς όσο και τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να παραμείνουν σε λειτουργία και μετά την κύρια τουριστική περίοδο
- Η ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών, συμπεριλαμβανομένης της διερμηνείας σε τουριστικά αξιοθέατα και της καλής σχέσης ποιότητας/τιμής
- Η απειλή για τις τοπικές υπηρεσίες και τη βιώσιμότητα των τοπικών κοινωνιών λόγω της ζήτησης καταλυμάτων από τουρισμό υψηλού κόστους, μειώνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τα καταλύματα σε προσιτές τιμές για τους κατοίκους
- Ο κίνδυνος μιας «μονο-οικονομίας» σχεδόν, στην οποία θα κυριαρχεί ο τουρισμός.

1.3. Μελλοντικές κινήσεις

Η δημιουργία βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στο μέλλον θα εξαρτηθεί από την αποτελεσματική αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων μέσω της σταθερής δέσμευσης για τον στρατηγικό στόχο της βελτιστοποίησης του οικονομικού οφέλους για τη Σαντορίνη μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού με τρόπο που είναι οικονομικά, κοινωνικο-πολιτιστικά και περιβαλλοντικά βιώσιμος και χαίρει εκτίμησης από τους κατοίκους.

Προς ενίσχυση αυτού του στόχου, το όραμα για τη Σαντορίνη μέχρι το 2030 είναι να έχει καταξιωθεί ως ένα ξεχωριστό, παραδεισένιο νησί, με παγκοσμίως αναγνωρισμένη ηγετική θέση στη διαχείριση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, όπου ο τουρισμός και η γεωργία υποστηρίζουν μια επιτυχημένη, βιώσιμη οικονομία και μια τοπική κοινωνία που σφύζει από ζωή, ενώ συντελούν στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φυσικού περιβάλλοντός του.

Στο πλαίσιο πραγμάτωσης αυτού του στόχου, το μεγαλύτερο βάρος των προσπαθειών θα δοθεί στην αντιμετώπιση της πίεσης των επισκεπτών κατά την κύρια τουριστική περίοδο, μέσω της διαχείρισης των ροών επισκεπτών και της μείωσης της κυκλοφοριακής συμφόρησης σε ώρες αιχμής σε συγκεκριμένα μέρη, καθώς και μέσω των βελτιώσεων και της ανάπτυξης των κατάλληλων υποδομών. Ένας δευτερεύων

τομέας στον οποίο θα δοθεί βαρύτητα είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, προσελκύοντας αεροπορικές εταιρείες να επεκτείνουν τα απευθείας δρομολόγια εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου, και μέσω της ανάπτυξης νέων εμπειριών, προϊόντων και εκδηλώσεων που αποσκοπούν στην ανάπτυξη από εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς εκτός της κύριας περιόδου. Η υποστήριξη αυτών των προσπαθειών αποτελεί μεσομακροπρόθεσμη φιλοδοξία του νησιού να προσελκύει λιγότερους επισκέπτες που ωστόσο θα πραγματοποιούν υψηλότερες δαπάνες, εφόσον διαφοροποιηθεί ως «ένα παραδεισένιο νησί» με ιδιαίτερο κύρος, γεγονός που αποτυπώνει τη μοναδική «αίσθηση του τόπου» της Σαντορίνης.

Για να επιτευχθεί αυτός ο σκοπός, έχει εκπονηθεί ένα εκτεταμένο σχέδιο δράσης με άξονα έξι στρατηγικές προτεραιότητες:

- Να καταστεί η Σαντορίνη βιώσιμη για τις επόμενες δεκαετίες.
- Να γίνει διαχείριση του τουρισμού με τρόπο που θα διασφαλίζει την ποιότητα ζωής των κατοίκων και την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών, διασφαλίζοντας πάντα την εναρμόνιση με την τουριστική ταυτότητα του προορισμού.
- Να διαφυλαχθεί η ποιότητα του οικιστικού και του φυσικού περιβάλλοντος της Σαντορίνης.
- Να διασφαλιστεί ότι η Σαντορίνη επιτυγχάνει τη βέλτιστη αξία από τον τουρισμό.
- Να αναπτυχθούν νέες εμπειρίες για το διάστημα εκτός κύριας τουριστικής περιόδου, παρέχοντας ένα μοντέλο για την προσέλκυση θερινού τουρισμού που θα παράγει υψηλότερα έσοδα.
- Να ενισχυθεί η τουριστική ταυτότητα του προορισμού, στην καρδιά του οποίου βρίσκεται η «ρομαντική γαστρονομία», με την υποστήριξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και, τελικά, ως ένα μεσοπρόθεσμο επιδιωκόμενο χαρακτηριστικό, με την επιφύλαξη των μελλοντικών επενδύσεων στην ανάπτυξη και την ευεξία.

1.4. Υλοποίηση, επιπτώσεις για τους πόρους και τη διακυβέρνηση

Για την υλοποίηση του παρόντος ΣΔΠ θα χρειαστεί ένας φορέας ή μια ομάδα αφοσιωμένων ενδιαφερόμενων φορέων. Για τη διακυβέρνηση αυτού του φορέα παρουσιάζονται τρία διαφορετικά σενάρια. Αφού συσταθεί, θα εναπόκειται στον εν λόγω φορέα να ιεραρχήσει τις δράσεις που επιθυμεί να θέσει σε εφαρμογή από το τωρινό σχέδιο δράσης (Παράρτημα 1) και να αντλήσει τους απαραίτητους πόρους – τόσο οικονομικούς όσο και ανθρώπινους – για την υλοποίηση αυτών των δραστηριοτήτων.

1.5. Παρακολούθηση και κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας

Το σχέδιο δράσης (Παράρτημα 1) περιλαμβάνει συστάσεις για την παρακολούθηση της προόδου του ΣΔΠ.

Οι ακόλουθοι παράγοντες είναι καίριας σημασίας για την επίτευξη αυτής της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Σαντορίνης στο μέλλον:

- Συνεργασία ενδιαφερόμενων φορέων
- Εξασφάλιση της κατανόησης και της δέσμευσης των κατοίκων για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Ανάληψη δέσμευσης για τη βελτίωση της διαχείρισης ροών επισκεπτών και αντιμετώπιση των ανεπαρκειών των υποδομών, ιδίως του αερολιμένα, των λιμένων, των δρόμων και των χώρων στάθμευσης
- Ανάληψη δέσμευσης για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών και την προβολή μιας ισχυρής «αίσθησης του τόπου»
- Επίλυση περιβαλλοντικών θεμάτων συμπεριλαμβανομένης της βιώσιμης χρήσης της ενέργειας, της διαχείρισης αποβλήτων, της κατανάλωσης νερού και της ρύπανσης λόγω των εκπομπών από τα κρουαζιερόπλοια, των χώρων υγειονομικής ταφής και των σκουπιδιών
- Εξασφάλιση επαρκούς διαθεσιμότητας καταλυμάτων για τους κατοίκους σε προσιτές τιμές
- Ικανότητα άντλησης επαρκών κεφαλαίων και κατάλληλη τοποθέτηση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού για την αντιμετώπιση των ζητημάτων που προσδιορίζονται στο παρόν ΣΔΠ.

Συνοπτικά, το παρόν ΣΔΠ είναι ένας οδικός χάρτης για το μέλλον με ένα διεξοδικό σχέδιο δράσης. Εναπόκειται σε όσους θα είναι υπεύθυνοι για την υλοποίηση του σχεδίου δράσης να αποφασίσουν ποιες δραστηριότητες θα αναλάβουν και πώς επιθυμούν να τις ιεραρχήσουν, δεδομένων των διαθέσιμων πόρων. Αποφασιστικής σημασίας είναι το παρόν ΣΔΠ να θεωρηθεί ένα «ζωντανό» σχέδιο για την καθοδήγηση των δράσεων, το οποίο θα αναθεωρείται και θα επικαιροποιείται όπως θα αλλάζουν οι περιστάσεις.

Προκειμένου να επιτύχει τα βέλτιστα αποτελέσματα, το σχέδιο πρέπει να κοινοποιηθεί στους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς της Σαντορίνης. Θα πρέπει να ενημερώνονται για την πρόοδο, με σαφή παρουσίαση των προκλήσεων, επισήμανση των επιτυχιών και αίτημα για συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, όποτε απαιτείται. Η συμμετοχή είναι σημαντική για να εξασφαλιστεί η ευρεία αποδοχή σε όλο το νησί, η οποία θα έχει σημασία για τη διασφάλιση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Σαντορίνης στο μέλλον. Ως οδικός χάρτης για το μέλλον της Σαντορίνης, το παρόν ΣΔΠ θα έχει αξία

μόνο σε συνάρτηση με τον βαθμό δέσμευσης που θα επιδείξουν οι ενδιαφερόμενοι φορείς σε σχέση με την υλοποίησή του και τη διατήρηση ενός «ζωντανού», επίκαιρου και εύστοχου σχεδίου.

PART 2

INTRODUCTION

2. Εισαγωγή

Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης (EBRD) και το Υπουργείο Τουρισμού της Ελλάδας συμμερίζονται τη θέση ότι η εφαρμογή της διαχείρισης προορισμού είναι ουσιώδης παράγοντας για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Επίσης, είναι ζωτικής σημασίας η παρότρυνση των εγχώριων προορισμών ώστε να καλλιεργηθεί ένας κοινός σκοπός ανάμεσα φορείς, προκειμένου να διαχειριστούν τον τουρισμό με μακρόπονο όραμα και ολοκληρωμένο τρόπο, δίνοντας έμφαση όχι μόνο στις ανάγκες όχι των τουριστών αλλά επίσης των επιχειρήσεων και των κατοίκων. Η αντιμετώπιση των γενικών προκλήσεων με τις οποίες έρχεται αντιμέτωπος ο εγχώριος τουρισμός θεωρείται σημαντική, κατά κύριο λόγο με σκοπό:

- (i) Την αύξηση της μέσης δαπάνης των επισκεπτών
- (ii) Την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και
- (iii) Την εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών, ιδίως όπου εκφράζονται ανησυχίες για φαινόμενα «υπερ-τουρισμού».

Κατόπιν συζητήσεων με το Υπουργείο Τουρισμού, η EBRD συμφώνησε να υποστηρίξει την ανάπτυξη της έννοιας της διαχείρισης προορισμού στην Ελλάδα καταρτίζοντας σχέδια διαχείρισης προορισμού για τη Σαντορίνη και τη Σαντορίνη και, παράλληλα, να χρησιμοποιηθεί ο παρών οδηγός στην κατάρτιση αντίστοιχων σχεδίων για άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Μετά από μια ανοιχτή διαγωνιστική διαδικασία, τρεις συνεργαζόμενες εταιρείες συμβούλων στον τομέα του τουρισμού διορίστηκαν για την ανάληψη αυτού του έργου. Πρόκειται για τις TEAM Tourism Consulting και Yellow Railroad, με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο και την Toposophy, με έδρα την Ελλάδα. Το καλοκαίρι του 2019, οι εταιρείες συμβούλων ανέλαβαν την υλοποίηση ενός εκτεταμένου προγράμματος ερευνών, διαβουλεύσεων και ανάπτυξης στρατηγικής, με την υποστήριξη όλων των βασικών ενδιαφερόμενων φορέων στο νησί της Σαντορίνης.

Η διαδικασία μπόρεσε να υλοποιηθεί χάρη στον συντονισμό, την επιμέλεια και την υποστήριξη του Εμπορικού Επιμελητηρίου Κυκλαδών, το οποίο διαχειρίστηκε όλες τις ρυθμίσεις σε σχέση με τη δημόσια διαβούλευση και τις εκδηλώσεις διάδοσης, διένειμε δελτία τύπου και αποκλειστικές αναρτήσεις σε διάφορα κανάλια επικοινωνίας ώστε να προβάλει περισσότερο το έργο, εξασφάλισε τη συμμετοχή βασικών ενδιαφερόμενων φορέων καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος, διένειμε ερωτηματολόγια στα μέλη του για να ενισχύσει το ποσοστό ανταπόκρισης στις τοπικές έρευνες και διευκόλυνε κάθε διαδικασία σε σχέση με την υλοποίηση του έργου.

PART 3

THE ROLE AND VALUE OF DESTINATION MANAGEMENT PLANNING

3. Ο ρόλος και η αξία του σχεδιασμού διαχείρισης προορισμού

3.1. Η διαχείριση προορισμού ως βάση για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Η αποτελεσματική διαχείριση προορισμού (ΔΠ) έχει ουσιώδη σημασία προκειμένου να διασφαλιστεί ότι ο τουρισμός θα προσφέρει οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη σε έναν προορισμό. Αυτό σημαίνει βελτιστοποίηση των ωφελειών που έχει ο τουρισμός για έναν προορισμό ενώ παράλληλα ελαχιστοποιούνται οι αρνητικές επιπτώσεις του και, κατ' αυτόν τον τρόπο, επιτυγχάνεται μια βιώσιμη ισορροπία ανάμεσα στα συμφέροντα επισκεπτών, κατοίκων, επιχειρήσεων και το οικιστικό και φυσικό περιβάλλον.

Η επίτευξη εναρμόνισης μεταξύ αυτών των τεσσάρων ομάδων συμφερόντων είναι η πρόκληση που αντιμετωπίζει η υπεύθυνη, βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, ο οποίος σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών ορίζεται ως εξής: «*Tουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπ' όψιν τις τρέχουσες και τις μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, ικανοποιώντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της τουριστικής βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής*». ¹. Δεδομένης της εκθετικής αύξησης των ταξιδιών παγκοσμίως, που ενισχύονται από την οικονομική ανάπτυξη και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η εναρμόνιση αυτή καθίσταται μια ολοένα πιο επιτακτική πρόκληση για τους προορισμούς ανά τον κόσμο.

Η αφετηρία για την αποτελεσματική διαχείριση προορισμού είναι ο σχεδιασμός διαχείρισης προορισμού.

3.2. Σχεδιασμός διαχείρισης προορισμού

Ο σχεδιασμός διαχείρισης προορισμού είναι μια διαδικασία που δίνει τη δυνατότητα στους ανθρώπους σε έναν προορισμό να αποφασίσουν πώς θέλουν να συνεισφέρει ο τουρισμός στην οικονομική και κοινωνική ζωή τους και να λάβουν μέτρα για την επίτευξη αυτού του στόχου. Με απλά λόγια, στον πυρήνα του, ο σχεδιασμός διαχείρισης προορισμού αφορά τη συνεργασία των ανθρώπων σε μια καθορισμένη περιοχή με σκοπό την κατάρτιση ενός σχεδίου που ικανοποιεί τις επιθυμίες των επισκεπτών και εξασφαλίζει βιώσιμα οφέλη για την τοπική κοινωνία.

¹ Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (2015) [Sustainable Development of Tourism](#)

Ως **Σχέδιο διαχείρισης προορισμού** (ΣΔΠ) ορίζεται «μια κοινή δήλωση πρόθεσης για τη διαχείριση ενός προορισμού εντός καθορισμένου χρονικού διαστήματος, η οποία ορίζει τους ρόλους των διαφορετικών ενδιαφερόμενων φορέων και προσδιορίζει ξεκάθαρες δράσεις στις οποίες θα προβούν καθώς και την κατανομή πόρων... Η διαχείριση προορισμού περιλαμβάνει κυρίως τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την προώθηση και προβολή ενός προορισμού, καθώς και τον τρόπο διαχείρισής του από περιβαλλοντικής, οικονομικής, λειτουργικής άποψης και άλλων².

Στην Ελλάδα, η διαχείριση προορισμού (και η προώθηση και προβολή) παραμένει ένας κατακερματισμένος τομέας πολιτικής λόγω της έλλειψης εργαλείων που θα μπορούσαν να επιτρέψουν τη σύσταση αποτελεσματικών οργανισμών, της αυξανόμενης πίεσης επί των οικονομικών πόρων μετά την οικονομική κρίση και, περιστασιακά, λόγω της περιορισμένης ικανότητας των ενδιαφερόμενων φορέων της τοπικής βιομηχανίας να συνεργαστούν με αποτελεσματικότητα.

Στη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας έχουν δοκιμαστεί αρκετές διαφορετικές προσεγγίσεις και δομές διαχείρισης σε κορυφαίους αλλά και λιγότερο αναπτυγμένους προορισμούς της Ελλάδας. Περιλάμβαναν τον σχηματισμό ή τη χρήση συνεργατικών δομών (π.χ. επιτροπές προώθησης τουρισμού, εταιρείες ειδικού σκοπού, εταιρείες ανάπτυξης στο πλαίσιο δήμων). Παρά τους περιορισμούς, χάρη σε αυτές τις πρωτοβουλίες έγινε καλύτερα κατανοητή η πολυπλοκότητα του τουριστικού τομέα και ενισχύθηκε η ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών σχετικά με τα οφέλη του τουρισμού. Κατ' αυτόν τον τρόπο, έχει δοθεί ώθηση σε έναν πιο συστηματικό διάλογο ανάμεσα στις δημόσιες αρχές και σε βασικούς παράγοντες του ιδιωτικού τομέα και βαθμιαία έχουν προκύψει πρωτοβουλίες όπως η σύμπραξη «This Is Athens & Partners», για την οποία ένωσαν τις δυνάμεις τους ο Δήμος Αθηναίων, η Aegean Airlines, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών και ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ). Στο κεφάλαιο 7 παρουσιάζεται περαιτέρω η σύμπραξη *This is Athens & Partners*, στην ανάλυση των πόρων και της διακυβέρνησης.

3.3. Η προσέγγιση για τον σχεδιασμό διαχείρισης προορισμού στην παρούσα Έκθεση

Η προσέγγιση που υιοθετήθηκε στην παρούσα έκθεση αφορά την εξέταση τριών βασικών ερωτημάτων:

- Πού βρίσκεται τώρα ο τουρισμός της Σαντορίνης; – Καταστατική ανάλυση

- Πού θέλει η Σαντορίνη να βρίσκεται ο τουρισμός της το 2030; – Το όραμα
- Πώς θα επιτύχει αυτόν τον στόχο η Σαντορίνη; – Στρατηγική & Σχέδιο δράσης.

Η εν λόγω προσέγγιση υποστηρίζεται από τέσσερις βασικές αρχές:

- Εστίαση στους επισκέπτες που θα προσφέρουν το μεγαλύτερο όφελος στον προορισμό, από άποψη δαπανών, διάρκειας παραμονής, περιόδου επίσκεψης, τάσης για ταξίδια πέρα από περιοχές «μαγνήτες» και, το πιο σημαντικό, από άποψη (υπεύθυνης) συμπεριφοράς στον προορισμό.
- Ανάπτυξη του προορισμού, των υποδομών του και των τουριστικών προϊόντων και εμπειριών, κατά τρόπο ώστε να γίνει πιο ελκυστικός στους επισκέπτες που θα προσφέρουν στον προορισμό τα μεγαλύτερα οφέλη.
- Προσδιορισμός και διαχείριση όλων των δυνητικά αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού προτού προκαλέσουν ζημιά στην τοποθεσία ή υποσκάψουν τη συνοχή της τοπικής κοινωνίας.
- Διασφάλιση ότι οι κάτοικοι αντιλαμβάνονται τον τουρισμό ως κινητήρια δύναμη της τοπικής οικονομίας, της κοινωνικής συνοχής και της προστασίας του περιβάλλοντος έτσι ώστε να επιφυλάσσουν θερμή υποδοχή στους επισκέπτες και να αντιμετωπίζουν τον τουρισμό ως παράγοντα με σημαντική και θετική συμβολή στην καθημερινότητά τους.

3.4. Τάσεις και πλαίσιο της διαχείρισης προορισμού

Η διαχείριση προορισμού, η οποία επικεντρώνεται ολιστικά σε όλες τις πτυχές του προορισμού, από τη στρατηγική, τεκμηριωμένη προσέγγιση, την ανάπτυξη προϊόντων και εμπειριών έως τις πωλήσεις και τις δράσεις προώθησης και προβολής, αποτελεί μια κομβική ευκαιρία αναδιαμόρφωσης των προορισμών. Ο διεθνής οργανισμός Destinations International (2017)³ έχει ορίσει τους ακόλουθους ρόλους ως κρίσιμης σημασίας για την αποτελεσματική διαχείριση προορισμού:

- Υπεύθυνοι επιλογής περιεχομένου του προορισμού
- Ακτιβιστές της τοπικής κοινωνίας που προωθούν την αξία της εκάστοτε τοποθεσίας
- Καταλυτικοί παράγοντες οικονομικής ανάπτυξης
- Χρήστες επιχειρηματικών πληροφοριών και επιστημονικών στοιχείων.
- Συνεργάτες στο πλαίσιο στρατηγικών δικτύων.

³ Destinations International (2017) [A Strategic Road Map for the NEXT Generation of Global Destination Organizations](#)

Ανάμεσα στους κορυφαίους προορισμούς, η άνοδος του αριθμού των επισκεπτών, που συχνά συνοδεύεται από συγκέντρωση υπερβολικά πολλών ατόμων σε ένα μέρος ταυτόχρονα, επιφέροντας την υποβάθμιση του περιβάλλοντος ή των δημόσιων χώρων, η έλλειψη ανεκτικότητας των κατοίκων, η υποβάθμιση της εμπειρίας των επισκεπτών, που οξύνεται από την ανεπαρκή διαχείριση των επισκεπτών, έχουν θέσει υπό αμφισβήτηση την παραδοσιακή αποστολή της διαχείρισης προορισμού. Σύμφωνα με μια έκθεση της ένωσης European Cities Marketing το 2017⁴, οι οργανισμοί διαχείρισης προορισμού που επιθυμούν να διασφαλίσουν τη θέση τους στο μέλλον πρέπει να εκτιμήσουν πώς η διαχείριση προορισμού μπορεί:

- Να ενισχύσει την κοινωνική βιωσιμότητα μέσω της στενότερης συνεργασίας με την τοπική κοινωνία.
- Να κατευθύνει μια έξυπνη προσέγγιση για τη δημιουργία αξίας της εκάστοτε τοποθεσίας, μέσω της προσεκτικής διαχείρισης των πιο αυθεντικών στοιχείων της τουριστικής ταυτότητας κάθε προορισμού και της διατήρησης των θέλγητρων της ζωντάνιας και του τοπικού στοιχείου.
- Να επεκτείνει τα οφέλη του τουρισμού πέραν των λεγόμενων τουριστικών «μαγνητών», βιοηθώντας τους ανθρώπους να κινηθούν, να μάθουν, να συναντηθούν, να χαλαρώσουν και να ενσωματωθούν.
- Να προσφέρει εναλλακτικές επιλογές για την κατανομή δημόσιων κεφαλαίων που προέρχονται κυρίως από τους φόρους κλίνης (Destinations International, 2018)⁵.
- Να διαμορφώσει μια πιο περιεκτική ατζέντα για τις συμπράξεις δημόσιου-ιδιωτικού τομέα όπως το σχήμα των Περιφερειακών Υπηρεσιών Βελτίωσης Τουρισμού (Tourism Improvement Districts), ένα μοντέλο χρηματοδότησης από τον κλάδο στο οποίο οι τουριστικές επιχειρήσεις συνεισφέρουν από κοινού σε ένα ταμείο και οι οργανισμοί διαχείρισης προορισμού έχουν τη δικαιοδοσία να διαχειρίζονται τη χρηματοδότηση και να εφαρμόζουν ένα ειδικό πρόγραμμα διαχείρισης και βελτίωσης προορισμού (Πανεπιστήμιο Greenwich και Ένωση Διαχείρισης Πόλεων και Δήμων, 2016)⁶.
- Να διευκρινίσει τις προτεραιότητες για την ομαλή ενσωμάτωση της συνεργατικής οικονομίας στους σύγχρονους προορισμούς.
- Να δημιουργήσει λύσεις τόσο για τους επισκέπτες όσο και τους κατοίκους μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών.
- Να θέσει τα θεμέλια για την ταχεία απόκριση και ανάκτηση σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης ή καταστροφής.

⁴ European Cities Marketing (2018) [What's next for DMOs?](#).

⁵ Destinations International (2018) [Destination Organization Performance Reporting](#).

⁶ Κέντρο Πόρων Οικονομικής Ανάπτυξης (Economic Development Resource Centre), Πανεπιστήμιο Greenwich (2016) [Business Improvement Districts and the Visitor Economy](#)

Το 2018, η ένωση European Cities Marketing⁷ πρότεινε δέκα εργαλεία τα οποία αντιπροσωπεύουν ένα φάσμα προσεγγίσεων που μπορούν να χρησιμοποιούν οι οργανισμοί διαχείρισης προορισμού για να αποκομίσουν τα μέγιστα οφέλη από την ανάπτυξη του τουρισμού:

- Χάραξη στρατηγικής, πολεοδομικός σχεδιασμός και καθορισμός ζωνών
- Δημόσια εκπαίδευση
- Σχηματισμός συμπράξεων
- Διαχείριση της συνεργατικής οικονομίας
- Εξυπηρέτηση προώθηση και προβολή
- Φόροι, ανώτατα όρια και περιορισμοί
- Διαχείριση επιτόπιων επισκεπτών
- Μετρήσεις και παρακολούθηση
- Τεχνολογικές λύσεις
- Διάλογος και δημόσια διαβούλευση.

Σε δύο εκθέσεις του Σεπτεμβρίου 2018 και του Μαρτίου 2019⁸, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) προσδιόρισε 11 στρατηγικές και μια σειρά από λύσεις διαχείρισης προορισμού που εφαρμόζονται από 19 πόλεις στη Βόρεια και Νότια Αμερική, την περιοχή Ασίας/Ειρηνικού και την Ευρώπη:

⁷ European Cities Marketing (2018) [ECM launches a Toolbox for Managing Tourism Growth in Europe](#).

⁸ UNWTO (2018) ['Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary](#), UNWTO (2019) ['Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions Volume 2: Case Studies | Executive Summary](#).

Στρατηγικές		Ενδεικτικά μέτρα που υλοποιούνται σε πόλεις διεθνώς
1	Προώθηση της διασποράς των επισκεπτών εντός και πέραν της πόλης	α. Ανάπτυξη νέων προϊόντων/εμπειριών σε περιοχές με λιγότερους επισκέπτες β. Ανάπτυξη αστικών δομών και δημιουργία χώρων στάθμευσης
2	Προώθηση της διασποράς των επισκεπτών βάσει χρόνου	α. Συνεργασία με εταιρείες κρουαζιερόπλοιων β. Διοργάνωση εκδηλώσεων τις εποχές του φθινοπώρου και της άνοιξης
3	Κίνητρα για νέες εκδρομές επισκεπτών και αξιοθέατα	α. Βελτίωση των ξεναγήσεων: διεύρυνση ωραρίων, ενεργοποίηση επισκεπτών με διαφορετικό τρόπο, παροχή ξεναγήσεων χωρίς ξεναγό κ.λπ. β. Ανάπτυξη διαδραστικών χαρτών
4	Ανασκόπηση και προσαρμογή κανονισμών	α. Αυστηρότεροι κανόνες για επισκέψεις με ξεναγό ¹ β. Σχέδια δημιουργίας αστικών ζωνών για την εξισορρόπηση της οικονομικής δραστηριότητας
5	Εστίαση σε τμήματα-στόχους	α. Τμηματοποίηση ανά αγορά προέλευσης β. Τμηματοποίηση πελατών με βάση τις πρωταρχικές ταξιδιωτικές ανάγκες
6	Διασφάλιση ότι η τοπική κοινωνία ωφελείται από τον τουρισμό	α. Ενίσχυση και βελτίωση των πινακίδων των κατασημάτων β. Προώθηση τοπικών προϊόντων προστιθέμενης αξίας γ. Διοργάνωση εκδηλώσεων που συνδέονται με τον τοπικό πολιτισμό
7	Δημιουργία εμπειριών πόλης που ωφελούν κατοίκους και επισκέπτες	α. Παρακίνηση τοπικής κοινωνίας και μεμονωμένων προσώπων να δημιουργήσουν αυθεντικές εμπειρίες για τους επισκέπτες β. Υποστήριξη της παροχής εγκαταστάσεων για καλλιτεχνικές, πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις
8	Βελτίωση αστικών υποδομών και εγκαταστάσεων	α. Ενίσχυση της ελκυστικότητας του δημόσιου χώρου β. Επέκταση των πεζόδρομων γ. Ανάπτυξη δωρεάν Wi-Fi σε όλη την πόλη
9	Επικοινωνία με τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς και ενθάρρυνση της συμμετοχής τους	α. Τακτικές συναντήσεις με όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς β. Δημιουργία ιστότοπων για τουριστικές επιχειρήσεις γ. Εκστρατείες για τη δημοσιοποίηση των ωφελημάτων του τουρισμού και της προόδου σε σχέση με τα θέματα διαχείρισης προορισμού
10	Επικοινωνία και παρακίνηση επισκεπτών για συμμετοχή σε δραστηριότητες	α. Εκστρατείες ευαισθητοποίησης β. Κέντρο ενημέρωσης επισκεπτών
11	Θέσπιση μέτρων παρακολούθησης και απόκρισης	α. Πίνακας βαθμολογίας προορισμού που συγκεντρώνει δεδομένα για τον καθορισμό ενός βασικού συνόλου μέτρων, επιδόσεων των υπηρεσιών και για την καταγραφή των εμπειριών.

PART 4

WHERE IS SANTORINI TOURISM NOW?

THE SITUATION ANALYSIS

4. Πού βρίσκεται τώρα ο τουρισμός της Σαντορίνης; Καταστατική ανάλυση

4.1. Πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό, τεχνολογικό, περιβαλλοντικό και νομικό πλαίσιο (PESTEL)

Τα βασικά πολιτικά, οικονομικά, κοινωνικά, τεχνολογικά, περιβαλλοντικά και νομικά θέματα που έχουν ιδιαίτερη σημασία για τη Σαντορίνη είναι τα εξής:

Πολιτικές παράμετροι

- Τον Σεπτέμβριο του 2019 ανέλαβε καθήκοντα στη Σαντορίνη ο νεοεκλεγείς δήμαρχος με βάση τα αποτελέσματα των εκλογών του Μαΐου ενώ άλλαξε και η κυβέρνηση μετά τις εθνικές εκλογές που διεξήχθησαν τον Ιούλιο του 2019. Οι αλλαγές ηγεσίας στο πολιτικό σκηνικό της Ελλάδας ανέκαθεν επηρέαζαν τον ρυθμό λήψης αποφάσεων σε θέματα πολιτικής. Πρόκειται για έναν παράγοντα που πρέπει να συνεκτιμηθεί κατά την εξέταση ενός δυναμικού τομέα πολιτικής όπως η διαχείριση προορισμού.
- Η πρόσφατη ιδιωτικοποίηση του αεροδρομίου (FRAPORT) αναδεικνύει την ανάγκη αλλά και την ευκαιρία για βελτιώσεις του δυναμικού, της ποιότητας των υπηρεσιών και των βασικών υποδομών στον Διεθνή Αερολιμένα Σαντορίνης (Θήρα).
- Το Υπουργείο Τουρισμού της Ελλάδας ανήγγειλε πρόσφατα ότι θα δώσει βάρος στην ανάπτυξη του τουρισμού υγείας και ευεξίας, προσφέροντας ευκαιρίες για την ανάπτυξη προϊόντων επισκεπτών, γεγονός που θα συμβάλλει στην επανατοποιηθέτηση της εικόνας της Σαντορίνης ως επίλεκτου «πολυπόθητου» προορισμού. Αυτό το νέο επίκεντρο που έθεσε το Υπουργείο εντάσσεται στην ευρύτερη διαφοροποίηση του τουριστικού τομέα της Ελλάδας μέσω θεματικού και ειδικού ενδιαφέροντος τουρισμού. Αυτή την ατζέντα ενίσχυσε ένα νομοσχέδιο (4582/2018) που ψήφισε η ελληνική Βουλή στα τέλη του 2018 [δείτε Νομικά στοιχεία (L-Legal) στην ανάλυση PESTEL].
- Τον Φεβρουάριο του 2019, η διυπουργική επιτροπή στρατηγικών επενδύσεων ενέκρινε τη δημιουργία νέας μαρίνας και ενός καταφυγίου σκαφών αναψυχής στην περιοχή του Μονόλιθου. Η μαρίνα (με προϋπολογισμό 40 εκ. ευρώ) θα διαθέτει 350 θέσεις ελλιμενισμού καλύπτοντας ακόμα και μεγάλη θαλαμηγό απροσδιόριστου μεγέθους και θα υπάγεται στη διεύθυνση του Δημοτικού Λιμενικού Ταμείου.
- Ένα έργο που ξεκίνησε σε συνεργασία με το σωματείο Διάζωμα το 2018 περιλαμβάνει μια πρόταση για οργανισμό διαχείρισης/ προώθησης και προβολής προορισμού. Προτείνει τη μετατροπή της Γεωθήρα Μ.Α.Ε. σε ΟΔΠ με ευρύτερες αρμοδιότητες και διάφορες πηγές εσόδων (π.χ. από εμπορικές δραστηριότητες, καταχωρίσεις, χορηγίες, προγράμματα της ΕΕ).

- Τον Απρίλιο του 2019, στο πλαίσιο μιας συνάντησης εργασίας, εκπρόσωποι του Δήμου Σαντορίνης και της Διεθνούς Ένωσης Εταιρειών Κρουαζιέρας (CLIA) επανεξέτασαν τη βιώσιμη ανάπτυξη του κλάδου της κρουαζιέρας, μετά την έναρξη λειτουργίας ενός συστήματος διαχείρισης αφίξεων-αναχωρήσεων το περασμένο έτος ως μέσο ρύθμισης του αριθμού των εισερχόμενων κρουαζιερόπλοιων μαζί με ένα ανώτατο ημερήσιο όριο των 8.000 επιβατών κρουαζιέρας.
 - Το ελληνικό Υπουργείο Τουρισμού πρόκειται να καθορίσει τις προτεραιότητες για έργα σχετικά με τον τουρισμό που θα υποστηριχθούν με χρηματοδότηση της ΕΕ κατά τη διάρκεια της προγραμματικής περιόδου 2021-2027. Έως τώρα, στο πλαίσιο της προγραμματικής περιόδου 2014-2020, 133 έργα με συνολικό προϋπολογισμό 32 εκ. ευρώ έχουν υποστηρίξει τον τομέα των καταλυμάτων, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, τις εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων και τους παρόχους δραστηριοτήτων στη Σαντορίνη. Σε αυτά τα έργα περιλαμβάνονται δύο δράσεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητας, Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας 2014-2020 (ΕΠΑνΕΚ) (τα δεδομένα προσφέρθηκαν από το Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης - Ειδική Γραμματεία για το ΕΤΠΑ και το ΤΣ - Διαχειριστική Αρχή του ΕΠΑνΕΚ):
 - 71 έργα με συνολικό προϋπολογισμό 10,5 εκ. ευρώ στο πλαίσιο της δράσης «Ενίσχυση τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων για τον εκσυγχρονισμό τους και την ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών»
 - 62 έργα με συνολικό προϋπολογισμό 21,5 εκ. ευρώ στο πλαίσιο της δράσης «Ενίσχυση της ίδρυσης και λειτουργίας νέων ΜΜΕ στον τουριστικό τομέα»
- Περισσότερες πληροφορίες για άλλα έργα και πρωτοβουλίες που έχει αναλάβει η Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου και ο Δήμος Σαντορίνης περιλαμβάνονται στην ενότητα 4.8 (Πλαίσιο πολιτικής).

Οικονομικές παράμετροι

- Ως ένα από τα νησιά με τη μεγαλύτερη εξάρτηση από τον τουρισμό σε μια από τις περιφέρειες της Ελλάδας με τη μεγαλύτερη εξάρτηση από τον τουρισμό (Νότιο Αιγαίο), η παγκόσμια ανάπτυξη του τουρισμού θέτει προκλήσεις για τη Σαντορίνη ως προς τη διαχείριση της μελλοντικής ανάπτυξης προκειμένου να διασφαλιστούν βιώσιμα οικονομικά οφέλη για το νησί.
- Η δυσανάλογη εξάρτηση της Σαντορίνης από τον τουρισμό έχει καταλήξει σχεδόν σε «μονο-οικονομία». Η παραδοσιακή και σύγχρονη γεωργική παραγωγή υποδεικνύει μια ευκαιρία για κάποια διαφοροποίηση και τη δημιουργία υγιέστερης οικονομικής βάσης διευρύνοντας το ποσοστό της γεωργίας στην οικονομία του νησιού.
- Η πρόσφατη κατάρρευση της Thomas Cook, μίας από τις μεγαλύτερες και παλαιότερες ταξιδιωτικές εταιρείες της Ευρώπης, θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στην ελληνική τουριστική βιομηχανία, ως απόρροια του υψηλού επιπέδου έκθεσής της στη βρετανική αγορά εξερχόμενου τουρισμού και ειδικότερα στην Thomas Cook. Πιστεύεται ότι η εταιρεία απασχολούσε περίπου 1.000 άτομα στην Ελλάδα και έφερνε περίπου 3 εκατομμύρια τουρίστες στη χώρα, δηλαδή 9 τοις εκατό επί του συνόλου των 44 εκ. αφίξεων στην Ελλάδα το 2018¹⁰. Από τα 9.917 ξενοδοχεία της Ελλάδας, το 12% (1.193)

¹⁰Greek Travel Pages (2019) Moody's Says Thomas Cook Collapse May Take Toll on Greek Banks (27 Ιουλίου).

είχε συνάψει συμφωνίες συνεργασίας με τον Όμιλο Thomas Cook το 2019¹¹, εκ των οποίων το 48% αφορά τις κατηγορίες 1-3 αστέρων. Οι περιοχές που δέχτηκαν το μεγαλύτερο πλήγμα είναι το Νότιο Αιγαίο και τα νησιά του Ιονίου, όπως και η Κρήτη, όπου το 80% των ξενοδοχείων του νησιού είχε συμβόλαια με αυτή την εταιρεία¹². Η Ελλάδα αναμένεται να χάσει περίπου 610.000 εισερχόμενες αεροπορικές θέσεις¹³, εκ των οποίων περίπου οι 61.000 αντιστοιχούν στη Ρόδο. Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, αναμένεται ότι ο αντίκτυπος που θα έχουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία οι απώλειες αφίξεων και διανυκτερεύσεων λόγω της κατάρρευσης της Thomas Cook θα κυμανθεί περίπου σε 1 δις ευρώ το 2020. Η πλήρης έκταση των ζημιών θα υπολογιστεί από την ελληνική κυβέρνηση¹⁴ έως το τέλος του 2019.

Κοινωνικές παράμετροι

- Οι μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών δίνουν έμφαση στην ευκαιρία που παρουσιάζεται για τη Σαντορίνη να επικεντρωθεί στην προσέλκυση του είδους των επισκεπτών (π.χ. υψηλότερης απόδοσης) που θα προσφέρουν τα μεγαλύτερα οφέλη στη Σαντορίνη ενώ παράλληλα θα προκαλέσουν περιορισμένες αρνητικές επιπτώσεις.
- Σε σχέση με το προηγούμενο σημείο, δεδομένου ότι σχεδόν το ένα τρίτο του παγκόσμιου πληθυσμού προβλέπεται να είναι άνω των 50 ετών έως το 2025, παρουσιάζεται μια μεγάλη ευκαιρία να προσελκύσει η Σαντορίνη σχετικά εύπορα, ενεργά άτομα 37ς ηλικίας που επιθυμούν να φροντίσουν καλύτερα την υγεία, την εμφάνιση και την ευεξία τους. Όσοι πραγματοποιούν διεθνή ταξίδια έχουν σημαντικό διαθέσιμο εισόδημα να δαπανήσουν και έχουν ευελιξία όσον αφορά τη χρονική στιγμή των ταξιδιών τους - προσφέροντας περισσότερες δυνατότητες το φθινόπωρο και την άνοιξη συγκριτικά με το πιο θορυβώδες, ζεστό καλοκαίρι.
- Η σημαντική άνοδος της διαθεσιμότητας και η ζήτηση για βραχυχρόνιες μισθώσεις στην Ελλάδα έχουν σημαντικά επακόλουθα για το αυξανόμενο κόστος στέγασης, το οποίο θα μπορούσε να απειλήσει βασικές υπηρεσίες αλλά και τη συνοχή της κοινωνίας, μειώνοντας την πρόσβαση σε κατοικίες σε προσιτές τιμές.
- Η αγορά ειδών πολυτελείας αναμένεται να καταγράψει σημαντική άνοδο σε παγκόσμια κλίμακα. Προβλέπεται να αυξηθεί με σύνθετο ρυθμό ετήσιας ανάπτυξης (CAGR) 7,9% έως το 2026. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, η αξία προβλέπεται σχεδόν να διπλασιαστεί, από 891 δις δολάρια το 2018 σε 1.614 δις ευρώ έως το 2026. Η Ευρώπη και η Αμερική αντιπροσώπευαν το μεγαλύτερο τμήμα αυτής της αγοράς το 2018 με 63%.¹⁵ Όσον αφορά το είδος των ταξιδιών, τα ταξίδια «περιπέτειας» προηγούνται σε αυτή την αγορά αλλά τα επόμενα κυρίαρχα τμήματα είναι «η γαστρονομία και οι αγορές» και τα «ταξίδια

¹¹ Greek Travel Pages (2019) [ΟΑΕΔ: Scheme to Secure Jobs for Greek Tourism Businesses after Thomas Cook Ruin](#) (3 Οκτωβρίου)

¹² Greek Travel Pages (2019) [Impact of Thomas Cook Collapse on Crete – Governor](#) (24 Σεπτεμβρίου)

¹³ Greek Travel Pages (2019) [Thomas Cook Default Impacts 38 Countries, 8.6m Flight Seats](#) (2 Οκτωβρίου)

¹⁴ Greek Travel Pages (2019) [Greece's Thomas Cook Repatriation Operation in Full Swing](#) (1 Οκτωβρίου)

¹⁵ Allied Market Research (2019) [Global Luxury Travel Market Expected to Reach \\$1,614 Billion by 2026](#).

μικρών γκρουπ».¹⁶ Αυτά τα στοιχεία ενισχύουν περαιτέρω τις ευκαιρίες στις οποίες βασίζεται η προτεινόμενη εστίαση της Σαντορίνης σε εύπορους ταξιδιώτες και η προσδοκία να καταστεί «πολυπόθητος» προορισμός.

Τεχνολογικές παράμετροι

- Οι τεχνολογικές εξελίξεις ενδέχεται να προσφέρουν χρήσιμες ευκαιρίες στη Σαντορίνη για τη διαχείριση των ροών των επισκεπτών και την πιο αποτελεσματική κατανομή της κυκλοφορίας την περίοδο αιχμής σε σύγκριση με το παρόν (π.χ. εφαρμογές που παρέχουν πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για την υποβοήθηση των μετακινήσεων, τον σχεδιασμό διαδρομών και μετακίνησης επιβατών και ενθαρρύνουν τις εκ των προτέρων κρατήσεις σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα).
- Παρομοίως, οι τεχνολογικές εξελίξεις στον σχεδιασμό κρουαζιερόπλοιων, το σύστημα καυσίμων (π.χ. υγροποιημένο φυσικό αέριο), τη διαχείριση αποβλήτων, τον έλεγχο εκπομπών και την επεξεργασία λυμάτων θα πρέπει να δώσουν τη δυνατότητα στη Σαντορίνη να μειώσει τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο των κρουαζιερόπλοιων που εισέρχονται στην καλντέρα.
- Η ραγδαία ανάπτυξη της διαθεσιμότητας και της εξειδίκευσης της τεχνολογίας big data θα βοηθήσει τους προορισμούς να απευθυνθούν με μεγαλύτερη ακρίβεια και πιο οικονομικά στο κοινό που επιθυμούν με ολοένα πιο στοχευμένες δράσεις προώθησης και προβολής. Αυτή η τεχνολογία θα είναι πολύτιμη για τη Σαντορίνη, καθώς επικεντρώνεται ειδικότερα στους καλύτερους δυνητικούς επισκέπτες της που θα εκτιμήσουν τα «πολυπόθητα» γνωρίσματά της.
- Ομοίως, η ραγδαία επέκταση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προσφέρει οικονομικές ευκαιρίες στη Σαντορίνη να επικοινωνήσει τα βασικά μηνύματα προβολής και ενημέρωσης του κοινού μέσω της συμμετοχής των επισκεπτών, της δημιουργίας περιεχομένου από τους χρήστες και της επιμέλειας-έγκρισης του περιεχομένου από τρίτα μέρη. Ωστόσο, όπως έχει ήδη σημειωθεί, δεδομένου ότι το hashtag #Santorini εμφανίζεται σε περισσότερες από 5 εκατομμύρια αναρτήσεις στο Instagram, αυτή η εύκολη δημοτικότητα κρύβει επίσης ένα σημαντικό μειονέκτημα. Επομένως, η Σαντορίνη χρειάζεται να προσπαθήσει να επιδράσει σε μέρος του περιεχομένου προκειμένου να εστιάσει τα μηνύματά της και να βοηθά τους επισκέπτες να λαμβάνουν συνειδητοποιημένες αποφάσεις για το πότε και πού να την επισκεφτούν – μειώνοντας, συνεπώς, την κυκλοφοριακή συμφόρηση τις ώρες αιχμής – όποτε είναι δυνατό.

Περιβαλλοντικές παράμετροι

- Η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση των καταναλωτών έναντι της συμβολής του τουρισμού στις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (CO₂) παγκοσμίως, μαζί με τις δράσεις κυβερνήσεων και διεθνών ιδρυμάτων για τη μείωση αυτών των εκπομπών, θα επηρεάζει ολοένα και περισσότερο τις ταξιδιωτικές αποφάσεις στο μέλλον, σε σχέση με το πώς, πότε και πού ταξιδεύουν οι άνθρωποι και τις δραστηριότητες που αναλαμβάνουν. Διάφορες άλλες ανησυχίες με παγκόσμια απήχηση έχουν διατυπωθεί γενικά για το

¹⁶ Allied Market Research (2019) [Luxury Travel Market Outlook-2026](#).

περιβάλλον και τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο του τουρισμού (π.χ. εν γένει η διαχείριση αποβλήτων, η ρύπανση υδάτων από πλαστικά απορρίμματα και οι εκπομπές των κρουαζιερόπλοιων), οι οποίες μπορεί επίσης να επηρεάσουν την επιλογή προορισμών από τους καταναλωτές. Για να συμβάλει στις παγκόσμιες λύσεις και να εξασφαλίσει το μέλλον του τουρισμού της, η Σαντορίνη θα πρέπει να εξετάσει το ενδεχόμενο να αναλάβει δράση με στόχο να γίνει προορισμός με μηδενικές εκπομπές άνθρακα.

- Η ρύπανση από τα κρουαζιερόπλοια πρέπει να αντιμετωπιστεί με μέτρα που θα μειώσουν τις εκπομπές στην καλντέρα. (Δείτε επίσης την ενότητα *Τεχνολογικές παράμετροι παραπάνω*.)
- Η διαχείριση αποβλήτων αποτελεί κρίσιμης σημασίας θέμα για το νησί, το οποίο οξύνεται από την επιπλέον πίεση που δημιουργούν οι επισκέπτες, ιδίως στη διάρκεια της κύριας τουριστικής περιόδου.
- Όπως η διαχείριση αποβλήτων, το ίδιο και η κατανάλωση νερού αποτελεί κρίσιμης σημασίας θέμα για το νησί, το οποίο οξύνεται από την επιπλέον πίεση που δημιουργούν οι επισκέπτες, ιδίως στη διάρκεια της κύριας τουριστικής περιόδου.
- Ο συνωστισμός επισκεπτών κάποιες ώρες συνιστά απειλή τόσο για την εμπειρία των επισκεπτών όσο και για το βιώσιμο μέλλον της Σαντορίνης ως τουριστικού προορισμού.
- Η ανησυχία για το περιβάλλον επιφέρει σε ορισμένες χώρες αλλαγές στη συμπεριφορά των ταξιδιωτών. Το «Flygskam» ή η «ντροπή για συμμετοχή σε πτήσεις» είναι ένα κίνημα που κερδίζει έδαφος καθώς εντείνεται η ευαισθητοποίηση για την κλιματική αλλαγή. Αυτή η σουηδική λέξη έχει εισχωρήσει στο λεξιλόγιο του κόσμου και, σύμφωνα με μια πρόσφατη έρευνα της UBS¹⁷, θα μπορούσε να πυροδοτήσει μια αλλαγή στις συνήθειες για αεροπορικά ταξίδια στα πιο πλούσια μέρη του κόσμου, ιδίως στις ΗΠΑ και την Ευρώπη. Χάρη σε ευρέως προβαλλόμενες εκστρατείες, όπως το παράδειγμα που έθεσε η Σουηδή μαθήτρια Greta Thunberg, η κλιματική αλλαγή έχει ανέλθει σε υψηλότερη θέση στην πολιτική ατζέντα. Μετά την έρευνα σε περισσότερα από 6.000 άτομα στις ΗΠΑ, τη Γερμανία, τη Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, η UBS διαπίστωσε ότι το 21% είχε μειώσει τον αριθμό των πτήσεων που πραγματοποίησαν το περασμένο έτος. Η κοινωνική πίεση ενδέχεται να αυξήσει τη δέσμευση των ανθρώπων να μειώσουν το ατομικό τους αποτύπωμα άνθρακα, σε σχέση με το οποίο τα ταξίδια αναψυχής θεωρούνται από τις δαπάνες που προκαλούν σημαντική επιβάρυνση

Νομικές παράμετροι

- Οι περιορισμοί επί των βραχυχρόνιων μισθώσεων όπως το Airbnb, οι οποίοι εξετάζονται και εφαρμόζονται επί του παρόντος σε αρκετές πόλεις του κόσμου, ενδέχεται να χρειαστούν αναθεώρηση προκειμένου να αντιμετωπιστεί ο κοινωνικός αντίκτυπός τους, ιδίως όποτε υπάρχει ο κίνδυνος στρέβλωσης της τοπικής στεγαστικής αγοράς και περιορισμού της δυνατότητας προσέλκυσης κοινωνικά απαραίτητων εργαζομένων (π.χ. δάσκαλοι, γιατροί κ.ά.).

¹⁷ BBC News (2019) ['Flight shame' could halve growth in air traffic](#) (2 Οκτωβρίου).

- Τον Δεκέμβριο του 2018, η ελληνική Βουλή ψήφισε ένα νέο νομοσχέδιο (4582/2018) που θέτει τα κριτήρια για την ανάπτυξη πολιτιστικού, θρησκευτικού, γαστρονομικού και οινικού, αθλητικού, αστικού και εκπαιδευτικού τουρισμού, αγροτουρισμού, καθώς και τουρισμού υγείας και ευεξίας. Είναι ζήτημα που χρειάζεται περαιτέρω εξέταση αν ειδικές εγκαταστάσεις στη Σαντορίνη έχουν ενσωματωθεί στα συστήματα διαπίστευσης για τον οινικό τουρισμό¹⁸ και τον αγροτουρισμό¹⁹ και αν το πιο πρόσφατο νομοσχέδιο θα ενθαρρύνει παρόμοιες κινήσεις από επιπλέον επιχειρήσεις (π.χ. διαπίστευση για επιχειρήσεις που ειδικεύονται στον αθλητικό τουρισμό).
- Οι ισχύοντες νόμοι στην Ελλάδα περιορίζουν τις επιλογές σε σχέση με τη σύσταση συμπράξεων δημόσιου-ιδιωτικού τομέα, οι οποίες ευνοούν την ανάπτυξη, τη διαχείριση και την προώθηση του τουρισμού, στο πνεύμα που προτείνεται στην παρούσα έκθεση. Ενώ μπορούν να βρεθούν κάποιοι μηχανισμοί σε σχέση με αυτό το πρόβλημα, όπως συνέβη στην Αθήνα, πρέπει να δίνεται σταθερά προσοχή στη διευκόλυνση των επιλογών πιο άμεσων συμπράξεων. Θα είναι προς όφελος της Σαντορίνης να συμβάλει στη διαμόρφωση των μελλοντικών επιλογών.
- Η άρση των περιορισμών επί της κίνησης κεφαλαίων (capital control) που πρότεινε η κυβέρνηση το 2019 μπορεί να δημιουργήσει ευκαιρίες για να προσελκύσει η Σαντορίνη επενδύσεις σε κρίσιμους τομείς, από την ανάπτυξη υποδομών έως νέα προϊόντα εναρμονισμένα με τη φιλοδοξία της Σαντορίνης να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες που θα πραγματοποιούν υψηλότερες δαπάνες.

4.2. Πλαίσιο ελληνικής αγοράς

Οι διεθνείς αφίξεις στην Ελλάδα σχεδόν διπλασιάστηκαν από το 2012 (15,5 εκ.) έως το 2018 (30,1 εκ. εξαιρουμένων των επιβατών κρουαζιερόπλοιων). Αυτές οι επιδόσεις έχουν ήδη ξεπεράσει τις πρώιμες προβλέψεις της εταιρείας συμβούλων McKinsey (2017) για τις αφίξεις εισερχόμενων επισκεπτών στην Ελλάδα έως το 2020. Επίσης, έφεραν την Ελλάδα στη 13η θέση της παγκόσμιας κατάταξης του UNWTO για το 2018²⁰. Η άμεση συμβολή του τουρισμού ποικίλλει σημαντικά μεταξύ των περιοχών. Ο συνολικός (άμεσος και έμμεσος) αντίκτυπος των ταξιδιών και του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας αντιστοιχεί σε 20,6% (WTTC, 2019). Ωστόσο, έχει σημασία να γίνει διάκριση ανάμεσα στις επιδόσεις του τομέα σε επίπεδο χώρας και στον διαφοροποιημένο αντίκτυπό του ανά περιφέρεια. Το 2014, υπήρξαν 3 περιοχές όπου η άμεση (αποκλειστικά) συμβολή του τουρισμού ξεπέρασε κατά πολύ τον εθνικό μέσο όρο του 9,5%: η Περιφέρεια της Κρήτης (47,3%), η Περιφέρεια των Ιονίων νήσων (65%) και η Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου (69,5%).

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική κινητήρια δύναμη της απασχόλησης στην Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου. Τα ξενοδοχεία και τα λοιπά καταλύματα στην Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου απασχόλησαν τον υψηλότερο αριθμό εργαζομένων – παρότι πολλοί από αυτούς

¹⁸ Νόμος: 4276/2014 & Διυπουργικές αποφάσεις: 1746/2015 & 13143/2018.

¹⁹ Διυπουργικές αποφάσεις: 543/34450/2017 & 15258/2018.

²⁰ UNWTO (2019b) [International Tourism Highlights of 2018](#).

είναι εποχικοί – σε διάστημα επταετίας (2011-2017). Για το διάστημα 2016-2017, τα εστιατόρια και οι υπηρεσίες εστίασης ήταν ο οικονομικός τομέας με τον δεύτερο υψηλότερο αριθμό εργαζομένων (Σύστημα διάγνωσης αναγκών της αγοράς εργασίας, 2018)²¹.

Η Σαντορίνη κατέγραψε τον δεύτερο μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης (μετά τη Μύκονο) από τους δέκα κύριους διεθνείς αερολιμένες της Ελλάδας από το 2012 έως το 2018. Ο Διεθνής Αερολιμένας Σαντορίνης (Θήρα) υποδέχθηκε πάνω από μισό εκατομμύριο διεθνείς αεροπορικές αφίξεις το 2018, σηματοδοτώντας ένα ποσοστό ανάπτυξης +153,3% έναντι 200.000 αφίξεων το 2012. Ωστόσο, η υψηλή εποχικότητα και το συρρικνούμενο μερίδιο του εγχώριου τουρισμού έχουν επισκιάσει αυτές τις θετικές επιδόσεις. Μόνο το 20% των ξενοδοχείων της Ελλάδας είχαν μηνιαία πληρότητα υψηλότερη από 80% τον Μάιο του 2018 ενώ το αντίστοιχο ποσοστό τον Αύγουστο του 2018 ήταν 65%. Επίσης, ο εγχώριος τουρισμός υπέστη βαρύτατο πλήγμα από την οικονομική κρίση. Το 2017, οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχείο από εγχώριους επισκέπτες αντιστοιχούσαν μόνο σε 16% έναντι 26% το 2010 (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2019)²².

Οι προορισμοί της Ελλάδας πρέπει να αντιμετωπίσουν την πρόκληση των μεγάλων πιέσεων σε ορισμένους τόπους κατά συγκεκριμένα διαστήματα. Στην Ελλάδα υπάρχουν 13 Περιφέρειες αλλά σχεδόν το 85% της τουριστικής δραστηριότητας συγκεντρώνεται μόνο σε πέντε Περιφέρειες. Σε δύο από αυτές τις Περιφέρειες (Νότιο Αιγαίο, Αττική), υπάρχουν 3 προορισμοί (Σαντορίνη, Ρόδος, Αθήνα) που θεωρείται ότι αντιμετωπίζουν προκλήσεις σε σχέση ειδικά με τον χρόνο και την τοποθεσία, λόγω ενδεικτικών αποτελεσμάτων που αφορούν την πυκνότητα των διανυκτερεύσεων (αριθμός/τετρ. χιλ.), την ένταση των διανυκτερεύσεων (αριθμός/πολίτη) και την ένταση των αεροπορικών μεταφορών (επιβάτης ανά διανυκτέρευση)²³. Ιδιαίτερη σημασία για τη Σαντορίνη έχουν τα αθροιστικά μεγέθη του δείκτη τουριστικής πυκνότητας (αριθμός επισκεπτών ανά τετρ. χιλ. ανά ημέρα) για κάθε είδος προορισμού και του μέσο δείκτη τουριστικής διείσδυσης (αριθμός επισκεπτών ανά 100 επισκέπτες ανά ημέρα).

Ο αυξανόμενος αριθμός των αφίξεων από τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και η τάση για συντομότερη διάρκεια παραμονής (από 9,1 ημέρες το 2012 σε 7,5 ημέρες το 2018) είχε ως αποτέλεσμα μειωμένη μέση δαπάνη ανά διεθνή ταξιδιώτη (από 646 ευρώ το 2012 σε 520 ευρώ το 2018). Ωστόσο, οι ανθεκτικές επιδόσεις των παραδοσιακών αγορών συνέτειναν στη σταθερή μέση δαπάνη (από 71,1 ευρώ το 2012 σε 69

²¹ Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας και Ανθρώπινου Δυναμικού (2018) [Επίσημα έκθεση](#) (στα Ελληνικά).

²² Ερευνητικό Ινστιτούτο Τουρισμού και Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2019) Επιδόσεις ξενοδοχείων το 2018.

²³ Ομάδα Προβληματισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (2018) [Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses](#).

ευρώ το 2018). Για το ΙΝΣΕΤΕ (2019), οι πρωταρχικές προτεραιότητες για την αύξηση της μέσης δαπάνης σε μακροπρόθεσμη βάση είναι οι εξής:

- Μια προσέγγιση στρατηγικού σχεδιασμού για τη διαχείριση προορισμού.
- Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος.
- Βελτιώσεις υποδομών που θα επηρεάσουν θετικά τις εμπειρίες των επισκεπτών και την ποιότητα ζωής των κατοίκων.

Το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας διαθέτει πέντε βασικά στοιχεία (φιλοξενία των ντόπιων, ποιότητα καταλυμάτων, αίσθημα ασφάλειας, τοπικό φαγητό και ομορφιά τοπίου), τα οποία ξεπερνούν σε επιδόσεις το τουριστικό προϊόν ανταγωνιστικών προορισμών στη νότια Ευρώπη. Ωστόσο, σύμφωνα με μια έρευνα μετά την επίσκεψη ταξιδιωτών που επισκέφτηκαν την Ελλάδα το διάστημα 2015-2017 (ΙΝΣΕΤΕ, 2019)²⁴, η Ελλάδα υστερεί έναντι των ανταγωνιστών της ως προς τα στοιχεία που συνθέτουν τις εμπειρίες των επισκεπτών (π.χ. πολιτιστική εμπειρία, εμπειρία αγορών, απογευματινές και βραδινές δραστηριότητες) και θέματα διαχείρισης προορισμού (π.χ. καθαριότητα, πρόσβαση σε αεροδρόμιο, οδική υποδομή, ενημέρωση επισκεπτών). Πρόκειται για θέματα που δεν ισχύουν το ίδιο για όλη την Ελλάδα. Τα θέματα που έχουν κρίσιμη σημασία για τη Σαντορίνη εξετάζονται παρακάτω.

4.3. Επισκόπηση της τουριστικής βιομηχανίας της Σαντορίνης

Προϊόντα, εμπειρίες, υποδομή

Στέγαση

Ξενοδοχεία: Η Σαντορίνη διαθέτει συνολικά 287 ξενοδοχειακές μονάδες και 7.145/14.045 δωμάτια/κλίνες. Μόλις λίγο πάνω από το ήμισυ του δυναμικού ξενοδοχειακών κλινών του νησιού βρίσκεται σε μονάδες 4 και 5 αστέρων (53%). Γενικά, τα ξενοδοχεία είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους, με 25 δωμάτια/ 49 κλίνες κατά μέσο όρο ανά ξενοδοχείο.

Τα ξενοδοχεία περισσότερων αστέρων είναι μόνο ελαφρώς μικρότερα από τα άλλα, όπου τα ξενοδοχεία 5 και 4 αστέρων έχουν 37 δωμάτια/ 74 κλίνες και 27 δωμάτια/ 53 κλίνες, αντίστοιχα, κατά μέσο όρο, ενώ τα ξενοδοχεία 1 και 2 αστέρων διαθέτουν 21 δωμάτια/41 κλίνες κατά μέσο όρο. (Με βάση δεδομένα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος).

²⁴ ΙΝΣΕΤΕ (2019β) [Δξιολόγηση του brand "Ελλάδα" και σύγκριση με τον ανταγωνισμό](#).

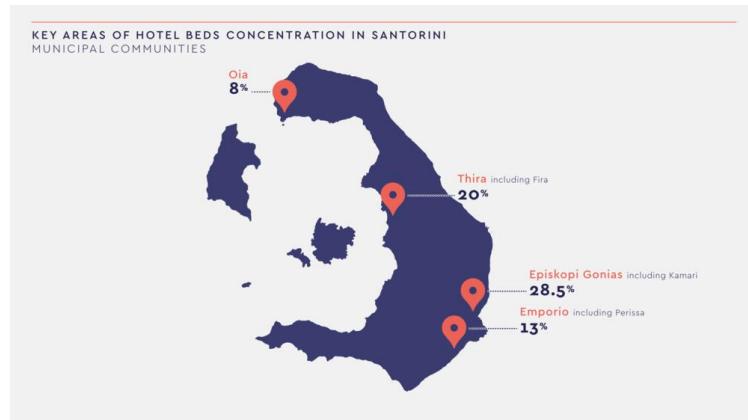
Οι εκτιμήσεις για το δυναμικό των καταλυμάτων της Σαντορίνης έχουν ως εξής:

Ξενοδοχειακές κλίνες το 2019 (σύνολο)	14.045
Κλίνες σε ξενοδοχείο 5*	2.659 (19%)
Κλίνες σε ξενοδοχείο 4*	4.766 (34%)
Κλίνες σε ξενοδοχείο 3*	2.955 (21%)
Κλίνες σε ξενοδοχείο 2*	2.637 (19%)
Κλίνες σε ξενοδοχείο 1*	1.028 (7%)
Επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα	22.099
Τουριστικές βίλες	3.619
Βραχυχρόνιες μισθώσεις (3.300 μονάδες x 4,5 επισκέπτες)	15.000

Σημείωση:
Ενδεχομένως κάποια ακίνητα από τις τρεις τελευταίες κατηγορίες να έχουν καταγραφεί δύο φορές δεδομένου ότι τα δεδομένα

Τα ξενοδοχεία υψηλότερων προδιαγραφών αναπτύσσονται με ταχύτερους ρυθμούς από τα ξενοδοχεία χαμηλότερης κατάταξης. Το διάστημα 2012-2018, ο αριθμός των ξενοδοχείων 5 και 4 αστέρων αυξήθηκε κατά +134% και +7,5%, αντίστοιχα. Ο συνδυασμένος αριθμός κλινών σε ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων επίσης αυξήθηκε κατά +54%, ενώ την ίδια περίοδο, ο αριθμός των κλινών σε ξενοδοχεία 3 αστέρων αυξήθηκε μόλις κατά +28%. Η γεωγραφική κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού (κλίνες) μεταξύ των δημοτικών κοινοτήτων της Σαντορίνης είναι η ακόλουθη (με βάση δεδομένα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος):

4.3.1. Βασικές περιοχές συγκέντρωσης ξενοδοχειακών κλινών στη Σαντορίνη



Βραχυχρόνιες μισθώσεις: Υπάρχουν περίπου 3.300 καταχωρίσεις. Οι οικοδεσπότες με πολλαπλές καταχωρίσεις αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 87,5%, τα σπίτια/διαμερίσματα αντιστοιχούν σχεδόν στο 73% των συνολικών καταχωρίσεων ενώ τα ιδιαίτερα δωμάτια καλύπτουν το υπόλοιπο ποσοστό (27%). (Με βάση δεδομένα από τα Inside Airbnb και AirDNA για τον Μάιο του 2019).

Τουριστικές βίλες: Υπάρχουν 600 μονάδες που προσφέρουν 3.619 κλίνες. Περισσότερες από τις μισές βίλες διαθέτουν 6-10 κλίνες (51%) ενώ το 30% διαθέτει 2-5 κλίνες. (Με βάση δεδομένα από το μητρώο του Υπουργείου Τουρισμού).

Επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα: Υπάρχουν 1.983 μονάδες που προσφέρουν 9.516 δωμάτια και 22.099 κλίνες. Κάθε μονάδα έχει 5 δωμάτια κατά μέσο όρο.

Εστιατόρια: Υπάρχουν 543 εγγεγραμμένα εστιατόρια, εκ των οποίων το 10% προσφέρει εκλεκτό φαγητό (με βάση τις καταχωρίσεις στο Trip Advisor).

Αξιοθέατα: Τα κύρια πολιτιστικά και φυσικά αξιοθέατα που παρουσιάζει το TripAdvisor (με βάση τα στοιχεία που είχαν συγκεντρωθεί τον Μάιο του 2019) παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα. Η δημοφιλία τους ορίζεται από τον αριθμό κριτικών στο TripAdvisor για κάθε αξιοθέατο.

Αξιοθέατο	Κριτικές	Αξιοθέατο	Κριτικές
Ηλιοβασίλεμα στην Οία	8.650	Ερείπια Βυζαντινού Κάστρου	518
Αρχαιολογικός χώρος του Ακρωτηρίου	4.894	Μοναστήρι του Προφήτη Ηλία	369
Αρχαία Θήρα	2.114	Αρχαιολογικό μουσείο Φηρών	286
Ηφαίστειο	1.974	Ιαματικές πηγές	228
Μουσείο Προϊστορικής Θήρας	1.732	Βιομηχανικό Μουσείο Ντομάτας	209
Φάρος	952	Μουσείο Μεγάρου Γκύζη	93
Μουσείο Οίνου	533	Λαογραφικό Μουσείο Λιγνού	92
Καθεδρικός Ναός Αγίου Ιωάννη του Βαπτιστή	533	Ενετικό Κάστρο	54

Παραλίες: Εξι παραλίες της Σαντορίνης έχουν κερδίσει Γαλάζια Σημαία, όλες στην ανατολική ακτή, όπως φαίνεται στον χάρτη.

Εκδηλώσεις: Οι κυριότερες εκδηλώσεις στη Σαντορίνη είναι²⁵:

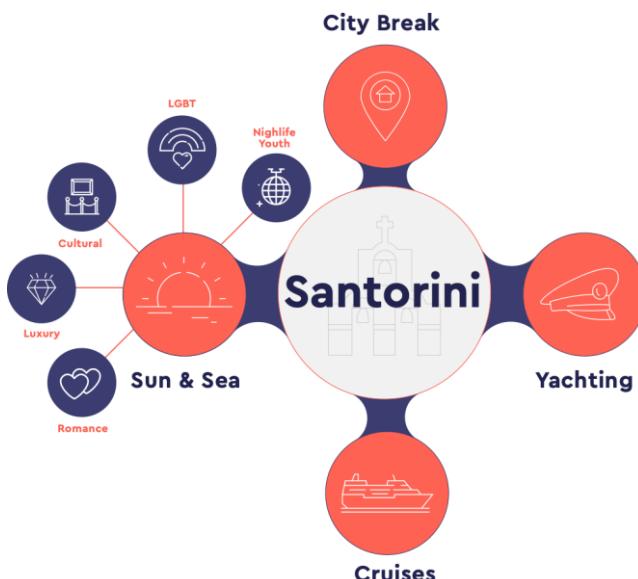
- **Santorini Experience:** αγώνες κολύμβησης και τρεξίματος (Οκτ)
- **Αναπαράσταση της έκρηξης του ηφαιστείου:** πυροτεχνήματα και συναυλία από γνωστούς Έλληνες καλλιτέχνες (τέλη Αυγούστου).
- **«Χαλάρια»:** Αθλητικές εκδηλώσεις προς τιμή του ντόπιου αθλητή Εμμανουήλ Χάλαρη.
- **Παραδοσιακός γάμος:** Στο Ακρωτήριο, παρουσιάζεται ένας παραδοσιακός Σαντορινιός γάμος (καλοκαίρι).

²⁵ Για λεπτομέρειες, δείτε: <https://www.e-kyklades.gr/travel/tourism/santorini?lang=en>.

- **Μεγάλη Παρασκευή:** Στο χωριό του Πύργου, οι ντόπιοι ανάβουν εκατοντάδες ντενεκεδάκια που περιέχουν στουπιά εμποτισμένα με πετρέλαιο τη στιγμή της περιφοράς του επιταφίου μέσα στο χωριό.
- **Το κάψιμο του Οβριού:** Την ημέρα του Πάσχα πραγματοποιείται σε πολλά χωριά του νησιού το λαϊκό δικαστήριο του Οβριού (πάνινο ομοίωμα ανθρώπου), ο οποίος καταδικάζεται σε θάνατο, κρεμιέται και καίγεται.
- **Πανηγύρια:** Η Σαντορίνη είναι ονομαστή για τα πανηγύρια της που συνδυάζουν την τήρηση θρησκευτικών γιορτών με γιορτή στην εκάστοτε κοινότητα, προσφέροντας φαγητό, κρασί και μουσική.

Το Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος για την Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου / Οδικός Χάρτης για την περίοδο 2015-2020²⁶ προσδιόρισε 2 βασικά προϊόντα για τη Σαντορίνη: τον ήλιο με τη θάλασσα και τα ταξίδια σε πόλεις (city break). Επίσης, προσδιορίστηκε ότι ο θαλάσσιος τουρισμός διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο μαζί με πλήθος συμπληρωματικών εμπειριών. Επιπλέον, στα ειδικά προϊόντα που εμπεριέχονταν στο κυρίαρχο προϊόν της θάλασσας και του ήλιου περιλαμβάνονταν τα εξής: πολυτέλεια, πολιτισμός, νυχτερινή ζωή, ρομάντζο, LGBT. Στο ακόλουθο διάγραμμα συνοψίζεται η ανάλυση της έκθεσης.

4.3.2. Βασικά προϊόντα και ειδικά προϊόντα στο πλαίσιο του κυρίαρχου προϊόντος «Ηλιος και θάλασσα»



Τρέχοντα επενδυτικά σχέδια

Τα σχέδια για επενδύσεις στον τουρισμό και οι βελτιώσεις υποδομών στη Σαντορίνη, που θα ωφελήσουν τον τουριστικό τομέα, περιλαμβάνουν τα εξής:

²⁶ ΙΝΣΕΤΕ & Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου (2015) [Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος: Οδικός Χάρτης Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου 2015-2020](#). (στα Ελληνικά)

- Ανάπτυξη πολιτιστικής διαδρομής για τη Σαντορίνη.
- Κατασκευή του δρόμου του αεροδρομίου - Φηρά - Βουρβούλο - Οία: 5,9 εκ. ευρώ (κοινωνικά κονδύλια).
- Υδρευση του Εμπορείου: 3,8 εκ. ευρώ (κοινωνικά κονδύλια).
- Αναβάθμιση του σταθμού επεξεργασίας λυμάτων: 3,3 εκ. ευρώ (κοινωνικά κονδύλια).
- Επέκταση / εκσυγχρονισμός της μονάδας αφαλάτωσης: 2,7 εκ. ευρώ (κοινωνικά)
- Προστασία της παράκτιας ζώνης Καμαρίου: 1,8 εκ. ευρώ (κοινωνικά κονδύλια).
- Ψηφιακός οδηγός στον πολιτισμό και τα δρώμενα της Σαντορίνης: 110.000 ευρώ.
- Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Πολυκαναλικής Ενημέρωσης Επιβατών για Μέσα Μαζικής Μεταφοράς στη Σαντορίνη: 151.000 ευρώ - Αυτό το έργο χρηματοδοτείται μέσω του προγράμματος INTERREG.
- Υδρευση Έξω Γωνιάς: 927.000 ευρώ (κοινωνικά κονδύλια).

Η Γεωθήρα Μονομετοχική Α.Ε. έχει επιφορτιστεί με το καθήκον να διαχειρίζεται το γεωλογικό πάρκο που περιβάλλει το ηφαίστειο της Σαντορίνης και ορισμένους άλλους χώρους (π.χ. ιαματικές πηγές, μικρό αριθμό παραλιών).

Επίπεδα και θέματα ποιότητας

Η ποιότητα των προϊόντων και εμπειριών των επισκεπτών έχει αποφασιστική σημασία για την ικανοποίησή τους η οποία, με τη σειρά της, μπορεί να επηρεάσει την απόφασή τους να επισκεφτούν ξανά το νησί ή όχι στο μέλλον, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο οι επισκέπτες μιλούν για τη Σαντορίνη στους φίλους τους.

Σε θέματα ποιότητας καταλυμάτων και εστιατορίων, η Σαντορίνη συγκεντρώνει καλή βαθμολογία:

- Μόλις λίγο πάνω από το ήμισυ του δυναμικού του νησιού σε δωμάτια ξενοδοχείων βρίσκεται σε μονάδες 4 και 5 αστέρων (52%).
- Η Σαντορίνη κατέγραψε αύξηση 134% στα ξενοδοχεία 5 αστέρων το διάστημα 2002-2018.
- Το 70% των εστιατορίων της Σαντορίνης προσφέρει εικλεκτό φαγητό.

Ενώ η ποιότητα δεν περιορίζεται σε πολυτελείς εγκαταστάσεις και είναι σημαντική σε όλα τα επίπεδα, ο αριθμός των ξενοδοχείων υψηλότερης αξιολόγησης και των εστιατορίων πολυτελείας στηρίζει τον σκοπό που παρουσιάζεται σε επόμενα κεφάλαια

του παρόντος ΣΔΠΠ, να τοποθετηθεί η Σαντορίνη ως πολυπόθητος και επίλεκτος προορισμός.

Η ερμηνεία σε τουριστικούς χώρους, ιδίως σε πολιτιστικά και ιστορικά αξιοθέατα, θα μπορούσε να ωφεληθεί από μια πιο δημιουργική και ενημερωμένη αντιμετώπιση και με τη χρήση σύγχρονων τεχνικών για να δοθεί πνοή ζωής στο παρελθόν.

Ομοίως, θα μπορούσαν να βελτιωθούν η διαθεσιμότητα και η παρουσίαση πληροφοριών για τους επισκέπτες, από τουριστικά αξιοθέατα έως δρομολόγια λεωφορείων.

Η προσφορά εκδρομών (π.χ. εκδρομές στην καλντέρα, τη Νέα Καμένη και την Παλαιά Καμένη) κυμαίνεται από ημι-ιδιωτικές περιηγήσεις σε μικρά σκάφη έως μεγάλα γκρουπ σε μεγαλύτερα σκάφη, με τις περιηγήσεις να προσφέρουν μια πιο ζεστή εμπειρία, περισσότερη εναρμονισμένη με την τοποθέτηση της Σαντορίνης ως επίλεκτου προορισμού.

Οι λιμενικές εγκαταστάσεις στον Αθηνιό και τα Φηρά είναι υποτυπώδεις και δεν είναι κατάλληλες για τους αριθμούς των επιβατών που τις χρησιμοποιούν.

Δεξιότητες

Η αύξηση των μη πιστοποιημένων τουριστικών ξεναγών στη διάρκεια της κύριας τουριστικής περιόδου υποδηλώνει την ανάγκη για εκπαίδευση και διασφάλιση ποιότητας.

Όσον αφορά τις γλωσσικές δεξιότητες, ενδεχομένως είναι ανεδαφικό να αναμένουμε από ξεναγούς της Σαντορίνης να κατέχουν ορισμένες πολύπλοκες γλώσσες με μικρότερη ζήτηση, τις οποίες μιλά περιορισμένος αριθμός επισκεπτών. Ωστόσο, ειδικά όποτε προσλαμβάνονται ξεναγοί από άλλες περιοχές, πρέπει να αντιμετωπιστεί η ανάγκη τήρησης βασικών κριτηρίων ποιότητας για όλους τους ξεναγούς, ιδανικά εφαρμόζοντας ένα σύστημα πιστοποίησης ποιότητας.

Δεν εντοπίστηκαν σημαντικές ελλείψεις δεξιοτήτων σε άλλους τομείς στο στάδιο της έρευνας και διαβούλευσης με τις επιχειρήσεις και τους τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς της Σαντορίνης. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν τομείς στους οποίους απαιτείται βελτίωση των δεξιοτήτων που συνδέονται με τον τουρισμό. Μπορεί απλώς να αποτυπώνει την κυριαρχία των μικρών, ευρέως οικογενειακών επιχειρήσεων, οι οποίες επικεντρώνονται στην παροχή υπηρεσιών στη διάρκεια σχετικά σύντομης περιόδου.

Ωστόσο, ο εντοπισμός των αναγκών για ανάπτυξη δεξιοτήτων θα αποκτήσει ολοένα μεγαλύτερη σημασία, καθώς η Σαντορίνη αγωνίζεται να διαφοροποιηθεί ως επίλεκτος

προορισμός σε μια προσπάθεια να προσελκύσει επισκέπτες που θα πραγματοποιούν υψηλότερες δαπάνες.

4.4. Αξιολόγηση των επιδόσεων του προορισμού

Σύνολο επισκεπτών

Συνολικά, η Σαντορίνη είχε 2,85 εκ. αφίξεις το 2018²⁷. Περιλαμβάνονται όλα τα είδη αφίξεων: δηλαδή επισκέπτες και κάτοικοι, τουρίστες και επιχειρηματίες ταξιδιώτες. Η κατανομή τους σε αεροπορικές και ακτοπλοϊκές αφίξεις είναι σχετικά ομοιόμορφη, όπως παρουσιάζεται παρακάτω. Το σημαντικό είναι ότι ο μεγαλύτερος αριθμός διεθνών επισκεπτών για λόγους αναψυχής φαίνεται να φθάνει στο πλαίσιο κρουαζιέρας.

Αεροπορικώς: 1.070.000 αφίξεις που κατανέμονται ως εξής:

- Διεθνείς αφίξεις: 507.000
- Εγχώριες αφίξεις: 563.000.

Ακτοπλοϊκώς: 1.779.000 αφίξεις που κατανέμονται ως εξής:

- Γενικά – φεριμπότ/άλλα εκτός από κρουαζιερόπλοια: 1.030.000
- Κρουαζιέρα: 749.000.

Διεθνείς αφίξεις

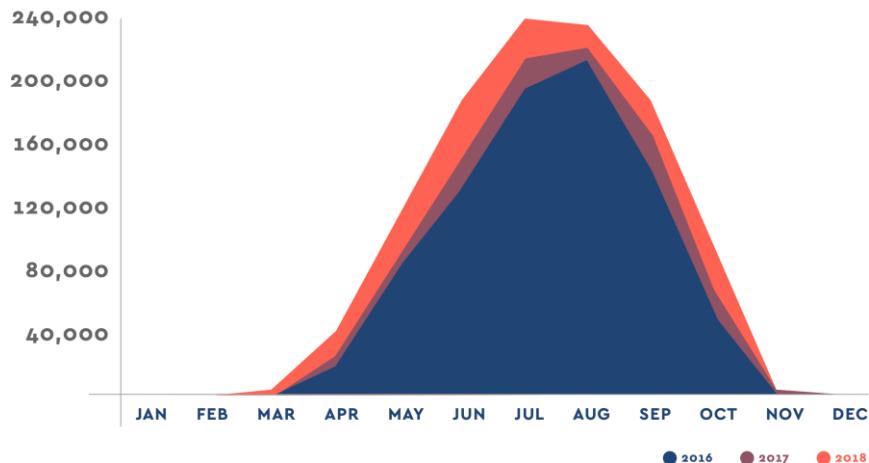
Το 2018, οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 62% σε σύγκριση με το 2016, προσθέτοντας 61.000 επισκέπτες στις ετήσιες επιδόσεις της Σαντορίνης. (Με βάση τα δεδομένα των INSETE και Fraport Hellas).

Η εποχικότητα είναι μια μακροχρόνια πρόκληση για τη Σαντορίνη, όπως και για άλλα νησιά. Τα μηνιαία μεγέθη των διεθνών αεροπορικών αφίξεων εντός της τελευταίας τριετίας παρουσιάζονται στο ακόλουθο διάγραμμα. Φανερώνουν ότι οι αριθμοί αφίξεων από τον Απρίλιο έως τον Ιούνιο κατέγραψαν δυσανάλογη αύξηση, αλλά οι μήνες από Νοέμβριο έως Μάρτιο πρακτικά συνεχίζουν να μην έχουν απευθείας διεθνείς αεροπορικές αφίξεις. Ωστόσο, το ενθαρρυντικό στοιχείο ήταν πως ο Οκτώβριος ήταν ιδιαίτερα θετικός μήνας για τη Σαντορίνη με ανάπτυξη 61% από το 2016 έως το 2018 (32.000 επιπλέον επισκέπτες).

²⁷ Πηγές: Ελληνική Στατιστική Αρχή για Λιμένες / INSETE & FRAPORT.

Εντούτοις, αυτή η αιχμή επισκεπτών κατά τη θερινή τουριστική περίοδο συνιστά μείζονα πρόκληση για την εμπορική βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας αλλά και μεγάλη ευκαιρία να δοθεί ώθηση στην ανάπτυξη εκτός τουριστικής περιόδου, όπως προσδιορίζεται σε επόμενα κεφάλαια της παρούσας έκθεσης.

4.4.1. Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις (ανά μήνα) στον Αερολιμένα Σαντορίνης (2016-2018)²⁸

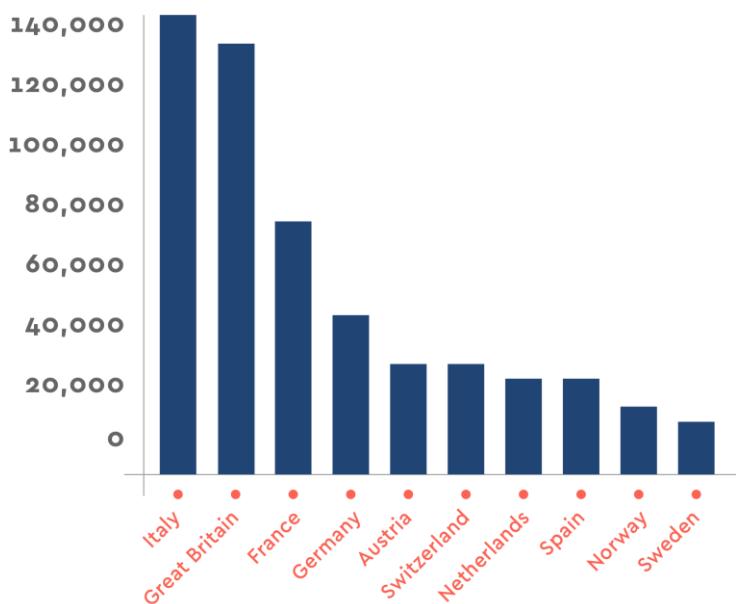


Όσον αφορά τις χώρες προέλευσης:

- Η **Ιταλία** και η **Μεγάλη Βρετανία** αντιπροσωπεύουν μακράν τις μεγαλύτερες αγορές προέλευσης με αεροπλάνο, αντιστοιχώντας αθροιστικά στο 51% των διεθνών αφίξεων (μέσω διεθνών πτήσεων) στον αερολιμένα της Σαντορίνης το 2018. Η Ιταλία είναι η μεγαλύτερη αγορά αεροπορικών αφίξεων (26%) ενώ το Ήνωμένο Βασίλειο ακολουθεί με μικρή διαφορά (25%).
- Η **Γαλλία** ήταν η τρίτη μεγαλύτερη αγορά το 2018 αλλά με αισθητά χαμηλότερα μεγέθη, μόλις 14%.
- Οι **Σκανδιναβικές** αγορές συνολικά και η **Γερμανία** αντιπροσώπευαν 7% έκαστη.
- Άλλες βασικές αγορές ήταν η **Αυστρία** (4%), η **Ελβετία** (4%), η **Ισπανία** (3%) και η **Ολλανδία** (3%).
- Μεταξύ των κορυφαίων αγορών, μόνο η **Αυστρία** (-11,1%) και η **Ελβετία** (-0,6%) κατέγραψαν πτώση το 2018 (πρβλ. 2017).
- Παρότι τα μεγέθη που τις αφορούν δεν είναι καταγεγραμμένα, οι **ΗΠΑ** αποτελούν επίσης μια σημαντική αγορά για τη Σαντορίνη, σύμφωνα με πολλές επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν, ενώ οι περισσότεροι επισκέπτες που διανυκτέρευσαν έφθασαν με εγχώριες πτήσεις από την Αθήνα.

4.4.2. Το κορυφαίες διεθνείς αγορές στον Αερολιμένα Σαντορίνης το 2018

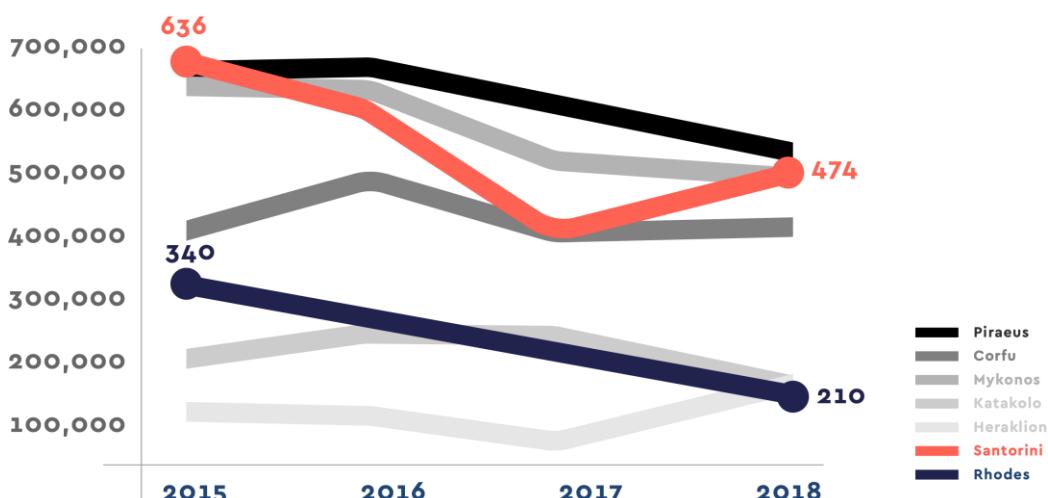
²⁸ Πηγή: FRAPORT.



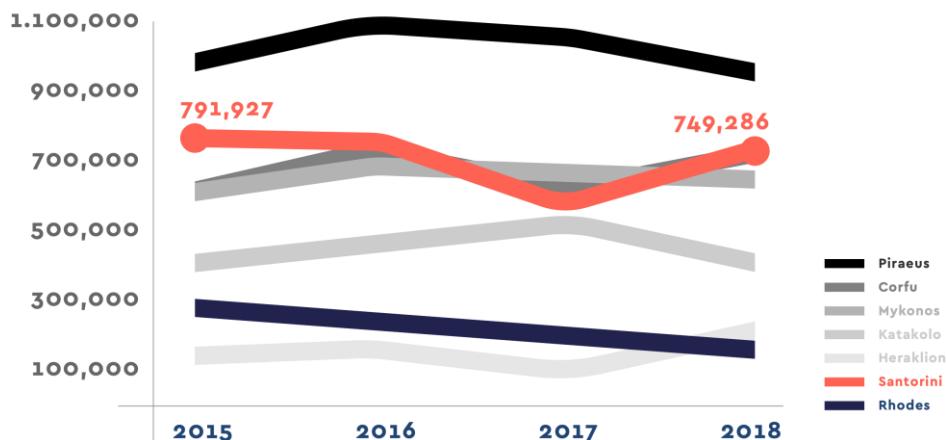
Κρουαζιερόπλοια και Επιβάτες

Σύμφωνα με την κατάταξη των τουριστικών προορισμών κρουαζιέρας σε όλη τη Μεσόγειο από την ένωση Med Cruise, η Σαντορίνη καταλαμβάνει τη 1οη θέση σε σχέση με τις αφίξεις επιβατών κρουαζιερόπλοιων. Το διάστημα 2015-18, η Σαντορίνη κατέγραψε σημαντική κάμψη στον αριθμό των επισκέψεων κρουαζιερόπλοιων (-25%: από 636 πλοία το 2015 σε 474 πλοία το 2018) και μέτρια κάμψη στον αριθμό των επιβατών κρουαζιερόπλοιων (-5%: πτώση κατά 42.641 επιβάτες), παρότι η Σαντορίνη αντιστάθηκε στην τάση αυτή και ανέκαμψε δυναμικά το 2018 (με βάση δεδομένα της Ενωσης Λιμένων Ελλάδος).

4.4.3. Κυκλοφορία κρουαζιερόπλοιων στους κορυφαίους προορισμούς της Ελλάδας



4.4.4. Κυκλοφορία επιβατών κρουαζιερόπλοιων στους κορυφαίους προορισμούς



Χρήση ξενοδοχείων

Οι διεθνείς επισκέπτες αντιπροσωπεύουν με διαφορά το μερίδιο του λέοντος στους ενοίκους ξενοδοχείων της Σαντορίνης σε ποσοστό 93% περίπου, έναντι των εγχώριων επισκεπτών που αντιπροσωπεύουν μόνο το 7% περίπου όλων των ενοίκων ξενοδοχείων. (Σημείωση: τα στατιστικά στοιχεία του 2017 αποτυπώνουν τις επιδόσεις μόνο του 49% των κλινών της Σαντορίνης το 2017. Το ίδιο μερίδιο για το 2018 ανέρχεται σε 53%).

Διεθνείς επισκέπτες: Το 2017, 173.864 διεθνείς επισκέπτες κατέλυσαν σε ξενοδοχεία, συνολικά για 586.316 διανυκτερεύσεις, αντιπροσωπεύοντας αύξηση σχεδόν 70% έναντι του 2012. Η μέση διάρκεια παραμονής παρέμεινε περίπου στις 3,5 νύχτες. Οι διεθνείς επισκέπτες αντιπροσώπευαν το 93% όλων των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία. Η αυξητική τάση συνεχίστηκε και το 2018, με την άφιξη 218.673 διεθνών επισκεπτών στα ξενοδοχεία, συνολικά για 693.178 διανυκτερεύσεις (μέση διάρκεια παραμονής: 3,1 νύχτες, ποσοστό διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία από διεθνείς επισκέπτες: 92,7%).

Εγχώριοι επισκέπτες: Το 2017, 13.774 εγχώριοι επισκέπτες κατέλυσαν σε ξενοδοχεία, συνολικά για 36.410 διανυκτερεύσεις, αντιπροσωπεύοντας αύξηση 1,5% έναντι του 2012. Η μέση διάρκεια παραμονής μειώθηκε ελαφρά στις 2,3 νύχτες. Οι εγχώριοι επισκέπτες αντιπροσώπευαν μόλις το 6% όλων των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία. Ο αριθμός των εγχώριων τουριστών αυξήθηκε το 2018, με την άφιξη 20.721 Ελλήνων για 54.587 διανυκτερεύσεις συνολικά (μέση διάρκεια παραμονής: 2,6 νύχτες, ποσοστό διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία από εγχώριους επισκέπτες: 3,2%).

Η ξενοδοχειακή πληρότητα για τους πρώτους μήνες αυξήθηκε ελαφρώς από 42,8% το 2012 σε 48,3% το 2017 και 50,7% το 2018. Αυτά τα μεγέθη τονίζουν την εξάρτηση της

Σαντορίνης από τους διεθνείς επισκέπτες (περίπου 93%) και τα συνολικά ποσοστά χαμηλής πληρότητας (περίπου 43%).

Σημείωση: Τα δωμάτια ξενοδοχείων πιθανόν αντιπροσωπεύουν περίπου το ήμισυ έως ένα τρίτο των κλινών επισκεπτών στη Σαντορίνη. Επομένως, ενδέχεται να υπάρχουν πολλοί περισσότεροι επισκέπτες που μένουν σε άλλα καταλύματα πλην ξενοδοχείων.

Το συνολικό δυναμικό καταλυμάτων εκτιμάται ως εξής:

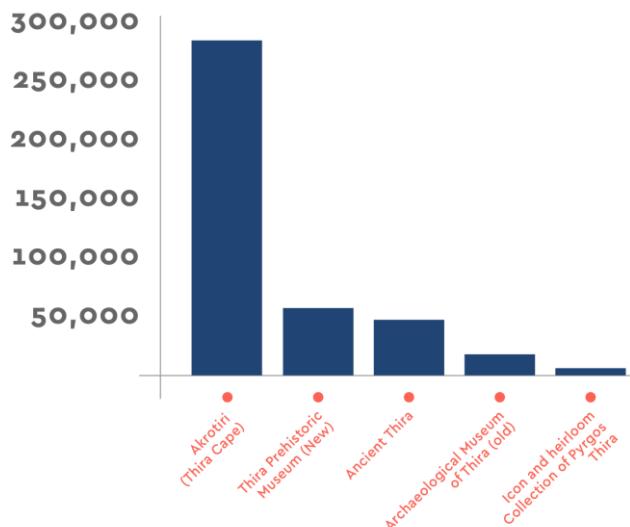
- Ξενοδοχεία: 13.963 κλίνες
- Βίλες 3.619 κλίνες
- Επιπλωμένα δωμάτια: 22.099 κλίνες
- Βραχυχρόνιες μισθώσεις: 3.300 καταχωρίσεις, εκ των οποίων το 73% αφορά ολόκληρα ακίνητα και, συνεπώς, ενδέχεται να υπάρχουν αρκετές κλίνες ανά μονάδα.

Αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία

Αριθμοί επισκεπτών

Ο Αρχαιολογικός Χώρος του Ακρωτηρίου είναι μακράν το αξιοθέατο με τους περισσότερους επισκέπτες στη Σαντορίνη. Όλα τα άλλα αξιοθέατα είχαν κόψει λιγότερα από 50.000 εισιτήρια το 2018. (Με βάση δεδομένα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής)

4.4.4. Είσοδοι σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία της Σαντορίνης, 2018



Κριτικές και βαθμολογία στο TripAdvisor

Υπάρχουν έξι αξιοθέατα με μεμονωμένες αξιολογήσεις με 5 αστέρια άνω του 50%. Τέσσερα από αυτά συγκεντρώνουν επίσης τις περισσότερες κριτικές:

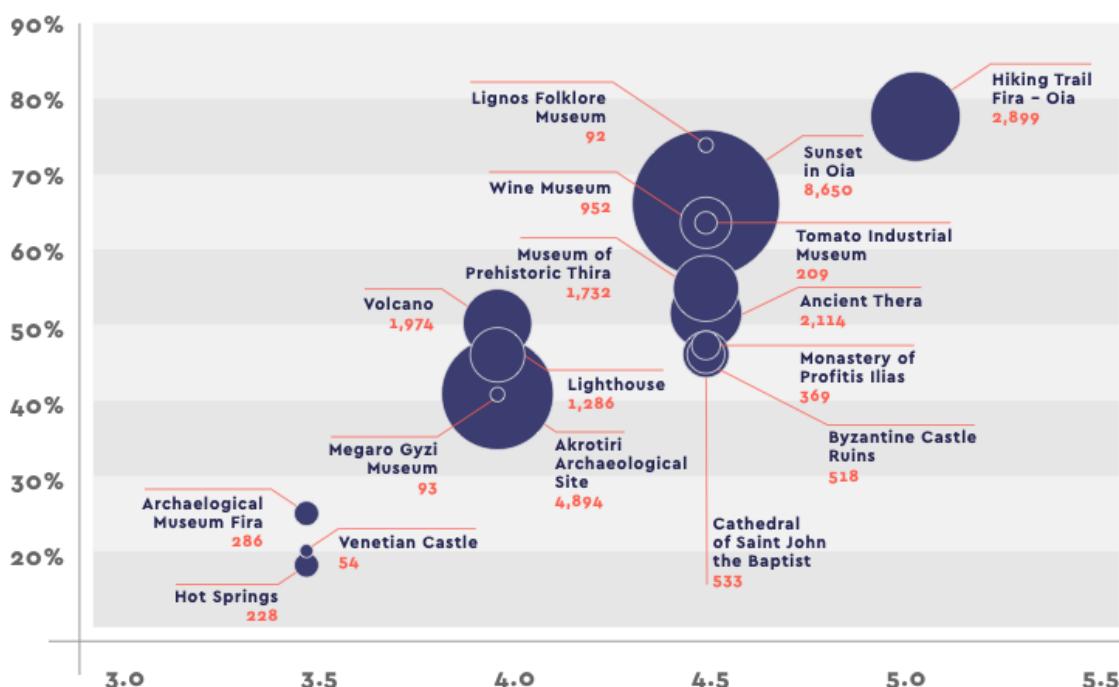
- Ηλιοβασίλεμα στην Οία,

- Αρχαία Θήρα,
- Προϊστορικό Μουσείο Θήρας,
- Μουσείο Οίνου.
- Μόνο το Λαογραφικό μουσείο Λιγνού (92 κριτικές) είχε ποσοστό αξιολογήσεων με 5 αστέρια άνω του 70%.
- Ο Αρχαιολογικός Χώρος του Ακρωτηρίου – το αξιοθέατο με τους περισσότερους επισκέπτες με βάση τον αριθμό εισιτηρίων – είχε το χαμηλότερο % αξιολογήσεων με 5 αστέρια (42%) μεταξύ των χώρων με περισσότερες από 1.000 κριτικές.

Το ακόλουθο γράφημα παρουσιάζει μια επεξήγηση των δεδομένων του Trip Advisor, ως εξής:

- Το μέγεθος της φυσαλίδας είναι ανάλογο με τον αριθμό των κριτικών για επιλεγμένα πολιτιστικά και φυσικά αξιοθέατα.
- Η θέση του αξιοθέατου στον οριζόντιο άξονα X βασίζεται στη μέση αξιολόγηση ανά αξιοθέατο.
- Η θέση του αξιοθέατου στον κάθετο άξονα Y βασίζεται στο μέσο ποσοστό κριτικών με 5 αστέρια.
- Κάθε σημείωση στο γράφημα περιλαμβάνει το όνομα του χώρου και τον αριθμό των κριτικών.

4.4.5 Ανάλυση αξιολόγησης και κριτικών του Trip Advisor



4.5. Ανάλυση αγοράς

Οι τρέχουσες διεθνείς αεροπορικές αφίξεις υποδηλώνουν σαφή ιεράρχηση των αγορών που παρέχουν τον κύριο όγκο τουριστών της Σαντορίνης. (Ανατρέξτε στην ενότητα Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις παραπάνω). Με σειρά προτεραιότητας, είναι οι εξής:

- Ιταλία (26%)
- Ηνωμένο Βασίλειο (25%)
- Γαλλία (14%)
- Γερμανία (7%)
- Αυστρία (4%)
- Ελβετία (4%)
- Ολλανδία (3%)
- Ισπανία (3%)
- Νορβηγία (3%)
- Σουηδία (2%).

Επίσης, οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο είναι σημαντικοί για αρκετές επιχειρήσεις της Σαντορίνης. Ωστόσο, καθώς οι περισσότεροι τείνουν να φθάνουν αεροπορικώς από την Αθήνα ή με κρουαζιερόπλοια, δεν υπάρχουν αξιόπιστα στοιχεία για τον αριθμό τους.

Οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων περιλαμβάνουν πλήθος διαφορετικών εθνικοτήτων. Παρότι δεν προσδιορίζονται βάσει εθνικότητας, στην πλειονότητά τους εκτιμάται ότι προέρχονται από την Ευρώπη και τις ΗΠΑ. Οι περισσότεροι περνούν περίπου 5 ώρες στη Σαντορίνη. Ούτε οι επισκέπτες μέσω φεριμπότ – από την Κρήτη, άλλα νησιά και τον Πειραιά – προσδιορίζονται βάσει εθνικότητας.

Ερευνες που έγιναν διαδικτυακά σε άτομα που είχαν επισκεφτεί πρόσφατα τη Σαντορίνη αποκάλυψαν ποιοτικά στοιχεία για μερικά από τα θέλγητρα της Σαντορίνης και τη συμπεριφορά των επισκεπτών:

- Η Σαντορίνη είχε απήχηση στους ταξιδιώτες των ΗΠΑ ως προορισμός που βρίσκεται στη λίστα επιθυμιών τους.
- Πάνω από τους μισούς (53%) Βρετανούς που ερωτήθηκαν και το 43% των Αμερικανών ταξίδευαν με τον/τη σύντροφό τους και το 28% και το 29% αντίστοιχα με τις οικογένειές τους. Οι υπόλοιποι ταξίδευαν μόνοι τους.

- Τα βασικά κίνητρα επίσκεψης στη Σαντορίνη (πέρα από το ότι ήταν προορισμός σε λίστα επιθυμιών) ήταν:
 - αίσθηση παραδείσου με ήλιο και θάλασσα,
 - φυσική ομορφιά,
 - ιστορία και πολιτισμός.
- Τα βασικά στοιχεία της Σαντορίνης που άρεσαν στους ταξιδιώτες ήταν:
 - ποιότητα φαγητού & ποτών,
 - ποιότητα περιηγήσεων/ δραστηριοτήτων/ εκδρομών,
 - ποικιλία περιηγήσεων/ δραστηριοτήτων/ εκδρομών.
- Οι λιγότερο ικανοποιητικές πτυχές της Σαντορίνης ήταν:
 - ποιότητα αεροπορικών υπηρεσιών,
 - ποιότητα λιμενικών υπηρεσιών,
 - κακή σχέση ποιότητας/τιμής,
 - περιορισμένες πληροφορίες για τους τουρίστες,
 - περιορισμένοι χώροι στάθμευσης.
- Οι Βρετανοί χαρακτήρισαν το εντυπωσιακό τοπίο ως το πιο ελκυστικό στοιχείο ενώ ακολουθούν οι πολιτιστικοί/ ιστορικοί πόλοι έλξης της Σαντορίνης. Από την άλλη πλευρά, οι Αμερικανοί κατέταξαν τον πολιτισμό και την ιστορία μπροστά από το εντυπωσιακό τοπίο ως κορυφαίο θέλγητρο του νησιού.
- Πάνω από το 80% των Βρετανών και των Αμερικανών εξέφρασαν την πρόθεσή τους να επιστρέψουν στη Σαντορίνη σε 5 χρόνια και πάνω από το 90% θα πρότειναν τη Σαντορίνη σε άλλα άτομα ως προορισμό διακοπών.

4.6 Βασικά θέματα που ανακύπτουν από την έρευνα και τη δημόσια διαβούλευση

Οι τοπικές έρευνες και η δημόσια διαβούλευση με επιχειρήσεις, την τοπική κοινωνία και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς της Σαντορίνης αποκάλυψαν τα ακόλουθα θέματα, αντιλήψεις και στάσεις:

Οικονομικά θέματα

- **Περιορισμένη οικονομική διαφοροποίηση/«μονο-οικονομία»:** Η οικονομία της Σαντορίνης είναι δυσανάλογα εξαρτημένη από τον τουρισμό. Παρουσιάζεται η ευκαιρία αύξησης της οικονομικής διαφοροποίησης με την περαιτέρω ανάπτυξη της γεωργίας ως συμπλήρωμα του τουρισμού (πρωτίστως της οινοπαραγωγής και επιλεγμένων οπωροκηπευτικών που παράγονται μόνο στη Σαντορίνη).

Αντίκτυπος του τουρισμού

- **Γενική στάση:** Το 55% των μελών των τοπικών κοινωνιών πιστεύει ότι οι θετικές επιπτώσεις του τουρισμού δεν αντισταθμίζουν τις αρνητικές.
- **Θετική επίδραση:** Μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων και των μελών των τοπικών κοινωνιών, υπάρχει ευρεία συναίνεση για τη θετική επίδραση του τουρισμού σε τομείς όπως οι θέσεις εργασίας για τους ντόπιους, τα έσοδα για τα τοπικά καταστήματα και τις ΜΜΕ, καθώς και η ζήτηση για τοπικά τρόφιμα και χειροτεχνήματα.
- **Αρνητικός αντίκτυπος:** Ωστόσο, υπάρχει επίσης ευρεία συναίνεση για τον αρνητικό αντίκτυπο του τουρισμού σε τομείς όπως το περιβάλλον διαβίωσης των ντόπιων (ποιότητα ζωής) και το φυσικό περιβάλλον (π.χ. βιοποικιλότητα, παράκτιες περιοχές, νερό, ρύπανση).
- **Συμφόρηση:** Ο συνωστισμός, ιδίως στην Οία και τα Φηρά, καταστρέφει την εμπειρία των επισκεπτών, δυσχεραίνει την καθημερινότητα των κατοίκων και παρέχει δυσανάλογα περιορισμένα έσοδα για τον όγκο των επισκεπτών σύντομης παραμονής. Τόποι όπως η Οία πρέπει να εξεταστούν με τον ίδιο τρόπο με τα αξιοθέατα που έχουν όριο υποδοχής τουριστών προκειμένου να διατηρηθεί η ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών (π.χ. μέσω καταβολής εισιτηρίου ή/και απαγόρευσης οχημάτων);
- **Βραχυχρόνιες μισθώσεις:** Το 74% των τοπικών επιχειρήσεων και το 82% των μελών των τοπικών κοινωνιών πιστεύουν ότι η ανάπτυξη των βραχυχρόνιων μισθώσεων έχει φανεί αρνητική για τις τοπικές κοινωνίες στη Σαντορίνη.
- **Στέγη σε προσιτές τιμές:** Παρατηρείται έλλειψη κατοικιών σε προσιτές τιμές για τους παρόχους βασικών υπηρεσιών (π.χ. γιατροί, οδοντίατροι κ.ά.), σε μεγάλο βαθμό λόγω της υψηλού κόστους ζήτησης για βραχυχρόνια μίσθωση παραθεριστικών κατοικιών. Πρόκειται για ένα πρόβλημα όλο και περισσότερο κοινό με άλλα ελληνικά νησιά.
- **Ημερήσιοι επισκέπτες:** Όσον αφορά τους ημερήσιους επισκέπτες που φθάνουν κατά την περίοδο αιχμής, το 42% των τοπικών επιχειρήσεων πιστεύει ότι ο στόχος για το 2025 πρέπει να είναι η μεγάλη μείωση του αριθμού ενώ το 33% πιστεύει ότι ο στόχος πρέπει να είναι η μικρή μείωσή του. Μεταξύ των μελών των τοπικών κοινωνιών, τα συναισθήματα είναι ελαφρώς πιο δυνατά, με τα αντίστοιχα ποσοστά να αγγίζουν το 44,5% («μεγάλη μείωση») και 31% («μικρή μείωση»).

- **Διαχείριση των ροών επισκεπτών:** Το 96% των τοπικών επιχειρήσεων και το 85% των μελών της τοπικής κοινωνίας πιστεύουν ότι απαιτείται η ανάληψη δράσης για να βελτιωθεί η εμπειρία των επισκεπτών και των κατοίκων της Σαντορίνης, βελτιώνοντας τις ροές επισκεπτών και μειώνοντας τον συνωστισμό.
- **Προστασία των ζώων:** Τα ρεπορτάζ των διεθνών μέσων ενημέρωσης έχουν επιστήσει την προσοχή στην ανάγκη διασφάλισης ορθής και αξιοπρεπούς μεταχείρισης των γαϊδουριών που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά των επισκεπτών από τα κρουαζιερόπλοια και άλλα σκάφη έως τα Φηρά και την Οία. Δεν είναι απλώς θέμα προστασίας των ζώων. Πρόκειται επίσης για κίνδυνο που διατρέχει η φήμη της Σαντορίνης εάν δεν αντιμετωπιστεί πλήρως.

Περιβαλλοντικά θέματα

- **Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας:** Η διαχείριση υδάτων, ενέργειας και αποβλήτων αγγίζει τα όρια του δυναμικού των υποδομών κατά τους μήνες αιχμής, γεγονός που ασκεί πίεση στις εγκαταστάσεις των κατοίκων αλλά και των επισκεπτών.
- **Διαχείριση περιβάλλοντος:** Υπάρχει ελάχιστη, έως και ανύπαρκτη, κουλτούρα ανακύκλωσης ή συμπεριφορά υπέρ της διαφύλαξης [π.χ. ανακύκλωση χρησιμοποιημένου αλλά καθαρού νερού (π.χ. σε αμπελώνες), πλαστικά μπουκάλια/ περιέκτες, ενθάρρυνση των πλαστικών μιας χρήσης κ.λπ.]. Επίσης, η διάθεση των αποβλήτων σε υγειονομικό χώρο ταφής δεν είναι βιώσιμη.
- **Ρύπανση:** Τα μείζονα θέματα είναι:
 - Τα κρουαζιερόπλοια που «αγκυροβολούν» στην καλντέρα έχουν σε λειτουργία τους κινητήρες όλη την ημέρα για να διατηρούν τη θέση GPS στο αγκυροβόλιο και να παρέχουν υπηρεσίες στο σκάφος.
 - Γενικά, τα απόβλητα είναι ορατά στη βάση των βράχων ανάμεσα στην Οία και το Ημεροβίγλι.

Υποδομές

- **Άφιξη και υποδοχή:** Ο αερολιμένας χρησιμοποιείται εντατικά πέραν της εύλογης δυναμικότητάς του, έχει συνωστισμό, με ελλιπείς εγκαταστάσεις τερματικών σταθμών. Οι δρόμοι και οι χώροι στάθμευσης πλήττονται από έντονη συμφόρηση κατά την ταυτόχρονη άφιξη αρκετών πτήσεων, γεγονός που τείνει να γίνει ο κανόνας στη διάρκεια της κύριας τουριστικής περιόδου.
- **Διαχείριση των επισκεπτών κρουαζιερόπλοιων:** Οι επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων δαπανούν ελάχιστα ποσά αλλά χρησιμοποιούν εγκαταστάσεις και εντείνουν τη συμφόρηση. Να εκτιμήθούν επιλογές επανεξέτασης/ενίσχυσης των ποσοστώσεων (επί του παρόντος 8.000 επιβάτες/ημέρα), να διαχωριστούν οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων που πραγματοποιούν εκδρομή (π.χ. νέο τελεφερίκ) από τα Φηρά -μόνο επισκέπτες κρουαζιερόπλοιων (τελεφερίκ παλιού λιμανιού), επιβάτες φεριμπότ (νέο λιμάνι) και σκάφη αναψυχής/ημερήσιες εκδρομές (μαρίνα Βλυχάδας), καθώς και ενδεχόμενος νέος λιμένας στην ανατολική πλευρά.

- **Πρόσβαση πλοίων:** Να επανεξεταστούν οι επιλογές στο παλιό λιμάνι έναντι του νέου, καθώς και ενδεχόμενος πρόσθετος λιμένας έξω από την καλντέρα.
- **Λιμενικές εγκαταστάσεις:** Δεν υπάρχει κανένα στέγαστρο στο παλιό λιμάνι των Φηρών και καμία τουαλέτα στο νέο λιμάνι του Αθηνιού.
- **Περιηγήσεις/εκδρομές:** Κακή διαχείριση επισκεπτών και παροχή πληροφοριών για τους επιβάτες των ημερήσιων εκδρομών, ειδικά στο νέο λιμάνι του Αθηνιού (π.χ. περιηγήσεις με σκάφος σε Νέα Καμένη/Παλαιά Καμένη/Θηρασία).
- **Δρόμοι:** Πάσχουν από κυκλοφοριακή συμφόρηση, είναι μη ασφαλείς – ιδίως στο παλιό λιμάνι του Αθηνιού όταν γίνεται επιβίβαση/αποβίβαση επιβατών από ημερήσιες εκδρομές με ιστιοφόρο, φεριμπότ και κρουαζιέρες καθώς και στη στροφή των λεωφορείων στον Προφήτη Ηλία.
- **Κυκλοφορία:** Συμφόρηση σε κομβικά σημεία και θέματα ασφάλειας. Είναι ανάγκη να περιοριστεί ο αριθμός των ενοικιαζόμενων οχημάτων στο νησί [αυτοκίνητα, τετρακίνητα οχήματα (γουρούνες), μοτοσικλέτες] και να περιοριστεί ο αριθμός και το μέγεθος των λεωφορείων;
- **Στάθμευση:** Περιορισμένοι χώροι στάθμευσης σε σημαντικούς χώρους (π.χ. στο νέο λιμάνι του Αθηνιού – για φεριμπότ, και στην Οία, τα Φηρά)

Εμπειρία επισκεπτών

- **Σήμανση:** Οι πινακίδες κατεύθυνσης προς τις βασικές πόλεις είναι σποραδικές/ανεπαρκείς. (Ωστόσο, υπάρχουν καλές πινακίδες για τους πεζοπόρους και καφέ πινακίδες για τα τουριστικά αξιοθέατα). Ενοχλητικές, αταίριαστες εμπορικές πινακίδες δεν συντελούν στη γενική «αίσθηση του τόπου».
- **«Αίσθηση του τόπου»:** Περιορισμένη «αίσθηση του τόπου»: διαχωρισμός ανάμεσα σε ντόπιους κατοίκους και επισκέπτες. «Τουριστικά γκέτο» υψηλής ποιότητας, κανένα τοπικό αγροτικό προϊόν εκτός από κρασί και ορισμένα λαχανικά. Κανένα χειροτέχνημα ή ενθύμιο τοπικής παραγωγής. Περιορισμένη ερμηνεία του ντόπιου πολιτισμού (π.χ. τρόπος ζωής, αρχιτεκτονική, γεωλογία).
- **Δημόσιοι χώροι:** Περιορισμένες επεξηγήσεις, λιγοστά εμβληματικά μνημεία/αγάλματα/δείγματα δημόσιας τέχνης, που αποτυπώνουν την τοπική «αίσθηση του χώρου».
- **Διερμηνεία:** Ελλιπής διερμηνεία σε μείζονες χώρους/ αξιοθέατα.
- **Εμπειρίες ειδών τουρισμού:** Οινικός τουρισμός, τουρισμός πολυτελείας, γαστρονομικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, ρομαντικές αποδράσεις/μήνας του μέλιτος, δραστηριότητες, ησυχαστήρια, εκπαιδευτικά μαθήματα/μαθήματα αυτοβελτίωσης: αυτές είναι οι μορφές τουρισμού/ τα είδη εμπειριών που θεωρείται ότι προσφέρουν τις μεγαλύτερες δυνατότητες ανάπτυξης εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου για το νησί, από άποψη αξίας. Μόνο το 38% των μελών της τοπικής κοινωνίας πιστεύει ότι η Σαντορίνη χρειάζεται περισσότερα τουριστικά αξιοθέατα.

- **Ξεναγοί:** Η μεγάλη αύξηση των μη εγγεγραμμένων ξεναγών υποσκάπτει την ποιότητα της εμπειρίας.
- **Σχέση ποιότητας/τιμής:** Αμφισβητήσιμη/κακή σχέση ποιότητας/τιμής από την εμπειρία των επισκεπτών, ιδίως το κόστος των καταλυμάτων.

Εποχικότητα

- **Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου/ περιόδου έναρξης λειτουργίας:** Οι επιχειρήσεις της Σαντορίνης αμφιταλαντεύονται σε σχέση με την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου:
 - το 50% των τοπικών επιχειρήσεων θα ήθελε να επιμηκυνθεί η περίοδος λειτουργίας τους, εάν υπήρχαν αρκετές επιχειρήσεις για να δικαιώσουν την κίνηση (το 18% απάντησε «Όχι», το 31% «Δεν είμαι σίγουρος»).
 - 140 ξενοδοχεία παρέμειναν ανοικτά τον χειμώνα 2016/17 στο πλαίσιο ενός προγράμματος αύξησης των δραστηριοτήτων εκτός κύριας περιόδου.
- **Αεροπορικές μεταφορές:** Περιορισμένα/ανύπαρκτα αεροπορικά δρομολόγια από τις καλύτερες υποψήφιες αγορές εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου (π.χ. Ευρώπη).

Ταυτότητα προορισμού και ανταγωνιστές

- **Ταυτότητα προορισμού:** Η εικόνα και η φήμη της Σαντορίνης κινδυνεύουν να υποστούν πλήγμα λόγω των παραπάνω θεμάτων, γεγονός που συνιστά απειλή για τη μακροπρόθεσμη πτώση του αριθμού επισκεπτών.
- **Ανταγωνιστές:** Οι πιο μεγάλοι ανταγωνιστές της Σαντορίνης θεωρούνται η Μύκονος, τα παράλια της Τουρκίας και, σε μικρότερο βαθμό, τα Κανάρια νησιά και άλλα νησιά των Κυκλαδων.

Πολιτικά και νομικά θέματα

- **Εφαρμογή νόμου:** Οι νόμοι είτε δεν εφαρμόζονται είτε εφαρμόζονται με διακρίσεις (π.χ. ανοικοδόμηση τουριστικών καταλυμάτων σε χαρακτηρισμένους αμπελώνες, η ποσόστωση των 8.000 επιβατών κρουαζιερόπλοιων ημερησίως παραβιάζεται κ.ά.).
- Η κατακερματισμένη κυριότητα γης:
 - Παρεμποδίζει την ανάπτυξη της γεωργίας, ιδίως την οινοπαραγωγή
 - Παρεμποδίζει την ανάπτυξη/βελτίωση της οδικής υποδομής (π.χ. τοπικός δήμος, Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου, Υπουργείο Άμυνας κ.ά.).
- **Καταστροφή αμπελώνων:** Η ανοικοδόμηση τουριστικών καταλυμάτων καταπατά αμπελώνες παρά τη νομοθεσία – αδυναμία επιβολής νόμων/φερόμενη διαφθορά. Επίσης, οι εκτάσεις αμπελώνων που έχουν αποσυρθεί από την παραγωγή για σκοπούς ανάπτυξης μετά από δεκαετή περίοδο περιορισμού δυσχεραίνουν την πραγμάτωση της ευκαιρίας για ανάπτυξη της γεωργίας/ οικονομική πολυμορφία.

- **Πολιτική επιρροή:** Μόνο 7.000 μόνιμοι κάτοικοι περίπου από τους 30.000 κατοίκους του νησιού έχουν δικαίωμα ψήφου. Ωστόσο, αυτή η μειοψηφία αποτελείται σε μεγάλο βαθμό από ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων (π.χ. καταστηματάρχες, οδηγοί ταξί, ταξιδιωτικοί πράκτορες κ.ά.) που πιθανότατα θα επηρεάζονταν περισσότερο από κάθε πρόταση μείωσης του αριθμού ή επιβολής περιορισμών στην πρόσβαση (π.χ. στην Οία).

Προκλήσεις, ανησυχίες και προτεραιότητες

- **Προκλήσεις:** Κατά τη γνώμη των τοπικών επιχειρήσεων, οι πιο σημαντικές προκλήσεις είναι οι εξής: κυκλοφοριακή συμφόρηση, ανεξέλεγκτη εξάπλωση πόλης, συνωστισμός σε συγκεκριμένες τοποθεσίες / χρονικές περιόδους, θέματα διαχείρισης αποβλήτων, ανεπαρκείς χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων και έλλειψη καθαριότητας.
- **Ανησυχίες:** Μέλη των τοπικών κοινωνιών εξέφρασαν ανησυχίες για την αύξηση των τιμών των ακινήτων, την υποβάθμιση του τοπίου και την αύξηση του κόστους διαβίωσης.
- **Δυσαρέσκεια με την ανάπτυξη του τουρισμού:** 9 στις 10 τοπικές επιχειρήσεις δεν είναι ικανοποιημένες με τον τρόπο ανάπτυξης του τουρισμού στη Σαντορίνη. Αντίστοιχα στα μέλη των τοπικών κοινωνιών που δεν είναι ικανοποιημένα με τον τρόπο που αναπτύσσεται ο τουρισμός στη Σαντορίνη, το ποσοστό είναι 87%.
- **Μελλοντικές προτεραιότητες:** Μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων και των μελών των τοπικών κοινωνιών, υπάρχει εύλογη συναίνεση για συγκεκριμένες προτεραιότητες σε σχέση με τον σχεδιασμό διαχείρισης προορισμού – δηλαδή:
 - βελτίωση υποδομών,
 - βελτίωση της διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς,
 - βελτίωση της διαφύλαξης της φυσικής κληρονομιάς,
 - βελτίωση της ερμηνευτικής παρουσίασης της κληρονομιάς,
 - θέσπιση περιορισμών για τη δημιουργία νέων τουριστικών καταλυμάτων και για βραχυχρόνιες μισθώσεις,
 - βελτίωση της παροχής πληροφοριών στους τουρίστες,
 - αύξηση/εμπλουτισμός των προγραμμάτων κατάρτισης και διά βίου μάθησης σε τοπικό επίπεδο,
 - θέσπιση μηχανισμού μέτρησης και παρακολούθησης του τουρισμού.

4.7. Ταυτότητα προορισμού και απήχηση στις τουριστικές αγορές

Επί του παρόντος, η Σαντορίνη διαθέτει ισχυρή εικόνα τουριστικής ταυτότητας σε πολλές χώρες, από τις ΗΠΑ και την Ευρώπη έως την Κίνα. Πρόκειται για έναν από τους σημαντικούς προορισμούς του κόσμου στο Instagram. Εδώ και αρκετά χρόνια παρουσιάζεται ευρέως από πολλά ταξιδιωτικά πρακτορεία και τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού σε ιστότοπους και εξώφυλλα ενημερωτικών εντύπων ως εμβληματική εικόνα της Ελλάδας, οδηγώντας στη δυσανάλογη φήμη της. Αυτό το στοιχείο πιθανόν έχει

προσφέρει στη Σαντορίνη ένα πλεονέκτημα έναντι άλλων ελληνικών νησιών στην προσέλκυση επισκεπτών.

Ερευνες που διεξήχθησαν ηλεκτρονικά σε άτομα που είχαν επισκεφτεί πρόσφατα τη Σαντορίνη, στο πλαίσιο της διαδικασίας ανάπτυξης του παρόντος ΣΔΠ, αποκάλυψαν πώς έβλεπαν τη Σαντορίνη ειδικά οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο και τις ΗΠΑ. Όταν τους ζητήθηκε να επιλέξουν λέξεις-κλειδιά για να περιγράψουν τη Σαντορίνη, επέλεξαν μια ελαφρώς διαφορετική ιεραρχική κατάταξη των πόλων έλξης:

Επισκέπτες Ηνωμένου Βασιλείου	Επισκέπτες ΗΠΑ
<ul style="list-style-type: none">- Εντυπωσιακό τοπίο- Πολιτιστικά / ιστορικά στοιχεία- Εκπαιδευτικά στοιχεία- Ρομαντισμός- Προσιτές τιμές- Ζεστοί / φιλικοί άνθρωποι- Διαφορετικό / μοναδικό / ανεξερεύνητο- Συναρπαστικά / πολλά πράγματα να κάνουν	<ul style="list-style-type: none">- Πολιτιστικά / ιστορικά στοιχεία- Εκπαιδευτικά στοιχεία- Εντυπωσιακό τοπίο- Συναρπαστικά / πολλά πράγματα να κάνουν- Ρομαντισμός- Προσιτές τιμές- Ζεστοί / φιλικοί άνθρωποι- Διαφορετικό / μοναδικό / ανεξερεύνητο

Δεδομένου του εκπληκτικού τοπίου της, είναι λογικό να θεωρηθεί ότι, ελλείψει δεδομένων για το πώς αντιλαμβάνονται τη Σαντορίνη στις άλλες βασικές αγορές της, αυτά τα στοιχεία θα όριζαν επίσης, σε μεγάλο βαθμό, την ελκυστικότητα της Σαντορίνης στις εν λόγω χώρες.

Οι συνεντεύξεις με εταιρείες κρουαζιερόπλοιων ανέδειξαν επίσης τη σημασία της Σαντορίνης (και της Μυκόνου) ως καίριας σημασίας «μαγνήτη» για την πώληση πακέτων κρουαζιέρας στην ανατολική Μεσόγειο, λόγω της διάσημης ομορφιάς της. Χάρη στο ηφαιστειογενές, εντυπωσιακό τοπίο της Σαντορίνης και τα λευκά χωριά που απλώνονται μέχρι τη θάλασσα με τις γραφικές εκκλησίες με τον γαλάζιο τρούλο, δικαίως προβάλλεται ως εμβληματικός «προορισμός σε αφίσες» για την Ελλάδα και ειδικότερα τα νησιά του Αιγαίου. Ωστόσο, αυτό το στοιχείο πιθανόν τείνει να αποσιωπά τα άλλα θέλγητρα της Σαντορίνης, όπως είναι ο πολιτισμός, η ιστορία και η γαστρονομική παράδοση. Αυτοί οι ξεχωριστοί πόλοι έλξης αποτελούν τα θεμέλια για την ανάπτυξη ενός πληρέστερου μηνύματος τουριστικής ταυτότητας για τη Σαντορίνη σε επόμενα κεφάλαια του παρόντος ΣΔΠ.

Ενας πιο προβληματικός αντίκτυπος της «φωτογένειας» της Σαντορίνης στο Instagram είναι ο όγκος των επισκεπτών σύντομης παραμονής με χαμηλότερες δαπάνες, τους οποίους προσελκύει αυτή η φήμη, με αποτέλεσμα τον συνωστισμό τις περιόδους αιχμής. Εδώ οφείλεται ο χαρακτηρισμός που αποδίδεται παρακάτω στη Σαντορίνη ως όμορφο νησί, «θυγατέρα κορυφαίου (ηφαιστειακού) θύμου, απειλούμενη από την αγάπη».

4.8. Αξιολόγηση του αντίκτυπου του τουρισμού

Σημαντικές επιπτώσεις – Απειλές για τη βιωσιμότητα της Σαντορίνης

Οι σημαντικές επιπτώσεις που απορρέουν από την τουριστική δραστηριότητα στη Σαντορίνη και ενδέχεται να απειλήσουν τη μελλοντική βιωσιμότητα του τουρισμού του νησιού περιλαμβάνουν τα εξής:

- **Ρύπανση** από τις εκπομπές των κρουαζιερόπλοιων στην καλντέρα. Οφείλεται στα πλοία που πρέπει να έχουν τους κινητήρες τους σε λειτουργία ενώ «ελλιμενίζονται» μέσω της αγκυροβόλησης με GPS και να διατηρούν την ηλεκτρική τροφοδοσία ενώ οι επιβάτες βρίσκονται στην ακτή. Δεν υπάρχει εγκατάσταση παροχής ρεύματος από την ξηρά.
- **Συνωστισμός επισκεπτών σε αρκετές περιοχές:** τελεφερίκ στα Φηρά, στα Φηρά, την Οία και άλλους τουριστικούς «μαγνήτες» σε όλο το νησί. Κίνδυνος συνωστισμού και υποβάθμισης του τοπίου στη διάρκεια εκδρομών στη Νέα Καμένη και την Παλαιά Καμένη.
- **Κυκλοφοριακή συμφόρηση** στον δρόμο από και προς το παλιό λιμάνι του Αθηνιού, κατά την άφιξη φεριμπότ και επιβατών κρουαζιερόπλοιων.
- **Πιθανά θέματα ασφάλειας** σε σχέση με τη στροφή και τη στάθμευση των λεωφορείων στον Προφήτη Ηλία.
- **Τεράστιος αριθμός επισκεπτών** στην Οία το ηλιοβασίλεμα και στα Φηρά κατά την αποβίβαση επιβατών από τα κρουαζιερόπλοια για περιήγηση στα αξιοθέατα.
- **Συμφόρηση στους δρόμους και προβλήματα στάθμευσης** στην Οία και τα Φηρά, λόγω του αριθμού των ενοικιαζόμενων οχημάτων και λεωφορείων.
- **Η κυριαρχία του τουρισμού** και οι σχετικές αξίες της γης αντιμάχονται τη χρήση της γης για άλλες οικονομικές δραστηριότητες (π.χ. γεωργία) και αποτελούν τροχοπέδη για τη διαφοροποίηση της οικονομίας, ώστε να έχει μικρότερη εξάρτηση από τον τουρισμό.
- **Μεγάλη πίεση στους πόρους υδάτων και ενέργειας** της Σαντορίνης και στο σύστημα διαχείρισης αποβλήτων.
- **Στρέβλωση της στεγαστικής αγοράς και περιορισμένη διαθεσιμότητα κατοικιών σε προστιές τιμές,** ως επακόλουθο των πιο επικερδών βραχυχρόνιων ενοικιάσεων σε τουρίστες. Το γεγονός αυτό συνιστά απειλή για την απώλεια ορισμένων υπηρεσιών,

υποσκάπτοντας ενδεχομένως τη συνοχή της τοπικής κοινωνίας, εάν δεν είναι διαθέσιμες κατοικίες για εργαζόμενους βασικών υπηρεσιών και άλλους κατοίκους.

4.9. Πλαίσιο πολιτικής

Εθνική πολιτική

Το Περιφερειακό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου (ΠΠΧΣΑΑ)²⁹ δημιουργήθηκε το 2003 χωρίς, έκτοτε, να έχει επικαιροποιηθεί, σε αντίθεση με μια σειρά πλαισίων για άλλες περιφέρειες της Ελλάδας (π.χ. Περιφέρεια Θεσσαλίας).

Μια έκθεση αξιολόγησης του 2015³⁰ εντόπισε μια σειρά από ανακολουθίες ανάμεσα στο Περιφερειακό Πλαίσιο και το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης Τουρισμού στην Ελλάδα που καταρτίστηκε το 2009 (π.χ. κατευθυντήριες γραμμές για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αξιολόγηση ειδών και ένταση καταλυμάτων).

Το Ειδικό Πλαίσιο Τουρισμού στην Ελλάδα, που πρόκειται να αναθεωρηθεί το 2020, είναι η επόμενη ευκαιρία για κορυφαίους προορισμούς όπως η Σαντορίνη να συντελέσουν στην εκπόνηση μιας σύγχρονης ατζέντας τοπικών ζητημάτων και θεμάτων που πρέπει να ενταχθούν στον εθνικό σχεδιασμό – και στη συνέχεια να επικαιροποιήσουν την κατάρτιση ενός αναθεωρημένου ΠΠΧΣΑΑ (που δεν έχει ενημερωθεί από το 2003).

Πολιτική της Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου

Το 2012, η βασική μελέτη³¹ που στήριζε τη στρατηγική της Περιφέρειας εντόπισε περιπτώσεις νησιών (χωρίς συγκεκριμένες παραπομπές) στα οποία ο τουρισμός είχε ήδη υπερβεί την ικανότητα του φυσικού περιβάλλοντος και των διαθέσιμων υποδομών για την υποδοχή τουριστών. Το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Νοτίου Αιγαίου για την περίοδο 2014-2020 εγκρίθηκε τον Δεκέμβριο του 2014 με προϋπολογισμό 168,2 εκ. ευρώ. Το 50% του προϋπολογισμού προέρχεται από κονδύλια της ΕΕ (62,2 εκ. ευρώ από

²⁹ Υπουργική απόφαση αριθ. 25290.2003 για την «[Εγκριτ Περιφερειακού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου](#)», ΦΕΚ 1487Β. (στα Ελληνικά).

³⁰ Πάντειο Πανεπιστήμιο και Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης (2012) [Συνοπτική παρουσίαση του στρατηγικού σχεδίου της Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου](#). (στα Ελληνικά).

³¹ Πάντειο Πανεπιστήμιο και Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης (2012) [Συνοπτική παρουσίαση του στρατηγικού σχεδίου της Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου](#) (στα Ελληνικά).

το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και 21,9 εκ. ευρώ από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο). Ο υπόλοιπος προϋπολογισμός καλύπτεται από την εθνική συμμετοχή. Η ανάπτυξη του Βιωματικού Τουρισμού είναι βασικός πυλώνας που ορίζεται στο πρόγραμμα.

Στο πλαίσιο της Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης της Περιφέρειας (2015), τέθηκαν τέσσερις προτεραιότητες για την ανάπτυξη του Βιωματικού Τουρισμού με προϋπολογισμό 15,3 εκ. ευρώ (συνεισφορά κράτους και ΕΕ).

1. Διαφοροποίηση του Τουριστικού Προϊόντος μέσω αναβάθμισης της ποιότητας και εμπλουτισμού των εμπειριών (7,8 εκ. ευρώ).

- Προώθηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της Περιφέρειας.
- Ανάπτυξη βιωματικών προϊόντων.
- Ανάπτυξη ποιοτικών προγραμμάτων / σημάτων σε τοπικό επίπεδο.
- Ανάπτυξη εγκαταστάσεων και πρωτοβουλιών μικρής κλίμακας για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

2. Διεύρυνση της αλυσίδας αξίας του τουριστικού τομέα μέσω αλληλεξάρτησης προμηθευτών και πελατών (2,6 εκ. ευρώ).

- Ανάπτυξη καινοτόμου επιχειρηματικότητας στον βιωματικό τουρισμό.
- Ανάπτυξη συνεργατικών μοντέλων δράσης σε όλη την αλυσίδα αξίας του τομέα.

3. Χρήση τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνίας (ΤΠΕ) (2,05 εκ. ευρώ):

- Δημιουργία εργαλείων και εφαρμογών για τη διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό των εμπειριών.
- Χρήση τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνίας για την ενίσχυση της παραγωγικότητας και της ποιότητας υπηρεσιών στον βιωματικό τουρισμό.

4. Ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων και γνώσεων (2,9 εκ. ευρώ).

- Ανάπτυξη επιμορφωτικών προγραμμάτων και υπηρεσιών ηλεκτρονικής μάθησης.

Στο πλαίσιο της Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης της Περιφέρειας (2015), διατέθηκαν επίσης κονδύλια στον τουριστικό τομέα για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και τη χρήση πράσινων τεχνολογιών (συνολικός προϋπολογισμός 6 εκ. ευρώ για γεωργία, μεταποίηση και τουρισμό).

Το 2019, αναθεωρήθηκαν περαιτέρω οι προτεραιότητες και δράσεις για την ανάπτυξη του Βιωματικού Τουρισμού,³² με έμφαση στη συνολική χρήση των ΤΠΕ σε ορισμένα πεδία του τουριστικού τομέα (π.χ. εμπλουτισμός των εμπειριών του πολιτιστικού τουρισμού, ανάπτυξη ιστότοπων και εφαρμογών για tablet και smartphone για παρόχους υπηρεσιών, καλύτερη διασύνδεση με διεθνή συστήματα κρατήσεων).

Το 2019, το Νότιο Αιγαίο είναι η Γαστρονομική Περιφέρεια της Ευρώπης³³ και η Περιφερειακή Αρχή έχει θέσει πέντε στόχους ως βάση αξιολόγησης:

1. Αναβάθμιση της Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου σε γαστρονομικό τουριστικό προορισμό.
2. Αύξηση του αριθμού των επισημασμένων και πιστοποιημένων βασικών τοπικών προϊόντων.
3. Δημιουργία τοπικών προϊόντων από τοπικά οπωροκηπευτικά που θα χρησιμοποιούνται σε όλη την τουριστική αλυσίδα.
4. Διαχείριση καλύτερης συνεργασίας σε όλη την αλυσίδα τροφίμων, από τον παραγωγό έως τον τελικό καταναλωτή.
5. Παρότρυνση ατόμων να αναγνωρίσουν τις ευκαιρίες που θα έχουν αν παραμείνουν και επιστρέψουν στη γενέτειρά τους.

Σε σχέση με τα παραπάνω, παρουσιάστηκε η πρωτοβουλία [Aegean Cuisine](#) χάρη στις συντονισμένες δραστηριότητες του Κέντρου Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ) Νότιου Αιγαίου σε συνεργασία με τα εμπορικά επιμελητήρια Κυκλαδων και Δωδεκανήσων. Συνεχίζει να σχεδιάζει και να αναπτύσσει δραστηριότητες προς όφελος των επιχειρήσεων-μελών, οι οποίες παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες σε όσους επισκέπτονται το νότιο Αιγαίο. Ο ιστότοπος της πρωτοβουλίας παρέχει πληροφορίες για πιστοποιημένα τοπικά προϊόντα, συνεργαζόμενα εστιατόρια (22 στη Σαντορίνη), συνεργαζόμενους παραγωγούς τοπικών προϊόντων (4 στη Σαντορίνη), συνεργαζόμενα αξιοθέατα επισκεπτών (2 στη Σαντορίνη) και τοπικές συνταγές (7).

Το διάστημα 2014-2015, η Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου συνεργάστηκε με το ΙΝΣΕΤΕ για το Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος: Οδικός Χάρτης Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου 2015-2020.

Πολιτική του Δήμου Σαντορίνης

Υπάρχουν πολλές δημοτικές αρμοδιότητες που διαδραματίζουν ρόλο-κλειδί στη διαχείριση προορισμού και επηρεάζουν τη λειτουργία του τουριστικού τομέα, την εμπειρία των επισκεπτών και την ποιότητα ζωής των κατοίκων. Για παράδειγμα:

³² Υπηρεσία Διαχείρισης Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου (2017) [Εξειδίκευση Εφαρμογής του Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου 2014-2020](#). (στα Ελληνικά).

³³ Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου (2019) [Γαστρονομική Περιφέρεια της Ευρώπης 2019](#).

- Παροχή και συντήρηση βασικών υποδομών – π.χ. δρόμοι, λιμένες
- Καθαριότητα, συντήρηση και εμφάνιση δημόσιων χώρων
- Εφαρμογή προγραμμάτων έρευνας και τεχνολογίας για την τοπική οικονομική ανάπτυξη
- Διαχείριση τοπικών αγορών και αθλητικών εγκαταστάσεων
- Διοργάνωση αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων
- Προώθηση πολιτιστικής κληρονομιάς και πολιτιστικού τουρισμού
- Παροχή υπηρεσιών δημόσιων μεταφορών
- Διαχείριση μουσείων και προστασία μνημείων και αρχαιολογικών χώρων στην περιοχή δικαιοδοσίας τους
- Κυκλοφοριακές ρυθμίσεις, ζώνες για πεζούς, πληροφορίες, ερμηνευτική σήμανση σε σημεία ενδιαφέροντος, πινακίδες κατεύθυνσης/ προσανατολισμού κ.ά.
- Διαχείριση αποβλήτων
- Υδρευση και παροχή άλλων υπηρεσιών κοινής αφέλειας
- Προετοιμασία και υλοποίηση προγραμμάτων προώθησης του τουρισμού.

Εκτός από αυτές τις γενικές αρμοδιότητες, η δημοτική αρχή της Σαντορίνης έχει αναλάβει μια σειρά από σημαντικές δραστηριότητες σχετικές με τον τουρισμό και έργα ανάπτυξης υποδομών, τα οποία παρουσιάστηκαν παραπάνω στην ενότητα *Τρέχοντα επενδυτικά σχέδια*.

4.10. Ανάλυση ανταγωνισμού

Η διεξαγωγή ανάλυσης των ανταγωνιστών αποτελεί καίριας σημασίας βήμα προκειμένου να προσδιοριστεί το στοιχείο που κάνει τη Σαντορίνη να ξεχωρίζει. Ο προσδιορισμός αυτών των διακριτικών χαρακτηριστικών είναι σημαντικός γιατί θα βοηθήσει τη Σαντορίνη να τοποθετηθεί ανταγωνιστικά έναντι των προορισμών που προσπαθούν να προσελκύσουν τον ίδιο τύπο επισκεπτών και εκτιμούν αυτό που έχουν να προσφέρουν αυτοί οι προορισμοί. Έως έναν βαθμό, κάθε προορισμός ανταγωνίζεται τη Σαντορίνη για επισκέπτες. Ωστόσο, αυτοί που διαθέτουν τους πλησιέστερους πόλους έλξης – σε φυσικό και συναισθηματικό επίπεδο – είναι οι προορισμοί έναντι των οποίων η Σαντορίνη πρέπει να εκτιμήσει τις δυνατότητές της και να προσδιορίσει πώς μπορεί να διαφοροποιηθεί από αυτούς τους άλλους προορισμούς και να ξεχωρίσει.

Τα γραφήματα για τους ανταγωνιστές παρακάτω βασίζονται στα στοιχεία που ανέκυψαν από την έρευνα που έγινε στις επιχειρήσεις της Σαντορίνης στο στάδιο κατάρτισης του

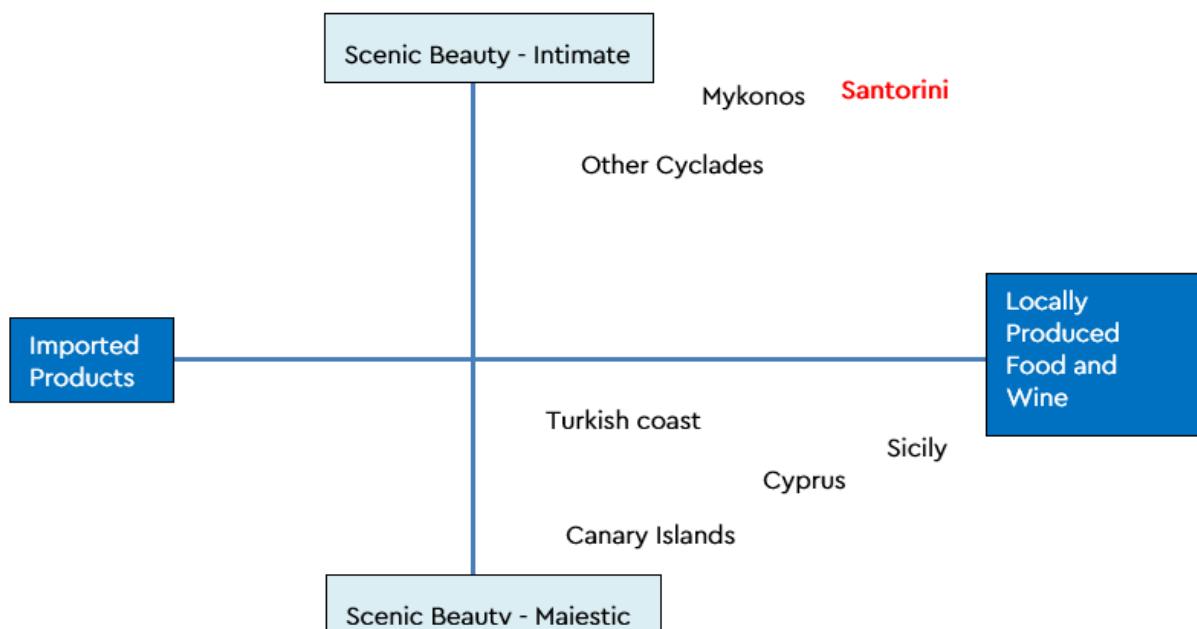
παρόντος ΣΔΠ και από τη διαβούλευση με βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς. Στα γραφήματα προσδιορίζεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Σαντορίνης, το οποίο παρέχει μια ισχυρή βάση επί της οποίας μπορούν να αναπτυχθούν προϊόντα και εμπειρίες για τους επισκέπτες, καθώς και να διαμορφωθούν μηνύματα προώθησης και προβολής.

Η Σαντορίνη παρουσιάζεται στα παρακάτω γραφήματα σε σχέση με τους βασικούς ανταγωνιστές της για το είδος των επισκεπτών που θα συμβάλλουν περισσότερο στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού της. Αυτή η ανάλυση των ανταγωνιστών εμπεριέχει δύο διαστάσεις:

- **Φυσική:** τα ισχυρότερα στοιχεία του προορισμού (ιδιαίτερη ομορφιά του τοπίου καθώς και τρόφιμα και κρασιά τοπικής παραγωγής).
- **Συναισθηματική:** συναισθηματική απήχηση (ρομαντισμός και πολυτέλεια).

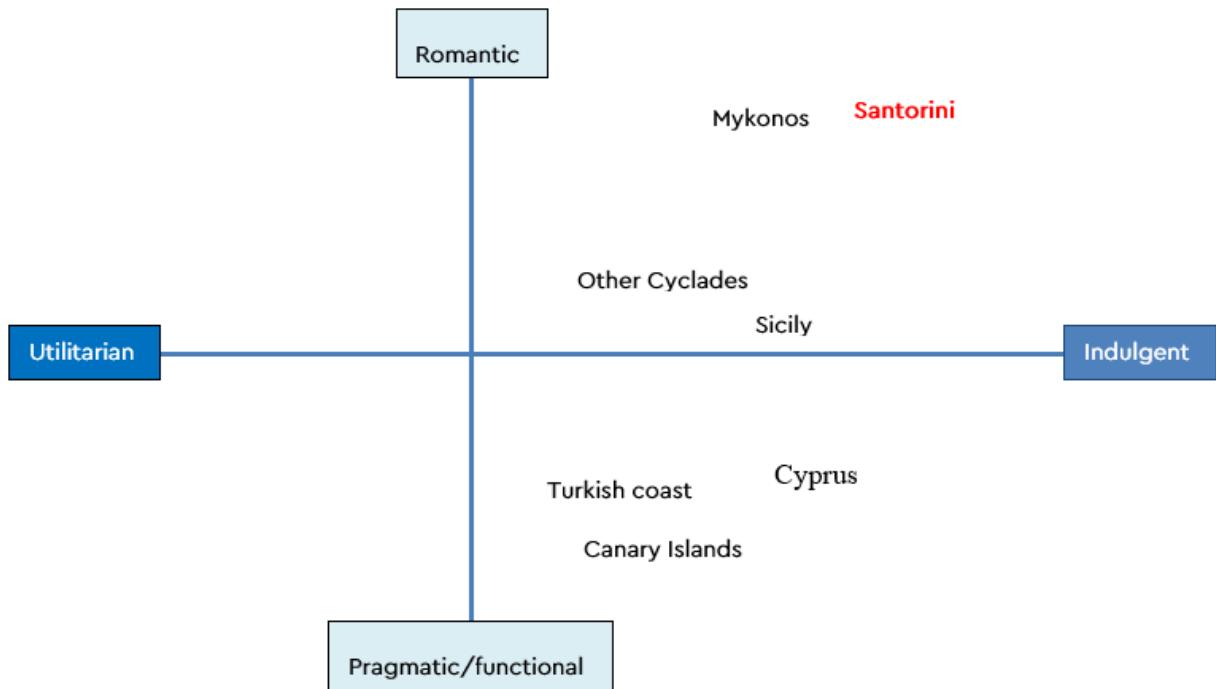
Τα χαρακτηριστικά στην κορυφή και στα δεξιά κάθε άξονα αντιπροσωπεύουν τα στοιχεία στα οποία διακρίνεται η Σαντορίνη. Εκφράζουν τους ισχυρότερους πόλους έλξης για τους επισκέπτες του νησιού. Τα χαρακτηριστικά στο άλλο άκρο κάθε άξονα αντιπροσωπεύουν την αντίθεση αυτών των δυνατών σημείων. Αυτό δεν σημαίνει ότι η Σαντορίνη δεν διαθέτει άλλους πόλους έλξης. Σαφώς και διαθέτει. Ωστόσο, προκειμένου να προσδιοριστεί η πιο ισχυρή ανταγωνιστική θέση της Σαντορίνης, πρέπει να τεθεί επικεφαλής με τα πιο δυνατά στοιχεία της και να αξιολογήσει με αντικειμενικότητα πόσο ισχυρά είναι αυτά σε σχέση με τους κύριους ανταγωνιστές της.

Σαντορίνη - Φυσικά στοιχεία



Συμπέρασμα: Τα πιο ανταγωνιστικά φυσικά στοιχεία της Σαντορίνης είναι η ιδιαίτερη ομορφιά του τοπίου (ηφαίστειο) καθώς και τα τρόφιμα και τα κρασιά τοπικής παραγωγής.

Σαντορίνη - Συναισθηματικά στοιχεία



Συμπέρασμα: Σε συναισθηματικό επίπεδο, η Σαντορίνη εκπέμπει μια αίσθηση ρομαντισμού και πολυτέλειας. Υπάρχει μια σαγηνευτική ομορφιά που διαπερνά την εμπειρία που εκπέμπει ο συνδυασμός της ιδιαίτερης ομορφιάς του τοπίου του νησιού και της ευκαιρίας για απόλαυση των αισθήσεων της γεύσης (π.χ. γαστρονομία), της όσφρησης (π.χ. αγριολούλουδα, αμπέλια και φυτά) και της αφής, με χαλαρωτική πνευματικότητα (π.χ. spa, ευεξία, γιόγκα, υπαίθριες δραστηριότητες).

4.11. Ανάλυση SWOT

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
<p>Προορισμός:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ισχυρή διεθνής ταυτότητα προορισμού – αναγνωρισμένο σύμβολο της Ελλάδας. Δραματικότητα ηφαιστειακού τοπίου. Γαστρονομία: <ul style="list-style-type: none"> Μοναδικά τοπικά προϊόντα (π.χ. Ασύρτικο, φάβα, 	<p>Προορισμός:</p> <ul style="list-style-type: none"> Εντονα εποχικό μοντέλο (περίοδος αιχμής το καλοκαίρι αλλά σχεδόν άδειο από Νοέμβριο έως Μάρτιο). Αεροπορικές μεταφορές: λίγες διεθνείς πτήσεις εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου. Το φαινόμενο του Instagram προσελκύει μεγάλο αριθμό επισκεπτών σύντομης παραμονής που πραγματοποιούν λίγες δαπάνες. Συμφόρηση κατά την περίοδο αιχμής:

<p>λευκές μελιτζάνες, ντοματίνια)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Σημαντικός αριθμός εστιατορίων πολυτελείας (70% των εστιατορίων του νησιού). - Δεσμοί με τον γαστρονομικό τουρισμό σε όλη την Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου και τη Γαστρονομική Περιφέρεια της Ευρώπης για το 2019 • Εύρος πολιτιστικών/ιστορικών αξιοθέατων (π.χ. Ακρωτήρι, Αρχαία Θήρα κ.ά.). • 6 παραλίες με Γαλάζια Σημαία. • Υπαίθριες δραστηριότητες: πεζοπορία, ποδηλασία, αυτόνομη κατάδυση. • Περιβάλλον που ευνοεί δραστηριότητες και μαθήματα πνευματικότητας (π.χ. γιόγκα, ησυχαστήριο), ευεξίας και αυτοβελτίωσης (π.χ. ζωγραφική, εκμάθηση). • Υψηλό ποσοστό ποιοτικών καταλυμάτων (το 52% είναι 4 και 5 αστέρων). Ταχεία ανάπτυξη ξενοδοχείων 5 αστέρων (αύξηση 134% το διάστημα 2012-2018). • Παροχή πρόσθετων επιλογών καταλυμάτων χρησιμοποιώντας πλατφόρμες τύπου Airbnb. • Πινακίδες κατεύθυνσης προς τουριστικά αξιοθέατα. <p>Υλοποίηση ΣΔΠ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πληθώρα εμπλεκόμενων ενδιαφερόμενων φορέων, δημόσιου/ιδιωτικού τομέα. • Ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών έναντι των οφελών και των κινδύνων που συνδέονται με την τουριστική οικονομία. • Υποστήριξη του τουρισμού από την Περιφέρεια (Επιμελητήριο Κυκλαδων). • Εθνική υποστήριξη του τουρισμού (Υπουργείο Τουρισμού). 	<ul style="list-style-type: none"> - Διακυβεύει την εμπειρία των επισκεπτών (π.χ. ουρές στο τελεφερίκ, συνωστισμός σε ορισμένα σημεία όπως Οία, Φηρά, Νέα Καμένη και Παλαιά Καμένη). - Δυνητικός αντίκτυπος στην ανοχή των κατοίκων έναντι των επισκεπτών. - Κυκλοφοριακή συμφόρηση στο παλιό λιμάνι του Αθηνιού: περιορίζει τις ροές επισκεπτών και μειώνει τον χρόνο περιήγησης στα αξιοθέατα του νησιού για τους επιβάτες κρουαζιερόπλοιων και φεριμπότ. • Αφίξεις και αναχωρήσεις στον αερολιμένα: κακή εμπειρία, βασικές εγκαταστάσεις τερματικών σταθμών, ακατάλληλες υποδομές, ανεπαρκής δυναμικότητα. • Ελλειψη εγκαταστάσεων υγιεινής στο παλιό και το νέο λιμάνι. • Ελλειψη στεγάστρου για τους επιβάτες κρουαζιερόπλοιων που αποβιβάζονται και αναμένουν το τελεφερίκ ή ένα μέσο χερσαίας μεταφοράς. • Ρύπανση από τις εκπομπές των κρουαζιερόπλοιων στην καλντέρα. • Εγκαταστάσεις διαχείρισης αποβλήτων: πλησιάζουν ένα οριακό σημείο. • Υδρευση: φθάνει στα όρια την τουριστική περίοδο. • Παροχή ενέργειας: δέχεται μεγάλη πίεση την περίοδο αιχμής. • Κατάσταση υποδομών μεταφορών (δηλαδή δημόσια λεωφορεία) και οδικής ασφάλειας (π.χ. στροφή λεωφορείων στον Προφήτη Ηλία). • Διερμηνεία σε μείζονες χώρους. • Παροχή πληροφοριών στους επισκέπτες. • Δυσανάλογη οικονομική εξάρτηση από τον εισερχόμενο τουρισμό και συγκεκριμένες γεωγραφικές αγορές. • Η ύπαρξη λίγων ειδικευμένων τοπικών ξεναγών, ιδίως με ευρύ φάσμα γλωσσικών δεξιοτήτων, συνεπάγεται την εξάρτηση από ξεναγούς από την Αθήνα και άλλες περιοχές για ορισμένα γκρουπ. <p>Υλοποίηση ΣΔΠ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Περιορισμένη πρόσβαση σε εμπειριστατωμένα δεδομένα για καίρια θέματα (π.χ. επιδόσεις τουρισμού, τμήματα/προφίλ αγοράς, ικανοποίηση επισκεπτών, επιπτώσεις τουρισμού). • Ελλειψη επικαιροποιημένων αρχών και κατευθυντήριων γραμμών για τον σχεδιασμό του τουρισμού. • Άνιση κατανομή κονδυλίων για τον τουρισμό υπέρ της προώθησης και προβολής του προορισμού και όχι για τη διαχείριση προορισμού. • Ελλειψη κατοικιών σε προσιτές τιμές. • Τα πιο σημαντικά αξιοθέατα δεν συγκεντρώνουν μεγάλο ποσοστό κριτικών με 5 αστέρια στο Trip Advisor.
--	---

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
<p>Προορισμός:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να τοποθετηθεί η Σαντορίνη ως κορυφαίας ποιότητας, πολυπόθητος προορισμός με μοναδική εικόνα και να ενισχυθεί η «αίσθηση του τόπου» της Σαντορίνης. • Να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος πέραν των μηνών αιχμής. • Να βελτιωθούν η εμπειρία άφιξης και αναχώρησης στον αερολιμένα, οι υποδομές και οι εγκαταστάσεις τερματικών σταθμών. • Δημιουργία και προώθηση νέων εμπειριών και εκδηλώσεων σε εξειδικευμένες αγορές υψηλής απόδοσης (π.χ. φεστιβάλ, εκδηλώσεις, μαθήματα κ.ά. – με βάση τα δυνατά σημεία της ταυτότητας του προορισμού, συμπεριλαμβανομένων γαστρονομικών και ρομαντικών προϊόντων). • «Πολιτιστική διαδρομή της Σαντορίνης». • Να αξιοποιηθεί το πλήρες δυναμικό της Αρχαίας Θήρας και να βελτιωθεί το σύστημα ερμηνείας στους χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς. • Ολοκληρωμένη ταυτότητα για τον τουρισμό, το κρασί (μοναδικό Ασύρτικο) και άλλα προϊόντα. • Ισχυρότερες τοπικές εφοδιαστικές αλυσίδες (π.χ. περισσότερα φρούτα και λαχανικά, ενδύματα, χειροτεχνήματα, κοσμήματα, κρασιά, κεραμικά). • Θηρασία – «Η Σαντορίνη όπως παλιά». • Ευκαιρία να αποκτήσει ηγετική θέση σε θέματα βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης μεταξύ των ελληνικών προορισμών (πολυπόθητος προορισμός). • Διαχείριση ποιότητας των δημόσιων χώρων και του φυσικού περιβάλλοντος. • Ισορροπημένο σχέδιο χρήσης γης, ώστε να περιοριστεί η ακατάλληλη ανάπτυξη και να αυξηθούν οι εκτάσεις που χρησιμοποιούνται για αμπελώνες, για την παραγωγή οπωροκηπευτικών κ.λπ. • Βελτιωμένη διαχείριση των επισκεπτών από κρουαζιερόπλοια. • Βελτιωμένες δημόσιες μεταφορές για τους επισκέπτες που θα είναι εύχρηστες, καθώς και παροχή πληροφοριών και δρομολογίων. • Ολοκληρωμένο σχέδιο μετεπιβάσεων για επιβάτες και εμπορεύματα, με ολοκληρωμένο κόμβο μεταφορών. • Βελτιωμένη διερμηνεία, ιδίως σε μείζονες χώρους. • Βελτιωμένη σήμανση (ακριβής, εξυπηρετική, ενημερωτική, ελκυστική). • Δυνατότητες για δημιουργία κοινού πακέτου και προώθηση με γειτονικά νησιά για την εξάπλωση της κυκλοφορίας; 	<p>Προορισμός:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Απειλή διάβρωσης/ ζημιάς στο φυσικό περιβάλλον. • Οι βραχυχρόνιες μισθώσεις στρεβλώνουν τη στεγαστική αγορά για τους ντόπιους. • Η κυριαρχία του τουρισμού περιορίζει την πρόσβαση σε καταλύματα σε προσιτές τιμές για τους εργαζόμενους σε βασικές δημόσιες υπηρεσίες (π.χ. εκπαιδευτικοί, νοσηλευτικό προσωπικό, γιατροί κ.ά.), απειλώντας κατ' αυτόν τον τρόπο τη συνοχή της κοινωνίας. • Η κυριαρχία του τουρισμού παρεμποδίζει την ανάπτυξη άλλων τομέων (π.χ. γεωργία) καθώς αυξάνει τις τιμές της γης/αποτρέπει άλλες μορφές χρήσης γης. • Γεωπολιτική αστάθεια στην ευρύτερη περιοχή (Τουρκία και Μέση Ανατολή). • Αντίκτυπος του Brexit στην αξία του ευρώ στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη δεύτερη μεγαλύτερη αγορά της Σαντορίνης. • Προβλέψεις για βραδύτερη ανάπτυξη στις οικονομίες των βασικών στοχευόμενων αγορών. • Πλήγμα στη φήμη για τους εξής λόγους: <ul style="list-style-type: none"> - Αρνητική δημοσιότητα σε φαινόμενα όπως ο συνωστισμός, η χαμηλή ικανοποίηση των επισκεπτών σε βασικά αξιοθέατα, η υποβάθμιση του οικιστικού/ φυσικού περιβάλλοντος. - Παρουσίαση της ανάρμοστης συμπεριφοράς τουριστών από τα μέσα ενημέρωσης. - Παρουσίαση θεμάτων προστασίας των ζώων (μεταφορά με γαϊδουράκια) από τα μέσα ενημέρωσης. <p>Υλοποίηση ΣΔΠ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αδυναμία συνεργασίας των ενδιαφερόμενων φορέων για την υλοποίηση του ΣΔΠ.

- Κατάρτιση και πιστοποίηση ξεναγών – ιδίως σε γλώσσες από αναπτυσσόμενες αγορές.

Υλοποίηση ΣΔΠ:

- Νέο πολιτικό καθεστώς από το καλοκαίρι του 2019.
- Συντονισμός τοπικών, περιφερειακών και εθνικών φορέων για την υλοποίηση του ΣΔΠ.
- Να χρησιμοποιηθεί το ΣΔΠ ως πυρήνας που θα ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ των σημαντικών ενδιαφερόμενων φορέων του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα και των τοπικών κοινωνιών για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση τουριστικού σχεδίου.

- Αδυναμία άντλησης επαρκών πόρων για την υλοποίηση των προτεραιοτήτων του ΣΔΠ.

4.12. Προκλήσεις

Με βάση διεξοδικές διαβούλεύσεις με τους ενδιαφερόμενους φορείς, την έρευνα σε επιχειρήσεις, τοπικές κοινωνίες και παλαιότερους επισκέπτες, οι βασικές προκλήσεις με τις οποίες είναι αντιμέτωπη η Σαντορίνη για την τουριστική ανάπτυξή της έχουν προσδιοριστεί όπως παρουσιάζεται στη συνέχεια. Διαρθρώνονται με βάση τις έξι στρατηγικές προτεραιότητες που προσδιορίστηκαν στην ενότητα 6.4 Στρατηγικές προτεραιότητες.

Να καταστεί η Σαντορίνη βιώσιμη για τις επόμενες δεκαετίες

- Να αναπτυχθεί μια προσέγγιση που θα διασφαλίσει ότι ο τουρισμός θα προσφέρει βιώσιμα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη και θα λάβει μέτρα για την ελαχιστοποίηση κάθε αρνητικού αντίκτυπου. Το παρόν ΣΔΠ παρέχει τη σχετική βάση.
- Να διαφοροποιηθεί η οικονομική βάση της Σαντορίνης, κατά τρόπο ώστε να εξαρτάται λιγότερο από τον τουρισμό και να επιτρέψει την ανάπτυξη και άλλων τομέων, όπως η γεωργία.

Η διαχείριση του τουρισμού να διασφαλίσει την ποιότητα ζωής των κατοίκων και την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών

- Να γίνει διαχείριση των ροών και ενδεχομένως του αριθμού των επισκεπτών κατά την περίοδο αιχμής προκειμένου να μειωθεί ο συνωστισμός, να βελτιωθεί η εμπειρία των επισκεπτών, να ελαχιστοποιηθεί ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος και να αποφευχθεί κάθε ενόχληση στους κατοίκους που μετακινούνται για τις καθημερινές τους ασχολίες.
- Να διασφαλιστεί ότι διατηρούνται οι βασικές υπηρεσίες, μέσω της παροχής στέγης σε προσιτές τιμές σε βασικούς εργαζόμενους, και ότι η ζήτηση των επισκεπτών για καταλύματα δεν στέκεται εμπόδιο.

Να διαφυλαχθεί η ποιότητα του οικιστικού και φυσικού περιβάλλοντος της Σαντορίνης

- Να υιοθετηθεί μια βιώσιμη πολιτική διαχείρισης αποβλήτων.
- Να ελαχιστοποιηθεί η ρύπανση από τις εκπομπές των κρουαζιερόπλοιων στην καλντέρα.
- Να βρεθεί ένας τρόπος να μειωθεί η κατανάλωση νερού και να διαφυλαχθεί η ενέργεια, ή να αυξηθεί η διαθεσιμότητά τους.

Να διασφαλιστεί ότι η Σαντορίνη επιτυγχάνει τη βέλτιστη αξία από τον τουρισμό

- Να βελτιωθεί η πρόσβαση κατά την άφιξη στη Σαντορίνη: αεροπορικώς (δυναμικότητα αερολιμένα, εγκαταστάσεις και εμπειρία) και ακτοπλοϊκώς (τελεφερίκ, παλιό λιμάνι Αθηνιού, ενδεχομένως νέο λιμάνι).
- Να εξασφαλιστεί η συνεργασία των σημαντικών ενδιαφερόμενων φορέων σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα και την τοπική κοινωνία, για την υλοποίηση του παρόντος ΣΔΠ και για τον μελλοντικό σχεδιασμό διαχείρισης προορισμού.

Να αναπτυχθούν νέες εμπειρίες για το διάστημα εκτός κύριας τουριστικής περιόδου, παρέχοντας ένα μοντέλο για την προσέλκυση θερινού τουρισμού υψηλότερων εσόδων

- Να βελτιωθεί η εποχική κατανομή των επισκεπτών πέραν της κύριας τουριστικής περιόδου, διευρύνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τις ευκαιρίες για εργασία και τα οικονομικά οφέλη σε όλο το νησί.
- Να αναπτυχθούν εμπειρίες που θα απηχούν την ταυτότητα του τουριστικού προϊόντος και θα απευθύνονται στους πιο εύπορους ταξιδιώτες που έχουν μεγαλύτερη τάση να ταξιδεύουν εκτός της κύριας περιόδου (π.χ. γαστρονομικές, ρομαντικές, πολιτιστικές εμπειρίες και φεστιβάλ, «εκπαιδευτικές αποδράσεις», ενεργά ησυχαστήρια για το πνεύμα και τις αισθήσεις).

Ενίσχυση της ταυτότητας του τουριστικού προϊόντος

- Να εξασφαλιστεί η μελλοντική βιωσιμότητα της Σαντορίνης ως τουριστικό προορισμό, διασφαλίζοντας ότι θα συνεχίσει να έχει απήχηση σε αγορές που θα αποφέρουν την πιο βιώσιμη μορφή τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και τη βελτίωση υφιστάμενων αλλά και ανάπτυξη κατάλληλων νέων προϊόντων και εμπειριών για τους επισκέπτες που θα αποτυπώνουν τις πρωταρχικές αξίες της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης.

PART 5

WHERE DOES SANTORINI WANT ITS TOURISM TO BE IN 2030?

AIM AND VISION

5. Πού θέλει η Σαντορίνη να βρίσκεται ο τουρισμός της το 2030; Σκοπός και όραμα

5.1. Στρατηγικός σκοπός και όραμα

Ο προτεινόμενος στρατηγικός σκοπός για τον τουρισμό στη Σαντορίνη είναι:

Να βελτιστοποιηθούν τα οικονομικά οφέλη για τη Σαντορίνη μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού με τρόπο βιώσιμο οικονομικά, κοινωνικο-πολιτιστικά και περιβαλλοντικά και αποδεκτό από τους κατοίκους.

Αυτό σημαίνει εστίαση σε τουρισμό ο οποίος:

- Δημιουργεί μια κερδοφόρα τουριστική βιομηχανία, προσφέροντας θέσεις εργασίας που στηρίζουν την κοινωνία καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- Συντελεί στη διατήρηση του κοινωνικού ιστού της Σαντορίνης και της ευημερίας των κοινοτήτων ενώ υποστηρίζει τον προτιμώμενο τρόπο ζωής των κατοίκων.
- Συμβάλλει στη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος της Σαντορίνης, καθώς και στη διαφύλαξη της οικιστικής και πολιτιστικής κληρονομιάς της.
- Λαμβάνει μέτρα για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων σε οποιοδήποτε από τα παραπάνω σημαντικά στοιχεία της οικονομίας, της κοινωνίας, της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς και του φυσικού ή οικιστικού περιβάλλοντος της Σαντορίνης.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν αυτόν τον Σκοπό, μαζί με τα αποτελέσματα της έρευνας γραφείου και των διαβουλεύσεων, προτείνεται το ακόλουθο Όραμα Προορισμού 2030 για τη Σαντορίνη:

Ένα επίλεκτο, παραδεισένιο νησί, με παγκοσμίως αναγνωρισμένη ηγετική θέση στη διαχείριση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, όπου ο τουρισμός και η γεωργία υποστηρίζουν μια επιτυχημένη, βιώσιμη οικονομία και μια τοπική κοινωνία που σφύζει από ζωή, ενώ συντελούν στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φυσικού περιβάλλοντός του.

Στο πλαίσιο πραγμάτωσης αυτού του οράματος, τα ακόλουθα θα έχουν σημασία:

- Τη δεκαετία του 2030, η Σαντορίνη θα έχει τοποθετηθεί ολοένα περισσότερο ως πολυπόθητος, επίλεκτος προορισμός, εστιάζοντας την ανάπτυξη και την προώθησή της στα τμήματα της αγοράς που θα προσφέρουν τα μεγαλύτερα οφέλη στη Σαντορίνη από άποψη εσόδων, εποχικής κατανομής και συμπεριφοράς που προάγει τον βιώσιμο τουρισμό. Πρόκειται για μια συνεκτική και σταθερή εστίαση για το νησί, που απαιτεί από τις τοπικές κοινωνίες και επιχειρήσεις όλης της Σαντορίνης να δεσμευτούν για το όραμα αυτό και να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στην ανάπτυξη εμπειριών και στην παροχή ενός επιπέδου εξυπηρέτησης πελατών που θα συνάδουν με αυτή τη φιλοδοξία.

- Καίριας σημασίας για την πραγμάτωση αυτής της φιλοδοξίας θα είναι η υιοθέτηση μιας σειράς μεθόδων για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας, συμπεριλαμβανομένων πρωτοβουλιών για τη διαχείριση του αριθμού και των ροών επισκεπτών εντός των ορίων της ικανότητας υποδοχής τουριστών από το νησί στο σύνολό του, καθώς και των ορίων των συγκεκριμένων τόπων και χρονικών στιγμών όταν υπάρχει κίνδυνος συνωστισμού και αρνητικού αντίκτυπου στην ποιότητα ζωής των κατοίκων και την ποιότητα εμπειριών των επισκεπτών.
- Πρόκειται για μια φιλοδοξία που θα απαιτήσει τη δέσμευση για **οικονομική διαφοροποίηση**, ίδιως για να δοθεί ώθηση στην ανάπτυξη γεωργικών προϊόντων που χαρακτηρίζουν τη Σαντορίνη και στην ανάπτυξη συνδέσμων της εφοδιαστικής αλυσίδας ανάμεσα στον γεωργικό και τον τουριστικό τομέα.

5.2. Στρατηγικό επίκεντρο

Η Σαντορίνη χαρακτηρίστηκε παραπάνω ως «**κόρη ενός μεγάλου θυμού, απειλούμενη από την αγάπη**».

Ο χαρακτηρισμός αυτός εμπεριέχει μια εγγενή ευκαιρία που απειλείται από την ίδια τη δημοφιλία της: ένας προορισμός ο οποίος, όπως η Ωραία Ελένη, με την εντυπωσιακή ομορφιά του κρύβει τους σπόρους της πιθανής καταστροφής του, λόγω κακής διαχείρισης των επισκεπτών. Η φράση «**θυγατέρα ενός μεγάλου θυμού**» παραπέμπει στην ηφαιστειογενή προέλευση της Σαντορίνης που κυριαρχεί στην έλξη που ασκεί στους επισκέπτες και στην καθημερινότητα των κατοίκων, ενώ η φράση «**απειλούμενη από την αγάπη**» αφορά τη δημοφιλία του νησιού που εγκυμονεί τον κίνδυνο να καταστρέψει τα ελκυστικά του στοιχεία καθώς υπερβολικά πολλοί άνθρωποι συρρέουν σε ένα μέρος ταυτόχρονα και λόγω κακής διαχείρισης των επισκεπτών. Τα στοιχεία αυτά οδηγούν στην κύρια στρατηγική επιταγή που πρέπει να αντιμετωπίσει το ΣΔΠ: να σωθεί η Σαντορίνη από την ίδια της την επιτυχία- δηλαδή να αντιμετωπίσει τη διαχείριση των επισκεπτών, ίδιως κατά την κύρια τουριστική περίοδο και τους μήνες του φθινοπώρου και της άνοιξης.

Με βάση τα στοιχεία που έχουν συγκεντρωθεί, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη Σαντορίνη επιβάλλει την εστίαση των προσπαθειών του ΣΔΠ ως εξής:

- Να γίνει διαχείριση της πίεσης των επισκεπτών την κύρια τουριστική περίοδο – περίπου 80%
 - Μέσω τεχνικών για τη διαχείριση των ροών επισκεπτών και τη μείωση της συμφόρησης σε ώρες αιχμής σε συγκεκριμένα μέρη.
 - Μέσω της ανάπτυξης νέων κατάλληλων υποδομών.
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου – περίπου 20%
 - Προσελκύοντας αεροπορικές εταιρείες να επεκτείνουν τα απευθείας δρομολόγια εκτός της κύριας περιόδου.

- Μέσω της ανάπτυξης νέων προϊόντων, εμπειριών και εκδηλώσεων με στόχο εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς εκτός της κύριας περιόδου, αποτυπώνοντας την «αίσθηση του τόπου» της Σαντορίνης.

5.3. Στόχοι υψηλού επιπέδου

Ο στρατηγικός σκοπός υποστηρίζεται από πέντε στόχους υψηλού επιπέδου που πρέπει να επιτευχθούν έως το 2030:

1. Να επιλυθούν τα θέματα της συμφόρησης που προκαλείται από τις επιβαρυμένες λιμενικές εγκαταστάσεις και της ρύπανσης που οφείλεται στην έλλειψη εγκαταστάσεων παροχής ρεύματος από την ξηρά για τα κρουαζιερόπλοια, στην καλντέρα.
2. Να εξασφαλιστεί μια πιο ισορροπημένη οικονομία επιτρέποντας την ανάπτυξη μέσω της ενίσχυσης της γεωργίας.
3. Να αναγνωριστεί η ηγετική της θέση παγκοσμίως στη διαχείριση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.
4. Να εδραιωθεί η εικόνα της Σαντορίνης ως επίλεκτου παραδεισένιου νησιού.
5. Να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος και να διασφαλιστεί ότι το 75% της τουριστικής δυναμικότητας είναι διαθέσιμο για τουλάχιστον 9 μήνες τον χρόνο.

PART 6

HOW WILL SANTORINI GET THERE?

STRATEGY AND ACTION PLAN

6. Πώς θα επιτύχει τον στόχο της η Σαντορίνη; – Στρατηγική και Σχέδιο Δράσης

6.1. Η προσέγγιση της στρατηγικής

Η ουσία ενός ΣΔΠ, όπως αυτό, είναι να πραγματοποιηθεί η διαχείριση του προορισμού προς όφελος της τουριστικής βιομηχανίας και της ευρύτερης τοπικής κοινωνίας κατά τρόπο ώστε να είναι οικονομικά, κοινωνικο-πολιτιστικά και περιβαλλοντικά επωφελές και βιώσιμο σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

Το σημείο εκκίνησης είναι να γίνουν κατανοητοί οι τύποι επισκεπτών που θα δώσουν τα καλύτερα αποτελέσματα έναντι αυτής της απαίτησης, δηλαδή οι επισκέπτες που θα προσφέρουν τη μέγιστη αξία, θα συντελέσουν περισσότερο στη βιωσιμότητα του προορισμού και θα επιβαρύνουν ελάχιστα τους φυσικούς πόρους και την οικιστική κληρονομιά του προορισμού ενώ θα δοκιμάσουν ελάχιστα την ανοχή των κατοίκων. Στη συνέχεια, ο προορισμός πρέπει:

- **Να αναπτύξει προϊόντα και εμπειρίες για να προσελκύσει και να ικανοποιήσει αυτά τα είδη επισκεπτών.**
- **Να λάβει μέτρα για να ελαχιστοποιήσει τις αρνητικές επιπτώσεις, ιδίως όσες προκαλούνται από άλλους τύπους επισκεπτών που μπορεί να έχουν μικρότερη συμβολή σε θέματα αξίας και συμπεριφοράς που ευνοεί την αειφορία.**
- **Να επικεντρώσει την προώθηση και προβολή του προορισμού σε αυτούς τους προτιμώμενους τύπους επισκεπτών.**

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ένα σαφές μακρόπνοο όραμα για τη Σαντορίνη, με στόχους υψηλού επιπέδου, που το υποστηρίζουν. Με στόχο την πραγμάτωση αυτού του οράματος, στη συνέχεια τίθενται ορισμένες στρατηγικές προτεραιότητες ακολουθούμενες από ένα σχέδιο δράσης, το οποίο σκιαγραφεί τις δράσεις που πρέπει να αναληφθούν για την επίτευξη αυτού του σκοπού.

6.2. Τοποθέτηση τουριστικής ταυτότητας

Η σαφής τουριστική ταυτότητα που ορίζει τη Σαντορίνη ενώ ταυτόχρονα τη διαφοροποιεί από όλους τους άλλους προορισμούς έχει κρίσιμη σημασία για να εδραιωθεί η ανταγωνιστικότητα της Σαντορίνης. Κατ' αυτόν τον τρόπο, η Σαντορίνη αποκτά ορισμένα χαρακτηριστικά τουριστικής ταυτότητας, τα οποία της προσδίδουν μοναδικό χαρακτήρα και, συνεπώς, της δίνουν τη δυνατότητα να διακριθεί σε μια εξαιρετικά ανταγωνιστική αγορά. Αυτά τα χαρακτηριστικά τουριστικής ταυτότητας θα

πρέπει επίσης να υποστηρίζουν το μήνυμα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης, δηλαδή τις ιστορίες που η ίδια η Σαντορίνη λέει για τον εαυτό της.

Το μήνυμα τουριστικής ταυτότητας ή η σειρά μηνυμάτων απορρέει από τον βασικό χαρακτήρα της Σαντορίνης και του δίνει πνοή. Εμπεριέχει θέματα που αναδεικνύουν έξιχα τα δυνατότερα και, σε ιδεώδεις συνθήκες μοναδικά, θέλγητρα της Σαντορίνης για τους επισκέπτες. Εκφράζει τα κύρια μηνύματα που θα πρέπει να χρησιμοποιήσει η Σαντορίνη κατά την επικοινωνία της με τα βασικά είδη κοινού που στοχεύει. Εκτός από την επικαιροποίηση των διαφημιστικών μηνυμάτων, θα πρέπει επίσης να κατευθύνει την ανάπτυξη νέων προϊόντων και εμπειριών για τους επισκέπτες. Ο πρωταρχικός χαρακτήρας της Σαντορίνης ορίζεται από τα πρωτεύοντα και επικουρικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ταυτότητας και το «συναισθηματικό φορτίο» της ταυτότητας αυτής, δηλαδή πώς η Σαντορίνη κάνει τους επισκέπτες να νιώθουν. Επίσης, έχουν πολύ μεγάλη σημασία στην καθοδήγηση όλων των δραστηριοτήτων ανάπτυξης και προώθησης και προβολής, οι οποίες έχουν ως εξής:

Ταυτότητα προορισμού

Πρωτεύοντα χαρακτηριστικά τουριστικής ταυτότητας:

- Ρομάντζο
- Γαστρονομία
- Ομορφιά του τοπίου (φυσικό και ανθρωπογενές)
- Ηφαιστειακή περιοχή.

Επικουρικά χαρακτηριστικά τουριστικής ταυτότητας:

- Πολιτιστική κληρονομιά
- Ευεξία (μέλλον - πολυπόθητο).

Συναισθηματικό φορτίο/βασική αύρα

- Απόλαυση και γαλήνη (πολυπόθητο)
- Χαλάρωση και πηγή έμπνευσης.

Τοποθέτηση τουριστικής ταυτότητας

Συνδυάζοντας τα πιο δυνατά από αυτά τα χαρακτηριστικά τουριστικής ταυτότητας, η πρόταση για την ταυτότητα της Σαντορίνης – τα ειδοποιά οφέλη που προσφέρει στους

επισκέπτες και στηρίζουν την ανταγωνιστική ταυτότητά της – μπορεί να περιγραφούν ως «ρομαντική γαστρονομία».

Η περιγραφή αυτή συνδυάζει τα δύο πιο ξεχωριστά χαρακτηριστικά της Σαντορίνης και τους ισχυρότερους πόλους έλξης για τους επισκέπτες: το ρομαντικό σκηνικό και τη γαστρονομία της. Είναι αυτά ακριβώς τα στοιχεία που ορίζουν τον χαρακτήρα της με συνοπτικό και ανταγωνιστικό τρόπο ως προορισμό επισκεπτών. Το στοιχείο του «ρομαντισμού» εμπεριέχει εγγενώς την ομορφιά του ηφαιστειογενούς τοπίου της Σαντορίνης που είναι το πανταχού παρόν σκηνικό – από ρομαντικές τοποθεσίες καταλυμάτων και εστιατορίων έως το εντυπωσιακά γραφικό περιβάλλον. Είναι το στοιχείο που διαποτίζει όλη την εμπειρία των επισκεπτών και δημιουργεί μια κυρίαρχη, ανεξίτηλη ανάμνηση της Σαντορίνης. Η «γαστρονομία», με τη σειρά της, είναι ριζωμένη σε αιώνες παράδοσης και εκπροσωπείται δυναμικά στα σύγχρονα προϊόντα και τη σύγχρονη κουζίνα, με μεγάλο αριθμό εστιατορίων πολυτελείας και πολλών άλλων που σερβίρουν γεύματα με χαρακτηριστικά, τοπικά προϊόντα.

Άλλα χαρακτηριστικά, όπως η κουλτούρα και η ιστορία, μπορούν να προσθέσουν ορισμούς. Ωστόσο, αυτή η πρόταση τουριστικής ταυτότητας θα πρέπει να πρωτοστατήσει στην ανταγωνιστική τοποθέτηση της Σαντορίνης και να κατευθύνει την προσέγγισή της για την ανάπτυξη και την προώθηση και προβολή προϊόντων και εμπειριών.

Η κύρια πρόκληση και η επακόλουθη προσέγγιση για την προώθηση και προβολή της Σαντορίνης ως βιώσιμου προορισμού μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- **Επιχειρηματική πρόκληση:** «Κόρη κορυφαίου θυμού, απειλούμενη από την αγάπη» – το ηφαιστειογενές, παγκόσμιας εμβέλειας τοπίο της Σαντορίνης διατρέχει τον κίνδυνο να προσελκύσει υπερβολικά πολλούς επισκέπτες, ιδίως σε ορισμένους χώρους σε ορισμένα χρονικά διαστήματα.
- **Τοποθέτηση:** «Γραφικότητα και σαγήνη» – ηφαιστειακή περιοχή, γενναιόδωρη απόλαυση – τρέφει το σώμα και την ψυχή.
- **Πρόταση τουριστικής ταυτότητας:** «Ρομαντισμός, γαστρονομία» – ένα νησί διάσημο από την αρχαιότητα για τα προϊόντα του, όπου οι σύγχρονες γαστρονομικές εμπειρίες διαπινέονται από το μεγαλείο του τοπίου.

Θέματα μηνυμάτων τουριστικής ταυτότητας

Το μήνυμα τουριστικής ταυτότητας είναι η ιστορία ή η σειρά ιστοριών που ένας προορισμός λέει για τον εαυτό του και αποτυπώνει τον ξεχωριστό χαρακτήρα του. Θα πρέπει να διαποτίσει τα διαφημιστικά μηνύματα της Σαντορίνης και να επικαιροποιήσει το είδος των προϊόντων και εμπειριών που αναπτύσσει για την προσέλκυση επισκεπτών.

Αυτά τα θέματα βασίζονται στα ισχυρότερα χαρακτηριστικά της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης. Ενσωματώνουν στοιχεία της Σαντορίνης – προϊόντα, εμπειρίες, ιδέες και εικόνες – που στηρίζουν τις ιστορίες που λέει η Σαντορίνη για τον εαυτό της.

Θέμα	Ιστορίες	Υποστηρικτικά προϊόντα, εμπειρίες, έννοιες και εικόνες
Ρομαντικές αποδράσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Αφεθείτε σε ένα περιβάλλον παραμυθένιας ομορφιάς • Μυθολογία συνδεδεμένη με ειδύλλια: Ιάσονας και Αργοναύτες, Εύφημος, Ανάφη (κόρη του Ποσειδώνα) και Θήρας 	<ul style="list-style-type: none"> • Οία και Ημεροβίγλι • Λευκά χωριά κατηφορίζουν τα βράχια προς τη θάλασσα • Ήλιοβασιλέματα • Απέραντη θέα • Κρυστάλλινη γαλαζοπράσινη θάλασσα • «Ημι-ιδιωτικές περιηγήσεις με σκάφος στην καλντέρα και στα γειτονικά νησιά • Απόδραση σε αυτό που ήταν κάποτε η Σαντορίνη: Θηρασία • Ποιοτικά καταλύματα
Κόρη κορυφαίου θυμού	<ul style="list-style-type: none"> • Ιστορία του ηφαιστείου – δημιούργησε τη σημερινή γραφική ομορφιά • Μυθολογία συνδεδεμένη με το ηφαίστειο: δημιουργία της Σαντορίνης-Καλλίστης (Εύφημος) • Μύθος της Ατλαντίδας • Μινωικός πολιτισμός, καταστράφηκε από την έκρηξη του ηφαιστείου 	<ul style="list-style-type: none"> • Καλντέρα - ηφαίστειο • Ηφαιστειακοί αμπελώνες και εύφορο έδαφος • Περιηγήσεις με σκάφος στην καλντέρα
Λίκνο γαστρονομίας	<ul style="list-style-type: none"> • Η Σαντορίνη είναι ονομαστή από την αρχαιότητα ως γαστρονομικός κόμβος • Γεωργικές και γαστρονομικές καινοτομίες • Ξεχωριστά τοπικά προϊόντα, με βάση το εύφορο ηφαιστειακό έδαφος 	<ul style="list-style-type: none"> • Αμπελώνες και κρασί • Αρχαία και σύγχρονη πηγή του Ασύρτικου, θεωρείται ένα από τα καλύτερα ελληνικά κρασιά • Λαχανικά (λευκές μελιτζάνες, ντοματίνια, κόκκοι φάβας) • Εύφορο ηφαιστειακό έδαφος – ευκαιρίες για την ανάπτυξη νέων προϊόντων ειδικά από την περιοχή;
Γενναιόδωρη πολυτέλεια/ συβαριτική απόλαυση	<ul style="list-style-type: none"> • Γιορτή για τις αισθήσεις: <ul style="list-style-type: none"> - μάτια (γραφική ομορφιά) - γεύση (γαστρονομικές καινοτομίες, τοπικά κρασιά), 	<ul style="list-style-type: none"> • Καταλύματα 5 αστέρων • Πισίνες υπερχείλισης (infinity) με θέα την άκρη της καλντέρας • Γαστρονομία • Κρασί - Ασύρτικο • Spa (μέλλον-πολυπόθητο) • Γαλήνη

	<ul style="list-style-type: none"> - σώμα (χαλάρωση σε καταλύματα υψηλής ποιότητας) - ψυχή (άυρα του νησιού, απέραντο γαλάζιο, γραφική ομορφιά και, ο πολυπόθητος στόχος, γαλήνη) • Χαλάρωση, εμπειρία πνευματικότητας και των αισθήσεων 	<ul style="list-style-type: none"> • Θαλάσσιες εκδρομές/εκδρομές στην καλντέρα
Κρυμμένη ιστορία	<ul style="list-style-type: none"> • Ανεξερεύνητη κληρονομιά • Μύθος της Ατλαντίδας • Μινωικός πολιτισμός, καταστράφηκε από την έκρηξη του ηφαιστείου 	<ul style="list-style-type: none"> • Ακρωτήρι • Αρχαία Θήρα • Πολλά δεν έχουν αποκαλυφθεί ακόμα • Ιστορίες σχετικές με αρχαίους χώρους (π.χ. Ποιος ζούσε εκεί; Πώς ζούσαν; Διάρθρωση της κοινωνίας και εμπορικές σχέσεις κ.ά.)

6.3. Αγορές-στόχοι

Τα τμήματα αγοράς έχουν ιεραρχηθεί προσωρινά με βάση το τωρινό και μελλοντικό δυναμικό τους να επιτύχουν βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη για τη Σαντορίνη. Η ιεράρχηση αυτή βασίζεται στην εκτίμηση της σχετικής αξίας κάθε τμήματος έναντι του εκτιμώμενου αντίκτυπου στο νησί από άποψη βιωσιμότητας. Τα ακόλουθα κριτήρια έχουν ληφθεί υπ' όψιν κατά την ιεράρχηση αυτών των τμημάτων:

- **Αξία:** Τρέχουσα και μελλοντική δυνητική αξία (π.χ. όγκος x δαπάνες x τάση για επανειλημμένες επισκέψεις).
- **Βιωσιμότητα:** Αντίκτυπος στο φυσικό περιβάλλον, τις φυσικές υποδομές, τους πόρους και την κοινωνία του νησιού (π.χ. τάση εξάπλωσης των αφελειών σε όλο το νησί, επισκέψεις εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου, κατανάλωση λιγότερων σπάνιων πόρων, ελαχιστοποίηση συμφόρησης, συμβολή στη διαφύλαξη της κληρονομιάς και την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος).

Τα πιο ελκυστικά τμήματα είναι αυτά που προσφέρουν τη μεγαλύτερη αξία και συντελούν περισσότερο ως προς τη βιωσιμότητα/ έχουν τις λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις. Σκοπός της ιεράρχησης αυτών των τμημάτων με αυτόν τον τρόπο είναι να προσδιοριστούν τα τμήματα για τα οποία πρέπει να αναπτυχθούν εμπειρίες επισκεπτών, προϊόντα, καθώς και υποδομές σε σχέση με τους επισκέπτες και στα οποία πρέπει να απευθυνθούν οι δράσεις προώθησης και προβολής, επειδή πρόκειται για τα τμήματα που θα επιτύχουν την πιο βιώσιμη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη για τη Σαντορίνη. Τα τμήματα έχουν προσδιοριστεί με βάση τη γεωγραφική θέση τους (χώρα διαμονής) και τις αξίες του τρόπου ζωής/ τα κίνητρα ταξιδιών. Η ανάλυση εξετάζει υφιστάμενες και δυνητικές αγορές, προκειμένου να αξιολογήσει τον ρόλο που μπορεί να παίξει κάθε

τμήμα στη διαμόρφωση της κατεύθυνσης του ΣΔΠ – και, συνεπώς, των εμπειριών των επισκεπτών, των προϊόντων και των υποδομών για επισκέπτες που πρέπει να αναπτυχθούν – δηλαδή αξία x συμβολή σε μια βιώσιμη οικονομία για τους επισκέπτες.

Στοχευόμενες γεωγραφικές αγορές

- **Πρωταρχικές αγορές:** Ενώ σύμφωνα με τις εκθέσεις του ΙΝΣΕΤΕ, οι πιο πολύτιμοι επισκέπτες του νότιου Αιγαίου προέρχονται από τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία, με αυτή τη σειρά, οι αεροπορικές αφίξεις για τη Σαντορίνη ειδικότερα δείχνουν ότι μακράν τα υψηλότερα νούμερα προέρχονται από την Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία και τη Γερμανία, με αυτή τη σειρά. Αυτές οι αγορές όχι μόνο συγκαταλέγονται στις μεγαλύτερες αγορές εξερχόμενων ταξιδιωτών στον κόσμο και ειδικότερα στην Ευρώπη αλλά είναι ακριβώς η υπεροχή των τμημάτων σε αυτές τις αγορές, στα οποία έχουν μεγαλύτερη απήχηση τα προϊόντα και οι εμπειρίες επισκεπτών της Σαντορίνης, και η σχετική εγγύτητά τους και το σχετικό δυναμικό επανειλημμένων επισκέψεων, που σηματοδοτούν ότι συνεχίζουν να αντιπροσωπεύουν τις καλύτερες προοπτικές της Σαντορίνης σε βραχυπρόθεσμο και μεσοπρόθεσμο ορίζοντα Η περαιτέρω τμηματοποίηση και στόχευση, όπως ορίζεται παρακάτω, θα επιστρέψει στη Σαντορίνη να εντείνει τη συμβολή αυτών των πολύτιμων αγορών.
- **Δευτερεύουσες αγορές:** Άλλες χώρες που διαθέτουν λιγότερες μεν, σημαντικές δε, δυνατότητες είναι οι εξής: Αυστρία και Ελβετία, ενώ έπονται η Ολλανδία, η Ισπανία, η Νορβηγία και η Σουηδία.

Υφιστάμενες αγορές με βάση τις αξίες του τρόπου ζωής/τα κίνητρα για ταξίδια

Με βάση τα δεδομένα της Travelsat, προσδιορίζονται δύο σημαντικά τμήματα για τη νότια Μεσόγειο ως:

- «Επισκέπτες πολιτισμού», για τους οποίους η Ελλάδα προσφέρει ενδιαφέροντες χώρους αλλά οι οποίοι καταγράφουν επιδόσεις χαμηλότερες από τον μέσο όρο της νότιας Ευρώπης όσον αφορά την υποστήριξη των επισκεπτών και την «αίσθηση του τόπου».
- «Γευσιγνώστες επισκέπτες» οι οποίοι «ξετρελαίνονται» με την Ελλάδα (Travelsat Competitive Index, Μάρτιος 2019).

Μελλοντικές δυνατότητες ανάπτυξης αγοράς

Προτεραιότητες τμημάτων

Με βάση τους παράγοντες που παρουσιάστηκαν παραπάνω, καθώς και έναν συνδυασμό του μεγέθους αγοράς με τους διαφορετικούς πόλους έλξης του προορισμού κατά την κύρια τουριστική περίοδο και εκτός αυτής, τα βασικά τμήματα με τη μεγαλύτερη

τρέχουσα αξία και τις περισσότερες δυνατότητες βιώσιμης βραχυπρόθεσμης ανάπτυξης για τη Σαντορίνη, ειδικά εκτός της κύριας περιόδου, είναι:

Πρωτογενές δυναμικό

- «Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/ νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος» από την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ ακολουθούν η Γαλλία, η Γερμανία, η Ελβετία, η Αυστρία, η Ολλανδία και η Ισπανία.
- «Γευσιγνώστες» από τις ΗΠΑ, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ ακολουθούν η Γαλλία, η Γερμανία, η Ελβετία, η Αυστρία και η Ολλανδία.

Δευτερογενές δυναμικό

- «Επισκέπτες κρουαζιέρας», κυρίως ζευγάρια των οποίων τα παιδιά έχουν φύγει από το σπίτι από το Ηνωμένο Βασίλειο και τις ΗΠΑ καθώς και γκρουπ φίλων από τις ΗΠΑ και άλλες ευρωπαϊκές χώρες, παρότι προσφέρουν χαμηλότερη αξία λόγω του χαρακτήρα της ημερήσιας επίσκεψής τους.

Τριτογενές δυναμικό (μακρόπινο, επιδιωκόμενο)

- «Συβαρίτες» από τις ΗΠΑ, την Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία και τη Ρωσία – με την επιφύλαξη της μελλοντικής ανάπτυξης spa πολυτελείας και γαστρονομικών εμπειριών.

Αυτά τα τμήματα ιεραρχούνται στο σχέδιο προώθησης και προβολής (ενότητα 6.6 παρακάτω), όπου υποδιαιρούνται περαιτέρω ανάμεσα σε αυτά που διαθέτουν δυνατότητες για την κύρια περίοδο και εκτός αυτής.

Προφίλ τμημάτων

- **«Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/ νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος»:** Προφανώς κατεξοχήν νεαρά ζευγάρια που επιζητούν μια γαλήνια, ρομαντική και συχνά απολαυστική απόδραση από τον φρενήρη, και συχνά αστικό, ρυθμό της ζωής τους. Η ποιότητα των καταλυμάτων, η γαστρονομία και το γραφικό τοπίο είναι όλα σημαντικοί παράγοντες που συντελούν στην εμπειρία που επιζητεί αυτό το τμήμα.
- **«Γευσιγνώστες» (Foodies):** Οι γευσιγνώστες που ορίζονται από την Travelsat ως σημαντικό τμήμα για τη νότια Μεσόγειο καλύπτουν ευρύ ηλικιακό φάσμα και ταξιδεύουν πρωτίστως ως ζευγάρια. Η τοπική κουζίνα αποτελεί σαφέστατα σημαντικό στοιχείο στην επιλογή προορισμού των γευσιγνωστών. Ωστόσο, στην πράξη λίγοι θα είναι αυτοί που θα ταξιδεύουν ειδικά για το φαγητό και θα επιζητούν αποκλειστικά γαστρονομικές εμπειρίες σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Παρόλ' αυτά, ενώ ενδέχεται να μην είναι αμιγώς τουρίστες γαστρονομίας, υπάρχουν πολλές πιθανότητες να επιλέξουν έναν προορισμό με φήμη για ποιοτική τοπική κουζίνα και όχι κάποιον προορισμό χωρίς ιδιαίτερη κουζίνα. Η ξεχωριστή ποιοτική τοπική κουζίνα είναι σημαντική υπό την έννοια ότι προσδίδει σε αυτούς τους προορισμούς ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όταν τίθεται θέμα επιλογής προορισμού από τους γευσιγνώστες.

- «Επισκέπτες κρουαζιερόπλοιων»: Στην πλειονότητά τους ηλικιωμένα ζευγάρια, των οποίων τα παιδιά έχουν φύγει από το σπίτι καθώς και μερικά νεαρότερα ζευγάρια και ομάδες νέων που επισκέπτονται αρκετά νησιά του νότιου/ ανατολικού Αιγαίου και των οποίων ο χρόνος σε οποιοδήποτε νησί τείνει να περιορίζεται σε ημερήσιες εκδρομές σε παραλιακές περιοχές, διάρκειας περίπου πέντε ωρών. Όσον αφορά το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, η Σαντορίνη και η Μύκονος αποτελούν εμβληματικούς προορισμούς, που συχνά διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή κρουαζιέρας στην ανατολική Μεσόγειο από τους ταξιδιώτες κρουαζιέρας, λόγω της ονομαστής γραφικής ομορφιάς αυτών των νησιών.
- «Συβαρίτες»: Πρωτίστως ζευγάρια νεαρής/μέσης ηλικίας καθώς και μικρές ομάδες φίλων που επιζητούν το καλύτερο όταν ταξιδεύουν, για τους οποίους η πολυτέλεια, η μοναδικότητα και η απόλαυση έχουν σημασία. Σκοπός τους είναι η απόλαυση των αισθήσεων και η εμπειρία υψηλού επιπέδου ποιότητας στις δραστηριότητες με τις οποίες ασχολούνται, στα μέρη όπου μένουν, το φαγητό που τρώνε και τα πράγματα που αγοράζουν. Τα πολυτελή spa ευεξίας είναι, για πολλούς, σημαντικό κομμάτι αυτής της πολυπόθητης εμπειρίας. Οι προορισμοί με παράδοση στην παροχή αυτών των εμπειριών πολυτελείας θα έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην προσέλκυση αυτών των επισκεπτών που πραγματοποιούν υψηλές δαπάνες.

6.4. Στρατηγικές προτεραιότητες

Το παρόν ΣΔΠ δίνει το μεγαλύτερο βάρος σε έξι Στρατηγικές Προτεραιότητες, καθεμία με ένα σύνολο τομέων δράσης, οι οποίες ορίζονται στη συνέχεια. Πηγάζουν από τις γνώσεις που αποκτήθηκαν από τις έρευνες, τη δημόσια διαβούλευση και αναλύσεις που παρουσιάστηκαν στις προηγούμενες ενότητες. Ειδικότερα, αποτυπώνουν τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις που παρατίθενται στις ενότητες 4.10 (SWOT) και 4.11 (Προκλήσεις), στο πλαίσιο πραγμάτωσης του στρατηγικού σκοπού και του οράματος στην ενότητα 5.1.

Οι Στρατηγικές Προτεραιότητες για τη διαχείριση προορισμού στη Σαντορίνη είναι:

1. Να καταστεί η Σαντορίνη βιώσιμος προορισμός για τις επόμενες δεκαετίες.
2. Να γίνει διαχείριση του τουρισμού με τρόπο που θα διασφαλίζει την ποιότητα ζωής των κατοίκων και την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών, διασφαλίζοντας την εναρμόνιση με την τουριστική ταυτότητα του προορισμού.
3. Να διαφυλαχθεί η ποιότητα του οικιστικού και φυσικού περιβάλλοντος της Σαντορίνης.
4. Να διασφαλιστεί ότι η Σαντορίνη επιτυγχάνει τη βέλτιστη αξία από τον τουρισμό.
5. Να αναπτυχθούν νέες εμπειρίες για το διάστημα εκτός κύριας τουριστικής περιόδου, παρέχοντας ένα μοντέλο για την προσέλκυση θερινού τουρισμού υψηλότερων εσόδων.
6. Να ενισχυθεί η ταυτότητα του τουριστικού προϊόντος.

Παράλληλα με αυτές τις Στρατηγικές Προτεραιότητες, υπάρχουν δύο συμπληρωματικές κατηγορίες συστάσεων:

- Μια «Προτεραιότητα έκτακτης ανάγκης» που αφορά την ετοιμότητα για την αντιμετώπιση κρίσεων και την προστασία των πολιτών
- Μια σειρά αποτελεσματικών προγραμμάτων και δράσεων για την υποστήριξη της υλοποίησης όλων των στρατηγικών προτεραιοτήτων.

Οι Τομείς Δράσης που συνδέονται με καθεμία από τις έξι Στρατηγικές Προτεραιότητες και τις δύο συμπληρωματικές κατηγορίες παρατίθενται στον ακόλουθο πίνακα.

Στρατηγική προτεραιότητα	Τομέας δράσης
1. Να καταστεί η Σαντορίνη βιώσιμος προορισμός για τις επόμενες δεκαετίες	<ul style="list-style-type: none"> • Ανεξάρτητη, επιστημονική αξιολόγηση της ικανότητας υποδοχής τουριστών³⁴ της Σαντορίνης γενικά και ειδικότερα της Οίας και των Φηρών, καθώς και της ψυχολογικής ικανότητας υποδοχής (δηλαδή σημείο πέραν του οποίου οι επισκέπτες θεωρούν ότι η εμπειρία στον προορισμό τίθεται σε κίνδυνο) • Δράση για να διασφαλιστεί ότι οι όγκοι τουριστών έχουν συνάφεια με την ικανότητα υποδοχής τουριστών. • Στρατηγικός σχεδιασμός διαχείρισης επισκεπτών μεταξύ νησιών – εξαπλώνοντας τα οφέλη και την επιβάρυνση. • Ολοκληρωμένο σχέδιο μετεπιβιβάσεων για επιβάτες και εμπορεύματα, με ολοκληρωμένο κόμβο μεταφορών. • Αυστηροί έλεγχοι για τη ρύπανση από τα κρουαζιερόπλοια. • Βέλτιστη πρακτική για τη διαχείριση αποβλήτων/ανακύκλωση καθώς και σχεδιασμός και υλοποίηση επιμορφωτικών προγραμμάτων για τις πρακτικές της διαχείρισης αποβλήτων.³⁵ • Μέτρα διαφύλαξης/διαχείρισης υδάτων και ενέργειας, καθώς και μέτρα ευαισθητοποίησης επισκεπτών για τον αντίκτυπο του τουρισμού στο νερό και την ενέργεια και εξασφάλιση της συνεργασίας τους στην εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών. • Ενίσχυση οικιστικών κοινοτήτων για τη διατήρηση της κοινωνικής και πολιτιστικής συνοχής τους.

³⁴ «Ικανότητα υποδοχής τουριστών» που λαμβάνει υπ' όψιν την ποιότητα ζωής (σύμφωνα με τις αντιλήψεις των κατοίκων), την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών, την ποιότητα του περιβάλλοντος, τους περιορισμούς των υποδομών κ.λπ. – πιθανόν χρησιμοποιώντας ως πλαίσιο την έκθεση «Managing Tourism Growth» του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (2019).

³⁵ Για ευκαιρίες κατάρτισης, επισκεφτείτε τη διεύθυνση <https://www.travelwithoutplastic.com>

<https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/2012-013.pdf>

	<ul style="list-style-type: none"> Βιώσιμες πρακτικές από τουριστικές επιχειρήσεις. Προώθηση διαθέσιμων εγχειρίδιων για το θέμα³⁶³⁷³⁸³⁹ Διαφύλαξη φυσικού/ αστικού τοπίου για την προστασία της κληρονομιάς και ενίσχυση της αίσθησης του τόπου Επείγοντα μέτρα για τις υποδομές – λιμένας, αεροδιαδρομές, δρόμοι, νερό, ενέργεια, απόβλητα. Καθεστώς με ουδέτερο αποτύπωμα άνθρακα για τη Σαντορίνη Ενίσχυση της εμπειρίας των επισκεπτών στην Οία και τα Φηρά με τη διαχείριση των ροών των επισκεπτών. Εξάπλωση των αφελειών των επισκεπτών προωθώντας πολλές τοποθεσίες που προσφέρουν θέα το ηλιοβασίλεμα
2. Να γίνει διαχείριση του τουρισμού με τρόπο που θα διασφαλίζει την ποιότητα ζωής των κατοίκων και την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών, διασφαλίζοντας την εναρμόνιση με την τουριστική ταυτότητα του προορισμού (δείτε το σημείο 6 παρακάτω)	<ul style="list-style-type: none"> Υποδοχή και ενημέρωση στα σημεία άφιξης Βελτιωμένη σήμανση – σε σχέση με το σχέδιο διαχείρισης επισκεπτών Βελτιωμένη διερμηνεία, ιδίως σε μείζονες χώρους Απομάκρυνση της κυκλοφορίας από την Οία και τα Φηρά καθώς και στάθμευση και περπάτημα – χώρος στάθμευσης με χρέωση που θα ποικίλλει ανάλογα με την ώρα της ημέρας, την εποχή του χρόνου Βελτιωμένες, εύχρηστες δημόσιες μεταφορές για τους επισκέπτες Είσοδος με εισιτήριο στην Οία το βράδυ κατά τους μήνες αιχμής Προώθηση πολλών τοποθεσιών με θέα το ηλιοβασίλεμα Επιπλέον πεζοπορικές διαδρομές σε όλο το νησί/με επισήμανση των βασικών χώρων Εφαρμογές κινητών συσκευών για να μπορούν οι επισκέπτες να απολαύσουν στο έπακρο τη Σαντορίνη, αποφεύγοντας τη συμφόρηση Επαγγελματικά πρότυπα και κανονισμοί ξενάγησης: διασφάλιση ποιότητας για περιηγήσεις και εκδρομές, καθώς και για τις ξεναγήσεις Βελτιωμένη διαχείριση των επισκεπτών από τα κρουαζιερόπλοια
3. Να διαφυλαχθεί η ποιότητα του οικιστικού και φυσικού περιβάλλοντος της Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Ισορροπημένο σχέδιο χρήσης γης, ώστε να περιοριστεί η ακατάλληλη ανάπτυξη και να αυξηθούν οι εκτάσεις που χρησιμοποιούνται για αμπελώνες, για την παραγωγή οπωροκηπευτικών κ.λπ. Προστασία του πρωταρχικού φυσικού και οικιστικού περιβάλλοντος της Σαντορίνης Ενίσχυση της «αίσθησης του τόπου» της Σαντορίνης Διαχείριση ποιότητας των δημόσιων χώρων
4. Να διασφαλιστεί ότι η Σαντορίνη	<ul style="list-style-type: none"> Εμφαση σε αγορές υψηλής απόδοσης που προσφέρουν δυνατότητες επιμήκυνσης της περιόδου, ιδίως στους ανεξάρτητους ταξιδιώτες με δυνατότητες επανειλημμένων επισκέψεων

³⁶ TUI Travel PLC, Guidelines for Environmental Sustainability in Hotels, Μάρτιος 2011

³⁷ [TUI Group, Plastic Reduction Guidelines for Hotels, February 2010](#)

³⁸ [Travel Foundation, Guidelines for meeting the Cyprus Tourism Organisation minimum standards for sustainability in hotel establishments](#), Απρίλιος 2013

³⁹ [IUCN, Siting and Design of Hotels and Resorts](#), 2012

<p>επιτυγχάνει τη βέλτιστη αξία από τον τουρισμό</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ενισχυμένη συμμετοχή των μικρών τοπικών κοινωνιών στον τουρισμό • Ισχυρότερες τοπικές εφοδιαστικές αλυσίδες – περισσότερα φρούτα και λαχανικά, ενδύματα, χειροτεχνήματα, κοσμήματα, κρασιά, κεραμικά • Αξιοποίηση του πλήρους δυναμικού της Αρχαίας Θήρας και βελτίωση του συστήματος ερμηνείας στους χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς • Ετήσια τουριστική περίοδος
<p>5. Να αναπτυχθούν νέες εμπειρίες για το διάστημα εκτός κύριας τουριστικής περιόδου, παρέχοντας ένα μοντέλο για την προσέλκυση θερινού τουρισμού υψηλότερων εσόδων</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Βαρύτητα στις αγορές και τα τμήματα που διαθέτουν τις περισσότερες δυνατότητες να δεχθούν επίσκεψη εκτός της κύριας περιόδου • Δημιουργία και προώθηση νέων εμπειριών και εκδηλώσεων σε εξειδικευμένες αγορές υψηλής απόδοσης • Πιλοτική εκστρατεία που δίνει κίνητρα για ταξίδια εκτός της τουριστικής περιόδου • Πιλοτική εκστρατεία προώθησης της ανάπτυξης εταιρικής διαχείρισης «Πολιτιστική διαδρομή της Σαντορίνης» (τουριστικό έργο που ανακοινώθηκε στις αρχές του 2019)
<p>6. Να ενισχυθεί η ταυτότητα του τουριστικού προϊόντος.</p> <p>[Σημείωση: Έχει κρίσιμη σημασία να διασφαλιστεί ότι η υπόσχεση της ρομαντικής, μοναδικής ταυτότητας του προορισμού πραγματώνεται στην εμπειρία των επισκεπτών.]</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Κορυφαίας ποιότητας, πολυπόθητο, με μοναδική εικόνα, στην ανάπτυξη προϊόντων/εμπειριών και την τοποθέτηση στην αγορά • Εστίαση στην εκπλήρωση των απαιτήσεων αγορών υψηλής απόδοσης καθώς και των ταξιδιών παροχής κινήτρων • Πρωταρχικά ειδοποιά χαρακτηριστικά της τουριστικής ταυτότητας: ρομάντζο και γαστρονομία και ηφαιστειακή περιοχή • Υποστηρικτικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ταυτότητας του προορισμού: πολιτιστική κληρονομιά και ευεξία (φιλοδοξία) • Ολοκληρωμένη ταυτότητα για τον τουρισμό, το κρασί (μοναδικό Ασύρτικο) και άλλα προϊόντα • Διερεύνηση του δυναμικού της Θηρασίας – «Η Σαντορίνη όπως παλιά». • Ηγετική θέση στη βιώσιμη ανάπτυξη μεταξύ των ελληνικών προορισμών (Ζητούμενο) • Σχέδιο προώθησης και προβολής • Στόχος για ουδέτερο αποτύπωμα άνθρακα
<p>Ετοιμότητα για την αντιμετώπιση κρίσεων/ προστασία πολιτών</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Νομικό πλαίσιο για την αντίδραση απέναντι στις κρίσεις • Επιχειρησιακό πλαίσιο για τα σχέδια αντιμετώπισης έκτακτης ανάγκης • Σχέδιο διαχείρισης κρίσης • Σχέδιο ανάκαμψης από κρίση
<p>Ενισχυτικές/ υποστηρικτικές δράσεις (διατομεακές)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Υποστήριξη επιχειρήσεων και περιβάλλον • Εκπαίδευση και κατάρτιση της τουριστικής βιομηχανίας • Ερευνα και συλλογή πληροφοριών • Συστήματα και εφαρμογές ΤΠΕ • Μέτρηση/ διαχείριση επιδόσεων

Το ακόλουθο διάγραμμα παρουσιάζει τον επιδιωκόμενο αντίκτυπο των στρατηγικών προτεραιοτήτων (οι εσωτερικοί κύκλοι) σε καθένα από τους τέσσερις πρωταρχικούς δικαιούχους του ΣΔΠ (τα τεταρτημόρια: περιβάλλον, τοπικές κοινωνίες, επισκέπτες και επιχειρήσεις) - δείτε την ενότητα 3.1 παραπάνω «Σχεδιασμός διαχείρισης προορισμού ως βάση για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη».

6.4.1 Οι Στρατηγικές Προτεραιότητες και οι Δικαιούχοι στη Σαντορίνη



- | | |
|---|---|
| ● SP1 - Making Santorini sustainable | ● SP4 - Optimising benefits of tourism |
| ● SP2 - Quality of life and visitor experience | ● SP5 - Extending the season |
| ● SP3 - Built and natural environment | ● SP6 - Enhancing the brand |

6.5. Σχέδιο Δράσης

Στο Παράρτημα 1 περιλαμβάνεται ένα λεπτομερές σχέδιο δράσης, το οποίο παραθέτει μια σειρά δράσεων για την υλοποίηση κάθε στρατηγικής προτεραιότητας, οι οποίες αποσκοπούν στην επίτευξη των στόχων υψηλού επιπέδου που προσδιορίστηκαν παραπάνω (ενότητα 5.2). Το σχέδιο δράσης προτείνει 176 συγκεκριμένες δράσεις, προσδιορίζει πιθανούς επικεφαλής οργανισμούς για την υλοποίησή τους και καθορίζει μεθόδους για την εκτίμηση της εκτέλεσης έναντι κάθε δράσης.

Το σχέδιο δράσης καλύπτει δραστηριότητες σε διάστημα αρκετών ετών. Ο τοπικός φορέας υλοποίησης, όταν συμφωνηθεί, θα έχει την ευθύνη να αποφασίσει ποιες δραστηριότητες να θέσει σε εφαρμογή και πότε, με βάση τους διαθέσιμους ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους.

6.6. Σχέδιο προώθησης και προβολής

Το σχέδιο προώθησης και προβολής παραθέτει μια μέθοδο προσέλκυσης του είδους του τουρισμού που θα στηρίξει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη Σαντορίνη, όπως ορίζεται στην αρχή του παρόντος ΣΔΠ. Στο Παράρτημα 2 περιλαμβάνεται ένα λεπτομερές σχέδιο προώθησης και προβολής.

Τρέχουσα κατάσταση

Η Σαντορίνη είναι δυσανάλογα εξαρτημένη από τους ημερήσιους επισκέπτες της θερινής τουριστικής περιόδου. Η συντριπτική πλειονότητα φθάνει στο νησί μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου, με περίοδο αιχμής τους μήνες του Ιουλίου και του Αυγούστου. Υπάρχουν λιγοστοί επισκέπτες τον Απρίλιο και τον Οκτώβριο και σχεδόν απόλυτη έλλειψη επισκεπτών μεταξύ Νοεμβρίου και Μαρτίου.

Ενα ποσοστό οριακά κάτω από τα δύο τρίτα (περίπου 60%) των διεθνών επισκεπτών της κύριας περιόδου φαίνεται να φθάνουν με κρουαζιερόπλοιο⁴⁰ (749.000) ενώ περίπου το 40% φθάνει αεροπορικώς (507.000)⁴¹. Οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων είναι σχεδόν αποκλειστικά ημερήσιοι επισκέπτες που περνούν περίπου 5 ώρες στη Σαντορίνη ενώ οι διεθνείς ταξιδιώτες που έρχονται αεροπορικώς μένουν κατά κύριο λόγο για αρκετές νύχτες. Τα ποσοστά επανειλημμένων επισκέψεων στη Σαντορίνη φαίνεται να είναι παραδόξως χαμηλά⁴², σε σύγκριση με άλλους προορισμούς. Αυτό το γεγονός μπορεί να αποτυπώνει την υπεροχή των επισκεπτών κρουαζιέρας των οποίων η τάση για

⁴⁰ Εξαιρούνται αφίξεις φεριμπότ/σκαφών πλην κρουαζιερόπλοιων: 281.000.

⁴¹ Εξαιρούνται οι εγχώριες αφίξεις: 563.000.

⁴² Greek Travel Pages (2019) [Aqua Vista Hotels: 2019 is a Demanding Year for Santorini's Tourism](#) (5 Σεπτεμβρίου).

επανειλημμένες επισκέψεις ενδέχεται να είναι χαμηλότερη έναντι άλλων. Ωστόσο, μερικοί μπορεί να επιστρέψουν για μεγαλύτερης διάρκειας διακοπές στη Σαντορίνη, μετά την εμπειρία τους ως επιβάτες κρουαζιερόπλοιου.

Στρατηγική προώθησης και προβολής

Η στρατηγική προώθησης και προβολής επικεντρώνεται στην επίτευξη των στόχων προώθησης και προβολής και την κατάργηση των εμποδίων στη βιώσιμη ανάπτυξη που περιγράφηκαν παραπάνω. Εντάσσεται στη συνολική στρατηγική του ΣΔΠ για τη διαχείριση των ροών επισκεπτών της κύριας τουριστικής περιόδου και την προσέλκυση περισσότερων δραστηριοτήτων εκτός της κύριας περιόδου. Αυτοί οι στόχοι απαιτούν μια κλιμακωτή στρατηγική προώθησης και προβολής, κατανεμημένη σε φάσεις ανάπτυξης και προώθησης. Θα πρέπει να καταβληθούν προσπάθειες προώθησης και προβολής στις τοποθεσίες όπου μπορούν να έχουν τον μέγιστο αντίκτυπο, σε βραχυ/μεσοπρόθεσμο ορίζοντα. Οι προσπάθειες ανάπτυξης πρέπει να επικεντρωθούν στη δημιουργία συνθηκών που τελικά θα εγγυηθούν περαιτέρω προώθηση και προβολή (π.χ. προσέλκυση νέων/επιμήκυνση απευθείας αεροπορικών δρομολογίων εκτός τουριστικής περιόδου, ανάπτυξη προϊόντων και πακέτων εκτός περιόδου).

Στο πλαίσιο επίτευξης των στόχων προώθησης και προβολής που περιγράφηκαν παραπάνω, προσδιορίστηκαν τέσσερις προσεγγίσεις στρατηγικής προώθησης και προβολής, οι οποίες ιεραρχήθηκαν για την επόμενη πενταετία ως εξής:

Προτεραιότητα 1: «Επένδυση και ανάπτυξη» (Ετη 1-5, σε εξέλιξη)

Οι επενδύσεις προώθησης και προβολής πρέπει να επικεντρωθούν στα τμήματα εκείνα που διαθέτουν επί του παρόντος το μεγαλύτερο δυναμικό – επενδύσεις για ανάπτυξη σε βραχυ/μεσοπρόθεσμο ορίζοντα.

Προτεραιότητα 2: «Αποδοχή και περαιτέρω ανάπτυξη» – Εκτός τουριστικής περιόδου (Ετη 1-2: ανάπτυξη, έτη 3-5: προώθηση και προβολή)

Οι αεροπορικές εταιρείες πρέπει να πειστούν να πραγματοποιούν πτήσεις στη Σαντορίνη εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου και οι τουριστικές επιχειρήσεις οφείλουν να δουν τα δυνητικά οφέλη που θα έχουν αν παραμένουν σε λειτουργία. Εφόσον δεσμευτούν οι αεροπορικές εταιρείες και εξασφαλιστεί αυτή η υποδομή για τους επισκέπτες, το κέντρο βάρους θα πρέπει να μετατοπιστεί στη δημιουργία τουριστικής κίνησης κατά τους μήνες του φθινοπώρου και της άνοιξης και εκτός τουριστικής περιόδου μέσω στοχευμένων ενεργειών προώθησης και προβολής εκτός τουριστικής περιόδου.

Προτεραιότητα 3: «Μεγιστοποίηση εσόδων/ Ελαχιστοποίηση επιπτώσεων» (Ετη 1-5, σε εξέλιξη)

Τα υπάρχοντα τμήματα, τα οποία είναι σημαντικά αλλά διαθέτουν λιγότερες δυνατότητες ανάπτυξης, θα πρέπει να καλλιεργηθούν αλλά οι επενδύσεις προώθησης και προβολής πρέπει να είναι ελάχιστες, με άλλους τρόπους πέραν του ταξιδιωτικού κλάδου και των γενικών πληροφοριών για τους καταναλωτές (π.χ. ιστότοπος). Οι προσπάθειες θα πρέπει να επικεντρωθούν στη διαχείριση των ροών επισκεπτών και στην ελαχιστοποίηση του αντίκτυπού τους (π.χ. κρουαζιέρες), καθώς και στη μεγιστοποίηση των δαπανών τους στη Σαντορίνη και όχι στην αύξηση του αριθμού τους μέσω ενεργειών προώθησης και προβολής.

Προτεραιότητα 4: «Μακροπρόθεσμη μελλοντική ανάπτυξη» (Ετος 3 και εξής)

Νέες ευκαιρίες αγοράς πιο μακροπρόθεσμου ορίζοντα είναι διαθέσιμες, εφόσον η Σαντορίνη μπορέσει να αναπτύξει νέα προϊόντα για να προσελκύσει ένα ευρύτερο φάσμα αγορών υψηλών δαπανών (π.χ. ευεξία και άτομα που αναζητούν την πολυτέλεια, «Συβαρίτες»). Επί του παρόντος, η βαρύτητα σε σχέση με αυτά τα πιο μακρόπνοα, επιζητούμενα τμήματα αγοράς πρέπει να δοθεί στην ανάπτυξη αυτών των προϊόντων. Οι ενέργειες προώθησης και προβολής σε αυτά τα δυνητικά νέα τμήματα αγοράς δεν ενδείκνυνται έως ότου καταστεί διαθέσιμος ένας επαρκής αριθμός κατάλληλων προϊόντων υψηλής ποιότητας. Ευελπιστούμε ότι θα είναι διαθέσιμα εντός τριών ετών.

Στόχοι προώθησης και προβολής

Υπό το πρίσμα της τρέχουσας περιορισμένης τουριστικής περιόδου και του δυσανάλογου αριθμού ημερήσιων επισκεπτών, οι βασικές ευκαιρίες για αύξηση των εσόδων και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη έγκεινται στην προσέλκυση επισκεπτών που πραγματοποιούν υψηλότερες δαπάνες και μένουν μεγαλύτερο διάστημα, ιδίως τους μήνες του φθινοπώρου, της άνοιξης και εκτός κύριας περιόδου, καθώς και στη διαχείριση των ροών επισκεπτών της κύριας περιόδου.

Επομένως, το σχέδιο προώθησης και προβολής εστιάζει σε τρεις βασικούς στόχους:

- Να αυξηθούν τα έσοδα από τους επισκέπτες που πραγματοποιούν υψηλότερες δαπάνες και μένουν μεγαλύτερο διάστημα
- Να επεκταθεί η τουριστική περίοδος το φθινόπωρο, την άνοιξη και εκτός τουριστικής περιόδου*
- Να μεγιστοποιηθούν τα έσοδα και να ελαχιστοποιηθεί ο αντίκτυπος των επισκεπτών από τα κρουαζιερόπλοια.

*Σημείωση: Η ανάπτυξη εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου πρέπει να ξεπεράσει δύο σημαντικά εμπόδια:

- Περιορισμένες αερομεταφορές, ιδίως απευθείας πτήσεις από διεθνείς αγορές.
- Ο αριθμός τουριστικών επιχειρήσεων που λειτουργούν το διάστημα εκτός τουριστικής περιόδου είναι περιορισμένος.

Οι επιχειρήσεις της Σαντορίνης αμφιταλαντεύονται σε σχέση με την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Ενώ μόνο το 50% των τοπικών επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν εξέφρασε ενδιαφέρον για την επιμήκυνση της περιόδου λειτουργίας τους, εφόσον υπάρχουν αρκετές δραστηριότητες για να δικαιώσουν την επιλογή αυτή, εντούτοις, 140 ξενοδοχεία έμειναν ανοιχτά κατά τη διάρκεια του χειμώνα 2016/17 στο πλαίσιο ενός προγράμματος για την αύξηση της τουριστικής κίνησης εκτός περιόδου. Θα πρέπει να τεθούν σε εφαρμογή απευθείας αεροπορικά δρομολόγια εκτός περιόδου ή εξυπηρετικές συνδέσεις μέσω Αθήνας και θα πρέπει να υπάρχει ένας ζωτικός αριθμός επιχειρήσεων που επιθυμούν να συνεχίσουν να λειτουργούν το φθινόπωρο, την άνοιξη και πιθανόν τους μήνες εκτός τουριστικής περιόδου προτού αναληφθεί οποιαδήποτε ενέργεια προώθησης και προβολής με στόχο την επιμήκυνση της περιόδου. Διαφορετικά, κάθε προσπάθεια θα αποβεί άκαρπη.

Αγορές και τμήματα-στόχοι

Κατά την κατάρτιση αυτού του σχεδίου, ελήφθησαν υπ' όψιν τα ακόλουθα κρίσιμα ζητήματα:

- **Βιωσιμότητα:** Η βαρύτητα πρέπει να δοθεί στην προσέλκυση των ειδών επισκεπτών που θα συμβάλλουν περισσότερο στον στόχο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Αυτό σημαίνει ότι το σχέδιο απευθύνεται στα άτομα που θα προσφέρουν τα περισσότερα οφέλη με ελάχιστο αρνητικό αντίκτυπο, λαμβάνοντας υπ' όψιν τους επισκέπτες που έχουν περισσότερες πιθανότητες να μείνουν περισσότερο χρόνο, να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα, να επιστρέψουν και να επισκεφτούν τον προορισμό εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου, να επιβαρύνουν ελάχιστα τους φυσικούς πόρους και την οικιστική κληρονομιά του προορισμού αλλά και να δοκιμάσουν ελάχιστα την ανοχή των κατοίκων.
- **Αποδοτικότητα κόστους:** Προτείνεται ένα περιορισμένο φάσμα δραστηριοτήτων με τη μεγαλύτερη αποδοτικότητα κόστους, αναγνωρίζοντας την ανάγκη για επίτευξη μέγιστων αποτελεσμάτων με τους περιορισμένους διαθέσιμους πόρους.
- **Στοχευμένη προώθηση και προβολή:** Οι δράσεις προώθησης και προβολής δεν θα πρέπει να είναι πολύ διασκορπισμένες και θα πρέπει να προσηλώνονται σε ένα περιορισμένο φάσμα των βέλτιστων υποψήφιων επισκεπτών της Σαντορίνης, στοχεύοντας στα άτομα που θα χαρίσουν τα περισσότερα οφέλη με ελάχιστο αρνητικό αντίκτυπο, ιδίως τα άτομα που έχουν περισσότερες πιθανότητες να μείνουν περισσότερο, να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα, να επιστρέψουν και να επισκεφτούν τον προορισμό εκτός της κύριας περιόδου.
- **Εναρμόνιση προϊόντος-αγοράς:** Οι επενδύσεις στις δράσεις προώθησης και προβολής θα πρέπει επίσης να επικεντρώνονται στα άτομα που θα εκτιμήσουν περισσότερο το

εύρος των αξιοθέατων της Σαντορίνης και, συνεπώς, συγκεντρώνουν περισσότερες πιθανότητες να μείνουν για μεγαλύτερο διάστημα και να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα αντί για τους επισκέπτες σύντομης παραμονής, που εμπνέονται από το Instagram.

Με βάση τα τρέχοντα ποσοστά επισκέψεων και το μελλοντικό δυναμικό (μέγεθος αγοράς – πληθυσμός, εγγύτητα και τάση για επιστροφή, δυναμικό επισκέψεων την άνοιξη/ το φθινόπωρο/ εκτός τουριστικής περιόδου και αντιστοίχιση των ενδιαφερόντων των επισκεπτών με όσα προσφέρει η Σαντορίνη), τα ακόλουθα τμήματα αγοράς αντιπροσωπεύουν τους βέλτιστους υποψήφιους επισκέπτες της Σαντορίνης για την επίτευξη των στόχων προώθησης και προβολής.

Τα τμήματα περιγράφονται με βάση το πρωταρχικό κίνητρο ταξιδιού ή την αιτία για την οποία επέλεξαν τη Σαντορίνη (π.χ. «λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος», «γευσιγνώστες»). Αυτό δεν σημαίνει ότι θα επικεντρωθούν αποκλειστικά σε αυτές τις δραστηριότητες – π.χ. οι «λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων» μπορεί επίσης να ενδιαφέρονται για την πεζοπορία ενώ ο πόλος έλξης για τους «γευσιγνώστες» μπορεί να μην είναι μόνο η τοπική κουζίνα αλλά επίσης το ρομαντικό, γραφικό σκηνικό. Όπως οι περισσότεροι άνθρωποι, δεν είναι μονοδιάστατοι. Ωστόσο, η αξία του καθορισμού τμημάτων με αυτόν τον τρόπο βοηθά στον προσδιορισμό των διαφημιστικών μηνυμάτων στα οποία υπάρχουν περισσότερες πιθανότητες να ανταποκριθούν ευνοϊκά.

Αυτά τα τμήματα αγοράς ιεραρχούνται με βάση τις πρωταρχικές και δευτερεύουσες δυνατότητες όσον αφορά την ικανότητά τους να επιτύχουν τους στόχους της στρατηγικής προώθησης και προβολής.

Προτεραιότητα 1: «Επένδυση και ανάπτυξη» (Ετη 1-5, σε εξέλιξη)

Πρωτεύοντα τμήματα:

- «Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος»: από Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία
- «Γευσιγνώστες» από Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ.

Δευτερεύοντα τμήματα:

- «Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος»: από Γαλλία, Ελβετία, Αυστρία, Ολλανδία, Ισπανία
- «Γευσιγνώστες» από Γαλλία, Γερμανία, Ελβετία, Αυστρία, Ολλανδία.

Προτεραιότητα 2: «Αποδοχή και περαιτέρω ανάπτυξη» – Εκτός τουριστικής περιόδου (Ετη 1-2: ανάπτυξη, έτη 3-5: προώθηση)

Πρωτεύοντα τμήματα:

- «Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος»: από Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο
- «Γευσιγνώστες» από Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία.

Δευτερεύοντα τμήματα:

- «Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος»: από Γαλλία, Γερμανία, Ελβετία, Αυστρία, Ολλανδία, Ισπανία.
- «Γευσιγνώστες» από Γαλλία, Ελβετία, Αυστρία, Ολλανδία.
- «Ειδικού ενδιαφέροντος/αυτοβελτίωση» (π.χ. τέχνη, γιόγκα, εκπαιδευτικά μαθήματα/ησυχαστήρια) από Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία.
- «Θιασώτες της υπαίθρου» (π.χ. πεζοπόροι, ποδηλάτες, αυτοδύτες) από Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Γερμανία.

Προτεραιότητα 3: «Μεγιστοποίηση εσόδων/ Ελαχιστοποίηση επιπτώσεων» (Ετη 1-5, σε εξέλιξη)

Τμήμα:

- «Επισκέπτες κρουαζιέρας» - κυρίως ζευγάρια των οποίων τα παιδιά έχουν φύγει από το σπίτι καθώς και νεότερες ομάδες φίλων από τις ΗΠΑ και άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Προτεραιότητα 4: «Μακροπρόθεσμη μελλοντική ανάπτυξη» (Ετος 3 και εξής)

Τμήμα:

- «Συβαρίτες» – επιζητούν την πολυτέλεια, από τις ΗΠΑ, την Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία και τη Ρωσία, με την επιφύλαξη της μελλοντικής ανάπτυξης σρα πολυτελείας και γαστρονομικών εμπειριών. Αυτή η ομάδα μπορεί να αποτελέσει νέα αγορά για τη Σαντορίνη εάν αναπτυχθεί επαρκής αριθμός κατάλληλων προϊόντων σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα.

Ενώ το μεγαλύτερο βάρος των επενδύσεων προώθησης και προβολής θα δοθεί σε πρωτεύοντα τμήματα, οι δευτερεύουσες και άλλες αγορές μπορούν επίσης να εξυπηρετηθούν από έναν ιστότοπο του προορισμού και να στοχευθούν με γενικές ηλεκτρονικές δραστηριότητες και τη συμπερίληψη στο βιοηθητικό διαφημιστικό υλικό του ΕΟΤ και σε εμπορικές εκθέσεις με περιορισμένο κόστος, καθώς μεγάλο μέρος αυτής της δραστηριότητας θα εξαρτηθεί έντονα από τους ανθρώπινους πόρους – δηλαδή από τον χρόνο και όχι το κόστος.

Τακτικές προώθησης και προβολής

Δεδομένων των σχετικά περιορισμένων πόρων προώθησης και προβολής που πιθανόν θα είναι διαθέσιμοι για την προώθηση της Σαντορίνης σε αγορές-κλειδιά, οι ακόλουθες προτάσεις διατυπώνονται ως το πιο οικονομικό μείγμα τακτικών προώθησης για την επίτευξη των βραχυ/μεσοπρόθεσμων στόχων προώθησης και προβολής που περιγράφηκαν παραπάνω. Ο βαθμός στον οποίο μπορούν να διεξαχθούν αυτές οι δραστηριότητες θα εξαρτηθεί από τη διαθεσιμότητα πόρων – ανθρώπινων αλλά και οικονομικών. (Δείτε παρακάτω το Σχέδιο προώθησης και προβολής για το εκτιμώμενο κόστος).

- **Ιστότοπος** που καλύπτει κύρια στοιχεία της Σαντορίνης (π.χ. δραστηριότητες, εμπειρίες, αξιοθέατα, εκδρομές, καταλύματα, μεταφορά/πρόσβαση, οπωροκηπευτικά προϊόντα κ.λπ.) με συνδέσμους προς επιχειρήσεις για κρατήσεις. Η ενότητα «Τι να δείτε/κάνετε» πρέπει να είναι θεματική σύμφωνα με τα μηνύματα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης και να αποτυπώνει τις αξίες της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης. Η ενότητα αυτή θα μπορούσε να είναι η εξέλιξη των τωρινών σελίδων της Πύλης «Ταξιδιώτες» στην ιστοσελίδα του Εμπορικού Επιμελητηρίου Κυκλαδων <https://www.ekykklades.gr/travel/?lang=en>, για τη Σαντορίνη ή σε ξεχωριστή ιστοσελίδα συνδεδεμένη με αυτή.
- Ένταξη στις εκστρατείες, τον ιστότοπο και τα ενημερωτικά φυλλάδια του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), ιδίως μέσω της παροχής αφηγήσεων, πληροφοριών και εικόνων, οι οποίες αποτυπώνουν τις αξίες και τα μηνύματα της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης, προκειμένου να διασφαλιστεί η βέλτιστη και κατάλληλη κάλυψη της Σαντορίνης στο υλικό προώθησης και τα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ.
- Εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, χωρισμένες σε θεματικές ενότητες με βάση τα μηνύματα της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης για τα σχετικά τμήματα αγοράς.
- **Δημόσιες σχέσεις (PR):** Συνεργασία με τα κεντρικά γραφεία του ΕΟΤ, ευρωπαϊκά γραφεία και τις εταιρείες δημοσίων σχέσεων με σκοπό:
 - Να διασφαλιστεί ότι κατάλληλα διαφοροποιημένα μηνύματα για τη Σαντορίνη, όπως δελτία τύπου/ιστολόγια/vlog, διανέμονται σε στοχευμένα μέσα ενημέρωσης για καταναλωτές και τον ταξιδιωτικό κλάδο σε βασικές αγορές.
 - Να ενθαρρυνθούν οι επισκέψεις εκπροσώπων του τύπου/bloggers/ατόμων με επιρροή στη Σαντορίνη, τους οποίους θα πρέπει να φιλοξενήσουν οι πράκτορες εισερχόμενου τουρισμού στη Σαντορίνη στο πλαίσιο των προσπαθειών προώθησης και προβολής του νησιού.
- **Ταξιδιωτικός κλάδος:** Συνεργασία με τα κεντρικά γραφεία του ΕΟΤ, ευρωπαϊκά γραφεία και τις εταιρείες δημοσίων σχέσεων με σκοπό:
 - Να διοργανωθούν ταξίδια εξοικείωσης στη Σαντορίνη από ξένους εκπροσώπους του ταξιδιωτικού κλάδου (εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών και πρακτορεία ταξιδιών), τους οποίους θα πρέπει να φιλοξενήσουν οι πράκτορες

εισερχόμενου τουρισμού στο πλαίσιο των προσπαθειών προώθησης και προβολής του νησιού.

- **Δημόσιες σχέσεις ταξιδιωτικού κλάδου:** δείτε ενότητα για δημόσιες σχέσεις παραπάνω.
- Συνεργασία με αεροπορικές εταιρείες, αλλοδαπές εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών και πράκτορες εισερχόμενου τουρισμού στη Σαντορίνη για την ανάπτυξη και την προώθηση πακέτων για τους μήνες της άνοιξης, του φθινοπώρου και εκτός τουριστικής περιόδου σε βασικές αγορές.
- Να εξεταστεί το ενδεχόμενο συμμετοχής, μαζί με τοπικά εμπορικά πρακτορεία, στο ελληνικό περίπτερο σε κύριες διεθνείς εμπορικές εκθέσεις (World Travel Market, Λονδίνο, ITB Βερολίνου και εξειδικευμένες εκθέσεις – π.χ. ταξίδια πολυτελείας, φαγητό, περιπέτεια), προκειμένου να αυξηθεί ο αριθμός των διεθνών εταιρειών οργάνωσης ταξιδιών που περιλαμβάνουν τη Σαντορίνη στα προγράμματά τους και να επηρεάσουν το περιεχόμενό τους, ιδιαίτερα όσον αφορά προϊόντα εκτός τουριστικής περιόδου.
- **Συμβολή τοπικών επιχειρήσεων:** Η προθυμία των τουριστικών πρακτόρων της Σαντορίνης να φιλοξενήσουν επισκέψεις εξοικείωσης από διεθνείς εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών, πρακτορεία ταξιδιών, bloggers, άτομα με επιρροή (influencers) και άλλα βασικά μέσα ενημέρωσης θα έχει καθοριστική σημασία για να διασφαλιστεί η πολύτιμη συμβολή στις προσπάθειες προώθησης και προβολής του νησιού.
- **Λοιπά:** Μπορούν να προστεθούν περαιτέρω δραστηριότητες, όπως οι πιο διεξοδικές εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εκτός πεπατημένης, πρωτοβουλίες για δημόσιες σχέσεις και κλαδικά roadshow εφόσον γίνει κριτική αξιολόγηση της δυνητικής απόδοσης της επένδυσης και της διαθεσιμότητας προϋπολογισμού.

Σημείωση: Κατά την εκτέλεση αυτών των καθηκόντων, έχει ουσιώδη σημασία να δοθεί βαρύτητα απαρέγκλιτα στην επιδίωξη των στόχων προώθησης και προβολής και να πραγματοποιείται κατάλληλη ενημέρωση και διαχείριση των εξωτερικών πρακτορείων.

Θα πρέπει να δοθεί προσοχή ώστε να μην ενθαρρυνθούν επιπλέον επισκέψεις όταν η Σαντορίνη λειτουργεί χρησιμοποιώντας το πλήρες δυναμικό της και απειλείται με συμφόρηση (π.χ. εποχή αιχμής). Τα μηνύματα πρέπει να είναι πιο διαφοροποιημένα όσον αφορά την προώθηση εμπειριών και εποχών του έτους στις οποίες υπάρχει πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα και προσβασιμότητα από τις βασικές αγορές.

Σχέδιο προώθησης και προβολής

Στο Παράρτημα 2 επισυνάπτεται ένα σχέδιο προώθησης και προβολής, στο οποίο συνοψίζονται τα στοχευόμενα τμήματα αγοράς, ανά χώρα, τα οποία προσφέρουν τις καλύτερες προοπτικές προκειμένου η Σαντορίνη να επιτύχει τους στόχους προώθησης και προβολής που έχει θέσει. Επίσης, προσδιορίζει τα βασικά προϊόντα που θα έχουν απήχηση σε αυτές τις αγορές και τις τακτικές επικοινωνίας που πρέπει να

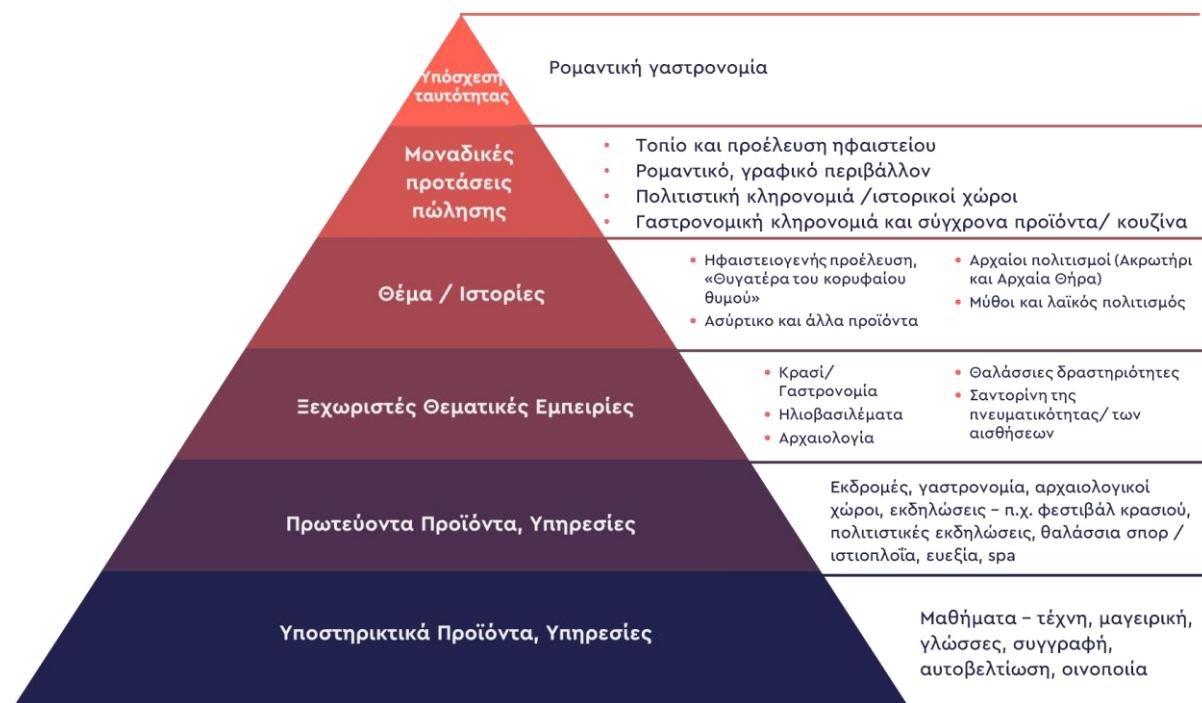
χρησιμοποιηθούν για τη στόχευση κάθε τμήματος αγοράς. Στις δύο τελευταίες στήλες προσδιορίζονται βασικοί δείκτες επιδόσεων για τη μέτρηση της επιτυχίας και την παροχή ενδεικτικών επιπτώσεων κάθε δραστηριότητας στους πόρους.

6.7. Εμπειρία επισκεπτών και ανάπτυξη προϊόντων

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη Σαντορίνη, όπως περιγράφηκε παραπάνω, εξαρτάται, εν μέρει, από τη δημιουργία εμπειριών για τους επισκέπτες, οι οποίες έχουν απήχηση στους τύπους των επισκεπτών που η Σαντορίνη θέλει να προσελκύσει. Έχουν προσδιοριστεί ορισμένες θεματικές εμπειρίες για τους επισκέπτες, οι οποίες προβάλλουν το μήνυμα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης.

Η «πυραμίδα εμπειριών των επισκεπτών» για τη Σαντορίνη παρακάτω τονίζει πώς μπορούν να διαρθρωθούν οι θεματικές εμπειρίες, εντάσσοντας ιστορίες και αξιοποιώντας τοπικές εκδηλώσεις και προϊόντα, ώστε αυτές οι εμπειρίες να καταστούν μοναδικές για τον προορισμό και ελκυστικές για τους επισκέπτες. Ξεκινώντας από την κορυφή με την υπόσχεση της τουριστικής ταυτότητας, κάθε επίπεδο που ακολουθεί υποστηρίζει και συμπληρώνει το προηγούμενο επίπεδο. Στο κέντρο βρίσκονται οι «Ξεχωριστές εμπειρίες» της Σαντορίνης, με τη μορφή μιας σειράς θεματικών εμπειριών, που βρίσκονται στην καρδιά της πρότασης.

6.7.1 Πυραμίδα εμπειριών των επισκεπτών - Σαντορίνη



Όπως επισημάνθηκε παραπάνω, η προέλευση του χαρακτήρα της Σαντορίνης συνδέεται με τη δραματική προέλευσή της – «θυγατέρα του κορυφαίου θυμού» - η γραφική καλντέρα κόβει την ανάσα και προσφέρει ένα πανταχού παρόν, εντυπωσιακό σκηνικό

για μια εμπειρία διακοπών πολυτελείας. Η πρόταση αξίας για τη Σαντορίνη είναι η «ρομαντική γαστρονομία», δηλαδή ο συνδυασμός γαστρονομικών εμπειριών σε ένα εξαιρετικά εντυπωσιακό, ηφαιστειογενές τοπίο που προσδίδει σε όλη την εμπειρία μια υπέροχη ρομαντική αύρα. Οι θεματικές εμπειρίες σε όλο το νησί βασίζονται στο κρασί και τη γαστρονομία, την πολιτιστική και αρχαιολογική ιστορία, τη δραματική φυσική, ηφαιστειογενή ομορφιά του και τις σαγηνευτικές, πνευματικές εμπειρίες που δημιουργεί το θεατρικό τοπίο του νησιού. Αξιοποιώντας αυτά τα στοιχεία, προτείνονται ορισμένες ξεχωριστές θεματικές εμπειρίες για να αναδειχθούν βασικές υφιστάμενες και δυνητικές αυθεντικές εμπειρίες ξεχωριστής ποιότητας σε όλο το νησί. Για τη Σαντορίνη έχουν προσδιοριστεί πέντε πρωταρχικές θεματικές εμπειρίες για να εκπληρωθούν οι ανάγκες για εμπειρίες των προαναφερόμενων τμημάτων αγοράς που έχουν προτεραιότητα, προκειμένου να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος και να αυξηθούν τα έσοδα. Εφόσον καθοριστούν αυτές οι εμπειρίες σε όλο το νησί, θα συντελέσουν στην επιμήκυνση της παραμονής των επισκεπτών και στην αύξηση των δαπανών σε αυτές τις περιοχές, δημιουργώντας θετικές οικονομικές επιπτώσεις για τις τοπικές κοινωνίες και μειώνοντας την πίεση στις περιοχές της Σαντορίνης που επί του παρόντος δέχονται υπερβολικά μεγάλο αριθμό επισκεπτών.

Αυτές οι θεματικές εμπειρίες είναι οι εξής:

A. Τα καλύτερα κρασιά και γαστρονομία της Σαντορίνης:

Οι κορυφαίοι οινοπαραγωγοί της Σαντορίνης προς το παρόν προσφέρουν οινογευσία, περιηγήσεις και, σε ορισμένες περιπτώσεις, εστιατόρια στα οινοποιεία για γευσιγνωσία της γαστρονομίας του νησιού. Για να υποστηριχθεί και να διευρυνθεί αυτή η εμπειρία, πρέπει να αναπτυχθούν και να πρωθηθούν διαδρομές και θεματικές εμπειρίες για ευρύτερο φάσμα οινικών περιηγήσεων καθώς και εμπειρίες μαγειρικής, επισκέψεις σε γραφικές πόλεις και χωριά, ηλιοβασιλέματα, ακόμα και εμπειρίες τρύγου, συγκομιδής ελιάς και οινοπαραγωγής. Θα πρέπει να αναπτυχθούν συνέργειες ανάμεσα σε αγροκτήματα, αμπελώνες και επιλεγμένα εστιατόρια (αναδεικνύοντας όσα έχουν πιστοποιηθεί από τον φορέα Aegean Cuisine) για την ανάπτυξη ξεχωριστών οινικών και γαστρονομικών εμπειριών. Αυτές οι διαδρομές και οι εμπειρίες θα έχουν απήχηση σε όσους αναζητούν ρομαντικές αποδράσεις και τους γευσιγνώστες.

B. Η Σαντορίνη το ηλιοβασίλεμα

Η Σαντορίνη το ηλιοβασίλεμα θα μυήσει τους επισκέπτες σε άλλες υπέροχες τοποθεσίες του νησιού για να απολαύσουν το ηλιοβασίλεμα, πέρα από την πασίγνωστη Οία. Η δημιουργία ενός καταλόγου με κορυφαίες τοποθεσίες του νησιού για το ηλιοβασίλεμα θα κατανείμει τους επισκέπτες σε όλο το νησί, προσφέροντας μια επιλογή από διαφορετικές τοποθεσίες, μέσω ειδικών εκδηλώσεων σε καθεμία που θα αρχίζουν μία

ώρα νωρίτερα, και θα εκτείνονται πέρα από το ηλιοβασίλεμα. Αυτή η εμπειρία πρέπει να περιλαμβάνει γκουρμέ εποχιακά (ρορ-υρ) εστιατόρια και περίπτερα ποτών, παραδοσιακή μουσική και άλλες ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, αναδεικνύοντας τη μοναδική ιστορία και τις ιστορίες σε κάθε τοποθεσία. Για τους λάτρεις των ρομαντικών αποδράσεων – και όσους ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό και το φαγητό – ειδικές εκδηλώσεις σε κάθε τοποθεσία ηλιοβασιλέματος θα προσφέρουν μια μοναδική ελληνική εμπειρία με το ξεχωριστό άρωμα της Σαντορίνης και, ιδανικά, μια σχετικά ιδιαίτερη εμπειρία για τους λάτρεις του ηλιοβασιλέματος.

Γ. Αρχαιολογικά θαύματα της Σαντορίνης

Τα αρχαιολογικά θαύματα της Σαντορίνης έχουν απήχηση στους λάτρεις της ιστορίας και της αρχαιολογίας – στους ανεξάρτητους εξερευνητές που αναζητούν πολιτιστικές εμπειρίες – καθώς και σε αυτούς που ενδιαφέρονται γενικότερα για την ντόπια και πολιτιστική κληρονομιά των προορισμών που επισκέπτονται. Οι εκτεταμένες επισκέψεις με επαγγελματίες ξεναγούς στο Ακρωτήρι και την Αρχαία Θήρα, οι νέες πεζοπορικές διαδρομές και η βελτιωμένη ερμηνεία σε υπάρχουσες διαδρομές (π.χ. Φηρά-Οία, Ακρωτήρι προς Αρχαία Θήρα κ.ά.) καθώς και ειδικές εκδηλώσεις σε μείζονες χώρους θα προσελκύσουν επισκέπτες για να γνωρίσουν σε βάθος αυτούς τους χώρους και να εκτείνουν την επίσκεψή τους σε όλο το νησί. Στο Παράρτημα 3 περιλαμβάνονται συστάσεις και δράσεις για τη δημιουργία ή τη βελτίωση συγκεκριμένων εμπειριών.

Δ. Η Σαντορίνη από τη θάλασσα

Η εμπειρία της Σαντορίνης από τη θάλασσα αναδεικνύει τη μεγάλη ποικιλία θαλάσσιων δραστηριοτήτων που προσφέρονται στο νησί, καλύπτοντας θαλάσσια σπορ όπως αλιεία, ελεύθερες καταδύσεις με αναπνευστήρα και αυτόνομες καταδύσεις σε πιο χαλαρωτικές εκδρομές με ιστιοφόρο για ζευγάρια, ομάδες φίλων και οικογένειες που επιθυμούν να εξερευνήσουν τη θάλασσα. Επίσης, προσφέρονται ημερήσιες κρουαζιέρες με ιστιοφόρα και μικρές θαλαμηγούς, για επισκέψεις στο ηφαίστειο και τη Θηρασία, αλλά και για να μπορέσουν οι επισκέπτες να απολαύσουν το ηλιοβασίλεμα της Οίας από τη θάλασσα.

Ε. Σαντορίνη της πνευματικότητας και των αισθήσεων

Η φυσική ομορφιά της Σαντορίνης αποτελεί το ιδανικό σκηνικό για όσους αναζητούν την ηρεμία, τη χαλάρωση και την αναζωογόνηση. Ενώ η Σαντορίνη διαθέτει μικρό αριθμό εξαιρετων εγκαταστάσεων spa, το εύρος των τωρινών προσφερόμενων κέντρων ευεξίας είναι κάπως περιορισμένο. Οι παγκόσμιες τάσεις της αγοράς υποδηλώνουν ότι υπάρχει σημαντική ευκαιρία να αναπτυχθεί το τουριστικό προϊόν των spa πολυτελείας και κέντρων ευεξίας της Σαντορίνης καθώς και ένα ευρύ φάσμα ησυχαστήριων: γιόγκα, pilates, διαλογισμός και άλλα πολλά. Τα boutiques ξενοδοχεία, σε συνεργασία με

κορυφαίους σεφ και διατροφολόγους, μπορούν να αναπτύξουν προγράμματα υγιεινής διατροφής, απώλειας βάρους, αποτοξίνωσης και εμπειρίες προσωπικού γυμναστή για τους επισκέπτες.

Συνιστώμενες δράσεις για τη δημιουργία ή τον εμπλουτισμό συγκεκριμένων εμπειριών σε σχέση με καθεμία από αυτές τις θεματικές εμπειρίες περιλαμβάνονται στο Παράρτημα 3.

6.8. Επενδυτικές ευκαιρίες

Στις πιθανές επενδυτικές ευκαιρίες που αποσκοπούν στην ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος της Σαντορίνης και τη βελτίωση των ροών επισκεπτών περιλαμβάνονται τα εξής:

- **Νέα Μαρίνα** Τον Φεβρουάριο του 2019, η διυπουργική επιτροπή στρατηγικών επενδύσεων ενέκρινε τη δημιουργία νέας μαρίνας και ενός καταφυγίου σκαφών αναψυχής στην περιοχή του Μονόλιθου. Η μαρίνα, με προϋπολογισμό 40 εκ. ευρώ, θα διαθέτει 350 θέσεις ελλιμενισμού καλύπτοντας ακόμα και μεγάλη θαλαμηγό απροσδιόριστου μεγέθους και θα υπάγεται στη διεύθυνση του Δημοτικού Λιμενικού Ταμείου Θήρας.
- **Βελτιωμένες λιμενικές εγκαταστάσεις** Απαιτείται η παροχή στεγάστρου και εγκαταστάσεων υγιεινής στο παλιό λιμάνι του Αθηνιού και το νέο λιμάνι των Φηρών, όπως επίσης η συνεχής παρακολούθηση και βελτίωση ενός συστήματος διαχείρισης αφίξεων-αναχωρήσεων για τη ρύθμιση του αριθμού των κρουαζιερόπλοιων και τη διαχείριση των ροών των επιβατών.
- **Τελεφερίκ:** Η πίεση από την άφιξη των επιβατών των κρουαζιερόπλοιων συνεπάγεται ζήτηση στο τελεφερίκ των Φηρών στην οποία δεν μπορεί να ανταποκριθεί. Θα πρέπει να εξεταστούν άλλες επιλογές για την προσέλκυση επενδύσεων σε νέο τελεφερίκ, είτε στα Φηρά είτε σε άλλη κατάλληλη τοποθεσία.
- **Αερολιμένας:** Είναι ανάγκη να αυξηθούν η δυναμικότητα αφίξεων/ αναχωρήσεων, οι χώροι στάθμευσης λεωφορείων και αυτοκινήτων (ιδανικά εκτός αεροδρομίου), οι εγκαταστάσεις διαχείρισης κυκλοφορίας και τερματικών σταθμών. Τα σχέδια ανάπτυξης εμπίπτουν στη δικαιοδοσία της FRAPORT.
- **Νέος λιμένας:** Εχει γίνει αρχική διερεύνηση της δυνατότητας ανοικοδόμησης νέου λιμένα στην ανατολική ακτή. Με την επιφύλαξη των συμπερασμάτων που θα προκύψουν από αυτή την έρευνα, θα μπορούσαν να προκύψουν σημαντικές δυνατότητες για την αντιμετώπιση υφιστάμενων προβλημάτων και την προσέλκυση νέων επενδύσεων.
- **Κόμβος μεταφορών:** Θα πρέπει να αξιολογηθεί η δυνατότητα ανάπτυξης ενός τροχαίου κόμβου που θα λειτουργεί ως κεντρικό σημείο για την ενοικίαση αυτο-κινούμενων οχημάτων [αυτοκίνητα, τετρακίνητα ποδήλατα («γουρούνες», μοτοσικλέτες κ.ά.].

- **Spa ευεξίας:** Υπάρχει η ευκαιρία, εναρμονισμένη με τη φιλοδοξία της Σαντορίνης να καταστεί επίλεκτος προορισμός, να αναπτυχθούν πολυτελή spa ευεξίας στο νησί που θα παρέχουν πλήρες πακέτο υπηρεσιών.

6.9. Παρακολούθηση και διαχείριση επιδόσεων

Η πρόοδος των στρατηγικών στόχων (ενότητα 5.3) και δράσεων (Παράρτημα 1) του ΣΔΠ θα πρέπει να παρακολουθείται σε συνεχή βάση και να αναπροσαρμόζεται, όποτε καθίσταται απαραίτητο. Το σχέδιο δράσης στο Παράρτημα 1 προσδιορίζει μέτρα εκτέλεσης, τα οποία θα πρέπει να ξεκινήσουν ταυτόχρονα με την εφαρμογή των δράσεων. Στην πορεία, θα πρέπει να θεσπιστούν βασικοί δείκτες επιδόσεων σε σχέση με αυτά τα μέτρα, οι οποίοι θα δώσουν τη δυνατότητα στον τοπικό φορέα υλοποίησης να παρακολουθεί την πρόοδο.

Παράλληλα με τη συνεχή παρακολούθηση των δραστηριοτήτων, θα πρέπει να διεξάγεται η ανασκόπηση της προόδου έναντι των στόχων σε ετήσια βάση και το ΣΔΠ πρέπει να αναθεωρείται ανάλογα με τις γνώσεις που αποκτώνται, τις συνθήκες που αλλάζουν ή τους αναθεωρημένους στόχους.

Πιθανόν, το σημαντικότερο όλων είναι η ύπαρξη απλών μέτρων εκτίμησης της συνολικής επιτυχίας από την άποψη της βιωσιμότητας, γενικά σε σχέση με τους τέσσερις πιθανούς δικαιούχους της τουριστικής ανάπτυξης, και της επιτυχούς υλοποίησης του ΣΔΠ:

- **Τοπική κοινωνία:** αντιλήψεις για την καθαρή αξία που έχει ο τουρισμός για την τοπική κοινωνία, μέσω ετήσιας έρευνας που είναι ανοικτή στους κατοίκους της Σαντορίνης. Χρησιμοποιείται μια κλίμακα βαθμολογίας από -5 έως +5. Θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί για τις αντιλήψεις για τον τουρισμό γενικά ή για συγκεκριμένες πτυχές του. Το σημαντικό είναι ότι πρέπει να καλύπτει τόσο την αντιληπτή αξία του τουρισμού και τις αντιλήψεις για τους επισκέπτες, την εκτίμηση των επιπέδων ανοχής των κατοίκων καθώς και τα οικονομικά οφέλη.
- **Κλάδος:** αντιλήψεις για την καθαρή αξία που έχει ο τουρισμός για τον επιχειρηματικό κόσμο και την τοπική κοινωνία, μέσω ετήσιας έρευνας που είναι ανοικτή στις τουριστικές επιχειρήσεις της Σαντορίνης. Χρησιμοποιείται μια κλίμακα βαθμολογίας από -5 έως +5.
- **Επισκέπτες:** ικανοποίηση επισκεπτών (ιδίως από αγορές-στόχο άμεσης προτεραιότητας) με την εμπειρία τους στον προορισμό, η οποία μετράται με μια κλίμακα ικανοποίησης 10 βαθμών. Επίσης, εξετάζεται η πιθανότητα σύστασης του προορισμού σε άλλους (συγγενείς και φίλους), επίσης σε κλίμακα 10 βαθμών.

- **Περιβάλλον:** Θα πρέπει να προσδιοριστεί ένα απλό μέτρο περιβαλλοντικής ποιότητας, ως υποκατάστατο άλλων, πιο πολύπλοκων επιστημονικά μέτρων. Η εκτίμηση της περιβαλλοντικής ποιότητας πρέπει να περιλαμβάνει τη συνεχή αξιολόγηση της κατάστασης του φυσικού περιβάλλοντος (δηλαδή του τοπίου και του θαλάσσιου περιβάλλοντος), του πολιτιστικού περιβάλλοντος (δηλαδή της οικιστικής κληρονομιάς και των δημόσιων χώρων) και των διαδικασιών διαχείρισης πόρων/ υπηρεσιών κοινής ωφέλειας/ρύπανσης (π.χ. χρήση ενέργειας και νερού, διαχείριση αποβλήτων, εκπομπές των κρουαζιερόπλοιων και συστήματα περιβαλλοντικού ελέγχου), κατά τρόπο ώστε να μπορεί να προσδιοριστεί κάθε αρνητικός αντίκτυπος και να προσδιορίζεται και να βελτιώνεται η αποτελεσματικότητα των μέτρων διαφύλαξης/ μετριασμού, όποτε είναι απαραίτητο.

PART 7

GOVERNANCE OPTIONS FOR DMP IMPLEMENTATION

7. Επιλογές διακυβέρνησης για την υλοποίηση ΣΔΠ

Η επιτυχημένη υλοποίηση του παρόντος ΣΔΠ απαιτεί τη σύσταση ενός τοπικού φορέα υλοποίησης που είτε θα συσταθεί επισήμως είτε θα συγκροτηθεί σε ανεπίσημο πλαίσιο, για την υλοποίηση του ΣΔΠ. Επίσης, αυτός ο φορέας θα είναι υπεύθυνος για την άντληση των κεφαλαίων που θα απαιτηθούν για την υλοποίηση του συμφωνημένου προγράμματός του και για την πρόσληψη του απαραίτητου προσωπικού για την εκτέλεσή του. Οι επικεφαλής σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο πρέπει να αποφασίσουν την ακριβή μορφή διακυβέρνησης. Ωστόσο, συνιστάται ο διαχωρισμός ανάμεσα στον ρόλο του τοπικού φορέα υλοποίησης, που θα επιφορτιστεί με την υλοποίηση του ΣΔΠ, και τον ρόλο του εποπτικού συμβουλίου για όσους είναι υπεύθυνοι για τη λήψη αποφάσεων σε σχέση με τις προτεραιότητες, την παρακολούθηση προόδου και την αναθεώρηση του σχεδίου σε συνεχή βάση, καθώς αλλάζουν οι συνθήκες.

7.1. Η αξία της διαχείρισης προορισμού

Η υλοποίηση του ΣΔΠ θα χρειαστεί συνεχή εργασία για την αξιοποίηση πόρων, επιτρέποντας την προσαρμογή του σχεδιασμού υπό το πρόσμα νέων συνθηκών και διασφαλίζοντας τη μακροχρόνια δέσμευση για τους σκοπούς και στόχους του σχεδίου. Η ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να ωφελήσει ένα ευρύ φάσμα κοινοτήτων, με την προϋπόθεση ότι οι τοπικές αρχές, ο κλάδος του τουρισμού, οι επισκέπτες και οι κάτοικοι επικοινωνούν μεταξύ τους με εποικοδομητικό τρόπο και πνεύμα συνεργασίας.

7.2. Η διακυβέρνηση και η χρηματοδότηση της διαχείρισης προορισμού

Η υλοποίηση του ΣΔΠ πρέπει να υποστηρίζεται από μια δομή διακυβέρνησης που ενθαρρύνει διαφορετικά είδη συνέργειας. Το διαφορετικό επίπεδο ανάμειξης του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα θα καθορίσει τη μορφή της δομής διακυβέρνησης.

Μια πρωτοβουλία υπό την αιγίδα κυρίως του ιδιωτικού τομέα⁴³ θα απαιτούσε σχετικά ευρεία συναίνεση μεταξύ επιχειρήσεων διαφορετικού μεγέθους και σε διαφορετικούς τομείς παράλληλα με μια ελάχιστη, αλλά τακτική, εισφορά κεφαλαίου από όλους τους εταίρους. Η αδυναμία ευρείας δέσμευσης εκ μέρους των επιχειρήσεων θα κατέληγε σε «παρασιτισμό», όπου οι επιχειρήσεις που δεν καταβάλλουν εισφορά θα ωφελούνταν σε βάρος όσων προτίθενται να επενδύσουν στην υλοποίηση ενός ΣΔΠ – δηλαδή σε μια μη

⁴³ Το 2009, ο φόρος κλίνης μειώθηκε από 2% σε 0,5%, μειώνοντας τα έσοδα των δημοτικών αρχών όταν ξέσπασε η οικονομική κρίση στην Ελλάδα.

βιώσιμη κατάσταση που είναι απίθανο να διαρκέσει πολύ καιρό. Εκτός από τους οικονομικούς περιορισμούς, μια πρωτοβουλία αυτού του είδους θα αντιμετώπιζε επίσης προκλήσεις στην ανάπτυξη κατάλληλων λύσεων διαχείρισης προορισμού ελλείψει ενεργής ανάμειξης του δημόσιου τομέα.

Αυτά τα επιχειρηματικά μοντέλα στα οποία ο δημόσιος τομέας αναλαμβάνει ηγετικό ή συντονιστικό ρόλο (π.χ. κρατικές οργανώσεις, μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί) υποστηρίζονται τακτικά με κρατική χρηματοδότηση (π.χ. φόρος διαμονής). Ωστόσο, όροι που συνδέονται με συγκεκριμένες τοποθεσίες διαμορφώνουν τη μακροβιότητα⁴⁴ και την αξιοποίηση αυτών των οικονομικών πόρων. Στην Ελλάδα, τα έσοδα που αντλούν οι δημοτικές αρχές από τον φόρο κλίνης⁴⁵ (0,5%) και τα έσοδα από τον φόρο διαμονής (0,5-4 ευρώ) τους οποίους συλλέγει η Ανεξάρτητη Αρχή Δημόσιων Εσόδων δεν είναι υποθηκευμένα, δηλαδή η κατανομή αυτών των εσόδων δε συνδέεται με έργα τουρισμού στους αντίστοιχους προορισμούς. Επίσης, αυτά τα έσοδα ούτε υποστηρίζουν το πλήρες φάσμα των έργων διαχείρισης προορισμού ούτε θα χρησιμοποιούνται αποκλειστικά προς όφελος του τομέα στέγασης, ο οποίος επιβαρύνεται κυρίως με τους φόρους.

7.3. Τρία σενάρια για συνεργατική διακυβέρνηση ΣΔΠ στη Σαντορίνη

Για την επόμενη πενταετία, αναμένεται ότι τα προγράμματα χορηγίας και συμπράξεων θα είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη πηγή εσόδων ανά τον κόσμο στους ετήσιους προϋπολογισμούς των ΟΔΠ⁴⁶. Αναζητώντας πηγές εσόδων που μπορούν να ενισχύσουν την ευελιξία και την ταχύτητα, αυτή η ενότητα εξετάζει τρία σενάρια στο πλαίσιο των οποίων οι τοπικοί ενδιαφερόμενοι φορείς μπορούν να συνεργαστούν και να σημειώσουν πρόοδο στην υλοποίηση των στρατηγικών προτεραιοτήτων του ΣΔΠ. Κάθε σενάριο λαμβάνει υπ' όψιν την εμπειρία της Ελλάδας σε σχέση με τα κανονιστικά πλαίσια, τη χάραξη πολιτικής σε τοπικό επίπεδο και τα έργα παρόμοιου είδους που είναι σε εξέλιξη. Ο συγκεντρωτικός χαρακτήρας της χάραξης πολιτικής στην Ελλάδα θα επιφέρει το απαραίτητο επίπεδο επικύρωσης και ενεργής υποστήριξης από το Υπουργείο Τουρισμού και άλλα υπουργεία, ανάλογα με τις απαιτήσεις σε κάθε περίπτωση. Επίσης, κάθε σενάριο βασίζεται σε διαφορετικές παραδοχές, περιλαμβάνει ποικίλες ευκαιρίες και περιορισμούς και περιγράφει ένα μοναδικό πλαίσιο το οποίο θα μπορούσε:

- Να αναδείξει τη διαχείριση προορισμού σε βασικό τομέα χάραξης τοπικής πολιτικής με ένα πεδίο δραστηριοτήτων που υπερβαίνει τα παραδοσιακά όρια του τουριστικού τομέα.

⁴⁴ N. 339/1976, όπως τροποποιήθηκε από τον N. 1080/1980, τον N. 2130/1993 και τον N. 3756/2009

⁴⁵ N. 339/1976, όπως τροποποιήθηκε από τον N. 1080/1980, τον N. 2130/1993 και τον N. 3756/2009

⁴⁶ Destinations International (2019) [Destination Next Futures Study 2019](#).

- Να σηματοδοτήσει την έναρξη της ανταλλαγής πληροφοριών και πόρων μεταξύ συνεργαζόμενων οργανισμών.
- Να διευκολύνει τη δέσμευση για ένα στρατηγικό όραμα και στόχους.
- Να ενισχύσει και να επεκτείνει την ανάπτυξη συμπράξεων σε μεσομακροπρόθεσμο ορίζοντα.
- Να επιλύσει, σε ορισμένες περιπτώσεις, τις επιπτώσεις της επικάλυψης αρμοδιοτήτων μεταξύ οργανισμών του δημόσιου τομέα.

Σενάριο 1: Δημιουργία οντότητας από έναν ή περισσότερους ενδιαφερόμενους φορείς του δημόσιου ή/και του ιδιωτικού τομέα

Αυτή η οντότητα θα έχει μεγάλη ικανότητα να κινητοποιήσει κεφάλαια και να προσλάβει εξαιρετικά ειδικευμένο εργατικό δυναμικό, αλλά θα πρέπει πρώτα να υλοποιηθούν απαιτητικές διαδικασίες (π.χ. αλλαγές στη νομοθεσία, σύσταση νέας οντότητας).

- Σε εθνικό επίπεδο, θα πρέπει να τροποποιηθεί το πλαίσιο δημόσιων και ιδιωτικών συμπράξεων⁴⁷. Από το 2005, αυτό το πλαίσιο έχει ορισθεί σε πολυάριθμα έργα σε σχέση με την κατασκευή δημόσιων υποδομών και την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών στους πολίτες. Ωστόσο, η εφαρμογή του στον τουριστικό τομέα ήταν περιορισμένη και δεν έχει συσχετιστεί με συνεργατικά σχέδια που θα υλοποιούσαν τις δράσεις ενός μεσομακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδίου.
- Σε τοπικό επίπεδο, θα πρέπει να τροποποιηθεί η νομοθεσία που αφορά τις εταιρείες ανάπτυξης⁴⁸. Το πεδίο εφαρμογής των σχεδίων διαχείρισης προορισμού θα πρέπει να προστεθεί στις εξαιρέσεις ειδικού σκοπού για τη δημιουργία περισσότερων εταιρειών ανάπτυξης που θα υπάγονται σε δημοτικές αρχές. Αυτή η τροποποίηση θα επιτρέψει τη σύσταση μιας ζεχωριστής εταιρείας ανάπτυξης που θα υπάγεται στον Δήμο Σαντορίνης. Η νέα οντότητα θα είναι υπεύθυνη για την υλοποίηση του ΣΔΠ σε συνεργασία με άλλους παράγοντες (π.χ. την Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου, ενώσεις της τουριστικής βιομηχανίας, άλλες επιχειρηματικές ομάδες, εκπαιδευτικά ιδρύματα).
- Σε τοπικό επίπεδο, μια άλλη επιλογή περιλαμβάνει την τροποποίηση⁴⁹ νομοθετικών όρων και διατάξεων σε σχέση με τα Δίκτυα Δήμων και Περιφερειών. Η σημασία της διαχείρισης προορισμού για τους κορυφαίους προορισμούς της Ελλάδας θα μπορούσε να αποτελέσει τη βάση διεύρυνσης του πεδίου εφαρμογής αυτών των δικτύων, τα οποία συνδέονται ευρέως με την προώθηση της διαπεριφερειακής συνεργασίας εντός της ΕΕ. Ως αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία, ένα δυνητικό Δίκτυο των κοινοτήτων της Ρόδου και της Σαντορίνης θα αναλάβει την υλοποίηση των δύο ΣΔΠ σε συνεργασία με την Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου και τους τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς από τα δύο νησιά.

⁴⁷ Νόμος 3389/2005, όπως τροποποιήθηκε από τον Ν. 3463/2006.

⁴⁸ Ν. 3463/2006, όπως τροποποιήθηκε από τον Ν. 3852/2010 και τον Ν. 4555/2018

⁴⁹ Ν. 3463/2016 (άρθρα 219 & 220) και Ν. 3852/2010 (άρθρο 101).

Αξιολόγηση σεναρίου 1

ΥΠΕΡ	ΚΑΤΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Οι ενδιαφερόμενοι φορείς του δημόσιου τομέα θα αναλάβουν ηγετικό ρόλο στη διαμόρφωση βραχυπρόθεσμων συμπράξεων εντός νομικού πλαισίου με συγκεκριμένες υποχρεώσεις (π.χ. ρόλοι, ευθύνη, κυριότητα ακινήτων σύμπραξης) • Οι ενδιαφερόμενοι φορείς του δημόσιου τομέα θα διαμορφώσουν μια περιεκτική ατζέντα σχεδιασμού διαχείρισης προορισμού • Πολυμορφία πηγών χρηματοδότησης (προγραμματικές συμφωνίες⁵⁰, επιχορηγήσεις της ΕΕ, συμπράξεις, χορηγίες, φιλανθρωπικά ιδρύματα σε σχέση με την παροχή αγαθών, υπηρεσιών και έργων⁵¹ κ.λπ.) • Εξειδίκευση της νομοθεσίας για συμπράξεις δημόσιου-ιδιωτικού τομέα και κοινές πρωτοβουλίες όσον αφορά την εφαρμογή σχεδίων διαχείρισης προορισμού. • Πρόσληψη προσωπικού υπό τη σκέπη ενός εξελιγμένου, οργανωτικού σχήματος που υπερβαίνει το συνηθισμένο πλαίσιο των οργανισμών του δημόσιου τομέα. • Τα οφέλη επικοινωνίας για τον δημόσιο τομέα μέσω των αντίστοιχων δεξιοτήτων και δραστηριοτήτων του ιδιωτικού τομέα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Η χρηματοδότηση του δημόσιου τομέα μπορεί να κυριαρχήσει στα αρχικά στάδια της σύμπραξης. • Οι ενδιαφερόμενοι φορείς του δημόσιου τομέα πρέπει να καθορίσουν το σχέδιο δράσης για τη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στη λήψη αποφάσεων, τη χρηματοδότηση κ.λπ. • Απαιτεί ευρεία συναίνεση μεταξύ των ενδιαφερόμενων φορέων του ιδιωτικού τομέα (κλαδικές ενώσεις) – η αναδιαπραγμάτευση μπορεί να είναι προβληματική. • Μεμονωμένες επιχειρήσεις μπορεί να συμμετάσχουν μόλις ωριμάσει κάπως η συνεργασία. • Χρονοβόρο νομοθετικό έργο. • Χρονοβόρες διαδικασίες για την οργανωτική ρύθμιση. • Χρονοβόρες διαδικασίες για την υλοποίηση έργου (π.χ. η νομιμότητα προγραμματικών συμφωνιών υπόκειται σε εξέταση από το Ελεγκτικό Συνέδριο). • Η έλλειψη εγχώριας πείρας στις διεξοδικές συμπράξεις διαχείρισης προορισμού, ιδίως στο πλαίσιο της πρώτης και της τρίτης επιλογής, όπως ορίστηκε παραπάνω.

Σενάριο 2: Κατανομή αρμοδιοτήτων για την υλοποίηση του ΣΔΠ σε υπάρχοντα οργανισμό

Παρότι υπάρχει ήδη μια κατάλληλη εταιρεία που ανήκει πλήρως στον Δήμο Σαντορίνης με ένα χαρτοφυλάκιο δραστηριοτήτων σχετικών με τον τουρισμό, αντιμετωπίζει μια θεμελιώδη πρόκληση που επηρεάζει την ικανότητά της να αναλάβει τον ρόλο ενός ΟΔΠ. Η Γεωθήρα Μονομετοχική Α.Ε. έχει επιφορτιστεί με το καθήκον να διαχειρίζεται το γεωλογικό πάρκο που περιβάλλει το ηφαίστειο της Σαντορίνης και ορισμένους άλλους

⁵⁰ N. 3852/2010, όπως τροποποιήθηκε από τον N. 4555/2018.

⁵¹ N. 4557/2018 (άρθρο 55).

χώρους (π.χ. ιαματικές πηγές, μικρό αριθμό παραλιών). Ωστόσο, έχει περιορισμένη πρόσβαση σε χρηματοδότηση επειδή αυτό το είδος δημοτικής εταιρείας δεν έχει το δικαίωμα να υπογράφει προγραμματικές συμφωνίες⁵².

Οι βασικοί ενδιαφερόμενοι φορείς της Σαντορίνης είναι αντιμέτωποι με επιπλέον προκλήσεις όσον αφορά την υλοποίηση ενός φάσματος έργων ανάπτυξης, διαχείρισης και προώθησης του τουρισμού για τους εξής λόγους:

- Ελλειψη δημοτικής επιτροπής που θα είναι υπεύθυνη για την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στο δημοτικό συμβούλιο της Σαντορίνης για θέματα ανάπτυξης και προώθησης του τουρισμού⁵³.
- Τερματισμός της δραστηριότητας της μη κερδοσκοπικής Εταιρείας Ανάπτυξης & Προόδου Κυκλαδών, που υπαγόταν στο Εμπορικό Επιμελητήριο Κυκλαδών, το 2019.

Εξετάζοντας αυτές τις προκλήσεις σε τοπικό επίπεδο, μια πιθανή λύση σε περιφερειακό επίπεδο θα συνεπαγόταν ηγετικό ρόλο για την Περιφέρεια Αιγαίου, κυρίως μέσω της Αναπτυξιακής Εταιρείας της – «ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ Α.Ε.» – η οποία έχει τους εξής στόχους:

- Την επιστημονική και τεχνική υποστήριξη των τοπικών αρχών και των ενώσεών τους καθώς και την υποστήριξη της αποκεντρωμένης κρατικής διοίκησης
- Την προώθηση επιχειρηματικής, οικονομικής και αειφόρου ανάπτυξης των τοπικών αρχών καθώς και της ευρύτερης περιοχής
- Την ανάπτυξη δραστηριοτήτων περιβαλλοντικής προστασίας
- Τη συμμετοχή σε προγράμματα και την εφαρμογή σχετικών πολιτικών σε διαδημοτικό επίπεδο ή σε ευρύτερη γεωγραφική περιοχή.

Θέτοντας την υλοποίηση του ΣΔΠ υπό τη σκέπη της Διεύθυνσης Τουρισμού της Περιφέρειας, η αναπτυξιακή εταιρεία θα ενεργούσε ως όχημα κινητοποίησης εγχώριων και κοινωνικών κεφαλαίων προς τη Σαντορίνη. Στη συνέχεια, η Περιφέρεια θα μπορούσε να συνεργαστεί στενά (π.χ. μέσω προγραμματικών συμφωνιών) με τον Δήμο Σαντορίνης και με τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς για επιλεγμένες δράσεις. Το προσωπικό θα πρέπει να αυξηθεί σε περιφερειακό και δημοτικό επίπεδο για τη διευκόλυνση και την παρακολούθηση αυτής της προσέγγισης. Αυτή φαίνεται να είναι η καλύτερη επιλογή σύμφωνα με το Σενάριο 2 και χρησιμοποιείται ως βάση αξιολόγησης στον ακόλουθο πίνακα.

⁵² Ν. 3463/2006 (άρθρο 265, παράγραφος 4).

⁵³ Ν. 3852/2010 (άρθρο 70).

Σενάριο 2 - Αξιολόγηση της επιλογής να αναλάβει η Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου την ευθύνη για την υλοποίηση του ΣΔΠ μέσω της Διεύθυνσης Τουρισμού και της ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ Α.Ε.

ΥΠΕΡ	ΚΑΤΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Μια επικεφαλής αρχή θα αναλάβει τον ρόλο του φορέα υλοποίησης του ΣΔΠ και θα διευκολύνει την ανάπτυξη βραχυχρόνιας σύμπραξης σε νομικό πλαίσιο με συγκεκριμένους όρους και προϋποθέσεις (π.χ. κατανομή έργων και κεφαλαίων που περιλαμβάνονται σε προγραμματικές συμφωνίες, διαδικασίες για τη διαβούλευση των ενδιαφερόμενων φορέων). • Οι ενδιαφερόμενοι φορείς του δημόσιου τομέα θα διαμορφώσουν μια περιεκτική ατζέντα σχεδιασμού διαχείρισης προορισμού. • Απαιτεί μέτριο βαθμό συναίνεσης μεταξύ των ενδιαφερόμενων φορέων του ιδιωτικού τομέα λόγω του ισχυρού ρόλου των οργανισμών του δημόσιου τομέα. • Πολυμορφία χρηματοδοτικών πόρων (προγραμματικές συμφωνίες⁵⁴, επιχορηγήσεις της ΕΕ, χορηγίες, φιλανθρωπικά ιδρύματα σε σχέση με την παροχή αγαθών, υπηρεσιών και έργων⁵⁵ κ.λπ.) • Χρονικά αποτελεσματικές διαδικασίες για την οργανωτική αναδιάρθρωση. 	<ul style="list-style-type: none"> • Θα χρειαστεί η λήψη αποφάσεων από ανώτερες αρχές για τις θεσμικές τροποποιήσεις προτού προχωρήσουν οι αλλαγές. • Η χρηματοδότηση του δημόσιου τομέα μπορεί να κυριαρχήσει στα αρχικά στάδια της υλοποίησης του ΣΔΠ. • Η κυριαρχία οργανισμών του δημόσιου τομέα μπορεί να αποκλείσει επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα από τη λήψη αποφάσεων και, συνεπώς, να τις φέρει σε μειονεκτική θέση. • Μεμονωμένες επιχειρήσεις μπορεί να συμμετάσχουν μόλις ωριμάσει κάπως η συνεργασία. • Χρονοβόρες διαδικασίες για την υλοποίηση έργου (π.χ. η νομιμότητα προγραμματικών συμφωνιών υπόκειται σε εξέταση από το Ελεγκτικό Συνέδριο). • Πρόσληψη προσωπικού αυστηρά υπό την αιγίδα ενός οργανισμού του δημόσιου τομέα. • Κοινοποίηση παραγόμενων στοιχείων και αποτελεσμάτων του ΣΔΠ που θα εξαρτώνται κυρίως από τις δεξιότητες και τις δραστηριότητες του δημόσιου τομέα.

Σενάριο 3: Πιο ήπια και ευέλικτη δομή διακυβέρνησης έναντι των άλλων σεναρίων

Η δομή αυτή στηρίζεται στην εκούσια συμμετοχή εταίρων του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, με αμοιβαία συμφωνία για μια στρατηγική ατζέντα και τη μεμονωμένη δέσμευση για την ομαδική προσπάθεια, στο πλαίσιο της οποίας η εμπειρογνωμοσύνη κάθε εταίρου αναπτύσσεται με τον πιο ενδεδειγμένο και τον πιο αποτελεσματικό τρόπο.

⁵⁴ Ν. 3852/2010, όπως τροποποιήθηκε από τον Ν. 4555/2018.

⁵⁵ Ν. 4557/2018 (άρθρο 55).

Αυτή η δομή έχει ήδη δοκιμαστεί στην πρωτεύουσα της Ελλάδας. Το 2018, ο Δήμος Αθηνών, η Aegean Airlines, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών και ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) ένωσαν τις δυνάμεις τους για τη σύσταση μιας μοναδικής σύμπραξης δημόσιου-ιδιωτικού τομέα με την ονομασία *This is Athens & Partners*. Στόχος της σύμπραξης είναι να ενισχύσει την οικονομία επισκεπτών της πόλης και να καθιερώσει την Αθήνα ως έναν ελκυστικό προορισμό για επισκέπτες, κατοίκους, επαγγελματίες και επενδυτές. Η σύμπραξη έχει εξελιχθεί από την αρχική σύστασή της το 2016 και πλέον έχει δεσμευτεί να υλοποιήσει ένα διεξοδικό τριετές σχέδιο αξίας 15 εκ. ευρώ. Το εύρος των τουριστικών έργων ανάπτυξης, διαχείρισης και προώθησης κυμαίνεται από τα προγράμματα αστικής ανάπλασης σε όλη την Αθήνα και το άνοιγμα κλειστών καταστημάτων στο κέντρο της πόλης έως τη διαχείριση εκδηλώσεων και συναυλιών που θα πρωθήσουν την Αθήνα ως σύγχρονο πολιτιστικό κόμβο και ένα διετές πρόγραμμα antitagging για τη φροντίδα της εικόνας της πόλης.

Στην περίπτωση της Σαντορίνης, μια παρόμοια πρωτοβουλία θα απαιτούσε μεγάλο βαθμό συναίνεσης, εταιρικής δεοντολογίας και εμπιστοσύνης μεταξύ των ιδρυτικών εταίρων (αρχικά π.χ. τον Δήμο Σαντορίνης, την Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου και το Επιμελητήριο Κυκλαδών) και ορισμένες άλλες ρυθμίσεις που θα επιτρέψουν τη χρηστή διακυβέρνηση και την υλοποίηση του ΣΔΠ:

- Ένα «Μνημόνιο Συνεννόησης και Συνεργασίας» που θα καθορίζει το πεδίο και τους όρους της σύμπραξης, καθώς και τις βασικές δραστηριότητες που θα αναλάβει κάθε ιδρυτικός εταίρος.
- Ένα Εκτελεστικό Συμβούλιο, το οποίο θα εξασφαλίσει την υλοποίηση του ΣΔΠ μέσω της ικανότητας λήψης αποφάσεων και της εποπτείας όλων των δραστηριοτήτων που αναλαμβάνονται στο πλαίσιο της σύμπραξης.
- Μια Διοικούσα Επιτροπή, η οποία θα συντονίζει τις καθημερινές δραστηριότητες και τη χρηστή διαχείριση των οικονομικών και ανθρώπινων πόρων, με στόχο την υλοποίηση των αποφάσεων του Εκτελεστικού Συμβουλίου.
- Μια ομάδα αποκλειστικών εμπειρογνωμόνων που περιλαμβάνει νεοπροσληφθέντες (που θα προσληφθούν από τον έναν από τους ιδρυτικούς εταίρους) και υπάρχοντα μέλη προσωπικού από έναν ή περισσότερους ιδρυτικούς εταίρους για την υποστήριξη της υλοποίησης του ΣΔΠ.
- Ένα δεύτερο επίπεδο μελών της σύμπραξης ώστε να καταστεί δυνατή η ενεργή συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στο σχήμα με βάση τις ίδιες αρχές για μεγάλο βαθμό συναίνεσης, εταιρικής δεοντολογίας και εμπιστοσύνης.
- Πάγια ποσά ετήσιας εισφοράς από τους ιδρυτικούς εταίρους και τα μέλη της σύμπραξης για συμφωνημένο χρονικό διάστημα.
- Ξεκάθαρα διατυπωμένες, συγκεκριμένες υποχρεώσεις και οφέλη τόσο για τους ιδρυτικούς εταίρους όσο και τα μέλη της σύμπραξης.

- Πλαισιο των πηγών χρηματοδότησης και επιλογές/ διαδικασίες άντλησης κεφαλαίων.

Αξιολόγηση σεναρίου 3

ΥΠΕΡ	ΚΑΤΑ
<ul style="list-style-type: none"> • Υψηλό επίπεδο συμμετοχής του ιδιωτικού τομέα, παράλληλα με βασικούς οργανισμούς του δημόσιου τομέα. • Δέσμευση για ένα κοινό στρατηγικό όραμα και στόχους στο πλαίσιο ενός μνημονίου συνεννόησης (κουλτούρα συνεργασίας). • Αποκλειστική ατζέντα με σαφείς ρόλους και ευθύνες. • Εξ αρχής πιο ισορροπημένη κατανομή κεφαλαίων μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. • Πολυμορφία πηγών χρηματοδότησης και ευκαιριών για άντληση κεφαλαίων • Πρόσληψη προσωπικού υπό τη σκέπη φιλόδοξου εμπορικού σήματος της σύμπραξης με εταίρους με επιρροή. • Τα οφέλη επικοινωνίας για τον δημόσιο τομέα μέσω των αντίστοιχων δεξιοτήτων και δραστηριοτήτων του ιδιωτικού τομέα. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ελλειψη νομικής προσωπικότητας και επιπτώσεις (π.χ. τα συμβόλαια μπορούν να υπογραφούν μόνο από μεμονωμένους εταίρους). • Η διαπραγματευτική ικανότητα εξαρτάται από τα μεμονωμένα μέλη. • Η αυξημένη χρηματοδότηση από τον ιδιωτικό τομέα μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη κρατικού ελέγχου επί των προτεραιοτήτων πολιτικής. • Ανάγκη για υψηλό επίπεδο συναίνεσης και εμπιστοσύνης μεταξύ των βασικών ενδιαφερόμενων φορέων ή/και μεμονωμένων επιχειρήσεων – η αναδιαπραγμάτευση μπορεί επίσης να είναι προβληματική. • Υψηλό επίπεδο κινδύνου σε σχέση με τις αλλαγές στη στρατηγική των μεμονωμένων εταίρων. • Εξάρτηση από εταίρους που έχουν την ικανότητα υλοποίησης των δραστηριοτήτων που τους αναλογούν. • Μεγαλύτερη εξάρτηση (έναντι άλλων προγραμμάτων) από διαπροσωπικές σχέσεις και το όραμα των προσωπικοτήτων που θέσπισαν πρώτοι τη σύμπραξη.

7.4. Επιπτώσεις της υλοποίησης της διακυβέρνησης

Καθένα από αυτά τα σενάρια μπορεί να υποβληθεί σε περαιτέρω επεξεργασία ώστε να ληφθούν υπ' όψιν τα εν εξελίξει σχέδια των βασικών ενδιαφερόμενων φορέων (π.χ. η νέα δημοτική αρχή της Σαντορίνης) ενώ επίσης θα μπορούσε να επιδιωχθεί μια μικτή προσέγγιση (π.χ. μνημόνιο συνεννόησης σε συνδυασμό με πιο ενεργό ρόλο για την Αναπτυξιακή Εταιρεία Περιφέρειας Νότιου Αιγαίου).

PART 8

CRITICAL SUCCESS FACTORS

8. Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας

Οι ακόλουθοι παράγοντες θα έχουν καίρια σημασία για την επιτυχή υλοποίηση του παρόντος ΣΔΠ και, συνεπώς, για την ανάπτυξη του τουρισμού στη Σαντορίνη που θα είναι βιώσιμη στο προσεχές μέλλον.

- **Συνεργασία:** Η αποτελεσματική συνεργασία ανάμεσα στους μείζονες ενδιαφερόμενους φορείς, ιδίως μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων φορέων σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και, κατά περίπτωση, διεθνές επίπεδο.
- **Οι κάτοικοι ως συμμετέχοντες:** Οι κάτοικοι οφείλουν να κατανοήσουν την αξία που έχει ο βιώσιμος τουρισμός για τη Σαντορίνη και να δεσμευτούν για να διασφαλίσουν αυτή τη βιώσιμη ανάπτυξη.
- **Διαχείριση της ροής επισκεπτών:** Δέσμευση για την εξεύρεση λύσεων για τη διαχείριση των ροών των επισκεπτών, ιδίως κατά την κύρια τουριστική περίοδο.
- **Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου:** Να πειστούν οι εταιρείες να επεκτείνουν τα απευθείας αεροπορικά δρομολόγια από βασικές αγορές και ένας σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων της Σαντορίνης να συνεχίσει να λειτουργεί εκτός της κύριας περιόδου.
- **Βιώσιμη τοπική κοινωνία:** Δέσμευση για την εξεύρεση λύσεων που επιτυγχάνουν βιώσιμη χρήση της ενέργειας, διαχείριση αποβλήτων και κατανάλωση νερού, καθώς και επαρκή διαθεσιμότητα κατοικιών σε προσιτές τιμές για τους κατοίκους, ιδίως τους σημαντικούς εργαζόμενους για το κοινωνικό σύνολο.
- **Περιβάλλον:** Δέσμευση για την εξεύρεση και την υλοποίηση λύσεων που μειώνουν τη ρύπανση που προκαλείται από τις εκπομπές των κρουαζιερόπλοιων, τους χώρους υγειονομικής ταφής και τα απορρίμματα.
- **Υποδομές:** Δέσμευση για την αντιμετώπιση των ανεπαρκειών των υποδομών, ιδίως στον αερολιμένα, τα λιμάνια, τους δρόμους και τους χώρους στάθμευσης.
- **Εμπειρία των επισκεπτών και «αίσθηση του τόπου»:** Δέσμευση για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών όπως προσδιορίζεται στο παρόν ΣΔΠ και για τη συστηματική προβολή - σε σχέση με την ανάπτυξη υποδομών και προϊόντων/εμπειριών καθώς και τα διαφημιστικά μηνύματα - των χαρακτηριστικών τουριστικής ταυτότητας που προσδιορίζουν και διαφοροποιούν τη Σαντορίνη.
- **Πόροι:** Ικανότητα εξασφάλισης επαρκούς χρηματοδότησης και χρήσης κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού για την αντιμετώπιση των θεμάτων που προσδιορίζονται στο παρόν ΣΔΠ.

ANNEX 1

ACTION PLAN

SANTORINI

Παράρτημα 1: Σχέδιο Δράσης

Αυτό το Σχέδιο Δράσης παραθέτει μια σειρά δράσεων για την υλοποίηση των στόχων και των στρατηγικών προτεραιοτήτων που περιγράφονται στο ΣΔΠ για τη Σαντορίνη. Όπως παρουσιάζεται εδώ, περιέχει μόνο περιορισμένες λεπτομέρειες: τον κατάλογο των συνιστώμενων δράσεων, τον προτεινόμενο επικεφαλής οργανισμό υλοποίησης και πιθανά μέτρα εκτέλεσης. Μετά τη σύσταση της ομάδας των ενδιαφερόμενων φορέων υλοποίησης, θα χρειαστεί να επεξεργαστεί το Σχέδιο Δράσης, με λεπτομερή στοιχεία για κάθε δράση που θα περιλαμβάνουν:

- Τα άτομα ή τους οργανισμούς που θα τεθούν επικεφαλής της υλοποίησης και αυτά που συμμετέχουν επικουρικά
- Τους απαιτούμενους οικονομικούς και ανθρώπινους πόρους
- Το χρονικό πλαίσιο και το επίπεδο προτεραιότητας
- Τους συγκεκριμένους, μετρήσιμους, εφικτούς, συναφείς, χρονικά καθορισμένους (SMART) στόχους.

Ενα υπόδειγμα με αυτές τις στήλες έχει συμπεριληφθεί για να βοηθήσει στον μελλοντικό σχεδιασμό.

«Ζωντανό» Σχέδιο

Το Σχέδιο Δράσης πρέπει να διατηρείται «Ζωντανό» ως διαρκές πλαίσιο για τις δράσεις τουριστικής ανάπτυξης στη Σαντορίνη. Θα πρέπει να υποβάλλεται σε επίσημη ανασκόπηση τουλάχιστον σε ετήσια βάση. Ωστόσο, θα πρέπει επίσης να τελειοποιείται και να επικαιροποιείται καθώς αλλάζουν οι περιστάσεις, προκειμένου να παραμένει ένα άκρως πρακτικό έγγραφο που είναι τόσο φιλόδοξο όσο και ρεαλιστικό, με στρατηγικό επίκεντρο και προσανατολισμένο στη δράση.

Συμμετοχή ενδιαφερόμενων φορέων

Προκειμένου να επιτύχει τα βέλτιστα αποτελέσματα, το σχέδιο πρέπει να κοινοποιηθεί στους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς της Σαντορίνης. Θα πρέπει να ενημερώνονται για την πρόοδο, με σαφή παρουσίαση των προκλήσεων, επισήμανση των επιτυχιών και αίτημα για συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, όποτε απαιτείται. Η συμμετοχή είναι σημαντική για να εξασφαλιστεί η ευρεία αποδοχή σε όλο το νησί, η οποία θα έχει σημασία για τη διασφάλιση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της Σαντορίνης στο μέλλον.

Οργανισμός υλοποίησης σχεδίου διαχείρισης προορισμού

Στο ακόλουθο Σχέδιο Δράσης, ο «Προτεινόμενος Επικεφαλής» είναι, σε πολλές περιπτώσεις, ο ΟΔΠ, δηλαδή ο Οργανισμός Διαχείρισης Προορισμού. Παραπέμπει στη δομή διακυβέρνησης για την υλοποίηση του ΣΔΠ, για την οποία οι επιλογές έχουν παρουσιαστεί στο Μέρος 7. Αυτές οι επιλογές περιλαμβάνουν μια νεοσυσταθείσα οντότητα, έναν υπάρχοντα οργανισμό που αναλαμβάνει τον ρόλο ή μια ανεπίσημη σύμπραξη οργανισμών που χειρίζονται τις αρμοδιότητες μεταξύ τους. Στο πλαίσιο του παρόντος Σχεδίου Δράσης, ως ΟΔΠ νοείται οποιαδήποτε από αυτές τις δομές επιλεγεί από τους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς στη Σαντορίνη.

Σχέδιο δράσης ΣΔΠ για τη Σαντορίνη

Στρατηγική προτεραιότητα 1: Να καταστεί η Σαντορίνη βιώσιμη για τις επόμενες δεκαετίες

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Εκτέλεση Μέτρα
Ανεξάρτητη, επιστημονική αξιολόγηση της ικανότητας υποδοχής τουριστών ⁵⁶ Σαντορίνης γενικά και ειδικότερα της Οίας και της Οίας και των Φηρών	<ul style="list-style-type: none"> Ανάθεση της επιστημονικής αξιολόγησης της ικανότητας υποδοχής τουριστών του νησιού σε καθοριστικής σημασίας χώρους, σε καταξιωμένο εμπειρογνώμονα. Δημιουργία τοπικού μητρώου δυναμικού των παρόχων τουριστικών υπηρεσιών – άδειες εταιρειών εκμετάλλευσης για όλα τα είδη καταλυμάτων, υπεύθυνους επιχειρήσεων τροφίμων, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων/μοτοσικλετών κ.λπ. Κατάρτιση σύντομου ενημερωτικού εγγράφου καταχωρίσεων για την προβολή των οφελών που θα έχουν οι εταιρείες του κλάδου από την επίσημη εγγραφή σύμφωνα με τους όρους του ΣΔΠ. 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Δήμος Σαντορίνης / Επιμελητήριο Κυκλαδών	<ul style="list-style-type: none"> Εγκαίρη παράδοση μίας μελέτης με πρακτικές συστάσεις. Εγκαίρη δημιουργία μητρώου με συμπερίληψη όλων των συναφών επιχειρήσεων. Εγκαίρη κατάρτιση ενημερωτικού εγγράφου, με χρήσιμο και πειστικό περιεχόμενο.
Δράση για να διασφαλιστεί ότι οι όγκοι τουριστών έχουν συνάφεια με την ικανότητα υποδοχής τουριστών.	<ul style="list-style-type: none"> Διαβούλευση με εταιρείες κρουαζιερόπλοιων για την επίτευξη αμοιβαίας αποδεκτής, βιώσιμης ισορροπίας ανάμεσα στη βιωσιμότητα της κρουαζιέρας, την απόλαυση των επιβατών στη Σαντορίνη και την ανοχή των κατοίκων. Ανασκόπηση και λήψη αποφάσεων για θέματα που θα ανακύψουν από τις πρόσφατες δημόσιες διαβούλευσεις με τους τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς σε σχέση με την ιεράρχηση των παραγόντων για τη θέσπιση/λειτουργία του συστήματος ελέγχου αφίξεων-αναχωρήσεων στη Σαντορίνη [δηλαδή μήκος και βύθισμα κρουαζιερόπλοιου, ώρα άφιξης κρουαζιερόπλοιου, ώρα αναχώρησης κρουαζιερόπλοιου, αριθμός διαλιμενικών συνδυασμένων μεταφορών, διάρκεια παραμονής κρουαζιερόπλοιου, αριθμός επιβατών (πλήρης δυναμικότητα πλοίου), αριθμός διανυκτερεύσεων κρουαζιερόπλοιου στο λιμάνι, ευελιξία των εταιρειών κρουαζιερόπλοιων να δεχτούν τις αλλαγές ημερομηνιών, αριθμός επισκέψεων 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή αποτελεσματικού, τακτικού συστήματος επικοινωνίας.

⁵⁶ «Ικανότητα υποδοχής τουριστών» που λαμβάνει υπ' όψιν την ποιότητα ζωής (σύμφωνα με τις αντιλήψεις των κατοίκων), την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών, την ποιότητα του περιβάλλοντος, τους περιορισμούς των υποδομών κ.λπ. – πιθανόν χρησιμοποιώντας ως πλαίσιο την έκθεση «Managing Tourism Growth» του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (2019).

	<p>των κρουαζιερόπλοιων εκτός της κύριας περιόδου, ώρα αναγγελίας της επίσκεψης κρουαζιερόπλοιου, αριθμός επισκέψεων κρουαζιερόπλοιων του περασμένου έτους, μέσος όρος επισκέψεων κρουαζιερόπλοιων ανά εταιρεία την τελευταία τριετία, ειδική συμφωνία με τη λιμενική αρχή, αριθμός ακυρώσεων].</p> <ul style="list-style-type: none"> • Περιορισμός του αριθμού των κρουαζιερόπλοιων ανά ημέρα τις ώρες αιχμής (π.χ. 3-5, ανάλογα με τη δυναμικότητα του σκάφους). • Κλιμάκωση των αφίξεων των κρουαζιερόπλοιων καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας τις ώρες αιχμής. • Θέσπιση ορίου στον αριθμό των αποβιβαζόμενων επιβατών κρουαζιερόπλοιων ανά ημέρα στα Φηρά (π.χ. 5.000-8.000) και στον Αθηνιό. • Κατάρτιση χρονοδιαγράμματος των ωρών επιβίβασης και αποβίβασης. • Επιβολή τελών στους επιβάτες κρουαζιερόπλοιων. • Κλιμάκωση των χρόνων των αεροπορικών αφίξεων και αναχωρήσεων σε ώρες αιχμής με στόχο τη μείωση της συμφόρησης. • Κατασκευή βάσης ενοικίασης οχημάτων εκτός αεροδρομίου με μίνι λεωφορείο μεταξύ αεροδρομίου και βάσης ενοικίασης για μείωση της κυκλοφοριακής συμφόρησης στο αεροδρόμιο. • Εισαγωγή και επιβολή συστημάτων «στάθμευσης και περιπατήματος» στην Οία και τα Φηρά, παραχωρώντας περισσότερο χώρο στάθμευσης εκτός αυτών των πόλεων και δημιουργώντας ζώνες αποκλειστικά για πεζούς. (Δείτε την Ενότητα 2 παρακάτω) 		<ul style="list-style-type: none"> • Εφαρμογή και επιβολή ορίου ανά ημέρα. • Εφαρμογή και επιβολή κλιμακωτού χρονοδιαγράμματος. • Εφαρμογή και επιβολή ανώτατου ορίου. • Εφαρμογή και επιβολή χρονοδιαγράμματος επιβιβάσεων/αποβιβάσεων. • Συμφωνία και είσπραξη τελών. • Εφαρμογή συστήματος διαστημάτων κλιμακωτής άφιξης/αναχώρησης. • Δημιουργία βάσης ενοικίασης οχημάτων εκτός αεροδρομίου, με σύνδεση με μίνι λεωφορείο • (Δείτε την Ενότητα 2 παρακάτω)
Προστασία των ζώων	<ul style="list-style-type: none"> • Θέσπιση διεθνώς αναγνωρισμένης πιστοποίησης για τη διασφάλιση ορθών πρακτικών ανάβασης με γαϊδουράκια/μουλάρια, ιδίως από το παλιό λιμάνι των Φηρών και στην Οία. 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> • Πιστοποιημένη έγκριση από αναγνωρισμένο διεθνή οργανισμό προστασίας των ζώων
Συνεργασία μεταξύ νησιών: να κατανέμηθούν τα οφέλη και η επιβάρυνση των επισκεπτών	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη κοινών πακέτων και ανάληψη της προώθησης με γειτονικά νησιά. 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> • Εφαρμογή πακέτου εντός της προθεσμίας.

Ολοκληρωμένο σχέδιο μετεπιβιβάσεων για επιβάτες και εμπορεύματα, με ολοκληρωμένο κόμβο μεταφορών.	<ul style="list-style-type: none"> Ανασκόπηση της δυνατότητας ανάπτυξης νέου κόμβου μεταφορών με μετεπιβιβάσεις για την εξυπορέτηση των επιβατών από θαλάσσιες εκδρομές (δηλαδή από κρουαζιερόπλοια και φεριμπότ) και των επισκεπτών που ενοικιάζουν οχήματα (δηλαδή αυτοκίνητα, οχήματα παντός εδάφους, μοτοσικλέτες κ.λπ.) 	Δήμος Σαντορίνης / Επιμελητήριο Κυκλαδών	<ul style="list-style-type: none"> Ανάληψη απόφασης
Βιώσιμες πρακτικές από τουριστικές επιχειρήσεις	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη και διανομή ενός οδηγού για βιώσιμες πρακτικές για όλους τους τουριστικούς πράκτορες. Ανάπτυξη και διεξαγωγή ενός εκπαιδευτικού προγράμματος σχετικά με τις βιώσιμες πρακτικές για τους τουριστικούς πράκτορες. 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη και διανομή οδηγού σύμφωνα με τον στόχο. Υλοποίηση εκπαίδευσης σύμφωνα με τον στόχο.
Αυστηροί έλεγχοι για τη ρύπανση από τα κρουαζιερόπλοια.	<ul style="list-style-type: none"> Παρακολούθηση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης και της ρύπανσης των υδάτων. Θέσπιση και επιβολή ελέγχων: <ul style="list-style-type: none"> Επιδιώκεται συμφωνία βάσει της οποίας ένα ποσοστό όλων των κρουαζιερόπλοιων που εισέρχονται στην καλντέρα πρέπει να τροφοδοτείται με υγροποιημένο φυσικό αέριο (LNG) έως (το έτος που θα συμφωνηθεί). Να συμφωνηθεί ότι όλα τα κρουαζιερόπλοια που θα εισέρχονται στην καλντέρα θα έχουν συστήματα καθαρισμού καυσαερίου (EGCS) και προηγμένα συστήματα κατεργασίας λυμάτων (AWTS) έως (το έτος που θα συμφωνηθεί). Να αναπτυχθεί ένα πρόγραμμα επιθεωρήσεων για να διασφαλιστεί ότι τα κρουαζιερόπλοια συμμορφώνονται με τις συμφωνημένες διαδικασίες για την ελαχιστοποίηση της ρύπανσης. Να συμφωνηθούν απαιτήσεις αναφοράς από τα κρουαζιερόπλοια. Να διατηρηθεί η ευαισθητοποίηση για τις βέλτιστες πρακτικές στη διαχείριση προορισμού σε σχέση με τα κρουαζιερόπλοια. Να εφαρμοστούν διαφοροποιημένες χρεώσεις για τα κρουαζιερόπλοια με καλές/κακές περιβαλλοντικές επιδόσεις (π.χ. τροφοδοσία με LNG, συστήματα EGCS και AWTS κ.λπ.). Να εξεταστεί το ενδεχόμενο κατασκευής νέου λιμένα, οπότε τα κρουαζιερόπλοια θα χρειαστεί να χρησιμοποιούν εγκαταστάσεις παροχής ρεύματος από την ξηρά. (Ανατρέξτε στην ενότητα «Επείγουσα δράση για τις υποδομές» παρακάτω) 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Δήμος Σαντορίνης / Επιμελητήριο Κυκλαδών	<ul style="list-style-type: none"> Ανεξάρτητες μετρήσεις της ποιότητας της ατμόσφαιρας και των υδάτων. Θέσπιση, παρακολούθηση και επιβολή διαδικασιών βάσει συμφωνίας.

Βέλτιστη πρακτική για τη διαχείριση/ανακύκλωση αποβλήτων	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη συστήματος ανακύκλωσης οικιακών απορριμμάτων και εμπορικών αποβλήτων. Αντιμετώπιση θεμάτων του χώρου υγειονομικής ταφής: δυναμικότητα και αισθητική όχληση. Θέσπιση/επέκταση συστημάτων για την ανακύκλωση «καθαρών» βιομηχανικών λυμάτων σε βιομηχανικές/γεωργικές διεργασίες (π.χ. για αμπελώνες) Τακτική αποκομιδή απορριμμάτων από τα πεζοδρόμια, ιδίως κατά την κύρια τουριστική περίοδο. Θέσπιση απαγόρευσης για τα διακριτικής ευχέρειας πλαστικά είδη μίας χρήσης. Σχεδιασμός και υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και πρακτικών διαχείρισης αποβλήτων για επιχειρήσεις και λοιπούς σχετικούς ενδιαφερόμενους φορείς. 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Δήμος Σαντορίνης/ Επιμελητήριο Κυκλαδών	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή συστήματος ανακύκλωσης. Ικανοποιητική αντιμετώπιση των θεμάτων απόρριψης αποβλήτων και υγειονομικού χώρου ταφής. Αύξηση της χρήσης ανακυκλωμένων, «καθαρών», βιομηχανικών λυμάτων σε βιομηχανικές/γεωργικές διεργασίες. Εφαρμογή προγράμματος τακτικής αποκομιδής απορριμμάτων. Εφαρμογή απαγόρευσης, μείωση των πλαστικών μίας χρήσης. Εφαρμογή και υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε x% των επιχειρήσεων.
Μέτρα προστασίας/ διαχείρισης νερού και ενέργειας	<ul style="list-style-type: none"> Εκπαιδευτικά προγράμματα σε σχέση με τη διαφύλαξη ενέργειας και υδάτων για τουριστικούς πράκτορες. Αύξηση της ευαισθητοποίησης των επισκεπτών για τον αντίκτυπο της συμπεριφοράς τους και στρατολόγησή τους για τη μείωση της κατανάλωσης νερού και ενέργειας χρησιμοποιώντας: <ul style="list-style-type: none"> - Σαφή, ανεπίσημα μηνύματα σε κομβικά σημεία (π.χ. καταλύματα – με σήμανση κατά την άφιξη και μέσα στο δωμάτιο, στις περιηγήσεις – μέσω των ξεναγών, στα γραφεία ενοικίασης και σε τουριστικούς πράκτορες – κατά την κράτηση και την είσπραξη, ηλεκτρονικά και στα ενημερωτικά φυλλάδια) - Μια εκστρατεία «Διατηρήστε τη Σαντορίνη καθαρή» στη διάρκεια της κύριας τουριστικής περιόδου. 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Δήμος Σαντορίνης / Επιμελητήριο Κυκλαδών	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή και υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε x% των επιχειρήσεων. X% μείωση της κατανάλωσης νερού και ενέργειας από τους επισκέπτες έως (το έτος που θα συμφωνηθεί).
Ενίσχυση των οικιστικών κοινωνιών	<ul style="list-style-type: none"> Υλοποίηση ετήσιων ερευνών ικανοποίησης των κατοίκων για εκτίμηση της ανοχής των κατοίκων έναντι του αριθμού των επισκεπτών και του αντίκτυπου τους στην καθημερινότητά τους. 	Δήμος Σαντορίνης/ Επιμελητήριο Κυκλαδών	<ul style="list-style-type: none"> Ετήσιες έρευνες που δείχνουν την αυξημένη ανοχή των κατοίκων ως

	<ul style="list-style-type: none"> • Συμφωνία για επιβολή ορίων σε σχέση με τη διάρκεια των βραχυχρόνιων μισθώσεων σε οικιστικές περιοχές – πρβλ. Παρίσι, Σαν Φρανσίσκο, Ρέικιαβικ κ.ά. – 60-120 ημέρες κατ' έτος. • Διασφάλιση της κατάλληλης ισορροπίας ανάμεσα στους κανονισμούς που ισχύουν για ακίνητα ατομικής ιδιοκτησίας και πολλαπλά ακίνητα υπό ενιαία επιχειρηματική ιδιοκτησία. • Διασφάλιση της διαθεσιμότητας κατοικιών σε προσιτές τιμές για τους κατοίκους και ότι η ζήτηση των επισκεπτών για καταλύματα δεν αποκλείει τους κατοίκους από τη στεγαστική αγορά. • Διασφάλιση της διαθεσιμότητας αξιοπρεπών καταλυμάτων για τους εποχικούς εργαζομένους. • Διασφάλιση ότι οι επισκέπτες χρησιμοποιούν χώρους στάθμευσης στις παρυφές αστικών κέντρων και χωριών – μέσω της δημιουργίας χώρων στάθμευσης και επιβολής της χρήσης τους. • Παρότρυνση των τοπικών κοινωνιών να συμμετάσχουν στην ανάπτυξη νέων εμπειριών για τους επισκέπτες. 		<p>επακόλουθο της επιτυχημένης υλοποίησης μέτρων που στοχεύουν στην ελαχιστοποίηση της αναστάτωσης/συμφόρησης της κοινότητας λόγω των επισκεπτών.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εφαρμογή και επιβολή ξεκάθαρων ορίων. • Εφαρμογή αποτελεσματικών και δίκαιων κανονισμών για τα δύο είδη ενοικιαζόμενων ακινήτων. • Επαρκής διαθεσιμότητα στέγης για τους κατοίκους σε προσιτές τιμές. • Κατάλληλα ποιοτικά καταλύματα διαθέσιμα για τους εποχικούς εργαζομένους, όπως απαιτείται. • Ελάχιστη κυκλοφορία επισκεπτών που έχουν σταθμεύσει σε αστικά κέντρα και χωριά. • Συμμετοχή κατοίκων και άσκηση επιδρασης στο μέλλον του τουρισμού στις κοινότητές τους και ικανοποίηση με κάθε νέα εξέλιξη.
--	---	--	---

<p>Επείγοντα μέτρα για τις υποδομές – λιμένας, αερολιμένας, δρόμοι, νερό, ενέργεια, απόβλητα.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Θέσπιση ετήσιων περιβαλλοντικών στόχων, ανάπτυξη σχεδίων δράσης και παροχή αναφορών βιωσιμότητας. Ανάπτυξη πρακτικής προωθητικής εκστρατείας για τους τουριστικούς πράκτορες ώστε να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπό τους, την κατανάλωση ενέργειας και νερού και να αυξήσουν τις συνήθειες ανακύκλωσης (π.χ. ανακύκλωση, συλλογή όμβριων υδάτων, μείωση της χρήσης πλαστικών, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας). Ανασκόπηση δυνατοτήτων για την ελαχιστοποίηση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου μέσω αλλαγής στις υποδομές [π.χ. στόχος να μετατραπούν σε ηλεκτρικά τα περισσότερα οχήματα της Σαντορίνης έως (το έτος που θα συμφωνηθεί), ανάπτυξη δικτύου σημείων φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων, περιορισμός της εισαγωγής νέων οχημάτων σε ηλεκτρικά μόνο έως (το έτος που θα συμφωνηθεί)]. Βελτίωση της οδικής υποδομής, με βάση τις κατευθυντήριες γραμμές της Μελέτης Προσβασιμότητας για την Πολιτιστική Διαδρομή της Σαντορίνης, ιδίως κοντά σε βασικά αξιοθέατα και δημοφιλείς χώρους. Χρήση ηλεκτρικών μίνι λεωφορείων για την τουριστική κυκλική γραμμή Santorini Culture Bus – μια πρόταση που περιλαμβάνεται στο Master Plan της Πολιτιστικής Διαδρομής. Πρόσκληση σε εταιρεία με εφαρμογές κοινής χρήσης αυτοκινήτων να ιδρύσει μια επιχείρηση στη Σαντορίνη. Ανασκόπηση των δυνατοτήτων για κατασκευή νέου λιμένα, οπότε τα κρουαζιερόπλοια θα χρειαστεί να χρησιμοποιούν εγκαταστάσεις παροχής ρεύματος από την ξηρά. 		<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή περιβαλλοντικού σχεδίου με στόχους. Βελτιωμένες περιβαλλοντικές πρακτικές από τους τουριστικούς πράκτορες, ιδίως μειωμένη κατανάλωση ενέργειας και νερού και αυξημένη ανακύκλωση. Εφαρμογή μακροπρόθεσμης στρατηγικής για το περιβάλλον. Βελτιωμένη οδική υποδομή. Λειτουργία ηλεκτρικών μίνι λεωφορείων. Μειωμένη χρήση αυτοκινήτου από τους επισκέπτες. Λήψη απόφασης σχετικά με το νέο λιμάνι.
<p>Καθεστώς με ουδέτερο αποτύπωμα άνθρακα για τη Σαντορίνη</p>	<ul style="list-style-type: none"> Στόχος να έχει η Σαντορίνη ουδέτερο αποτύπωμα άνθρακα έως (το έτος που θα συμφωνηθεί) μέσω: <ul style="list-style-type: none"> Διαβούλευσεων για την εξασφάλιση συμφωνίας με κατοίκους και επιχειρήσεις. Ανάπτυξης περιβαλλοντικής πολιτικής και συστήματος πιστοποίησης. 	<p>Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου / Δήμος Σαντορίνης / Επιμελητήριο Κυκλαδών</p>	<ul style="list-style-type: none"> Εξασφάλιση συμφωνίας με κατοίκους και επιχειρήσεις. Επίτευξη καθεστώτος με ουδέτερο αποτύπωμα άνθρακα την ημερομηνία-στόχο.

Στρατηγική προτεραιότητα 2: Να γίνει διαχείριση του τουρισμού με τρόπο που θα διασφαλίζει την ποιότητα ζωής και την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών, διασφαλίζοντας την εναρμόνιση με την τουριστική ταυτότητα του προορισμού (δείτε το 6 παρακάτω)

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Μέτρα εκτέλεσης
Υποδοχή και ενημέρωση σε σημεία άφιξης	<ul style="list-style-type: none"> Παροχή απλού χάρτη/οδηγού και προώθηση βέλτιστων διαθέσιμων εφαρμογών για τον προορισμό στα σημεία άφιξης: Ανάπτυξη σήμανσης υποδοχής στον χώρο αφίξεων του αεροδρομίου και χειροτεχνημάτων για να μεταδίδουν μια «αίσθηση του τόπου» κατά την άφιξη – στον χώρο των αφίξεων και τον δημόσιο χώρο του τερματικού σταθμού. 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη χαρτών και εφαρμογών. Τοποθέτηση ελκυστικής σήμανσης στο αεροδρόμιο και κατάλληλα χειροτεχνήματα που αποτυπώνουν την «αίσθηση του τόπου» της Σαντορίνης
Βελτιωμένη σήμανση – σχετική με το σχέδιο διαχείρισης επισκεπτών	<ul style="list-style-type: none"> Υλοποίηση διεξοδικής ανασκόπησης της σήμανσης στη Σαντορίνη με 2 βασικούς στόχους: <ul style="list-style-type: none"> Να βοηθήσει τους επισκέπτες και να διασφαλίσει την ορθότητα των υφιστάμενων τουριστικών πινακίδων και οδικών σημάτων κατεύθυνσης Να απομακρυνθούν τυχόν παράνομες και παραπλανητικές πινακίδες. Η ανασκόπηση πρέπει επίσης να εξετάσει την εμπειρία των επισκεπτών από το αεροδρόμιο έως τις διάφορες τοποθεσίες. Ανάπτυξη ξεκάθαρων οδικών σημάτων κατεύθυνσης προς βασικές τοποθεσίες και αξιοθέατα επισκεπτών σε όλο το νησί. Ανάπτυξη καλαίσθητης, περιβαλλοντικά φιλικής ερμηνευτικής σήμανσης για τον προσδιορισμό και την ερμηνεία βασικών τουριστικών αξιοθέατων, διαδρομών και εγκαταστάσεων. 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Ολοκλήρωση της ανασκόπησης της σήμανσης με σαφείς συστάσεις. Τοποθέτηση ξεκάθαρων, επακριβών οδικών σημάτων κατεύθυνσης σε σχετικά σημεία. Ελκυστικές και ενημερωτικές ερμηνευτικές πινακίδες σε βασικά σημεία ενδιαφέροντος.
Βελτιωμένη διερμηνεία, ιδίως σε μείζονες χώρους	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη ξεκάθαρων, ελκυστικών και ψυχαγωγικών μεθόδων ερμηνείας σε μείζονες χώρους (π.χ. Ακρωτήρι, Αρχαία Θήρα) - από πλαίσια, πίνακες και βίντεο έως ολογράμματα και εφαρμογές ενισχυμένης και εικονικής πραγματικότητας (AR/VR). 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή βελτιωμένης, επίκαιρης ερμηνευτικής σήμανσης. Παραγωγή θεματικών οδηγών.

	<ul style="list-style-type: none"> Παραγωγή θεματικών οδηγών με ενημερωτικό, αλλά όχι εξαντλητικά λεπτομερές, υλικό για τους σημαντικούς χώρους (π.χ. αρχαιολογικός οδηγός Σαντορίνης) με συνδέσμους προς επιπλέον πληροφορίες. Ανάπτυξη και διαρκής ενημέρωση διαδικτυακού πληροφοριακού υλικού για τους επισκέπτες για σημαντικούς χώρους. 		<ul style="list-style-type: none"> Δημιουργία και τακτική ανανέωση διαδικτυακού υλικού.
Απομάκρυνση της κυκλοφορίας από την Οία και τα Φηρά καθώς και στάθμευση και περιπάτημα - χώρος στάθμευσης με χρέωση που θα ποικίλλει ανάλογα με την ώρα της ημέρας, την εποχή του χρόνου	<ul style="list-style-type: none"> Διασφάλιση επαρκούς στάθμευσης για όλα τα είδη οχημάτων στα περίχωρα της Οίας και των Φηρών. Επέκταση και επιβολή ζωνών «μόνο για πεζούς» και «απαγορευμένης στάθμευσης». Θέσπιση εισόδου με εισιτήριο σε περιόδους αιχμής, με εκ των προτέρων αγορά. (Δείτε παρακάτω) Δημιουργία κατάλληλων ζωνών αποβίβασης για τουριστικά λεωφορεία σε κατάλληλες θέσεις. 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Δημιουργία αρκετών χώρων στάθμευσης για την κάλυψη της ζήτησης. Ανάπτυξη και εφαρμογή ζωνών μόνο για πεζούς. Εφαρμογή συστήματος εισόδου με εισιτήριο. Δημιουργία και εφαρμογή ζωνών αποβίβασης.
Βελτιωμένες, εύχρηστες δημόσιες μεταφορές για τους επισκέπτες	<ul style="list-style-type: none"> Γνωστοποίηση των δρομολογίων των δημόσιων μέσων μεταφοράς σε βασικές τοποθεσίες (π.χ. Οία, Καμάρι, Ακρωτήρι). Βελτίωση της συχνότητας δρομολογίων των δημόσιων λεωφορείων μεταξύ σημαντικών τοποθεσιών (π.χ. χώροι ξενοδοχείων, πόλεις και αξιοθέατα) την περίοδο αιχμής. Εφαρμογή κάρτας μετακινήσεων για απεριόριστες τοπικές μετακινήσεις. (To Master Plan της Πολιτιστικής Διαδρομής περιλαμβάνει την εκπτωτική κάρτα «Santorini Card») Καθιέρωση της κυκλικής λεωφορειακής γραμμής «Santorini Culture Bus» που παρέχει πρόσβαση σε όλους τους μείζονες χώρους της Πολιτιστικής Διαδρομής, σε συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα. Δημιουργία στάσεων των δημόσιων μέσων μεταφοράς κοντά ή σε όλα τα μείζονα αξιοθέατα / μουσεία. 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Κατάρτιση και διανομή των δρομολογίων των δημόσιων μέσων μεταφοράς. Εφαρμογή «φιλικών για τους επισκέπτες» δρομολογίων για τα δημόσια λεωφορεία. Υλοποίηση της κάρτας μετακινήσεων «Santorini travel card» Εναρξη λειτουργίας της κυκλικής λεωφορειακής γραμμής «Santorini Culture Bus».

			<ul style="list-style-type: none"> Οι στάσεις των δημόσιων μέσων μεταφοράς είναι πολύ κοντά στα σημαντικότερα αξιοθέατα.
Είσοδος με εισιτήριο στην Οία το βράδυ κατά τους μήνες αιχμής	<ul style="list-style-type: none"> Θέσπιση της εισόδου με εισιτήριο κατά τις περιόδους αιχμής – εκ των προτέρων πώληση (ηλεκτρονικά). Τοποθέτηση εμποδίων για οχήματα/επιβάτες ώστε να μην επιτρέπεται η είσοδος σε οχήματα/επιβάτες χωρίς εισιτήριο. Ανασκόπηση της πρόσβασης οχημάτων σε ορισμένα σημεία της Οίας για τουριστικές δραστηριότητες. 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή ηλεκτρονικού συστήματος εκ των προτέρων αγοράς εισιτηρίων. Εφαρμογή και επιβολή εμποδίων για οχήματα/επιβάτες. Χάραξη πολιτικής για την πρόσβαση οχημάτων στην Οία.
Ανάπτυξη πολιτιστικής προσφοράς της Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη της σύγχρονης πολιτιστικής προσφοράς της Σαντορίνης, συμπεριλαμβανομένης της προβολής των υφιστάμενων πόρων και της δημιουργίας νέων πολιτιστικών εμπειριών και εκδηλώσεων (π.χ. προγράμματα φιλοξενούμενων καλλιτεχνών και φιλοξενούμενων συγγραφέων, «θέατρο στο νησί», πολιτιστικό φεστιβάλ, ερμηνεία της μυθολογίας, τέχνη, λογοτεχνία κ.ά.). Ανάπτυξη πολιτιστικού φεστιβάλ. (Δείτε Εκδηλώσεις και Φεστιβάλ παρακάτω.) Εφαρμογή του σχεδίου δράσης για την «Πολιτιστική Διαδρομή της Σαντορίνης». Δημιουργία ιστορικά θεματικών εκδηλώσεων/αναπαραστάσεων περιόδου για να αναδειχθεί η ζωή κατά την αρχαιότητα στο Ακρωτήρι και την Αρχαία Θήρα. Ανάπτυξη και προώθηση πρωτοβουλιών τέχνης και αρχιτεκτονικής, όπως η τέχνη του δρόμου για μια φρέσκια ματιά στο νησί και επέκταση της επισκεψιμότητας σε νέες περιοχές. 	ΟΔΠ / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή πολιτιστικού προγράμματος. Καθιέρωση πολιτιστικού φεστιβάλ. Εφαρμογή Πολιτιστικής Διαδρομής της Σαντορίνης. Εφαρμογή ιστορικά θεματικών εκδηλώσεων/αναπαραστάσεων περιόδου σε βασικές περιόδους. Διεύρυνση τοπικής τέχνης και τέχνης του δρόμου.
Προώθηση πολλών τοποθεσιών με θέα το ηλιοβασίλεμα	<ul style="list-style-type: none"> Φιλοξενία περισσότερων εκδηλώσεων σε τοποθεσίες της Σαντορίνης με μικρότερη επισκεψιμότητα. Ανάπτυξη και προώθηση αξιοθέατων και εγκαταστάσεων για τους επισκέπτες σε μέρη της Σαντορίνης με μικρότερη επισκεψιμότητα – στους οδηγούς και ηλεκτρονικά. 	ΟΔΠ / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Συλλογή των σημείων με θέα το ηλιοβασίλεμα που εντοπίστηκαν και προβλήθηκαν. Υλοποίηση και προώθηση διεξοδικής «απογραφής» χώρων σε όλη τη Σαντορίνη.
Ανάπτυξη επιπλέον αξιοθέατων και πόλων έλξης	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη και προώθηση του δικτύου «Santorini trails», ενός διεξοδικού συνόλου θεματικών περιηγητικών διαδρομών σε οδηγούς και ηλεκτρονικά. 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Σύσταση και προώθηση δικτύου «Santorini Trails» στο διαδίκτυο/σε έντυπα.

<p>(Δείτε επίσης Παράρτημα 3 Συστάσεις για την ανάπτυξη προϊόντων/εμπειριών)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Διασφάλιση της διαθεσιμότητας διαδρομών κατάλληλων για τα άτομα με κινητικά προβλήματα ή τους ηλικιωμένους επισκέπτες σύμφωνα με τις αρχές του προσβάσιμου τουρισμού. Ανάπτυξη εμπειριών αγροτουρισμού για τους επισκέπτες (π.χ. τρύγος/συγκομιδή ελιάς) και καλλιέργεια δεσμών μεταξύ παραγωγών και εστιατορίων. Προσέλκυση επένδυσης σε spa πολυτελείας στο πνεύμα της φιλοδοξίας της Σαντορίνης να καταστεί επίλεκτος προορισμός. Ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων (π.χ. ζωγραφική, ποίηση, συγγραφή, μαγειρική, εκμάθηση ξένων γλωσσών κ.ά.) και ησυχαστήριων (π.χ. γιόγκα, pilates κ.ά.) στο πλαίσιο των προσφερόμενων εμπειριών εκτός τουριστικής περιόδου. Ανάπτυξη εμπνευσμένων εμπειριών αφήγησης ιστοριών ειδικά για τη Σαντορίνη (π.χ. ερμηνεία τοπικής ιστορίας/μυθολογίας/κουλτούρας) σε συγκεκριμένους χώρους της Σαντορίνης (π.χ. αρχαιολογικοί χώροι, θέσεις για το ηλιοβασίλεμα, θαλάσσιες τοποθεσίες κ.ά.) 		<ul style="list-style-type: none"> Προσβασιμότητα κατάλληλων διαδρομών. Υλοποίηση εμπειριών αγροτουρισμού για τους επισκέπτες. Σφυρηλάτηση δεσμών μεταξύ παραγωγών και εστιατορίων. Υλοποίηση σημαντικού αριθμού θεραπειών και εγκαταστάσεων spa πολυτελείας για την υποστήριξη της φιλοδοξίας της Σαντορίνης να καταστεί αποκλειστικός προορισμός. Υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και ησυχαστήριων. Εφαρμογή «χαρτοφυλακίου» εμπειριών αφήγησης ιστοριών σε όλη τη Σαντορίνη.
<p>«Πολιτιστική Διαδρομή Σαντορίνης» (Εργό τουρισμού της ΕΕ που ανακοινώθηκε στις αρχές του 2019)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Υλοποίηση του Master Plan της «Πολιτιστικής Διαδρομής Σαντορίνης», το οποίο ορίζεται ως ένα οικοσύστημα τοπικών παραδόσεων/ αξιοθέατων/ εμπειριών/ τρόπου ζωής που θα προωθηθούν μέσω διακριτών στοιχείων του τόπου (π.χ. αρχιτεκτονική, τοπική κουζίνα, γεωλογία). Περιλαμβάνονται: <ul style="list-style-type: none"> - Σχέδιο προώθησης και προβολής - Παρουσίαση της Διαδρομής στο διαδίκτυο καθώς και προώθηση όλων των σχετικών χώρων / αξιοθέατων - Στρατηγική για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης - Διαφύλαξη και βελτιώσεις μειζόνων χώρων - Διαφύλαξη και βελτιώσεις περιηγητικών διαδρομών - Γραμμή Santorini Culture Bus και κάρτα Santorini Card - Οι δρόμοι του κρασιού της Σαντορίνης (δίκτυο οινοποιείων) - Φίλοι των Μουσείων της Σαντορίνης (δίκτυο μικρών ιδιωτικών μουσείων) 	ΟΔΠ / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Επιτυχής υλοποίηση του Master Plan της «Πολιτιστικής Διαδρομής Σαντορίνης».

Εκδηλώσεις και φεστιβάλ (Δείτε επίσης Παράρτημα 3 Συστάσεις για την ανάπτυξη προϊόντων/εμπειριών)	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη διαφόρων εκδηλώσεων και φεστιβάλ, με πρωταρχικό στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου (Δείτε Εκδηλώσεις και Φεστιβάλ στο σημείο 5 παρακάτω.) 	ΟΔΠ / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Καθιέρωση διαφόρων φεστιβάλ. (Δείτε Εκδηλώσεις και Φεστιβάλ στο σημείο 5 παρακάτω.)
Εφαρμογές κινητών συσκευών για να μπορούν οι επισκέπτες να απολαύσουν στο έπακρο τη Σαντορίνη, αποφεύγοντας τη συμφόρηση	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη εφαρμογής κινητών συσκευών με πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για κίνηση/όγκους επιβατών καθώς και τη δυνατότητα κρατήσεων. 	ΟΔΠ / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη εφαρμογής κινητών συσκευών.
Επαγγελματικά πρότυπα και κανονισμοί ξενάγησης	<ul style="list-style-type: none"> Ανασκόπηση υφιστάμενων προτύπων ξενάγησης, καθιέρωση πιστοποίησης ξεναγών και επιβολή συμμόρφωσης. Προσέλκυση/εκπαίδευση γερμανόφωνων ξεναγών. Ανασκόπηση δυνατοτήτων και συμφωνία για διαδικασία πιστοποίησης/εφαρμογής ελάχιστων προτύπων σε σχέση με τους ξεναγούς από άλλα μέρη, των οποίων η ειδίκευση σε ξένες γλώσσες δεν είναι διαθέσιμη στην περιοχή (π.χ. Κινεζικά). 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Επιβεβαίωση προτύπων ξενάγησης και καθιέρωση συστήματος πιστοποίησης. Διαθεσιμότητα κατάλληλα εκπαιδευμένων/πιστοποιημένων γερμανόφωνων ξεναγών. Εφαρμογή και επιβολή διαδικασίας.
Βελτιωμένη διαχείριση των επισκεπτών από τα κρουαζιερόπλοια (Δείτε επίσης το σημείο 1 παραπάνω.)	<ul style="list-style-type: none"> Χρήση νέων τεχνολογιών (εφαρμογές και άλλα) για προώθηση της δυναμικής διασποράς των επισκεπτών βάσει χρόνου. Καθιέρωση πληροφοριακού συστήματος σε πραγματικό χρόνο για τους επισκέπτες κρουαζιέρας στο νησί. Σύσταση τοπικής ομάδας διαχείρισης επισκεπτών για την παρακολούθηση και αντιμετώπιση θεμάτων διαχείρισης επισκεπτών (π.χ. εκπαίδευση για ντόπιους, προμηθευτές και επισκέπτες σε σχέση με τη διαχείριση ροών των επισκεπτών). Καθιέρωση ωραρίου επίσκεψης για την πρόσβαση των γκρουπ σε δημοφιλή αξιοθέατα ή/και εκδηλώσεις με την υποστήριξη της παρακολούθησης σε πραγματικό χρόνο. 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Δείτε εφαρμογή κινητών συσκευών παραπάνω. Δείτε εφαρμογή κινητών συσκευών παραπάνω. Σύσταση τοπικής ομάδας διαχείρισης επισκεπτών, προσδιορισμός και αποτελεσματική αντιμετώπιση θεμάτων διαχείρισης επισκεπτών. Ανάπτυξη και αποτελεσματική εφαρμογή πολιτικής κατανομής ωρών επίσκεψης.

Στρατηγική προτεραιότητα 3: Να διαφυλαχθεί η ποιότητα του οικιστικού και φυσικού περιβάλλοντος της Σαντορίνης

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Μέτρα εκτέλεσης
Ισορροπημένο σχέδιο χρήσης γης, ώστε να διευθετηθεί η περαιτέρω ανάπτυξη και να διασφαλιστεί η διαθεσιμότητα εκτάσεων για αμπελώνες, για την παραγωγή οπωροκηπευτικών κ.λπ.	<ul style="list-style-type: none"> Οριοθέτηση περιοχών για γεωργικές, τουριστικές, λοιπές επιχειρηματικές και οικιστικές χρήσεις. Ενδεχόμενο χρηματοδοτικής υποστήριξης για την επέκταση των παραγωγικών αγροτικών εκτάσεων. 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή σχεδίου χρήσης γης, με οριοθέτηση ζωνών για γεωργικές, τουριστικές, λοιπές επιχειρηματικές και οικιστικές χρήσεις. Λήψη απόφασης για τη χρηματοδότηση και, αν συμφωνηθεί, για το σχήμα που θα εφαρμοστεί για την υποστήριξη της επέκτασης των παραγωγικών γεωργικών εκτάσεων.
Προστασία των πρωταρχικών φυσικών και οικιστικών στοιχείων της Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Ανασκόπηση και, όποτε είναι απαραίτητο, επικαιροποίηση των οδηγιών και των κανόνων/περιορισμών πολεοδομίας, σχεδιασμού κτιρίων και απαιτούμενων αδειών. Περιορισμός του αριθμού των νέων καταλυμάτων. Ανάπτυξη/εφαρμογή προστατευόμενων ονομασιών για ξεχωριστούς ή σημαντικούς χώρους φυσικού περιβάλλοντος και οικιστικής κληρονομιάς. Ανασκόπηση κανονισμών για την πρόσβαση μεγάλων γκρουπ σε δημοφιλή αξιοθέατα και ανάπτυξη πρωτοκόλλων για τη διαχείριση ροών των επισκεπτών. (Δείτε επίσης παραπάνω «ωράρια επίσκεψης» για τη βελτιωμένη διαχείριση επισκεπτών κρουαζιέρας.) Εκπόνηση σχεδίου περιβαλλοντικής διαχείρισης για ευαισθητούς φυσικούς τόπους, συμπεριλαμβανομένης της Θηρασίας. (Δείτε επίσης το Master Plan της «Πολιτιστικής Διαδρομής Σαντορίνης.») 	Δήμος Σαντορίνης/Επιμελητήριο Κυκλαδών	<ul style="list-style-type: none"> Επικαιροποίηση των οδηγιών και των κανόνων/περιορισμών πολεοδομίας και σχεδιασμού κτιρίων με σαφή προσδιορισμό των ειδών αδειας που απαιτούνται για βασικές δραστηριότητες. Προσδιορισμός των ειδών νέων καταλυμάτων που επιτρέπονται με βάση τις επικαιροποιημένες οδηγίες και τους κανόνες/περιορισμούς πολεοδομίας και σχεδιασμού κτιρίων. Εφαρμογή συστήματος προστατευόμενων ονομασιών. Εφαρμογή πρωτοκόλλων για την πρόσβαση σε δημοφιλή αξιοθέατα. Εφαρμογή σχεδίου περιβαλλοντικής διαχείρισης.
Διαχείριση και παρουσίαση δημόσιων χώρων	<ul style="list-style-type: none"> Κατάρτιση και υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου για τη διαχείριση των δημόσιων χώρων, ώστε να διασφαλιστεί η ορθή συντήρηση των δημόσιων χώρων και να προβληθεί η «αίσθηση του τόπου» της Σαντορίνης (περιλαμβάνονται εξοπλισμός δημόσιων χώρων, 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή σχεδίου διαχείρισης δημόσιων χώρων και σύνδεση με την πολεοδομική πολιτική που προτείνεται παραπάνω στην ενότητα Προστασία των πρωταρχικών

	<p>δείγματα δημόσιας τέχνης, συντήρηση οικιστικής/αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, διαχείριση παραλιών κ.ά.).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κατάρτιση κατευθυντήριων γραμμάτων σχεδιασμού για νέα ανάπτυξη. (Σημείωση: Θα μπορούσαν να ενταχθούν στις οδηγίες πολεοδομίας και σχεδιασμού κτιρίων που αναφέρθηκαν παραπάνω στην ενότητα Προστασία των πρωταρχικών φυσικών και οικιστικών στοιχείων της Σαντορίνης.) • Εξασφάλιση τακτικής, αποτελεσματικής απομάκρυνσης απορριμμάτων σε πόλεις, χωριά και κατά μήκος όλων των δρόμων. • Διασφάλιση καθεστώτος καθαριότητας δρόμων εναρμονισμένου με τις τουριστικές εγκαταστάσεις και τις ώρες αιχμής. 		<p>φυσικών και οικιστικών στοιχείων της Σαντορίνης.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εφαρμογή κατευθυντήριων γραμμάτων σχεδιασμού κτιρίων. (Δείτε επίσης παραπάνω Προστασία των πρωταρχικών φυσικών και οικιστικών στοιχείων της Σαντορίνης) • Καθαροί δρόμοι – τακτική αποκομιδή απορριμμάτων. • Ελάχιστη ενόχληση στους επισκέπτες και τους κατοίκους από το ωράριο καθαριότητας δρόμων.
--	--	--	---

Στρατηγική προτεραιότητα 4: Να βελτιστοποιηθούν τα οφέλη του τουρισμού

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Μέτρα εκτέλεσης
Εστίαση σε αγορές υψηλής απόδοσης, σε ετήσια βάση, με αυξανόμενο ποσοστό ανεξάρτητων ταξιδιωτών	<ul style="list-style-type: none"> • Εστίαση της δραστηριότητας προώθησης και προβολής σε πρωταρχικές αγορές, με επικουρική δραστηριότητα σε δευτερεύουσες αγορές όποτε είναι βιώσιμο, όπως περιγράφεται στο <i>Παράρτημα 2 Σχέδιο δράσης προβολής</i>: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Προτεραιότητα 1:</u> «Επένδυση και ανάπτυξη» («λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων» από Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο, «γευσιγνώστες» από Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ). - <u>Προτεραιότητα 2:</u> «Αποδοχή και περαιτέρω ανάπτυξη» («λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων» και «γευσιγνώστες» από Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία και θιασώτες «ειδικού ενδιαφέροντος/αυτοβελτίωσης» και «θιασώτες της υπαίθρου» από Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία). 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> • Ενέργειες προώθησης και προβολής επικεντρωμένες σε αγορές άμεσης προτεραιότητας, σύμφωνα με το <i>Σχέδιο δράσης προβολής</i>
Μεγιστοποίηση εσόδων και ελαχιστοποίηση αντίκτυπου των επισκεπτών της κύριας περιόδου	<ul style="list-style-type: none"> • Παροχή πληροφοριών για τους επισκέπτες και καθιέρωση μέτρων διαχείρισης επισκεπτών (δείτε παραπάνω) για μεγιστοποίηση των εσόδων και ελαχιστοποίηση του αντίκτυπου των επισκεπτών κρουαζιέρας, όπως περιγράφεται στο <i>Παράρτημα 2 Σχέδιο δράσης προβολής</i>: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Προτεραιότητα 3:</u> «Διαχείριση και ελαχιστοποίηση αντίκτυπου» (επισκέπτες κρουαζιέρας, κατεξοχήν από την Ευρώπη και τις ΗΠΑ). 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> • Μεγιστοποιήθηκαν τα έσοδα και ελαχιστοποιήθηκε ο αντίκτυπος για να επιτευχθεί η βελτιστη ισορροπία για τη Σαντορίνη, σύμφωνα με το <i>Σχέδιο δράσης προβολής</i>.
Μακρόπνοη φιλοδοξία να καταστεί επίλεκτος προορισμός	<ul style="list-style-type: none"> • Δέσμευση για τη μακρόπνοη φιλοδοξία της Σαντορίνης να είναι επίλεκτος προορισμός εστιάζοντας στις ανάγκες ανάπτυξης επενδύσεων, όπως περιγράφεται στο <i>Παράρτημα 2 Σχέδιο δράσης προβολής</i>: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Προτεραιότητα 4:</u> «Μακροπρόθεσμη μελλοντική ανάπτυξη» («Συβαρίτες» από ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία και Ρωσία) (Δείτε επίσης <i>Ανάπτυξη επιπλέον πόλων έλξης και αξιοθέατων στο σημείο 2 παραπάνω και στο 6 Ενίσχυση της τουριστικής ταυτότητας παρακάτω.)</i> 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> • Δέσμευση από βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς για την ανάπτυξη της Σαντορίνης ως επίλεκτου προορισμού.

Διασφάλιση ποιότητας για περιηγήσεις και εκδρομές, συμπεριλαμβανομένης της ξενάγησης	<ul style="list-style-type: none"> Ανασκόπηση υφιστάμενων ρυθμίσεων για τους ξεναγούς, εστιάζοντας στις απαιτήσεις/ τα πρότυπα για τους ξεναγούς, με στόχο την αύξηση της απασχόλησης τοπικά εκπαιδευμένων και, κατά περίπτωση, πιστοποιημένων ξεναγών. (Δείτε επίσης Επαγγελματικά πρότυπα και κανονισμοί ξενάγησης στο 2 παραπάνω.) 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή και επιβολή διαδικασιών.
Ενισχυμένη συμμετοχή των μικρών τοπικών κοινωνιών στον τουρισμό	<ul style="list-style-type: none"> Προσδιορισμός και συνεργασία με τον «υπέρμαχο» σε χωριά/πόλεις για τη σύνδεση και την καθοδήγηση των προσπαθειών τουριστικής ανάπτυξης για λογαριασμό της τοπικής κοινωνίας – είτε για την ανάπτυξη είτε για τη διαχείριση των ροών επισκεπτών/ τον περιορισμό της τουριστικής ανάπτυξης. Ενθάρρυνση της δημιουργίας αυθεντικών τουριστικών εμπειριών που θα προσελκύσουν τόσο τους κατοίκους όσο και τους επισκέπτες. Βελτιστοποίηση της απόλαυσης τοπικών εορταστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων από τους επισκέπτες, με την επιφύλαξη της συμφωνίας της τοπικής κοινωνίας. Παροχή ερμηνείας για τους επισκέπτες σε σχέση με τις τοπικές αξίες και παραδόσεις για τη βελτίωση της ευαισθητοποίησης των επισκεπτών έναντι των επιπτώσεων του τουρισμού (π.χ. με αναφορές στο διαδίκτυο, σε ενημερωτικά φυλλάδια για τους επισκέπτες και τον οδηγό για τους τουρίστες). 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Διορίζονται «υπέρμαχοι» σε βασικά χωριά/πόλεις. Απογραφή τουριστικών εμπειριών που θεωρούνται αυθεντικές κατόπιν συμφωνίας με τους κατοίκους. Προώθηση τοπικών εορταστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων στους επισκέπτες, μόνο εφόσον συμφωνήσουν οι τοπικές κοινωνίες. Σεβασμός των επισκεπτών προς και μέσα στις τοπικές κοινωνίες.
Ισχυρότερες τοπικές εφοδιαστικές αλυσίδες – περισσότερα φρούτα και λαχανικά, ενδύματα, χειροτεχνήματα, κοσμήματα, κρασιά, κεραμικά	<ul style="list-style-type: none"> Σφυρηλάτηση ισχυρών δεσμών μεταξύ τοπικών παραγωγών και τουριστικών πρακτόρων. Ανάπτυξη ξεχωριστής τουριστικής ταυτότητας για όλα τα προϊόντα της Σαντορίνης. Σύσταση πρατηρίων (π.χ. στα Φηρά και το αεροδρόμιο) για τα οπωροκηπευτικά και άλλα προϊόντα της Σαντορίνης. 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Πώληση περισσότερων τοπικών προϊόντων σε καταστήματα της Σαντορίνης (δηλαδή ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.λπ.). Δημιουργία και χρήση της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης σε οπωροκηπευτικά, άλλα προϊόντα και ενθύμια της Σαντορίνης. Προμήθειες οπωροκηπευτικών και άλλων προϊόντων της Σαντορίνης σε πρατήρια.
Βελτιωμένη πρόσβαση σε χώρους κληρονομιάς και καλύτερη διερμηνεία	<ul style="list-style-type: none"> Σύσταση εξυπηρετικών στάσεων των δημόσιων μέσων μεταφοράς και επαρκών/ελεγχόμενων χώρων στάθμευσης, τηρώντας τους περιορισμούς του χώρου, σε χώρους μείζονος κληρονομιάς. (Δείτε Βελτιωμένες δημόσιες μεταφορές για τους επισκέπτες στο σημείο 2 παραπάνω.) 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εξυπηρετικές στάσεις δημόσιων μέσων μεταφοράς, επαρκείς χώροι στάθμευσης βάσει των περιορισμών του χώρου.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ανασκόπηση των χώρων στάθμευσης και της πρόσβασης στην Αρχαία Θήρα υπό το πρόσμα των τοπογραφικών περιορισμών. • Βελτίωση της ερμηνείας με χρήση ευφάνταστων μηνυμάτων και σύγχρονων μεθόδων. (Δείτε Βελτιωμένη ερμηνεία στο 2 παραπάνω.) 		<ul style="list-style-type: none"> • Βέλτιστες εγκαταστάσεις που θα επιτρέπουν την πρόσβαση των επισκεπτών στην Αρχαία Θήρα. • Δείτε Βελτιωμένη ερμηνεία στο 2 παραπάνω.
Ετήσια τουριστική περίοδος (Δείτε το σημείο 5 παρακάτω)	<ul style="list-style-type: none"> • Δείτε τη Στρατηγική Προτεραιότητα 5 Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου παρακάτω. 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> • Δείτε τη Στρατηγική Προτεραιότητα 5 Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου παρακάτω.

Στρατηγική προτεραιότητα 5: Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου – νέες εμπειρίες για το διάστημα εκτός κύριας τουριστικής περιόδου, παρέχοντας ένα μοντέλο για την προσέλκυση θερινού τουρισμού υψηλότερων εσόδων

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Μέτρα εκτέλεσης
Δημιουργία και προώθηση νέων εμπειριών και προϊόντων σε εξειδικευμένες αγορές υψηλής απόδοσης	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη σύγχρονης πολιτιστικής προσφοράς της Σαντορίνης. (Δείτε Ανάπτυξη πολιτιστικού προϊόντος της Σαντορίνης στο 2 παραπάνω.) Ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων (π.χ. ζωγραφική, ποίηση, συγγραφή, μαγειρική, εκμάθηση ξένων γλωσσών κ.ά.) και ησυχαστήριων (π.χ. γιόγκα, pilates κ.ά.). (Δείτε Ανάπτυξη επιπλέον πόλων έλξης και αξιοθέατων στο 2 παραπάνω.) Ανάπτυξη εμπνευσμένων εμπειριών αφήγησης ιστοριών ειδικά για τη Σαντορίνη (π.χ. ερμηνεία τοπικής ιστορίας/μυθολογίας/κουλτούρας) σε συγκεκριμένους χώρους της Σαντορίνης (Δείτε Ανάπτυξη επιπλέον πόλων έλξης και αξιοθέατων στο 2 παραπάνω.) Προσέλκυση επένδυσης σε spa πολυτελείας στο πνεύμα της φιλοδοξίας της Σαντορίνης να καταστεί επίλεκτος προορισμός. (Δείτε Ανάπτυξη επιπλέον πόλων έλξης και αξιοθέατων στο 2 παραπάνω.) 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή πολιτιστικού προγράμματος εκτός κύριας περιόδου. Υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και ησυχαστήριων εκτός κύριας περιόδου. Εφαρμογή «χαρτοφυλακίου» εμπειριών αφήγησης ιστοριών σε όλη τη Σαντορίνη. Υλοποίηση σημαντικού αριθμού θεραπειών και εγκαταστάσεων spa πολυτελείας.
Δημιουργία και προώθηση νέων εκδηλώσεων και φεστιβάλ σε εξειδικευμένες αγορές υψηλής απόδοσης (Δείτε επίσης Παράρτημα 3 Συστάσεις για την ανάπτυξη προϊόντων/εμπειριών)	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη φεστιβάλ κρασιού. Ανάπτυξη φεστιβάλ συγκομιδής ελιάς. Ανάπτυξη φεστιβάλ γαστρονομίας. Ανάπτυξη πολιτιστικού φεστιβάλ. Ανάπτυξη φεστιβάλ περιηγήσεων. 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Καθιέρωση φεστιβάλ κρασιού. Καθιέρωση φεστιβάλ συγκομιδής ελιάς. Καθιέρωση φεστιβάλ γαστρονομίας. Καθιέρωση πολιτιστικού φεστιβάλ. Καθιέρωση φεστιβάλ περιηγήσεων. Καθιέρωση νέων ανταγωνιστικών αθλητικών εκδηλώσεων.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη ανταγωνιστικών αθλητικών εκδηλώσεων για να αξιοποιηθεί η επιτυχία του αγώνα τρεξίματος/κολύμβησης της διοργάνωσης Santorini Experience (εκτός κύριας περιόδου). 		
Πιλοτική εκστρατεία που δίνει κίνητρα για ταξίδια εκτός της τουριστικής περιόδου	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία πακέτων πολυτελείας με κορυφαία ξενοδοχεία, εστιάτορες, οινοπαραγωγούς, παρόχους προϊόντων ευεξίας χρησιμοποιώντας την τουριστική ταυτότητα της Σαντορίνης. • Διεξαγωγή πιλοτικής προωθητικής εκστρατείας επικεντρωμένης σε μία ή δύο αγορές με άριστες προοπτικές (π.χ. Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο), εφόσον υπάρχουν αεροπορικές μεταφορές. 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> • Υλοποίηση πακέτων. • Εφαρμογή διευρυμένων αεροπορικών μεταφορών. Επιτυχής προωθητική εκστρατεία.

Στρατηγική προτεραιότητα 6: Ενίσχυση της ταυτότητας του τουριστικού προϊόντος

[Σημείωση: Έχει κρίσιμη σημασία να διασφαλιστεί ότι η υπόσχεση της ρομαντικής και, τελικά, μοναδικής ταυτότητας του προορισμού πραγματώνεται στην εμπειρία των επισκεπτών.]

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Μέτρα εκτέλεσης
Μοναδική εικόνα με ώθηση από κορυφαίας ποιότητας προϊόντα και εμπειρίες	<ul style="list-style-type: none"> Προσέλκυση επένδυσης σε spa πολυτελείας στο πνεύμα της φιλοδοξίας της Σαντορίνης να καταστεί επιλεκτος προορισμός. (Δείτε Ανάπτυξη επιπλέον πόλων έλξης και αξιοθέατων στο 2 παραπάνω.) Εστίαση των νέων προϊόντων στην προσέλκυση αγορών υψηλής απόδοσης, όπως ορίζεται στο 3 παραπάνω. Ελαχιστοποίηση της συμφόρησης και διαχείριση των ροών των επισκεπτών για να διασφαλιστεί ότι η Σαντορίνη παρέχει στους επισκέπτες μια εμπειρία που ταιριάζει σε έναν επίλεκτο προορισμό 5 αστέρων, όπως περιγράφεται στο 2 παραπάνω. 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Υλοποίηση σημαντικού αριθμού θεραπειών και εγκαταστάσεων spa πολυτελείας. Δείτε τους βασικούς δείκτες επιδόσεων στο 3 παραπάνω. Δείτε τους βασικούς δείκτες επιδόσεων στο 2 παραπάνω.
Πρωταρχικά ειδοποιά χαρακτηριστικά τουριστικής ταυτότητας: Ρομάντζο και γαστρονομία	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη προϊόντων και εμπειριών με ρομαντικούς συνειρμούς – σε θέματα διάρθρωσης, περιεχομένου, ποιότητας, ύφους και τοποθεσίας (π.χ. καταλύματα, εστιατόρια, δείπνο με το ηλιοβασίλεμα, γαλήνη κ.ά.). (Δείτε Ανάπτυξη επιπλέον πόλων έλξης και αξιοθέατων στο 2 παραπάνω.) Ανάπτυξη τοπικών γαστρονομικών προϊόντων και εμπειριών (π.χ. συνεργασία με τον φορέα Aegean Cuisine, φεστιβάλ γαστρονομίας κ.λπ.) (Δείτε Ανάπτυξη επιπλέον πόλων έλξης και αξιοθέατων στο 2 παραπάνω.) 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Σημαντικός αριθμός προϊόντων και εμπειριών που φέρνουν στο μυαλό μια αίσθηση ρομαντικής απομόνωσης σε σαγηνευτικές τοποθεσίες. Σημαντικός αριθμός προϊόντων και εμπειριών που τιμούν τη γαστρονομική κουλτούρα και κληρονομιά της Σαντορίνης και ενισχύουν τα ποιοτικά της γνωρίσματα έναντι των ανταγωνιστών της.
Επικουρικά χαρακτηριστικά τουριστικής ταυτότητας: Πολιτιστική κληρονομιά και ευεξία (φιλοδοξία)	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη προϊόντων και εμπειριών ριζωμένων στην τοπική πολιτιστική παράδοση (π.χ. διευρυνόμενο πολιτιστικό προϊόν, πολιτιστικό φεστιβάλ και εκδηλώσεις, βελτιωμένη ερμηνεία, αφήγηση ιστοριών, «Πολιτιστική Διαδρομή Σαντορίνης» κ.ά.). (Δείτε το 2 παραπάνω.) 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	Εφαρμογή σημαντικού αριθμού πολιτιστικών εγκαταστάσεων με καλή ερμηνεία και δημιουργική παρουσίαση, καθώς και πολιτιστικού προγράμματος.

	<ul style="list-style-type: none"> Προσέλκυση επένδυσης σε spa πολυτελείας και ανάπτυξη ποιοτικών, πολυτελών spa ευεξίας και θεραπειών spa, στο πνεύμα της φιλοδοξίας της Σαντορίνης να καταστεί επίλεκτος προορισμός (Δείτε Ανάπτυξη επιπλέον πόλων έλξης και αξιοθέατων στο 2 παραπάνω.) 		<ul style="list-style-type: none"> Υλοποίηση σημαντικού αριθμού θεραπειών και εγκαταστάσεων spa πολυτελείας.
Ολοκληρωμένη ταυτότητα για τον τουρισμό, το κρασί (μοναδικό Ασύρτικο) και άλλα τοπικά προϊόντα	<ul style="list-style-type: none"> Παρουσίαση του κρασιού (Ασύρτικο) και άλλων μοναδικών/συγκεκριμένων προϊόντων της περιοχής (π.χ. λευκές μελιτζάνες, ντοματίνια και κόκκινο φάβας) ως διακριτικών στοιχείων της αξίας της γαστρονομικής ταυτότητας της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα. 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Τα προϊόντα της Σαντορίνης ενσωματώνονται στην τουριστική ταυτότητα της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα.
Θηρασία – «Η Σαντορίνη όπως παλιά»	<ul style="list-style-type: none"> Διερεύνηση των απόψεων των κατοίκων της Θηρασίας για περαιτέρω (ευαισθητή) ανάπτυξη. Ανασκόπηση δυναμικού για την ανάπτυξη περιορισμένου, επίλεκτου, boutique, «ρομαντικού κρησφύγετου» στη Θηρασία 	Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Ερευνα για τις απόψεις των κατοίκων της Θηρασίας ως προς την ανάπτυξη. Άντληση συμπεράσματος για το επιθυμητό και τη βιωσιμότητα αυτής της ανάπτυξης.
Σαντορίνη – στην κορυφή της πρακτικής βιώσιμης διαχείρισης προορισμού	<ul style="list-style-type: none"> Εδραίωση φήμης ότι η Σαντορίνη έχει ηγετική θέση στη διαχείριση βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, μέσω της εφαρμογής των μέτρων βιωσιμότητας που περιγράφονται στα σημεία 1, 2 και 3 παραπάνω. 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Δείτε βασικούς δείκτες επιδόσεων στα σημεία 1, 2 και 3 παραπάνω.
Τουριστική ταυτότητα Σαντορίνης και οπτική ταυτότητα τουριστικού προϊόντος	<ul style="list-style-type: none"> Σχεδιασμός οπτικής ταυτότητας τουριστικού προϊόντος της Σαντορίνης – για όλες τις επιχειρήσεις και τους τοπικούς οργανισμούς, αποτυπώνοντας την «αίσθηση του τόπου» του νησιού, με βάση κύριες αξίες τουριστικής ταυτότητας που προσδιορίζονται στο ΣΔΠ (ρομαντικός ηφαιστειακός χαρακτήρας, γαστρονομία, μοναδικότητα). Θα πρέπει να εμπεριέχει τον γεωργικό και τον τουριστικό τομέα ως τουριστική ταυτότητα όλου του νησιού. Ανάπτυξη κατευθυντήριων γραμμών για τη δημιουργία ταυτότητας τουριστικού προϊόντος και πρωτοκόλλου σήμανσης (εφαρμογή τεχνικού σχεδιασμού). 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη οπτικής ταυτότητας τουριστικού προϊόντος. Δημιουργία τεχνικών κατευθυντήριων γραμμών για τη δημιουργία ταυτότητας τουριστικού προϊόντος.

<p>Σχέδιο επικοινωνίας τουριστικής ταυτότητας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Εκπόνηση σχεδίου επικοινωνίας τουριστικής ταυτότητας, που θα βασίζεται στα κύρια μηνύματα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης (όπως περιγράφεται στο ΣΔΠ) και θα υποστηρίζεται από τα πρωταρχικά χαρακτηριστικά τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης. • Εξασφάλιση της δέσμευσης των ενδιαφερόμενων φορέων ότι θα χρησιμοποιούν την οπτική ταυτότητα στα διαφημιστικά τους μηνύματα. • Εκπαίδευση των ενδιαφερόμενων φορέων πώς να προβάλλουν την τουριστική ταυτότητα της Σαντορίνης (μήνυμα και οπτική ταυτότητα τουριστικού προϊόντος) στα δικά τους διαφημιστικά μηνύματα. 	<p>ΟΔΠ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Αναπτυγμένο σχέδιο επικοινωνίας τουριστικής ταυτότητας. • Διαδεδομένη χρήση της ταυτότητας τουριστικού προϊόντος στα διαφημιστικά μηνύματα των ενδιαφερόμενων φορέων. • Διαδεδομένη, συνεπής και αποτελεσματική προβολή των πρωταρχικών αξιών της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης στα διαφημιστικά τους μηνύματα.
--	---	------------	---

Ετοιμότητα για την αντιμετώπιση κρίσεων/ προστασία πολιτών

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Μέτρα εκτέλεσης
Νομικό πλαίσιο για την αντίδραση απέναντι στις κρίσεις	<ul style="list-style-type: none"> Ανασκόπηση, προσδιορισμός κάθε απαραίτητης αλλαγής και επικαιροποίηση του νομικού πλαισίου για την αντιμετώπιση των κρίσεων. 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Επιμελητήριο Κυκλαδών/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Επικαιροποίηση πλαισίου.
Επιχειρησιακό πλαίσιο για τα σχέδια αντιμετώπισης έκτακτης ανάγκης	<ul style="list-style-type: none"> Ανασκόπηση και, αν είναι απαραίτητο, επικαιροποίηση των πρωτοκόλλων για διασώστες, εντοπισμός βασικών τομέων κινδύνου και κατανομή αρμοδιοτήτων έτσι ώστε η ομάδα να μπορεί να ενεργήσει αμέσως μόλις ανακύψει ή προμηνύεται κρίση. Ανάπτυξη εκπαιδευτικού προγράμματος με αρμοδιότητες και χρονοδιάγραμμα. Καθορισμός της συχνότητας των «ζωντανών» ασκήσεων και υπενθύμιση δεξιοτήτων. Διερεύνηση της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών, συμπειριλαμβανομένων των επισκέψεων σε άλλα κέντρα διαχείρισης κρίσης (π.χ. Καραϊβική: τυφώνας, Ισλανδία: ηφαίστειο κ.λπ.) 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Επιμελητήριο Κυκλαδών/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Επικαιροποίηση πρωτοκόλλων για διασώστες. Εφαρμογή επίκαιρου εκπαιδευτικού προγράμματος με σαφή προσδιορισμό αρμοδιοτήτων. Υπενθύμιση δεξιοτήτων και τακτική υλοποίηση «ζωντανών» ασκήσεων. Προσδιορισμός υποδειγμάτων διαχείρισης κρίσης, ανάπτυξη σχέσεων με αυτά. Γνώσεις που αποκτήθηκαν και ενσωματώθηκαν στην εκπαίδευση και τα πρωτόκολλα ανταπόκρισης.
Σχέδιο διαχείρισης κρίσης	<ul style="list-style-type: none"> Ανάπτυξη σχεδίου διαχείρισης κρίσης και επικοινωνιών με αρμοδιότητες & χρονοδιάγραμμα. Καθορισμός της συχνότητας των «ζωντανών» ασκήσεων και υπενθύμιση δεξιοτήτων. Διερεύνηση της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών, συμπειριλαμβανομένων επισκέψεων σε προορισμούς που έχουν αναγνωριστεί ως υπόδειγμα διαχείρισης κρίσης και επικοινωνιών. 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Επιμελητήριο Κυκλαδών/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή επίκαιρου σχεδίου διαχείρισης κρίσης και επικοινωνιών, με σαφή προσδιορισμό αρμοδιοτήτων. Υπενθύμιση δεξιοτήτων και τακτική υλοποίηση «ζωντανών» ασκήσεων. Προσδιορισμός υποδειγμάτων διαχείρισης κρίσης, ανάπτυξη σχέσεων με αυτά. Γνώσεις που αποκτήθηκαν και ενσωματώθηκαν στην εκπαίδευση και τα πρωτόκολλα ανταπόκρισης.

<p>Σχέδιο ανάκαμψης από κρίση</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Προσδιορισμός των υπευθύνων για βασικά στοιχεία της ανάκαμψης από την κρίση – στο πλαίσιο του σχεδίου διαχείρισης κρίσης. • Διερεύνηση της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών, συμπεριλαμβανομένων επισκέψεων σε προορισμούς που έχουν αναγνωριστεί ως υπόδειγμα διαχείρισης κρίσης και επικοινωνιών. 	<p>Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Επιμελητήριο Κυκλαδών/ Δήμος Σαντορίνης</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Κατανομή αρμοδιοτήτων σε βασικά μέλη του προσωπικού. • Προσδιορισμός υποδειγμάτων διαχείρισης κρίσης, ανάπτυξη σχέσεων με αυτά. Γνώσεις που αποκτήθηκαν και ενσωματώθηκαν στην εκπαίδευση και τα πρωτόκολλα ανταπόκρισης.
--	--	---	--

Ενισχυτικές/ υποστηρικτικές δράσεις (διατομεακές)

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Μέτρα εκτέλεσης
Υποστήριξη επιχειρήσεων και περιβάλλον	<ul style="list-style-type: none"> Καθιέρωση προγράμματος διασφάλισης ποιότητας / σήματος ποιότητας για τις επιχειρήσεις που πληρούν τα κατάλληλα πρότυπα. Διαφύλαξη της ποιότητας της πολιτιστικής/φυσικής κληρονομιάς και των αξιοθέατων. (Δείτε επίσης Προστασία των πρωταρχικών φυσικών και οικιστικών στοιχείων της Σαντορίνης στο 3 παραπάνω) Καθιέρωση της πιστοποίησης ξεναγών. (Δείτε επίσης Επαγγελματικά πρότυπα και κανονισμοί ξενάγησης στο 2 παραπάνω.) 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Διασφάλιση της ποιότητας των περισσότερων επιχειρήσεων καταλυμάτων της Σαντορίνης. Δείτε Προστασία των πρωταρχικών φυσικών και οικιστικών στοιχείων της Σαντορίνης στο 3 παραπάνω. Δείτε Επαγγελματικά πρότυπα και κανονισμοί ξενάγησης στο 2 παραπάνω.
Εκπαίδευση και κατάρτιση της τουριστικής βιομηχανίας	<ul style="list-style-type: none"> Παροχή κατάρτισης για επιχειρήσεις στον τομέα του τουρισμού σε σχέση με τις βιώσιμες πρακτικές στη χρήση ενέργειας, τη διαχείριση αποβλήτων και την κατανάλωση νερού. (Δείτε το 1 παραπάνω.) Παροχή κατάρτισης για επιχειρήσεις στον τομέα του τουρισμού σε σχέση με την κοινοποίηση των αξιών της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης. (Δείτε το Σχέδιο επικοινωνίας τουριστικής ταυτότητας στο 6 παραπάνω.) Παροχή πρακτικών πληροφοριών σχετικά με τους κυκλοφοριακούς περιορισμούς, τους χώρους στάθμευσης, τις χρεώσεις των ταξί, τους σταθμούς λεωφορείων και τις αλλαγές των κανονισμών κ.λπ. – ηλεκτρονικά και μέσω εμπορικών καναλιών επικοινωνίας (π.χ. Εμπορικό Επιμελητήριο Κυκλαδών κ.ά.). Υλοποίηση σεμιναρίων για τις απαιτήσεις των επισκεπτών, τη συμπεριφορά τους και τις τάσεις της αγοράς για τον ταξιδιωτικό κλάδο στη Σαντορίνη, ανάλογα με τις απαιτήσεις. 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Επιμελητήριο Κυκλαδών / Δήμος Σαντορίνης / ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Υλοποίηση τακτικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων – υιοθέτηση βελτιωμένων βιώσιμων πρακτικών από τον κλάδο. Υλοποίηση τακτικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων – Συστηματική και αποτελεσματική κοινοποίηση αξιών της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης από τον κλάδο. Παροχή ενημερώσεων σε τακτή βάση, ανάλογα με τις απαιτήσεις. Διεξαγωγή και αποτίμηση σεμιναρίων από τον τουριστικό κλάδο.
Έρευνα και συλλογή πληροφοριών	<ul style="list-style-type: none"> Υλοποίηση ετήσιας έρευνας για την ικανοποίηση των κατοίκων με τον τουρισμό στη Σαντορίνη, εστιάζοντας στον αντίκτυπο του στην καθημερινότητά τους και την ποιότητα ζωής τους. 	ΟΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Υλοποιήθηκε η ετήσια έρευνα ικανοποίησης των κατοίκων και παρακολουθούνται οι αλλαγές.

	<ul style="list-style-type: none"> • Υλοποίηση ετήσιας έρευνας για την ικανοποίηση των επισκεπτών με την εμπειρία τους στη Σαντορίνη. 		<ul style="list-style-type: none"> • Υλοποιήθηκε η ετήσια έρευνα ικανοποίησης των επισκεπτών και παρακολουθούνται οι αλλαγές.
Μέτρηση/ διαχείριση επιδόσεων	<ul style="list-style-type: none"> • Διατήρηση ετήσιας αξιολόγησης των τουριστικών επιδόσεων της Σαντορίνης – δηλαδή σε αφίξεις φεριμπότ, κρουαζιερόπλοιων και στο αεροδρόμιο, δυναμικότητα και πληρότητα καταλυμάτων, απασχόληση σε θέσεις εργασίας στον τομέα του τουρισμού και παραγόμενες δαπάνες/αξία που δημιουργείται για τη Σαντορίνη – π.χ. μέσω εθνικών στατιστικών απολογισμών για τον τουρισμό, της FRAPORT, πηγών για τις κρουαζιέρες, τα φεριμπότ και άλλων πηγών δεδομένων, όπως συμπληρώνονται από περαιτέρω ειδικές έρευνες, όποτε απαιτείται. • Παρακολούθηση του αντίκτυπου του τουρισμού μέσω βασικών δεικτών [π.χ. πυκνότητα των διανυκτερεύσεων (αριθμός/τετρ. χλ.), ένταση των διανυκτερεύσεων (αριθμός/μόνιμο κάτοικο), ένταση αεροπορικών μεταφορών (επιβάτης ανά διανυκτέρευση), εποχικές διακυμάνσεις, αξιολόγηση βασικών αξιοθέατων/χώρων] για την υποστήριξη της βιώσιμης διαχείρισης προορισμού. 	ΟΔΠ/ Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> • Συνεχής ευαισθητοποίηση για τις τουριστικές επιδόσεις της Σαντορίνης που επικαιροποιείται σε ετήσια βάση. • Ετήσια αξιολόγηση του αντίκτυπου.

Μηχανισμοί και διακυβέρνηση της υλοποίησης

Με την επιφύλαξη της συμφωνίας για τον μηχανισμό που θα υιοθετηθεί για την υλοποίηση του ΣΔΠ, προτείνονται οι ακόλουθες δράσεις:

Τομέας δράσης	Δράσεις	Προτεινόμενος Επικεφαλής	Μέτρα εκτέλεσης
Μηχανισμός υλοποίησης/φορέας υλοποίησης του ΣΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> Καθιέρωση ενός μηχανισμού για την υλοποίηση του ΣΔΠ, με προσδιορισμένο σαφή ρόλο (Δείτε επιλογές στο ΣΔΠ.) 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Επιμελητήριο Κυκλαδών / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Θέσπιση μηχανισμού/φορέα υλοποίησης, με ξεκάθαρα προσδιορισμένο ρόλο.
Συμβούλιο στρατηγικής διαχείρισης προορισμού	<ul style="list-style-type: none"> Σύσταση ενός Συμβουλίου Στρατηγικής για την εποπτεία της υλοποίησης του ΣΔΠ. (π.χ. μια σύμπραξη βασικών οργανισμών που θα περιλαμβάνει ανώτερης βαθμίδας εκπροσώπους από την Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου, το Εμπορικό Επιμελητήριο Κυκλαδών και τον Δήμο Σαντορίνης – σε συνεργασία με άλλους βασικούς οργανισμούς, όπως με την Ένωση Ξενοδόχων, τη FRAPORT, την Aegean, τον ΣΕΤΕ και άλλους βασικούς τοπικούς οργανισμούς του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα.) Μετά τη σύσταση του Συμβουλίου, θα προσδιοριστούν ο ρόλος και η συχνότητα συνεδριάσεων. 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Επιμελητήριο Κυκλαδών / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή Συμβουλίου Στρατηγικής. Προσδιορίστηκαν ο ρόλος και η συχνότητα συνεδριάσεων.
Ομάδες δράσης για τις Στρατηγικές Προτεραιότητες	<ul style="list-style-type: none"> Σύσταση 6 ομάδων δράσης, έκαστη υπεύθυνη για την αντιμετώπιση καθεμίας από τις 6 Στρατηγικές Προτεραιότητες (ΣΠ) του ΣΔΠ, με τις ακόλουθες αρμοδιότητες: <ul style="list-style-type: none"> Εκπόνηση και υλοποίηση λεπτομερούς σχεδίου δράσης για κάθε ΣΠ Παρακολούθηση της προόδου έναντι κάθε ΣΠ Αναφορά για την πρόοδο στο Συμβούλιο Στρατηγικής 	Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου / Επιμελητήριο Κυκλαδών / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> Εφαρμογή ομάδων δράσης για τις 6 ΣΠ. Τακτικές εκθέσεις προόδου στο Συμβούλιο Στρατηγικής.
Δέσμευση του κλάδου από το Εμπορικό Επιμελητήριο Κυκλαδών	<ul style="list-style-type: none"> Προσδιορισμός ανάγκης και, κατά περίπτωση, εκπόνηση εργασιών τύπου BID (περιφερειακές υπηρεσίες βελτίωσης επιχειρήσεων) για την προώθηση της συμμετοχής/χρηματοδότησης στη διαχείριση προορισμού από τις τοπικές επιχειρήσεις σε βασικές περιοχές (π.χ. Οία, Φηρά, νότια Σαντορίνη). Το Επιμελητήριο θα παρέχει τοπικές πλατφόρμες συζήτησης και επίκεντρο για την ανάπτυξη δεξιοτήτων/ τον προσδιορισμό των εκπαιδευτικών αναγκών για 	Επιμελητήριο Κυκλαδών / Δήμος Σαντορίνης	

	<p>τις ενώσεις του κλάδου, κοινωνικές ομάδες και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Οι κοινωνικές ομάδες θα ενεργούν ως κανάλι επικοινωνίας με τους κατοίκους για σημαντικές αποφάσεις διαχείρισης προορισμού. (Δείτε επίσης Ενισχυμένη συμμετοχή μικρών τοπικών κοινωνιών στον τουρισμό στο 4 παραπάνω.) 		
Ατζέντα εθνικού σχεδιασμού ΣΔΠ	<ul style="list-style-type: none"> • Διασφάλιση της ενσωμάτωσης σχετικών θεμάτων ΣΔΠ της Σαντορίνης στην ατζέντα εθνικού σχεδιασμού. • Προσδιορισμός τομέων όπου μπορεί να χρειαστεί προσοχή/δράση από σχετικές κρατικές υπηρεσίες και φορείς – για συντονισμό από το Υπουργείο Τουρισμού 	ΟΔΠ / Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου/ Επιμελητήριο Κυκλαδων / Δήμος Σαντορίνης	<ul style="list-style-type: none"> • Ενοποίηση ΣΔΠ Σαντορίνης και ατζέντας εθνικού σχεδιασμού. • Θέματα που απαιτούν προσοχή/ δράση σε εθνικό επίπεδο τίθενται υπ' όψιν των αρμόδιων εθνικών φορέων.

ANNEX 2

MARKETING PLAN

SANTORINI

Παράρτημα 2: Σχέδιο προώθησης και προβολής

Στρατηγικό επίκεντρο

Αυτό το πενταετές σχέδιο προώθησης και προβολής έχει καταρτιστεί με σκοπό να προσελκύσει το είδος τουρισμού που θα στηρίξει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη Σαντορίνη, όπως ορίζεται στο ΣΔΠ. Απευθύνεται σε περιορισμένο αριθμό τμημάτων αγοράς. Αυτά τα τμήματα ιεραρχούνται ως πρωτεύοντα και δευτερεύοντα, με βάση τις δυνατότητες υλοποίησης των στόχων που περιγράφονται στο ΣΔΠ. Αυτά τα τμήματα ορίζονται στην Ενότητα 6.3 Αγορές-στόχοι του ΣΔΠ.

Κατευθυντήριες αρχές

Κατά την κατάρτιση αυτού του σχεδίου, ελήφθησαν υπ' όψιν τα ακόλουθα κρίσιμα ζητήματα:

- Βιωσιμότητα:** Η βαρύτητα πρέπει να δοθεί στην προσέλκυση των ειδών επισκεπτών που θα συμβάλλουν περισσότερο στον στόχο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Αυτό σημαίνει ότι το σχέδιο απευθύνεται στα άτομα που θα προσφέρουν τα περισσότερα οφέλη με ελάχιστο αρνητικό αντίκτυπο, λαμβάνοντας υπ' όψιν τους επισκέπτες που έχουν περισσότερες πιθανότητες να μείνουν περισσότερο χρόνο, να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα, να επιστρέψουν και να επισκεφτούν τον προορισμό εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου, να επιβαρύνουν ελάχιστα τους φυσικούς πόρους και την οικιστική κληρονομιά του προορισμού αλλά και να δοκιμάσουν ελάχιστα την ανοχή των κατοίκων.
- Αποδοτικότητα κόστους:** Προτείνεται ένα περιορισμένο φάσμα δραστηριοτήτων με τη μεγαλύτερη αποδοτικότητα κόστους, αναγνωρίζοντας την ανάγκη για επίτευξη μέγιστων αποτελεσμάτων με τους περιορισμένους διαθέσιμους πόρους.
- Στοχευμένη προώθηση και προβολή:** Οι δράσεις προώθησης και προβολής δεν θα πρέπει να είναι πολύ διασκορπισμένες και θα πρέπει να προσηλώνονται σε ένα περιορισμένο φάσμα των βέλτιστων υποψήφιων επισκεπτών της Σαντορίνης, στοχεύοντας στα άτομα που θα χαρίσουν τα περισσότερα οφέλη με ελάχιστο αρνητικό αντίκτυπο, ιδίως τα άτομα που έχουν περισσότερες πιθανότητες να μείνουν περισσότερο, να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα, να επιστρέψουν και να επισκεφτούν τον προορισμό εκτός της κύριας περιόδου.
- Εναρμόνιση προϊόντος-αγοράς:** Οι επενδύσεις στις δράσεις προώθησης και προβολής θα πρέπει επίσης να επικεντρώνονται στα άτομα που θα εκτιμήσουν περισσότερο το εύρος των αξιοθέατων της Σαντορίνης και, συνεπώς, συγκεντρώνουν περισσότερες πιθανότητες να μείνουν για μεγαλύτερο διάστημα και να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα αντί για τους επισκέπτες σύντομης παραμονής, που εμπνέονται από το Instagram.

Βασικά σημεία

- Η Σαντορίνη πρέπει να συνεργαστεί με τον ΕΟΤ για να μεγιστοποιήσει την κάλυψή της στα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ, στο πνεύμα της τουριστικής ταυτότητάς της. Όχι μόνο θα διασφαλιστεί μια συνεπής παρουσίαση της τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης σε όλο το διαφημιστικό υλικό αλλά θα επιτραπεί στη Σαντορίνη να επιτύχει αισθητά μεγαλύτερη διάδοση του μηνύματός της απ' ό,τι εάν ενεργούσε μόνη της, με ένα μικρό ποσοστό του κόστους.
- Ορισμένες δραστηριότητες κατανέμονται στην **ανάπτυξη** τα έτη 1-2 (δηλαδή να πειστούν οι αεροπορικές εταιρείες να πραγματοποιούν πτήσεις εκτός της κύριας περιόδου και να αναπτυχθούν πακέτα εκτός περιόδου) και την **προώθηση** αυτών των διαδρομών τα έτη 2-5 (προϋποθέτοντας ότι έχει εξασφαλιστεί τουλάχιστον μία απευθείας πτήση εκτός της κύριας περιόδου το έτος 1 για να αρχίσουν οι πτήσεις το έτος 2).
- Οι δραστηριότητες, στην πλειονότητά τους, απαιτούν **εντατική παρουσία ανθρώπινου δυναμικού** και όχι υψηλό κόστος.
- Προτεραιότητα αποτελεί η δημιουργία ενός ελκυστικά σχεδιασμένου, ενημερωτικού, πρακτικού **ιστότοπου** που θα συνάδει με την τουριστική ταυτότητα και θα διευκολύνει την πλοήγηση, με συνδέσμους προς τις τουριστικές επιχειρήσεις. Ο ιστότοπος αυτός θα υποστηρίζει κάθε δραστηριότητα προώθησης και προβολής και θα καλύπτει όλα τα τμήματα.

Το **κόστος της εκστρατείας** είναι ευέλικτο ανάλογα με τον προϋπολογισμό. Θα πρέπει να αποφασιστεί κατά τη σύσταση του επικεφαλής φορέα υλοποίησης/ΟΔΠ και υπάρχουν διαθέσιμα κεφάλαια για την ανάπτυξή του.

Προτεραιότητα	Στόχος	Τμήμα	Κύρια προϊόντα/Εμπειρίες	Χώρα	Δράση προώθησης και προβολής	Βασικοί δείκτες απόδοσης	Εκτίμηση πόρων/προϋπολογισμού (ευρώ)
<u>Προτεραιότητα 1:</u> «Επένδυση και ανάπτυξη» (Έτη 1-5 σε εξέλιξη)	Αύξηση εσόδων	«Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος»	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλήνη • Τοπίο • Γαστρονομία • Κρασί 	<u>Πρωταρχικές Δευτερεύουσες</u> <ul style="list-style-type: none"> • Ιταλία • Ηνωμένο Βασίλειο • Γαλλία • Γερμανία • Ελβετία • Αυστρία • Ολλανδία • Ισπανία 	<ul style="list-style-type: none"> • Επίτευξη βέλτιστης και κατάλληλης κάλυψης της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ. • Διασφάλιση ότι οι ενέργειες προώθησης του ΕΟΤ (ιστότοπος, εκστρατείες, διαφημιστικά φυλλάδια κ.ά.) αποτυπώνουν τις αξίες και τα μηνύματα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης. • 6 εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης [3 κατ' έτος ανά χώρα (Ιταλία, HB) με διαφορετικά θέματα μηνυμάτων τουριστικής ταυτότητας] • 10 εκπρόσωποι τύπου / bloggers / influencers • Πρόσληψη εταιρείας δημοσίων σχέσεων για την ανάπτυξη εκστρατείας με στόχο βασικά έντυπα, άτομα με επιρροή (influencer), bloggers κ.λπ., ιδίως για μεγάλες εκδηλώσεις. • Εκπροσώπηση προϊόντος σε κατάλληλα στοχευμένες και 	<ul style="list-style-type: none"> • Βέλτιστη, κατάλληλη κάλυψη της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ, στο πνεύμα της τουριστικής της ταυτότητας. • Επίπεδο συμμετοχής, κλικ μετάβασης σε τουριστικούς πράκτορες, κρατήσεις • 10 θετικά άρθρα από τον τύπο/bloggers • Βελτίωση της τοποθέτησης, ευαισθητοποίηση, παρακίνηση και βελτίωση πωλήσεων του προορισμού της Σαντορίνης σε πρωταρχικές και δευτερεύουσες αγορές. Αριθμός εμπορικών εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν, πολύτιμων επαφών που θα πραγματοποιηθούν. • Εξαρτάται από τον αριθμό των 	<ul style="list-style-type: none"> • Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό) • 30.000 ευρώ • 40.000 ευρώ ανά αγορά (για την κάλυψη όλων των δραστηριοτήτων δημοσίων σχέσεων σε βασικές αγορές για όλα τα τμήματα-στόχο - δηλαδή «λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων» κ.ά.) • Εξαρτάται από τον αριθμό των

			<p>οικονομικές εξειδικευμένες, εγχώριες ή διεθνείς εκθέσεις του κλάδου. (π.χ. https://www.abridesexpo.com, https://www.destinationweddingandhoneymoonshow.co.uk/, https://www.iltm.com/, http://luxurytravelmart.ru/, https://bit.fieramilano.it/)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ενταξη της Σαντορίνης σε προγράμματα των εταιρειών οργάνωσης ταξιδιών, ποσό συναλλαγών που προκύπτει από τις εκθέσεις. • Εμπορική ετοιμότητα, συνεχής εμπορική συμμετοχή. 	εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν.
--	--	--	---	--	---------------------------------------

Προτεραιότητα	Στόχος	Τμήμα	Κύρια προϊόντα/Εμπειρίες	Χώρα	Δράση προώθησης και προβολής	Βασικοί δείκτες απόδοσης	Εκτίμηση πόρων/προϋπολογισμού (ευρώ)
<u>Προτεραιότητα 1:</u> «Επένδυση και ανάπτυξη» (Έτη 1-5 σε εξέλιξη)		«Γευσιγνώστες» (Foodies)	<ul style="list-style-type: none"> • Γαστρονομία • Κρασί 	<p><u>Πρωταρχικές</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ιταλία • Ηνωμένο Βασίλειο • ΗΠΑ <p><u>Δευτερεύουσες</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Γαλλία • Γερμανία • Ελβετία • Αυστρία • Ολλανδία 	<ul style="list-style-type: none"> • Επίτευξη βέλτιστης και κατάλληλης κάλυψης της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ. • Διασφάλιση ότι οι ενέργειες προώθησης του ΕΟΤ (ιστότοπος, εκστρατείες, διαφημιστικά φυλλάδια κ.ά.) αποτυπώνουν τις αξίες και τα μηνύματα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης. • 3 εικστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (1 κατ' έτος ανά χώρα - Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ). • 8 επισκέψιμες από εκπροσώπους του τύπου/ bloggers/ influencers κατ' έτος • Εκπροσώπηση προϊόντος σε κατάλληλα στοχευμένες και οικονομικές εξειδικευμένες, εγχώριες ή διεθνείς εκθέσεις του κλάδου. (π.χ. https://www.fibega.org/, https://www.tourismexpo.ru/, https://www.anuga.com/) 	<ul style="list-style-type: none"> • Βέλτιστη, κατάλληλη κάλυψη της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ, στο πνεύμα της τουριστικής της ταυτότητας. • Επίπεδο συμμετοχής, κλικ μετάβασης σε τουριστικούς πράκτορες, κρατήσεις • 8 θετικά άρθρα από τον τύπο/bloggers • Αριθμός εμπορικών εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν, πολύτιμων επαφών που θα πραγματοποιηθούν. 	<ul style="list-style-type: none"> • Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό) • 15.000 ευρώ • Εξαρτάται από τον αριθμό των εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν. • Περιλαμβάνονται στα έξοδα της εταιρείας δημοσίων σχέσεων ανά αγορά παραπάνω.

				<ul style="list-style-type: none"> • Πρόσληψη εταιρείας δημοσίων σχέσεων για την ανάπτυξη εκστρατείας με στόχο βασικά έντυπα, άτομα με επιρροή (influencer), bloggers κ.λπ., ιδίως για μεγάλες εκδηλώσεις. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ενταξη της Σαντορίνης σε προγράμματα των εταιρειών οργάνωσης ταξιδιών, ποσό συναλλαγών που προκύπτει από τις εκθέσεις. • Εμπορική ετοιμότητα, ανάπτυξη και συνεχής εμπορική συμμετοχή. • Βελτίωση της τοποθέτησης, ευαισθητοποίηση, παρακίνηση και βελτίωση πωλήσεων του προορισμού της Σαντορίνης σε πρωταρχικές και δευτερεύουσες αγορές. 	
--	--	--	--	---	---	--

Προτεραιότητα	Στόχος	Τμήμα	Κύρια προϊόντα/ Εμπειρίες	Χώρα	Δράση προώθησης και προβολής	Βασικοί δείκτες απόδοσης	Εκτίμηση πόρων/ προϋπολογισμού (ευρώ)
<u>Προτεραιότητα 2: «Αποδοχή και περαιτέρω ανάπτυξη» – Εκτός τουριστικής περιόδου (Έτη 1-2: ανάπτυξη, έτη 3-5: προώθηση)</u>	Επιμήκυνση περιόδου	«Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/νεόνυμφοι στον μήνα του μέλιτος»	<ul style="list-style-type: none"> • Γαλήνη • Τοπίο • Γαστρονομία • Κρασί 	<ul style="list-style-type: none"> • Ιταλία • Ηνωμένο Βασίλειο • Γερμανία 	<p>Έτη 1-2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να πειστούν 2 αεροπορικές εταιρείες (1 από Ηνωμένο Βασίλειο, 1 από Γερμανία) να επεκτείνουν τις απευθείας πτήσεις τους μήνες της άνοιξης, του φθινοπώρου και εκτός τουριστικής περιόδου. <p>Έτη 3-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 νέα πακέτα εκτός περιόδου (1 στο Ηνωμένο Βασίλειο & 1 στη Γερμανία) • Επίτευξη βέλτιστης και κατάλληλης κάλυψης της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ. 	<p>Έτη 1-2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Επέκταση 2 απευθείας αεροπορικών δρομολογίων κατά 2 μήνες έκαστο. (1 από το Ηνωμένο Βασίλειο & 1 από τη Γερμανία). <p>Έτη 3-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 πακέτα εκτός τουριστικής περιόδου (1 για το Ηνωμένο Βασίλειο & 1 για τη Γερμανία) • Βέλτιστη, κατάλληλη κάλυψη της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ, στο πνεύμα της τουριστικής της ταυτότητας. 	<p>Έτη 1-2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό) <p>Έτη 3-5:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό) • Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό)

					<ul style="list-style-type: none"> • Διασφάλιση ότι οι ενέργειες προώθησης του ΕΟΤ (ιστότοπος, εκστρατείες, διαφημιστικά φυλλάδια κ.ά.) αποτυπώνουν τις αξίες και τα μηνύματα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης. • 6 εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατ' έτος δηλαδή 1 εκστρατεία x 3 τμήματα («λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων», «ειδικού ενδιαφέροντος», «θιασώτες της υπαίθρου» x 2 χώρες (Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία) 	<ul style="list-style-type: none"> • Βέλτιστη, κατάλληλη κάλυψη της Σαντορίνης στα διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ, στο πνεύμα της τουριστικής της ταυτότητας. • Επίπεδο συμμετοχής, κλικ μετάβασης σε τουριστικούς πράκτορες, κρατήσεις 	<ul style="list-style-type: none"> • Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό) • 30.000 ευρώ
--	--	--	--	--	--	--	--

Προτεραιότητα	Στόχος	Τμήμα	Κύρια προϊόντα/Εμπειρίες	Χώρα	Δράση προώθησης και προβολής	Βασικοί δείκτες απόδοσης	Εκτίμηση πόρων/προϋπολογισμού (ευρώ)
<u>Προτεραιότητα 2:</u> «Αποδοχή και περαιτέρω ανάπτυξη» (συνέχεια)		«Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων/νέονυμφοι στον μήνα του μέλιτος» (συνέχεια)			<ul style="list-style-type: none"> 16 επισκέψεις από εκπροσώπους του τύπου/bloggers/ influencers κατ' έτος (4 επισκέψεις ανά τμήμα x 4 τμήματα) Καλλιέργεια υποστηρικτικού περιβάλλοντος – πάροχοι που μπορούν να προσφέρουν τα ουσιώδη για ένα σύντομο διάλειμμα εκτός κύριας περιόδου (π.χ. πάροχοι μεταφορών, επιλεγμένοι πάροχοι καταλυμάτων, πρατήρια τροφίμων, εταιρείες εκμετάλλευσης αξιοθέατων και δραστηριοτήτων) και θα αναλάβουν από κοινού τον κίνδυνο να παραμείνουν σε λειτουργία και να προσθέσουν υπηρεσίες. Εκπροσώπηση προϊόντος σε κατάλληλα στοχευμένες και οικονομικές εξιδικευμένες, εγχώριες ή διεθνείς εκθέσεις του ταξιδιωτικού κλάδου. (π.χ. https://www.abridesexpo.com, https://www.destinationweddingandhoneymoonshow.co.uk/, https://www.iltm.com/, 	<ul style="list-style-type: none"> 10 θετικά άρθρα από τον τύπο/bloggers Αριθμός εταιρειών και ενδιαφερόμενων φορέων που επιθυμούν να συμμετάσχουν, αριθμός κρατήσεων. Αριθμός εμπορικών εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν, πολύτιμων επαφών που θα πραγματοποιηθούν. Ενταξη της Σαντορίνης σε προγράμματα των εταιρειών οργάνωσης ταξιδιών, ποσό συναλλαγών που προκύπτει από τις εκθέσεις. Εμπορική ετοιμότητα, ανάπτυξη και συνεχής εμπορική συμμετοχή. Βελτίωση της τοποθέτησης, ευαισθητοποίηση, παρακίνηση και βελτίωση πωλήσεων του 	<ul style="list-style-type: none"> Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό - φιλοξενία από τουριστικές επιχειρήσεις της Σαντορίνης) Εξαρτάται από τον αριθμό των εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν.

Προτεραιότητα	Στόχος	Τμήμα	Κύρια προϊόντα/Εμπειρίες	Χώρα	Δράση προώθησης και προβολής	Βασικοί δείκτες απόδοσης	Εκτίμηση πόρων/προϋπολογισμού (ευρώ)
<u>Προτεραιότητα 2: «Αποδοχή και περαιτέρα ανάπτυξη» (συνέχεια)</u>		«Γευσιγνώστες» (Foodies)	<ul style="list-style-type: none"> • Γαστρονομία • Κρασί 	<ul style="list-style-type: none"> • Ιταλία • Ηνωμένο Βασίλειο • Γερμανία 	<ul style="list-style-type: none"> • Περιλαμβάνονται στόχοι στα κελιά παραπάνω και για τα 4 τμήματα («Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων», «Γευσιγνώστες», «Ειδικού ενδιαφέροντος», «Θιασώτες της υπαίθρου») για τα έτη 1-2 & 3-5. • Πρόσληψη εταιρείας δημοσίων σχέσεων για την ανάπτυξη εκστρατείας με στόχο βασικά έντυπα, άτομα με επιρροή (influencer), bloggers κ.λπ., ιδίως για μεγάλες εκδηλώσεις. • Εκπροσώπηση προϊόντος σε κατάλληλα στοχευμένες και οικονομικές εξειδικευμένες, εγχώριες ή διεθνείς εκθέσεις του ταξιδιωτικού κλάδου. (π.χ. http://luxurytravelmart.ru/, https://bit.fieramilano.it/) 	<p>προορισμού της Σαντορίνης σε πρωταρχικές και δευτερεύουσες αγορές.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δείτε τα έξοδα της εταιρείας δημοσίων σχέσεων ανά αγορά παραπάνω. 	<p>• Περιλαμβάνονται τακτικές στα κελιά παραπάνω και για τα 4 τμήματα («Λάτρεις ρομαντικών αποδράσεων», «Γευσιγνώστες», «Ειδικού ενδιαφέροντος», «Θιασώτες της υπαίθρου») για τα έτη 1-2 & 3-5.</p> <p>• Βελτίωση της τοποθέτησης, ευαισθητοποίηση, παρακίνηση και βελτίωση πιωλήσεων του προορισμού της Σαντορίνης σε πρωταρχικές και δευτερεύουσες αγορές.</p> <p>• Αριθμός εμπορικών εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν, πολύτιμων επαφών που θα πραγματοποιηθούν.</p> <p>• Ενταξη της Σαντορίνης σε προγράμματα των εταιρειών οργάνωσης ταξιδιών, ποσό</p>
		«Ειδικού ενδιαφέροντος /Αυτοβελτίωση»	<ul style="list-style-type: none"> • Διάφορα μαθήματα/ησυχαστήρια • (π.χ. γιόγκα, τέχνη κ.ά.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ηνωμένο Βασίλειο • Γερμανία 			
		«Θιασώτες της υπαίθρου»	<ul style="list-style-type: none"> • Πεζοπορία, ποδηλασία, αυτόνομη κατάδυση κ.ά. 				

					<p>https://www.tourismexpo.ru/, https://www.anuga.com/ και https://www.tournatur.com/, https://www.adventureshow.com/)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη σειράς σύντομων (1 λεπτό) βίντεο για ηλεκτρονική χρήση με βάση την προσδιορισμένη έννοια. Χρήση πρεσβευτών που αποτυπώνουν το προφίλ της αγοράς-στόχου. • Προσδιορισμός και υλοποίηση ενός έργου-καταλύτη στο πλαίσιο κάθε θέματος – π.χ. φεστιβάλ, συνέδριο, διαγωνισμός, έργο (πρβλ. διαγωνισμός καταδύσεων από βράχους Red Bull στο Μόσταρ ή, παλαιότερα, στη Σαντορίνη). • Εγγραφή στην ένωση Adventure Travel Trade Association (ATTA) και συμμετοχή σε κατάλληλες εκδηλώσεις της ATTA. 	<p>συναλλαγών που προκύπτει από τις εκθέσεις.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εμπορική ετοιμότητα, ανάπτυξη και συνεχής εμπορική συμμετοχή. • Επίπεδο συμμετοχής, αριθμός προβολών βίντεο και δημοφιλία. Αριθμός συμβεβλημένων πρεσβευτών. • Αριθμός συμμετεχόντων και δημοφιλία. • Ενεργό μέλος – αριθμός και ποιότητα εκδηλώσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν. 	<p>30.000 ευρώ</p> <p>1.500 ευρώ περίπου (εγγραφή μέλους)</p>
--	--	--	--	--	---	--	---

Προτεραιότητα	Στόχος	Τμήμα	Κύρια προϊόντα/ Εμπειρίες	Χώρα	Δράση προώθησης και προβολής	Βασικοί δείκτες απόδοσης	Εκτίμηση πόρων/ προϋπολογισμού (ευρώ)
<u>Προτεραιότητα 3:</u> «Διαχείριση και ελαχιστοποίηση αντίκτυπου» (Έτη 1-5 σε εξέλιξη)	Μεγιστοποίηση εσόδων/ ελαχιστοποίηση αντίκτυπου	Επισκέπτες κρουαζιερό πλοιων	• Εκδρομές	• Ευρώπη, ΗΠΑ	<ul style="list-style-type: none"> Συνεργασία με εταιρείες κρουαζιερόπλοιων για αύξηση της αξίας των εκδρομών στην ξηρά. Συμμετοχή στην εμπορική έκθεση για κρουαζιέρες Seatrade https://www.seatradecruiseglobal.com για βελτιστοποίηση του αριθμού και του είδους/χωρητικότητας κρουαζιερόπλοιων που επισκέπτονται τη Σαντορίνη, καθώς και για εξασφάλιση της βέλτιστης χρήσης των εκδρομών στην ξηρά και άλλων δραστηριοτήτων σχετικών με τις κρουαζιέρες που παράγουν έσοδα. Συνεργασία με εταιρείες κρουαζιερόπλοιων και τον δήμο για τη βελτίωση των ροών επισκεπτών και τη διευκόλυνση της συμφόρησης στην ξηρά. Καλλιέργεια της συνέργειας ανάμεσα στο λιμάνι και τον αερολιμένα προκειμένου να παρακολουθείται η δυναμικότητα (π.χ. σε περίπτωση ημερών γεμάτων κίνηση και συνωστισμού, θα μπορούσαν να ενημερωθούν ο δήμος και οι διάφοροι ενδιαφερόμενοι φορείς ώστε να μπορέσουν να αναλάβουν δράση). 	<ul style="list-style-type: none"> Βελτιστοποίηση εσόδων από εκδρομές στην ξηρά και των δαπανών επιβατών στην ξηρά. Βέλτιστος αριθμός κρουαζιερόπλοιων κατ' έτος, ανά είδος και χωρητικότητα. 	<ul style="list-style-type: none"> Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό)
<u>Προτεραιότητα 4:</u> Αύξηση εσόδων	«Συβαρίτες»	• Spa ευεξίας • Γαστρονομία	• ΗΠΑ • Ιταλία		<ul style="list-style-type: none"> Προσδιορισμός διαθεσιμότητας γης και προσέλκυση εταιρειών spa ευεξίας 	<ul style="list-style-type: none"> Προσδιορίστηκε η έκταση προς ανάπτυξη. 	<ul style="list-style-type: none"> Δ/Ι (μόνο ανθρώπινο δυναμικό)

«Μακροπρόθεσμη μελλοντική ανάπτυξη» (Έτος 3 και εξής)		• Κρασί	<ul style="list-style-type: none"> • Ηνωμένο Βασίλειο • Γαλλία • Ρωσία 	<ul style="list-style-type: none"> • Ηνωμένης ποιότητας να επενδύσουν στη Σαντορίνη • Ενίσχυση του προφίλ της Σαντορίνης σε βασικούς ιστότοπους/πλατφόρμες για ταξίδια και τρόπο ζωής. • Πρόσληψη εταιρείας δημοσίων σχέσεων για την ανάπτυξη εκστρατείας με στόχο βασικά έντυπα, άτομα με επιφρονή (influencer), bloggers κ.λπ. • Εκπροσώπηση προϊόντος σε κατάλληλα στοχευμένες και οικονομικές εξειδικευμένες, εγχώριες ή διεθνείς εκθέσεις του ταξιδιωτικού κλάδου. (π.χ. https://www.luxurytravelfair.com; International Luxury Travel Market (ILTM) https://www.iltm.com/) 	<ul style="list-style-type: none"> • Επιπλέον spa ευεξίας υψηλής ποιότητας. • Βελτίωση της τοποθέτησης, ευαισθητοποίηση, παρακίνηση και βελτίωση πωλήσεων του προορισμού της Σαντορίνης σε πρωταρχικές και δευτερεύουσες αγορές. • Αριθμός εμπορικών εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν, πολύτιμων επαφών που θα πραγματοποιηθούν. • Ενταξη της Σαντορίνης σε προγράμματα των εταιρειών οργάνωσης ταξιδιών, ποσό συναλλαγών που προκύπτει από τις εκθέσεις. • Εμπορική ετοιμότητα, ανάπτυξη και συνεχής εμπορική συμμετοχή. 	<ul style="list-style-type: none"> • Περιλαμβάνοντα ι στα έξοδα της εταιρείας δημοσίων σχέσεων ανά αγορά παραπάνω. • Εξαρτάται από τον αριθμό των εκθέσεων στις οποίες θα συμμετάσχουν.
---	--	---------	---	---	--	---

Γενικές τακτικές προώθησης και προβολής

Προτεραιότητα	Στόχος	Τμήμα	Κύρια προϊόντα/εμπειρίες	Χώρα	Δράση προώθησης και προβολής	Βασικοί δείκτες απόδοσης	Εκτίμηση πόρων/ προϋπολογισμού (ευρώ)
<u>Γενικά</u> Βασικές αλλά ουσιώδεις δραστηριότητες που καλύπτουν όλους τους στόχους και παρέχουν θεματικές, πρακτικές πληροφορίες για όλα τα τμήματα της αγοράς	<ul style="list-style-type: none"> • Αύξηση εσόδων • Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου • Μεγιστοποίηση εσόδων/ ελαχιστοποίηση αντίκτυπου 	Όλα τα τμήματα	<ul style="list-style-type: none"> • Όλα τα θέματα/ μηνύματα τουριστικής ταυτότητας 	Όλες οι αγορές	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη ιστότοπου που καλύπτει κύρια στοιχεία της Σαντορίνης και αποτυπώνει τα μηνύματα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης, με συνδέσμους προς επιχειρήσεις για κρατήσεις. • Ενίσχυση και βελτίωση έμμεσων αεροπορικών συνδέσεων προκειμένου να ανοίξουν αγορές ενδιαφέροντος που ακόμα δεν παράγουν επαρκή ζήτηση για αεροπορικές υπηρεσίες ώστε να υποστηρίζουν απευθείας δρομολόγιο. • Ανάπτυξη, εφαρμογή και διατήρηση ηλεκτρονικού εργαλείου για τον σχεδιασμό ταξιδιών, με ημερολόγιο εκδηλώσεων, που επιτρέπει στους επισκέπτες να αναζητούν και να κάνουν κράτηση για εμπειρίες βάσει ημερομηνίας, δραστηριότητας, τουριστικού πλαισίου, φυσικού περιβάλλοντος και 	<ul style="list-style-type: none"> • Ελκυστικά σχεδιασμένος, ενημερωτικός, πρακτικός ιστότοπος που θα συμμορφώνεται με την τουριστική ταυτότητα και θα διευκολύνει την πλοήγηση, με συνδέσμους προς τις τουριστικές επιχειρήσεις. • Σύσταση νέων αεροπορικών δρομολογίων και αριθμός επισκεπτών από νέες αγορές. • Αριθμός χρηστών εφαρμογής, επίπεδο συμμετοχής, κρατήσεις. 	<ul style="list-style-type: none"> • 20.000 ευρώ

					<p>εγγύτητας με σημεία εισόδου και κοινότητες της περιοχής.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη βιβλιοθήκης με εικόνες και βίντεο που θα αποτυπώνουν τα μηνύματα τουριστικής ταυτότητας και θα παρέχονται σε εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών, δημοσιογράφους ταξιδιωτικού ρεπορτάζ, bloggers, influencers κ.ά. • Ενθάρρυνση του κλάδου να αυξήσει τα κανάλια διανομής και τη δυνατότητα κρατήσεων μέσω δημιουργίας πακέτων και ομαδοποίησης, για επίτευξη μεγαλύτερης διείσδυσης στην αγορά για προϊόντα/εμπειρίες της Σαντορίνης. • Συνέχιση επενδύσεων σε ανάπτυξη web, SEO και άλλων κατάλληλων τεχνολογικών τακτικών, πλατφορμών και καναλιών. • Ανάπτυξη εκστρατείας ευαισθητοποίησης για τους επισκέπτες ώστε να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπό τους, ευαισθητοποιώντας τους σε θέματα αειφορίας. <ul style="list-style-type: none"> • Ποιότητα και εύρος διαθέσιμου υλικού, αριθμός αιτημάτων και χρήση σε θετικό περιβάλλον μέσων ενημέρωσης από τρίτους. • Συμπράξεις μεταξύ διαφορετικών τομέων και κρατήσεις. • Επισκέψεις, αξιολόγηση web, λειτουργικότητα, επίπεδο συμμετοχής, χρόνος απόκρισης. • Μειωμένα απόβλητα, μειωμένη κατανάλωση νερού, ικανοποίηση τοπικών επιχειρήσεων και κατοίκων. 	
--	--	--	--	--	--	--

ANNEX 3

VISITOR **EXPERIENCE**

AND PRODUCT DEVELOPMENT FRAMEWORK

Παράρτημα 3: Ανάπτυξη εμπειριών για τους επισκέπτες – συστάσεις

Το παρόν Πλαίσιο ανάπτυξης εμπειριών επισκεπτών και προϊόντων περιλαμβάνει δύο μέρη:

- Μια συλλογή θεματικών εμπειριών που αποτυπώνουν το μήνυμα τουριστικής ταυτότητας της Σαντορίνης, με άξονα το οποίο πρέπει να ενισχυθούν και να αναπτυχθούν οι εμπειρίες και τα προϊόντα των επισκεπτών.
- Μια ανασκόπηση των υφιστάμενων σημαντικών εμπειριών και προϊόντων για επισκέπτες στη Σαντορίνη.

A. Ξεχωριστές θεματικές εμπειρίες Σαντορίνης – Προτεινόμενες δράσεις

Αυτό το πρώτο μέρος προσδιορίζει ευκαιρίες για ανάπτυξη, με βάση τις πέντε προτεινόμενες «ξεχωριστές θεματικές εμπειρίες» καθώς και ορισμένες γενικές συστάσεις, προκειμένου να ενισχυθεί η απήχηση της Σαντορίνης στις καλύτερες υποψήφιες αγορές-στόχο.

Χρονοδιάγραμμα: Βραχυπρόθεσμα = 1-2 έτη, μεσοπρόθεσμα = 3-5 έτη.

A. Τα καλύτερα κρασιά και φαγητά της Σαντορίνης:

	Δράσεις	Χρονοδιάγραμμα
A1.1	Υποστήριξη κορυφαίων οινοπαραγωγών στη διοργάνωση ενός φεστιβάλ κρασιού μετά το τέλος της περιόδου υψηλής τουριστικής κίνησης, προκειμένου να επιμηκυνθεί η περίοδος	Βραχυπρόθεσμα
A1.2	Συνάντηση με κορυφαίους οινοπαραγωγούς για την εξέταση των τωρινών οινικών γευστικών εμπειριών – συχνότητα, εποχή του έτους, ικανότητα μετάθεσης στον χρόνο και καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Διερεύνηση της συνεργασίας με boutique και κορυφαία ξενοδοχεία για την ανάπτυξη πακέτων για την περίοδο εκτός τουριστικής κίνησης.	Βραχυπρόθεσμα
A1.3	Υποστήριξη κορυφαίων οινοπαραγωγών στον ενδεχόμενο σχεδιασμό διαδρομών για την κατανομή των επισκεπτών σε όλη τη Σαντορίνη. Ενθάρρυνση των κοινών δράσεων προώθησης και προβολής για τη διαδρομή της οινογευσίας και ισχυρότερη συνεργασία με τοπικά εστιατόρια.	Μεσοπρόθεσμα
A1.4	Προσδιορισμός και ανάπτυξη πιθανών γαστρονομικών εμπειριών με κορυφαίους σεφ και πιθανών παραδοσιακών εμπειριών μαγειρικής «σπιτικού φαγητού». (π.χ. Δείτε τα τωρινά μαθήματα μαγειρικής που προσφέρει το ξενοδοχείο Altana Traditional Houses	Βραχυπρόθεσμα

	& Suites στο Ημεροβίγλι)	
A1.5	Συνάντηση με ιδιοκτήτες αμπελώνων για να εξακριβωθεί το ενδιαφέρον τους να αναπτύξουν εμπειρίες τρύγου/οινοπαραγωγής, αναδεικνύοντας τα σταφύλια του Ασύρτικου και τους μοναδικούς αμπελώνες της Σαντορίνης.	Μεσοπρόθεσμα
A1.6	Συνάντηση με κορυφαίους ελαιοπαραγωγούς για να εξακριβωθεί το ενδιαφέρον τους να αναπτύξουν εμπειρίες συγκομιδής ελιάς για τους επισκέπτες τον Οκτώβριο/Νοέμβριο.	Μεσοπρόθεσμα
A1.7	Ανάπτυξη περαιτέρω περιηγήσεων σε αγροκτήματα/γευσιγνωστικών εμπειριών για να μάθουν και να δοκιμάσουν παραδοσιακά προϊόντα της Σαντορίνης (ντοματίνια, φάβα, λευκές μελιτζάνες, στρογγυλά κολοκυθάκια κ.λπ.).	Μεσοπρόθεσμα
A1.8	Συνάντηση με τον φορέα Aegean Cuisine και επιλογή πιστοποιημένων εστιατορίων για τη σύναψη συνεργασίας με αμπελώνες για γεύματα μετά τις δοκιμές οίνων και τον συντονισμό άλλων εκδηλώσεων.	Βραχυπρόθεσμα

B. Η Σαντορίνη το ηλιοβασίλεμα

	Δράσεις	Χρονοδιάγραμμα
B1.1	Κατάρτιση καταλόγου με κορυφαία σημεία της Σαντορίνης με θέα το ηλιοβασίλεμα. Συμφωνία για μια διαδρομή σημείων του νησιού (εκτός από την Οία) με αλησμόνητο ηλιοβασίλεμα και ανάπτυξη διαφημιστικού υλικού (έντυπο και ηλεκτρονικά) – χάρτης, διαδικτυακό περιεχόμενο.	Βραχυπρόθεσμα
B1.2	Για κάθε τοποθεσία με ωραίο ηλιοβασίλεμα, να προσδιοριστούν οι πάροχοι φαγητού και ποτών (π.χ. πιθανά εποχιακά περίπτερα), παραδοσιακής μουσικής, τοπικής ψυχαγωγίας κ.λπ.	Βραχυ/μεσοπρόθεσμα
B1.3	Σταδιακή παρουσίαση προγραμμάτων «Η Σαντορίνη το ηλιοβασίλεμα» σε πράκτορες και ξεναγούς. Παρότρυνση βασικών μέσων ενημέρωσης να παρουσιάσουν τις νέες εμπειρίες που προγραμματίζονται σε κορυφαία σημεία με θέα το ηλιοβασίλεμα.	Μεσοπρόθεσμα

Γ. Αρχαιολογικά θαύματα της Σαντορίνης

	Δράσεις	Χρονοδιάγραμμα
Γ1.1	Βελτίωση των πληροφοριών που παρέχονται χωρίς ξεναγό για την Αρχαία Θήρα και το Ακρωτήρι. Ενδεχόμενο χρήσης ατομικών ηχείων χειρός ή άλλου ψηφιακού οδηγού με ερμηνεία για κάθε αξιοθέατο/περιοχή που αποτελεί μέρος της περιήγησης. Ανάγκη ανάπτυξης περιεχομένου και ιστοριών ώστε οι επισκέπτες να ενημερώνονται για το πλαίσιο και την ιστορία και να κατανοούν τον αρχαίο πολιτισμό, π.χ. καλύτερες ερμηνευτικές πινακίδες με πληροφορίες στο Ακρωτήρι. Αντίγραφα ή φωτογραφίες αρχαιοτήτων που βρέθηκαν εκεί (αλλά στεγάζονται στο μουσείο των Φηρών), ψηφιακές ζεύξεις, ιστορίες για τους ανθρώπους, τον πολιτισμό, τη	Βραχυπρόθεσμα

	Ζωή κατά την αρχαιότητα κ.λπ.	
Γ1.2	Ανάπτυξη «αρχαιολογικών περιπατητικών διαδρομών»: διαδρομές, χάρτες και πρωθητικό υλικό για την περιήγηση των επισκεπτών στους βασικούς αρχαιολογικούς χώρους της Σαντορίνης.	Μεσοπρόθεσμα
Γ1.3	Βελτίωση της πρόσβασης στην Αρχαία Θήρα, τηρώντας τους τοπογραφικούς περιορισμούς (ο δρόμος είναι δύσβατος και επικίνδυνος σε διάφορα σημεία) και χάραξη μιας πολιτικής πρόσβασης (π.χ. περιορισμένος αριθμός, έκδοση εισιτηρίων για συγκεκριμένη ώρα). Παροχή χώρων με στέγαστρο για τους επισκέπτες.	Μεσοπρόθεσμα
Γ1.4	Ανάπτυξη ιστότοπου που παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες (ώρες λειτουργίας, πρόσβαση, τιμές, επί τόπου υπηρεσίες κ.λπ.) για όλους τους αρχαιολογικούς χώρους της Σαντορίνης σε ένα σημείο.	Μεσοπρόθεσμα
Γ1.5	Ανάπτυξη ιστορικά θεματικών εκδηλώσεων/αναπαραστάσεων περιόδου για να αναδειχθεί η ζωή κατά την αρχαιότητα στο Ακρωτήρι και την Αρχαία Θήρα. (π.χ. εμπειρίες με ρωμαϊκό στρατό και αρματοδρομία προσφέρονται σε άλλα ιστορικά αξιοθέατα παγκοσμίως).	
Γ1.6	Ενδεχόμενο παρουσίασης της Αρχαίας Θήρας ως τοποθεσίας με ωραίο ηλιοβασίλεμα, με προγραμματισμένη ιστορική εμπειρία/σύντομη παράσταση, αφήγηση ιστορίας (σύντομα σκετς με ηθοποιούς) με συνοδεία ποτών και σνακ.	Μεσοπρόθεσμα

Δ. Η Σαντορίνη από τη θάλασσα

	Δράσεις	Χρονοδιάγραμμα
Δ1.1	Συνεργασία με υπάρχοντες παρόχους ημερήσιας κρουαζιέρας για την ανάπτυξη εναλλακτικών δρυμολογίων για την καλντέρα, τις ιαματικές πηγές ή/και περιηγήσεις στη Θηρασία, που θα ολοκληρώνονται με θέα το ηλιοβασίλεμα. Οι περισσότεροι επισκέπτες αναφέρουν θετικές εμπειρίες από το μεγαλύτερο μέρος του ταξιδιού. Ωστόσο, αναπόφευκτα οι διαδρομές που ολοκληρώνονται με την εμπειρία της απόλαυσης του ηλιοβασιλέματος στην Όλα καταλήγουν, λόγω του συνωστισμού, σε αρνητική εμπειρία που συνοδεύει το τέλος του ταξιδιού τους κ.λπ.	Βραχυ/μεσοπρόθεσμα
Δ1.2	Αξιοποίηση της πληθώρας των θαλάσσιων σπορ [ιστιοδρομία, κανό, jet ski, kitesurf, αλεξίπτωτο θαλάσσης, θαλάσσιο ποδήλατο, σανίδα όρθιας κωπηλασίας (SUP), αυτόνομη κατάδυση κ.λπ.] που προσφέρονται επί του παρόντος και ενθαρρύνουν εμπειρίες σε συνεργασία με εστιατόρια που προσφέρουν θέα στο ηλιοβασίλεμα στο τέλος της ημέρας, κατανέμοντας τους επισκέπτες σε όλο το νησί.	Βραχυ/μεσοπρόθεσμα
Δ1.3	Αξιοποιώντας το πέμπτο έτος διεξαγωγής της επιτυχημένης αθλητικής εκδήλωσης «Santorini Experience» (κάθε χρόνο τον Οκτώβριο) και της προσοχής που έχει κερδίσει διεθνώς, προσδιορισμός ευκαιριών για άλλες αθλητικές εκδηλώσεις (π.χ. καγιάκ, ψάρεμα κ.λπ.) που μπορούν να διοργανωθούν για να έρθουν συμμετέχοντες στη Σαντορίνη εκτός της κύριας περιόδου.	Μεσοπρόθεσμα

Ε. Σαντορίνη της πνευματικότητας και των αισθήσεων

	Δράσεις	Χρονοδιάγραμμα
E1.1	Διενέργεια ελέγχου στα υπάρχοντα ησυχαστήρια ευεξίας, εκπαίδευσης και δημιουργικότητας της Σαντορίνης. Προσδιορισμός του δυναμικού ανάπτυξης και επέκτασης το καλοκαίρι και εκτός κύριας περιόδου.	Βραχυ/μεσοπρόθεσμα
E1.2	Διενέργεια ελέγχου των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών spa στη Σαντορίνη και προσδιορισμός εταίρων για την ανάπτυξη νέων, ποιοτικών spa πολυτελείας/εγκαταστάσεων ευεξίας και επέκταση υφιστάμενων κέντρων.	Βραχυ/μεσοπρόθεσμα
E1.3	Εντοπισμός κορυφαίων ταξιδιωτικών πρακτόρων που ειδικεύονται παγκοσμίως στα ησυχαστήρια ευεξίας, εκπαίδευσης και δημιουργικότητας και προσδιορισμός απαιτήσεων για την προσφορά εμπειριών στη Σαντορίνη όλο τον χρόνο.	Βραχυ/μεσοπρόθεσμα

ΣΤ. Γενικές συστάσεις

	Δράσεις	Χρονοδιάγραμμα
ΣΤ1.1	Ανάπτυξη ενός προγράμματος φιλοξενούμενων συγγραφέων που πιθανόν θα διοργανωθεί μέσω του δήμου για την ανάπτυξη ιστοριών και περιεχομένου σχετικά με την αυθεντική κουλτούρα και εμπειρία της Σαντορίνης. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για σκοπούς προώθησης και προβολής.	Μεσοπρόθεσμα
ΣΤ1.2	Ανάπτυξη ενός προγράμματος φιλοξενούμενων καλλιτεχνών που θα αποτυπώσει την ομορφιά της Σαντορίνης με διάφορα μέσα της τέχνης και θα χρησιμοποιηθεί σε εκθέσεις, για να προσελκύσει άλλους καλλιτέχνες και για γενικούς σκοπούς προώθησης και προβολής.	Μεσοπρόθεσμα
ΣΤ1.3	Συνεργασία με οινοπαραγωγούς για την ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων για το κρασί για τους ντόπιους (νεολαία) και τους επισκέπτες, ώστε να μυηθούν στην κουλτούρα των μοναδικών κρασιών της Σαντορίνης.	Μεσοπρόθεσμα
ΣΤ1.4	Σύσταση ενός θεάτρου στο νησί για να ενθαρρυνθεί η ανάπτυξη μιας τοπικής θεατρικής ομάδας και για την προσέλκυση διεθνών παραστάσεων στη Σαντορίνη. Είναι σημαντικό να διαφυλαχθεί η αφήγηση ιστοριών, η ιστορία και η μυθολογία. Μπορεί επίσης να είναι χώρος μουσικών εκδηλώσεων. Θα διευρύνει τις εμπειρίες των παραστατικών τεχνών που προσφέρονται στην τοπική κοινωνία και τους επισκέπτες.	Μεσομακροπρόθεσμα
ΣΤ1.5	Υποστήριξη του Βιομηχανικού Μουσείου Ντομάτας για τη βελτίωση της εμβέλειας και της πρόσβασης. Οι πινακίδες και οι δρόμοι που οδηγούν στο μουσείο είναι σκοτεινοί και η οδική πρόσβαση μπορεί να βελτιωθεί.	Βραχυπρόθεσμα
ΣΤ1.6	Προσδιορισμός ευκαιριών για φεστιβάλ και εκδηλώσεις εκτός της κύριας περιόδου. Προς το παρόν, ένα μικρό χριστουγεννιάτικο μπαζάρ για την τοπική κοινωνία. Επιδίωξη επέκτασης και εξέταση ενδεχόμενων συναφών εκδηλώσεων για τους τουρίστες κ.λπ.	Βραχυ/μεσοπρόθεσμα

B. Πόροι για προϊόντα και εμπειρίες της Σαντορίνης

Αυτό το δεύτερο μέρος – με τη μορφή ανασκόπησης των προϊόντων και εμπειριών των επισκεπτών – παρέχει μια επιγραμματική αξιολόγηση του τρέχοντος φάσματος σημαντικών εμπειριών των επισκεπτών στη Σαντορίνη και προσδιορίζει την υφιστάμενη δυνητική απήχησή τους σε πρωταρχικές, δευτερεύουσες και αναδυόμενες αγορές.

Π – Πρωτεύον Δ – Δευτερεύον Α – Αναδυόμενο

Προϊόν	Ελκυστικότητα αγοράς-στόχου					Τρέχουσα (T) / Ζητούμενη (Z) εμπειρία	Γενικά σχόλια
	Ρομαντικές αποδράσεις Νέονυφοι στον Γευσιγνώστε ς / Λάτρεις του κρασιού	Επισκέπτες κρουαζιερόπλο ων	Συβαρίτες (ιδίως για γαστρονομία)				
A. Κρασί και γαστρονομία της Σαντορίνης							
Οινολογικές περιηγήσεις	Π	Π	Π	A	Οι υφιστάμενες οινολογικές περιηγήσεις στη Σαντορίνη περιλαμβάνουν επισκέψεις στους περισσότερους οινοπαραγωγούς του νησιού. Η κράτηση για τις οινογευστικές εμπειρίες μπορεί να γίνεται απευθείας ή στο πλαίσιο επίσκεψης σε πολλές τοποθεσίες της οινολογικής περιήγησης. Γενικά, πολύ θετικές κριτικές από τους επισκέπτες.	Ευκαιρίες για επέκταση των οινογευστικών περιηγήσεων στο διάστημα εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου. Ευκαιρίες σύμπραξης με τοπικά εστιατόρια, συνεργατικός σχεδιασμός για τις οινολογικές περιηγήσεις.	
Γαστρονομικές εμπειρίες/ μαγείρεμα σπιτικού φαγητού	Π	Π		A	Περιορισμένες γαστρονομικές εμπειρίες με σεφ, περιορισμένη προσφορά μαθημάτων μαγειρικής μέσω ξενοδοχείων. Αναφορά θετικών τουριστικών εμπειριών.	Ευκαιρία προσδιορισμού και ανάπτυξης περαιτέρω γαστρονομικών εμπειριών για τους επισκέπτες.	
Τρύγος	Π	Π		A		Εξετάζοντας παρόμοιες εμπειρίες σε άλλα μέρη της Ελλάδας και της Ευρώπης, ίσως είναι δυνατή η ανάπτυξη εμπειριών για τους επισκέπτες που μπορούν να βοηθήσουν στον τρύγο και την	

Προϊόν	Ελκυστικότητα αγοράς-στόχου				Τρέχουσα (T) / Ζητούμενη (Z) εμπειρία	Γενικά σχόλια
	Ρομαντικές αποδράσεις Νεόνυμφων στον Γευστιγνώστε ζ/ λάτρεις του κρασιού	Επισκέπτες κρουαζερόπλο „„„	Συβαρίτες (ιδιως για γαστρονομία)			
Συγκομιδή ελιάς	Π	Π	A			οινοπαραγωγή, παράλληλα με εμπειρίες μαγειρικής με παραδοσιακά τρόφιμα Εντοπισμός βασικών ελαιοπαραγωγών που ενδέχεται να αναπτύξουν εμπειρίες συγκομιδής ελιάς τον Οκτώβριο/Νοέμβριο.
Β. ηλιοβασίλεμα						Η Σαντορίνη το ηλιοβασίλεμα
Ηλιοβασίλεμα στην Οία	Π	Π	A	H τρέχουσα εμπειρία στην Οία την ώρα του ηλιοβασιλέματος αναφέρεται ως κατεξοχήν αρνητική λόγω του συνωστισμού.		Πρέπει να εξεταστεί το ενδεχόμενο εκπόνησης εναλλακτικών λύσεων για να μετακινηθούν οι τουρίστες σε άλλα μέρη του νησιού ώστε να μειωθεί ο συνωστισμός στην Οία.
Η Σαντορίνη το ηλιοβασίλεμα	Π	Π	A			Αξιοποιώντας το διάσημο ηλιοβασίλεμα της Οίας, θα πρέπει να αναπυχθεί ένας κατάλογος με τα κορυφαία σημεία της Σαντορίνης με θέα το ηλιοβασίλεμα, συνοδευόμενα από κοκτέιλ, φαγητό, μουσική ή/και τοπική ψυχαγωγία σε κάθε χώρο. Ιδανικά πριν από τη θερινή περίοδο του 2020.
Ηλιοβασίλεμα στα Φηρά	Π	Π	A			Με εκπληκτική θέα, ευκαιρία για ανάπτυξη μιας εμπειρίας του ηλιοβασιλέματος, προσφέροντας ποτά, φαγητό και συναυλία κλασικής μουσικής.

Προϊόν	Ελκυστικότητα αγοράς-στόχου				Τρέχουσα (T) / Ζητούμενη (Z) εμπειρία	Γενικά σχόλια
	Ρομαντικές αποδράσεις Νεόνυμφων στον Γευστιγνώστε ζ/ λάτρεις του κρασιού	Επισκέπτες κρουαζερόπλο „„„	Συβαρίτες (ιδίως για γαστρονομία)			
Γ. Αρχαιολογικά θαύματα της Σαντορίνης						
Ακρωτήρι	Π	Δ	Π	A	Ο χώρος είναι καλοδιατηρημένος, οι υποδομές/εγκαταστάσεις είναι καλές. Ωστόσο, η διερμηνεία για τους επισκέπτες (χωρίς πρόσληψη ξεναγών) χαρακτηρίζεται κακή. Η διερμηνεία θα μπορούσε να βελτιωθεί σημαντικά με πιο σύγχρονες τεχνικές και ενδιαφέρουσες, προσπελάσιμες πληροφορίες.	Παρουσίαση ψηφιακών οδηγών με εμπλουτισμένο περιεχόμενο που παρουσιάζουν ιστορικά στοιχεία μέσα από ιστορίες της εποχής. Βελτίωση σήμανσης, διερμηνείας και διαθέσιμων πληροφοριών στον χώρο, ιδίως με χρήση σύγχρονων τεχνικών.
Αρχαία Θήρα	Π	Δ	Π	A	Αγαπημένος προορισμός πολλών αλλά η πρόσβαση είναι δύσκολη λόγω της τοπογραφίας και του δρόμου. Οι επισκέπτες αναφέρουν έλλειψη διόρθωσης/επικαιροποίησης των πληροφοριών πληροφοριών για τις περιηγήσεις χωρίς ξεναγό. Οι τοπογραφικοί περιορισμοί σημαίνουν ότι ο χώρος δεν θα κατακλυστεί ποτέ από επισκέπτες. Ούτε άλλωστε χρειάζεται, προκειμένου να διατηρήσει τον χαρακτήρα του και την ιδιαίτερη φύση της εμπειρίας.	Βελτίωση υποδομής και πρόσβασης, εντός των τοπογραφικών ορίων. Ανάγκη για τις ώρες λειτουργίας, τα εισιτήρια και την πρόσβαση. Ανάπτυξη γλαφυρών πληροφοριών για τους επισκέπτες, βελτιωμένη σήμανση και υλικό για προσωπική περιήγηση χωρίς ξεναγό. Πρέπει να είναι διαθέσιμες και να διατηρούνται καθαρές οι τουαλέτες.
Πεζοπορικές διαδρομές	Π	Δ		A	Αρκετές υπάρχουσες πεζοπορικές διαδρομές με καλή σήμανση στη Σαντορίνη.	Ευκαιρία για ανάπτυξη πεζοπορικών διαδρομών ανάμεσα στους βασικούς αρχαιολογικούς χώρους της Σαντορίνης ως «αρχαιολογικές διαδρομές». Μπορούν να ενσωματωθούν στις επισκέψεις σε παραλίες ή σε άλλες εμπειρίες.

Προϊόν	Ελκυστικότητα αγοράς-στόχου				Τρέχουσα (T) / Ζητούμενη (Z) εμπειρία	Γενικά σχόλια
	Ρομαντικές αποδράσεις Νεόνυμφοι στον Γευστιγνώστε ζ/ Λάτρεις του κρασιού	Επισκέπτες κρουαζιερόπλο ων	Συβαρίτες (ιδιως για γαστρονομία)			
Ιστορικές εκδηλώσεις/ αναπαράστα ση περιόδων	Π	Δ		A		Ανάπτυξη ιστορικών εκδηλώσεων, αναπαραστάσεων περιόδων ή σύντομων σκετς με ηθοποιούς σε μείζονες χώρους για λόγους διεύρυνσης και εμπλουτισμού της εμπειρίας των επισκεπτών.
Δ. Η Σαντορίνη από τη θάλασσα						
Θαλάσσια σπορ και δραστηριότη τες κρουαζιέρας	Π	Δ	Π	A	Τα υφιστάμενα ομαδικά θαλάσσια σπορ είναι πολυάριθμα και γενικά λαμβάνουν θετικές κριτικές από τους επισκέπτες. Ομοίως, υπάρχουν πολύ περισσότερες ημερήσιες κρουαζιέρες «με συνοδεία» (καταμαράν, ιστιοπλοϊκά σκάφη, ελεύθερες καταδύσεις με αναπνευστήρα) και οι επισκέπτες αναφέρουν θετικές εμπειρίες.	Ευκαιρίες διεύρυνσης των προσφερόμενων θαλάσσιων σπορ σε άλλα μέρη του νησιού. Μπορούν να οργανωθούν κρουαζιέρες το ηλιοβασίλεμα σε άλλα μέρη του νησιού, για την απομάκρυνση των επισκεπτών από τις πολυσύχναστες περιοχές γύρω από την Οία και διοχέτευσή τους σε άλλα σημεία.
Αγώνες θαλάσσιων σπορ	Δ	Δ		A		Αξιοποιώντας την επιτυχία της εκδήλωσης «Santorini Experience» (διανύει τον 5ο χρόνο), προσδιορίστε άλλες διοργανώσεις θαλάσσιων σπορ που θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν (kitesurf; αλεξίπτωτο θαλάσσης; Άλλα)
Ε. Σαντορίνη της πνευματικότητας και των αισθήσεων						
Spa ευεξίας	Π	Π		A	Υπάρχει περιορισμένος αριθμός spa ευεξίας στη Σαντορίνη (+/- 10) που έχουν καλές κριτικές.	Ευκαιρίες για την ανάπτυξη πολυτελών, ανεξάρτητων θέρετρων ευεξίας που θα παρέχουν

Προϊόν	Ελκυστικότητα αγοράς-στόχου				Τρέχουσα (T) / Ζητούμενη (Z) εμπειρία	Γενικά σχόλια
	Ρομαντικές αποδράσεις Νεόνυμφων στον	Γευστιγνώστες ζ/ λάτρεις του κρασιού	Επισκέπτες κρουαζερόπλοιο	Συβαρίτες (ιδιως για γαστρονομία)		
					Κυρίως στούντιο μασάζ και συχνά το προσωπικό πηγαίνει στα ξενοδοχεία για να προσφέρει θεραπείες σε ενοίκους. Υπάρχουν επίσης λίγα boutique ξενοδοχεία που διαθέτουν μόνιμο προσωπικό για θεραπείες μασάζ.	πλήρες πακέτο υπηρεσιών με ευρύτερη γκάμα (επίσης διατροφή, άσκηση, γιόγκα κ.λπ.)
Ησυχαστήρια γιόγκα, pilates	Π	Π	A	Προς το παρόν λίγα τοπικά boutique ξενοδοχεία προσφέρουν ησυχαστήρια γιόγκα, ενώ άλλα συνεργάζονται με διεθνείς εταιρείες εκπαίδευτών ή ησυχαστήριων.	Ευκαιρίες συνεργασίες με διεθνείς εταιρείες ησυχαστήριων και ανάπτυξης ησυχαστήριων γιόγκα και pilates σε ετήσια βάση και ιδιαίτερα εκτός της κύριας περιόδου, σε συνεργασία με τοπικά ξενοδοχεία και στούντιο ευεξίας.	
Χώροι περισυλλογής και δημιουργικότητας συγγραφέων, τέχνης, φωτογραφίας	Π	Π	A	Λίγοι χώροι περισυλλογής και δημιουργικότητας συγγραφέων/τέχνης/φωτογραφίας παρέχονται στη Σαντορίνη σε ετήσια βάση από διεθνείς εκπαίδευτές/επαγγελματίες που συνεργάζονται με δημιουργικές ομάδες και εξειδικευμένα τουριστικά τοπικούς παρόχους καταλυμάτων για την προσφορά ησυχαστήριων.	Ευκαιρίες για την ανάπτυξη περαιτέρω χώρων σε ετήσια βάση και ιδιαίτερα εκτός της κύριας περιόδου, σε συνεργασία με κορυφαίες διεθνείς πρακτορεία.	

ANNEX 4

DESTINATION INSIGHTS

Annex 4: Destination Insights

Examples of destination management-related activity from around the globe, which Santorini might find illustrative in addressing locally specific destination management challenges.

Cruise ship controls: numbers and emissions.....	154
Visitor management – technology solutions	159
Visitor management planning – spreading the benefit and the load.....	162
Visitor management planning – restrictions, quotas,caps,timed entry & advance purchase	163
Visitor management - short-term rental restrictions	165
Visitor management – visitor cards.....	167
Visitor management – revenue generation	168
Accessible tourism – inclusive experiences.....	169
Tourism-agricultural linkages and gastronomy	169
Sustainability initiatives.....	171
Removal of traffic from town centres	173
Creation and promotion of new experiences and events to high yield niche markets	1755
Extending the season	177
Premium quality, with exclusive image, in all respects	179
Strengthened engagement of village communities in tourism.....	180
Enhanced access to cultural and natural heritage and character.....	182
Market insights and 'big data' collection.....	183

Cruise ship controls: numbers and emissions

Issues overview

With c. 30 million passengers expected on cruise ships worldwide in 2019, cruising is growing. Europe represents the second largest cruise destination, after the Caribbean, with c. 28.4% of world cruisers versus c.34.4% in the Caribbean. Of this total, c. 17.3% cruise in the Mediterranean, which still represents the world's second largest cruise destination in its own right.

Inevitably, given the volume of cruise passengers arriving at one time, their seasonal concentration, increasing global concerns about the contribution of emissions to climate change and waste management/pollution issues, and growing concerns about 'overtourism', cruise is both a lightning rod for criticism and at risk of exacerbating the problem for destinations. Fortunately, cruise lines and the Cruise Lines Association (CLIA) have recognised this. The threat to the natural and marine environment, to destination image, and thereby to customer satisfaction and, ultimately, cruise lines' profitability, has led to a proactive approach by the cruise industry. It has embarked on a programme of environmental stewardship and destination management. This includes agreeing visitor access and management protocols with destinations and committing to the application of on-board technology to reduce environmental impact.

Visitor management

Some destinations faced with overcrowding as a result of many cruise visitors arriving over a relatively short period of time are working with cruise lines to manage flows and maintain an enjoyable visitor experience. Others have imposed a cruise passenger tax, which may have the impact of reducing passenger numbers and will probably raise revenue for the destination, but may also dissuade cruise lines from visiting.

Dubrovnik

In order to "preserve and protect" its cultural heritage, the city and (CLIA) have signed a Memorandum of Understanding (MOU) to establish best practices for long-term destination management. The city's mayor has introduced tighter controls, whereby only 2 cruise ships will be allowed to dock in the mornings, with a third permitted after midday. In 2020, a limit will be imposed of 4,000 cruise visitors per day allowed ashore. In two years', a €2 tax will be applied to each passenger.

Venice

Italy's transport minister has proposed a plan for diverting massive cruise ships from Venice's historic centre, with a view to rerouting a third of the vessels by 2020. The plan is to address environmental concerns about the impact of ships passing through the Venetian Lagoon and along the Giudecca Canal, by moving ships gradually away from the centrally located Marittima terminal in Venice itself to dock instead at Fusina on the Italian mainland, or at Lombardia, a privately owned terminal. A working group has been established to look at alternative solutions, including the Mayor of Venice, the Veneto Region, the Port Authority and others.

Amsterdam

In an attempt to reduce overcrowding and increase visitor value, Amsterdam introduced a cruise passenger tax in January 2019 of €8 per person per day. This resulted in two cruise lines, Cruise & Maritime Voyages (CMV) and MSC Cruises dropping the city from their itinerary and relocating to Rotterdam.

Bruges/Zeebrugge

As part of an attempt to crackdown on the growing number of day-trippers, the Belgian government has put in place regulations to cut down on the number of cruise ships docking at Bruges/Zeebrugge port from five per day to just two. A factor behind this decision is the transition in the city's retail make-up, whereby many 'everyday' shops have been replaced by shops catering purely to tourists and 'only selling chocolate and beer'. In 2018, a record 8.3 million tourists visited Bruges – an increase of 900,000 from 2017. Six million of these were cruise tourists.

Dublin

In an attempt to regulate the increasing number of cruise ships arriving in Dublin, and anticipated demands likely to be imposed as a result of Brexit, the Dublin Port Company (DPC) has announced that it plans to cut the figure by almost half from 2021. From 2021 the number of cruise ships will be restricted to 80 on 3 berths only. Currently there are 160 ships due throughout 2019 and 140 bookings have been made for 2020. This is, in part influenced by what the DPC considers the need to prioritise freight and container ships in the light of Britain's departure from the EU. Significantly, as of 2021, DPC will not take bookings for cruise turnarounds.

Barcelona and Palma de Mallorca

Although no measures have yet been taken, other European ports can be expected to implement controls on both numbers and pollution shortly.

Barcelona, Europe's busiest cruise port, expected 3.2 million cruise passengers and 830 ships in 2019. This represents almost three quarters of the city's 4.4 million visitors. Barcelona's mayor has pledged to restrict the number of cruise ships allowed to dock in the city. In 2019 11,000 residents of Palma de Mallorca, Europe's third busiest cruise port (1.75 million cruise passengers p.a.) signed a petition against the "unsustainable and undesirable" impact of cruise tourism on the city. It is not yet clear how the authorities will respond.

Sources:

<https://www.theguardian.com/world/2019/aug/08/venice-cruise-ships-could-be-rerouted-from-city-centre-next-month>

<https://www.telegraph.co.uk/travel/cruises/news/cruise-ships-crack-down-venice-historic-centreunesco-overtourism/>

<https://www.ship-technology.com/features/cities-who-banned-cruise-ships/>

<https://www.dublinport.ie/wp-content/uploads/2019/03/Cruise-berthing-policy-and-pricing-2021.pdf>

<https://www.cruiseline.co.uk/blog/amster-dammit-a-new-cruise-controversy/>

<https://www.cruiseindustrynews.com/cruise-news/21060-barcelona-3-2-million-cruise-guests-in-2019.html>

<https://avoid-crowds.com/europe-busiest-cruise-ports-in-2019/>

Environmental impact control

The third annual *Global Cruise Industry Environmental Technologies and Practices Report* (Sept 2019), compiled by CLIA, records the following commitments to cleaner, more energy-efficient and less polluting systems by CLIA member cruise lines.

CLIA Cruise Lines invested more than \$22 billion in ships with new, energy-efficient technologies and cleaner fuels, including:

- **LNG Fuel:** The 2019 report found 44% of new build capacity will rely on LNG fuel for primary propulsion, a 60% increase in overall capacity compared to last year.
- **Exhaust Gas Cleaning Systems (EGCS):** More than 68% of global capacity utilises EGCS to meet or exceed air emissions requirements, representing an increase in capacity of 17% compared to last year. Additionally, 75% of non-LNG new builds will have EGCS installed, an increase in capacity of 8% compared to last year.
- **Advanced Wastewater Treatment Systems:** 100% of new ships on order are specified to have advanced wastewater treatment systems (an increase of 26% over 2018) and currently 68% of the CLIA Cruise Lines global fleet capacity is served by advanced wastewater treatment systems (an increase of 13% over 2018).
- **Shore-side Power Capability:** In port, cruise ships are increasingly equipped with the technology to allow delivery of shoreside electricity, thus allowing engines to be switched off, and there are many collaborations with ports and governments to increase the availability.

88% of the new build capacity is either committed to be fitted with shore-side electricity systems or will be configured to add shore-side power in the future.

30% of global capacity (up 10% since 2018) are fitted to operate on shore-side electricity in the 16 ports worldwide where that capability is provided in at least one berth in the port.

An additional 18% of the current capacity is planned to be retrofitted with shore-side electricity systems, representing a more than 300% increase in capacity compared to last year.

The number of ships in the CLIA Cruise Lines fleet far outpaces the number of ports with shore-side power capacity; however, there are many collaborations with ports and governments to increase availability. Currently, 16 ports visited by CLIA Cruise Lines provide shore-side power capacity; however, not all berths at each port have the technology, and coordination with respect to using the proper berths is underdeveloped. Shore-side power availability is also limited geographically, as almost all of the capability is on the east and west coasts of North America, the port of *Kristiansand* (Norway), the Port of Hamburg (Germany), and the port of Shanghai.

- **Fleet Age:** The CLIA fleet is getting younger: The average age of the CLIA cruise lines fleet is 14.1 years compared to 14.6 the prior year.

These commitments represent welcome steps towards reducing the environmental impact of cruise ships, not just in Santorini, but worldwide. It will be important for Santorini to ensure the ships entering Santorini waters, and the caldera in particular, either already apply, or have committed to the future application of, the highest pollution control and environmental stewardship standards, as this technology improves.

While the issue of power source while awaiting passengers to board/re-board is dependent on the availability of shore-based hook-ups, which, as identified above, is relatively limited in Europe, some measures are being considered by European cruise ports:

Dubrovnik

In an attempt to reduce pollution from emissions, a proposal has been made to require moored cruise ships to draw their energy supplies from the Croatian mainland.

Sources:

<https://cruising.org/news-and-research/media/CLIA/Research/CLIA%202019%20State%20of%20the%20Industry.pdf>

<https://cruising.org/news-and-research/research>

Visitor management – technology solutions

Florence's open big data system



IMAGE SOURCE: [HTTPS://WWW.COMUNE.FI.IT/](https://www.comune.fi.it/).

In an attempt to resolve its overcrowding problem, the city of Florence (Italy) has started using open big data. The city has created a new system that will inform tourists about the level of overcrowding in the various areas of the city, through Wi-Fi on their smartphones in real time. The system will use a simple traffic light signage system (green/yellow/red) to orient them during their stay, proposing alternative routes and suggesting visits to lesser known or less crowded museums and exhibitions at that time. Sensors have been installed in strategic points in the city, tracking attendance with data analysed anonymously. Florence had already introduced measures to manage the tourist flows with the Firenze Card introduced in 2011. Results have confirmed that this instrument has contributed to the increase of visits to lesser known museums and of the duration of the average stay in the city.

Source:

'Facing the overtourism challenge in cultural and natural heritage sites using open/big data – Summary', Generalitat Valenciana (2019), p.25, available at http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/HD_Summary_BENCHMARKING.pdf.

Amsterdam's overcrowding in the public space monitoring system



IMAGE SOURCE: [HTTPS://WWW.AMSTERDAM.NL/EN/POLICY/POLICY-TRAFFIC/](https://www.amsterdam.nl/en/policy/policy-traffic/).

Amsterdam, the capital of the Netherlands, has developed an 'overcrowding in the public space' monitoring system, currently operating in two critical points of the city: the Redlight District and the main shopping street, Kalverstraat. The system uses Wi-Fi sensors and smart counting cameras, providing data on the amount and density of the visitor flow, which is used to create operational scenarios to manage crowds. The system is currently in a pilot phase. If successful, it will be rolled out in the rest of the city.

In addition, Amsterdam Airport is using the Veovo BlipTrack Guest Predictability system, based on a hybrid camera/Wi-Fi technology which helps the airport to mitigate overcrowding. Measuring the passenger flows provides a real-time picture of the movement and behaviours of the passengers through the airport and help the airport to improve contingency planning.

Sources:

'Facing the overtourism challenge in cultural and natural heritage sites using open/big data - Summary', Generalitat Valenciana (2019), p.25, available at http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/HD_Summary_BENCHMARKING.pdf.

'Introducing Veovo, the Predictive Collaboration Platform for brilliant airport operations', Veovo (2018), available at <https://blipsystems.com/introducing-veovo-the-predictive-collaboration-platform-for-brilliant-airport-operations/>

Triple axis model: tourism, urban planning and mobility

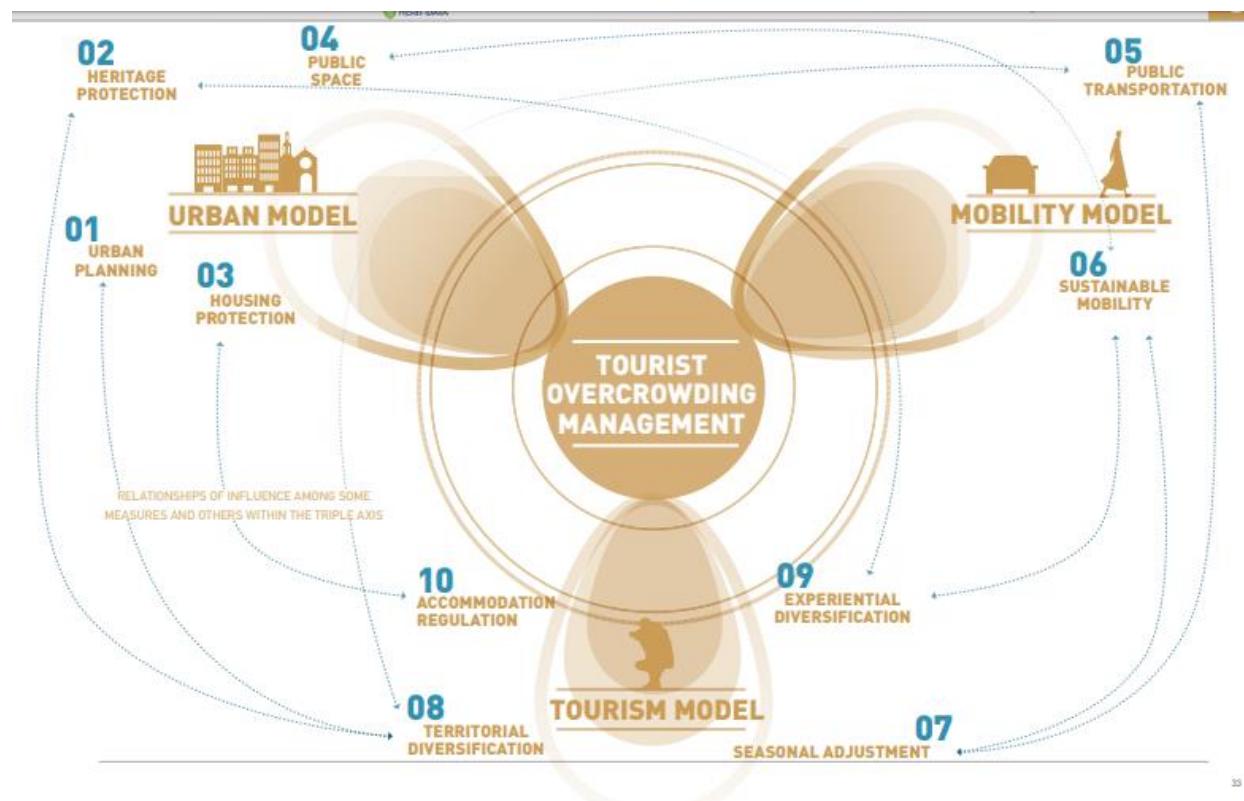


IMAGE SOURCE:

HTTP://WWW.TURISME.GVA.ES/TURISME/ES/FILES/PDF/HD_SUMMARY_BENCHMARKING.PDF.

The Interreg Mediterranean Integrated Territorial Project, 'HERIT-DATA', aimed to identify the best techniques and tools for sustainable planning and responsible tourism management in certain MED regions and cities to improve decision-making processes by public administration and tourism or heritage-management bodies. As part of the project, one Partner, Turisme Comunitat Valenciana, conducted some research aimed at reviewing the issues relating to tourism overcrowding and producing case studies in order to recommend actions for the management of tourism overcrowding by means of new technologies. The results of their study suggest a triple axis 10 action areas model based on Tourism, Urban Planning and Mobility to assist the tourist overcrowding management of destinations. It details mechanisms to correct the negative impacts of overtourism on destinations and suggests use of new technologies to improve the correction mechanisms by actions.

TOURIST OVERCROWDING MANAGEMENT MODEL

- **Urban Model** – Urban Planning; Heritage Protection; Housing Protection; Public Space.
- **Mobility Model** – Public Transportation; Sustainable Mobility.

- **Tourism Model** – Seasonal Adjustment; Experiential Diversification; Territorial Diversification; Accommodation Regulation.

Sources:

'Facing the overtourism challenge in cultural and natural heritage sites using open/big dada – Summary', Generalitat Valenciana (2019), p.32-33, available at http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/HD_Summary_BENCHMARKING.pdf.

HERIT-DATA website, available at <https://herit-data.interreg-med.eu/the-project/>.

Visitor management planning – spreading the benefit and the load

Japan's Dragon Route (or 'Shoryudo')



IMAGE SOURCE: [HTTPS://WWW.DRAGONROUTE.NET/DRAGON_E/](https://www.dragonroute.net/dragon_e/).

This is an example of a destination which has developed a new route to encourage visitors to travel to less congested sites. Located in the Chubu region in central Japan, the Japan's Dragon Route was created in 2012 through a public-private-partnership to provide tourists with an enriching cultural experience, while putting less pressure on the congested Kyoto-Osaka-Tokyo corridor. The route features a wide range of historic and cultural sites, natural landscapes (including Mount Fuji), and hot springs. The route official website (http://www.dragonroute.net/dragon_e/dragon/) details the five different routes options, allowing visitors to customise their experience by purpose and theme: Happiness; Kindness; Health; Enjoyment and Luxury.

Sources:

'Coping with success – Managing overcrowding in tourism destinations', WTTC/McKinsey&Company (2017), p.44 available at <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/coping-with-success---managing-overcrowding-in-tourism-destinations-2017.pdf>.

Dragon Route Promotion Council website at http://www.dragonroute.net/dragon_e/dragon/.

Visitor management planning – restrictions, quotas, caps, timed entry and advance purchase

An increasing number of destinations, visitor sites and attractions are introducing restrictions on numbers, advance purchase, and timed entry requirements. Such restrictions are more prevalent in destinations whose natural environment is particularly fragile; but the increasing pressure from tourism is widening this management technique around the world. Some examples:

Bhutan

Since the inception of the tourism industry in 1974, Bhutan has followed a policy of "high value, low volume" tourism. Hence, it has been a highly regulated industry to ensure that the pursuit of commercial interests do not overwhelm this small country by bringing "undesirable social, economic and ecological consequences". According to this policy, the following regulations apply:

- All tours and treks must be booked through registered travel agents;
- All guided visits must be by licensed guides;
- All tourists are required to wire a fixed minimum tariff of \$200 per day (January, February, June, July, August) and \$250 per day (March, April, May, September, October, November) before their visit to Bhutan. This includes a Royalty payment of US\$ 65 per person per day. This is inclusive of accommodation, food, guide services and transport. Bhutan claims its "High Value, Low Volume policy, which is opposite to mass market tourism, has been very successful in developing Bhutan as a niche destination for travellers worldwide especially for cultural and ecological tourism".

Lord Howe Island, Australia

400 people max permitted on land at any one time.

Lake O'Hara, Yoho National Park, British Columbia, Canada

Parks Canada has used a quota system to restrict traffic since 1970. While walkers can trek the 11 km in/out, otherwise access is restricted to a public bus service into Lake O'Hara, which determines capacity. In 2018, 17,000 people applied for the 3,300 spots available, the moment they became available online, thereby indicating both the area's popularity and vindicating the decision to impose a quota to protect both the natural environment and the visitor experience. This reflects a quota of 240-300 people a day, which includes 32 day visitors, 11 commercially guided day visitors, up to 90 campers, 48 guests at the Alpine Club of Canada run Abbott Hut and Elizabeth Parker Hut and 60 guests at Lake O'Hara Lodge.

Bermuda

Bermuda was one of the first islands to introduce a bed capacity limit of introduced a moratorium on hotel construction in 1989, when the room capacity stood at c. 4,500 rooms/10,000 beds.

Barcelona, Spain

Barcelona introduced a moratorium on new hotel construction in 2015, which it lifted in 2019.

Sources:

<https://books.google.co.uk/books?id=R6auvvoIACcC&pg=PA112&lpg=PA112&dq=bermuda+hotel+building+cap+10,000&source=bl&ots=GBzebrm1o-&sig=ACfU3UoKbot8daWW82-tJHtiP3cseLUFng&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiToJytkIHIAhUFoVwKHaHmDYoQ6AEwGnoECAkQAQ#v=onepage&q=bermuda%20hotel%20building%20cap%2010%20Cooo&f=false>

<https://www.nationalcouncil.bt/assets/uploads/files/FINAL%20Tourism%20Policy%20EAC%2016th%20Session.pdf>

<https://www.bhutan.travel/page/frequently-asked-questions>

<https://www.news.com.au/travel/australian-holidays/nsw-act/lord-howe-island-is-australias-lost-paradise/news-story/7ffc3e880efc76ba2be606bab2f76711>

<https://www.cbc.ca/news/canada/calgary/lake-ohara-bookings-bus-parks-canada-1.4634797>

<https://www.rmotoday.com/local-news/lake-ohara-lottery-system-recommended-1572753>

<https://tophotel.news/hotel-moratorium-ends-in-barcelona-first-new-property-approved-since-2015-infographic/>

<https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/balearic-islands-caps-number-of-beds-available-for-tourists.>

Visitor management - short-term rental restrictions

Short-term property rental has experienced a dramatic boom in recent years, with the most popular platform, Airbnb, offering 7 million listings in 100,000 cities worldwide. Many cities around the world have introduced limits to, and in some cases licensing of, short term rental properties. This has been driven by a concern that visitor demand, and the price they are prepared to pay, is reducing access to affordable housing for residents by pricing them out of the market and thereby distorting the domestic housing market. Some restrictions recently imposed on short-term rentals include:

Balearic Islands, Spain

In 2017, the Balearic Islands introduced restrictions in an effort to appease local residents, who had been complaining that they were being priced out of the rental market by holidaymakers. These rules banned apartment owners from renting their apartments via websites such as Airbnb and Homeaway unless they obtained a special licence to do so. Owners face fines of up to €400,000 if they break the law, and the websites face the same fine for allowing people to advertise without a valid licence number.

Palma de Mallorca, Spain

Following a rise in rental prices by 40 percent between 2013-2018, with non-regulated tourist rentals up around 50 percent to close to 20,000, almost all short-term rentals were banned on the island in 2018. Short-term rental listings in apartment buildings are no longer legal. An exception is the rental of detached homes, as long as they are not on protected land, within a region around the airport, or buildings not designated for residential use.

New York, USA

Renting out an entire apartment for a stay of less than 30 days is illegal. Even advertising such a rental is illegal, with fines up to \$7,500. Hosts can also only list one home, their own home, at any one time.

Amsterdam, Netherlands

30 nights limit p.a. and a maximum of four adults at a time. To keep track, hosts have to register and report when travellers stay with them through the municipal government.

Reykjavik, Iceland

c. 30% of Iceland's guest accommodation is comprised of short-term rentals. Anyone may rent their residence for up to 90 days without having to register it as a place of business.

San Francisco, USA

Short-term rentals are limited to 90 days p.a. where the host is not present. Only permanent residents of San Francisco are allowed to be short-term hosts. Permanent residency requires a person to reside in their accommodation for at least 275 nights per year. Violators who rent out their apartments beyond the 90 days are subject to a daily fine of \$484 for first offenders and up to \$968 for repeat offenders. They are also required to collect the 14% San Francisco "Transient Occupancy Tax" from renters and pay it to the city.

Berlin, Germany

Secondary residences may only be rented out for a maximum of 90 days p.a. Hosts must apply to the city for a permit to rent out an entire residence on a short-term basis.

London, UK

London imposed a 90-day limit on rental of an entire property in 2017.

Los Angeles, USA

120 days limit p.a. Hosts must register with the city for \$89 every year. They may rent out only one home (their primary residence), where they spend at least six months a year.

Paris, France

Paris is one of the largest markets in the world for short-term rentals, with 65,000 Airbnb homes listed and another 35,000 on other platforms. In 2017 Paris introduced a limit of 120 days p.a. for renting out a main residence, which must be registered with the city.

Sources :

<https://www.telegraph.co.uk/travel/news/where-is-airbnb-banned-illegal/>

<https://eu.usatoday.com/story/money/2019/09/19/airbnb-going-public-ipo-date-2020-revenue-over-1-billion/2373962001/>

<https://www.theguardian.com/technology/2019/sep/19/airbnb-ipo-2020-value>

<https://www.cntraveler.com/galleries/2016-06-22/places-with-strict-airbnb-laws>

<https://www.reuters.com/article/us-airbnb-spain-palma/palma-in-spains-balearic-islands-bans-almost-all-airbnb-style-rentals-idUSKBN1HX1VX>

<https://grapevine.is/news/2018/06/11/icelands-parliament-to-begin-cracking-down-on-airbnb/>

<https://grapevine.is/news/2017/10/13/reykjavik-to-form-special-airbnb-committee/>

<https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/overview-airbnb-law-san-francisco.html>

<https://www.investopedia.com/articles/investing/083115/top-cities-where-airbnb-legal-or-illegal.asp>

https://www.airbnb.co.uk/help/article/854/berlin?set_bev_on_new_domain=1559748874_GtAsIzDuWqCxg%2B22

<https://www.thelocal.fr/20190211/paris-mayor-declares-new-war-on-airbnb.>

Visitor management – visitor cards

Cinque Terre Card, Italy

A string of five coastal villages in northern Italy, whose fame and beauty have resulted in significant main season congestion, Cinque Terre introduced the *Cinque Terre Card*. While not directly aimed at reducing congestion, the card bundles valuable services together for visitors and makes the visitor experience more comfortably navigable than buying each service individually. It also includes some added benefits, such as free entry to some museums and bike rental, which not all visitors will use. Revenue from sales of the card goes towards trail repairs, among other things.

The *Cinque Terre Card* includes:

- **Bus travel:** Each of the five villages has its own bus connecting the village with the nearest places of interest.
- **Entrance to the main path** connecting the Cinque Terre's villages (Blue Path) – the easiest, the most famous and the most popular path in the entire Cinque Terre. It is divided into four sections and connects all the five villages of the Cinque Terre. **Total length: 12 km**

- **Museums:** free entry to some in the Cinque Terre Park.
- **Wi-fi**
- **Toilets at stations:** free of charge. (Regular price 1 euro.)
- **Bike rental:** for 3 hours.
- **Unlimited travel by train** (at an additional cost of c. €8 extra).

The *Cinque Terre Card* can be bought:

- Online;
- At all railway stations of the Cinque Terre's villages, and at La Spezia and Levanto;
- In the beginning of every section of the Blue Path;
- At tourist information centres;
- From bus drivers, only in five villages of the Cinque Terre.

Sources:

<https://www.incinqueterre.com/en/cinque-terre-card>

<https://www.incinqueterre.com/en/trail-number2-blue>

<https://card.parconazionale5terre.it/>.

<https://www.bbc.co.uk/news/world-43700833>.

Visitor management – revenue generation

Destinations around the world are increasingly imposing tourism taxes, bed taxes, departure taxes and various other forms of tax on visitors. While they are often portrayed as a visitor management measure, there is little evidence that a tax per head deters people from visiting. If it is high enough, it may; but few destinations seem willing to introduce such fiscally draconian measures. However, as a revenue generator, tourism taxes can increase income from visitors to the destination. In some cases taxes are hypothecated – i.e. a percentage of tax collected is reinvested in tourism-related projects and activities, after deductions for collection and administration. But, in many destinations, they are not hypothecated and contribute to the national treasury or local government finances.

Sustainable tourism tax, Palma, Majorca, Spain

Palma has attracted record numbers of tourists in recent years, putting a strain on the island's limited natural resources. In response, authorities have introduced a 'sustainable tourism tax' on accommodation charged per person per night. The tax funds environmental conservation and protection projects, research on climate change, and the development of sustainable tourism – particularly during the off season. It is expected to generate €120 million last year (€4 for stays in luxury hotels, €3 for mid-range accommodation, 2€ for cruises and cheap hotels, and €1 for campers and hostel guests).

Accessible tourism – inclusive experiences

Attracting tourists with disabilities and creating an inclusive experience, Málaga

Málaga's biggest attraction has always been – and still is – its wide range of beaches. Málaga has made it a priority to provide access to all holidaymakers and citizens alike. Today, eight of the city's beaches are fully accessible with access ramps, concrete paved walkways to the seashore, accessible changing rooms, seating areas and in some cases, support assistants to help with sea bathing and extra devices for the blind. As a part of the annual 'Enjoy the Beach' programme, the city aims to attract more tourists with disabilities and to create an inclusive experience at the beach.

Tourism-agricultural linkages and gastronomy

Tobago "Adopt-a-Farmer" Scheme

Linkages between agriculture and tourism were strengthened in Tobago by the introduction of an "Adopt-a-Farmer" scheme. This involved teaming up individual farmers with local hotels and restaurants. The hotel/restaurant would agree to buy produce from the farmer at a guaranteed price, thereby providing the farmer with a reliable source of income. This also ensured local produce was available for visitors, which added to a sustainable 'sense of place' for the island.

Source:

https://books.google.co.uk/books?id=plnEYZHJ9B8C&pg=PA102&lpg=PA102&dq=tobago+adopt+a+farmer+scheme&source=bl&ots=allL3X4wdr&sig=ACfU3U1ElhxHf_HfKtp_8leCpREGK9P_iOg&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiGgKGqiYLIAhVksxUIhbCIB2oQ6AEwA3oECAkQAQ#v=onepage&q=tobago%20adopt%20a%20farmer%20scheme&f=false

"Taste of Arran", Scotland

A "Taste of Arran" consortium was established, initially with 11 of the island's quality food and drink producers to act as a single point of marketing, sales and distribution for locally distinctive produce from whisky and cheese to jams, chutneys, chocolates and oatcakes. This not only fulfilled a practical commercial purpose in maximising distribution of these products; it also contributed to Arran's 'sense of place' and added a distinctive edge to its marketing impact through this synergy between food and tourism aspects of the island.

Sources:

<http://www.taste-of-arran.co.uk/>

<https://books.google.co.uk/books?id=R6auvv0lACcC&pg=PA112&lpg=PA112&dq=bermuda+hotel+building+cap+10,000&source=bl&ots=GBzebrm1o-&sig=ACfU3U0Kbot8daWW82->

[tJHtiP3cseUFng&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiToJytkIHIAhUFoVwKHaHmDYoQ6AEwGnoECAkQAQ#v=onepage&q=bermuda%20hotel%20building%20cap%202010%2Cooo&f=false](https://www.google.com/search?q=tJHtiP3cseUFng&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiToJytkIHIAhUFoVwKHaHmDYoQ6AEwGnoECAkQAQ#v=onepage&q=bermuda%20hotel%20building%20cap%202010%2Cooo&f=false)

The 'Bouchons Lyonnais' quality label, Lyon, France

In addition to its UNESCO heritage, Lyon also boasts exceptional intangible cultural heritage in terms of its gastronomy, particularly with its 'Bouchons Lyonnais' label. Bouchons are convivial and authentic restaurants located in Lyon, serving local gourmet dishes that perpetuate a culinary tradition inherited over many centuries and embody the art of gracious living '*à la française*'. The focus in these family-owned eateries is on traditional local cuisine, friendly atmosphere and value for money.

Istria Gourmet Tourism Product Development



IMAGE SOURCE: [HTTPS://WWW.ISTRA.HR/EN](https://www.istra.hr/en).

Istria County Tourist Board (www.istra.hr/en) (ICTB) is the official DMO for the Istria County in Croatia, tasked with supporting, maintaining, improving and promoting the destination's existing tourist assets and building and promoting a strong and recognisable brand for Istria. Gourmet Tourism Product Development is a product development initiative started in 1995 with the establishment of the first Wine Road of Istria (in the NW regions), which today has an estimated 150,000 visitors a year. ICTB leads the entire project in cooperation with winemakers (decides on the inclusion of new candidates in accordance with defined criteria, takes care of their education, categorisation, quality control, marketing and promotion through hosting media houses, appearing at thematic fairs, targeted presentations, organising specialised wine events, etc.). Since the creation of the Road, seven new wineries were created with 117 listed winemakers. Following the example of Wine Roads, Olive Oil Roads were created in 2002. Today, Istria has a total of eight roads, 137 listed olive growers and about 60,000 visitors a year. Within this product, ICTB successfully organises the Istria Gourmet Festival with the aim of educating main stakeholders of the development of Istrian gastronomy (restaurants, taverns, producers of autochthonous products, etc.).

Source: OECD

Sustainability initiatives

'Lyon, Ville Equitable et Durable' quality label:

By creating the 'Lyon, Ville Equitable et Durable' quality label, the city mobilises all actors to make sustainable development one of their priorities. It's an initiative that's unique in France and in line with the dynamic local process aimed at promoting a social and solidarity-based economy. This label identifies the companies, shops, artisans, locations and events that are dealing with the challenges imposed by sustainable development in a pragmatic manner by encouraging responsible consumption. More than 200 entities throughout the city have now been granted this label, which makes it easier for locals and visitors alike to make more enlightened consumption choices. Lyon has also introduced another quality label – the 'Bouchons Lyonnais' – to guarantee quality and a sustainable local approach in the traditional 'Lyonnaise cuisine'.

Aruba's tourism economy based on sustainability



IMAGE SOURCE: [HTTPS://ARUBA.BYNDER.COM/M/11BDF83384A8C48F/ORIGINAL/ARUBA-PROMISE-IMAGE-VARIANT-6-V2.JPG](https://aruba.bynnder.com/m/11bdf83384a8c48f/original/ARUBA-PROMISE-IMAGE-VARIANT-6-v2.jpg).

Tourism is paramount to the economy of the island of Aruba and, with climate change posing a threat to their long-term livelihood, the Government has focused its work on developing a unique and innovative approach to safeguarding the destination. The island has become a model for other Caribbean destinations, inspiring them to become more sustainable. Aruba has heavily invested in future-proofing the island, proactively taking steps towards tackling climate change's impact on the island. The island has received various awards in recognition of its progressive sustainability efforts.

The Government of Aruba recognises that sustainability is a long-term commitment which requires ambitious solutions and creative partnerships, and importantly a cultural transformation and mindset shift. Initiatives illustrating Aruba's unique approach include:

- **Engaged Government** – with budget allocated to the office of innovation, which collaborates with public and private entities to develop solutions to environmental challenges and ambitious sustainability goals – such as the bans on single use plastic and reef-destroying sunscreen and opening the island as a testing hub for renewable solutions for the planet.
- **Innovative and engaged private sector stakeholders** – with the example of Bucuti & Tara Beach Resort, one of the leaders of environmentally sustainable development and low-impact practices on the island (and now regional leader). The resort was built in 1987 as an ecologically conscious property and has now become the first carbon-neutral resort in the Caribbean. Some of their initiatives include: use of locally grown food, reduction of portion sizes to decrease food waste and diverting any remaining scraps to a pig farm rather than to a landfill, elimination of almost all of the plastic used on the property, use of solar panels and gym equipment that helps generate power.
- **Engaged citizens through grassroots organisations** – Aruban citizens are working to build a more environmentally and socially responsible tourism future for the island, working to reduce the prevalence of single-use plastic, opening 'maker labs' to reduce and upcycle waste, and leading the charge toward an Aruba Pledge that will define the island's sustainable future.
- **Active DMO** – the Aruba Tourism Authority has developed a 'human-centric' action plan for 2020 and beyond and launched the 'Aruba Promise', aimed at visitors. The voluntary pledge asks arriving guests to acknowledge their responsibility to the island and act as ecologically and socially responsible visitors to help preserve the island for generations to come. They are then invited to share their promise to social media and 'embrace the one happy island spirit'.

Sources:

'Aruba is building a tourism economy centered on sustainability', Aruba Tourism Authority / Skift (November 2019) at <https://skift.com/2019/11/07/ARUBA-IS-BUILDING-A-TOURISM-ECONOMY-CENTERED-ON-SUSTAINABILITY/>.

'Aruba Promise' at <https://www.aruba.com/us/aruba-promise>.

Removal of traffic from town centres

Car Free Pontevedra



THE TRANSFORMATION

IMAGE SOURCE: [HTTP://WWW.PONTEVEDRA.GAL/PUBLICACIONES/FEWER-CARS/FILES/ASSETS/COMMON/DOWNLOADS/PUBLICATION.PDF](http://WWW.PONTEVEDRA.GAL/PUBLICACIONES/FEWER-CARS/FILES/ASSETS/COMMON/DOWNLOADS/PUBLICATION.PDF).

The Galician city of Pontevedra was in decline, polluted, with an historical centre overtaken by heavy car traffic. The city was unsafe for its residents. In 1999, the new Mayor initiated a 'urban reform', the development of a different urban space for the city, bringing back the public space to Pontevedra's residents, becoming more integrative and restoring a local feeling of pride. The urban transformation started gradually, with the pedestrianisation of the historical medieval centre. All surface car parks in the city centre were also removed and replaced by underground ones and others on the periphery. This was complemented by other congestion reduction measures (such as replacement of traffic lights by roundabouts, extension of the car-free zone, speed limit) and renovation of public infrastructures (pavements, sewage systems, public lighting and street furniture) as well as the restoration of the cultural heritage. The shift was not limited to heritage areas but it was extended to urban and municipal areas too. These measures, all financed locally with no aid from regional or central government, had a positive impact on Pontevedra and contributed to the reduction of traffic accidents and CO₂ emissions and to the development of more sustainable modes of transports such as walking and cycling. The city centre has become a more attractive and stimulating hub, with more people choosing to live in the city centre and a thriving environment for local businesses.

Sources:

'Pontevedra - Fewer cars, more city', Concello de Pontevedra (2017), available at <http://www.pontevedra.gal/publicaciones/fewer-cars/files/assets/common/downloads/publication.pdf>.

'For me, this is paradise: life in the Spanish city that banned cars', The Guardian (2018), available at <https://www.theguardian.com/cities/2018/sep/18/paradise-life-spanish-city-banned-cars-pontevedra?fbclid=IwAR2YPZr2jSKmFMsmfU2pM3BMlhuElEnceqGZXpHKjFCilwBVST-zCjCAPDA>.

Ghent's car-free city centre



IMAGE SOURCE:

[HTTPS://WWW.STEPUPSMARTCITIES.EU/PORTALS/51/DOCUMENTS/GHENT%20CAR%20FREE%20CITY%20CENTRE.PDF](https://www.stepupsmartcities.eu/portals/51/documents/GHENT%20CAR%20FREE%20CITY%20CENTRE.PDF).

In 1996, the city of Ghent in Belgium created a car-free city centre of 35 hectares as the local authority believed that, in combination with the revaluation of the city centre, it would have positive effects on the environment, liveability, economy and tourism for the city. Squares and riversides became key meeting points and the city centre became safer. Digital tools were introduced such as digital parking guides and apps to encourage slow transport. Mobility was the main focus of the car-free city centre model, encouraging and developing other types of transport (cycling, car sharing, electric boats etc.) stimulating new businesses. The car-free city centre of Ghent was heavily promoted, positioning Ghent's car-free city centre as a shopping area. The new mobility plan was introduced and dedicated communications plans were designed for retailers and residents. The mobility plan 1996 was based on an integrated approach, combining urban planning, technical and ICT infrastructure, mobility and parking, NGOs and local economy and tourism actors. The required financial investment was minimal, with only the costs of traffic signalling, but it opened up possibilities for redesigning public spaces. Results have

been positive in terms of air quality, CO₂ reduction, number of pedestrians and cyclists, increase use of underground parking and increase in number of restaurants and bars in the city centre. In 2017, a new circulation plan was introduced opening up even more space for pedestrians and cyclists in the city centre.

Sources:

'Car free city centre', STEP-UP available at <https://www.stepupsmartcities.eu/Portals/51/Documents/Ghent%20Car%20free%20city%20centre.pdf>.

'Light House Projects Ghent – Car free zone', Ghent Mobility Company, available at <https://www.stepupsmartcities.eu/Portals/51/Documents/Presentations/Gothenburg%20workshop/STEP-UP%20Mobility%201%20Car%20free%20center%20%E2%80%93%20Ghent.pdf>.

'Ghent's Circulation Plant', The Square.Gent (2019), available at <https://thesquare.gent/leisure/circulation-plan-gent/>.

Creation and promotion of new experiences and events to high yield niche markets

Paris' Unique Experiences



International promotion of Nuits Parisiennes

► **ACTION 12**

Paris City Hall, along with nightlife industry professionals, have developed an ambitious action plan to support and promote Nuits Parisiennes (Parisian Nights) internationally. Paris' nightlife is one of the most vibrant in the world, with 265 theatres and cabarets, 4,000 terraces open at night, 200 clubs, 100 concerts every night... The goal is to promote this nightlife, and make it accessible to everyone by organising exceptional events such as the Nuit Blanche, by hosting influential figures, or other promotional events; trialling a "night pass"; or even creating an "after-work" offer for business visitors.



REVEAL NEW TERRITORIES

- **Create district brands** to reveal new districts in order to allow visitors to discover little known aspects of Paris

IMAGE SOURCE: [HTTPS://API-SITE-CDN.PARIS.FR/IMAGES/98499](https://api-site-cdn.paris.fr/images/98499).

Paris has developed some unique experiences as a response to the challenge the city faces to diversify its tourism offer, in order to create an urgency to visit as well as to encourage repeat visits. Paris has decided to develop niche markets (such as night

tourism, savoir-faire tourism, memorial tourism, or urban walks) and also to promote lesser known areas of Paris. Paris is encouraging the development of those unique experiences by:

- **Strengthening assets** – Improve welcome services at the Eiffel Tower, renovate the Arc de Triomphe and Parisian places of culture and worship, and improve the lighting in Paris, redevelop and organise new activities on the Champs-Elysées; create Parisian seasons, translate and distribute the Parisian cultural programme internationally; develop 'savoir-faire' tourism, create a 'made in Paris' label, and provide support for shopkeepers and artisans; create showcase spaces for Parisian gastronomy; modernise the infrastructure for hosting business events and implement proactive approaches to welcoming large conferences and trade shows.
- **Reinforcing emerging sectors** – Implement an ambitious international promotion plan for Parisian nights; structure the LBGT tourism offer; develop urban tourism; host a major international event at least once a year; redevelop the banks of the Seine, launch the 'Reinventing the Seine' call for projects, develop swimming and nautical activities.
- **Developing new offers** – Open the abandoned railway, La Petite Ceinture, create urban farms, festivals and entertainment in the forests and gardens, develop 'sustainable Paris' walk; create tourism routes on the history and memory of Paris, improve the quality of visits to Père Lachaise cemetery; create events during the off-peaks periods to guarantee experiences year round.
- **Revealing new territories** – Create district brands; develop tourism offer in the Greater Paris area.

Source: '2022 Tourism Strategy Development Plan', Mairie de Paris (2016), p.12-15 available at <https://api-site-cdn.paris.fr/images/98499>.

New Zealand's targeting of the premium sector

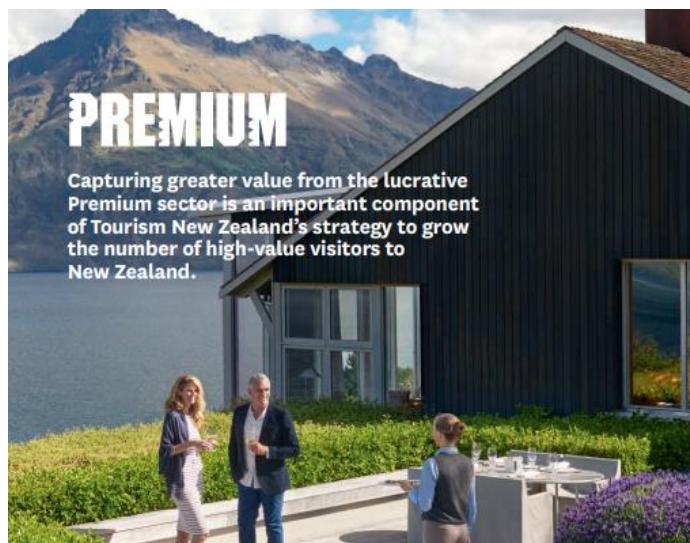


IMAGE SOURCE: [HTTPS://WWW.TOURISMNEWZEALAND.COM/MEDIA/3426/PREMIUM-INFographics.PDF](https://www.tourismnewzealand.com/media/3426/premium-infographics.pdf).

Tourism New Zealand (TNZ), the national tourism organisation (NTO) for New Zealand, is pursuing a strategy to grow the number of high-value visitors to the country and reaching the premium sector is an important component of this. After receiving additional funding in 2013, TNZ set up to build its sector expertise and establish strong industry partnerships. TNZ's premium sector strategy works to improve the awareness of New Zealand as a luxury destination amongst high net-worth individuals and their advisors. In order to do so, TNZ works through trade marketing, media and PR and consumer marketing in target markets to:

- Strengthen New Zealand's luxury destination image – in July 2016, TNZ launched its 'Perfection from every perspective' campaign showing the fresh take on luxury offered by New Zealand.
- Develop and leverage strong partnership with in-market luxury travel sellers.

Source:

Premium, Tourism New Zealand (2017), available at
<https://www.tourismnewzealand.com/markets-stats/sectors/premium/>.

Extending the season

Dubrovnik's out-of-season events development



IMAGE SOURCE:

[HTTP://WWW.TZDUBROVNIK.HR/LANG/EN/GET/GOOD_FOOD_FEST/62522/GOOD_FOOD_FESTIVAL_2019.HTML](http://WWW.TZDUBROVNIK.HR/LANG/EN/GET/GOOD_FOOD_FEST/62522/GOOD_FOOD_FESTIVAL_2019.HTML).

Dubrovnik Tourist Board (www.tzdubrovnik.hr/) (DTB) puts emphasis on creating new content during the off-peak season. For example:

- In collaboration with the Dubrovnik Symphony Orchestra, the DTB designed six festivals that have become a traditional part of the annual calendar of events.
- The DTB also designed and created the Good Food Festival several years ago with the main goal of creating content for the season extension. Targeted at the very end of the summer flight schedule, it has opened up opportunities for new flights and accommodation.

The out-of-season projects require suitable content to assist in extending the season. The DTB is engaged in negotiations with airlines, initially with the national air carrier in cooperation with the Croatian National Tourist Board (HTZ), and also through contracts for direct marketing campaigns with British Airways, Turkish Airlines and Iberia, primarily to increase the visibility of Dubrovnik during the winter flight schedule, but also to ensure better occupancy of accommodation. For example, the DTB has partnered with the airport to cooperate with Vueling regarding marketing campaigns for flights from Barcelona and Rome over the winter months.

Brussels 'Winter & Summer in Brussels' campaigns



IMAGE SOURCE: [HTTPS://VISIT.BRUSSELS/EN/ARTICLE/SUMMER-BRUSSELS-BREATH-IN-THE-CITY-S-MANY-PERFUMES-THIS-SUMMER-IN-BRUSSELS](https://visit.brussels/en/article/summer-brussels-breath-in-the-city-s-many-perfumes-this-summer-in-brussels).

Visit.brussels is the Brussels tourist agency with the mission of bolstering and spreading the image of the Brussels-Capital region. In order to extend the season and develop tourism in the city when hotel occupancy is at its lowest, visit.brussels develops online and offline promotional campaigns specifically dedicated to low seasons for the city (summer and winter) in collaboration with the affected sectors (hotels, museums, attractions, restaurants etc.). The campaigns aim to encourage and help hoteliers create attractive package offers during the low seasons. From 2020 onwards, these promotional campaigns 'Winter in Brussels' and 'Summer in Brussels' will be coordinated by the Sales

& Marketing department, while the cultural content of the campaigns will be provided by the Product Development department of visit.brussels.

Source:

'Be there, be.brussels – Action Plan 2020', visit.brussels available at <https://visit.brussels/site/en/article/action-plan-2020>.

'Half Price Poznań', Poland

What started off as the simple acknowledgement of touristic phases, meaning less people were likely to visit the city in winter and spring time, resulted in the implementation and extension of a municipal action inspired by bargain sales. A 'Half Price Poznań' a marketing campaign, offered off-season city breaks, with over 200 participating partners offering a 50% discount. Several cultural institutions, hotels and tourism operators offer their own range of products and services for half of the regular price during a limited period of time, when the city is considered to be less attractive to tourists. Following a similar idea of optimising the use of capacity through sharing with others, the Poznań Fair, which normally hosts fairs and industry meetings within its huge spaces year-round, now lends these spaces each year to the city to organise 'The Summer at the Fair' event. This event offers free workshops for children, an outdoor cinema and themed Saturdays to trigger the local population's creativity.

Premium quality, with exclusive image, in all respects

Visit Flanders focusing on cultural travellers

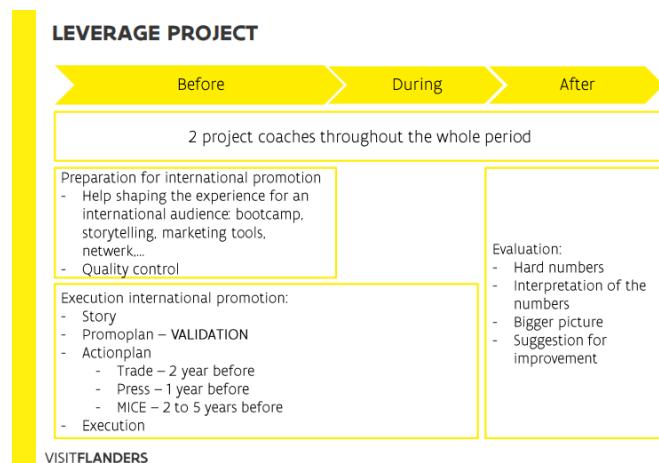


IMAGE SOURCE:

<HTTPS://WWW.TOEURISMEVLAANDEREN.BE/SITES/TOEURISMEVLAANDEREN.BE/FILES/INTERNATIONALEPROMOTIE%20-%20KATRIEN%20DEJONGHE.PDF>.

In its 2016-2020 Strategy, VisitFlanders (the DMO for the region of Flanders in Belgium) highlighted its objectives which are: to increase the economic impact of tourism in Flanders; extend the reputation of Flanders as a quality tourist destination; and raise the

participation of Flemish people in tourism. Consequently, VisitFlanders decided to focus on valuable segments and chose the cultural traveller. Cultural travellers can be motivated by different types of cultural experiences such as heritage experience, art experience and local culture experience. In the last five years, VisitFlanders has invested 72 million euros in specific experiences through large leverage projects that match their chosen target segments. VisitFlanders validates quality projects with good business plan, full support of project coaches, potential for international promotion and experiences executed to a high quality with multilingual support. VisitFlanders provides project support for the all duration of a leverage project, from trade activation two years before opening to the project evaluation and suggestions for improvement.

Sources:

'Destination Stewardship: Taking a closer look at Boracay and Visit Flanders', a WTTC Webinar, slides 40-42, available at <https://www.wttc.org/-/media/files/webinars/destination-stewardship-webinar-final.pdf>.

'International Promotion – Bootcamp 25/10/17', VisitFlanders (2017), available at <https://www.toerismevlaanderen.be/sites/toerismevlaanderen.be/files/InternationalePromotie%20-%20Katrien%20Dejonghe.pdf>.

'Marketing Strategy 2016-2020', VisitFlanders (2016), available at <https://enot.publicprocurement.be/enot-war/viewNoticeDocument.do?noticeFileId=361785>.

Strengthened engagement of village communities in tourism

Makarska Riviera (Croatia) – local community inclusion in tourism development



IMAGE SOURCE: [HTTPS://S3-EU-WEST-1.AWS.COM/TRAVELFOUNDATION/WP-CONTENT/UPLOADES/2018/09/21110258/CASE-STUDY-DOWNLOAD-CROATIA.PDF](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/travelfoundation/wp-content/uploads/2018/09/21110258/CASE-STUDY-DOWNLOAD-CROATIA.PDF).

The Makarska Riviera in Croatia has seen rapid growth in international tourism which represented opportunities, but also challenges, as stakeholders were more accustomed to a lower level of visitors and a different type of visitor – more domestic and regional. The Travel Foundation, in partnership with the TUI Care Foundation and with cooperation from TUI Group, have trailed an approach to strengthen relationships between the tourism sector and local communities across two coastal village resorts in the region by taking a more inclusive approach to tourism development. The project explored how new tourism developments could be more effectively integrated to provide greater benefits to local economies:

- **Stakeholder relationship building** – both villages now have operational destination councils with representation from the local tourism boards, hotels, TUI and small local businesses. Meetings are held regularly, and action plans developed and implemented.
- **Local product development and marketing** – supply-side initiatives including training and demand-side initiatives encouraging hotel guests to explore the villages.
- **Promotion of local culture and heritage** – development of two self-guided cultural heritage walking itineraries produced and disseminated by the village tourism boards; increase accessibility of heritage sites; sharing of information on events with hotel staff.
- **Youth employment and enterprise** – workshop to improve local employment opportunities for young people.

Source: '*Involving Communities in Tourism development Croatia*', The Travel Foundation Case Study, available at <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/travelfoundation/wp-content/uploads/2018/09/21110258/Case-study-download-Croatia.pdf>.

Traditional handicrafts and events, Tallinn, Estonia

The Estonian Folk Art and Craft Union was founded in 1929 and is a non-profit organisation that connects regional folk art, craft organisations and craftspeople. It aims to value, preserve, and develop Estonian handicraft traditions and to treasure their regional characteristics. The Union represents craftspeople and folk organisations in Estonia and abroad, holds important handicraft events in Estonia and issues the label 'Certified Estonian Artisanal Craft'. They also offer craft making courses in woodblock printing, national beaded necklaces and cotton fabric necklaces. In cooperation with www.Visittallinn.ee, a map introducing Estonian handicraft is published in four languages. The map is available for downloading and handed out at tourist information centers and through other marketing channels. www.Visittallinn.ee includes articles introducing local handicraft and shops selling it.

Enhanced access to cultural and natural heritage and character

Dubrovnik Site refurbishment project with Lazareti Creative Hub of Dubrovnik



IMAGE SOURCE: [HTTPS://WWW.LAZARETIHUB.COM/EN/ABOUT-PROJECT](https://www.lazaretihub.com/en/about-project).

The Lazareti Creative Hub of Dubrovnik Project ran between 2015-2019 and was over 75% financed by EU funds for a total value of about EUR4.56m. The main objective was to enhance cultural heritage management, contributing to the sustainable development in the city of Dubrovnik and helping to position Dubrovnik as a cultural and historic destination at local, regional, national and global level. The project was initiated and managed by the City of Dubrovnik in partnership with public institutions, NGOs and private enterprises. It consisted of the renovation of the three naves of the historic Lazareti building and the development of new cultural and touristic programmes for the local community and visitors. Sustainability was an important part of the redevelopment, including the introduction of renewable energy sources for outdoor illumination, three smart benches and LED lights. It was also re-developed to be accessible and cater for the needs of visitors with different disabilities.

Source: *Lazareti Creative Hub of Dubrovnik website, available at <https://www.lazaretihub.com/en/about-project>.*

Market insights and 'big data' collection

Tourism Observatory of the City of Buenos Aires

Movilidad turística

Datos básicos - Internacionales

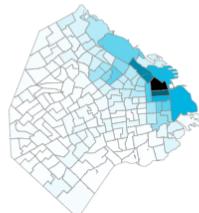
Año Rango horario Tipo de día
2019 Øλες Øλες

⚠ ¿Cómo interpretar los datos?

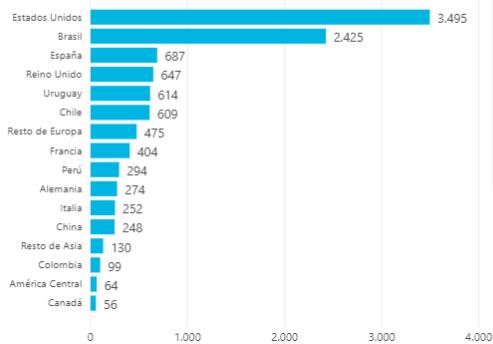
Roamers Internacionales

11.075

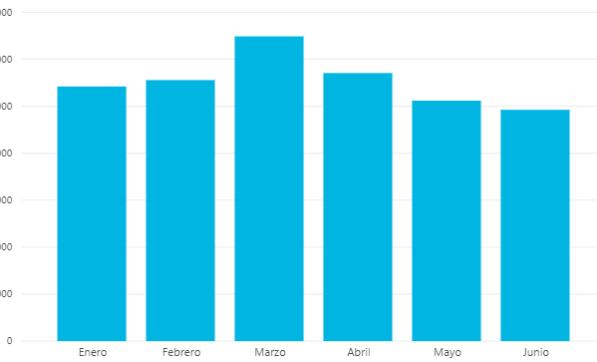
Promedio horario
por día



Roamers por región de origen (promedio diario)



Roamers por mes, día y hora (promedio diario)



Source: Tourism Observatory of the City of Buenos Aires website, available at <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

The Tourism Observatory of the City of Buenos Aires is a General Direction within the Buenos Aires Tourism Board, under the direct supervision of the President of the Buenos Aires Tourism Board. The Buenos Aires Tourism Board reports to the General Secretary of International Affairs, under the direct supervision of the Mayor of Buenos Aires, who is the Head of the government of the city.

The mission of the Buenos Aires Tourism Observatory is to gather data and generate key information to guide the private and public sectors' decision making process and to become global leaders in the production of strategic knowledge using 'big data' and innovative research methods, thus strengthening tourism governance and taking effective data-driven decisions in an ever-changing and competitive market. It is part of the UNWTO International Network of Sustainable Tourism Observatories and furthermore analyses aspects such as visits per day, average spending, most visited neighborhoods, competition in the hospitality sector, etc.

<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

further insights into destination management planning at

destinationmanagementplan.gr

