



Ενότητα Εργασίας 1 (ΕΕ1) – Δράσεις Δημιουργίας Υποβάθρου Δεδομένων και Διαλειτουργικότητας [M1-M8]

Υποενότητα Εργασίας (ΥΕ) 1.1. Δημιουργία Υπόβαθρου Δεδομένων



Παραδοτέο_Π1.1.1

Συλλογές Δεδομένων και Αποτελέσματα Έρευνας

Τουρισμός Υπαίθρου

Υπουργείο Τουρισμού

Νόμος 4582-2018

Θεματικός τουρισμός

Ειδικές μορφές τουρισμού - **Άρθρο 4**

Τουρισμός υπαίθρου είναι η κάθε ειδική μορφή τουρισμού που παρέχει διακοπές αυθεντικών εμπειριών στους επισκέπτες - τουρίστες οι οποίοι έρχονται σε επαφή με τη φύση και τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, καθώς και με σύγχρονες επιχειρηματικές δραστηριότητες αναψυχής, οι οποίες αναπτύσσονται με σεβασμό στο περιβάλλον και στα ιδιαίτερα πολιτισμικά στοιχεία του κάθε τόπου και συμβάλλουν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

Πρόκειται για **ειδική μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης** με στόχο την επαφή του επισκέπτη – τουρίστα με τη φύση και τις δραστηριότητες που δύναται να αναπτυχθούν, **ενισχύοντας οικονομικά και κοινωνικά την ύπαιθρο.**

Τουρισμός Υπαίθρου

Υπουργείο Τουρισμού

Νόμος 4582-2018

Θεματικός τουρισμός

Ειδικές μορφές τουρισμού - **Άρθρο 4**

Με βάση τις επιμέρους οργανωμένες δραστηριότητες αναψυχής που αναπτύσσονται, ο τουρισμός υπαίθρου διακρίνεται στις παρακάτω ειδικές μορφές:

- Αγροτουρισμός
- Οινοτουρισμός
- Οικοτουρισμός – πράσινος τουρισμός
- Περιηγητικές διαδρομές – πεζοπορία
- Γεωτουρισμός
- Αλιευτικός τουρισμός

Αγροτουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία αφορά την παροχή υπηρεσιών υποδοχής και φιλοξενίας ή και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με αγροτικές εκμεταλλεύσεις, οι οποίες προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες που σχετίζονται με την αγροτική παραγωγή, όπως και με την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και ανθρωπογενούς αγροτικού τοπίου. Η δραστηριότητα του αγροτουρισμού συνδυάζεται υποχρεωτικά με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων κατά την έννοια του άρθρου 2 περίπτωση ζ' του ν. 3874/2010.

Οινοτουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού η οποία αφορά την παροχή υπηρεσιών υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με οινοποιητικές ή και οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις (αμπελώνες). Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες σχετικές με την αμπελοκαλλιέργεια και την οινική παραγωγή.

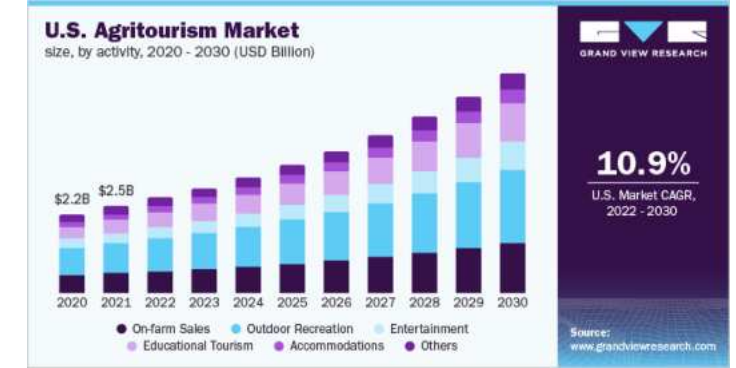
Οικοτουρισμός – πράσινο
τουρισμός είναι η ειδικότερη μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία συνδέεται με διάφορες μορφές τουριστικής δραστηριότητας στη φύση και αναπτύσσεται σε περιοχές οικολογικού ενδιαφέροντος, αναγνωρισμένης οικολογικής αξίας, όπως τα Εθνικά Πάρκα, οι υγρότοποι Ramsar, οι περιοχές του δικτύου Natura 2000 και λοιπές προστατευόμενες περιοχές. Περιλαμβάνει περιήγηση, πεζοπορία, παρατήρηση και φωτογράφιση των οικοσυστημάτων και άλλες δραστηριότητες αναψυχής που διοργανώνονται στο φυσικό περιβάλλον, εμπεριέχουν το στοιχείο της περιπέτειας, δεν διαταράσσουν την περιβαλλοντική ισορροπία της περιοχής και έχουν επιστημονικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα.

Περιηγητικές διαδρομές - πεζοπορία είναι η ειδικότερη μορφή τουρισμού υπαίθρου που αναπτύσσεται σε ορειβατικά - πεζοπορικά μονοπάτια, όπως προδιαγράφονται στην 151344/165/2017 απόφαση του Αναπληρωτή Υπουργού Περιβάλλοντος και Ενέργειας (Β' 206) και περιλαμβάνουν το σύνολο δραστηριοτήτων προσέγγισης σημείων στην ύπαιθρο με στόχο τη γνωριμία με τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά του κάθε τόπου, την προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του και την ευαισθητοποίηση των πολιτών για την προστασία του.

Γεωτουρισμός είναι μορφή βιώσιμου τουρισμού υπαίθρου, η οποία βασίζεται στο γεωλογικό και γεωμορφολογικό χαρακτηρισμό των γεωτόπων τουριστικών προορισμών και στη γεωδιατήρηση και την ερμηνεία του αβιοτικού περιβάλλοντος και έχει ως κίνητρο την εμπειρία, τη γνώση και την απόλαυση της γεωποικιλότητας και της γεωκληρονομιάς οι οποίες εντοπίζονται, ενδεικτικά, σε θέσεις γεωλογικού ενδιαφέροντος με γεωμορφολογικά μνημεία και σχηματισμούς, απολιθωμένα δάση, ενεργά ηφαιστεία, σπήλαια και φαράγγια, γεωλογικά ρήγματα και γεωπάρκα. Περιλαμβάνει ήπιες δραστηριότητες περιήγησης και απόλαυσης του τοπίου, καθώς και δραστηριότητες επιστημονικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα. Προωθεί την περιβαλλοντική εκπαίδευση και τη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος με βιώσιμο τρόπο. Γεωπάρκο είναι η οριοθετημένη περιοχή ιδιαίτερου γεωλογικού, οικολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, σπανιότητας ή κάλλους, στην οποία προστατεύεται η γεωλογική κληρονομιά και εξυπηρετεί ερευνητικούς και εκπαιδευτικούς τουριστικούς σκοπούς.

Αλιευτικός τουρισμός είναι η μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία συνίσταται στην παροχή υπηρεσιών συνδεδεμένων με την αλιεία, τη σπογγαλιεία, την υδατοκαλλιέργεια και τις σχετικές με αυτές πρακτικές και τεχνικές προς τους επισκέπτες-τουρίστες, οι οποίοι συνδυάζουν τις διακοπές τους με τις παρεχόμενες στο υγρό στοιχείο αλιευτικές δραστηριότητες, με σκοπό την ψυχαγωγία μέσω της αλιείας, την απόκτηση βιωματικών εμπειριών, τη γνωριμία με τις τοπικές παραδόσεις, τα τοπικά έθιμα και την τοπική γαστρονομία, τη διάδοση της αλιευτικής κουλτούρας, και την οικονομική τόνωση του κοινωνικού ιστού σε τοπικό επίπεδο.

Υπαίθριος τουρισμός



- Ο **υπαίθριος τουρισμός** γίνεται το **νέο κυρίαρχο ρεύμα** λόγω των τάσεων που επικρατούν, όπως η ψηφιοποίηση, η υγεία και η ασφάλεια, η ζήτηση για δραστηριότητες περιπέτειας και ο ταχύς ρυθμός ανάπτυξης των εκπαιδευτικών περιηγήσεων στο ύπαιθρο.
- Το **μέγεθος της παγκόσμιας αγοράς αγροτουρισμού** αποτιμήθηκε σε 5,95 δισεκατομμύρια δολάρια στις ΗΠΑ το 2021 και αναμένεται να αναπτυχθεί με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 11,4% από το 2022 έως. Το 2030.
- Το 2021 η **υπαίθρια αναψυχή συνέβαλε στο μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς (35%)** και αναμένεται να επεκταθεί με σύνθετο ρυθμό ετήσιας ανάπτυξης(CAGR) 11% από το 2022 έως το 2030.
- Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται στην αυξανόμενη τουριστική κλίση σε δραστηριότητες που μπορούν να λάβουν χώρα στην ύπαιθρο (αθλητικές δραστηριότητες, πεζοπορία, ιππασία, ψάρεμα, κυνήγι).
- Οι **δραστηριότητες του υπαίθριου τουρισμού έχουν χαμηλό επίπεδο κινδύνου** και έχουν γίνει **δημοφιλείς στα παιδιά και στους millennials**, γεγονός που επιταχύνει την ανάπτυξη της αγοράς κατά την περίοδο πρόβλεψης 2022-2030.
- Παρατηρείται **αυξανόμενη ζήτηση για δραστηριότητες υπαίθριου τουρισμού/αγροτουρισμού μεταξύ των μεγαλύτερων ηλικιακών ομάδων**, παράγοντες που αναμένεται να οδηγήσουν περαιτέρω την ανάπτυξη της αγοράς.
- Ο τομέας του **εκπαιδευτικού τουρισμού** αναμένεται να σημειώσει ταχύτερο ρυθμό ανάπτυξης 13,2% από το 2022 έως το 2030. Πολλά σχολεία και εκπαιδευτικά ιδρύματα οργανώνουν εκδρομές σε μέρη όπου οι μαθητές γνωρίζουν και μαθαίνουν να κατανοούν τον αγροτικό τρόπο ζωής, περνώντας χρόνο σε αγροκτήματα ή παρατηρώντας την άγρια φύση.
- Η **νέα γενιά ανθρώπων ενδιαφέρεται για τις αγροτικές δραστηριότητες** και είναι πρόθυμη να **συνδυάσει τις γνώσεις με την ψυχαγωγία**, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε τόνωση της ανάπτυξης της αγοράς.
- **Απαιτείται πολιτική βούληση, επαγγελματική τεχνογνωσία και επαρκείς οικονομικοί πόροι.**
- Πρέπει να λαμβάνονται υπόψη **κοινωνικοί παράγοντες, οι κλιματικές συνθήκες και η διατήρηση του φυσικού τοπίου.**

Αγροτουρισμός

Υπουργείο Τουρισμού

Νόμος 4582-2018

Θεματικός τουρισμός

Ειδικές μορφές τουρισμού - **Άρθρο 28**

Αγροτουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία αφορά στην παροχή υπηρεσιών υποδοχής και φιλοξενίας ή και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με αγροτικές εγκαταστάσεις, οι οποίες προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες που σχετίζονται με την αγροτική παραγωγή, όπως και με την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και ανθρωπογενούς αγροτικού τοπίου. Η δραστηριότητα του αγροτουρισμού συνδυάζεται υποχρεωτικά με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων κατά την έννοια του άρθρου 2 περίπτωσης ξ' του Ν. 3874/2010, όπως ισχύει κάθε φορά.

Κατά την 5η Προγραμματική Περίοδο το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, στο πλαίσιο εφαρμογής του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2014-2020 (ΠΑΑ), υλοποιεί παρεμβάσεις ανάπτυξης της υπαίθρου μέσω και της ενίσχυσης του αγροτικού τουρισμού και αλλά και γενικότερα του τουρισμού, βάσει του Μέτρου 19 «CLLD/LEADER» και ειδικότερα του υπο-μέτρου 19.2 «Στήριξη για την υλοποίηση πράξεων στο πλαίσιο της στρατηγικής τοπικής ανάπτυξης με πρωτοβουλία τοπικών κοινοτήτων».

Πολιτιστικός Τουρισμός

Υπουργείο Τουρισμού

Νόμος 4582-2018

Θεματικός τουρισμός

Ειδικές μορφές τουρισμού - **Άρθρο 10**

Πολιτιστικός Τουρισμός είναι εκείνη η μορφή τουριστικής δραστηριότητας στην οποία το βασικό κίνητρο του επισκέπτη είναι η επίσκεψη σε πολιτιστικά αξιοθέατα προκειμένου να μάθει, να ανακαλύψει και να βιώσει την πολιτιστική κληρονομιά του εκάστοτε τουριστικού προορισμού.

Αυτά τα πολιτιστικά αξιοθέατα σχετίζονται με μια ομάδα διακριτών υλικών, διανοητικών, πνευματικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας που περιλαμβάνει τέχνες και αρχιτεκτονική, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, γαστρονομική κληρονομιά, λογοτεχνία, θέατρο, μουσική, φωτογραφία, δημιουργικούς τομείς και ζωντανούς πολιτισμούς με τους τρόπους ζωής τους, τα συστήματα αξιών τους, τα πιστεύω και τις παραδόσεις τους. Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει:

- α) Πολιτιστική κληρονομιά
- β) Πολιτιστική θεματική διαδρομή
- γ) Πολιτιστική εκδήλωση – φεστιβάλ – λαογραφία
- δ) Πολιτιστικός αστικός τουρισμός – τουρισμός πόλεων (CityBreaks)
- ε) Γαμήλιος τουρισμός
- στ) Κινηματογραφικός τουρισμός

Πολιτιστική κληρονομιά, ήτοι περιοχές/τοποθεσίες και δραστηριότητες που κληροδοτήθηκαν και διασώθηκαν από το παρελθόν, παραπέμπουν δε σε αντιλήψεις, επιτεύγματα και τρόπο ζωής άλλης εποχής. Διακρίνεται σε υλική (κτίρια πολιτιστικής κληρονομιάς, αρχιτεκτονικά αξιοθέατα, αξιοθέατα παγκόσμιας κληρονομιάς, εθνικά και ιστορικά μνημεία), άυλη (λογοτεχνία, τέχνη, φιλοσοφία, λαογραφία, τραγούδι), αξιοθέατα πολιτιστικής κληρονομιάς (μουσεία, βιβλιοθήκες, θέατρα, εκδηλώσεις) και μνήμες που συνδέονται με ιστορικά πρόσωπα.

Πολιτιστική θεματική διαδρομή, ήτοι το σύνολο φυσικών ή τεχνητών αξιοθέατων με βάση ένα συγκεκριμένο θεματικό πλαίσιο. Οι θεματικές διαδρομές δύναται να παρέχουν εκπαίδευση και αναψυχή ταυτόχρονα.

Πολιτιστική εκδήλωση – φεστιβάλ – λαογραφία.
Ως τέτοια νοείται οποιαδήποτε οργανωμένη δραστηριότητα του τουρίστα που συντελεί στην απόκτηση εξατομικευμένης και αυθεντικής εμπειρίας, με κάθε είδους ενεργή συμμετοχή ή ενασχόληση με τις τέχνες, την κληρονομιά ή τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ενός τόπου ή μιας θεματικής/πολιτιστικής εκδήλωσης.

Πολιτιστικός αστικός τουρισμός – τουρισμός πόλεων (CityBreaks).
Ως τέτοιος νοείται το σύντομο ταξίδι αναψυχής σε πόλεις, συνήθως μικρής διάρκειας, κατά το οποίο ο τουρίστας βιώνει πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εμπειρίες στην πόλη αυτή.

Γαμήλιος τουρισμός.
Αφορά στη μορφή τουρισμού όπου κύριος σκοπός της επίσκεψης στον προορισμό επιλογής είναι η τέλεση του γάμου ή ο εορτασμός του ή το γαμήλιο ταξίδι. Πρόκειται για το ταξίδι που πραγματοποιεί το ζευγάρι σε προορισμό διαφορετικό από την περιοχή ή χώρα καταγωγής/παραμονής του μεμονωμένα ή με συγγενείς και φίλους σε επιλεγμένους προορισμούς, με τους οποίους οι επισκέπτες επιθυμούν να συνδέσουν σημαντικά γεγονότα στην ζωή τους.

Κινηματογραφικός τουρισμός
Είναι η δραστηριότητα της προσέλκυσης τουριστών/επισκεπτών μέσω της απεικόνισης ενός τόπου ή των ιστοριών αυτού στον κινηματογράφο, την τηλεόραση και το διαδίκτυο. Σε αυτόν εντάσσονται όλες οι μορφές ταξιδιών σε μέρη (τουριστικοί προορισμοί, τηλεοπτικά studios, θεματικά πάρκα) στα οποία είτε έχουν γυριστεί κινηματογραφικές ταινίες, τηλεοπτικές, ακόμα και διαδικτυακές, παραγωγές ή σε μέρη που έχουν απλά προβληθεί ή παραπέμπουν σε ταινίες ή τηλεοπτικές και διαδικτυακές παραγωγές, τα οποία μέσα από αυτήν τη διαδικασία αποκτούν ταυτόχρονη διασύνδεση και με τον πραγματικό και με τον κινηματογραφικό/τηλεοπτικό/διαδικτυακό κόσμο.

Βιώσιμος Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτισμός αποτελεί πολύτιμο **πόρο** στον τομέα του τουρισμού, της εκπαίδευσης, της απασχόλησης και της βιώσιμης ανάπτυξης.

Ο βιώσιμος πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί κινητήρια δύναμη και ζωτικό **μέρος των στρατηγικών που αφορούν στην περιφερειακή και μακροπεριφερειακή ανάπτυξη.**

Ο τουρισμός επιτρέπει την **προβολή**, την **προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς** και την πρόσβαση σε αυτή. Ταυτόχρονα έχει **αρνητικές επιπτώσεις** όπως ο υπερτουρισμός, η πολιτισμική ιδιοποίηση, η απώλεια της αυθεντικότητας, η αλλαγή στις κοινωνικές σχέσεις, η εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων, τοπικών προϊόντων, πολιτισμού και παράδοσης.

Απαραίτητη είναι η **συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων** και άλλων ενδιαφερόμενων φορέων σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων, η **διασφάλιση ορθών πρακτικών** διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς συνδυαστικά με μια **αυθεντική ερμηνεία** που στηρίζει την τοπική οικονομία, ενώ η **ευελιξία** στο μοντέλο λειτουργίας των πολιτιστικών μνημείων (ωράρια, προσωπικό, εκσυγχρονισμός συστημάτων) καθίσταται επιτακτική ανάγκη.

Μπορεί να συμβάλει στην **επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν** και στη **βελτίωση της ποιότητας των τουριστών.**

Έρευνα αγοράς και ανταγωνισμού

Ελλάδα - Εξωτερικό

Τάσεις

Destination Branding

Διαμόρφωση επωνυμίας τοποθεσιών σε όλον τον κόσμο

Έμφαση στη δυναμική της **ομάδας** και προτεραιότητα σε νέες δεξιότητες.

Ουσιαστική **σύνδεση** των ανθρώπων με την κοινότητα και δημιουργία ευκαιριών για όλους.

Ισχυρή αφήγηση επωνυμίας με σαφείς και σταθερά μεταδιδόμενες αξίες προκειμένου να είναι ανταγωνιστική σε μια οικονομία υπερβολικού περιεχομένου.

Επικεντρωμένο το ενδιαφέρον σε ό,τι έχει απήχηση σε **τοπικό επίπεδο** συνδυαστικά με τους ανθρώπους για οικοδόμηση της αστικής ανθεκτικότητας.

Σύνδεση του **κύκλου** μεταξύ **επισκεπτών (τουριστών)**, **κατοίκων** και **επιχειρήσεων** προκειμένου να εξισορροπηθούν οι ανάγκες τους.

Στάδια τοποθέτησης ενός Τουριστικού Προορισμού και προϋποθέσεις

Η διαδικασία της Τοποθέτησης ενός Τουριστικού Προορισμού αποτελείται από τρία βασικά στάδια:

- Την **ταυτοποίηση των πιθανών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων** πάνω στα οποία μπορεί να «κτιστεί» η στρατηγική Marketing της Τοποθέτησης του.
- Την **επιλογή μίας δέσμης «σωστών» ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων**.
- Την **αποτελεσματική επικοινωνία των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων**, δηλαδή της Ταυτότητας της Τοποθέτησης του προορισμού στην Τουριστική αγορά της κατάλληλης στρατηγικής Marketing με έμφαση στο Digital Marketing.

Η επιτυχημένη διαδικασία Τοποθέτησης ενός Προορισμού (**Destination Positioning**) στο παγκόσμιο τουριστικό οικοσύστημα περιλαμβάνει τις πιο κάτω βασικές προϋποθέσεις:

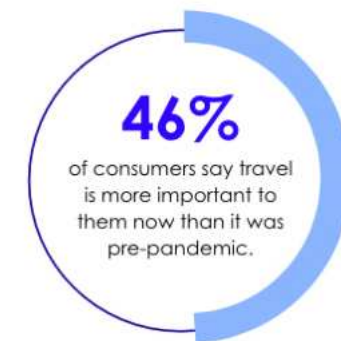
- Την ταυτοποίηση των τουριστικών αγορών (**Target Groups**) και των προσδοκιών τους.
- Την επιλογή των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που έχουν απήχηση σε συγκεκριμένες Τουριστικές αγορές.
- Τον προσδιορισμό των κινήτρων και των ανταμοιβών που οι προηγούμενοι αλλά και οι δυνητικοί μελλοντικοί επισκέπτες αναζητούν.
- Την αναγνώριση των δυνατοτήτων αλλά και των αδυναμιών κάθε ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που συνθέτει την ταυτότητα του προορισμού.
- Την επιλογή και εφαρμογή της στρατηγικής Marketing Τοποθέτησης του Προορισμού.

Η σημαντικότερη προϋπόθεση όλων είναι η παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας και απόδοσης της τοποθέτησης μέσα στον Χρόνο και την εφαρμογή διορθωτικών ενεργειών σε τακτικά χρονικά διαστήματα.

Τάσεις μάρκετινγκ προορισμού για το 2023 (I)

Οι οργανισμοί διαχείρισης προορισμών μάρκετινγκ έχουν αντιμετωπίσει πρωτοφανείς προκλήσεις τα τελευταία χρόνια.

Οι ταξιδιωτικές τάσεις παρέχουν νέες ευκαιρίες στο μάρκετινγκ προορισμού. Σύμφωνα με αυτές, οι ταξιδιώτες δίνουν πλέον μεγαλύτερη **σημασία και αξία στα ταξίδια (σχεδόν το 50%)** συγκριτικά με την προ πανδημίας εποχή, επιθυμώντας να αναπληρώσουν τον χαμένο χρόνο.



Τα **επαγγελματικά ταξίδια παρουσιάζουν αύξηση** αγγίζοντας το 33% των ταξιδιωτών. Γενικότερα, υπάρχει αύξηση της ζήτησης για εγχώρια, διεθνή και επαγγελματικά ταξίδια, ανοίγοντας διάφορους δρόμους **στρατηγικής μάρκετινγκ προορισμού, η οποία θα πρέπει να είναι πάντα προσανατολισμένη στις αξίες του τόπου.**

Κάθε προορισμός είναι μοναδικός που μέσα από προσαρμοσμένες **δημιουργικές καμπάνιες** και με την **αξιοποίηση των δυνατοτήτων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης** μπορεί να οπτικοποιήσει την ταξιδιωτική εμπειρία και να αναδειχθεί, προσελκύοντας τους ταξιδιώτες να βιώσουν τις τοπικές ανέσεις και διαδραστικές εμπειρίες ή εμπειρίες εμβύθισης.

Τάσεις μάρκετινγκ προορισμού για το 2023 (II)

Οι ταξιδιώτες υπολογίζουν το **χαμηλό κόστος** (37%), δίνουν έμφαση στην **ελαχιστοποίηση της έκθεσής τους στον Covid** (35%), έχουν ως προτεραιότητα την **καθαριότητα** και την **ασφάλεια** (51%) και βασικό κίνητρο τις **εμπειρίες** του ταξιδιού (57%).

	Consumers	Industry professionals
Lowest price	17%	9%
Minimal risk of COVID	17%	12%
Once-in-a-lifetime experiences	8%	8%
Deals and/or special offers	8%	6%
Access to beaches	7%	8%
Restaurant/food experiences	6%	8%
Close to home	6%	5%

Τα ταξίδια προσφέρουν **αλλαγή τοπίου** και **σκηνικού** αλλά και **σωματική** και **ψυχική ευεξία**.



Στρατηγική Μάρκετινγκ προορισμού (I)

Ανάπτυξη προορισμών με σκοπό και αξία (developing purpose and value-led places): βιωσιμότητα (περιβαλλοντική, οικονομική, κοινωνική)/ πράσινα διαπιστευτήρια, προσδοκία για πραγματική δράση σε θέματα ισότητας, διαφορετικότητας, ένταξης/ σύνεση εξόδων και οικονομική προσιτότητα.

Εναγκαλισμός και καλωσόρισμα ψηφιακών νομάδων (embracing and welcoming digital nomads): υπερδιπλασιασμός απομακρυσμένων εργαζομένων ως απάντηση στην πανδημική κρίση/ νομαδικός τρόπος ζωής/μετανάστευση και διατήρηση τρέχουσας σταδιοδρομίας/ προγράμματα βίζας/ κίνητρα από τις κυβερνήσεις για στήριξη της τοπικής οικονομίας/ τουριστικά πακέτα για ψηφιακούς νομάδες.

Τόλμη και καινοτομία στους δημόσιους χώρους (being bold and innovative when thinking about public spaces): τάση προς ανθρώπινες συνδέσεις/ δημόσιοι χώροι ως ασφαλές καταφύγιο για διάφορες κοινότητες που επιθυμούν να δημιουργήσουν νέες αναμνήσεις και μοναδικές εμπειρίες, να ανταλλάξουν μηνύματα και να συνυπάρξουν/ χαλαροί δημόσιοι χώροι ως φυσικοί προορισμοί για τις κοινότητες/ τεχνολογία, διαδραστικότητα, τέχνη και καινοτομία βασικά στοιχεία/ ενεργός προγραμματισμός όπου οι άνθρωποι θα έχουν τη δυνατότητα να αγγίζουν και να αισθάνονται.

Υιοθέτηση πιο έξυπνων στρατηγικών δεδομένων για στόχευση συγκεκριμένου κοινού (adopting more intelligent data strategies to target specific audiences): καθορισμός και ανανέωση τμημάτων της αγοράς σε τακτά χρονικά διαστήματα/ στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ βάσει αξιών, δημογραφικών στοιχείων και γεωγραφίας τμημάτων της αγοράς/ εξατομίκευση στρατηγικών ιστού.

Αναζήτηση της καλύτερης σχέσης ποιότητας/τιμής (seeking the best value for money): δύσκολες οικονομικές συνθήκες/ προορισμοί θα πρέπει να προσφέρουν ισχυρή πρόταση αξίας στους επισκέπτες/ ανταμοιβή και προνόμια στους επισκέπτες (δωρεάν εισιτήρια για καθορισμένη χρονική περίοδο)/ επαναλαμβανόμενες επισκέψεις σε αξιοθέατα, αύξηση εσόδων και προσέγγιση νέου κοινού.

Στρατηγική Μάρκετινγκ προορισμού (II)

Ένας προορισμός προσφέρει **εμπειρίες** και **συναισθήματα** μοναδικής ταυτότητας μέσω των ανθρώπων, των τόπων και των χώρων του. Οι εμπειρίες και τα συναισθήματα αυτά αναλύονται σε τρεις τομείς:

- Πολιτισμός
- Αξιοθέατα
- Χώρος/Περιβάλλον

Ο συνδυασμός των τριών ορίζει έναν προορισμό και θα πρέπει να αποτελεί το **θεμέλιο κάθε εκστρατείας μάρκετινγκ** που επιδιώκει να προσελκύσει ταξιδιώτες.

Βάσει ερευνών, το ταξιδιωτικό κοινό αναζητά **αξιόπιστες πληροφορίες** για ταξιδιωτικούς προορισμούς/**καθοδήγηση και συμβουλές** σχετικά με την ιστορία, την κληρονομιά, την πολιτιστική ταυτότητα, το φαγητό/**ικανοποίηση περιέργειας μέσα από πραγματικές ιστορίες κληρονομιάς και πραγματικούς ανθρώπους, αυθεντικές ιστορίες.**

Οι παγκόσμιοι ταξιδιώτες ενδιαφέρονται για το **αποτύπωμα άνθρακα** και επιθυμούν το **βιώσιμο ταξίδι / ο οικολογικός τουρισμός** είναι σημαντικός για αυτούς

Για να καταστεί ένας προορισμός ελκυστικός πρέπει να δοθεί έμφαση στην **προσέλκυση τουριστών μέσω αφήγησης επώνυμου περιεχομένου** (branded content storytelling)/στην επισήμανση των φυσικών και τεχνητών μνημείων /στη δημιουργία headspace εντός της καμπάνιας ώστε να επιτευχθεί η συναισθηματική σύνδεση κοινού και προορισμού

Ένας προορισμός πρέπει να παρέχει **ελκυστικές φορολογικές ελαφρύνσεις** και **οικονομικά κίνητρα**,/ να υπόσχεται αίσθημα του ανήκειν/ να δίνει έμφαση στις κοινότητες, στον πολιτισμό και στους ανθρώπους τα οποία ενισχύουν την ισορροπία εργασίας/ζωής και αποτελούν προτεραιότητα για τους ψηφιακούς νομάδες ή τους οικονομικούς μετανάστες.

Οι **εκστρατείες προορισμού** θα πρέπει να αφηγούνται **ιστορίες πραγματικών ανθρώπων**, οι οποίες θα λέγονται με βιώσιμο τρόπο, δημιουργώντας μια **συναισθηματική σύνδεση με το κοινό μέσω της αυθεντικής αφήγησης**. Παράλληλα, θα πρέπει να παρέχουν **ενημέρωση, εκπαίδευση, διασκέδαση** και έναν **αξιόπιστο οδηγό πόλης**.

Παράγοντες που επηρεάζουν την επιτυχία της επωνυμίας προορισμού

Η επωνυμία προορισμού διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στην ανάκαμψη και θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από **μεταμορφωτική ισχύ** και **καινοτομία**.

Το πραγματικό δυναμικό της επωνυμίας μπορεί να «ξεκλειδωθεί» χρησιμοποιώντας τη **λεκτική** και **ηχητική ταυτότητα**, τα περιβάλλοντα με επωνυμία και τον καθορισμό τελετουργιών και συμπεριφοράς.

Τρεις βασικοί παράγοντες καθορίζουν την επιτυχία της επωνυμίας προορισμού σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο κόσμο:

ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ: λόγω της πανδημίας οι προσδοκίες των τουριστών έχουν αλλάξει οι οποίοι, πλέον, εκτός από την εμπειρία, την περιπέτεια και την εξερεύνηση αναζητούν εμπιστοσύνη, υπευθυνότητα και ασφάλεια

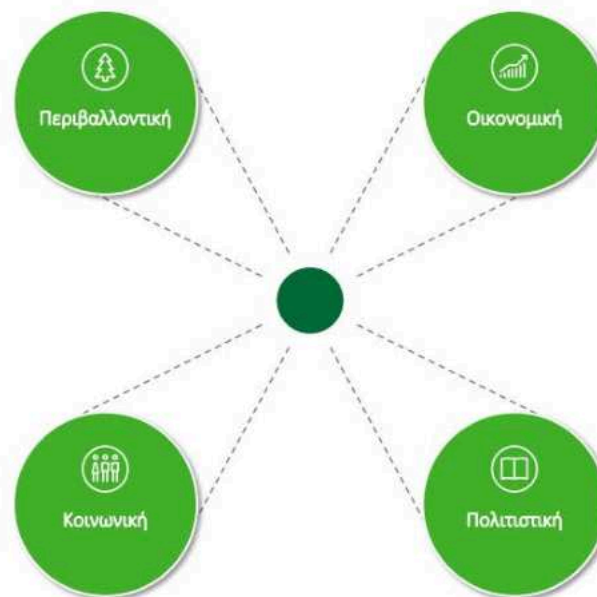
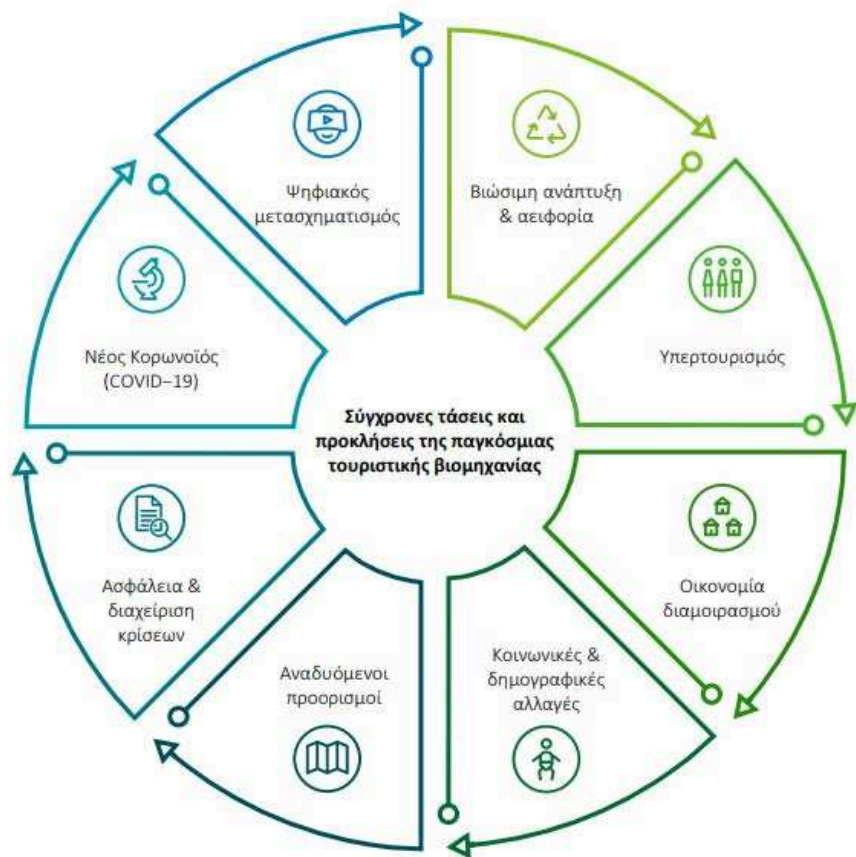
ΕΥΕΛΙΞΙΑ: η γρήγορη προσαρμογή σε αλλαγές και σε διαφορετικές περιστάσεις δημιουργεί μια δυναμική εστιασμένη στο μέλλον, παρέχοντας απεριόριστες δυνατότητες.

ΕΜΠΕΙΡΙΑ: οι επωνυμίες τόπου πρέπει να δημιουργούν καινοτόμες, ελκυστικές και πολυαισθητηριακές εμπειρίες συνδυάζοντας φυσικές, ανθρώπινες και ψηφιακές αλληλεπιδράσεις, οι οποίες αφενός αντανακλούν την ίδια την επωνυμία και αφετέρου επιτρέπουν τη συναισθηματική σύνδεση των επισκεπτών με τον τόπο και τον εκάστοτε προορισμό.

Τάσεις

Τουρισμός

Σύγχρονες τάσεις και προκλήσεις της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας



Η βιώσιμη ανάπτυξη και η αειφορία είναι αρκετά ευρεία σαν έννοια και πέρα από την **περιβαλλοντική διαχείριση**, αφορά επίσης έννοιες όπως π.χ. η **οικονομική πρόοδος** και η **κοινωνική ανάπτυξη και συνοχή**. Κοινωνικά θέματα / ζητήματα όπως π.χ. η άρση των αποκλεισμών, η προώθηση της ισορροπίας μεταξύ της εργασιακής και οικογενειακής ζωής, η προώθηση της υγείας και της ευεξίας των εργαζομένων, η προμήθεια πρώτων υλών / προϊόντων / αναλωσίμων από την τοπική κοινότητα και η τόνωση της επιχειρηματικότητας αποτελούν κομμάτι της ατζέντας της βιώσιμης ανάπτυξης και της αειφορίας.

Παγκόσμιος Τουρισμός

- Ανατρεπτική επίδραση του COVID-19 στην παγκόσμια αγορά τουρισμού
- Γενιά Y και γενιά Z
- Απαίτηση για βιώσιμες και αναζωογονητικές διακοπές
- Απρόσκοπτο ταξίδι πελάτη
- Αρθρωτή συμπεριφορά ταξιδιού και κρατήσεων
- Υγεία, ευεξία και αθλητικές διακοπές
- Ταξίδια με οικογένειες
- Τεχνολογικά κατασκευασμένες προσωπικές εμπειρίες
- Ασφάλεια



Γενιά Y και Z – Χαρακτηριστικά και Προτιμήσεις

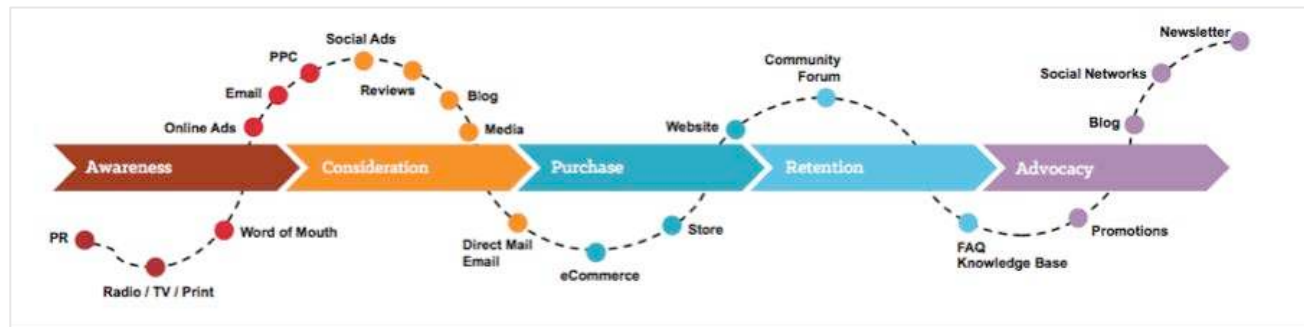
	Gen Y	Gen Z
Synonyms	Millennials	Centennials, screen agers, iGen, click'n'go children
Born	1980–1995 (in 2021: 26–41 years)	1995–2010 (in 2020: 11–26 years)
% of European population	EU 16%, Europe 16%	EU 19%, Europe 20%
Profile	Tech savvy: 2 screens at once Curators and Sharers Now focused Optimists	Tech innate: 5 screens at once Creators and Collaborators Future focused Realists
Aspiration	Freedom and flexibility	Security and stability
Communication preference	With text (online and mobile)	With images (emojicons, stickers, Skype and Facetime)
Technology milestone	Smartphone, tablet	Augmented Reality/Virtual Reality
Tourism demand characteristics	• Prefers experiences over possessions (for example they favour a holiday over purchasing the latest TV or latest fashion), and they are more demanding of experience in their orientation and purchasing phase. • Spends more on the things that really matter, such as high-end travel experiences, and cut back (often significantly) on those that do not, such as flying (low cost airlines). • Expects a greater link between tourism services and their everyday life. They want to travel as a flashpacker, because they combine conventional social, local, simple backpacking with their enhanced lifestyle and need for flashy experiences. • Focus on exploration, interaction and emotional experience	• Relies heavily on social media, reviews and influencers, but they are more careful with their online persona than Gen Y and they prefer more privacy on platforms, so privacy settings are important. Most popular among Generation Z are YouTube, Snapchat, Instagram, Facebook and TikTok. • More price-conscious and economical than Gen Y • Focus on exploration, interaction and emotional experience

Types of holidays	• 'do-good, feel-good holidays', where travellers do something in return for the destination, such as a beach clean-up • 'purposeful holidays' with the aim of returning reborn, such as a 'mumcation' for mothers who want to refuel (see for example the Health & Fitness Travel website), safe-your-marriage trips, 'painmoons' (travelling with the aim of recovering from a stressful period or a period of hard work; see for example the website of Iron Mountain Hot Springs), or a digital detox (jomo – the joy of missing out) • 'adventure holidays' to escape from the daily hustle and bustle, such as adrenaline-pumping activities • so-called second city travel, to cities beyond the well-known overcrowded tourism hot spots. Mpumalanga in South Africa is regarded as an example of a second city destination with a booming travel industry • surfing holidays ('surfaris', see for example Worldsurfaris) • epic rail journeys where the transportation with a luxury, historical or scenic train is part of the experience, such as the Orient Express. According to a study by Expedia it seems that the younger the generation, the more interest in such journeys • Long-distance hikes that offer travellers a once-in-a-lifetime experience and the opportunity to immerse themselves in places and get to know locals, connect or reconnect with their inner self and find peace and consolation.
Types of products and experiences	• slow travel, which means that travellers invest more time to experience destinations more deeply and in a more laid-back way • transformative experiences that focus on helping others as well as helping oneself. This could be a destination off the beaten track, a yoga retreat or a spartan holiday that combines a digital detox with minimalist living, whereby you travel with as little as possible. Companies such as Fuselage, Vipp Shelter and Unyoked offer forest micro hotels hidden away from the modern world. • authentic, unique and once-in-a-lifetime experiences (like for example hot-air ballooning over the Masai Mara) • opportunities to immerse in the local culture and to 'feel like a local', such as opportunities to stay with a local family, indulge in the local nightlife or services that connect travellers to local tastes, made accessible via platforms (examples are EatWith or BiteMojo) • opportunities to explore hidden gems, such as via Accor Local (an Accor initiative to get local residents more involved with hotels, recruiting them to act as ambassadors for the destinations and so indirectly also for the hotels) • part of the history made more tangible to visitors by means of a VR walking tour, such as the VR walking tour developed by Croatia Travel Co • opportunities to learn a new skill or to experience a new way of thinking • history and culture walking tours (where visitors have the opportunity to meet other travellers and have a destination expert at their disposal) • ecological tours (unique experiences that educate visitors and share inside information with them on the area and how to protect it for the future)
Facilities	• space for experiences with other consumers, to make new friends • sleeping accommodation in a stylish, fun-loving and hipster manner with a smart design (such as AirBnB or boutique hostels) • hometels (hotels that give you the feeling of being at home). These are offered by, for example, Domio (across the USA and London) and Veeve (in London, Los Angeles and Paris) • community camping • opportunities to mix business with leisure, or leisure with business (referred to as 'bleisure') enabled by platforms such as WeWork

Στάδια ταξιδιού

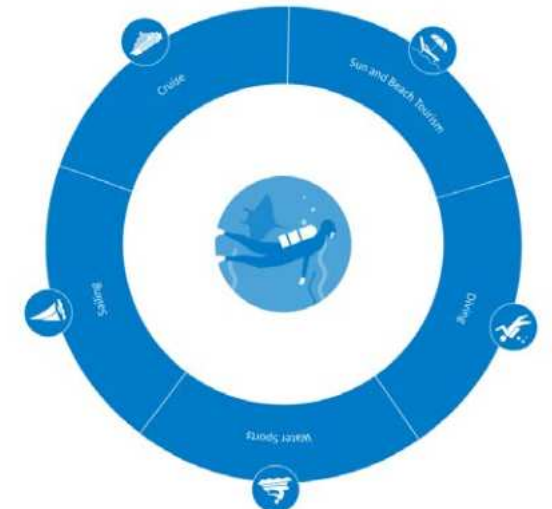
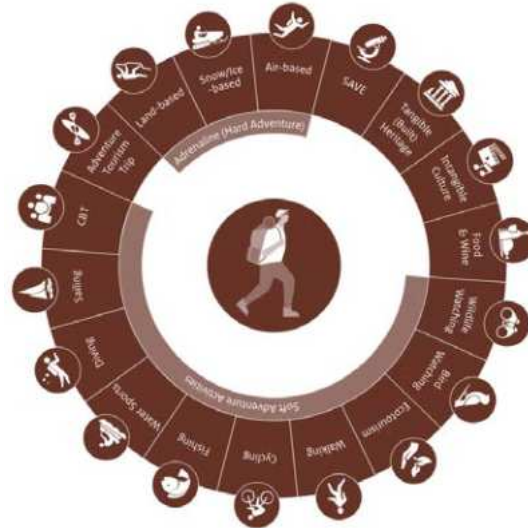


The customer journey of a millennial



General outline of a customer journey, with 5 phases and a series of touch points

Κατηγορίες τουρισμού (Nature, Adventure, Culture, Nautical, Wellness, Sport, Business)



Τουρισμός αναβίωσης ή Αναγεννητικός τουρισμός (I)

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization- UNWTO) ως **βιώσιμος τουρισμός** ορίζεται «ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη του τις τωρινές και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές του επιπτώσεις, ικανοποιώντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής του τουρισμού».

Τα τελευταία χρόνια αναδεικνύεται μία νέα τάση, ο **τουρισμός αναβίωσης** (regenerative tourism), με τον τουρισμό να αντιμετωπίζεται ως εργαλείο αναβίωσης.

Ο κύριος **στόχος** του αναγεννητικού τουρισμού είναι οι επισκέπτες να έχουν **θετικό αντίκτυπο στον προορισμό των διακοπών** τους (στις τοπικές κοινωνίες και οικονομίες), συμβάλλοντας ουσιαστικά στη **βιωσιμότητα** και ειδικότερα στην **αναγέννησή** του, μια έννοια που υπερβαίνει τον στόχο απλά να μην καταστρέφεται το περιβάλλον, βελτιώνοντας ταυτόχρονα την ταξιδιωτική εμπειρία.

Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού απαιτεί **αλλαγή στάσης, τόσο από τον τουριστικό κλάδο όσο και από τους ταξιδιώτες** και αφορά στον έλεγχο του αριθμού των επισκεπτών μιας συγκεκριμένης περιοχής καθώς και στην οικονομική ενίσχυση των περιοχών, υποστηρίζοντας πρωτοβουλίες έρευνας, εκπαίδευσης και τεχνολογίας.

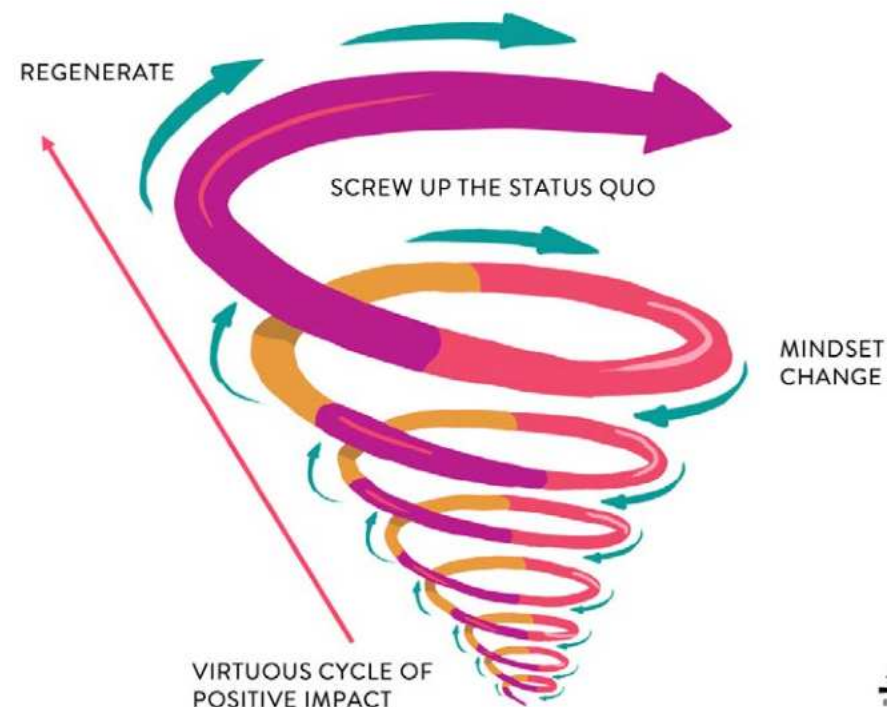
Παράλληλα, ο **πράσινος μετασχηματισμός της οικονομίας** δίνει έμφαση όχι μόνο στους αριθμούς αλλά και στον **ποιοτικό τουρισμό** και στο σεβασμό στις πηγές πλούτου του τόπου μας.

Οι «**βιώσιμοι προορισμοί**» δεν αφορούν μόνο τον «πράσινο τουρισμό» αλλά και τον «**κύκλο δράσης, οργάνωσης και διαχείρισης προορισμού**» ενώ μονόδρομο αποτελεί η **εξειδίκευση, αξιολόγηση και σωστή ενημέρωση**.

Τουρισμός αναβίωσης ή Αναγεννητικός τουρισμός (II)

Ο αναγεννητικός τουρισμός θεωρείται ως ένα **νέο στάδιο στην αειφόρο τουριστική ανάπτυξη**. Ενώ το επίκεντρο του βιώσιμου τουρισμού είναι η ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων, ο αναγεννητικός τουρισμός στοχεύει να αφήσει τον τόπο ή την τοπική κοινότητα καλύτερα από ό,τι ήταν και να τον χρησιμοποιήσει ως εργαλείο για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και την αναζωογόνηση της τοπικής κοινότητας.

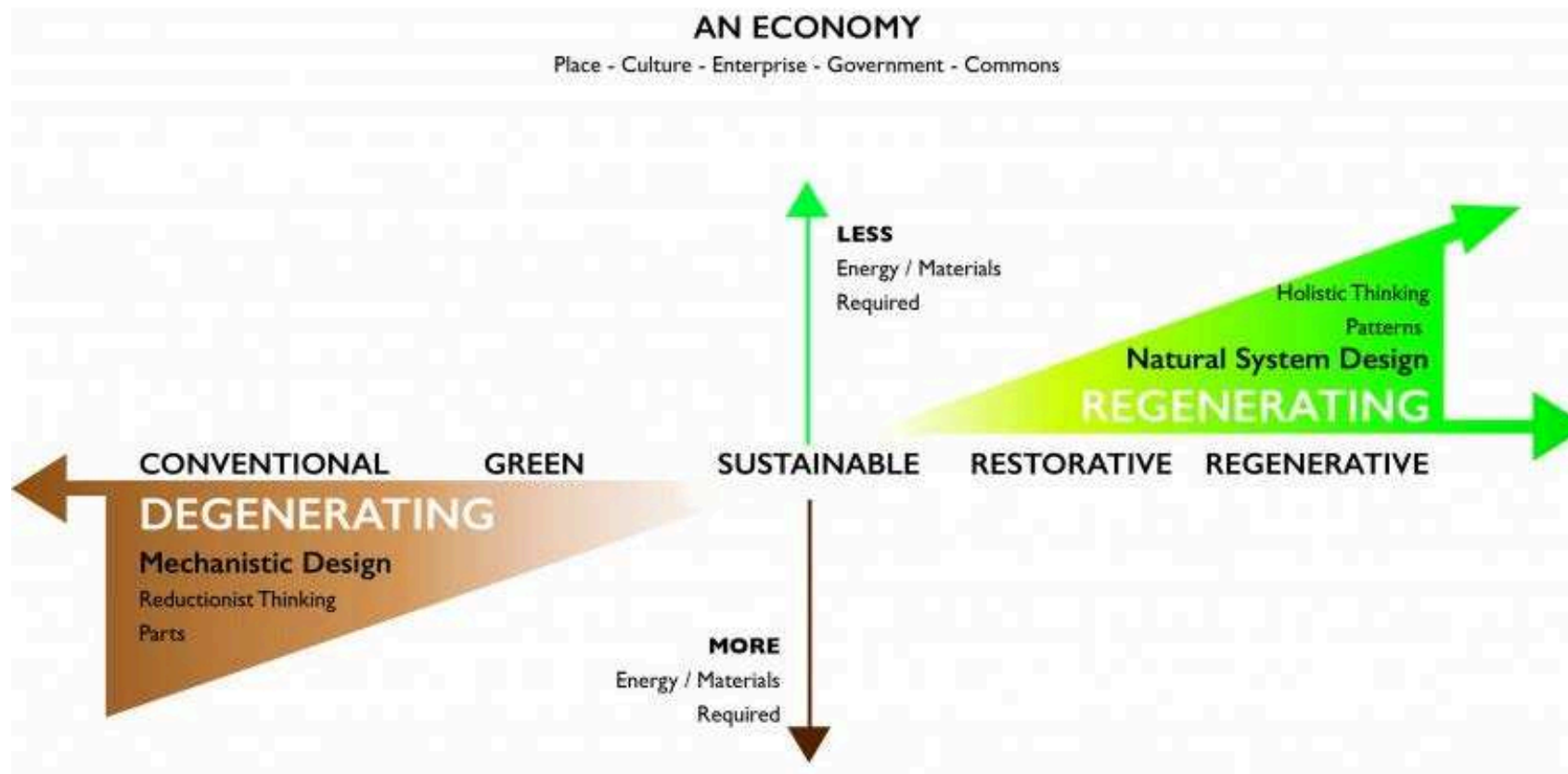
Το αποτέλεσμα είναι ένας **θετικός κύκλος επιπτώσεων** στην τοπική κοινωνία και οικονομία.



Ενάρετος κύκλος αναγεννητικού τουρισμού

Τουρισμός αναβίωσης ή Αναγεννητικός τουρισμός (III)

Ο αναγεννητικός τουρισμός υπερβαίνει τον αιεφόρο τουρισμό.



Τουρισμός αναβίωσης ή Αναγεννητικός τουρισμός (IV)

Τι είναι το αναγεννητικό ταξίδι;

- Ενώ ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να επιδιώκει πρακτικές ουδέτερες ως προς τον άνθρακα, **τα ταξίδια αναγέννησης επιδιώκουν αρνητικές εκπομπές άνθρακα**. Αυτό σημαίνει επένδυση σε λύσεις που αφαιρούν ή αντισταθμίζουν περισσότερο άνθρακα από αυτόν που εκπέμπουν.
- Ένα βιώσιμο ξενοδοχείο μπορεί να περιορίσει τις εκπομπές άνθρακα χρησιμοποιώντας ηλιακή ενέργεια ή ενθαρρύνοντας τα ταξίδια με ηλεκτρικά οχήματα. Αλλά ένα αναγεννητικό ξενοδοχείο θα έχει **προληπτικό περιβαλλοντικό όφελος**, για παράδειγμα αφαιρώντας επιπλέον άνθρακα από την ατμόσφαιρα.
- Ο αναγεννητικός τουρισμός περιλαμβάνει, επίσης, την **επένδυση σε έργα που βελτιώνουν το περιβάλλον** και όχι απλώς την επαναφορά του στον τρόπο που βρέθηκε.
- Η **στροφή προς την αποκατάσταση της βιοποικιλότητας** —φύτευση δέντρων, αποκατάσταση ενδιαιτημάτων και άλλες επενδύσεις στη φύση— κερδίζει δυναμική.
- Περισσότερες από 100 χώρες έχουν ήδη υπογράψει το **σύμφωνο «30×30»** για την προστασία τουλάχιστον του 30% της ξηράς και της θάλασσας μέχρι το 2030.
- Τόσο οι ταξιδιωτικές εταιρείες όσο και οι προορισμοί συνειδητοποιούν ότι μπορούν να βοηθήσουν σε αυτή την αποστολή. Η **Νέα Ζηλανδία είναι πρωτοπόρος στα αναγεννητικά ταξίδια**. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, η χώρα ανακοίνωσε σχέδια για την απαλλαγή του τουρισμού από τις ανθρακούχες εκπομπές με την αποκατάσταση τοπίων που έχουν καταστραφεί από την κυκλοφορία των πεζών και την προώθηση της χρήσης ηλεκτρικών οχημάτων.
- Στο πλαίσιο της **κλιματικής έκτακτης ανάγκης** δεν θα είναι πλέον αρκετό για τις τουριστικές επιχειρήσεις να επιδιώκουν απλώς να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις. Οι τουριστικοί πράκτορες, οι τοπικές αρχές και τα ξενοδοχεία θα πρέπει να αναλάβουν ενεργά την επισκευή, την αποκατάσταση και την επένδυση στη φύση.

Τουρισμός αναβίωσης ή Αναγεννητικός τουρισμός / Επιχειρήσεις

Υπάρχουν **τρεις βασικές απαιτήσεις**, οι οποίες συνδέονται μεταξύ τους, και που οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν προς όφελός τους, αν επιδιώκουν την επιτυχία και την αναγέννησή τους: **1) Ηθική απαίτηση 2) Απαίτηση αγοράς 3) Απαίτηση τεχνολογίας**

3 IMPERATIVES FOR BEING REGENERATIVE



1. Moral requirement — Do the Right Thing

Keep what has worked well in your business in the past, but recognise what's no longer working, and change and regenerate these things. Create a positive future that contributes to the greater social and living system and do it as part of enabling your business to develop.

2. Market requirement — It will pay-off!

You should trust in the fact that this regenerative change will pay off eventually by attracting customers, engaging employees, and better positioning your company for future growth. People today want to do business with companies who care about their impact environmentally and socially, and investors increasingly want to know the most accurate risk assessments for failing to address these issues.

3. Technology requirement — Create whole system advantages

For big changes you need big technological innovation. Those entrepreneurs who stop making simple quick fixes and doing minor product improvements, will open up new opportunities for themselves to use new technological innovations and solve global problems for their companies, communities, and industries.

Τουρισμός αναβίωσης ή Αναγεννητικός τουρισμός/ Ελλάδα

Η Ελλάδα θα πρέπει να εισάγει τον ορισμό “Αναγεννητικός, ηθικός και ‘έξυπνος’ τουρισμός» , ο οποίος αφορά σε ένα μοντέλο **«που βασίζεται στην επιστροφή στην ποιότητα, στην ικανοποίηση και στα οφέλη για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς με σεβασμό στο περιβάλλον και στην κουλτούρα της τοπικής κοινωνίας. Έτσι θα κάνουμε τους επισκέπτες μας χαρούμενους, μετατρέποντας τις διακοπές σε αξέχαστες και με ουσιαστικό νόημα εμπειρίες (meaningful tourism)»**.

«Η Ελλάδα είναι η **χώρα της φιλοξενίας** αλλά και της **αληθινής ευζωίας (Ευζήν)** με την έννοια του μέτρου και της ισορροπίας, κάτι που αποτελεί και την ουσία του **brand Greece**. Και αυτή την ουσία, οι άνθρωποι της οικονομίας της φιλοξενίας έχουν μοναδικό τρόπο να την μεταδίδουν και να την προσφέρουν, απλόχερα, στον επισκέπτη».

Τουρισμός αναβίωσης ή Αναγεννητικός τουρισμός /Κρήτη

- Εστίαση στον τουρισμό ως μια πιο **βιωματική εμπειρία** πέρα από τις ευκαιρίες αναψυχής που προσφέρει ο φυσικός πλούτος της Κρήτης.
- Οι **συνέργειες βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης** σε μια **λογική κοινωνικής οικονομίας** θα μπορούσαν να συμβάλουν στην κοινωνική και οικονομική ευημερία των κατοίκων της περιοχής αλλά και των επιχειρήσεων.
- Η **τόνωση της οικονομίας** μπορεί να επιτευχθεί μέσα από την ανάπτυξη τουριστικών και πολιτιστικών στρατηγικών όπως η ενίσχυση των τοπικών παραγωγών, του αγροδιατροφικού τομέα, η προώθηση του αγροτουρισμού, της καινοτομίας, της απασχόλησης, του πολιτισμού και της εκπαίδευσης.
- Απαραίτητη προϋπόθεση για μια βιώσιμη ποιοτική τουριστική ανάπτυξη είναι η **συνεργασία του πρωτογενούς με τον δευτερογενή και τριτογενή τομέα**.
- Μέσα από τις συνέργειες και με γνώμονα την **ενίσχυση του αγροδιατροφικού τομέα και την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων** (ΠΟΠ, ΠΓΕ, βιολογικά κλπ) και με την **αξιοποίηση της κουλτούρας της τοπικής κοινωνίας και των πολιτιστικών στοιχείων του τόπου**, μπορεί να επιτευχθεί η προώθηση των κρητικών ποιοτικών προϊόντων και η ανάδειξη των πολιτιστικών στοιχείων της περιοχής, της κρητικής διατροφής, δημιουργώντας μακροπρόθεσμα **θετικό αντίκτυπο για την τοπική κοινωνία**.
- Ο **επισκέπτης** μπορεί να γίνει «**πρεσβευτής**» της Κρήτης, να επιθυμεί την επιστροφή του, αλλά και να αναζητά τα προϊόντα της για όσο διάστημα βρίσκεται εκτός του νησιού.

Τουρισμός περιπέτειας (I)

Οι Ευρωπαίοι λατρεύουν τα **ταξίδια περιπέτειας** και αναζητούν μοναδικές εμπειρίες ενώ επιδιώκουν να απολαμβάνουν δραστηριότητες που σχετίζονται με την **ευεξία** αλλά και με την **τεχνολογία**.

Ο τουρισμός περιπέτειας είναι ουσιαστικά ένα τουριστικό ταξίδι που **περιλαμβάνει δυο από τα τρία ακόλουθα στοιχεία: φυσική δραστηριότητα, φυσικό περιβάλλον και πολιτιστική εμβύθιση** (physical activity, natural environment, cultural immersion).

Υπάρχει διάκριση ανάμεσα στο **ταξίδι «μαλακής περιπέτειας»** το οποίο είναι ασφαλές και δεν απαιτείται κάποια ιδιαίτερη δεξιότητα ή προηγούμενη εμπειρία από τον τουρίστα και στο **«σκληρό ταξίδι περιπέτειας»**, όπου συχνά εμπεριέχεται το ρίσκο και ο κίνδυνος και απαιτείται κάποια ικανότητα από τον τουρίστα καθώς και σχετική εμπειρία.

Στην πρώτη κατηγορία περιλαμβάνονται δραστηριότητες όπως η παρακολούθηση της άγριας φύσης και η παρατήρηση των πουλιών, κάμπινγκ, οικοτουρισμός, κανό, ψάρεμα, πεζοπορία, ποδηλασία, ιππασία, καγιάκ, σαφάρι, ιστιοπλοΐα, σέρφινγκ, κατάδυση, backpacking. Στη δεύτερη κατηγορία υπάγονται η σπηλαιολογία, η αναρρίχηση βράχου, η ορειβασία, το ράφτινγκ, δραστηριότητες στο χιόνι (σκι, πεζοπορία σε παγετώνα, έλκηθρο σκύλων), δραστηριότητες στο νερό ή στον αέρα, η περιήγηση με ποδήλατα ή η ορεινή ποδηλασία κατάβασης (trekking) και οι αγώνες δρόμου. Μερικές φορές δραστηριότητες που περιγράφονται ως μαλακή περιπέτεια μπορούν να εξελιχθούν σε δραστηριότητες σκληρής περιπέτειας, όπως το καγιάκ σε ένα άγριο ποτάμι ή η πεζοπορία σε ακραίες καιρικές συνθήκες ή σε μεγάλα υψόμετρα.

Ειδικές αγορές για ήπιο τουρισμό περιπέτειας

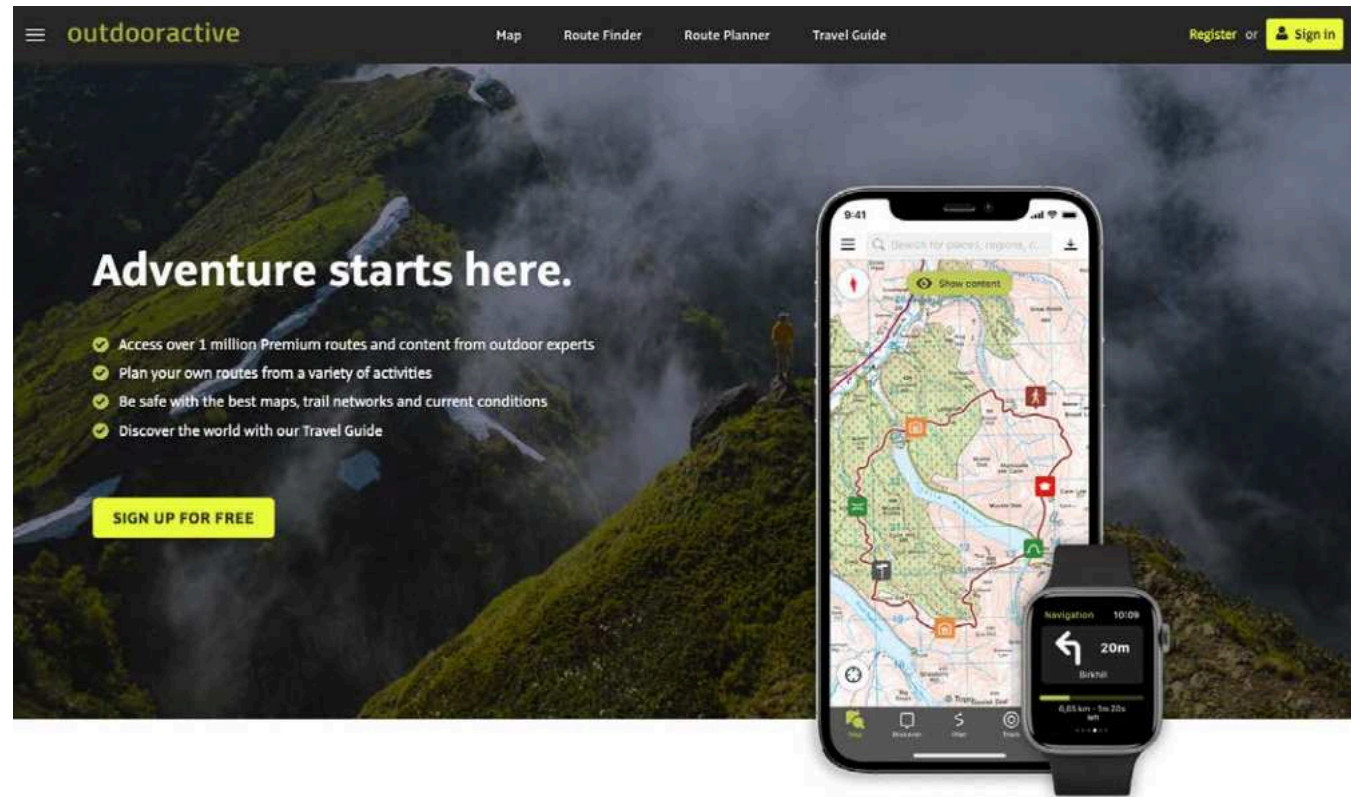
Niche market		Specialist niche markets
Soft adventure niche markets		
Wildlife watching	Wildlife watching involves viewing wildlife in their natural habitats. It includes different types of safaris, such as 4x4, walking, fly-in, river/canoe and safaris on horseback. The niche also includes trips to view marine life.	Safaris, marine life watching, wildlife watching
Birdwatching	Birdwatching is defined as tourist travel for the specific purpose of observing wild birds in their natural habitats. The niche is sometimes referred to as 'birding' or 'avi-tourism'.	Hardcore birding, enthusiastic birding, casual birding
Fishing	Fishing tourism involves travel away from home for the primary purpose of fishing, either in freshwater or saltwater. Fishing is sometimes referred to as angling.	Fresh-water fishing, salt-water fishing and game fishing
Ecotourism	Ecotourism refers to an environmentally based tourism experience that is sustainable, has low impact on the natural environment and helps to preserve the long-term nature of the community, project or site.	Agritourism, rural tourism, dark-sky tourism and camping
Walking tourism	Walking tourism refers to trips in which walking in the natural environment forms a significant part of the trip. It includes hiking, trekking and long-distance walking, and includes specialist techniques such as Nordic walking.	Nordic walking, long-distance walking, hiking and trekking

Cycling	Cycle tourism refers to recreational visits away from home which involve leisure cycling as a fundamental and significant part of the trip. It includes cycling types such as road cycling, mountain biking and cycle touring.	Road cycling, mountain biking, family cycling and tour cycling
Water sports	Water sports tourism refers to sports that take place on the water, such as windsurfing, kitesurfing, canoeing, kayaking, water skiing and coasteering.	Windsurfing, kitesurfing, surfing, water skiing, wakeboarding, SUP, kayaking/ canoeing, coasteering, jet skiing and fly boarding/jet boarding
Diving	Diving tourism refers to tourism trips for the primary purpose of scuba diving. Dive tourism includes diving activities, such as wreck diving, cave diving and free diving.	Wreck diving, cold-water diving, cave diving and free diving
Sailing	Sailing tourism refers to any holiday where the main purpose of the trip is to sail or learn how to sail.	Dinghy sailing, yacht sailing and catamaran sailing

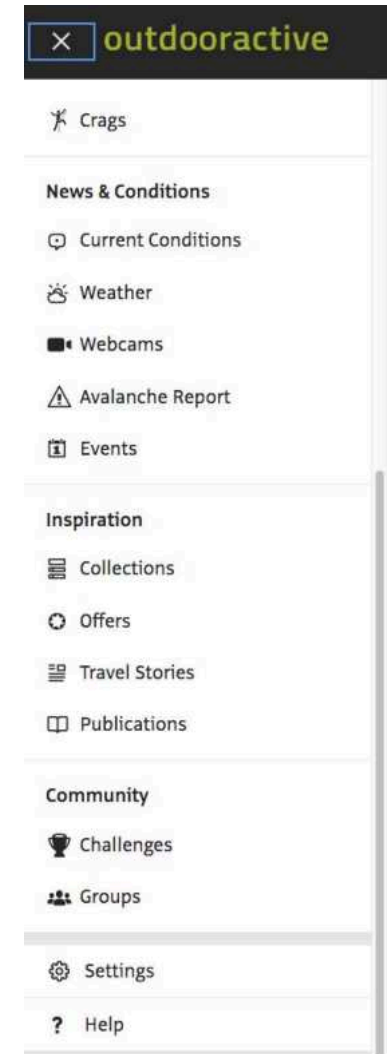
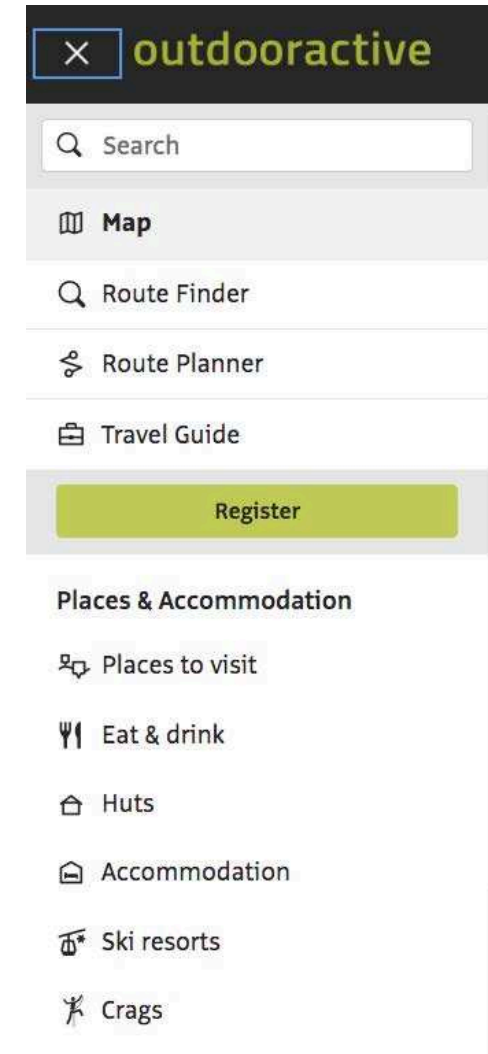
Ειδικές αγορές για σκληρό τουρισμό περιπέτειας

Niche market		Specialist niche markets
Land based adrenaline	Adrenaline activities refer to hard adventure activities which require a high level of expertise to take part in and usually involve an element of personal risk.	Rock climbing, indoor climbing, mountaineering, mountain boarding, sandboarding, caving, abseiling, sand kiting, ziplining, heli-biking, ATV off road, orienteering, canyoning
Snow and ice-based adrenaline	Snowmobiling, snow kiting, heli-skiing, glacier trekking, ski touring, cross-country skiing, snowshoeing, dog sledding	LifeTrek  offers multiple-day multiple-day ski adventures in Georgia.
Air-based adrenaline	Base jumping, sky diving, wing suiting, bungee jumping, hang-gliding, paragliding, microlighting	Bstoked  offers paragliding all around the world, including in Morocco, Kenya, South Africa and Tanzania.

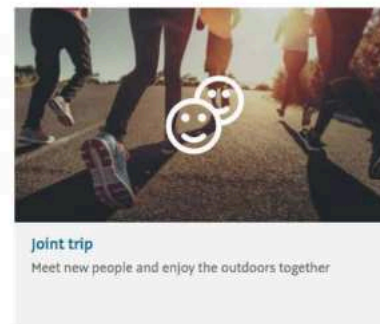
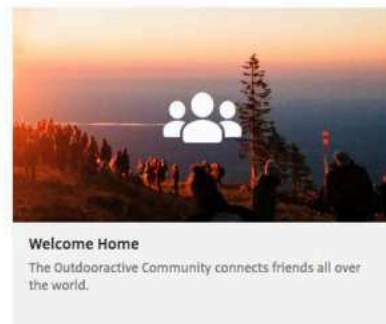
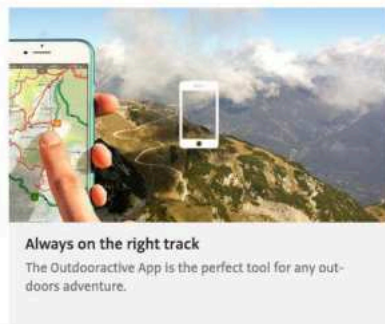
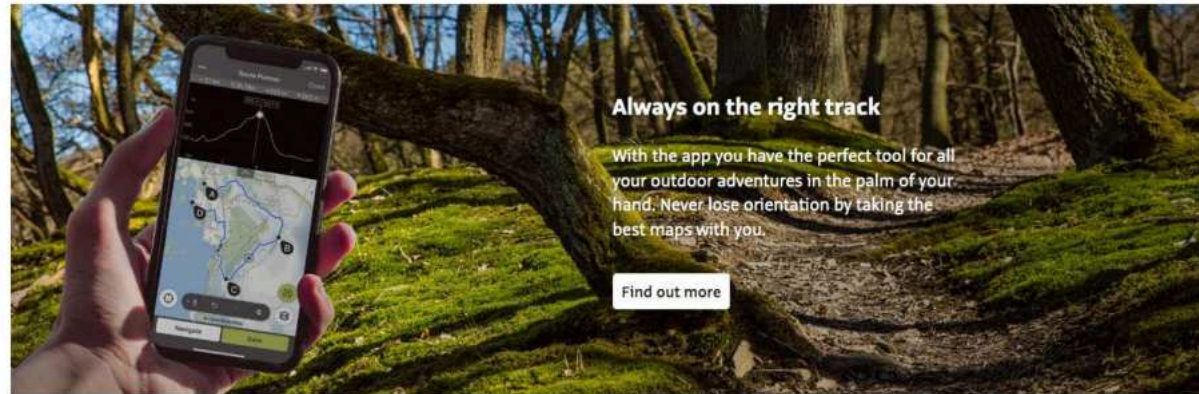
Outdooractive: Ψηφιακή πλατφόρμα – Ταξιδιωτικός οδηγός με προτάσεις διαδρομών και μονοπατιών για δραστηριότητες στην ύπαιθρο – (I)



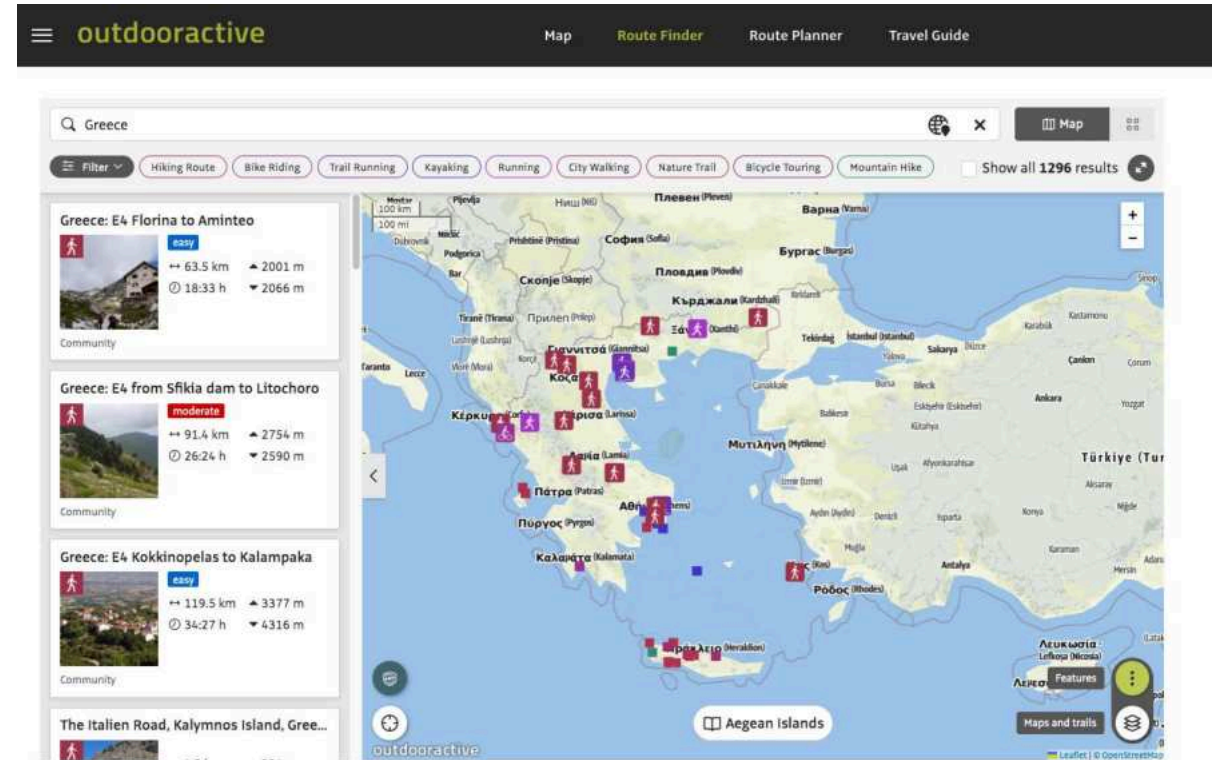
For hikers, mountaineers, bikers, explorers, families, and pretty much all lovers of the outdoors



Outdooractive: Ψηφιακή πλατφόρμα – Ταξιδιωτικός οδηγός με προτάσεις διαδρομών και μονοπατιών για δραστηριότητες στην ύπαιθρο – (II)

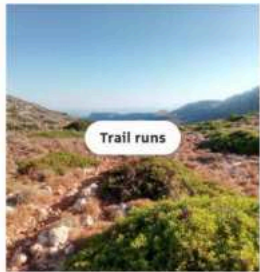


Outdooractive: Ψηφιακή πλατφόρμα – Ταξιδιωτικός οδηγός με προτάσεις διαδρομών και μονοπατιών για δραστηριότητες στην ύπαιθρο – Ελλάδα (I)



Outdooractive: Ψηφιακή πλατφόρμα – Ταξιδιωτικός οδηγός με προτάσεις διαδρομών και μονοπατιών για δραστηριότητες στην ύπαιθρο – Ελλάδα (II)

Activities in Greece



LONG-DISTANCE HIKES ROAD CYCLING ROUTES ALPINE CLIMBING ROUTES MOTOR BIKE ROUTES SKI TOURS SCENIC ROUTES BICYCLE TOURS
CITY WALKS KAYAK TRIPS CROSS-COUNTRY SKI TRAILS NATURE TRAILS HORSE RIDES

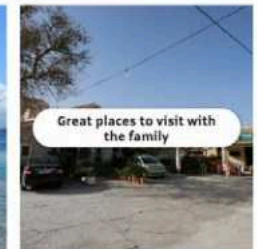
Destinations in Greece

Regions



Attractions in Greece

Discover the region



Ειδικές αγορές για πολιτιστικό τουρισμό περιπέτειας

Niche market		Specialist niche markets
SAVE tourism	SAVE tourism includes four major travel profiles: Scientific, Academic, Volunteering and Educational. The sector is characterised by the acquisition of knowledge for personal or professional reasons, and volunteering is the most common link between all four profiles.	Scientific, academic, volunteering, educational
Tangible (material) heritage	Tangible (built) heritage refers to visits to cultural attractions that involve built heritage (e.g. museums) or human-made architectural structures (e.g. the Pyramids).	Museums, art galleries, historic properties, places of worship, architectural tourism, other visitor attractions
Intangible (immaterial) culture	Intangible cultural heritage refers to experiencing the living culture of local people (e.g. attending music festivals).	Music festivals and events, films, DNA/genealogy, battlefield, dark tourism, other festivals/ events
Food and wine tourism	Food tourism is defined as the act of 'travelling for a taste of place' in order to get a sense of place'. It is sometimes referred to as culinary tourism or gastronomy tourism. The definition also includes wine and other beverages.	Food festivals, food trails, food museums, food tastings, cooking classes, wine tastings, wine trails, vegan tourism, producer visits, local farmers' markets
Community-based tourism	Community-based tourism (CBT) refers to tourism experiences hosted and managed by local communities, which generate direct economic benefits and are sustainable and responsible.	Homestays, visits to villages/communities, local festivals, learning local crafts, participation in community life

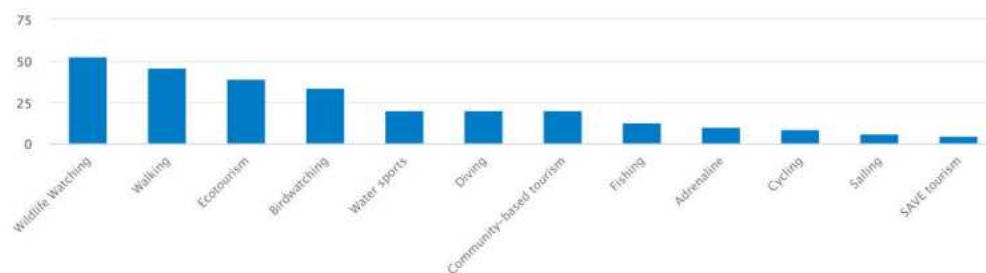
Τουρισμός περιπέτειας (II)

Οι **πολιτιστικές εξειδικευμένες αγορές του τουρισμού περιπέτειας** (υλικός και άυλος πολιτισμός, ο τουρισμός SAVE (επιστημονικός, ακαδημαϊκός, εθελοντικός και εκπαιδευτικός τουρισμός), ο τουρισμός τροφίμων και κρασιού) δεν θεωρούνται ούτε ήπιας ούτε σκληρής μορφής.

Οι **Ευρωπαίοι ταξιδιώτες** αγοράζουν λιγότερο προκαθορισμένα πακέτα εκδρομών μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων και **οργανώνουν το ταξίδι τους με βάση το δικό τους χρόνο και μεγαλύτερη ψυχική και σωματική ευελιξία.**

Ταξιδιώτες που ανήκουν στη γενιά Y και Z **αναζητούν την αλληλεπίδραση και τη βαθύτερη ενασχόληση με την τοπική κουλτούρα.**

Σύμφωνα με έρευνα σε 303 ευρωπαϊκά **τουριστικά πρακτορεία** που δραστηριοποιούνται σε αναπτυσσόμενες χώρες, **το 80% αυτών παρέχει υπηρεσίες σε τουλάχιστον μια από τις εξειδικευμένες αγορές τουρισμού περιπέτειας.**



Τουρισμός περιπέτειας (III)

Attracting tourists from Europe

-  Nature
-  Adventure
-  Culture
-  Nautical
-  Wellness
-  Sport
-  Business



Adventure tourism ⓘ

is a tourism trip that includes at least two of the following three elements – physical activity, natural environment, and cultural immersion.



US\$112.2 billion

Global market size (2020)

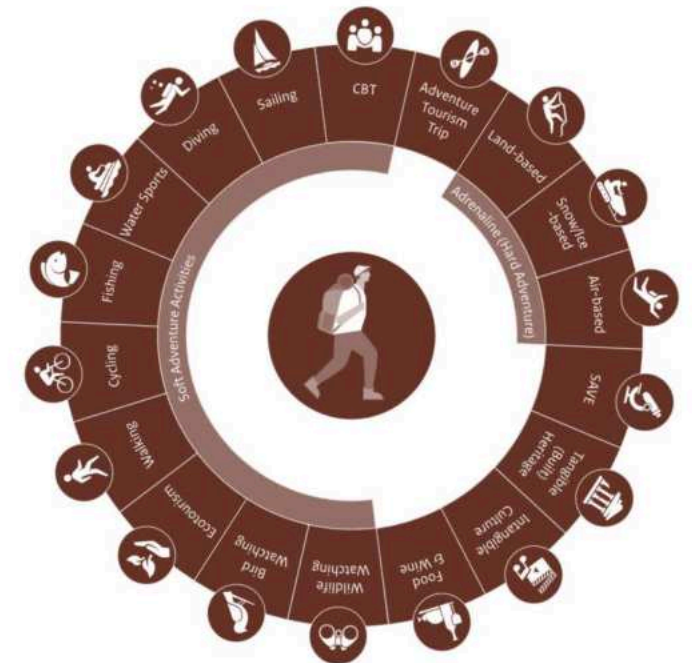
(Allied Market Research, 2021)



Each year, Europeans make **100 million** adventure trips to another country.

(CBI, 2021 - based on Eurostat and UNTWO figures combined)

GO TO STUDY



[BACK TO OVERVIEW](#)



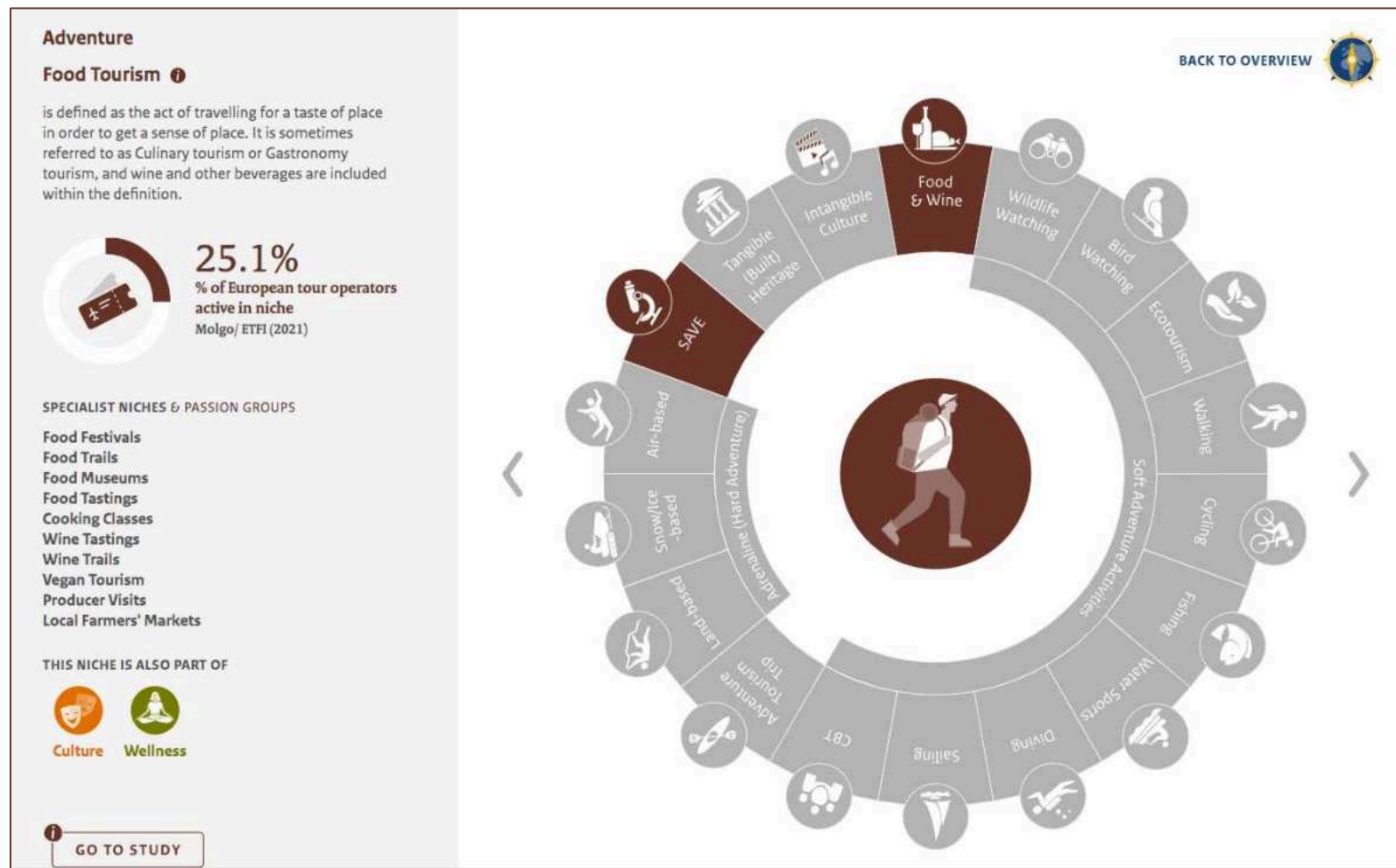
Ταξίδια τουρισμού περιπέτειας



Τουρισμός περιπέτειας: Οικοτουρισμός / Τουρισμός με βάση την κοινότητα (CBT)



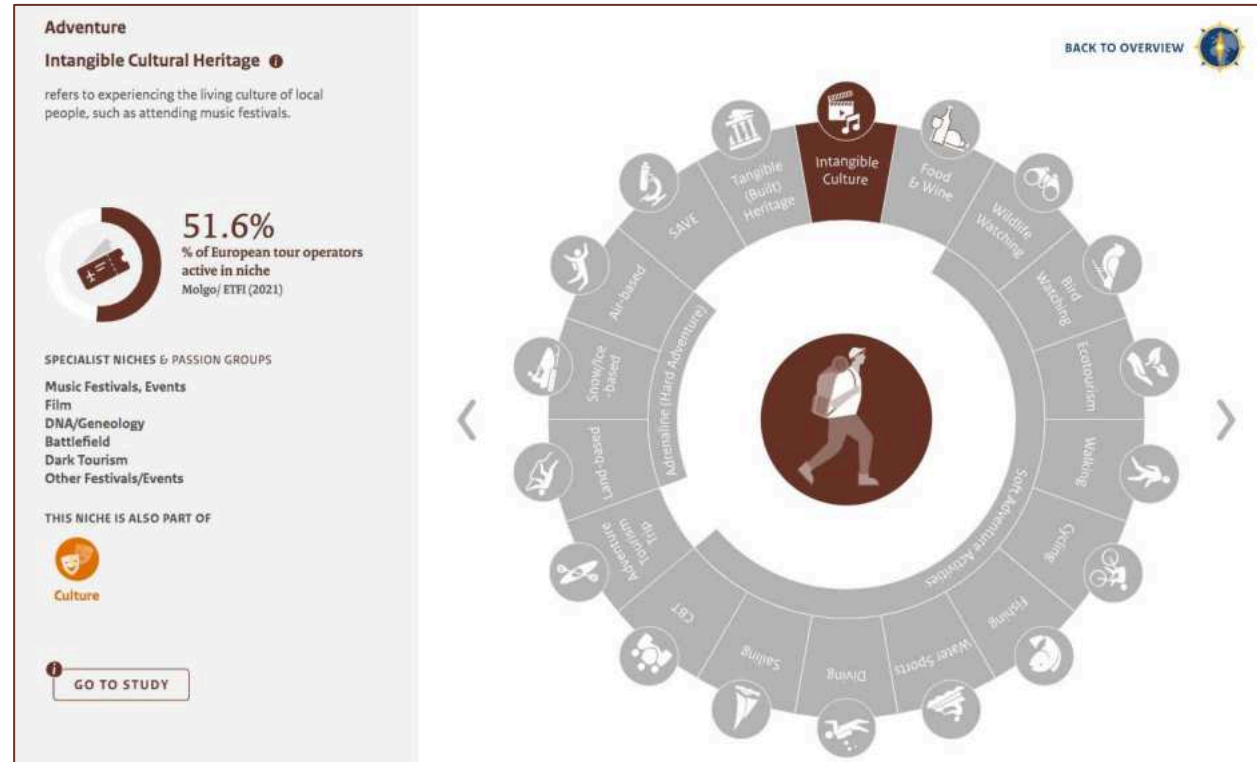
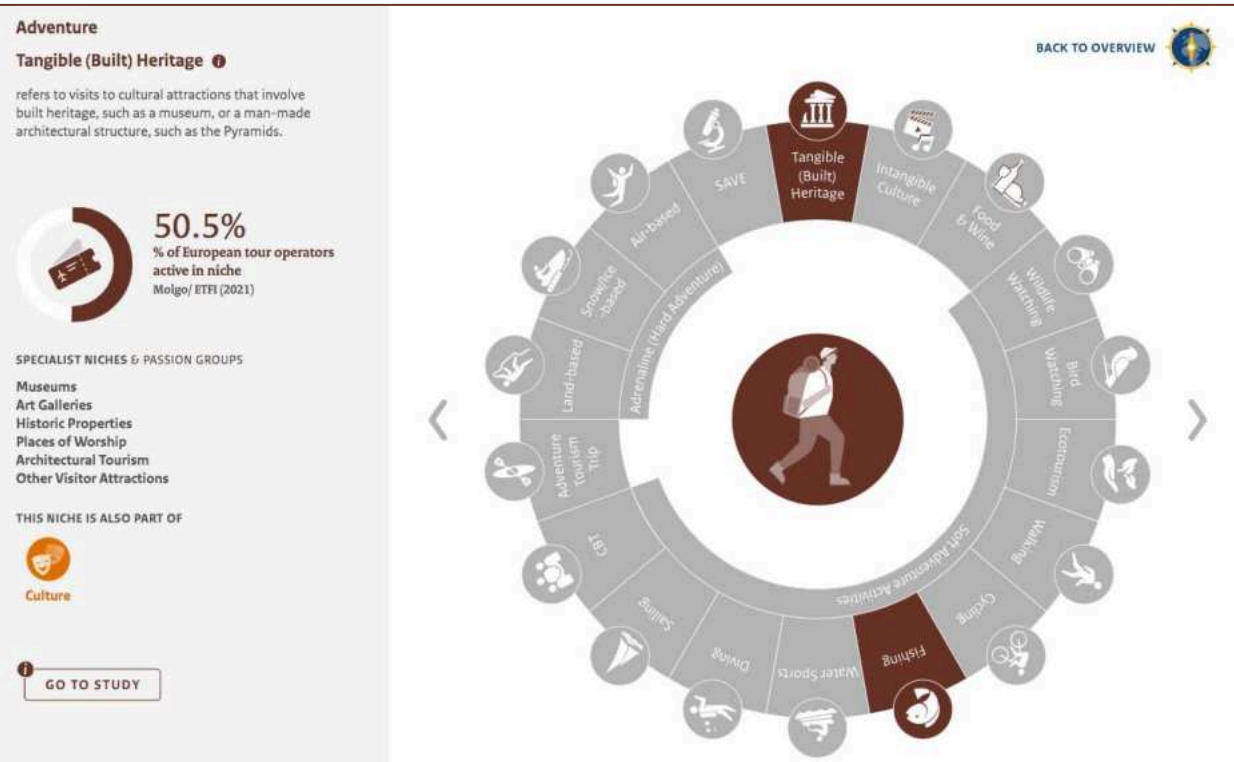
Τουρισμός περιπέτειας: Γαστρονομία



Τουρισμός περιπέτειας: SAVE (επιστημονικός, ακαδημαϊκός, εθελοντικός και εκπαιδευτικός τουρισμός)



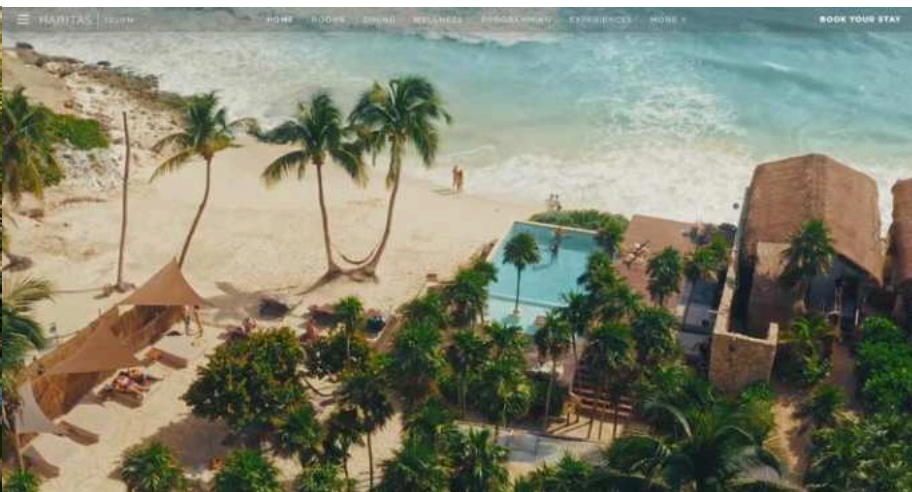
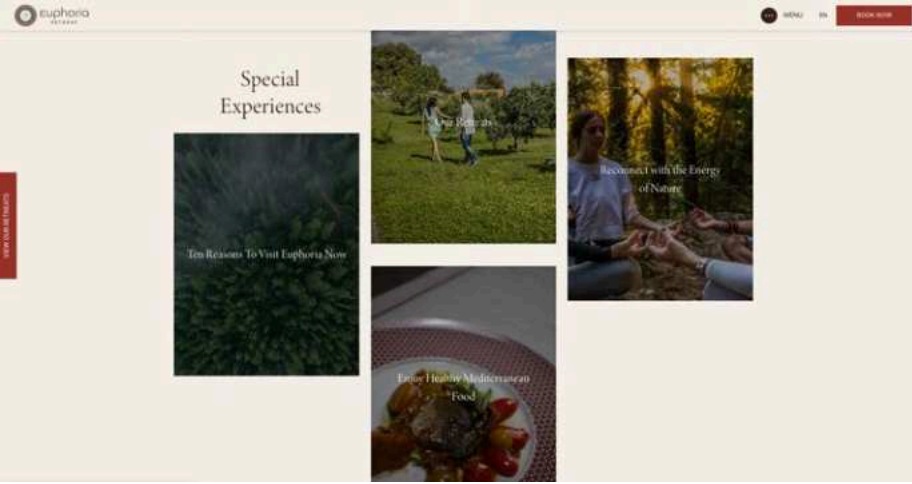
Τουρισμός περιπέτειας: Υλική κληρονομιά / Άυλη Κληρονομιά



Ταξιδιωτικές τάσεις

2023

1. **Καταφύγια μεταμόρφωσης:** προσωπική βελτίωση, συνεδρίες αυτογνωσίας, σωματικό και συναισθηματικό καταφύγιο, αυτοπραγμάτωση ([Euphoria Retreat](#), Μυστράς, Ελλάδα).
2. **Ξενοδοχεία flat-pack:** σπονδυλωτή στέγαση και προκατασκευασμένη αρχιτεκτονική, τεχνολογία τρισδιάστατης εκτύπωσης, καταλύματα κοντά στη φύση, βιωσιμότητα ([Habitat](#), Tulum, Μεξικό).
3. **Υβριδική πτήση – ελαφρύ ταξίδι:** υβριδικά αεροπορικά-ελαφρά δρομολόγια, φιλικά προς το περιβάλλον, ευελιξία, αργό και οικολογικό ταξίδι, επιλογή εναλλακτικών τρόπων μετακίνησης (υβριδικά/ηλεκτρικά αεροπλάνα, τρένο), αφοσίωση στη μείωση εκπομπών ρύπων ([Airlander](#), HybridAirVehicles, Ισπανία).
4. **Set-jetting:** τηλεόραση βασικός ταξιδιωτικός influencer, ταινίες και σειρές επηρεάζουν τις ταξιδιωτικές προτιμήσεις και τις κρατήσεις ταξιδιών ([Emily in Paris](#), Netflix).
5. **Νέο είδος allinclusive:** έξυπνη διαμονή, ευκολία, άνεση, πολυτέλεια, διαφανές κόστος διακοπών, όχι δυσάρεστες εκπλήξεις ([Ikos RESORTS](#), Χαλκιδική, Ελλάδα)
6. **Κομψά σαλόνια αεροδρομίου:** ανανεωμένες αίθουσες αναμονής, λιγότερο ενοχλητικές αναμονές, προνόμια και ειδικές προσφορές για τα ανώτερα κλιμάκια των ελίτ των αεροπορικών εταιριών, σπα (περιποίηση προσώπου και θεραπείες), γαστρονομικό και premium lounge, ειδικές συνεργασίες με πιστωτικές κάρτες ([Chase Sapphire Lounge](#), Hong Kong , Κίνα).



7. **Crypto-ταξίδια:** πληρωμή ταξιδιού, πτήσης ή διαμονής με εξαργύρωση Bitcoin και Ethereum ([Pelorus](#), UK, US).
8. **Πολυτελή σκάφη από πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες:** νέα γενιά πολυτελών γιοτ, κορυφαίες ξενοδοχειακές μάρκες, πολυτελής κρουαζιέρα, εξαιρετικά προσαρμοσμένες εμπειρίες και μοναδικές περιπέτειες στην ξηρά ([Evrima](#) – The Ritz-Carlton Yacht Collection, [Love makes waves](#) – Four Seasons Yachts).
9. **Ξενοδοχεία με «καλλιτεχνική υπογραφή»:** ξενοδοχεία τέχνης, προσωπικές και καθηλωτικές εμπειρίες, δημιουργικότητα, σύνδεση, ταυτόχρονη εμπειρία μουσείου και διαμονής ([Fife Arms](#), Σκωτία).
10. **Τουρισμός με επίκεντρο τον «καλό ύπνο»:** σύμβουλοι ύπνου, κρεβάτια με τεχνητή νοημοσύνη, τεχνολογία, κατάλληλα στρώματα για βαθύ ύπνο, υποστήριξη σώματος, ρύθμιση θερμοκρασίας δωματίου, υποαλλεργικά συστατικά, πρεσβευτής ύπνου για διαλογισμό και υπνοθεραπεία, επιλογή κλινοσκεπασμάτων και μαξιλαριών σύμφωνα με τις προτιμήσεις ύπνου του εκάστοτε επισκέπτη ([Bryte](#), [Hastens Sleep Spa hotel](#), Πορτογαλία).
11. **Προσαρμοστικά μενού:** χρήση δραστικών συστατικών σε μενού, γνωστών με τον όρο «προσαρμογόνα» (βρώσιμα φυτά, βότανα και μανιτάρια) που βοηθούν στην καταπολέμηση του στρες, του άγχους, της κούρασης και τονώνουν το ανοσοποιητικό σύστημα ([Frothy Boi](#), Sweeties cocktail bar, Standard Hotel, London).



*Nothing was left
to chance*

The Histems Sleep SPA is a unique and exclusive experience of well-being in deep contact with the history of Portugal in a tribute to the Joana Library recognized as one of the most original and spectacular European baroque libraries.

This inspiration motivated Hästens, the most prestigious bed brand in the world, to choose Combs for the worldwide launch of the Hästens Sleep Spa insignia, providing a superlative sleep experience.

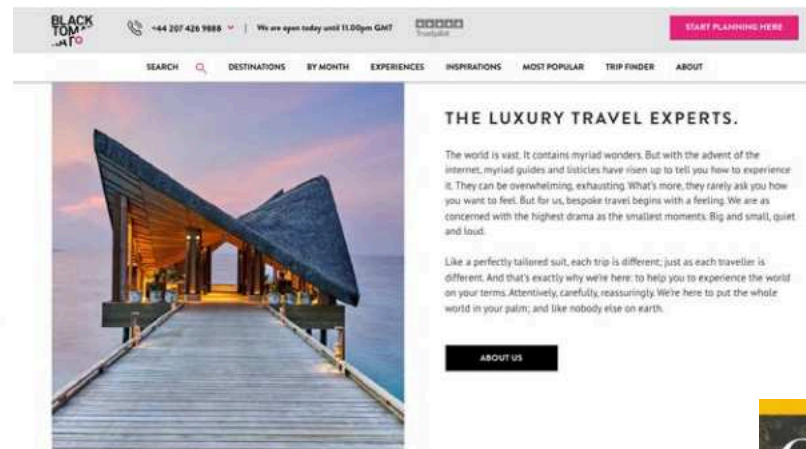
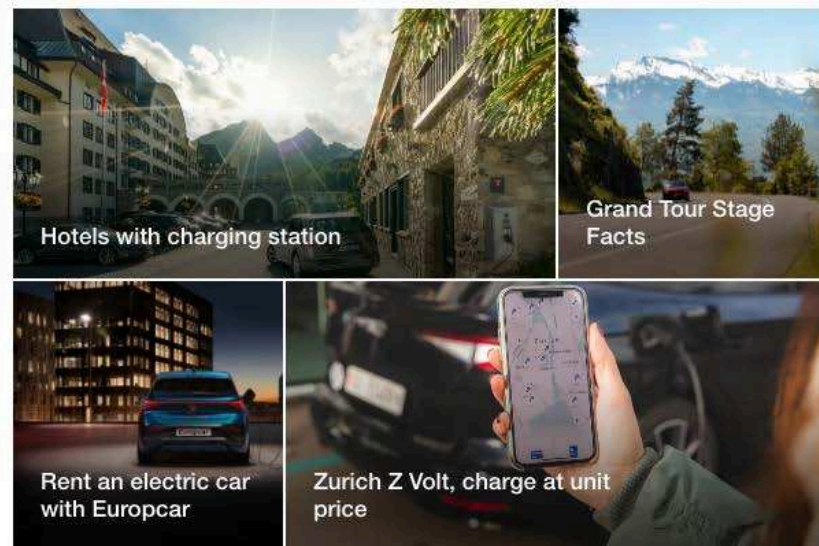
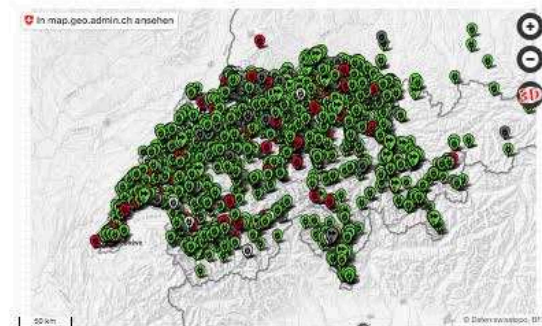
Here, every detail has been prepared with you and your well-being in mind. Nothing has been left to chance, as each space has been carefully designed for your personal pleasure, in a perfect fusion of history, luxury, comfort and an immaculate, exclusive and personalized service.

12. **Ηλεκτρικά οδικά ταξίδια:** μεγάλες αποστάσεις, μεγαλύτερη διαθεσιμότητα σημείων φόρτισης, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων με στόλους ηλεκτρικών οχημάτων προς ενοικίαση, μικρότερος αντίκτυπος στο περιβάλλον ([Grand Tour](#), Ελβετία).
13. **Ψυχεδελικές βυθίσεις:** χρήση φυσικών ψυχοτρόπων ουσιών και παραισθησιογόνων ναρκωτικών για θεραπευτικούς σκοπούς, εναλλακτική μορφή ταχείας θεραπείας (π.χ. αντιμετώπιση κατάθλιψης), ομαδικές συνεδρίες ψιλοκυβίνης, ταξιδιωτικές αποδράσεις για ψυχεδελική βύθιση-θεραπεία ([Beckley Retreats](#), Τζαμάικα).
14. **Ομάδες αυτόχθονων αναλαμβάνουν τον έλεγχο:** ιθαγενείς πρωτοστατούν στην προώθηση των περιοχών, καθοδήγηση αυτόχθονων κοινοτήτων ([Budj bim](#) cultural landscape, Αυστραλία).
15. **"Lisness" το νέο Bleisure:** ταξίδια αναψυχής με χρόνο για δουλειά ή ευέλικτη εργασία από οπουδήποτε με κατανομή 75% αναψυχή και 25% εργασία, τα οποία επεκτείνονται ολοένα και περισσότερο ([Black Tomato](#), Λονδίνο).
16. **Υπερμακροπρόθεσμος σχεδιασμός:** ταξιδιωτική αυτοπεποίθηση, έγκαιρος προγραμματισμός με μακροπρόθεσμο «παράθυρο» αναχώρησης.
17. **Εκπαιδευτικά ταξίδια:** αξία στις εμπειρίες που τροφοδοτούν τη δίψα για γνώση και προσωπική ανάπτυξη, ελκυστικότητα πολυτελών εκπαιδευτικών ταξιδιωτικών εμπειριών, ζήτηση για δρομολόγια που έχουν σχεδιαστεί με σκοπό την απόκτηση γνώσεων ([The Luminaire](#), Ρίτσμοντ, Αγγλία).
18. **Ήσυχια πάρκα:** καταφύγια σιωπής, μεταμορφωτικά ταξίδια, ετήσια βραβεία απονέμονται σε πάρκα, μονοπάτια, θαλάσσια καταφύγια και αστικούς χώρους που προσφέρουν εκτεταμένες περιόδους φυσικής ησυχίας, μείωση στρες και άγχους, βελτίωση ψυχικής ευεξίας, ενθάρρυνση της άγριας φύσης, ταξίδια περιπέτειας με βαθιά ακρόαση στην άγρια φύση ([Zabalo River Wilderness Quiet Park](#), Εκουαδόρ).

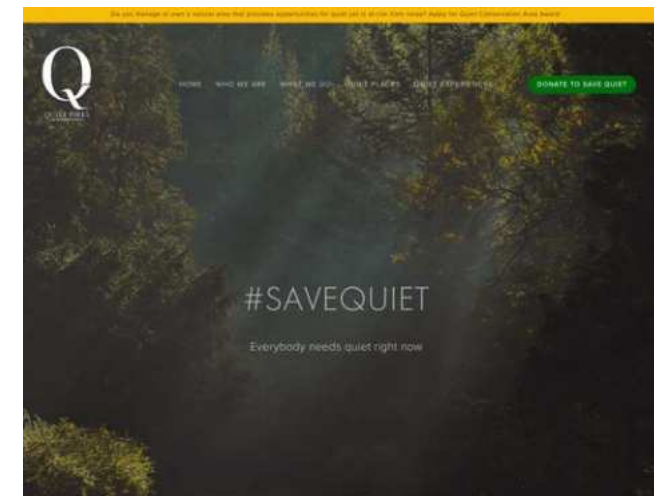
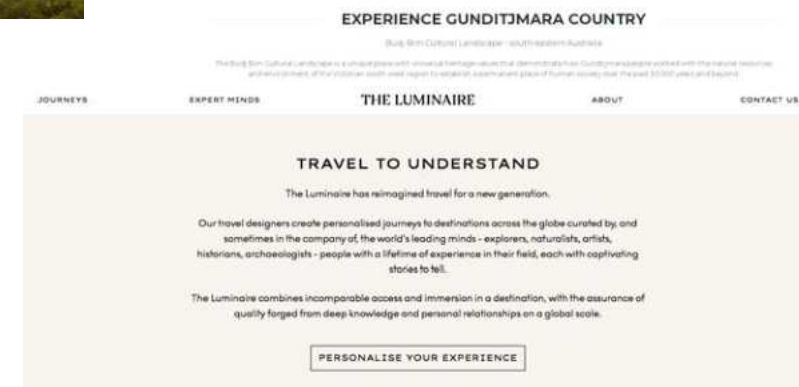
The Grand Tour of Switzerland is the world's first road trip for electric vehicles. A dense network of charging stations ensures power over the entire route and consequently guarantees comfortable and clean driving pleasure over 1600 km.

Charging station network

Overview of the charging stations



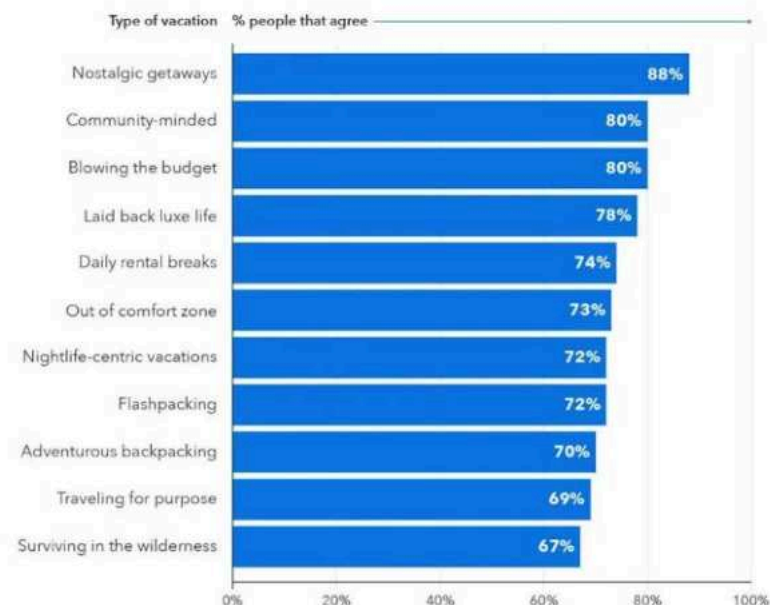
Award Ceremony



Νέες τάσεις στα ταξίδια για το 2023

Σύμφωνα με έρευνα της booking, οι άνθρωποι σε παγκόσμιο επίπεδο διατηρούν την **αισιοδοξία** τους ότι θα μπορέσουν να πραγματοποιήσουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια. Αναζητούν καλή **σχέση ποιότητας-τιμής**, επιδιώκουν να **αποσυνδεθούν από την τεχνολογία** για να ξεφύγουν από την καθημερινότητα, θέλουν να ξεπεράσουν τα όριά τους πραγματοποιώντας **ταξίδια σε ασυνήθιστα μέρη**. Το 88% των ταξιδιωτών θέλει ταξίδια που χαρακτηρίζονται από μια **νοσταλγική χροιά** και τον **ρομαντισμό** της προψηφιακής εποχής, ενώ σκοπεύουν να εκμεταλλευτούν στο έπακρο ταξιδιωτικές ευκαιρίες που συνδέονται με την **περιπέτεια** και την **ευεξία**.

THE MOST POPULAR TYPE OF VACATIONS



Booking.com

Τάσεις

Ελλάδα

Ψηφιακός μετασχηματισμός

Ψηφιακός μετασχηματισμός

Η ψηφιακή τεχνολογία αποτελεί πλέον αναπόσπαστο μέρος του κλάδου του τουρισμού, με την πλειοψηφία των τουριστικών επιχειρήσεων να ακολουθεί τις σύγχρονες τάσεις της τεχνολογίας, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας τους.



Επισκόπηση ψηφιακού μετασχηματισμού

- Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από χαμηλή ψηφιακή ωριμότητα στο επίπεδο της οικονομίας και της κοινωνίας με βάση την κατάταξη της χώρας μας στην 26^η θέση από 28 χώρες στο δείκτη Digital Economy & Society Index της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (DESI – 2019).
- Ο ελληνικός τουριστικός κλάδος οφείλει να ανταποκριθεί στις διεθνείς τάσεις επενδύοντας στον ψηφιακό μετασχηματισμό του, διαφορετικά οι ανταγωνίστριες χώρες θα ανακτήσουν μερίδιο της τουριστικής αγοράς σε βάρος της Ελλάδας.
- Με στόχο την αναβάθμιση του προσφερόμενου προϊόντος και κατά συνέπεια της συνολικής εμπειρίας του επισκέπτη, είναι σκόπιμο να αξιοποιηθούν οι νέες τεχνολογίες και να εφαρμοστούν τόσο στο σύνολο των υπηρεσιών που προσφέρονται όσο και στην οργάνωση, τη λειτουργία και τις διαδικασίες των επιχειρήσεων του κλάδου.
- Ο κλάδος του τουρισμού έχει διαταραχθεί από την αυξανόμενη αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών και συστημάτων έξυπνου αυτοματισμού. Τα robotics, η τεχνητή νοημοσύνη και το Διαδίκτυο των Πραγμάτων (Internet of Things – IoT) βελτιώνουν την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, δημιουργούν ένα χαμηλότερο περιβαλλοντικό αποτύπωμα και συμβάλλουν στη μείωση του κόστους για τις επιχειρήσεις του κλάδου.
- Αντίστοιχα, τα συστήματα έξυπνου αυτοματισμού προσφέρουν την ευκαιρία στις επιχειρήσεις να λειτουργούν περισσότερο αποδοτικά και αποτελεσματικά μειώνοντας το λειτουργικό τους κόστος.

Άξονες εστίασης των επιχειρήσεων αναφορικά με τον ψηφιακό μετασχηματισμό

Ταξιδιωτική εμπειρία

Αξιοποίηση των ψηφιακών οικοσυστημάτων

Ψηφιοποίηση επιχειρήσεων

Προστασία & ασφάλεια

- Οι ταξιδιώτες επιλέγουν εκείνες τις εμπειρίες που ανταποκρίνονται πλήρως στις προτιμήσεις / συνήθειες τους.
- Οι επιχειρήσεις μπορούν να βελτιστοποιήσουν την προσφερόμενη τουριστική εμπειρία, μέσω της συνεχούς άντλησης πληροφοριών από τους πελάτες τους με σκοπό να εξάγουν κρίσιμα συμπεράσματα για αυτούς.
- Οι ρόλοι του οικοσυστήματος συγχέονται, καθώς οι επιχειρήσεις μάχονται για να εδραιώσουν τη σχέση τους με τον πελάτη καθ' όλη τη διάρκεια του αγοραστικού ταξιδιού. Πλέον, η εμφάνιση ψηφιακών πλατφορμών επιτρέπει συμμαχίες οικοσυστημάτων και συμβάλλει στην μεταξύ τους ανταλλαγή στοιχείων / πληροφοριών (B2B συνεργασίες).
- Οι ψηφιακές τεχνολογίες εξέλιξαν τη διαδικασία παραγωγής και βελτιστοποίησαν τη χρήση στοιχείων σε πραγματικό χρόνο, ενώ η αποτελεσματική χρήση των επιχειρησιακών δεδομένων μπορεί να ενισχύσει την αποδοτικότητα των περιουσιακών στοιχείων των επιχειρήσεων.
- Αναμένεται ότι, αν και τα επόμενα χρόνια ορισμένες εργασίες θα αναληφθούν από αυτοματοποιημένα συστήματα, η ικανότητα των ανθρώπων και των μηχανών να συνεργάζονται αποτελεσματικά θα είναι το καθοριστικό χαρακτηριστικό του εργατικού δυναμικού της επόμενης γενιάς.
- Με τη διαχείριση ταυτότητας να γίνεται ολόένα και πιο ψηφιακή, η προσπάθεια ενίσχυσης της ασφάλειας στον κυβερνοχώρο και η προστασία των δεδομένων των ταξιδιωτών αποτελούν θέματα ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση της εμπιστοσύνης των πελατών και της δημόσιας ασφάλειας.
- Η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών εξασφαλίζει τη δημιουργία ενός ασφαλούς περιβάλλοντος και προσθέτει αξία στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν.



85% των ερωτηθέντων (σε μια έρευνα της Deloitte σε 6.600 πελάτες από 25 αλυσίδες ξενοδοχείων), χρησιμοποιεί ψηφιακές συσκευές κατά τη διαμονή σε ξενοδοχείο και το **41%** χρησιμοποιεί τις συσκευές αυτές για να κοινοποιήσει την εμπειρία του.

Ενδεικτικές τεχνολογίες / πλατφόρμες

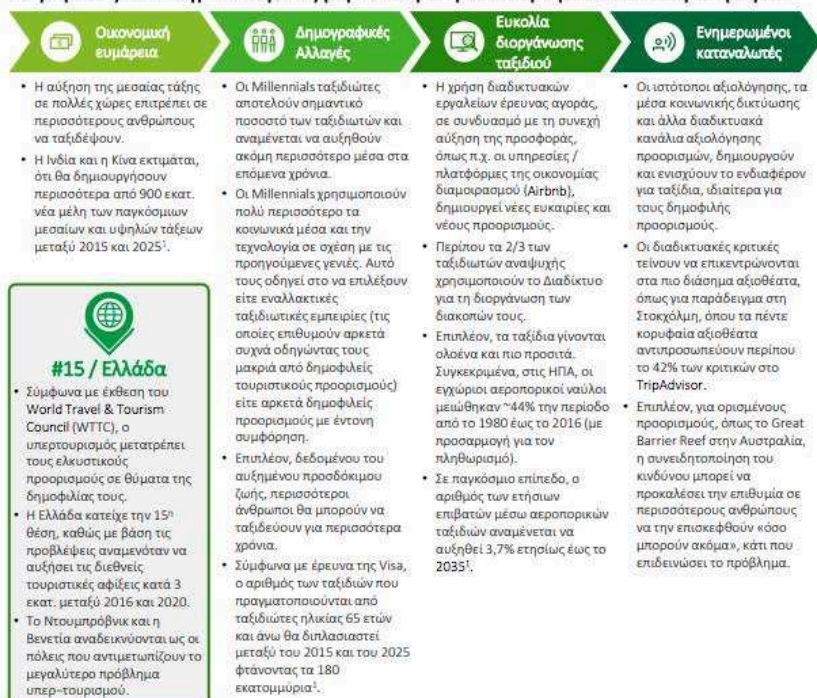
- Διαδίκτυο των Πραγμάτων (IoT)
- Τεχνητή Νοημοσύνη (AI)
- Φωνητική τεχνολογία (voice technology)
- Επαυξημένη και Εικονική Πραγματικότητα (AR–VR)
- Αυτοματοποίηση μέσω robotics
- Συστήματα Blockchain
- Υπολογιστικό νέφος (Cloud computing)
- Ανάλυση Δεδομένων (Analytics)
- Mobile Apps
- Social Media

Υπερτουρισμός

Υπερτουρισμός

Η προβλεπόμενη «έκρηξη» στις μετακινήσεις / ταξίδια σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα αναμένεται να δημιουργήσει τουριστική συμφόρηση σε αρκετούς δημοφιλείς προορισμούς τα επόμενα έτη, με σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον, την κοινωνία και τον πολιτισμό.

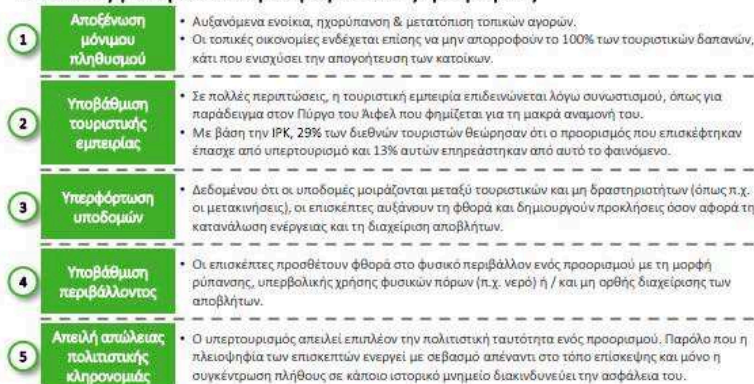
Παράγοντες που οδηγούν στην αύξηση του παγκόσμιου τουρισμού & του υπερτουρισμού



#15 / Ελλάδα

- Σύμφωνα με έκθεση του World Travel & Tourism Council (WTTTC), ο υπερτουρισμός μετατρέπει τους ελκυστικούς προορισμούς σε θέματα της δημοφιλίας τους.
- Η Ελλάδα κατείχε την 15^η θέση, καθώς με βάση τις προβλέψεις αναμενόταν να αυξήσει τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις κατά 3 εκατ. μεταξύ 2016 και 2020.
- Το Ντουμπρόβνικ και η Βενετία αναδεικνύονται ως οι πόλεις που αντιμετωπίζουν το μεγαλύτερο πρόβλημα υπερ-τουρισμού.

Επιπτώσεις φαινομένου υπερτουρισμού στους προορισμούς



Ενδεικτικά μέτρα πρόληψης / αντιμετώπισης φαινομένου υπερτουρισμού



1. Προβλέψεις πριν την εμφάνιση του νέου Κορωνοϊού (COVID-19)

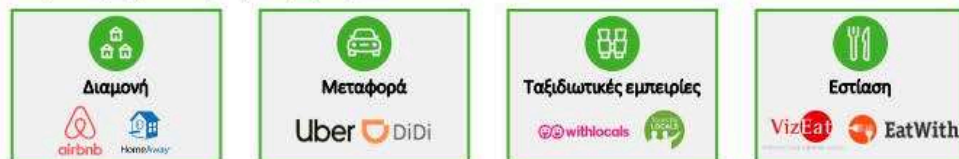
Πηγές: Managing overcrowding in tourism destinations | World Travel & Tourism Council, World Travel Monitor[®]; Overtourism / Terror Threat; IPK International, 2019, Ανάλυση Deloitte

Οικονομία διαμοιρασμού

Οικονομία διαμοιρασμού

Η οικονομία διαμοιρασμού έχει σημαντικό αντίκτυπο σε πολλούς κλάδους της οικονομίας και ιδιαίτερα στον τουρισμό, επιφέροντας τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις. Το πλέον γνωστό επιχειρηματικό μοντέλο του κλάδου είναι το «peer-to-peer» στο οποίο οι ενδιαφερόμενοι προσφέρουν ή / και ζητούν αγαθά και υπηρεσίες και η διαδικτυακή πλατφόρμα αναλαμβάνει ρόλο διαμεσολαβητή.

Υπηρεσίες της οικονομίας διαμοιρασμού



Επιπτώσεις της οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό

Θετικές Επιπτώσεις	Αρνητικές Επιπτώσεις
- Νέες επιλογές διαμονής, μετακίνησης & δραστηριοτήτων. - Επιχειρηματική ευκαιρία / πρόσβαση σε ευρύ φάσμα υπηρεσιών –υψηλής ποιότητας σε προσιτές τιμές. - Οι υφιστάμενες επιχειρήσεις πιέζονται να ανταποκριθούν στον αυξημένο ανταγωνισμό και να προσαρμοστούν, μειώνοντας τις τιμές ή βελτιώνοντας την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν. - Εστίαση στην εξατομικευμένη προσέγγιση, την αυθεντικότητα και την επαφή με την τοπική κοινότητα. - Σύμφωνα με εκτιμήσεις της Airbnb, παρατηρείται σημαντική μείωση της χρήσης ενέργειας / νερού, των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και των αποβλήτων, ενθαρρύνοντας πιο βιώσιμες πρακτικές τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους επισκέπτες. - Μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού, ορισμένοι προορισμοί γίνονται περισσότερο προσιτοί και δημοφιλείς, όπως π.χ. η Ελβετία όπου διαπιστώθηκε ότι η Airbnb έχει επεκτείνει την αγορά City Break σε ορισμένες πόλεις, όπου το υψηλό κόστος του ξενοδοχείου απέτρεπε τους τουρίστες από το να μείνουν εκεί.	- Αύξηση εργασίας μερικής απασχόλησης στον τομέα του τουρισμού, κάτι που εντείνει το αίσθημα ανασφάλειας στους εργαζομένους. - Μη συμμόρφωση σε πρότυπα ασφαλείας, υγείας και προσβασιμότητας και εντοπισμός περιπτώσεων φοροδιαφυγής και αθέμιτου ανταγωνισμού. - Ενώ οι ξενοδοχοί συμμορφώνονται με τους κανόνες και νόμους για την προστασία του περιβάλλοντος, το εργατικό δίκαιο, τα τουριστικά τέλη, την προστασία των καταναλωτών κτλ., οι οικοδεσπότες των διαδικτυακών πλατφορμών δε φαίνεται να τους ακολουθούν. - Αυξημένες τιμές στέγασης για το μόνιμο πληθυσμό σε τουριστικές περιοχές, με αποτέλεσμα την απομάκρυνση του από αυτές. - Σημαντική μείωση των εσόδων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, λόγω της ενίσχυσης της οικονομίας διαμοιρασμού.



Μελέτη περίπτωσης Airbnb

- Η πλατφόρμα Airbnb φέρνει σε επαφή εκείνους που παρέχουν βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις με εκείνους που επιθυμούν χώρους προς ενοίκιαση.
- Η ταχύτητα του επιχειρηματικού μοντέλου «peer-to-peer» συνδυαστικά με την ανάπτυξη διαδικτύου υψηλής ταχύτητας έχουν μετατρέψει τη βραχυπρόθεσμη ενοίκιαση κατοικίας σε απλή πρακτική.
- Η Airbnb δεν κατέχει τα ακίνητα, απλά ενοικιάζει, διαχειρίζεται ή ελέγχει όσα ενοικιάζονται στον ιστότοπο της, με τα καθήκοντά της να περιορίζονται στην καταχώριση και διεκπεραίωση πληρωμών, ενεργώντας παράλληλα ως εγγυητής, προσφέροντας ασφάλιση ζημιών σε οικοδεσπότες.
- Οι οικοδεσπότες της Airbnb διαθέτουν διαφορετικούς τύπους χώρων (κοινόχρηστο ή ιδιωτικό δωμάτιο ή ολόκληρος χώρος) για περιόδους από μία ημέρα έως και αρκετούς μήνες. Επίσης, οι οικοδεσπότες καθορίζουν την τιμή και είναι υπεύθυνοι για τη συμμόρφωση με τυχόν νόμους και κανονισμούς, σύμφωνα με τους όρους της Airbnb.
- Οι επισκέπτες μπορούν να αξιολογήσουν τη διαμονή τους. Ωστόσο, έχουν διαπιστωθεί προβλήματα στο σύστημα αξιολόγησης, ιδίως η τάση να υπερεκτιμούν τις θετικές εμπειρίες και να υποτιμούν τις αρνητικές. Επιπλέον, είναι δύσκολο να προσδιοριστεί το ποινικό μητρώο του οικοδεσπότη και του επισκέπτη.
- Πρόσφατα, η Airbnb πρόσθεσε στην πλατφόρμα της τη δυνατότητα κράτησης για ταξιδιωτικές εμπειρίες, όπως μαθήματα χορού, μαγειρικής, κηπουρικής και αθλητισμού.

Βασικά μεγέθη μίσθωσης μέσω Airbnb & HomeAway (στοιχεία που αφορούν την Ελλάδα)	2018 / 2019
Διαθέσιμα Καταλύματα	151.082
Ενεργά Καταλύματα	121.287
Προσφορά Διανυκτερεύσεων	14.089.003
Ζήτηση Διανυκτερεύσεων	7.397.691
Πληρότητα	53,0%
Έσοδα (σε € εκατ.)	1.081
AOR (€)	€146,0
RevPAR (€)	€77,0

Σημείωση: Οι βραχυχρόνιες μισθώσεις στις πλατφόρμες της Airbnb και της HomeAway εντός από τα καταλύματα που μισθώνονται με βραχυχρόνια αστική μίσθωση (η δωμάτια, διαμερίσματα, σπίτια κτλ.), περιλαμβάνουν και καταλύματα που είναι αδειοδοτημένα από τον ΕΟΤ (η ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, τουριστικές επαυλεις κτλ.).

Πηγές: Tourism and the sharing economy | European Parliamentary Research Service. Οικονομικά στοιχεία βραχυχρόνιων μισθώσεων μέσω Airbnb & Homeaway | Μελέτη INIETE, Georgios Zervas et al., 'The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry', 2015

Κοινωνικές και δημογραφικές αλλαγές

Κοινωνικές & δημογραφικές αλλαγές

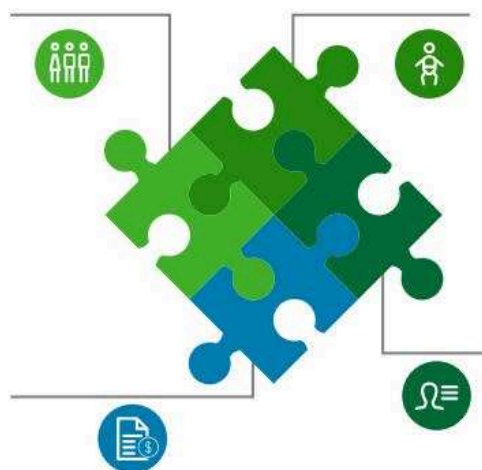
Οι θεμελιώδεις κοινωνικές & δημογραφικές αλλαγές που σχετίζονται με την αύξηση και την ηλικιακή σύσταση του πληθυσμού καθώς και με οικονομικές μεταβολές και κοινωνικά θέματα / ζητήματα αναμένεται να επηρεάσουν την παγκόσμια τουριστική ζήτηση.

Αύξηση πληθυσμού

- Ο παγκόσμιος πληθυσμός αναμένεται να αυξηθεί αλλά με φθίνοντα ρυθμό τα επόμενα 30 χρόνια.
- Το μεγαλύτερο τμήμα της παγκόσμιας αύξησης του πληθυσμού θα προέλθει από υποανάπτυκτες / αναπτυσσόμενες χώρες όπως π.χ. η Αφρική.

Οικονομικές μεταβολές

- Παγκοσμίως, ο αριθμός των ανθρώπων που ανήκουν στη μεσαία τάξη αναμένεται να μεγαλώσει οδηγώντας σε αυξημένη ταξιδιωτική κίνηση και τουριστική ζήτηση.
- Η σημασία των χωρών της Ασίας για τον παγκόσμιο τουρισμό αναμένεται να αυξηθεί, καθώς ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός ανθρώπων εισέρχονται στη μεσαία τάξη.



Μεταβολές στην ηλικιακή σύσταση του πληθυσμού & νέα τμήματα πελατείας

- Οι αλλαγές στη σύσταση του παγκόσμιου πληθυσμού λόγω της αύξησης του προσδόκιμου ζωής και η είσοδος νέων γενιών καταναλωτών (Millennials και Gen Z) στην αγορά εργασίας αναμένεται να οδηγήσουν σε μεταβολή των καταναλωτικών προτιμήσεων και αναγκών που σχετίζονται με τουριστικά προϊόντα / υπηρεσίες.

Μεταβολές στις καταναλωτικές προτιμήσεις / απαιτήσεις

- Οι ταξιδιώτες αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες και τη σύνδεση με το φυσικό περιβάλλον, την κουλτούρα, τον πολιτισμό και τον τρόπο ζωής του προορισμού που επισκέπτονται.
- Οι τουρίστες όλων των κατηγοριών επιθυμούν προσωποποιημένες και καλά σχεδιασμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες.

Πηγές: Ανάλυση Deloitte

Αναδυόμενοι και δευτερεύοντες προορισμοί

Αναδυόμενοι και «δευτερεύοντες» προορισμοί

Αναδυόμενοι προορισμοί, μη παραδοσιακά τουριστικά «hotspot», έχουν αρχίσει και αναμένεται να συνεχίσουν να συγκεντρώνουν το ταξιδιωτικό ενδιαφέρον παρουσιάζοντας αύξηση της τουριστικής ζήτησης και των αφίξεων, καθώς οι ταξιδιώτες ολοένα και περισσότερο επιδιώκουν να αποφύγουν το μαζικό τουρισμό και να εξερευνήσουν σε βάθος λιγότερο δημοφιλή σημεία.



Αναδυόμενοι προορισμοί

- Τα τελευταία χρόνια ένας σημαντικός αριθμός αναδυόμενων προορισμών της Ασίας, της Λατινικής Αμερικής, της Ανατολικής Μεσογείου, της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής, αλλά και της Αφρικής, έχουν καταφέρει να αναπτύξουν και να αξιοποιήσουν τις τουριστικές τους δυνατότητες, προσελκύοντας επισκέπτες με διαφορετικά ενδιαφέροντα.
- Με βάση στοιχεία του Skyscanner, από τους 50 κορυφαίους προορισμούς την μεγαλύτερη αύξηση στη ζήτηση παρουσιάζουν:
 - 5 προορισμοί στην Κεντρική και Λατινική Αμερική (Αργεντινή: +39%, Βραζιλία: +27%, Περού: +21%, Κολομβία: +17%, Μεξικό: +12%)
 - 2 στην Κεντρική Ευρώπη (Αυστρία: +39%, Ουγγαρία: +19%),
 - 1 στη Μεσόγειο (Τουρκία: +17%)
 - 2 στην Ασία (Πακιστάν: +26%, Κορέα: +24%).
- Επιπλέον με βάση έρευνα του Booking.com, οι 10 πιο δημοφιλείς (trending) προορισμοί για το 2020 προβλεπόταν να είναι οι παρακάτω:

01



Μάλτα (Γκάζιρα)

02



Βιετνάμ (Νιυχ Μπιυχ)

03



Αργεντινή (Σάλτα)

04



Νότια Κορέα (Σεογκουίτο)

05



Ινδία (Τζονχπούρ)

06



Πολωνία (Σβινόουσουε)

07



Ιαπωνία (Τακαμάτσου)

08



Πουέρτο Ρίκο (Σάν Χουάν)

09



Μαυροβούνιο (Ζάμπλιακ)

10



Αρμενία (Γιερεβάν)



Η άνοδος του ταξιδιώτη των «δευτερευουσών πόλεων»

- Ο όρος «δευτερεύουσα πόλη» μπορεί να αναφέρεται σε λιγότερο γνωστούς προορισμούς που δεν αποτελούν την πρώτη ή την πιο προφανή επιλογή για ξένους τουρίστες αλλά προσφέρει παρόμοιες εμπειρίες όσον αφορά την κουλτούρα, τα αξιοθέατα, τις δραστηριότητες και το φαγητό σε σχέση με τους πιο εδραιωμένους προορισμούς.
- Η τάση αυτή, που αφορά την εξερεύνηση λιγότερο γνωστών προορισμών, εντάσσεται στην προσπάθεια των ταξιδιωτών να μειώσουν τον υπερτουρισμό, να αποφύγουν τη μαζικότητα, να προστατεύσουν το φυσικό περιβάλλον να ανακαλύψουν εις βάθος την πόλη που επισκέπτονται.
- Επίσης, η γενιά των Millennials, αποτελεί βασικό παράγοντα επιτάχυνσης αυτής της τάσης, καθώς αναζητούν εναλλακτικές και πιο αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες.
- Με βάση στοιχεία της Expedia, κάποιοι από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς (με τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση της ζήτησης) για τους ταξιδιώτες με χώρα προέλευσης τις ΗΠΑ το 2019 (1/1/19 – 15/9/19) στην Ιαπωνία, στην Ιταλία, στην Πορτογαλία και στη Βραζιλία ήταν «δευτερεύουσες πόλεις / προορισμοί» όπως η Οκινάβα (+45%), το Κάλιαρι (+40%), το Πόρτο (+55%) και η Φορταλέζα (+35%).
- Με βάση έρευνα του Booking.com:

“Να κάνουν και να δουν καινούργια μέρη, να βιώσουν διαφορετικούς πολιτισμούς, τοπική κουζίνα και παραδόσεις...Οι άνθρωποι θέλουν να... ξεφύγουν από τα καθιερωμένα και να εμβαθύνουν στην τοπική κουλτούρα. Πολλοί άνθρωποι ψάχνουν για το νέο «Insta» μέρος ή απλά θέλουν να αποδράσουν!”

— Tim Fryer | UK Country Manager of STA Travel

54%

των ταξιδιωτών παγκοσμίως θέλουν να συμμετέχουν στην προσπάθεια για μείωση του υπερτουρισμού.

51%

των ταξιδιωτών παγκοσμίως αναφέρουν ότι θα αντάλλασσαν τον αρχικό τους προορισμό για ένα λιγότερο γνωστό αλλά παρόμοιο εάν ήξεραν ότι θα προκαλούσαν μικρότερες επιπτώσεις.

60%

των ταξιδιωτών παγκοσμίως θα ήθελαν να είχαν πρόσβαση σε μία υπηρεσία (εφαρμογή / ιστοσελίδα) που θα πρότεινε προορισμούς όπου ο τουρισμός θα προκαλούσε θετικές επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία.

Ασφάλεια και διαχείριση κρίσεων

Ασφάλεια & διαχείριση κρίσεων

Αρνητικά γεγονότα / κρίσεις όπως φυσικές καταστροφές, τρομοκρατικές επιθέσεις, επιδημίες, πολιτική και κοινωνική αστάθεια έχουν καθοριστικές συνέπειες στην τουριστική ζήτηση και την ταξιδιωτική συμπεριφορά των τουριστών, καθώς το 36% των διεθνών ταξιδιωτών δήλωσε σε έρευνα της IPK ότι η αστάθεια και οι τρομοκρατικές απειλές θα επηρεάσουν τα σχέδια τους το επόμενο 12μηνο.

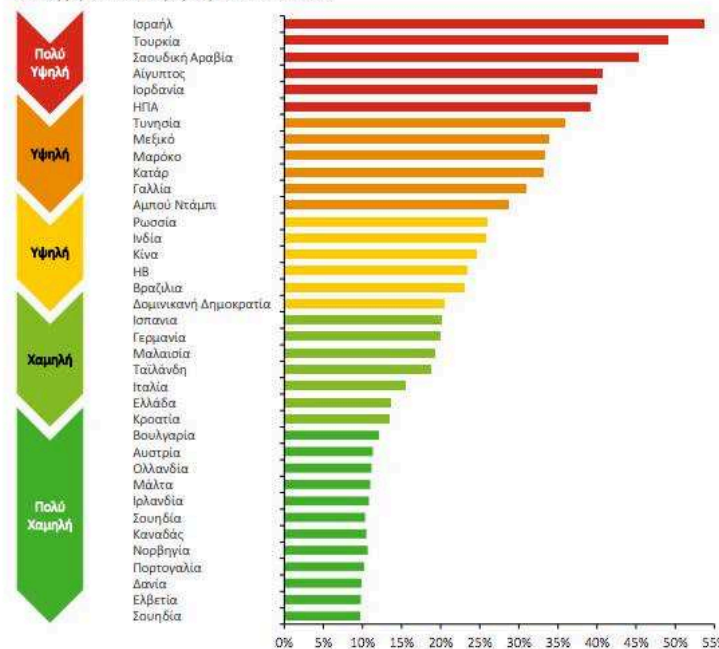
Κύριοι παράγοντες κρίσεων στον τομέα των ταξιδιών & του τουρισμού

Τρομοκρατικές επιθέσεις	- Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Global Rescue, το 22% των ερωτηθέντων χαρακτήρισε την τρομοκρατία ως τη μεγαλύτερη απειλή κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους για το 2019. - Μολονότι οι τουρίστες δεν είναι ο πρωταρχικός στόχος των τρομοκρατικών επιθέσεων, η τρομοκρατία επηρεάζει άμεσα την αντίληψη του κινδύνου σε έναν προορισμό, κάτι που αποδίδεται κυρίως σε πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις σε ιδιαίτερα δημοφιλείς τουριστικές περιοχές.
Φυσικές καταστροφές	- Περιπτώσεις όπως οι τυφόνες, η άνοδος της στάθμης της θάλασσας, η ένταση τροπικών κυκλώνων, τα ηφαίστεια κτλ. έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις πληγείσες περιοχές, με τη συνολική οικονομική ζημία να εκτιμάται ότι αυξήθηκε κατά 684% μεταξύ 1970 και 2016. - Η εντατικοποίηση ορισμένων φυσικών καταστροφών μπορεί να αποδοθεί στην κλιματική αλλαγή, ενώ η αύξηση των επιπτώσεων σχετίζεται με την αύξηση της πυκνότητας του πληθυσμού, η οποία επιδεινώνει τον αντίκτυπο τους. Το 2017, σχεδόν το 55% του παγκόσμιου πληθυσμού ζούσε σε αστικό περιβάλλον, σε σύγκριση με το 34% το 1960. - Η αύξηση της πυκνότητας του πληθυσμού σε μεγάλα αστικά κέντρα, η αυξημένη διεθνής κινητικότητα και τα ταξίδια, οδήγησαν τόσο σε υψηλότερη έκθεση του πληθυσμού σε νέες ασθένειες όσο και σε ταχύτερη μετάδοση. - Πρόσφατο παράδειγμα αποτελεί ο Νέος Κορωνοϊός Covid-19, με σοβαρό πλήγμα στο κλάδο των ταξιδιών και του τουρισμού και άμεσες επιπτώσεις στη προσφορά και τη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών, επιπτώσεις στο συναίσθημα (π.χ. φόβος ταξιδιού) και στο διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, μείωση επαγγελματικών ταξιδιών και των ταξιδιών αναψυχής κτλ.
Εξάψεις επιδημιών	
Πολιτική & κοινωνική αστάθεια	- Η αβεβαιότητα που συνδέεται με την πολιτική ανασταραχή ή την πολιτική αστάθεια (π.χ. πραξικοπήματα, Brexit κτλ.) επηρεάζει τον κλάδο του τουρισμού, με τους ταξιδιώτες να αναβάλουν ή να ακυρώνουν τα προγραμματισμένα ταξίδια τους. - Για παράδειγμα, το πραξικόπημα και η επακόλουθη απαγόρευση της κυκλοφορίας στην Ταϊλάνδη το 2014 διήρκεσε πάνω από τρεις εβδομάδες, και είχε ως αποτέλεσμα απώλεια περισσότερων από 790 χιλ. επισκεπτών και \$1,2 δισ.
Ψηφιακές απειλές	Οι κυβερνήσεις, οι μεγάλες εταιρείες και οι ταξιδιώτες έχουν πέσει θύματα επιθέσεων στον κυβερνοχώρο, παραβίασης δεδομένων και hacking, με την ηλεκτρονική παραβίαση δεδομένων να κοστίζει στην παγκόσμια οικονομία σχεδόν \$600 δισ. με περίπου τα 2/3 των ανθρώπων που χρησιμοποιούν διαδικτυακές υπηρεσίες να έχουν πέσει θύματα υποκλοπής προσωπικών δεδομένων.
Κλιματική αλλαγή	Με τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής και των δημογραφικών αλλαγών, ορισμένοι προορισμοί ενδέχεται να αντιμετωπίσουν ελλείψεις κρίσιμων φυσικών πόρων. Για παράδειγμα, το Cape Town στη Νότια Αφρική αντιμετωπίζει τριμερή έλλειψη νερού το 2017, με προβλέψεις ότι στην πόλη ενδέχεται να εξαντληθεί το νερό μέσα στα επόμενα χρόνια.

Πηγές: Crisis Readiness | World Travel & Tourism Council (WTTTC), World Travel Monitor®: Overtourism / Terror Threat; IPK International, 2019; Ανάλυση Deloitte

Εικόνα προορισμών σε σχέση με την τρομοκρατία, % ερωτηθέντων που απάντησαν ότι αισθάνονται ανησυχία για τρομοκρατικές απειλές στον προορισμό, 2019

Αντίληψη κινδύνου τρομοκρατικών απειλών



COVID-19 (I)

Νέος Κορωνοϊός (COVID-19)| Επίδραση σε βασικές τάσεις του τουριστικού τομέα

Η πανδημία του νέου Κορωνοϊού (COVID-19) αναμένεται ότι θα επηρεάσει τον τουριστικό κλάδο, καθώς ενδυναμώνει την ανάγκη των ταξιδιωτών για ασφάλεια, προστασία, αξιοπιστία και προσωποποιημένες εμπειρίες, αυξάνοντας την πίεση σε ορισμένους τομείς, επιταχύνοντας τον ψηφιακό μετασχηματισμό, την υιοθέτηση πρακτικών βιωσιμότητας και οδηγώντας στην εμφάνιση νέων προορισμών.

 Υγεία, ασφάλεια, προστασία & αξιοπιστία	 Προσωποποιημένες εμπειρίες	 Αυξημένη πίεση σε ορισμένους τομείς του κλάδου	 Επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού	 Εμφάνιση νέων προορισμών	 Βιωσιμότητα
• Μετά το τέλος της πανδημίας, η ανάγκη των καταναλωτών για κοινωνική αποστασιοποίηση και καλές υγιεινολογικές πρακτικές θα υφίσταται τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα. • Η ανάγκη των καταναλωτών για (υγιεινολογική) ασφάλεια, προστασία και υγιεινή αρχίζει να αποτελεί ένα από τα βασικά κριτήρια επιλογής τουριστικών προορισμών και αναμένεται να οδηγήσει σε αύξηση των δραστηριοτήτων με περιορισμένη / χωρίς αφή (π.χ. μικρότερη συχνότητα καθαρισμού σκελετών, ανιψιδίες πληρωμής) και αυξημένες επενδύσεις σε τεχνολογίες και υποδομές για τη διασφάλιση της υγείας και της ασφάλειας (π.χ. υγιεινολογικές εξετάσεις, βαθύς καθαρισμός χώρων, αποστάσεις, θερμική απεικόνιση) και συνεργασίες μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και διεθνών οργανισμών παροχής υγείας. • Επιπλέον, εκτιμάται ότι ορισμένοι ταξιδιώτες επιζητούν την ασφάλεια στρέφονται σε γνωστά, εδραιωμένα και οικεία ταξιδιωτικά brands, καθώς αυτά συνιστούν ένδειξη ασφάλειας, αξιοπιστίας και πιστής εφαρμογής των προτύπων της νέας κανονικότητας.	• Η ανάκτηση από την πανδημία θα απαιτήσει εξατομικευμένες εμπειρίες και προϊόντα και βελτίωση της πελατειακής εμπειρίας σε όλα τα σημεία επαφής, φυσικά ή ψηφιακά. • Στη νέα κανονικότητα, ο σύγχρονος ταξιδιώτης πραγματοποιεί προσεκτικό προγραμματισμό του ταξιδιού του και απαιτεί ολόκληρα και περισσότερες επιλογές (π.χ. επιλογή προγράμματος για τον καθαρισμό του δωματίου), έλεγχο και ειρήνη (π.χ. εύκολη απόρριψη κρατήσεων) κατά το σχεδιασμό και την πραγματοποίηση των ταξιδιωτικών του εμπειριών. • Για το σκοπό αυτό, είναι αναγκαία η εστιασμένη κατάρτιση της αγοράς με βάση συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των τμημάτων πελατείας για την δημιουργία προσωποποιημένων προτάσεων αξίας προσαρμοσμένων στις ανάγκες, στις επιθυμίες, στα χαρακτηριστικά και στις δυνατότητες κάθε στοχευόμενου τμήματος πελατείας, καθώς και την αποτελεσματικότερη προβολή & προώθηση των προϊόντων / εμπειριών μέσω από πολλαπλά ψηφιακά κανάλια.	• Ο κλάδος του business travelling και ιδιαίτερα ο τομέας του MICE εκτιμάται ότι θα αντιμετωπίσει μία περίοδο έντονου μετασχηματισμού. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του MICE θα πρέπει να παρέχουν μία νέα πρόταση αξίας για την βέλτιστη αξιοποίηση των χώρων, τον αποτελεσματικό σχεδιασμό και τη διοργάνωση «υβριδικών» εκδηλώσεων που θα μπορούν να προσφέρουν συναρπαστικές εμπειρίες και να συνδυάζουν το ψηφιακό με το φυσικό στοιχείο (π.χ. συμμετοχή με τηλεδιάσκεψη) ώστε ο κλάδος να αποκτήσει πρόσβαση σε νέα κοινά / τμήματα πελατών. • Επιπλέον, θα αναζητηθούν νέοι τρόποι αξιοποίησης των συνεδριακών χώρων για να είναι βιώσιμοι σε συνθήκες χαμηλής πληρότητας και αριθμού συνεδριών. • Η πίεση στα μεσαία κατηγορία ξενοδοχεία αναμένεται να ενταθεί, καθώς οι υψηλού επιπέδου ταξιδιώτες καταφεύγουν σε ξενοδοχεία που προσφέρουν εμπειρίες υψηλής ποιότητας, ενώ οι ταξιδιώτες χαμηλότερου εισοδήματος καταφεύγουν σε καταλύματα που προσφέρουν ανταγωνιστικές τιμές και υψηλή αξία.	• Η αυξανόμενη διείσδυση των ψηφιακών τεχνολογιών (π.χ. τηλεργασία, ψηφιακές συναντήσεις, ηλεκτρονικό εμπόριο) στην καθημερινότητα και η εξοικείωση των καταναλωτών με αυτές ως αποτέλεσμα της εμπειρίας / συνθηκών κατά τη διάρκεια των lockdowns οδηγεί σε αυξημένη χρήση ψηφιακών πλατφορμών για την έμπνευση, τον προγραμματισμό και την κράτηση ταξιδιωτικών εμπειριών. • Επιπλέον, η ανάγκη για κοινωνική αποστασιοποίηση και περιορισμό της φυσικής επαφής οδηγεί σε υιοθέτηση τεχνολογιών που ελαττωματοποιούν την άμεση φυσική επαφή σε όλα τα σημεία επαφής του καταναλωτικού ταξιδιού (π.χ. ψηφιακό κατάλογο, εφαρμογές κρατήσεων, ανιψιδίες πληρωμής, βιομετρικός έλεγχος). • Επομένως, επιχειρήσεις / οργανισμοί του τουριστικού κλάδου αναμένεται να επιταχύνουν τις επενδύσεις σε ολοκληρωμένες ψηφιακές λύσεις τεχνολογίας τεχνητής νοημοσύνης και αυτοματισμού που επιτρέπουν ασφαλή και απρόσκοπτα ταξίδια και την υποκατάσταση της χειρωνακτικής εργασίας και της προσωπικής επαφής. • Επιπλέον, αναμένεται να αυξηθούν οι επενδύσεις στην κυβερνοασφάλεια και στην ανάλυση μεγάλων δεδομένων για την παροχή υψηλής ποιότητας πολυκαναλικών εμπειριών σε όλα τα σημεία επαφής / κανάλια πωλήσεων.	• Αναμένεται ότι καθώς ο κλάδος θα ανακάμπτει, θα αυξηθεί η σημασία τοπικών και περιφερειακών προορισμών, καθώς οι ταξιδιώτες θέλουν να μείνουν κοντά στο σπίτι, τους φοβούνται μήπως μολυνθούν και αναγκαστούν να μπουκ σε каранτίνα σε μακρινούς προορισμούς οδηγώντας τις χώρες και τους οργανισμούς τουρισμού να στραφούν στην εγχώρια ζήτηση. • Αντίθετα, τα μακρινά ταξίδια θα χρειαστούν περισσότερο χρόνο για να ανακάμψουν, λόγω των αρνητικών επιδράσεων της αβεβαιότητας και της πανδημίας στο διαθέσιμο εισόδημα και στις ταξιδιωτικές δαπάνες. • Για την αποφυγή συνωστισμού, οι ταξιδιώτες θα επιλέγουν λιγότερο δημοφιλείς / διαδεδομένους προορισμούς, κυρίως στην ύπαιθρο, απαιτώντας αυθεντικές και συναρπαστικές εμπειρίες μακριά από τον μαζικό τουρισμό.	• Η αυξημένη εστίαση των MME στη σύνδεση μεταξύ του εμπορίου άγριας ζωής, της καταστροφής των βιοτόπων και της εξάλειψης των παθογόνων είχε ως αποτέλεσμα την περαιτέρω ευαισθητοποίηση των ταξιδιωτών σχετικά με τη σημασία της φύσης και της άγριας πανίδας και της διαφύλαξης αυτών των πόρων, κάτι που αναμένεται να οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης για εμπειρίες που σχετίζονται με επαφή με τη φύση. • Με τον δυσανάλογο αντίκτυπο της πανδημίας στις μικροεπένδυσεις και την άνοδο των αντιρατσιστικών διαδηλώσεων παγκοσμίως, η συνειδητοποίηση της ανάγκης για κοινωνική δικαιοσύνη αυξάνεται. • Επομένως, αναμένεται ότι η πίεση στον τουριστικό κλάδο για την προώθηση της βιωσιμότητας και της κοινωνικής ατζέντας θα ενταθεί, ενώ προϊόντα / εμπειρίες που έχουν την αειφορία και την βιωσιμότητα στον πυρήνα τους αναμένεται να προσελκύουν υψηλότερη χρηματοδότηση από κυβερνήσεις / επενδυτές.

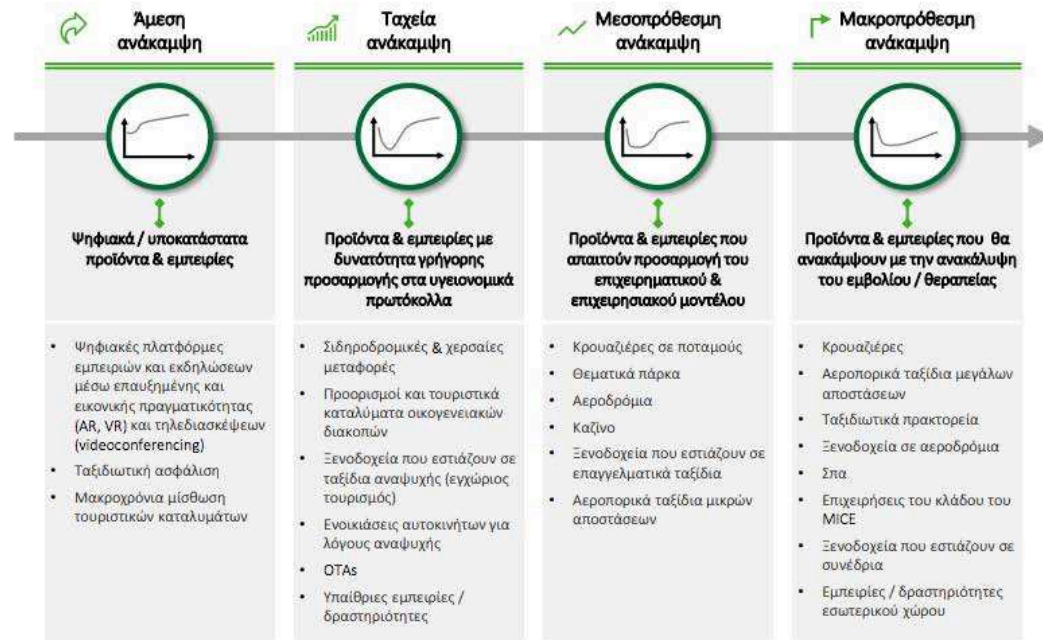
Πηγή: To Recovery & Beyond: The future of Travel & Tourism in the wake of COVID-19 | WTC, Ανάλυση Deloitte

COVID-19 (II)

Νέος Κορωνοϊός (COVID-19) | Η ανάκαμψη του τουριστικού τομέα

Το χρονοδιάγραμμα της ανάκαμψης των τουριστικών επιχειρήσεων αναμένεται να διαφέρει ανάλογα με τον κλάδο δραστηριοποίησής τους, ενώ με βάση το μεγαλύτερο μέρος των εκτιμήσεων / προβλέψεων η επάνοδος του παγκόσμιου τουρισμού θα ξεκινήσει μέσα στην περίοδο 2021-2022, με την πλήρη επιστροφή στα επίπεδα του 2019 να αναμένεται το 2024.

Ο δρόμος προς την ανάκαμψη του τουριστικού κλάδου



Πηγές: Deloitte Access Economics, IATA, Economist Intelligence Unit, Ανάλυση Deloitte

Προβλέψεις & εκτιμήσεις

Οι προβλέψεις / εκτιμήσεις ενός σημαντικού αριθμού διεθνών οργανισμών και πολυεθνικών αναφορικά με την πιθανή ανάκαμψη του τουριστικού κλάδου συγκλίνουν στο ότι ο τουρισμός θα αρχίσει να επανέρχεται μέσα στην περίοδο 2021-2022, με την πλήρη επιστροφή στα επίπεδα του 2019 να αναμένεται το 2024. Πιο συγκεκριμένα:

- Με βάση μελέτη της Deloitte Access Economics, ο τουριστικός τομέας θα αρχίσει να ανακάμπτει το 2021 στο βασικό σενάριο. Στο ήπιο και δριμύ σενάριο η επάνοδος του κλάδου θα ξεκινήσει στο τέλος του 2020 και στην αρχή του 2022, αντίστοιχα.
- Το ανανεωμένο βασικό σενάριο της IATA εκτιμά ότι το 2021 ο παγκόσμιος αριθμός των αεροπορικών επιβατών θα αυξηθεί κατά 50,4% σε σχέση με το 2020. Η πλήρης ανάκαμψη στα επίπεδα του 2019 δεν αναμένεται πριν το 2024, ένα έτος αργότερα σε σχέση με παλαιότερες εκτιμήσεις.
- Ο οργανισμός Economist Intelligence Unit (EIU) αναμένει ότι η ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού θα ξεκινήσει ανεμικά προς το τέλος του 2020 και θα αρχίσει να επιταχύνεται το 2022 μετά την ανακάλυψη του εμβολίου για τον νέο Κορωνοϊό (COVID-19) το 2022, με τις διεθνείς αφίξεις να επανακάμπτουν πλήρως στα επίπεδα του 2019 το 2023.
- Το διεθνές ταξιδιωτικό πρακτορείο TUI Group, ανακοίνωσε ότι στα μέσα Αυγούστου του 2020 οι κρατήσεις για το 2021 είναι πολλά υποσχόμενες, καθώς είναι αυξημένες κατά 145% σε σχέση με τις αντίστοιχες κρατήσεις για το καλοκαίρι του 2020.

Αντιμετώπιση των σύγχρονων τάσεων και προκλήσεων της τουριστικής βιομηχανίας

Βασικοί τρόποι αντιμετώπισης των σύγχρονων τάσεων και προκλήσεων της τουριστικής βιομηχανίας από τους προορισμούς



- Εφαρμογή υποστηρικτικών μηχανισμών και προγραμμάτων παροχής πόρων, δεξιοτήτων, τεχνογνωσίας με σκοπό την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και πρακτικών έξυπνου τουρισμού από τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς με σκοπό την επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού του κλάδου και την βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας, καθώς και δημιουργία ολοκληρωμένων διαδικτυακών πλατφορμών προβολής & προώθησης και άμεσης διανομής τουριστικών προϊόντων από οργανισμούς τουρισμού.



- Εθνικές πρωτοβουλίες βιώσιμης ανάπτυξης με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος, της βιοποικιλότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς και την προώθηση της κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης των προορισμών, καθώς και ανάπτυξη προγραμμάτων πιστοποίησης προορισμών και επιχειρήσεων που εφαρμόζουν βέλτιστες πρακτικές στον τομέα της αειφορίας για την προβολή & προώθηση και την ανάπτυξη της συνεργασίας και της ανταλλαγής εμπειρίας / τεχνογνωσίας.



- Εφαρμογή μέτρων και πολιτικών με σκοπό την κατανομή των επισκέψεων σε λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς και σε όλη τη διάρκεια του έτους, επιβολή φόρων / προστίμων για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού και ρυθμιστικά μέτρα για την κυκλοφορία των τουριστών, την προσφορά καταλυμάτων και τις τουριστικές δραστηριότητες σε δημοφιλείς περιοχές / αξιοθέατα.



- Ρυθμιστικό και νομοθετικό πλαίσιο της οικονομίας διαμοιρασμού για τη διασφάλιση συνθηκών ελεύθερου ανταγωνισμού και της ασφάλειας των κατοίκων και των τουριστών, καθώς και δημιουργία μηχανισμών για την καταγραφή και παρακολούθηση των καταλυμάτων και των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω των πλατφορμών της οικονομίας διαμοιρασμού.



- Εξατομίκευση τουριστικών προϊόντων, υπηρεσιών και προσφορές, προσαρμογή των τουριστικών υποδομών και επανασχεδιασμός των στρατηγικών τουριστικής προβολής & προώθησης μέσα από διαδικτυακά κανάλια εστιάζοντας στις προτιμήσεις και στις ανάγκες κάθε κατηγορίας / προφίλ τουρίστα.



- Ολοκληρωμένα στρατηγικά πλάνα και δράσεις ανάπτυξης και προβολής & προώθησης του τουριστικού προϊόντος σε μη παραδοσιακά τουριστικά «hotspots», σε αναδυόμενους προορισμούς, καθώς και σε «δευτερεύουσες πόλεις».



- Υιοθέτηση μείγματος πολιτικών και μέτρων που στοχεύουν στην προετοιμασία των προορισμών για την αντιμετώπιση κρίσεων, στη δημιουργία μηχανισμών για την αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων και στην άμεση επανεκκίνηση του τουρισμού μέσα από τη δημιουργία και εμπέδωση αισθήματος ασφάλειας, την πρόληψη και την επικοινωνιακή στρατηγική.



- Άμεσα μέτρα και πολιτικές για την οικονομική υποστήριξη και προστασία της απασχόλησης των πληγέντων τουριστικών επιχειρήσεων, την υποστήριξη της τουριστικής ανάκαμψης και του εγχώριου τουρισμού και την καταπολέμηση του νέου Κορωνοϊού (COVID-19), καθώς και πρωτοβουλίες για την πληροφόρηση του κλάδου και τη σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για την δημιουργία και εφαρμογή αποτελεσματικών πρωτοκόλλων υγείας και ασφάλειας για τη βελτιστοποίηση των προσπαθειών ανάκαμψης.

Πηγές: Ανάλυση Deloitte

Μεταφορές

Ολοκληρωμένα ταξίδια χωρίς τριβές

Οι εταιρείες μεταφορών αναγνωρίζουν μια αυξανόμενη ανάγκη στο να κάνουν τα ταξίδια πιο απρόσκοπτα, με ελάχιστες στάσεις ή/και σημεία ελέγχου. Αυτή η τάση εκδηλώνεται με πολλούς τρόπους, συμπεριλαμβανομένων των κόμβων κινητικότητας που επιτρέπουν τις πολυτροπικές (multimodal) μεταφορές, την άνοδο της κινητικότητας ως υπηρεσία (MaaS), τις πλατφόρμες για ταξίδια χωρίς εισιτήρια και την καινοτομία στη μικροκινητικότητα (micromobility) και στη συνδεσιμότητα τελευταίου μιλίου στις μεταφορές (last-mile connectivity).



Ψηφιακή ταυτότητα

Τα πρακτορεία συγκοινωνιών και μεταφορών χρησιμοποιούν την ψηφιακή τεχνολογία για να αυξήσουν την απόδοση, να βελτιώσουν την ασφάλεια και να δώσουν καλύτερη εμπειρία στους πελάτες. Αυτή η τάση περιλαμβάνει τις ψηφιακές άδειες οδήγησης για την ενίσχυση της ασφάλειας και τον πειραματισμό με βιομετρική και αναγνώριση προσώπου για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και της απόδοσης στα αεροδρόμια.



Εμπειρία πελατών

Τα πρακτορεία μεταφορών και το ευρύτερο οικοσύστημα μεταφορών δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην εμπειρία των πελατών - βάζοντας προτεραιότητα τις ανάγκες του χρήστη και διευκολύνοντας τη χρήση ψηφιακών εργαλείων μεταφοράς. Επιπλέον, απλοποιούν τις προσωπικές συναλλαγές στα τοπικά καταστήματα μηχανοκίνητων οχημάτων, παρέχουν καλύτερη υποδομή για τους πεζούς και προσφέρουν πιο ολοκληρωμένες επιλογές ταξιδιού σε αστικές περιοχές.



Επιταχυντές καινοτομίας

Τα πρακτορεία μεταφορών αξιοποιούν την τεχνογνωσία του ιδιωτικού τομέα και δημιουργούν συνασπισμούς δημόσιου-ιδιωτικού τομέα για την προώθηση καινοτομιών στις πολυτροπικές (multimodal) μεταφορές, στις αυτόνομες και συνδεδεμένες τεχνολογίες οχημάτων, στα προγράμματα τιμολόγησης βάσει χιλιομέτρων, κτλ.



Επαυξημένη τεχνητή νοημοσύνη (artificial intelligence –AI)

Ένα οικοσύστημα μεταφορών με τεχνητή νοημοσύνη (AI) μπορεί να αξιοποιήσει τη δύναμη των δεδομένων, των αναλυτικών στοιχείων (analytics) και του υπολογιστικού "νέφους" (cloud) για να μειώσει τον χρόνο του ταξιδιού, να διαχειριστεί τη συμφόρηση, να βελτιώσει τη συμμόρφωση στους κανονισμούς, να υποστηρίξει τον έλεγχο της εναέριας κυκλοφορίας, να επιτρέψει τη δυναμική χάραξη πολιτικής και να προσφέρει πολλά άλλα οφέλη.



Πηγές: Ανάλυση Deloitte | Transportation trends 2020

Βασικοί στρατηγικοί άξονες της τουριστικής ανάπτυξης



Κοινωνική, οικονομική, πολιτιστική και περιβαλλοντική αειφορία και βιώσιμη ανάπτυξη



Αποτελεσματική προβολή & προώθηση των τουριστικών προορισμών, προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρήσεων μέσω πολλαπλών μέσων και πλατφορμών



Βελτίωση και απλοποίηση του νομοθετικού και χωροταξικού πλαισίου και ενίσχυση των πολιτικών και των κινήτρων για την προσέλκυση επενδύσεων



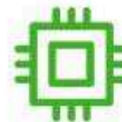
Εκπαίδευση και κατάρτιση των εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο και προσφορά απασχόλησης υψηλής αξίας



Καινοτομία και ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών, προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρήσεων



Ψηφιακός μετασχηματισμός των τουριστικών προορισμών, προϊόντων, υπηρεσιών και επιχειρήσεων



Εφαρμογή πρακτικών έξυπνου τουρισμού (smart tourism) στα προϊόντα και υπηρεσίες καθώς και στη διαχείριση και λειτουργία των τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων



Εύκολη και άμεση προσβασιμότητα και συνδεσιμότητα των τουριστικών προορισμών με πολλαπλά μέσα μεταφοράς

Συνεργασία Υπουργείου Τουρισμού – Google για στήριξη βιώσιμης ανάπτυξης

Η συνεργασία του Υπουργείου Τουρισμού και της Google περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός νέου **νέου εκπαιδευτικού προγράμματος για τις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις** – το οποίο αποτελεί νέο πυλώνα της Google “Grow Greece with Google” – σε συνεργασία και με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφόρου Τουρισμού (Global Sustainable Tourism Council – GSTC). Παράλληλα, η Google ανακοίνωσε τη χρηματοδότηση ύψους 1 εκατ. δολαρίων από το Google.org για την **υποστήριξη οργανισμών που βοηθούν κοινωνικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα**, με έμφαση στη **βιωσιμότητα** και τον **οικοτουρισμό**.

Βασικά χαρακτηριστικά του προγράμματος είναι αποτελεσματική επικοινωνία από τις επιχειρήσεις των **περιβαλλοντικών τους δράσεων**, η **δημιουργία στρατηγικής για τη βιωσιμότητα**, η **απόκτηση πιστοποίησης βιωσιμότητας**, η **διερεύνηση πηγών χρηματοδότησης για μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις**, καθώς και η **εκμάθηση βέλτιστων πρακτικών για την εξοικονόμηση ενέργειας και νερού** και την **ορθολογική διαχείριση των αποβλήτων**.

Καθώς το ψηφιακό περιβάλλον αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της ταξιδιωτικής εμπειρίας, η Google και η TikTok παρουσιάζουν πρωτοποριακές λύσεις που συμβάλλουν στην επιτάχυνση της ψηφιακής μετάβασης και τουριστικής προβολής.

Η ψηφιακή καινοτομία συμβάλλει στην επιτάχυνση του πράσινου και βιώσιμου μετασχηματισμού του τουριστικού κλάδου και των επιδόσεων του τουρισμού γενικότερα.

Στο πλαίσιο αυτό νευραλγικής σημασίας είναι οι συνέργειες και η νεοφυής επιχειρηματικότητα στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος αποτελεί σημαντικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας.

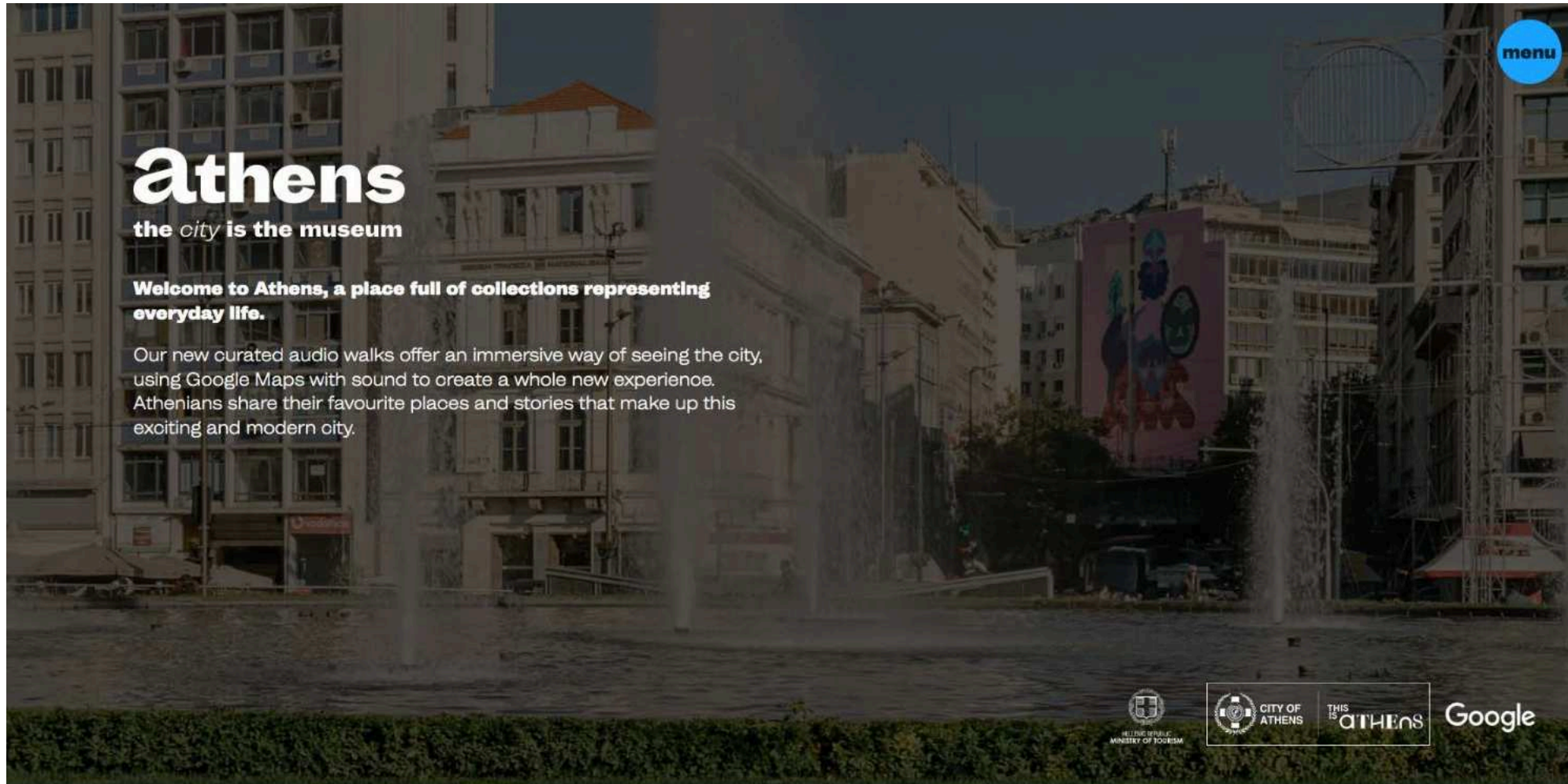
Συνεργασία Υπουργείου Τουρισμού – Google για στήριξη βιώσιμης ανάπτυξης Μελέτη περίπτωσης: Αθήνα (I)

Το Υπουργείο Τουρισμού, ο Δήμος Αθηναίων και η Google ανακοίνωσαν το πρόγραμμα **“Athens. The city is the museum”**, μια κοινή προσπάθεια για να αναδειχθούν οι ιδιαίτερες και ανεξερεύνητες πλευρές της Αθήνας και η ίδια η πόλη. Σκοπός της πρωτοβουλίας είναι **να ενθαρρύνει τους ταξιδιώτες που επισκέπτονται την Αθήνα**, αλλά και τους κατοίκους της, να ανακαλύψουν την πόλη περπατώντας και να εξερευνήσουν τους μοναδικούς θησαυρούς της (αθηναϊκή σκηνή της τέχνης του δρόμου, ποικίλες γευστικές εμπειρίες, μουσική, αρχιτεκτονική, πολλές από τις λιγότερο γνωστές γειτονιές της) μέσα από **αυθεντικές ανθρώπινες ιστορίες**.

Πρόκειται για μια νέα **διαδικτυακή εμπειρία** που οι χρήστες μπορούν να βρουν μέσω του athens.withgoogle.com. Πώς λειτουργεί: Μόλις ο χρήστης επιλέξει κάποια από τις προτεινόμενες διαδρομές της εφαρμογής, ένας χάρτης εμφανίζεται στην οθόνη του. Ο χάρτης αυτός έχει έναν περίπατο με πινέζες (pins), οι οποίες αντιστοιχούν σε προτεινόμενες στάσεις και αυτές με τη σειρά τους σε ηχητικό περιεχόμενο. Μια διακεκομμένη γραμμή, όπως ακριβώς στο Google Maps, θα τον καθοδηγεί από το ένα σημείο στο άλλο, ενώ θα έχει επίσης τη δυνατότητα να επιλέγει οποιαδήποτε στάση κατά μήκος της διαδρομής και αυτόματα θα γίνεται ανακατεύθυνση προκειμένου να φτάνει απευθείας στο σημείο της επιλογής του.

Η συνεργασία αυτή στοχεύει στη δημιουργία ενός νέου και βιώσιμου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, όπου η **Αθήνα** θα αποτελεί **δελεαστικό προορισμό 365 ημέρες τον χρόνο που δημιουργεί συναισθήματα, συγκινήσεις και εμπειρίες**. Βλέποντας την Αθήνα μέσα από μια διαφορετική ματιά, **η πρωτεύουσα της χώρας επανασυστήνεται ως μια διαρκώς «ζωντανή» πόλη που, με την πλούσια ιστορική και σύγχρονη πολιτιστική της ταυτότητα, αποτελεί η ίδια ένα μουσείο**.

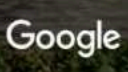
Συνεργασία Υπουργείου Τουρισμού – Google για στήριξη βιώσιμης ανάπτυξης Μελέτη περίπτωσης: Αθήνα (II)



athens
the city is the museum

Welcome to Athens, a place full of collections representing everyday life.

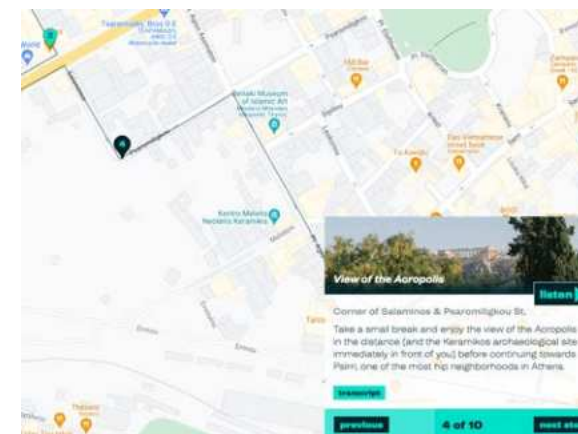
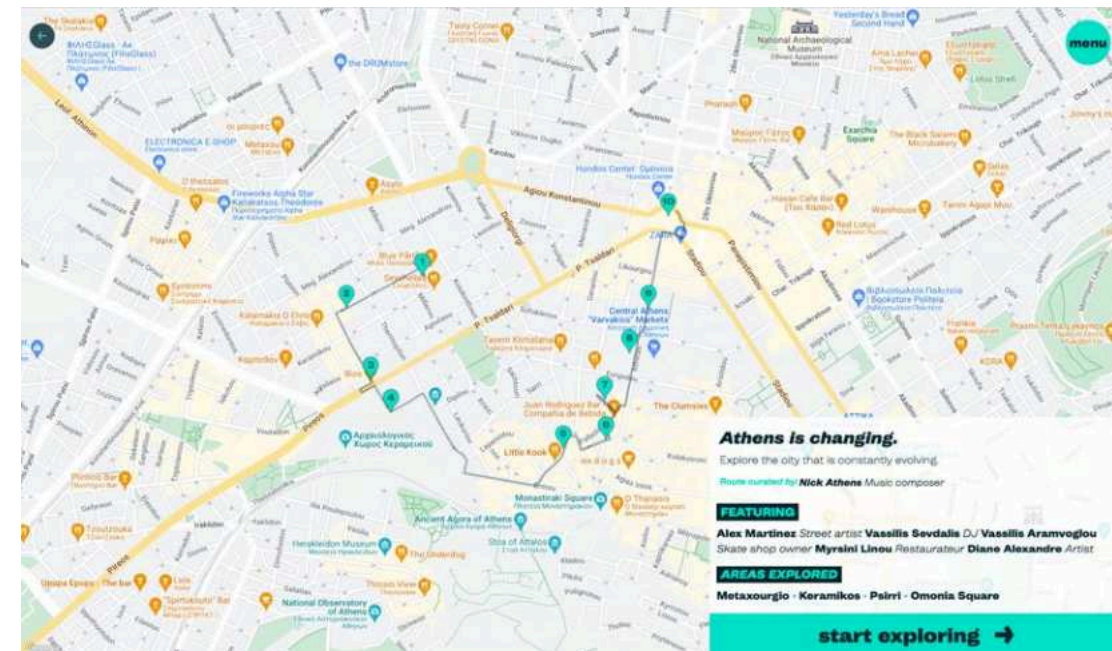
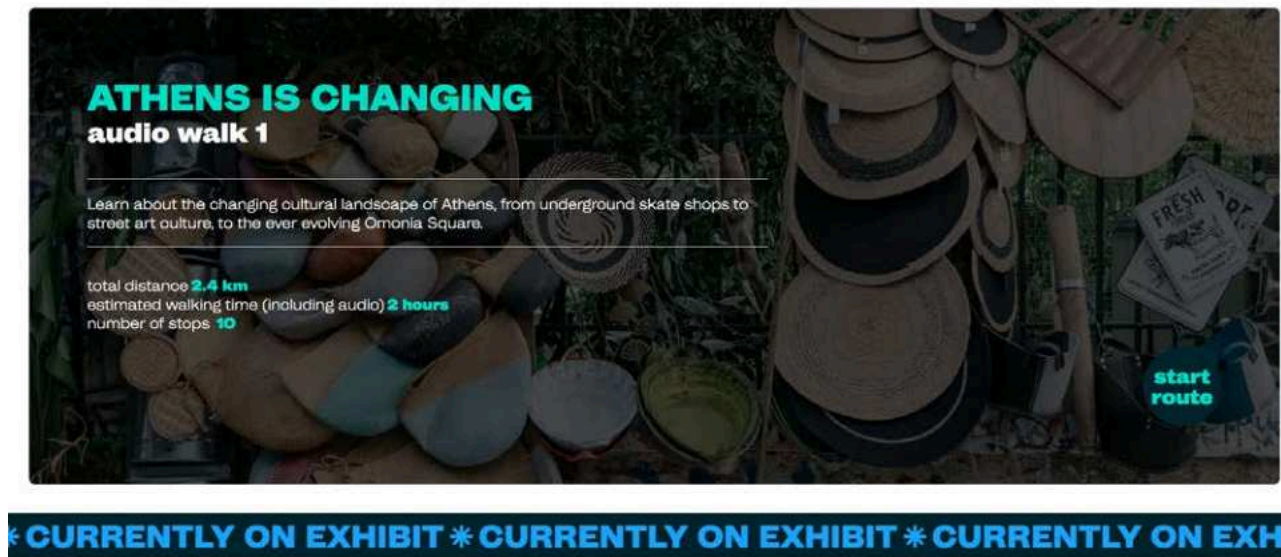
Our new curated audio walks offer an immersive way of seeing the city, using Google Maps with sound to create a whole new experience. Athenians share their favourite places and stories that make up this exciting and modern city.

  CITY OF ATHENS  THIS IS ATHENS  Google

S * EXPLORE WITH AUDIO WALKS * EXPLORE WITH AUDIO WALKS * EXPLORE

Συνεργασία Υπουργείου Τουρισμού – Google για στήριξη βιώσιμης ανάπτυξης

Μελέτη περίπτωσης: Αθήνα (II)



Δράση «Καινοτομία και Πράσινη Μετάβαση στη Μεταποίηση Αγροτικών Προϊόντων»: προβλέπει ενισχύσεις στη μεταποίηση και στην εμπορία γεωργικού και μη προϊόντος

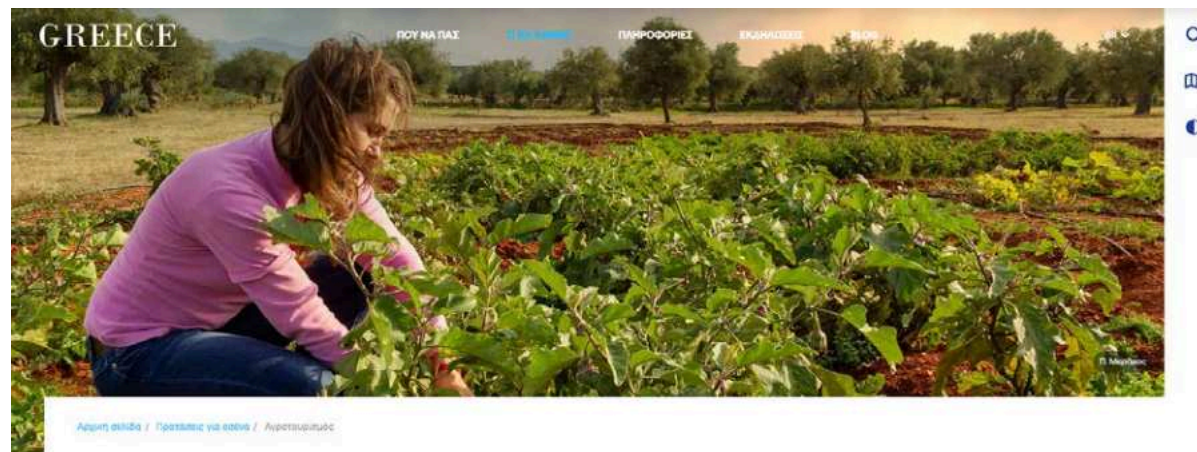
Δράση «Εκσυγχρονισμός του Πρωτογενούς Τομέα»: στοχεύει στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των γεωργικών προϊόντων, στην προώθηση της καινοτομίας και της προστασίας του περιβάλλοντος, στη δημιουργία αλυσίδων εφοδιασμού τροφίμων, στην ανάπτυξη καινοτόμων και φιλικών προς το περιβάλλον διαδικασιών μαζικής παραγωγής και στην προώθηση της εξωστρέφειας στις διεθνείς αγορές και επιδιώκεται η εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας ή/και η καθετοποίηση της παραγωγής.

Δράση «Πράσινος Αγροτουρισμός»: ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων στον τουριστικό τομέα, τα οποία συνδέουν τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα με τον τριτογενή, δημιουργώντας ένα νέο τουριστικό προϊόν.

Ελλάδα & Πράσινος αγροτουρισμός

- Η Ελλάδα έχει πολύ **σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης στον αγροτουριστικό τομέα** και θα πρέπει να εκμεταλλευτεί τη στροφή στη βιώσιμη ανάπτυξη.
- Ο **αγροτουρισμός** ως μέγεθος προβλέπεται να φθάσει τα **117 δις δολάρια μέχρι το 2027**.
- Βάσει των καταναλωτικών τάσεων οι ταξιδιώτες αναζητούν **λύσεις πιο οικονομικές**, οι οποίες βασίζονται στην **εμπειρία** και είναι ταυτόχρονα **φιλικές στο περιβάλλον** ενώ τους βοηθούν να ανακαλύψουν την **τοπικότητα** μέσα από τα προϊόντα και το ανθρωπογενές και φυσικό περιβάλλον στην **ύπαιθρο**.
- Ο αγροτουρισμός είναι μια εμπειρία που **στηρίζει το αγροτικό εισόδημα**, βοηθά στην **προώθηση των τοπικών προϊόντων** και αποτελεί μια πιο **πράσινη μορφή επίσκεψης και ταξιδιού**.
- Ο καθορισμός των **προδιαγραφών λειτουργίας των αγροτουριστικών επιχειρήσεων** και η **θέσπιση του Ειδικού Σήματος Αγροτουρισμού** (ΦΕΚ 3089/30-7-2018) αποτελούν βασικές συνιστώσες της εθνικής και περιφερειακής τουριστικής πολιτικής.

Ελλάδα & Αγροτουρισμός



Αγροτουρισμός

Στην αγκαλιά της φύσης!

Ο επισκέπτης μπορεί να πάρει ενεργό μέρος σε μια διαδικασία δημιουργική, που υπερβαίνει τα όρια της απλής ταξιδιωτικής εμπειρίας. Να γίνει κοινωνός της αγροτικής ζωής, βιώνοντας μια πραγματική επιστροφή - έστω και πρόσκαιρη - στον παραδοσιακό τρόπο ζωής.

Η φιλοσοφία του αγροτουρισμού βασίζεται κατ' εξοχήν στη διαπροσωπική, άμεση, ανθρώπινη σχέση μεταξύ του κατοίκου της υπαίθρου και του ταξιδευτή ο οποίος σύντομα γίνεται ο φιλοξενούμενος, ο φίλος.



Αγναντεύοντας το ηλιοβασιλέμα



Δρόμοι κρασιού Χαλκιδικής

Επισκεφτείτε τη Χαλκιδική για να απολαύσετε τη μοναδική διαδρομή των δρόμων του κρασιού της, τα φημισμένα της οινοποιεία, τους απέραντους αμπελώνες της.

Στην Ελλάδα, η αβέβαιη γεωφυσική ποικιλομορφία, οι ανεξάντλητοι φυσικοί πόροι, τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά και η παράδοση, συνθέτουν ένα σπάνιο μωσαϊκό παραστάσεων, εικόνων και εμπειριών δημιουργώντας έναν τόπο ευλογημένο. Εδώ, οι λάτρες του αυθεντικού, του ανεξερεύνητου, του ανεπιτήδευτου τουρισμού μπορούν να απολαύσουν ότι απλόχερα προσφέρει η φύση.

Τι μπορείτε να κάνετε

Στην ελληνική ύπαιθρο, οι αγροτικές ασχολίες δίνουν τον τόνο και σας «προσκαλούν» να συμμετάσχετε ενεργά σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων, συνδυάζοντας τα πάντα με τον μάχθου με την απόλαυση.

Αγροτικές ασχολίες

Μπορείτε να βοηθήσετε στο μάζεμα της ελιάς και της μεταφοράς σε κάποιο παραδοσιακό ελαιουργείο για την παραγωγή του πολύτιμου ελαιολάδου. Μετά το άλεσμα μπορείτε να πάρετε μαζί σας, εν είδει αμοιβής, μια ποσότητα λαδιού ή ακόμη και να γεμίσετε με το φρέσκο ελαιόλαδο μπουκάλια που θα φέρουν την προσωπική σας ετικέτα.

Η διαδικασία του τρύγου και του πατήματος των σταφυλιών για την παραγωγή κρασιού ή τσίπουρου- η συγκομιδή εποχικών φρούτων, βοτάνων, οπωροκηπευτικών, μανιταριών και κάθε λογής καρπών (κάστανα, καρύδια κ.λπ.)- το θέρισμα και η μελισσοκομία είναι δραστηριότητες που θα σας γεμίσουν με ανεπανάληπτες εμπειρίες.

Κτηνοτροφικές εργασίες

Κατά τη διαμονή σας σε μια φάρμα έχετε τη δυνατότητα να βοηθήσετε στη φροντίδα των ζώων (βοσκή, άρμεγμα, καθαριότητα) και σε τυροκομικές δραστηριότητες για την παραγωγή φρέσκου γασταριού και τυριού.

Τι μπορείτε να μάθετε

Στους αγροτουριστικούς συνταγισμούς, που δραστηριοποιούνται σε πάρα πολλές περιοχές, μπορείτε να παρακολουθήσετε μαθήματα μαγειρικής και ζαχαροπλαστικής για να φτιάξετε με τις «συνταγές της γιαγιάς» μαρμελάδες, λικέρ, κομπόστες, γλυκά του κουταλιού, ζυμωτό ψωμί, φρέσκα ζυμαρικά, πίτες και ό,τι προστάζει η ντόπια κουζίνα.

Μια επίσκεψή σας σε ένα εργαστήριο χειροτεχνίας ή κεραμικής θα σας γεμίσει με όμορφες εικόνες αλλά και ιδέες για δώρα και αγορές. Σ' ένα παραδοσιακό οινοποιείο, μέσα από γευστικές δοκιμές, θα μυηθείτε στα μυστικά του κρασιού: τις ποικιλίες, το άρωμα, το χρώμα, τη γεύση.

Ο οικτουρισμός είναι έννοια στενά συνυφασμένη με τον αγροτουρισμό. Ανάλογα με τον τόπο διαμονής σας και τα πλεονεκτήματα που προσφέρει το φυσικό περιβάλλον της περιοχής μπορείτε να πάρετε πληροφορίες για τη χλωρίδα και τη πανίδα της περιοχής, περιδιαβαίνοντας εθνικούς δρυμούς, υδροβιότοπους και τοπία μοναδικής φυσικής ομορφιάς.

Επιπλέον, αν ανήκετε στους δραστήριους φυσιολάτρες έχετε την εξαιρετική ευκαιρία να επιδοθείτε και στο αγαπημένο σας σπορ: κολύμπι, ψάρεμα, πεζοπορία, ορειβασία, κνήνη, ιππασία...

Αν, αντιθέτως, στόχος των διακοπών σας είναι η απόλυτη ηρεμία - σωματική και πνευματική- απλά απολαύστε το πρωινό σας ξύπνημα με το κελάηδημα των πουλιών, ντόπια εδέσματα στη σκιά μιας κληματαριάς ή το ηλιοβασιλέμα με φόντο τους χρυσοπράσινους ελαιώνες.

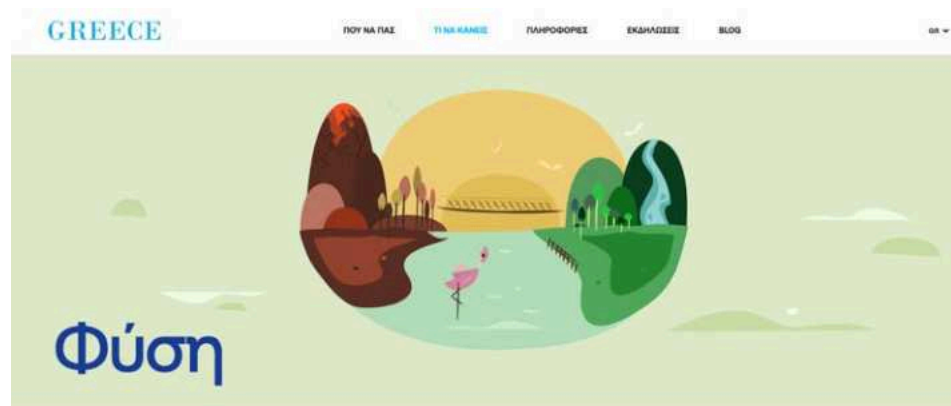


Με γεύση από τα Μουσεία της Αθήνας



Γευστική βόλτα στα Μουσεία της Θεσσαλονίκης

Ελλάδα & Αγροτουρισμός



Αφιερώματα / Εταιρείες / Φύση

Στην καρδιά της ελληνικής φύσης

Παρθένα δάση, επιβλητικά βουνά, βαθύσκιατα φαράγγια, λιμνοθάλασσες, λίμνες, περιβαλλοντικά πάρκα, ποτάμια, ηφαίστεια είναι οι όψεις της ελληνικής φύσης.

Γνωρίζετε ότι;

Το 80% του εδάφους της Ελλάδας είναι ορεινό ή ημιορεινό, γεγονός που την καθιστά ως μία από τις ορεινότερες χώρες στην Ευρώπη!

Εξερευνήστε την Ελληνική Φύση



Βουνά



Δάση



Ποτάμια



Καταρράκτες



Λίμνες



Φαράγγια



Σπήλαια



Ηφαίστεια

Βιώσιμοι Προορισμοί

Εξερευνήστε βιώσιμους προορισμούς και μοναδικά φυσικά τοπία σε όλη την Ελλάδα.



Τήλος
Αστυπάλαια
Λειψοί
Σίκανος

Χάλκη
Σαμοθράκη
Αλόνησος
Χίος

Εμπνευστείτε

ΔΕΙΤΕ ΤΑ ΟΛΑ



Το μάζεμα της ελιάς



Γεωπάρκα στην Ελλάδα

Η Ελλάδα είναι προικισμένη με μοναδικά και θαυμάσια πανκοσμίου φυσικά μνημεία.

Ράφτινγκ στην Ήπειρο



Ανεμόμυλοι



Αγροτουρισμός

Αγροτουρισμός (I)

Αγροτουρισμός είναι ειδική μορφή Τουρισμού Υπαίθρου, η οποία συνίσταται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που συνδέονται με την αγροτική παραγωγή και το πολιτιστικό περιβάλλον των αγροτικών περιοχών, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και τοπική γαστρονομία, καθώς και την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους ενοποιημένους ή μη με αγροτικές εγκαταστάσεις.

«**Αγροτικά προϊόντα**» είναι τα προϊόντα του εδάφους, της κτηνοτροφίας, της θαλάσσιας αλιείας, της σπογγαλιείας, της οστρακαλιείας, της αλιείας εσωτερικών υδάτων, της υδατοκαλλιέργειας, της δασοπονίας, της θηραματοπονίας και των κάθε είδους εκτροφών και τα προϊόντα που προέρχονται από το πρώτο στάδιο επεξεργασίας ή μεταποίησης αυτών, καθώς και κάθε άλλο προϊόν που προέρχεται από την αγροτική εν γένει δραστηριότητα.

Αγροτουρισμός (II)

Πλεονεκτήματα και οφέλη

Ο Αγροτουρισμός επιδιώκει τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων και ανταποκρίνεται στην ανάγκη των αγροτών να αποκτήσουν συμπληρωματικό εισόδημα απασχολούμενοι με τον τομέα των υπηρεσιών καθώς και στην ανάγκη των κατοίκων των αστικών κέντρων να επιστρέψουν στη φύση.

Ο Αγροτουρισμός αναπτύσσει την τοπική κοινωνία, συμβάλλει στη συνέχεια της παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων, διατηρεί τέχνες που διαφορετικά θα είχαν εξαφανισθεί, συμβάλλει στην αναβίωση εθίμων και παραδοσιακών εκδηλώσεων, στη διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, αποτελεί ένα μέσο επικοινωνίας των απομονωμένων περιοχών με τα μεγάλα αστικά κέντρα, αλλά και προσφέρει νέες προοπτικές ζωής στους νέους των περιοχών αυτών. Μέσω του Αγροτουρισμού προβάλλεται η πολιτιστική κληρονομιά, η μοναδικότητα της κάθε περιοχής.

Ο Αγροτουρισμός προσφέρει στον επισκέπτη την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, την πολιτιστική κληρονομιά κάθε περιοχής, με σεβασμό στο περιβάλλον και την παράδοση. Δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να έρθει σε επαφή με τη φύση και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει.

Γενικότερα ο Αγροτουρισμός συμβάλλει στη(ν):

1. συμπλήρωση και βελτίωση του αγροτικού εισοδήματος
2. βελτίωση της ποιότητας ζωής και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού
3. συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στον τόπο διαμονής του
4. βελτίωση και διάθεση των τοπικών αγροτικών και βιοτεχνικών προϊόντων
5. προστασία του περιβάλλοντος
6. διατήρηση, προβολή κι αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς
7. βελτίωση της ελκυστικότητας των αγροτικών περιοχών
8. ενίσχυση της επιχειρηματικότητας

Επιχειρήσεις Αγροτουρισμού

Οι επιχειρήσεις αγροτουρισμού συνοδεύονται υποχρεωτικά από **υπηρεσίες υποδοχής και φιλοξενίας** που παρέχονται από κύρια ή μη κύρια καταλύματα (ξενοδοχεία, κατασκηνώσεις, ξενώνες, αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια) καθώς και καταλύματα με παραδοσιακό ή διατηρητέο ή μνημειακό χαρακτήρα, μέγιστης δυναμικότητας μέχρι σαράντα (40) κλινών, με την επιφύλαξη ειδικότερων διατάξεων που μπορεί να ισχύουν κάθε φορά και σύμφωνα με τις επιτρεπόμενες χρήσεις γης. Ως επιχειρήσεις αγροτουρισμού θεωρούνται:

α) **τα αγροκτήματα**, τα οποία νοούνται ως λειτουργικά ενοποιημένα με κατάλυμα χώροι, οι οποίοι έχουν αυτοτέλεια γηπέδου/οικοπέδου

β) **οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις** που παράγουν προς πώληση αγροτικά προϊόντα

γ) **οι μικτές αγροτικές εκμεταλλεύσεις**, που εκτός από τον κλάδο της αγροτικής οικονομίας δραστηριοποιούνται και σε άλλους τομείς της οικονομίας.

Άσκηση δραστηριοτήτων αγροτουρισμού

Η αγροτουριστική δραστηριότητα εντός του αγροκτήματος αφορά την **παροχή υπηρεσιών υποδοχής και φιλοξενίας** ή και **εστίασης**. Στις περιπτώσεις που οι επιχειρήσεις αυτές παρέχουν υπηρεσίες εστίασης, χρησιμοποιούν και προσφέρουν υποχρεωτικά προς κατανάλωση **προϊόντα από το Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων** (παρ. 5 του άρθρου 28 του ν. 4276/2014), ή/και **προϊόντα Οικοτεχνίας** (παρ. 2 του άρθρου 56 του ν. 4235/2014).

Η αγροτουριστική επιχείρηση δύναται να προσφέρει αμιγώς αγροτικές δραστηριότητες για τους πελάτες της, εντός αυτής, όπως: υπηρεσίες **επίδειξης, ενημέρωσης, παρακολούθησης ή συμμετοχής σε δράσεις και δραστηριότητες που προωθούν την επαφή του επισκέπτη - τουρίστα με την αγροτική ζωή, τη βιώσιμη αγροτική παραγωγή, τη γαστρονομία, τη γευσιγνωσία, την οινογνωσία και την προστασία της βιοποικιλότητας**.

Χώρος εστίασης - παρασκευής γευμάτων: Στην περίπτωση που η αγροτουριστική επιχείρηση διαθέτει χώρο εστίασης και παρασκευής γευμάτων πρέπει να πληρούνται οι προδιαγραφές υγιεινής και ασφαλείας σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

Χώρος εκπαίδευσης / επίδειξης / παρακολούθησης: Η κτιριακή υποδομή και η υλικοτεχνική υποδομή του χώρου πρέπει να είναι επαρκείς για την κάλυψη των αναγκών της εκπαιδευτικής - επιδεικτικής διαδικασίας.

Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού

Η **θέσπιση Ειδικού Σήματος Αγροτουρισμού** συνδυαστικά με τον καθορισμό των προδιαγραφών λειτουργίας των αγροτουριστικών επιχειρήσεων στοχεύει:

- στην ανάπτυξη των θεματικών μορφών τουρισμού και εν προκειμένω στην ανάπτυξη του τουρισμού υπαίθρου,
- στην ανάδειξη των αυθεντικών εμπειριών που εμπλουτίζουν το τουριστικό προϊόν και αποτελούν παγκόσμια τάση,
- στην προτεραιότητα που δίνει η κυβέρνηση στη σύνδεση του τουρισμού με την πρωτογενή παραγωγή, τον αγροδιατροφικό τομέα και τη μεταποίηση
- στη στήριξη της επιχειρηματικότητας των τοπικών παραγωγών και οικονομιών
- στην προώθηση των τοπικών προϊόντων που προσδίδουν προστιθέμενη αξία στο τουριστικό προϊόν

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του αγροτουρισμού **υποχρεούνται** να αποκτήσουν Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού.

Το Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού είναι **αόριστης ισχύος**.



Αγροτουριστικές υπηρεσίες επιχειρήσεων αγροτουρισμού

Οι περισσότερες επιχειρήσεις διαθέτουν **φυτώρια, κήπους και καλλιέργειες διαφόρων ειδών** (λαχανόκηποι, βοτανόκηποι, οπωροφόρα δέντρα, κήποι με αρωματικά φυτά), τις οποίες οι επισκέπτες μπορούν να επισκεφθούν και συνήθως να παρακολουθήσουν ή να συμμετέχουν στις γεωργικές εργασίες (φύτεμα, συλλογή, κηπουρική κ.ά.).

Η περιήγηση στις καλλιέργειες συνοδεύεται από ενημέρωση σχετικά με τη διαδικασία παραγωγής, τη χλωρίδα, την πανίδα και το μικροκλίμα. Στην περίπτωση των βοτάνων και των αρωματικών φυτών η ενημέρωση περιλαμβάνει την ιστορία και τις ευεργετικές και θεραπευτικές τους ιδιότητες, ενώ συχνά κατά το τέλος της περιήγησης δίνεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να δοκιμάσουν τα προϊόντα ή αφεψήματα, ακόμα και να παρασκευάσουν εδέσματα τα οποία και μπορούν εν συνεχεία να απολαύσουν.

Σε αρκετές περιπτώσεις μια αγροτουριστική μονάδα διαθέτει **δέντρα ελιάς ή ελαιώνα** και παρέχεται στους επισκέπτες η δυνατότητα να **συμμετέχουν σε δραστηριότητες όπως η συγκομιδή και το πάτημα.** Στην περίπτωση που οι μονάδες διαθέτουν ελαιοτριβεία και τυποποιητήρια, υπάρχει η δυνατότητα να πραγματοποιούνται επιμορφωτικές ξεναγήσεις (πληροφορίες για τις παραδοσιακές πρακτικές καλλιέργειας, τις διάφορες ποικιλίες της ελιάς κ.ά.).

Σε μεμονωμένες περιπτώσεις διατηρείται **φάρμα με ζώα** (άλογα, πρόβατα) όπου ο επισκέπτης μπορεί να **περιηγηθεί** με αυτά (π.χ. άλογα) στην περιοχή με συνοδό, ή να συμμετέχει σε εργασίες που αφορούν την **φροντίδα** τους (π.χ. κουρά των προβάτων). Οι φάρμες μπορεί, επίσης, να εξειδικεύονται στην εκτροφή συγκεκριμένων ειδών (αλόγων, βουβαλιών, βοοειδών) και ο επισκέπτης να συμμετάσχει σε σχετικές εργασίες.

Αγροτουρισμός – Δραστηριότητες υπαίθρου

Η βασική υπαίθρια δραστηριότητα που προσφέρεται είτε από την ίδια τη μονάδα είτε από άλλες συνεργαζόμενες επιχειρήσεις της περιοχής είναι η **πεζοπορία**.

Πραγματοποιούνται **μονοήμεροι ή πολυήμεροι περίπατοι** στη γύρω περιοχή με στόχο την **απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος** (βουνά, φαράγγια), αλλά και του **πολιτιστικού πλούτου** (π.χ. παραδοσιακοί οικισμοί, συμμετοχή σε τοπικές εορτές).

Σε ορισμένες περιπτώσεις, **ανάλογα με τα ιδιαίτερα φυσικά χαρακτηριστικά της εκάστοτε περιοχής** (γειτνίαση με ορεινούς όγκους, λίμνες, φαράγγια, βιότοπους, προστατευμένες περιοχές Natura κ.ά.), οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν δραστηριότητες όπως η **ορειβασία**, το **ψάρεμα**, η **παρατήρηση πουλιών**, η **ποδηλασία** και η **τοξοβολία**.

- Ο αγροτουρισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τη **γαστρονομία** και την **προώθηση της πρωτογενούς παραγωγής**.

Βασικές γαστρονομικές δραστηριότητες:

- **μαθήματα παρασκευής παραδοσιακών προϊόντων** (π.χ. τυρί, μυζήθρα, μέλι, ρακόμελο)
- **μαθήματα μαγειρικής** κατά τα οποία αξιοποιούνται τα αγνά, τοπικά προϊόντα και παρασκευάζονται **παραδοσιακές συνταγές** (πίτες, ψωμί, γλυκά του κουταλιού κ.ά.). Σε αρκετές περιπτώσεις τα μαθήματα πραγματοποιούνται σε υπαίθριους χώρους και κουζίνες, με τη χρήση παραδοσιακού ξυλόφουρνου.
- **παρουσιάσεις για την τοπική γαστρονομική παράδοση, food tours, επισκέψεις** σε τοπικά οινοποιεία και ζυθοποιεία, τυροκομεία ή κτηνοτροφικές μονάδες καθώς και **σεμινάρια** για συγκεκριμένα προϊόντα.
- **διοργάνωση εκδηλώσεων και σεμιναρίων γευσιγνωσίας** για προϊόντα όπως το λάδι, τυρί, κρασί, μέλι.
- **γαστρονομικές εμπειρίες** στους επισκέπτες τους είτε με τη μορφή brunch, γεύματος, βραδινού είτε με την παροχή ενός καλαθιού για την πραγματοποίηση πικνίκ .

Αγροτουρισμός – Δημιουργικά εργαστήρια

- **Βιωματικά εργαστήρια** παρασκευής φυσικών προϊόντων περιποίησης (σαπουνιών, κηραλοιφών) με αγνά υλικά.
- **Εκθέσεις τέχνης και μαθήματα ζωγραφικής ή φωτογραφίας**
- **Πολιτιστικές εκδηλώσεις** (συναυλίες)
- **Μαθήματα δημιουργικής γραφής**
- **Μαθήματα σύνθεσης μουσικής, παραδοσιακού τραγουδιού, εκμάθησης παραδοσιακών οργάνων**
- **Μαθήματα αγγειοπλαστικής**
- **Μαθήματα υφαντικής**
- **Σεμινάρια αεικαλλιέργειας/ περμακουλτούρας** (permaculture): σχεδιαστικό σύστημα που στοχεύει στη δημιουργία βιώσιμων ανθρώπινων οικισμών, συνδυάζοντας τη μόνιμη καλλιέργεια και τον πολιτισμό, αλληλεπιδρώντας και με σεβασμό στη φύση
- **Υπηρεσίες ευεξίας** / διοργάνωση ομαδικών και ατομικών μαθημάτων γιόγκα, παροχή υπηρεσιών μασάζ με την χρήση τοπικών παραδοσιακών προϊόντων (ελαιόλαδο ή τοπικά αιθέρια έλαια).
- **Εγκαταστάσεις στις οποίες οι επισκέπτες μπορούν να κολυμπήσουν** (πισίνες, γούρνες) **ή να ασκηθούν** (μίνι γήπεδο ποδοσφαίρου, υπαίθρια όργανα γυμναστικής).
- **Δημιουργικά παιχνίδια** για μικρούς και μεγάλους (ξύλινες κατασκευές, διαδρομές εντός του ελαιώνα με τη χρήση GPS κ.ά.).

Προορισμός Κρήτη

Βασικά τουριστικά μεγέθη Ελλάδας / Κρήτης (I)

Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό ανά χώρα προέλευσης (σε χιλ.)												
Χώρες προέλευσης	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Χώρες Ευρωζώνης	6.147	6.622	5.903	6.379	7.457	8.189	8.935	9.863	11.436	11.071	3.447	7.360
Αυστρία	338	310	236	236	285	327	359	396	521	583	161	422
Βέλγιο	340	433	327	345	409	483	467	527	587	588	136	359
Γαλλία	868	1.149	977	1.152	1.463	1.522	1.314	1.420	1.524	1.542	469	1.175
Γερμανία	2.039	2.240	2.109	2.268	2.459	2.810	3.139	3.706	4.381	4.026	1.526	3.001
Ισπανία	155	155	156	92	136	94	203	164	226	283	75	141
Ιταλία	844	938	848	964	1.118	1.355	1.387	1.441	1.667	1.553	373	806
Κύπρος	575	440	425	399	448	470	652	632	698	801	291	496
Ολλανδία	528	561	478	581	657	639	771	947	1.015	818	257	580
Λοιπές	460	395	347	342	480	489	644	631	818	878	159	379
Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης	2.263	2.347	1.979	2.301	3.703	4.388	5.387	5.718	7.018	7.482	1.442	2.763
Δανία	241	245	205	202	240	238	242	279	385	308	88	204
Ρουμανία	258	224	230	279	543	540	1.026	1.149	1.389	1.378	205	626
Σουηδία	281	334	320	369	338	352	413	493	509	412	48	128
Τσεχία	295	309	289	287	348	437	280	339	368	402	103	266
Λοιπές	1.188	1.235	935	1.164	2.234	2.822	3.426	3.457	4.368	4.982	998	1.540
Λοιπές Χώρες	6.597	7.459	7.635	9.239	10.874	11.022	10.477	11.613	11.668	12.795	2.485	4.582
Αλβανία	242	411	469	505	488	491	722	829	987	944	266	309
Αυστραλία	108	116	118	129	183	183	169	324	322	339	29	9
Ελβετία	274	361	300	347	377	391	438	449	521	540	176	404
Ηνωμένο Βασίλειο	1.802	1.758	1.921	1.846	2.090	2.397	2.895	3.002	2.943	3.499	1.069	1.591
ΗΠΑ	498	485	374	467	592	750	779	865	1.097	1.179	107	396
Καναδάς	113	142	103	187	146	182	153	198	346	321	33	57
Ρωσία	451	739	875	1.353	1.250	513	595	589	520	583	26	120
Λοιπές	3.107	3.446	3.476	4.406	5.748	6.114	4.726	5.358	4.932	5.389	781	1.698
Σύνολο αφίξεων**	15.007	16.427	15.518	17.920	22.033	23.599	24.799	27.194	30.123	31.348	7.374	14.705

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας

*Τα στοιχεία για την Κρουαζιέρα δεν περιλαμβάνονται

Πίνακας 49: Επισκέψεις στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια (σε χιλ.), 2016-2021

Επισκέψεις στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια (σε χιλ.), 2016-2021					
Περιφέρεια	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
Νότιο Αιγαίο	5.227	6.893	3.624	32%	-47%
Κρήτη	4.537	5.288	3.148	17%	-40%
Κεντρική Μακεδονία	6.395	6.761	2.934	6%	-57%
Αττικής	4.543	5.923	2.640	30%	-55%
Ιόνια Νησιά	2.457	3.048	1.742	24%	-43%
Πελοπόννησος	843	899	477	7%	-47%
Ήπειρος	717	1.033	425	44%	-59%
Δυτική Ελλάδα	513	817	351	59%	-57%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	1.363	3.833	333	181%	-91%
Θεσσαλία	714	806	274	13%	-66%
Στερεά Ελλάδα	409	679	240	66%	-65%
Βόρειο Αιγαίο	328	359	99	10%	-72%
Δυτική Μακεδονία	330	304	88	-8%	-71%
Ελλάδα	28.376	36.643	16.376	29%	-55%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETΕ Intelligence

Πίνακας 50: Επισκέψεις ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κρήτης (σε χιλ.), 2016-2021

Κατανομή επισκέψεων στην Περιφέρεια Κρήτης ανά αγορά (σε χιλ.), 2016-2021					
Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
Γερμανία	1.059	1.323	1.038	25%	-22%
Γαλλία	447	584	365	31%	-38%
Ην. Βασίλειο	604	596	219	-1%	-63%
Ολλανδία	261	295	165	13%	-44%
Ελβετία	151	184	164	22%	-11%
Ιταλία	224	241	150	7%	-38%
Βέλγιο	186	211	103	13%	-51%
Ρωσία	150	130	12	-13%	-91%
Λοιπές	1.455	1.724	933	19%	-46%
Σύνολο	4.537	5.288	3.148	17%	-40%

Πηγή: ΤτΕ - Επεξεργασία INSETΕ - Intelligence

Βασικά τουριστικά μεγέθη Ελλάδας / Κρήτης (II)

Χώρες προέλευσης	Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη ανά χώρα προέλευσης (σε €)											
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Χώρες Ευρωζώνης	741	751	735	762	731	734	625	638	621	698	698	752
Αυστρία	817	823	823	898	861	919	700	649	698	792	699	799
Βέλγιο	728	731	795	822	762	773	680	648	681	771	678	820
Γαλλία	738	731	782	786	772	785	677	700	626	707	784	844
Γερμανία	796	820	784	838	811	799	678	689	676	735	743	772
Ισπανία	645	872	714	756	570	710	636	535	545	718	603	727
Ιταλία	642	668	640	623	630	614	521	523	563	649	583	651
Κύπρος	841	751	653	618	570	530	476	528	517	581	581	571
Ολλανδία	653	687	658	706	661	687	624	676	606	653	659	707
Λοιπές Χώρες	643	629	637	681	622	632	547	533	471	636	614	728
Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης	402	393	409	419	335	313	292	264	281	267	314	457
Δανία	572	588	637	575	610	598	549	525	554	620	658	752
Ρουμανία	417	319	416	435	346	331	381	326	324	350	391	481
Σουηδία	538	564	596	615	594	628	536	551	547	626	575	652
Τσεχία	543	535	514	532	452	462	439	390	440	464	467	527
Λοιπές Χώρες	298	285	261	298	245	224	206	170	198	177	239	379
Λοιπές Χώρες	629	618	639	637	581	571	534	551	564	621	584	771
Αλβανία	323	297	314	331	293	299	236	229	240	225	338	358
Αυστραλία	1.357	1.420	1.327	1.370	1.305	1.295	1.076	1.218	1.124	1.095	715	1.061
Ελβετία	966	967	991	961	896	958	768	760	767	856	841	880
Ηνωμένο Βασίλειο	690	686	739	734	743	842	672	688	658	733	707	921
ΗΠΑ	1.202	1.099	1.139	1.219	1.107	1.257	935	941	948	1.008	808	1.505
Καναδάς	1.185	1.207	1.281	1.388	1.125	1.222	925	903	1.054	1.068	1.228	1.438
Ρωσία	1.099	1.005	1.079	989	925	822	732	710	655	744	557	958
Λοιπές Χώρες	381	383	390	382	359	316	351	372	385	441	380	470
Σύνολο Έρευνας Συνόρων**	640	639	646	653	590	580	514	522	520	564	584	702

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας

**Τα στοιχεία για την Κρουαζιέρα δεν περιλαμβάνονται

Πίνακας 55: Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη και ανά Περιφέρεια (σε €), 2016-2021

Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια (σε €), 2016-2021					
Περιφέρεια	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
Νότιο Αιγαίο	600	751	861	25%	15%
Κρήτη	682	681	761	0%	12%
Ιόνια Νησιά	612	627	745	2%	19%
Βόρειο Αιγαίο	399	460	683	15%	49%
Θεσσαλία	422	440	654	4%	48%
Αττικής	382	438	555	15%	27%
Πελοπόννησος	384	464	523	21%	13%
Στερεά Ελλάδα	287	265	470	-7%	77%
Δυτική Μακεδονία	205	248	428	21%	72%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	212	115	403	-46%	251%
Δυτική Ελλάδα	283	315	365	11%	16%
Κεντρική Μακεδονία	264	333	345	26%	4%
Ήπειρος	304	253	299	-17%	18%
Ελλάδα	449	482	631	7%	31%

Πηγή: ΤΥΕ - Επεξεργασία INSETI Intelligence

Πίνακας 56: Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κρήτης (σε €), 2016-2021

Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη στην Περιφέρεια Κρήτης ανά χώρα προέλευσης (σε €) , 2016-2021					
Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
Ελβετία	864	878	845	2%	-4%
Ην. Βασίλειο	675	705	826	4%	17%
Βέλγιο	736	838	823	14%	-2%
Γερμανία	812	735	804	-9%	9%
Ρωσία	679	597	788	-12%	32%
Γαλλία	774	684	776	-12%	13%
Ολλανδία	661	662	689	0%	4%
Ιταλία	558	588	639	5%	9%
Λοιπές	560	613	701	9%	14%
Περιφέρεια	682	681	761	0%	12%

Πηγή: ΤΥΕ - Επεξεργασία INSETI - Intelligence

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης (I)

Η Περιφέρεια Κρήτης αποτελεί έναν από τους κορυφαίους, εμβληματικούς και αναγνωρίσιμους ελληνικούς προορισμούς, ιδιαίτερα στα προϊόντα **Sun & Beach** και **Πολιτιστικός τουρισμός**.

Έχει σημαντικές δυνατότητες για **περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη και επέκταση της τουριστικής περιόδου** μέσω της **ανάπτυξης του City Break**, του **MICE** και των **εναλλακτικών / θεματικών προϊόντων** τα οποία θα βοηθήσουν στον εμπλουτισμό / διαφοροποίηση / αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της.

Βασικές προκλήσεις αποτελούν: **1) η διασφάλιση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, 2) η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, 3) η ενίσχυση της προστιθέμενης αξίας των δεξιοτήτων του ανθρώπινου παράγοντα στον τουρισμό και 4) η προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και brand διεθνώς**, τέσσερις βασικοί στρατηγικοί στόχοι για την τουριστική πολιτική της Ελλάδας, που περιγράφονται στο Εθνικό Πρόγραμμα Ανάπτυξης για την προγραμματική περίοδο 2021-2025.

Η Περιφέρεια Κρήτης μπορεί να προσφέρει μια **διεθνώς ανταγωνιστική ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία** τόσο ως **συνολικός προορισμός** όσο και στους **επιμέρους προορισμούς** της, **Βόρεια Κρήτη** και **Νότια Κρήτη**, και να αναδειχθεί στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη ως το **«σημείο συνάντησης οικονομικών δραστηριοτήτων, πολιτιστικής κληρονομιάς, γαστρονομίας και περιβαλλοντικής φυσιογνωμίας»**.

Ο νησιωτικός της χαρακτήρας οδήγησε στην **ανάπτυξη υποδομών μεταφορών** που εξυπηρετούν την **εσωτερική κινητικότητα**, την **εθνική** και **διεθνή διασύνδεσή** της.

Το **Ηράκλειο** έχει τουριστική στρατηγική, με βασικό άξονα το γαστρονομικό τουρισμό, και παράλληλα στοχεύει στην ανάδειξή του σε **city break 12μηνο προορισμό** και σε **«ενεργειακούς τουρίστες»**, συνταξιούχους, δηλαδή, από το εξωτερικό που θα μπορούσαν να «ξεχειμωνιάσουν» στην Κρήτη εκμεταλλευόμενοι τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες.

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης (I)

Η Περιφέρεια Κρήτης αποτελεί έναν από τους κορυφαίους, εμβληματικούς και αναγνωρίσιμους ελληνικούς προορισμούς, ιδιαίτερα στα προϊόντα **Sun & Beach** και **Πολιτιστικός τουρισμός**.

Έχει σημαντικές δυνατότητες για **περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη και επέκταση της τουριστικής περιόδου** μέσω της **ανάπτυξης του City Break**, του **MICE** και των **εναλλακτικών / θεματικών προϊόντων** τα οποία θα βοηθήσουν στον εμπλουτισμό / διαφοροποίηση / αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της.

Βασικές προκλήσεις αποτελούν: **1) η διασφάλιση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, 2) η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, 3) η ενίσχυση της προστιθέμενης αξίας των δεξιοτήτων του ανθρώπινου παράγοντα στον τουρισμό και 4) η προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και brand διεθνώς**, τέσσερις βασικοί στρατηγικοί στόχοι για την τουριστική πολιτική της Ελλάδας, που περιγράφονται στο Εθνικό Πρόγραμμα Ανάπτυξης για την προγραμματική περίοδο 2021-2025.

Η Περιφέρεια Κρήτης μπορεί να προσφέρει μια **διεθνώς ανταγωνιστική ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία** τόσο ως **συνολικός προορισμός** όσο και στους **επιμέρους προορισμούς** της, **Βόρεια Κρήτη** και **Νότια Κρήτη**, και να αναδειχθεί στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη ως το **«σημείο συνάντησης οικονομικών δραστηριοτήτων, πολιτιστικής κληρονομιάς, γαστρονομίας και περιβαλλοντικής φυσιογνωμίας»**.

Ο νησιωτικός της χαρακτήρας οδήγησε στην **ανάπτυξη υποδομών μεταφορών** που εξυπηρετούν την **εσωτερική κινητικότητα**, την **εθνική** και **διεθνή διασύνδεσή** της.

Το **Ηράκλειο** έχει τουριστική στρατηγική, με βασικό άξονα το γαστρονομικό τουρισμό, και παράλληλα στοχεύει στην ανάδειξή του σε **city break 12μηνο προορισμό** και σε **«ενεργειακούς τουρίστες»**, συνταξιούχους, δηλαδή, από το εξωτερικό που θα μπορούσαν να «ξεχειμωνιάσουν» στην Κρήτη εκμεταλλευόμενοι τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες.

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης (II)

Η Περιφέρεια Κρήτης **σχεδιάζει ένα νέο παραγωγικό και αναπτυξιακό μοντέλο** με επίκεντρο τον τουρισμό και τον πρωτογενή τομέα, το οποίο στοχεύει στην αναζωογόνηση της αγροτικής οικονομίας, στην προστασία του τουριστικού προϊόντος και στη στήριξη της αγροδιατροφικής αλυσίδας, επενδύοντας στο τρίπτυχο «Ταυτότητα-Ποιότητα-Ανταγωνιστικότητα».

Έχει διατυπωθεί η ανάγκη για την ίδρυση ενός οργανισμού DMO (Destination Management Organization), ενός δηλαδή Οργανισμού Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού που θα παρέχει ολοκληρωμένες, καινοτόμες, έξυπνες υπηρεσίες με σκοπό τη διαχείριση, την προώθηση και την αντικειμενική πληροφόρηση για το σύνολο του τουριστικού προϊόντος στην Κρήτη.

Η **πρωτοβουλία "Study in Crete"** στοχεύει στο να καταστεί η Κρήτη **εκπαιδευτικός και ερευνητικός προορισμός**, μέσα από την ανάπτυξη συνεργασίας των τριών ΑΕΙ και του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας, συνδυαστικά και με τα υπόλοιπα ιδρύματα του νησιού.

Ο στόχος για την ανάδειξη της Κρήτης ως εκπαιδευτικός και ερευνητικός προορισμός μπορεί να επιτευχθεί με την **«κοινή προώθηση (branding) εκπαιδευτικών προγραμμάτων με αποδέκτες ξένους φοιτητές»**, προσφέροντας τόσο προπτυχιακά προγράμματα σπουδών, όσο και μεταπτυχιακά και θερινά προγράμματα, καθώς και διϊδρυματικά αγγλόφωνα προγράμματα, στοχεύοντας στη δημιουργία της επόμενης γενιάς επιστημόνων.

Το νομοθετικό πλαίσιο (ν. 4692/2020) για την **ίδρυση ξενόγλωσσων προγραμμάτων σπουδών** πρώτου κύκλου υπάρχει, και μάλιστα ενθαρρύνει τη **δημιουργία προγραμμάτων σπουδών διπλής ειδίκευσης (joint degrees)** και **διπλά προγράμματα σπουδών (double degrees)** από περισσότερα τμήματα του ίδιου ή άλλου ΑΕΙ, μια δυνατότητα η οποία είναι πλήρως αξιοποιήσιμη και από τα τρία Ακαδημαϊκά Ιδρύματα της Κρήτης.

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης (III)

Για την επίτευξη του στόχου να καταστεί η Κρήτη και εκπαιδευτικός προορισμός απαιτείται **οργάνωση, συστηματική και ολιστική προώθηση** της Κρήτης, η **δημιουργία Γραφείου** στελεχωμένου από **εξειδικευμένο προσωπικό στο μάρκετινγκ εκπαιδευτικών προγραμμάτων** και η **σύσταση Συμβουλευτικής / Επιστημονικής Επιτροπής** με τη συμμετοχή εκπροσώπων των Ιδρυμάτων της Κρήτης.

Παράλληλα, απαιτείται **στρατηγικός σχεδιασμός**, που προβλέπει τον καθορισμό στρατηγικών επιστημονικών περιοχών για την ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων με βάση τη δραστηριότητα των ιδρυμάτων και τα πλεονεκτήματα της Κρήτης, τη διασύνδεση των σπουδών με την αγορά εργασίας και την επιχειρηματικότητα, την αξιοποίηση του Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας της Περιφέρειας Κρήτης και την ανάπτυξη στρατηγικού σχεδίου προώθησης και επικοινωνίας (communication plan).

Αναμένεται επένδυση στην πολύπλευρη **αναβάθμιση**, στην **έρευνα** και την **καινοτομία** και **διασύνδεση της ανώτατης εκπαίδευσης με τον ιδιωτικό τομέα**, ώστε να αναδειχθεί και να ενισχυθεί η Κρήτη ως **αναγνωρίσιμος, εκπαιδευτικός και ερευνητικός κόμβος**.

Η Κρήτη αποτελεί ένα «**νησί αριστείας**», που προωθεί, λόγω του νησιωτικού χαρακτήρα, «**θέματα πράσινης και μπλε ανάπτυξης, κυκλικής οικονομίας και τεχνολογίας Πληροφορικής και Επικοινωνιών, με εφαρμογές σε αγροτική παραγωγή, υδατοκαλλιέργειες, έξυπνη διασύνδεση, έξυπνες πόλεις, ναυτιλία και εμπόριο**».

Προτείνεται η **επένδυση σε δράσεις που σχετίζονται με τη διεθνοποίηση της έρευνας και της ανώτατης εκπαίδευσης** στην Ελλάδα, υποστηρίζοντας δράσεις εξωστρέφειας και την ανάπτυξη του Εκπαιδευτικού Τουρισμού, αποφέροντας πολλαπλά οφέλη για το «**επιστημονικό οικοσύστημα**» του νησιού.

Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης Περιφέρειας Κρήτης (I)

Η Περιφέρεια Κρήτης έχει ξεκινήσει την οργάνωση μιας **συστηματικής διαβούλευσης** επιδιώκοντας να προσελκύσει ενδιαφερόμενους επιχειρηματίες και ερευνητικά ιδρύματα για την **προώθηση ερευνητικών δραστηριοτήτων και την εφαρμογή καινοτομιών στις επιχειρήσεις** και ιδιαίτερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Στόχος είναι η σύνδεση της έρευνας και καινοτομίας με τις επιχειρήσεις του νησιού. Ειδικότερα, προβλέπεται να ενισχυθούν οι εξής κατηγορίες δράσεων σε επιλεγμένους τομείς της περιφερειακής οικονομίας:

- Σχέδια επίδειξης/δοκιμαστικές δράσεις ερευνητικών κέντρων και ΑΕΙ σε τομείς προτεραιότητας της RIS.
- Συμπράξεις επιχειρήσεων με ερευνητικούς οργανισμούς.
- Έρευνα και ανάπτυξη από Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ).
- Ενίσχυση clusters.
- Ενίσχυση ΜΜΕ για επενδύσεις.
- Υπηρεσίες και εφαρμογές ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας) για τις ΜΜΕ στους τομείς προτεραιότητας της RIS.

Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης Περιφέρειας Κρήτης (II)

Η βασική πρόκληση για την Περιφέρεια Κρήτης εντοπίζεται στον τρόπο με τον οποίο η Στρατηγική «Έξυπνης Εξειδίκευσης» θα υποστηρίξει τη **μετατροπή του τουρισμού σε μια δραστηριότητα υψηλής προστιθέμενης αξίας και έντασης γνώσης με στόχο την ανάπτυξη καινοτόμου επιχειρηματικής δραστηριότητας, τη βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων και της απασχόλησης.**

Αρχικά απαιτείται η καταγραφή των ερευνητικών και επιχειρηματικών δυνατοτήτων στην Κρήτη για να αναδειχθούν οι **εξειδικεύσεις για τον τουρισμό υπαίθρου**, ο οποίος βρίσκεται στο επίκεντρο της αναπτυξιακής προοπτικής της Κρήτης.

Η περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού υπαίθρου προϋποθέτει την **ενσωμάτωση οργανωτικών και τεχνολογικών (κυρίως ψηφιακών) καινοτομιών για την ενίσχυση των εμπειριών κατά την επίσκεψη** (χαρτογράφηση, αποτύπωση, αναπαράσταση, επικοινωνία, πλοήγηση, geo-location), **την αναβάθμιση των πολιτικών προώθησης** (branding, αξιοποίηση μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογών κινητών) καθώς και την **οργάνωση θεματικών ή γεωγραφικών άτυπων ή και τυπικών δικτύων** που θα στηρίζουν και θα διευρύνουν την επιχειρηματικότητα στο τομέα και θα ισχυροποιήσουν τους τουριστικούς προορισμούς.

Οι τομείς στους οποίους πρέπει να δοθεί έμφαση είναι:

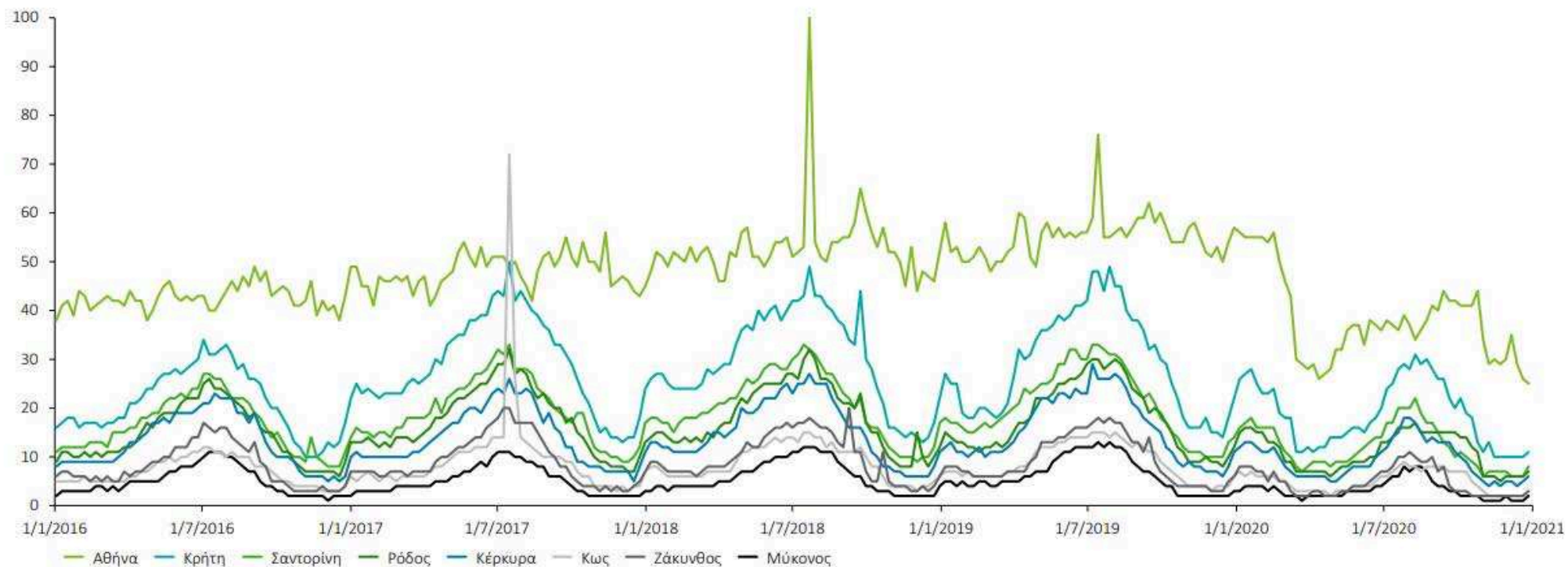
- **Αξιοποίηση των ΤΠΕ** για την ενίσχυση της εστιασμένης προσωπικής εξυπηρέτησης πελατών, της βελτίωσης της διαδραστικότητας, της μείωσης του κόστους των υπηρεσιών.
- **Στήριξη νεοφυών επιχειρήσεων στον τομέα του τουρισμού** και σε δραστηριότητες που συνδέονται με τον πολιτισμό και τη δημιουργία.
- **Ανάπτυξη εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας και διαδικτύου** σε θέματα πλοήγησης και διαδραστικής επικοινωνίας.
- **Ενίσχυση καινοτομίας** για την ανάπτυξη εφαρμογών που αξιοποιούν **ανοικτά δεδομένα για την παροχή υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας** σε σχέση με τους τουριστικούς προορισμούς.
- **Ενίσχυση ψηφιακών υπηρεσιών και εφαρμογών προβολής της πολιτισμικής κληρονομιάς**, συστημάτων πλοήγησης, διαχείρισης δρομολογίων σε τουριστικές περιοχές.
- **Επιδεικτικά σχέδια προώθησης νέων, καινοτόμων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών που προωθούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού.**

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Google Trends – “Brand name” Κρήτη

Κορυφαίοι προορισμοί | Μύκονος, Σαντορίνη, Κρήτη, Ρόδος, Κως, Κέρκυρα, Ζάκυνθος

Η Κρήτη, η Σαντορίνη και η Ρόδος αποτελούν τα πιο δημοφιλή “brand names” μετά την Αθήνα μεταξύ των εξεταζόμενων προορισμών κατά την τελευταία πενταετία με την Κέρκυρα, Ζάκυνθο, την Κω και την Μύκονο να ακολουθούν.

Διαδικτυακή αναζήτηση σχετικά με επιλεγμένους προορισμούς της Ελλάδας, δείκτης¹, Ιανουάριος 2016 – Δεκέμβριος 2020



¹ Οι δείκτες αντιπροσωπεύουν το ενδιαφέρον αναζήτησης σε σχέση με το υψηλότερο καταγεγραμμένο ενδιαφέρον για τη χρονική περίοδο εξέτασης μεταξύ των όρων αναζήτησης που συγκρίνονται. Η τιμή 50 αντιπροσωπεύει δημοφιλία που κυμαίνεται στο ήμισυ της ύψιστης δημοφιλίας, ενώ η τιμή 0 σημαίνει ότι δεν υπάρχουν αρκετά δεδομένα σχετικά με τον συγκεκριμένο όρο αναζήτησης.

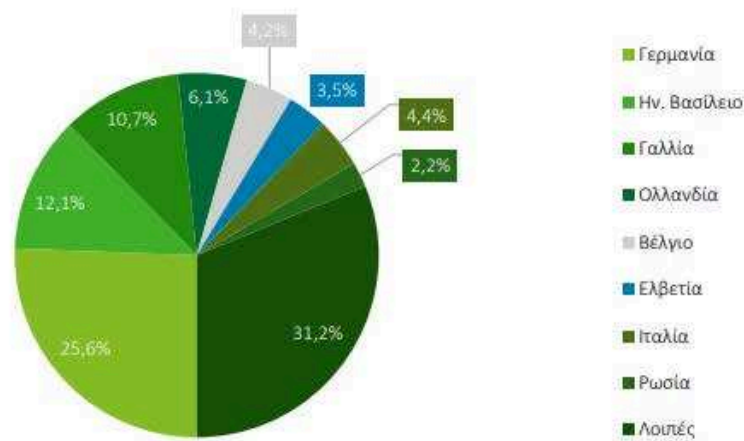
Πηγές: Google Trends

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Κρήτη – Εισερχόμενος Τουρισμός

Εισερχόμενος τουρισμός | Επισκέψεις | Τάσεις ανά χώρα προέλευσης

Παρακάτω παρουσιάζεται η ανάλυση της δυναμικής εξέλιξης των αφίξεων ανά χώρα προέλευσης και ιδιαίτερα των κυριότερων αγορών (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία). Η αύξηση του αριθμού των επισκεπτών προέρχεται κυρίως λόγω της αύξησης επισκεπτών από την Γερμανία (η πολυπληθέστερη κατηγορία) κατά +30,7% σε σχέση με το 2016 ενώ σημαντική θετική μεταβολή με παράλληλα υψηλό αριθμό επισκεπτών, εμφάνισαν οι επισκέπτες από την Γαλλία και την Ολλανδία.

Κατανομή επισκέψεων στην Περιφέρεια της Κρήτης, μέσος όρος περιόδου, 2016-2019



Μεταβολή απόλυτου αριθμού επισκέψεων, 2016-2019



- Όπως αναλύθηκε στην προηγούμενη ενότητα **1 στους 2 επισκέπτες στην Περιφέρεια Κρήτης προέρχεται από την Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Γαλλία, τόσο για το 2019 όσο και για το σύνολο του διαστήματος εξέτασης.**
- Όσον αφορά την δυναμικότητα στην διαχρονική εξέλιξη επισκεπτών στην Περιφέρεια Κρήτης, **στην υψηλότερη θέση βρίσκεται η Γαλλία (+30,68%) και η Γερμανία (+24,91%) με σχετικά υψηλή ανοδική πορεία (με εξαίρεση την περίοδο 2018-2019 όπου ο απόλυτος αριθμός επισκεπτών μειώθηκε και για τις δύο χώρες)**
- Ακολουθεί η **Ελβετία (+22,00%) και οι Λουίτες Χώρες (+18,56%), ενώ οι παραπάνω τέσσερις κατηγορίες είναι εκείνες οι οποίες ξεπερνούν την μέση μεταβολή για το σύνολο των Επισκεπτών (+16,54%)**
- **Αρνητική μεταβολή εμφανίζει το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ρωσία. Συγκεκριμένα η πορεία του μεγέθους όσον αφορά το Ηνωμένο Βασίλειο με μείωση μόλις κατά 1,38% μπορεί να χαρακτηριστεί ως «αναιμική» καθώς το απόλυτο μέγεθος βρίσκεται πλησίον των 600 χιλιάδων επισκεπτών κατ' έτος.**

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Κρήτη – Προφίλ επισκεπτών / τουριστών

Προφίλ επισκεπτών | Χαρακτηριστικά αλλοδαπών τουριστών

Σύμφωνα με το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων, αναφορικά με το τουριστικό προφίλ του αλλοδαπού τουρίστα σε Δυτική και Ανατολική Κρήτη, παρουσιάζονται τα παρακάτω ευρήματα.

Δυτική Κρήτη, 2019

Κατανομή Ηλικίας (%)



Κατανομή Επαγγέλματος (%)



Εισοδηματική Κατανομή (€/%)



Κατανομή Διάρκειας Παραμονής (%)



- Από τα δεδομένα που παρουσιάζονται προκύπτει πως η εισοδηματική ομάδα στην **Δυτική Κρήτη** κατανέμεται αναλογικά στις ηλικίες.
- Η ηλικιακή ομάδα **45-54** κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό.
- Αναφορικά με το επάγγελμα των τουριστών που επιλέγουν τη δυτική Κρήτη ως προορισμό, το **38,5%** δήλωσαν ότι **απασχολούνται ως ιδιωτικοί υπάλληλοι** ενώ η πλειοψηφία κατανέμεται στην εισοδηματική ομάδα με εισόδημα **έως €30 χιλ.**, δεδομένα που αποτυπώνουν πως η **Δυτική Κρήτη δεν θεωρείται προορισμός πολυτελών διακοπών.**
- Σχεδόν το **50%** των τουριστών **παραμένουν στην Κρήτη για 1 εβδομάδα** ενώ ελάχιστα είναι αυτοί που υπερβαίνουν τις 2 εβδομάδες, ενώ **επιλέγεται πρωτίστως ως προορισμός οικογενειακών διακοπών.**



- Η ηλικιακή κατανομή δείχνει πως η **Ανατολική Κρήτη** αποδεικνύεται **δημοφιλέστερη στην ηλικιακή κατηγορία των «Millennials»**, ενώ εμφανίζει πολύ μικρό ποσοστό στους επισκέπτες άνω των 65 που χαρακτηρίζονται ως «Silver Economy». Αυτή η παρατήρηση είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς οι 2 ηλικιακές ομάδες αναζητούν διαφορετικά είδη τουριστικού προϊόντος.
- Το ίδιο συμπέρασμα εξαγεται και από το επάγγελμα που δήλωσαν οι ερωτηθέντες καθώς **στην πλειοψηφία τους είναι εργαζόμενοι (73%) και μόλις το 8% είναι συνταξιούχοι.**
- Η εισοδηματική κατανομή δείχνει ότι στην Ανατολική Κρήτη φτάνουν **τουρίστες μεσαίου εισοδήματος.**
- Η πλειοψηφία των τουριστών επιλέγει να μείνει στην Ανατολική Κρήτη **έως 1 εβδομάδα** ενώ παρόμοιο ποσοστό συγκεντρώνει και το διάστημα **8-15 ημέρες** ενώ το ποσοστό των τουριστών που έχουν επισκεφτεί **τουλάχιστον 1 φορά** στο παρελθόν την Ανατολική Κρήτη **ανέρχεται στο 40%.**

Ανατολική Κρήτη, 2018

Κατανομή Ηλικίας (%)



Κατανομή Επαγγέλματος (%)



Εισοδηματική Κατανομή (€/%)



Κατανομή Διάρκειας Παραμονής (%)



Πηγές: Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων | Τουριστικό Προφίλ Αλλοδαπού Επισκέπτη στη Δυτική Κρήτη (Τουριστικές Περίοδοι 2018 & 2019), Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης | Μελέτη τουριστικής ζήτησης και προφίλ επισκεπτών της Ανατολικής Κρήτης (Ιανουάριος 2019)

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Κρήτη – Δραστηριότητες επισκεπτών / τουριστών

Προφίλ επισκεπτών | Δραστηριότητες αλλοδαπών τουριστών σε Δυτική και Ανατολική Κρήτη

Σύμφωνα με το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων, αναφορικά με το τουριστικό προφίλ του αλλοδαπού τουρίστα σε Δυτική και Ανατολική Κρήτη, παρουσιάζονται τα παρακάτω ευρήματα.



Πηγές: Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων | Τουριστικό Προφίλ Αλλοδαπού Επισκέπτη στη Δυτική Κρήτη (Τουριστικές Περιόδους 2018 & 2019), Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης | Μελέτη τουριστικής ζήτησης και προφίλ επισκεπτών της Ανατολικής Κρήτης (Ιανουάριος 2019)

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης - Προϊοντική εστίαση και αγορές-στόχοι



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Ολλανδία



Βέλγιο



Ιταλία



Ελβετία



Ρωσία



Πολωνία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Τσεχία



Νορβηγία



ΗΠΑ



Καναδάς



Κίνα



Ισραήλ



Μέση Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης - Αξιολόγηση κύριων τουριστικών προϊόντων (I)

	Αξιολόγηση	Αιτιολόγηση
 Sun & Beach	★	Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν, καθώς η Κρήτη αποτελεί έναν από τους πιο εδραιωμένους, εμβληματικούς και δημοφιλείς νησιωτικούς προορισμούς της χώρας με συγκριτικά πλεονεκτήματα το ήλιο κλίμα, την ηλιοφάνεια, την εκτεταμένη ακτογραμμή ~1.000 χλμ. με την υψηλότερη συγκέντρωση παραλιών με Γαλάζια Σημαία (117) στην Ελλάδα, τις υποδομές διεθνούς αεροπορικής προσβασιμότητας, το ιδιαίτερα ανεπτυγμένο δυναμικό τουριστικών καταλυμάτων / υποδομών φιλοξενίας – υφίστανται, ωστόσο, ζητήματα που αφορούν βασικές υποδομές (οδικό δίκτυο, δίκτυο ύδρευσης και αποχέτευσης, διαχείριση απορριμμάτων, καθαριότητα, έλλειψη πρασίνου) και τουριστικό μοντέλο που χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα, υψηλή εξάρτηση από tour operators και all-inclusive πακέτα και συγκέντρωση της τουριστικής ανάπτυξης στη Βόρεια Κρήτη (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Ναυτικός Τουρισμός (yachting)	✓	- Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν - Ευνοϊκές καιρικές συνθήκες και εκτεταμένη ακτογραμμή, αλλά μεγάλη ναυτική απόσταση από άλλα νησιωτικά συμπλέγματα για την ένταξη της σε δρομολόγια / εκδρομές island hopping – δυνατότητα ανάπτυξης στην περιοχή Ελούντας / Αγίου Νικολάου, όπου υπάρχει σχετική υποδομή και προσανατολισμός προς τουρισμό πολυτελείας (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)	✳	Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν λόγω της έντονης αναπτυξιακής δυναμικής του προορισμού κατά την περίοδο 2014-2019 όπως αποτυπώνεται από την αύξηση των κλήσεων κρουαζιερόπλοιων κατά 39% και των επιβατών κατά 84%, των λιμενικών υποδομών κυρίως στα λιμάνια Ηρακλείου και Σούδας-Χανίων και της δυνατότητας ανάπτυξης περιφερειακού homeporting λόγω των αεροδρομίων και των διεθνών tour operator στον προορισμό (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	★	Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν λόγω της μακραίωνης ιστορίας (Μινωικός πολιτισμός, αρχαία Ελλάδα, Ρώμη, Αραβοκρατία, Βυζάντιο, Ενετοκρατία, Τουρκοκρατία, Νεότεροι Χρόνοι), του πλούσιου πολιτιστικού (αρχαιολογικοί χώροι με σημαντικότερους Κνωσό, Σπιναλόγκα, Σπήλαιο του Ψυχρού, Φαιστό, μουσεία, φρούρια, αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί, πινακοθήκες και χώροι τέχνης κ.α.) και θρησκευτικού αποθέματος, της κρητικής παράδοσης που διατηρείται μέχρι σήμερα στη διάλεκτο, στην μουσική, στις λαϊκές τέχνες και στον τρόπο ζωής των κατοίκων – υπάρχει, ωστόσο, ανάγκη καλύτερης αξιοποίησης, προβολής και προώθησης δευτερευόντων αρχαιολογικών χώρων, αναβάθμισης υποδομών και επέκτασης ωραρίων σε ορισμένους αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία (βλέπετε επόμενες σελίδες)
 City Break	✳	Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν λόγω των αστικών κέντρων (Ηράκλειο και Χανιά) που διαθέτουν υποδομές διεθνούς αεροπορικής συνδεσιμότητας, πλούσιους τουριστικούς πόρους (ηλιόλουστο και θερμό κλίμα, επαρκές και υψηλού επιπέδου ξενοδοχειακό δυναμικό, αστική κουλτούρα, μοναδικό χαρακτήρα και ατμόσφαιρα, εμπορικές αγορές, ιστορικό πλούτο, μνημεία και σημεία ενδιαφέροντος, γαστρονομία, ορισμένα φεστιβάλ, επιλογές διασκέδασης και αναψυχής, έντονη νυχτερινή ζωή και λόγω του φοιτητικού στοιχείου κ.α.) – βασικά ζητήματα είναι η σχετικά μειωμένη διεθνής αεροπορική συνδεσιμότητα πέραν της θερινής σεζόν, η εποχική λειτουργία σχετικών επιχειρήσεων, η ταύτιση του προορισμού με το Sun & Beach και η προβολή και προώθηση που δεν εστιάζει στη σύγχρονη διάσταση των πόλεων (βλέπετε επόμενες σελίδες)
 MICE	✳	Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν λόγω των υποδομών αεροπορικής συνδεσιμότητας, των ιδιαίτερα ανεπτυγμένων υποδομών φιλοξενίας και των συνεδριακών υποδομών για μικρά / μεσαία συνέδρια, των τουριστικών πόρων και της διεθνούς φήμης και αναγνωρισιμότητας του προορισμού – κύρια ζητήματα αποτελούν η μειωμένη αεροπορική σύνδεση με το εξωτερικό κατά την χειμερινή περίοδο, η εποχική λειτουργία επιχειρήσεων και η σχετικά περιορισμένη προβολή και προώθηση της Κρήτης ως προορισμού MICE (βλέπετε επόμενες σελίδες)

Κύριο τουριστικό προϊόν

Συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν

★ Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν

✳ Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης του σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν

✓ Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν

✳ Προϊόν με χαμηλή σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης - Αξιολόγηση κύριων τουριστικών προϊόντων (II)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός

- Η Κρήτη αποτέλεσε τη γενέτειρα του πρώτου Ευρωπαϊκού Πολιτισμού, του Μινωικού, που ήκμασε την περίοδο 3.000-1.450 π.Χ. κυρίως στο κεντρικό και ανατολικό τμήμα του προσορισμού, ενώ η ιστορική διαδρομή του νησιού, που αποτέλεσε σταυροδρόμι λαών και πολιτισμών (Μινωίτες, Αχαιοί, Δωριείς, Ρωμαίοι, Άραβες, Ενετοί, Τούρκοι κ.α.), διατρέχει την Κλασική, την Ελληνιστική, τη Ρωμαϊκή και τη Βυζαντινή εποχή (αραβική κατάκτηση το 824 μ.Χ. μέχρι και το 961 μ.Χ.), την Ενετοκρατία, την Τουρκοκρατία (κρητικές επαναστάσεις) και τους Νεότερους Χρόνους (Μάχη της Κρήτης το 1941) – υφίσταται ανάγκη προβολής της Κρήτης ως χώρου, όπου υπάρχουν μνημεία και ανασκαφές όλων των περιόδων με ενδιαφέρον για τον σύγχρονο επισκέπτη, πέραν αυτών του Μινωικού Πολιτισμού, καθώς τα περισσότερα πολιτιστικά του επισκέπτονται μόνο τα μινωικά ανάκτορα και ορισμένους μινωικούς οικισμούς.
- Λόγω της μακραίωνης και πολυπολιτισμικής ιστορίας του, ο προσορισμός διαθέτει σημαντικό απόθεμα αρχαιολογικών χώρων και μνημείων, ορισμένα παγκόσμιας εμβέλειας:
 - αρχαιολογικοί χώροι της Μινωικής και της αρχαίας Κρήτης με σημαντικότερους αυτούς της Κνωσού (949 χιλ. επισκέψεις το 2019) κοντά στο Ηράκλειο και της Φαιστού (122 χιλ. επισκέψεις το 2019) στην κεντρική Κρήτη, που αποτελούν τα ερείπια των σημαντικότερων μινωικών ανακτόρων και πόλεων, και του Σπήλαιου του Ψυχρού (173 χιλ. επισκέψεις το 2019) και λοιπά σημαντικά υπολείμματα του Μινωικού πολιτισμού και της αρχαίας Κρήτης όπως το Υστερομινωικό νεκροταφείο Αρμένων, η Ζάκρος, τα Μάλια, η Βασιλική στην Ιεράπετρα, η Κυδωνία στα Χανιά, οι αρχαίες πόλεις Γόρτυνα, Άπτερα, Ελεύθερνα, Λίσος, οι θολωτοί τάφοι του Μάλεμε, του Στυλού, της Φυλακής κ.α.
 - πλήθος φρουρίων και οχυρωματικών κατασκευών σε νευραλγικές τοποθεσίες μέσα στο νησί κυρίως από την περίοδο του Βυζαντίου, της Ενετοκρατίας και της Οθωμανικής κατάκτησης (Φρούριο Κουλέ στο λιμάνι του Ηρακλείου, Φρούριο Φραγκοκάστελλο, Φρούριο της Σούδας, του Φιρκά στο λιμάνι Χανίων, της Γραμβούσας κ.α.)
 - η νησίδα Σπιναλόγκα, που έγινε ιδιαίτερα γνωστή και λόγω του βιβλίου, «το Νησί», της Αγγλίδας συγγραφέως Victoria Hislop, στη βόρεια είσοδο του κόλπου της Ελούντας που αποτέλεσε οχυρό, τόπος εξορίας και απομόνωσης, εμπορικός οικισμός και τόπος απομόνωσης των λεπρών και είναι ο δεύτερος σε επισκεψιμότητα αρχαιολογικός χώρος της Κρήτης (410 χιλ. επισκέψεις το 2019), παραδοσιακοί οικισμοί (99 σε όλο την Κρήτη) και ιστορικά κέντρα πόλεων με σημαντικό αρχιτεκτονικό κεφάλαιο, αρχιτεκτονικά μνημεία των Ενετών και των Οθωμανών και διατηρητέα κτίρια (Ηράκλειο, Ρέθυμνο, Χανιά, Άγιος Νικόλαος κ.α.)
- Πλήθος μουσείων και λοιπών επισκέψιμων χώρων που αναδεικνύουν αρχαιολογικά ευρήματα (ιδιαίτερα σημαντικό το πρόσφατα ανακατασκευασμένο Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου, από τα μεγαλύτερα και αξιολογότερα στην Ελλάδα, Αρχαιολογικά Μουσεία σε Άγιο Νικόλαο, Ρέθυμνο, Χανιά κ.α.), την τέχνη και τον πολιτισμό (Ιστορικό Μουσείο Κρήτης), το πολεμικό και αρχαιολογικό (Δημοτικό Μουσείο της Μάχης της Κρήτης και της Εθνικής Αντίστασης, Στρατιωτικό Μουσείο Ρεθύμνου στο Χρωμοναστήρι, νεοσύστατο ιστορικό Μουσείο Βοριζίων, Μουσείο Εθνικής Αντίστασης Θερίσου κ.α.), τις ιστορικές και καλλιτεχνικές προσωπικότητες της Κρήτης (σπίτι γέννησης του Ελευθέριου Βενιζέλου στις Μουρινές Χανίων και οικία του στη Χαλέπα κ.α., μουσεία αφιερωμένα στο Νίκο Καζαντζάκη, τον Ιωάννη Κονδυλάκη κ.α.), καθώς και θεματικά μουσεία / επισκέψιμοι χώροι (φύση / επιστήμες: Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Κρήτης, Ενωδρείο Κρήτης στις Γούρνες, Μουσείο Κρητικών Βοτάνων, Μουσείο Αλιείας στο Κολυμβάρι, Γεωλογικό Μουσείο Ζαρού, Μουσείο Χημείας Χανίων, λοιπά μουσεία: Μουσείο Οχημάτων Εποχής στα Έξω Λακώνια, Μουσείο Τυπογραφίας Χανίων, Μουσείο Μουσικών Οργάνων στο Χουδέτσι, Μουσείο Κέρινων Ομοιωμάτων στα Ζωνιανά κ.α.), πινακοθήκες, μουσεία και χώροι τέχνης (Μουσείο Εικαστικών Τεχνών Ηρακλείου, Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης στο Ρέθυμνο κ.α.)
- Μουσεία λαογραφικού / εθνολογικού ενδιαφέροντος (Μουσείο Παραδοσιακής Ζωής & Λαϊκού Πολιτισμού Κρήτης-Λυχνοστάτης, Εθνολογικό Μουσείο των Βώρων κ.α.), μοναδική αύλη πολιτιστική κληρονομιά, τοπική κουζίνα και λαογραφικό κεφάλαιο της Κρήτης που περιλαμβάνουν στοιχεία από τα ήθη, τα έθιμα, τις παραδόσεις και την καθημερινή ζωή των κατοίκων (αγροτική παράδοση, χορός, γαστρονομία, λαϊκές τέχνες και παραδοσιακά επαγγέλματα που διατηρούνται ακόμη – ξυλουργική, κεραμική, υφαντική, μαχαιροποιία, ξυλογλυπτική, μαρμαροτεχνία, αγγειοπλαστική κ.α., τοπικά πανηγύρια / εκδηλώσεις) με ιδιαίτερα σημαντική την κρητική διάλεκτο με αρχαιοελληνικά και αρχαϊκά στοιχεία και γλωσσικές επιρροές από τους Άραβες, τους Ενετούς και του Οθωμανούς, καθώς και την κρητική μουσική παράδοση με ρίζες από την αρχαιότητα, επιρροές από τη βυζαντινή μουσική και την παράδοση της ανατολικής Μεσογείου (κρητική λύρα, λάουτο, βιολί και παραδοσιακή οργανοποιία)
- Σημαντικό θρησκευτικό κεφάλαιο με ~80 παλαιοχριστιανικές βασιλικές, ασκητική παράδοση που συνεχίζεται μέχρι σήμερα (μονή Καθολικού στο Ακρωτήριο Χανίων, θρησκευτικές περιοχές στις χερσονήσους Γραμβούσας και Ροδωπού, ερημητήρια στα Αστερούσια και στο Μιραμπέλλο), μοναστική παράδοση (μοναστήρια Χανίων που αποτελούν εξαιρετικά δείγματα μοναστηριακής αρχιτεκτονικής, Μονή Αρκαδίου στην ΠΕ Ρεθύμνου, αρχαία μοναστήρια στην ΠΕ Ηρακλείου, μονή Τοπλού και ο μεγαλύτερος αριθμός μοναστηριών στην Κρήτη στην επαρχία Μιραμπέλλου της ΠΕ Λασιθίου), συγκεντρώσεις εκκλησιών με νωπογραφίες που απηχούν την εξέλιξη και της τάσεις της θρησκευτικής τέχνης από την πρωτοβυζαντινή περίοδο μέχρι και την Σχολή της Κρητικής Ζωγραφικής (περιοχές Αβδού, Μιραμπέλλου, Επισκοπής Πεδιάδος και επαρχίες Σελίνου και Κισάμου), θρησκευτικά έθιμα (Πάσχα: πέραςμα προβάτων κάτω από τον επιτάφιο κ.α.), καθώς και εκκλησιαστικές συλλογές στο Βυζαντινό Μουσείο Χανίων, στο Εκκλησιαστικό Μουσείο Ρεθύμνου κ.α.
- Ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα (Πανεπιστήμιο Κρήτης, Πολυτεχνείο Κρήτης, Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο, Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων κ.α.)
- Δυνατότητα αξιοποίησης του πλούσιου μυθολογικού (Σπήλαιο του Ψυχρού και Ιδαίο Άντρο - τόπος γέννησης και ανατροφής του Δία, μύθος της Ευρώπης, Θησέας και Μινώταυρος, Τάλως και αργοναύτες κ.α.), ιστορικού (ρωμαϊκό, βυζαντινό και χριστιανικό παρελθόν, Ενετοκρατία, Τουρκοκρατία, Μάχη της Κρήτης, Ελευθέριος Βενιζέλος κ.α.) και καλλιτεχνικού πλαισίου (Νίκος Καζαντζάκης, Δομνίκος Θεοτοκόπουλος κ.α.) του προσορισμού για την δημιουργία αφήγησης και σχετικού περιεχομένου για την προβολή και προώθηση του προσορισμού και του Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού
- Ταύτιση του προσορισμού με το Sun & Beach, περιορισμένη και μη οργανωμένη αξιοποίηση, προβολή και προώθηση δευτερευόντων αρχαιολογικών χώρων (και για τον εμπλουτισμό του Sun & Beach), ανάγκες επέκτασης ωραίων και αναβάθμισης βασικών / υποστηρικτικών υποδομών (χώροι υγιεινής και εστίασης, καθαριότητα κ.α.) και μη-εκθεσιακών χώρων / τμημάτων των αρχαιολογικών χώρων και των μουσείων – συνεργασία του σωματείου «ΔΙΑΖΩΜΑ» με την Περιφέρεια Κρήτης για το σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας νέας Ολοκληρωμένης Χωρικής Επένδυσης στο Νέο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2021-2027 με αντικείμενο την Πολιτιστική διαδρομή στα Μινωικά Ανάκτορα, «MINΩΑΣ»

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης

Αξιολόγηση συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων (I)

	Αξιολόγηση	Αιτιολόγηση
 Αγροτουρισμός	✱	- Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα αναπτυσσόμενο προϊόν - Πλήθος αγροτικών κοινοτήτων και 99 παραδοσιακοί οικισμοί που διατηρούν τον κρητικό τρόπο ζωής και ζωντανή την πλούσια λαογραφική παράδοση, σημαντική τοπική αγροτική / κτηνοτροφική παραγωγή και τοπικές επιχειρήσεις, σημαντικός αριθμός αγροτουριστικών μονάδων και ξενώνων με ορισμένους να διαθέτουν καλλιέργειες ή φάρμες και να παρέχουν βιωματικές αγροτουριστικές δραστηριότητες / εμπειρίες και τοπική παραδοσιακή γαστρονομία, καθώς και δυνατότητα περαιτέρω διασύνδεσης του τουρισμού με τις τοπικές κοινωνίες και την αγροδιατροφική παραγωγή για την ανάπτυξη του προϊόντος (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Οικοτουρισμός	✱	Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα αναπτυσσόμενο προϊόν λόγω του μοναδικής ομορφιάς και σπάνιας οικολογικής αξίας φυσικού περιβάλλοντος που διαθέτει σημαντικό αριθμό προστατευόμενων περιοχών (σημαντικότερος ο Εθνικός Δρυμός της Σαμαριάς ανακηρυγμένος ως «Διατηρητέο Οικοσύστημα της Παγκόσμιας Βιόσφαιρας» από την UNESCO), χαρακτηρίζεται από έντονη ποικιλομορφία συνδυάζοντας το έντονο ανάγλυφο με τους υψηλούς ορεινούς όγκους, τα σπήλαια, τα φαράγγια (ορισμένα από τα οποία προσφέρονται για πεζοπορία), τους καταρράκτες και τους υγροβιότοπους με τη θάλασσα – υπάρχει η δυνατότητα ανάπτυξης εναλλακτικών φυσιολατρικών δραστηριοτήτων και εκτεταμένο δίκτυο περιπατητικών διαδρομών (βλέπετε επόμενη σελίδα)
 Sports & Activities	✱	Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα αναπτυσσόμενο προϊόν λόγω του φυσικού περιβάλλοντος, του κλίματος, των υποδομών και των σχετικών επιχειρήσεων που αναδεικνύουν την Κρήτη ως έναν από τους κορυφαίους ελληνικούς προορισμούς για υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες και Τουρισμό Περιπέτειας (υπασία, αναρρίχηση, ορειβασία, ποδηλασία, canyoning, ανεμοπτερισμός, skydiving, bungee jumping, windsurfing / kitesurfing, καταδύσεις κ.α.), της δυνατότητας φιλοξενίας αγώνων και προετοιμασίας αθλητών (κλίμα, ξενοδοχειακές και αθλητικές υποδομές), της διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων με εγχώριο και διεθνές τουριστικό ενδιαφέρον και των 2 γηπέδων γκολφ (βλέπετε επόμενες σελίδες)
 Γαστρονομικός Τουρισμός	☆	- Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυσσόμενο τουριστικό προϊόν στον προορισμό - Κρητική γαστρονομία και διατροφή με διεθνή φήμη και αναγνωριστικότητα, πλούσια τοπική αγροδιατροφική παραγωγή με προϊόντα ΠΟΠ / ΠΓΕ και παραδοσιακά προϊόντα, εστιατόρια με διακρίσεις στον εθνικό θεσμό των Χρυσών Σκούφων, τοπικές επιχειρήσεις εστίασης / πώλησης τοπικών προϊόντων, ορισμένα επισκέψιμα αγροκτήματα / μονάδες, γαστρονομικές εκδηλώσεις / γιορτές υπαίθρου, βιωματικές γαστρονομικές εμπειρίες, πόροι οινοτουρισμού (πιο παραγωγικός νησιωτικός αμπελώνας, οίνοι ΠΟΠ / ΠΓΕ, επισκέψιμα οινοποιεία), πρωτοβουλίες της Περιφέρειας για ανάδειξη της γαστρονομίας (βλέπετε επόμενες σελίδες)
 Τουρισμός Ευεξίας	✓	- Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν - Υποδομές, εμπειρίες και υπηρεσίες Τουρισμού Ευεξίας σε ξενοδοχειακές μονάδες που μπορούν να υποστηρίξουν τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος του προορισμού (βλέπετε επόμενες σελίδες)

Κύριο τουριστικό προϊόν

Συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν

☆ Εδραιωμένο / ιδιαίτερα αναπτυσσόμενο προϊόν

✱ Δυνατότητα ανάπτυξης και ανάδειξης του σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα αναπτυσσόμενο προϊόν

✓ Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύον προϊόν

— Προϊόν με χαμηλή σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης

Αξιολόγηση συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων (II)

Αγροτουρισμός

- Πλήθος αξιολογών αγροτικών κοινοτήτων είτε παραθαλάσσιων είτε ορεινών (Αρχάνες – πρότυπος αναπλάσμενος παραδοσιακός οικισμός, με εξαιρετικά συντηρημένα και ανακαινισμένα σπίτια, λιθόστρωτα σοκάκια, υπογειοποιημένες ηλεκτρικές παροχές ρεύματος, και ελεύθερο Internet, χωριά του Αποκόρωνα, Βάμος, Γαβαλοχώρι, Χώρα Σφακιών, Ανώγεια, Ζάκρος, Ζίρος, Μακρύς, Νεάπολη, Κριτσά κ.α.), καθώς και 99 παραδοσιακοί οικισμοί με πλούσια λαογραφική παράδοση, αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον και αυθεντική ατμόσφαιρα σε σχετική εγγύτητα με φυσικούς πόρους (βουνά, δάση, θάλασσά κ.α.) που δίνουν τη δυνατότητα στον επισκέπτη να έρθει σε επαφή με τις παραδόσεις, την γαστρονομία, τη λαϊκή τέχνη και τον αυθεντικό τρόπο ζωής των κατοίκων της Κρήτης και να συμμετάσχει σε υπαίθριες δραστηριότητες αγροτουριστικές και ενεργούς αναψυχής
- Σημαντική αγροτική και κτηνοτροφική παραγωγή, πληθώρα τοπικών πρώτων υλών και παραγόμενων τοπικών προϊόντων που αποτελούν τη βάση της Κρητικής διατροφής, οινοπαραγωγική δραστηριότητα και τοπικές αγροτικές / κτηνοτροφικές επιχειρήσεις / συνεταιρισμοί
- ~136 αγροτουριστικές μονάδες (45% στην ΠΕ Χανίων και 34% στην ΠΕ Ρεθύμνου) με ορισμένες από αυτές να διαθέτουν καλλιέργειες και φάρμες, όπου παράγονται προϊόντα βιολογικά δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες να συμμετέχουν ενεργά στην ετοιμασία του φαγητού, σε αγροτικές και κτηνοτροφικές δραστηριότητες (συλλογή ελιάς και παραγωγή ελαιολάδου, τρύγος, απόσταξη ρακής, παραγωγή μελιού, εκτροφή οικόσιτων ζώων κ.α.), να μάθουν τα μυστικά της παραδοσιακής κρητικής μαγειρικής, της παραδοσιακής βιολογικής καλλιέργειας κηπευτικών και να γευτούν παραδοσιακές συνταγές από τοπικά προϊόντα
- Δυνατότητα διασύνδεσης του τουρισμού με την αγροδιατροφική παραγωγή του προορισμού με βασική εστίαση στα προϊόντα ΠΟΠ / ΠΓΕ, την μεταποίηση αγροτικών προϊόντων, τις επισκέψιμες μονάδες, τους φυσικούς πόρους και τις αγροτικές κοινότητες / οικισμούς για την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού και του Τουρισμού Υπαίθρου

Τουρισμός Ευεξίας

- Κατάλληλες υποδομές και εξειδικευμένο προσωπικό σε ορισμένες ξενοδοχειακές μονάδες και παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών spa, θαλάσσιοθεραπείας, υδροθεραπείας και άλλων θεραπειών αναζωογόνησης και περιποίησης, συνδυασμένες με μενού φαγητού / ποτών, σε αρμονία με το concept της ευεξίας και 4 πιστοποιημένα κέντρα θαλάσσιοθεραπείας

Οικοτουρισμός

- Φυσικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από έντονο ανάγλυφο και είναι εξαιρετικά ορεινό (41% της συνολικής έκτασης της Κρήτης) με τρεις κύριες οροσειρές, την Ίδη (Ψηλορείτης, 2.456 μ.), τα Λευκά Όρη (2.454 μ.) και τη Δίκτη (Λασιθιώτικα Όρη, 2.148 μ.) που διασχίζουν το νησί κατά σειρά από τη δύση ως ανατολή, ενώ άλλα σημαντικά όρη είναι τα Αστερούσια, η νοτιότερη οροσειρά της Ελλάδας κ.α.
 - Βασικά στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος της Κρήτης αποτελούν τα πάνω από 400 φαράγγια που τέμνουν τους ορεινούς της όγκους, πολλά από τα οποία προσφέρονται για πεζοπορία και αποτελούν ιδιαίτερα εντυπωσιακούς φυσικούς σχηματισμούς (ενδεικτικά ΠΕ Χανίων: το διασημότερο περιπατητικό φαράγγι της Ευρώπης, το Φαράγγι της Σαμαριάς, ΠΕ Ρεθύμνου: Κουρταλιώτικο Φαράγγι, μέσα από το οποίο περνάει ο Μεγάλος Ποταμός που καταλήγει στην λίμνη του Πρέβελη με το ιδιαίτερου φυσικού κάλλους φοινικόδασος, ΠΕ Ηρακλείου: Φαράγγι Γαφάρη στον Ψηλορείτη που διασχίζει το δάσος του Ρουβά, ΠΕ Λασιθίου: Φαράγγι Σαρακίνας στο όρος Δίκτη κοντά στους Μύθους Ιεράπετρας), οι καταρράκτες, τα περισσότερα από 4.500 χαρτογραφημένα σπήλαια και σπηλαιοβάραθρα με ιστορικό / θρησκευτικό (χώροι λατρείας των Μινωιτών και χριστιανικές ασκητικές κοινότητες), γεωλογικό αλλά και οικολογικό ενδιαφέρον – 2 αναγνωρισμένα Παγκόσμια Γεωπάρκα της UNESCO, Σητείας και Ψηλορείτη.
- Εξαιρετικά πλούσια χλωρίδα, με πάνω από 1.828 αυτόχθονα είδη φυτών (189 ενδημικά είδη και υποείδη) και πανίδα με ~1.000 ενδημικά είδη (κυρίως ασπόνδυλα), 10 είδη ερπετών, 350 είδη πουλιών (36 από τα 48 είδη αρπακτικών που υπάρχουν στην Ευρώπη) και 34 είδη χερσαίων θηλαστικών – τα πιο γνωστά και ιδιαίτερα ζώα του προορισμού αποτελούν ο Κρητικός αϊγαγρος Capra Aegagrus Cretica (κρι κρι), σήμα κατατεθέν της Κρητικής πανίδας και υπό εξαφάνιση είδος που απαντάται στις νότιες παρυφές των Λευκών Όρων και στα νησάκια Θοδώρου, Άγιοι Πάντες και Ντία, καθώς και ο αγριόγατος Κρήτης ένα είδος με πολύ μικρούς πληθυσμούς που μέχρι το 1997 θεωρούνταν ότι έχει εξαφανισθεί
- Σημαντικός αριθμός θεσμοθετημένων περιοχών προστασίας: 1 Εθνικός Δρυμός της Σαμαριάς ανακηρυγμένος και ως «Διατηρητέο Οικοσύστημα της Παγκόσμιας Βιοσφαίρας» από την UNESCO το 1981, 1 αισθητικό δάσος (Φοινικόδασος Βάι, Λασιθίου), 53 περιοχές του δικτύου Natura 2000, 1 ελεγχόμενη κυνηγετική περιοχή, 54 καταφύγια άγριας ζωής και 5 Διατηρητέα Μνημεία της Φύσης
- Οικοτουριστικό ενδιαφέρον συγκεντρώνουν και οι υδροβιότοποι της Κρήτης που περιλαμβάνουν φυσικές λίμνες (Κουρνά Αποκορώνου με παρατηρητήριο πτηνών, Τερσανά Χανίων κ.α.) και τεχνητές λίμνες (Αγία Χανίων, μεγάλα φράγματα Μπραμιανών, Αποσελέμη, Φανερωμένης, Ποταμών κ.α.), εκβολές ποταμών, αλυκές και έλη.
- Εκτεταμένο δίκτυο περιπατητικών διαδρομών και μονοπατιών που διασχίζουν περιοχές με ιστορική, πολιτιστική και φυσιολατρική αξία και ενώνουν την Κίσαμο με τη Ζάκρο διασχίζοντας τους μεγάλους ορεινούς όγκους του νησιού, σηματοδοτημένο από την Ευρωπαϊκή Ένωση Ορεινής Πεζοπορίας και τμήμα του Ευρωπαϊκού μονοπατιού μεγάλων αποστάσεων E4.

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης

Αξιολόγηση συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων (III)



Sports & Activities

- Μοναδικό φυσικό περιβάλλον που συνδυάζει υψηλούς ορεινούς όγκους, φαράγγια, σπήλαια, δασικές εκτάσεις με τη θάλασσα και επιτρέπει την ανάπτυξη ποικίλων υπαίθριων δραστηριοτήτων ενεργούς αναψυχής και Τουρισμού Περιπέτειας, καθώς και σχετικές εξειδικευμένες επιχειρήσεις, σωματεία, σύλλογοι και υποδομές
 - **Δραστηριότητες στη στεριά:** υπασία, ορειβασία / ορεινή πεζοπορία – 10 ορειβατικά καταφύγια, αναρρίχηση – 11 αναρριχητικά πεδία (2^{ος} σημαντικότερος προορισμός της Ελλάδας μετά την Κάλυμνο), ποδηλασία / ορεινή ποδηλασία – 49 ποδηλατικές διαδρομές διαφόρων επιπέδων, ανεμοπτερισμός – 13 βασικές πλαγιές, διάσχιση / κατάβαση φαραγγίων με ειδικό τεχνικό εξοπλισμό (canyoning) με ιδιαίτερα γνωστά το σχίσμα του Χα και το φαράγγι της Άρβης, bungee jumping στο φαράγγι της Αράδαινας (υψηλότερη γέφυρα της Ελλάδας και δεύτερη στην Ευρώπη με ύψος 138μ.), σχολές skydiving στο Τιμπάκι, εκτός δρόμου οδήγηση
 - **Θαλάσσιες δραστηριότητες:** windsurfing / kitesurfing στην ΠΕ Ρέθυμνου στις παραλίες Κουρεμένους, Αμμουδαρά, Τέντας, Ελούντας και στο Κάβο Σίδερο, στην ΠΕ Χανίων, στα Φαλάσαρνα, στο Κεδροδάσος και στο Ελαφονήσι της Νότιας Κρήτης, στην ΠΕ Ηρακλείου στη Χερσόνησο, wave sailing στον βραχώδη όρμο του Παπαδιοκάμπου, οργανωμένα καταδυτικά κέντρα στη Βόρεια Κρήτη, κυρίως, και υποθαλάσσιος πλούτος π.χ. υποθαλάσσιο σπήλαιο των ελεφάντων, τμήματα βυθισμένων πλοίων, 7 ναυάγια στη λίστα με τα 91 ναυάγια που πρόσφατα απελευθερώθηκαν μέσω ΚΥΑ (Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού και Υπουργείο Εθνικής Αμύνης) για οργανωμένες καταδύσεις αναψυχής, λοιπά θαλάσσια αθλήματα
- Δυνατότητα φιλοξενίας αθλητικών εκδηλώσεων λόγω των ιδανικών καιρικών συνθηκών, του φυσικού περιβάλλοντος, του υψηλού επιπέδου ξενοδοχειακών υποδομών και των αθλητικών εγκαταστάσεων που μπορούν μετά τις απαραίτητες παρεμβάσεις συντήρησης και αναβάθμισης να εξυπηρετήσουν τόσο τις προπονητικές ανάγκες αθλητών όσο και διεθνείς αγώνες
 - Παγκρήτιο Στάδιο – Εθνικό Αθλητικό Κέντρο Ηρακλείου: πολυδύναμο αθλητικό κέντρο χτισμένο για τις ανάγκες των Ολυμπιακών αγώνων της Αθήνας 2004 με 2 γήπεδα ποδοσφαίρου διεθνών προδιαγραφών, στίβο οκτώ διαδρομών και βοηθητικό στίβο έξι διαδρομών, δημοτικό κλειστό γυμναστήριο, δημοτικό κλειστό κολυμβητήριο, αίθουσες πολλαπλών χρήσεων, αίθουσα πάλης, πυγμαχίας, ξφασκίας, χορού, άρσης βαρών, σκοποβολής, Tae Kwo Do και προσομοιωτή κωπηλασίας
- Ιδανικές κλιματικές συνθήκες και υποδομές για την άσκηση του αθλήματος του γκολφ σε όλη τη διάρκεια του χρόνου και 2 σχετικές υποδομές – γήπεδο γκολφ, Crete Golf Club, σχεδιασμένο από τον αρχιτέκτονα γηπέδων Bob Hunt, 18-ώπων, διεθνών προδιαγραφών πρωταθλημάτων (72 par), μήκους 5.850 μ., τύπου «ερήμου» με έμφαση στην αυτοφυή βλάστηση και στην δημιουργία εγκαταστάσεων φιλικών προς το περιβάλλον στη Χερσόνησο Ηρακλείου και γήπεδο 9-ώπων, Porto Elounda Golf Club, κατάλληλο για εκμάθηση και αρχαρίους
- Διαργάνωση ορισμένων αθλητικών εκδηλώσεων που μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης για (επαγγελματίες ή ερασιτέχνες) αθλητές τόσο από την Ελλάδα όσο και το εξωτερικό, όπως οι ορεινοί αγώνες δρόμου Psiloritis Race, ο Μαραθώνιος Σαμαριάς, ο δρόμος πόλης 5 & 10 χλμ. Run Greece Heraklion υπό την αιγίδα του ΣΕΓΑΣ, ο Ποδηλατικός Γύρος της Κρήτης, αγώνες ορειβατικού σκι Pierra Creta, καθώς και ιστιοπλοϊκοί αγώνες



Γαστρονομικός Τουρισμός

- Μοναδική Κρητική Γαστρονομία και Διατροφή, παγκοσμίως γνωστή και αντικείμενο μελετών σχετικά με τις ευεργετικές επιδράσεις της στην υγεία, που βασίζεται κυρίως στα τρόφιμα από φυτικές πηγές (φρέσκα και αποξηραμένα φρούτα, όσπρια, λαχανικά, ενδημικά άγρια χόρτα και αρωματικά φυτά, μη επεξεργασμένα δημητριακά και ξηροί καρποί) και στο ελαιόλαδο, στην κατανάλωση γαλακτοκομικών σε χαμηλές / μέτριες ποσότητες καθημερινά, πουλερικών και ψαριών σε εβδομαδιαία βάση και κρέατος λίγες φορές το μήνα και αποτελεί συνέχεια της παράδοσης γεύσεων, αρωμάτων, υλικών και τεχνολογιών που έχει τις ρίζες της στη μινωική εποχή
- Πλούσια τοπική αγροδιατροφική παραγωγή με τη μεγαλύτερη συγκέντρωση αναγνωρισμένων προϊόντων ΠΟΠ (ελαιόλαδο - ΠΕ Ηρακλείου: Βιάννου, Πεζά, Αρχάνες, Μεσσαρά, εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Θραψανό Ηρακλείου, ΠΕ Ρεθύμνου: Βόρειος Μυλοπόταμος, ΠΕ Χανίων: Κολυμβάρι, Αποκόρωνα, ΠΕ Λασιθίου: Σητεία, εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Σέλινο Κρήτης, πορτοκάλια Μάλμε Χανίων, θρούμπα Αμπαδιάς Ρεθύμνης, τυροκομικά / γαλακτομικά – γραβιέρα και ξυνομυζήθρα σε όλες τις ΠΕ, πεχτόγαλο Χανίων, ξύγαλο Σητείας, πευκοθυμάρωμελο σε όλες τις ΠΕ) και ΠΓΕ (ελαιόλαδο Χανιά, ελαιόλαδο Κρίτσα, σταφίδα Σουλτανίνα Κρήτης και παξιμάδι και στις 4 ΠΕ) στην Ελλάδα, παραδοσιακά αλλαντικά (απάκι, καπνιστό χοιρινό, σύγκλινα, ξιδάτα λουκάνικα), πρώτες ύλες όπως βότανα, σαλιγκάρια και καλλιέργειες όπως το χαρούπι και η αλόη
- Εστιατόρια με διακρίσεις στον εθνικό θεσμό των Χρυσών Σκούφων (Χρυσός Σκούφος: Calypso, Dionysos, Top Notch: Yacht Club, J-Tree, La Bouillabaisse, Old, 12 Βραβεία Ελληνικής Κουζίνας), μεγάλη ποικιλία τοπικών επιχειρήσεων σίτισης και διατροφής και σημεία πώλησης τοπικών / παραδοσιακών αγροδιατροφικών προϊόντων
- Ορισμένα επισκέψιμα αγροκτήματα / παραγωγικές μονάδες, γαστρονομικές εκδηλώσεις και γιορτές υπαίθρου και βιωματικές γαστρονομικές ξεναγήσεις / περιηγήσεις / διαδρομές που επιτρέπουν στον επισκέπτη να ανακαλύψει τις αυθεντικές γεύσεις, την τοπική γαστρονομία και την τοπική παραγωγή
- Σημαντικοί οινοτουριστικοί πόροι, καθώς η Κρήτη αποτελεί το σημαντικότερο οινοπαραγωγικό νησί, συγκεντρώνοντας το 15% του ελληνικού αμπελώνα, διαθέτει οίνους ΠΟΠ (ΠΕ Ηρακλείου: Αρχάνες, Πεζά, Χάνδακας-Candia, Malvasia Χάνδακας-Candia, Δάφνες, Σητεία, Malvasia Σητεία) και ΠΓΕ (Ηράκλειο, Χανιά, Ρέθυμνο, Λασιθί, Κίσαμος, Ρέθυμνο, Κρήτη), καθώς και επισκέψιμα οινοποιεία
- Αγροδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης με βασικό σκοπό την προβολή, προώθηση και ανάδειξη των προϊόντων του προορισμού, την ενίσχυση του πρωτογενούς τομέα και την άμεση διασύνδεσή του με τον τουρισμό και την εστίαση, καθώς και την δημιουργία κοινής ταυτότητας της Κρήτης ως γαστρονομικού προορισμού μέσα από την κατοχύρωση σημάτων πιστοποίησης για τα παραδοσιακά προϊόντα, τις επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, τα σημεία πώλησης προϊόντων και τα επισκέψιμα οινοποιεία και την λειτουργία του Κέντρου Κρητικής Γαστρονομίας στην Αργυρούπολη Ρεθύμνου που διαθέτει χώρο προβολής προϊόντων και σημείο ενημέρωσης επισκεπτών και παρέχει εμπειρίες γευσιγνωσίας και γαστρονομικές επιδείξεις

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης - Αξιολόγηση Προορισμού (I)

A/A	Κριτήριο	Βάρος κριτηρίου	Βαθμολογία	Σχόλια
1	Προσβασιμότητα & συνδεσιμότητα	35%	4,1	- Αεροπορική: 5,0 / 5,0 Ακτοπλοϊκή: 3,0 / 5,0 Οδική: 1,0 / 5,0 Σιδηροδρομική: 0,0 / 5,0 - Κρατικός Αερολιμένας Ηρακλείου «Νίκος Καζαντζάκης» σε απόσταση ~ 4 χλμ. / 8' από το κέντρο της πόλης του Ηρακλείου, το δεύτερο μεγαλύτερο στη χώρα σε επίπεδο αφίξεων και το πρώτο σε πτήσεις charter, με 3,3 εκατ. διεθνείς αφίξεις το 2019 και ανεπτυγμένη διεθνή αεροπορική συνδεσιμότητα (άνω των 40 αεροπορικών εταιριών και σύνδεση με πάνω από 40 χώρες κατά την καλοκαιρινή περίοδο), αλλά υποδομές που έχουν εξαντλήσει την φέρουσα ικανότητά τους, θεωρούνται κορεσμένες και δεν διαθέτουν άμεση σύνδεση με τη βασική οδική αρτηρία της Κρήτης τον ΒΟΑΚ - Αεροδρόμιο Χανίων «Ιωάννης Δασκαλογιάννης» σε απόσταση 14 χλμ. / 20' από τα Χανιά με πρόσφατα αναβαθμισμένες υποδομές υπό τη διαχείριση της Fraport Greece με σημαντική διεθνή αεροπορική συνδεσιμότητα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες (άνω των 30 αεροπορικών εταιριών και σύνδεση με πάνω από 24 χώρες κατά την καλοκαιρινή περίοδο) και 1,1 εκατ. διεθνείς αφίξεις το 2019, χωρίς άμεση σύνδεση με τον ΒΟΑΚ - Δημοτικός Αερολιμένας Σητείας «Βιτσέντζος Κορνάρος», μικρό περιφερειακό αεροδρόμιο αλλά υψηλής στρατηγικής σημασίας για την ανάπτυξη της Ανατολικής Κρήτης, με νέο αεροσταθμό, εγκαταστάμενο το 2016, με σύγχρονες εγκαταστάσεις και νέο περιβάλλοντα χώρο, χωρίς άμεση σύνδεση με τη τον ΒΟΑΚ και έλλειψη αστικής συγκοινωνίας - Λιμένας Ηρακλείου και Σούδας Χανίων, διεθνούς ενδιαφέροντος ενταγμένοι στο δίκτυο ΔΕΔ-Μ, που παρέχουν ακτοπλοϊκή συνδεσιμότητα με τον Πειραιά, με τα Δωδεκάνησα (μόνο ο Λιμένας Ηρακλείου) και το καλοκαίρι προς πολλά νησιά των Κυκλάδων (μόνο ο Λιμένας Ηρακλείου) – πλήθος δευτερευόντων λιμένων που παρέχουν σύνδεση με Κύθηρα-Αντικύθηρα (Λιμένας Κισσάμου), Κυκλάδες, Δωδεκάνησα και Πειραιά (Λιμένας Σητείας) - ΒΟΑΚ (Βόρειος Οδικός Άξονας Κρήτης) ή Αυτοκινητόδρομος (Α 90 Κίσαμος-Χανιά-Ρέθυμνο-Ηράκλειο-Άγιος Νικόλαος-Σητεία) που αποτελεί μία απαραίτητη οδική αρτηρία σε σύγκριση με τις σημερινές αναπτυξιακές ανάγκες και προτεραιότητες της Κρήτης - αναβάθμιση του ΒΟΑΚ σε κλειστό αυτοκινητόδρομο με ανισόπεδους κόμβους σε όλο το μήκος του, και παράλληλες επενδύσεις για την σύνδεσή του με πύλες εισόδου / εξόδου (Λιμένες και Αερολιμένες Χανίων, Ηρακλείου και Σητείας) του νησιού, καθώς και με κάθετους οδικούς άξονες που θα βελτιώσουν την περιφερειακή και χωρική προσβασιμότητα και συνδεσιμότητα αποτελεί βασικό έργο - Το οδικό δίκτυο της Κρήτης παρουσιάζει περιορισμένες δυνατότητες διατροπικών μεταφορών, καθώς ο ΒΟΑΚ δεν καταλήγει σε καμία πύλη εισόδου της Περιφέρειας, στερείται σύγχρονων κόμβων σύνδεσης με κάθετους άξονες που συνδέουν το βόρειο με το νότιο τμήμα, παρά τις αυξημένες απαιτήσεις που υπάρχουν από την χωρική διασπορά οικιστικών συγκεντρώσεων, σημειακών τουριστικών αναπτύξεων και παραγωγικών ζωνών του πρωτογενή τομέα, αναδεικνύοντας την επιτακτική ανάγκη βελτίωσης των κάθετων αξόνων, ενώ ακόμη πιο πιεστική είναι η ανάγκη αναβάθμισης και βελτίωσης της πρόσβασης και των συνθηκών ασφαλείας του ΒΟΑΚ.
2	Κύρια τουριστικά προϊόντα	25%	3,6	Sun & Beach (1,0 / 1,0): από τους πιο εμβληματικούς και δημοφιλείς προορισμούς της Ελλάδας με μεσογειακό κλίμα, εκτεταμένη ακτογραμμή με 117 παραλίες με Γαλάζια Σημάια, υποδομές διεθνούς αεροπορικής προσβασιμότητας, ιδιαίτερα ανεπτυγμένο δυναμικό τουριστικών καταλυμάτων / υποδομών φιλοξενίας - ζητήματα βασικών υποδομών (οδικό δίκτυο, δίκτυο ύδρευσης και αποχέτευσης, διαχείριση απορριμμάτων, καθαριότητα, έλλειψη πρασίνου), τουριστικό μοντέλο που χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα και υψηλή εξάρτηση από tour operators και all-inclusive πακέτα και συγκέντρωση της ανάπτυξης στη Βόρεια Κρήτη Ναυτικός Τουρισμός Yachting (0,125 / 0,5): καιρικές συνθήκες και εκτεταμένη ακτογραμμή που επιτρέπουν την ανάπτυξη ναυσιπλοΐας αναψυχής - βασική προϋπόθεση αποτελεί η αναβάθμιση ορισμένων υποδομών ελλιμενισμού σκαφών αναψυχής και η καλύτερη διαχείριση των υφιστάμενων λιμενικών υποδομών Ναυτικός Τουρισμός Κρουαζιέρα (0,3 / 0,5): έντονη αναπτυξιακή δυναμική της Κρήτης ως προορισμού κρουαζιέρας της περίοδο 2014-2019 και δυνατότητα ανάδειξης του προορισμού σε κόμβο περιφερειακού homeporting λόγω των αεροπορικών υποδομών και της δραστηριοποίησης διεθνών tour operators Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός (1,0 / 1,0): πλούσιο ιστορικό και πολιτιστικό (αρχαιολογικοί χώροι με σημαντικότερους Κνωσό, Σπινάλονγκα, Σπήλαιο του Ψυχρού, Φαιστό, μουσεία, φρούρια, αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί, πινακοθήκες και χώροι τέχνης κ.α.) – ανάγκη καλύτερης αξιοποίησης, προβολής και προώθησης δευτερευόντων αρχαιολογικών χώρων και αναβάθμισης υποστηρικτικών υποδομών και επέκτασης ωραρίων σε ορισμένους αρχαιολογικούς χώρους City Break (0,6 / 1,0): αστικά κέντρα (Ηράκλειο και Χανιά) με υποδομές διεθνούς αεροπορικής συνδεσιμότητας και τουριστικούς πόρους - ζητήματα: μειωμένη διεθνής αεροπορική συνδεσιμότητα πέραν της θερινής σεζόν, εποχική λειτουργία επιχειρήσεων, ταύτιση με το Sun & Beach, ελλιπής προβολή και προώθηση των σύγχρονων πόλεων MICE (0,6 / 1,0): προορισμός με διεθνή φήμη, υψηλού επιπέδου υποδομές φιλοξενίας, υποδομές για μικρά / μεσαία συνέδρια, υποδομές διεθνούς αεροπορικής συνδεσιμότητας - ζητήματα: μειωμένη αεροπορική σύνδεση με το εξωτερικό κατά την χειμερινή περίοδο, εποχική λειτουργία επιχειρήσεων και σχετικά περιορισμένη προβολή και προώθηση της Κρήτης ως προορισμού MICE

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης - Αξιολόγηση Προορισμού (II)

A/A	Κριτήρια	Βάρος κριτηρίου	Βαθμολογία	Σχόλια
3	Συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα	10%	3,1	• Αγροτουρισμός (0,6 / 1,0): πλήθος αγροτικών κοινοτήτων και 99 παραδοσιακοί οικισμοί με ζωντανό τον κρητικό τρόπο ζωής και την πλούσια λαογραφική παράδοση, σημαντική τοπική αγροτική / κτηνοτροφική παραγωγή και τοπικές επιχειρήσεις, σημαντικός αριθμός αγροτουριστικών μονάδων / ξενώνων με ορισμένους να διαθέτουν καλλιέργειες ή φάρμες και να παρέχουν βιωματικές αγροτουριστικές δραστηριότητες / εμπειρίες και τοπική παραδοσιακή γαστρονομία και δυνατότητα περαιτέρω διασύνδεσης του τουρισμού με τις τοπικές κοινωνίες και την αγροδιατροφική παραγωγή για την ανάπτυξη του προϊόντος • Οικοτουρισμός (0,6 / 1,0): φυσικό περιβάλλον μοναδικής ομορφιάς και σπάνιας οικολογικής αξίας, με σημαντικό αριθμό προστατευόμενων περιοχών (σημαντικότερος ο Εθνικός Δρυμός της Σαμαριάς ανακηρυγμένος ως «Διατηρητέο Οικοσύστημα της Παγκόσμιας Βιόσφαιρας» από την UNESCO), έντονη ποικιλομορφία (ορεινοί όγκοι, σπήλαια, φαράγγια, καταρράκτες, υδροβιότοπους) συνδυάζοντας το έντονο ανάγλυφο με τη θάλασσα και εκτεταμένο δίκτυο περιπατητικών διαδρομών • Sports & Activities (0,6 / 1,0): από τους πιο ολοκληρωμένους προορισμούς Τουρισμού Περιπέτειας (υπασία, αναρρίχηση, ορειβασία, ποδηλασία, canyoning, ανεμοπτερισμός, skydiving, bungee jumping, windsurfing / kitesurfing, καταδύσεις) στην Ελλάδα, δυνατότητα φιλοξενίας αγώνων και προετοιμασίας αθλητών (κλίμα, ξενοδοχειακές και αθλητικές υποδομές), διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων με εγχώριο και διεθνές τουριστικό ενδιαφέρον και 2 γήπεδα γκολφ • Γαστρονομικός Τουρισμός (1,0 / 1,0): Κρητική γαστρονομία και διατροφή με διεθνή φήμη και αναγνωρισιμότητα, πλούσια τοπική αγροδιατροφική παραγωγή με προϊόντα ΠΟΠ / ΠΓΕ και παραδοσιακά προϊόντα, εστιατόρια με διακρίσεις στον εθνικό θεσμό των Χρυσών Σκούφων, τοπικές επιχειρήσεις εστίασης / πώλησης τοπικών προϊόντων, ορισμένα επισκέψιμα αγροκτήματα / μονάδες, γαστρονομικές εκδηλώσεις / γιορτές υπαίθρου, βιωματικές γαστρονομικές εμπειρίες, πόροι οινοτουρισμού (πιο παραγωγικός νησιωτικός αμπελώνας, οίνοι ΠΟΠ / ΠΓΕ, επισκέψιμα οινοποιεία), πρωτοβουλίες της Περιφέρειας για ανάδειξη της γαστρονομίας • Τουρισμός Ευεξίας (0,6 / 1,0): εξειδικευμένες υπηρεσίες spa σε επιλεγμένα ξενοδοχεία με δωμάτια θεραπείας, κατάλληλο εξοπλισμό και εκπαιδευμένο προσωπικό για την ενίσχυση / εμπλουτισμό του προϊόντος με υποδομές και εμπειρίες Τουρισμού Ευεξίας
4	Διεθνής φήμη & αναγνωρισιμότητα, σημεία ενδιαφέροντος & Μνημεία UNESCO	20%	5,0	• Διεθνής φήμη & αναγνωρισιμότητα: 5,0 / 5,0 Σημεία ενδιαφέροντος: 5,0 / 5,0 Μνημεία UNESCO: 5,0 / 5,0 • Συγκρατείται στους κορυφαίους προορισμούς με πολύ υψηλή διεθνή φήμη και αναγνωρισιμότητα. – 7^{ος} προορισμός παγκόσμια με βάση τα TripAdvisor's Travelers' Choice awards στην κατηγορία των δημοφιλών / εμβληματικών ταξιδιωτικών προορισμών (έπειτα από Ευρωπαϊκούς προορισμούς όπως το Λονδίνο, το Παρίσι και η Ρώμη) • Περισσότερα από 2.000 σημεία ενδιαφέροντος (παραλίες, μουσεία, αξιοθέατα, περιηγήσεις κ.α.) με βάση την αξιολόγηση της ταξιδιωτικής πλατφόρμας του TripAdvisor για τον προορισμό «Κρήτη» • Το Φαράγγι της Σαμαριάς ανακηρύχθηκε το 1981 «Διατηρητέο Οικοσύστημα της Παγκόσμιας Βιόσφαιρας» από την UNESCO.
5	Υφιστάμενη ζήτηση	5%	5,0	• ~5,0 εκατ. αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ) βάσει στοιχείων 2019
6	Υφιστάμενη προσφορά (διαμονή)	5%	4,0	• Σύνολο ξενοδοχειακών δωματίων και ενοικιαζόμενων δωματίων: 5,0 / 5,0 – ~120,5 χιλ. ξενοδοχειακά δωμάτια και ενοικιαζόμενα δωμάτια βάσει στοιχείων 2019 • Ποσοστό ξενοδοχειακών δωματίων 4*,5* και ενοικιαζόμενων δωματίων 4Κ ως προς τον συνολικό αριθμό δωματίων: 3,0 / 5,0 – ~46,6% του συνόλου των ξενοδοχειακών και ενοικιαζόμενων δωματίων ανήκουν στις κατηγορίες 4*, 5* και 4Κ βάσει στοιχείων 2019
Συνολική βαθμολογία προορισμού			4,0/5,0	

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Αγροτουρισμός (I)

Αγροτουρισμός | Εγκαταστάσεις, υπηρεσίες και δραστηριότητες

Οι διακοπές σε αγροτουριστικό κατάλυμα στην Κρήτη συνδέονται άρρηκτα με τη φημισμένη κρητική διατροφή, όπου ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να δοκιμάσει ή/και να βοηθήσει στην προετοιμασία της. Οι περισσότερες αγροτουριστικές μονάδες έχουν ιδιόκτητες καλλιέργειες και φάρμες, όπου παράγονται προϊόντα βιολογικά. Γνήσια κρητικά προϊόντα αποτελούν τα κύρια συστατικά του φαγητού των επισκεπτών, το οποίο συνήθως είναι μαγειρεμένο από την ίδια την ιδιοκτήτρια βασισμένο πάντα σε παραδοσιακές συνταγές

- Σε κάποιους οικισμούς δίνεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να συμμετέχουν ενεργά στην ετοιμασία του φαγητού, να μάθουν τα μυστικά της παραδοσιακής κρητικής μαγειρικής, της παραδοσιακής βιολογικής καλλιέργειας κηπευτικών και της παρασκευής γλυκών μέσα από οργανωμένα μαθήματα που παρέχονται. Συνολικά στο νησί λειτουργούν 136 αγροτουριστικές μονάδες, με το 45% από αυτές να λειτουργούν στην ΠΕ Χανίων και 34% στην ΠΕ Ρεθύμνου.
- Σύμφωνα με την Ένωση Τουρισμού Υπαίθρου & Αγροτουρισμού Κρήτης, το 20% των μελών της (70 επιχειρήσεις, μέχρι 40 κλίνες) λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, ενώ οι υπόλοιπες αγροτουριστικές μονάδες λειτουργούν έως τα Χριστούγεννα, με υψηλή πληρότητα. Τα τελευταία 20 χρόνια η ζήτηση στον αγροτουρισμό της Κρήτης παρουσιάζει συνεχή αύξηση.

Πρότυπες Αγροτουριστικές Μονάδες

Αρχάνες	Άγιος Ποταμός	Σαμωνάς	Ζαρός (Ελαιώνα)	Αρόλιθος	Έναγρον Οικοτουριστικό Χωριό Αζός
• Ένας πρότυπος παραδοσιακός οικισμός, με εξαιρετικά συντηρημένα και ανακαινισμένα σπίτια, λιθόστρωτα σοκάκια, υπαίθρια ποταμίσια, ηλεκτρικές παροχές ρεύματος, και ελεύθερο Internet. • Έχουν βραβευθεί με το πρώτο βραβείο «Ολοκληρωμένης και Αειφόρου Ανάπτυξης Εξαιρετικής Ποιότητας» τον Οκτώβριο του 2000, στο πλαίσιο του διαγωνισμού που διενήργησε η Ε.Ε. και η Διεθνής Ένωση RED για την αγροτική ανάπτυξη και την αναβάθμιση χωριών.	• Ήταν αρχικά ένας μεγάλος οικισμός, χτισμένος με πέτρα και χώμα, μέσα στο Φαραγγί των Πεύκων, στο Λαοίθι, ο οποίος αναστηλώθηκε και φιλοξενεί επισκέπτες. • Αξίζει να σημειωθεί ότι πέρα από το χώρο υποδοχής, ηλεκτρικό δεν υπάρχει σε κανένα από τα σπίτια και ο κύριος φωτισμός των σπιτιών, γίνεται με λάμπες παραφίνης και κερί.	• Είναι μία ολόκληρη αναπαλαιωμένη γειτονιά που βρίσκεται στο ομώνυμο χωριό της επαρχίας Αποκορώνου στην Κρήτη, σε υψόμετρο 400μ. και απόσταση 25 χλμ. από τα Χανιά. • Οι επισκέπτες μπορούν να συμμετέχουν στο ζύμωμα του ψωμιού και το φούρνισμα, στο άρμεγμα των προβάτων και στο πηγισμό του τυριού, τη συγκομιδή καρπών ανάλογα την εποχή, τη γνωριμία με την υφαντουργία στον αργαλειό ή την κατεργασία φυσικού γυαλιού.	• Βρίσκεται στους πρόποδες του Ψηλορείτη, περίπου 46 χλμ νοτιοδυτικά του Ηρακλείου έχει δημιουργηθεί πρότυπος οικισμός μέσα στη φύση που προσφέρει πλούσιες αγροτουριστικές υπηρεσίες και δραστηριότητες.	• Βρίσκεται 11χλμ. έξω από το Ηράκλειο. Οι επισκέπτες μπορούν να δουν τη λαογραφική συλλογή στο μουσείο αγροτικής ιστορίας & λαϊκής τέχνης, να κάνουν βόλτα στα πετρόχιστα σοκάκια, ενώ μπορούν να συμμετάσχουν και σε εργαστήρια λαϊκών τεχνών.	• Βρίσκεται στους πρόποδες του Ψηλορείτη από την πλευρά του Ρεθύμνου, σε υψόμετρο ~500μ. • Εκεί έχει δημιουργηθεί ένα μικρό οικοτουριστικό χωριό με εγκαταστάσεις διαμονής, κτίρια προσαρμοσμένα στο φυσικό περιβάλλον και με πλήθος δραστηριοτήτων.

Δραστηριότητες

- Θερμοκήπια
- Αντίσκηνα για πικνίκ
- Παιδότοπους με θέμα τη φάρμα
- Ιππασία, βόλτα με άλογα
- Ποδηλασία βουνού
- Οδοιπορικό στο δάσος
- Διάσχιση φαραγγιού
- Καλλιέργεια της γης
- Ψάρεμα σε λιμνούλες
- Τάισμα ζώων
- Παρασκευή ψωμιού
- Μαθήματα μαγειρικής

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Αγροτουρισμός (II)

Σχέδιο Δράσης | Αγροτουρισμός (1)

Περιοχές-άξονες	Στρατηγικές κατευθύνσεις	Στρατηγικές δράσεις
Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	7.1.1. Ανάπτυξη υποδομών στους προορισμούς αγροτουριστικού ενδιαφέροντος	- Ενίσχυση των υποδομών που απαιτούνται για την ανάπτυξη του αμηνή αγροτουρισμού που δεν περιορίζεται σε χώρους καταλύματος παραδοσιακού τύπου, αλλά προσφέρει τη δυνατότητα δραστηριοτήτων σε αγρόκτημα, κτηνοτροφικές και τυροκομικές μονάδες καθώς και ενασχόληση με άλλες γεωργικές και οικολογικές εργασίες. Σκοπός είναι οι μονάδες να παρέχουν υλικοτεχνικές υποδομές που επιτρέπουν δραστηριότητες - Επέκταση των υποδομών αγροτουρισμού με τη δημιουργία χώρων όπου μπορούν να φιλοξενηθούν εκδηλώσεις (σεμινάρια, workshops, εκθέσεις) αγροτικού και περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος και δραστηριότητες ευεξίας και ήπιας άθλησης - Κατασκευή κτιριακών υποδομών με φυσική δόμηση και βιοκλιματική αρχιτεκτονική που θα αξιοποιεί τους φυσικούς πόρους του εδάφους και τις παραδοσιακές τεχνικές εμπλουτισμένες με τη σύγχρονη τεχνολογία για τη μέγιστη αξιοποίηση των υλικών και την ενεργειακή εξοικονόμηση - Κατασκευή μονάδων αγροτουρισμού σύμφωνα με την παραδοσιακή αρχιτεκτονική του τόπου, όπως ο εξωτερικός φούρνος, το μπουτούπκι, τα κτιστά έπιπλα (ντουλάπια, πεζούλια), το κελάρι και ο οντάς καθώς και η λέπρινη γούρνα και η καμάρια στο κέντρο του σπιτιού - Ανάπτυξη υποδομών που εστιάζουν στις οικογενειακές διακοπές με την κατασκευή υποδομών απασχόλησης παιδιών και δραστηριοτήτων που απευθύνονται σε παιδιά - Δημιουργία υποδομών κάμπινγκ εντός των αγροκτημάτων ώστε το κόστος να καταστεί προσιτό σε μεγαλύτερο εύρος επισκεπτών και να αποκτήσουν την ευκαιρία οι επισκέπτες να βρεθούν ακόμα πιο κοντά στη φύση - Ανάπτυξη υποδομών που συνδυάζουν τον αγροτουρισμό με τη λαϊκή τέχνη και τη λαογραφία του τόπου όπως ο αργαλειός και το πλέξιμο υφαντών και παραδοσιακών φορεσιών, καθώς τα παραδοσιακά πατητήρια, λιοτρίβια και ρακοκάζανα
Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος	7.2.1. Προώθηση ενός ολοκληρωμένου και συνεκτικού, αγροτουριστικού τουριστικού προϊόντος	- Δημιουργία ειδικού τμήματος του Περιφερειακού Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού DMO που θα ειδικεύεται στην προβολή & προώθηση της Κρήτης ως σύγχρονος και αναπτυσσόμενος προορισμός αγροτουρισμού και οικοτουρισμού (π.χ. συμμετοχή σε συνέδρια και εκθέσεις, παρουσία σε ιστοσελίδες και περιοδικά που ειδικεύονται στον τομέα του αγροτουρισμού και των υπαίθριων δραστηριοτήτων) - Συνεργασία με εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία και τουριστικές πλατφόρμες που απευθύνονται σε επισκέπτες που αναζητούν εξατομικευμένες εμπειρίες και δυνατότητες σύνδεσης με τη φύση και ειδικεύονται στον αγροτουρισμό, οικοτουρισμό και στις υπαίθριες δραστηριότητες - Έκδοση εξειδικευμένου διαφημιστικού και προωθητικού υλικού για την προβολή των υποδομών και τις δυνατότητες που προσφέρει η Κρήτη στον τομέα του αγροτουρισμού, που θα προωθείται αυτόνομα αλλά και συνδυαστικά με τα κύρια τουριστικά προϊόντα στις εκθέσεις και τουριστικές διοργανώσεις που έχει παρουσία η Κρήτη - Προώθηση του συνδυαστικού κρίκου μεταξύ της Κρήτης και της εξέλιξης της ιστορίας της τροφής, από τα χρόνια του Μινωικού πολιτισμού μέχρι την ανάδειξη της Κρητικής και της Μεσογειακής διατροφής, αναδεικνύοντας το ιστορικό, λαογραφικό, κοινωνικό, οικονομικό υπόβαθρο αυτής της εξελικτικής διαδικασίας, βυθίζοντας τον επισκέπτη σε έναν πλούτο βιωματικών και γνωσιακών εμπειριών που του προσφέρουν ένα ευρύτερο και βαθύτερο πλαίσιο κατανόησης της διατροφής και του αγροτουρισμού - Ανάπτυξη συνεργασιών με tour operators που αναζητούν εμπλουτισμό του κυρίαρχου τουριστικού προϊόντος του Sun & Beach ώστε να επεκταθεί το δικτυο προώθησης εκτός των ορίων ενασχόλησης με τον αγροτουρισμό
	7.2.2. Σύνδεση του Αγροτουρισμού με τον φυσικό πλούτο και τη βιοποικιλότητα της περιοχής	- Η γεωμορφολογία, οι κλιματολογικές και καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην Κρήτη, καθώς και η μακραίωνη παράδοση και το υψηλό επίπεδο αγροτικής ανάπτυξης επιτρέπουν την δημιουργία ενός ολοκληρωμένου αγροτουριστικού προϊόντος που προσφέρει την ενασχόληση με όλο το φάσμα δραστηριοτήτων όπως η κτηνοτροφία, η τυροκομία, η μελισσοκομία, η οινοποιία και η καλλιέργεια οπωροφόρων δέντρων και λαχανικών. Το φυσικό περιβάλλον της Κρήτης είναι η βάση για το συγκριτικό πλεονέκτημα του προορισμού ως προς το αγροτουρισμό και οφείλει να είναι κυρίαρχο στοιχείο κάθε στρατηγική προώθησης - Ανάπτυξη και προώθηση των δυνατοτήτων που προσφέρει ο προορισμός ώστε να δημιουργηθεί ένα αναγνωρίσιμο τουριστικό προϊόν διεθνούς επιπέδου σύμφωνα με τις διεθνείς βέλτιστες πρακτικές / πρότυπα του αγροτουρισμού με ανάδειξη της βιοποικιλότητας, της πρωτογενούς παραγωγής και τον τρόπο ζωής των κατοίκων με κατεύθυνση την προσφορά υψηλού επιπέδου υπηρεσιών

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Αγροτουρισμός (III)

Σχέδιο Δράσης | Αγροτουρισμός (2)

Περιοχές-άξονες	Στρατηγικές κατευθύνσεις	Στρατηγικές δράσεις
Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος (συνέχεια) 	7.2.2. Σύνδεση του Αγροτουρισμού με τον φυσικό πλούτο και τη βιοποικιλότητα της περιοχής (συνέχεια)	Ανάπτυξη των υπηρεσιών του αγροτουρισμού στο φυσικό περιβάλλον του προορισμού. Η βιοποικιλότητα της Κρήτης περιλαμβάνει μοναδικούς φυσικούς σχηματισμούς όπως τα δυαπρόσπιστα βουνά, που στους πρόποδες και σε χαμηλά υψόμετρα μπορούν να αναπτυχθούν αγροτουριστικές δραστηριότητες, όπως στους πρόποδες του Φυσικού Πάρκου Ψηλορείτη και στις λίμνες που βρίσκονται στις πλαγιές του (λίμνη Ζαρού) και στα Λευκά Όρη όπου μπορούν να αναπτυχθούν δραστηριότητες, στη λίμνη Κουρνά και στις πεδιάδες που βρίσκονται εντός του φυσικού πάρκου και σε παραθαλάσσιες περιοχές. Οι αγροτουριστικές δραστηριότητες στο φυσικό περιβάλλον μπορούν να διαμορφώσουν μοναδικές εμπειρίες όπως η κτηνοτροφία σε ελεύθερο χώρο, το ψάρεμα με σύνθετες και παραδοσιακές τεχνικές, η παραγωγή προϊόντων με τη χρήση των απολύτως απαραίτητων μέσων και η εκμάθηση της διαλογής των καρπών της φύσης που δεν απαιτούν ανθρώπινη παρέμβαση (χόρτα, βότανα κτλ.)
	7.2.3. Ανάπτυξη ενός ευρύτερου τουριστικού προϊόντος με σύνθετες παροχές	- Προώθηση εμπειριών αγροτουρισμού με άμεση σύνδεση με την παράδοση της περιοχής, και την έννοια της αγροτικής κοινωνίας, που δεν θα περιορίζεται σε αυτόνομες δραστηριότητες, αλλά εντάσσει τον επισκέπτη στο κοινωνικό σύνολο, καλλιεργώντας την επίγνωση ότι ο Αγροτουρισμός λειτουργεί υπέρ της τοπικής κοινωνίας, προωθώντας την αλληλεπίδραση του επισκέπτη με τους κατοίκους και την επαφή με τον τρόπο ζωής του - στόχος είναι ο επισκέπτης να νιώσει ενεργό μέλος της κοινωνίας και να συμμετέχει σε βιωματικές εμπειρίες εκτός αγροτικής ζωής όπως τα πανηγύρια και τα τοπικά έθιμα. - Ανάπτυξη αγροτουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται στην τοπική πολιτιστική δραστηριότητα όπως η γιορτή οικοτεχνίας και χειροτεχνίας στο Ηράκλειο καθώς και οι παραδόσεις που σχετίζονται με τη διαδικασία του τρύγου και του ρακοκάζανου καθώς δεν αποτελούν απλά αγροτικές εργασίες αλλά μία ευρύτερη γιορτή που αποτελεί άυλη πολιτιστική κληρονομιά με έντονα παραδοσιακά στοιχεία και συμβολισμούς - Προώθηση του αγροτουρισμού και της σύνδεσης με τον πολιτιστικό πλούτο της Κρήτης. Η καλλιέργεια της γης και η επαφή του ανθρώπου με τις αγροτικές δραστηριότητες ξεκινούν πριν χιλιάδες χρόνια στην Κρήτη. Ο επισκέπτης μπορεί να γνωρίσει την εξέλιξη της τεχνολογίας και των εργαλείων καθώς διασώζονται δείγματα των εργαλείων που χρησιμοποιούσαν κατά τη Μινωική Περίοδο, κτίσματα που λειτουργούσαν ως αποθήκες και τεχνικές καλλιέργειας. Ιστορικό και λαογραφικό ενδιαφέρον παρουσιάζει και η αρχιτεκτονική των αγροτικών και των αρχοντικών σπιτιών από τον 17ο αι. και έπειτα καθώς διαμορφώθηκαν σε μεγάλο βαθμό με βάση την οικιακή κτηνοτροφία, την επεξεργασία και την αποθήκευση των καρπών, σιτηρών, βοτάνων κτλ. - Δημιουργία ολοκληρωμένων εμπειριών επαφής του επισκέπτη με όλα τα στάδια παραγωγής, την καλλιέργεια, τη συγκομιδή, τη συσκευασία την ήπια αποθήκευση / συντήρηση, την παρασκευή φαγητού και την οινοποίηση με έμφαση στις πρακτικές βιοκαλλιέργειας, στην εξοικονόμηση ενέργειας και στον περιορισμό της κατανάλωσης.
Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός 	7.3.1. Αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων και υπηρεσιών για ενίσχυση του Αγροτουρισμού	- Δημιουργία ψηφιακού υλικού προβολής και εφαρμογή σύγχρονων τεχνικών προώθησης μέσω ψηφιακών εργαλείων που εξασφαλίζουν την πρόσβαση σε τμήματα πελατείας όπως οι Gen-Z - Δημιουργία σύγχρονης και εύχρηστης ολοκληρωμένης ψηφιακής πύλης Αγροτουρισμού σε πολλαπλές γλώσσες βελτιστοποιημένων για πολλαπλούς τύπους συσκευών –που θα αποτελούν τμήμα της ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό- με σκοπό την πληροφόρηση σχετικά με τους φυσικούς πόρους, τις πεζοπορικές και ποδηλατικές διαδρομές, τις αποστάσεις, τα τοπόσημα και τα αξιοθέατα, τα παρατηρήσιμα φύσης, τα καταφύγια κ.α., καθώς και τις υπάρχουσες εμπειρίες / επιχειρήσεις Αγροτουρισμού

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Αγροτουρισμός (iV)

Σχέδιο Δράσης | Αγροτουρισμός (3)

Περιοχές-άξονες	Στρατηγικές κατευθύνσεις	Στρατηγικές δράσεις
Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός (συνέχεια) 	7.3.1. Αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων και υπηρεσιών για ενίσχυση του Αγροτουρισμού (συνέχεια)	- Συνεργασία με ψηφιακές πλατφόρμες και forums που ειδικεύονται στον τομέα του αγροτουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο και αποτελούν οδηγό για τους ταξιδιώτες που αναζητούν την αυθεντική και βιωματική εμπειρία του αγροτουρισμού - Δημιουργία ενός ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος που θα προβάλλεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και από ταξιδιωτικούς bloggers σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις του αγροτουρισμού. Στόχος το πλήθος των επιλογών και το ολοκληρωμένο αγροτουριστικό προϊόν που μπορεί να παρέχει η Κρήτη (μεγάλη ποικιλία σε δραστηριότητες όπως τρύγος, διαδικασία παραγωγής κρασιού και ρακής, μελισσοκομία, τυροκομία, ποικιλία γεωργικών εργασιών σε οπωροκηπευτικά, σιτηρά και βότανα) να ενταχθεί στον ψηφιακό χάρτη των αγροτουριστικών προορισμών ως κορυφαίος προορισμός μέσα από δημοσιεύσεις, βραβεύσεις και συμμετοχή σε διεθνείς λίστες - Εκπαιδευτικά προγράμματα που θα απευθύνονται σε μαθητές, θα διοργανώνονται μέσω των σχολικών μονάδων και θα φιλοξενοούνται σε αγροτουριστικές μονάδες της περιοχής
Προστασία περιβάλλοντος & αειφορία 	7.4.1. Σύνδεση του Αγροτουρισμού με εκπαιδευτικά προγράμματα 7.4.2 Κανονιστικό και νομοθετικό πλαίσιο που θα υπαγορεύει τη λειτουργία των αγροτουριστικών μονάδων	- Εκπαιδευτικά προγράμματα και εκστρατείες ενημέρωσης των επισκεπτών για την ευαισθητοποίηση / κινητοποίηση της περιβαλλοντικής συνείδησης, την ενημέρωση για τα είδη της χλωρίδας, της πανίδας και τα καλλιέργησιμα προϊόντα, τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και την ανάπτυξη δεξιοτήτων και γνώσεων σχετικά με την αυτάρκεια, τον περιορισμό της κατανάλωσης και την αειφόρα καλλιέργεια - Προγράμματα κατάρτισης και εκπαίδευσης της τοπικής κοινωνίας και των ενδιαφερόμενων σχετικά με τις αρχές και τα οφέλη του Αγροτουρισμού, τις μεθόδους καλλιέργειας με βάση τη βιωσιμότητα και την αειφορία, τη μεταποίηση τροφίμων και την οικολογία - Υιοθέτηση διεθνών καλών πρακτικών στον τομέα του Αγροτουρισμού (εξοικονόμηση ενέργειας / νερού, βιολογικά προϊόντα, οργανικά απόβλητα, κτλ.) - Ολοκληρωμένο θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας αγροτουριστικών μονάδων που θα είναι σύμφωνο με τα ευρωπαϊκά πρότυπα και εξειδικευμένο / προσαρμοσμένο στις ιδιαιτερότητες της ελληνικής επιχειρηματικότητας, κουλτούρας και των δυνατοτήτων του φυσικού περιβάλλοντος, τμήμα μακροχρόνιας στρατηγικής και ανάπτυξης - Ευελιξία στο νομοθετικό πλαίσιο και τις άδειες σχετικά με τη δυνατότητα ανάπτυξης πολλών δραστηριοτήτων εντός της αγροτουριστικής μονάδας (υπηρεσίες καταλύματος, εστίασης, παρασκευής φαγητού από τους επισκέπτες, αγροτική παραγωγή και ήπιες υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες) - Μελέτη για τις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής στις τοπικές καλλιέργειες. Πρόβλεψη για το επιπτώσεις που θα έχει η αύξηση της θερμοκρασίας και τα ακραία καιρικά φαινόμενα στα οικοσυστήματα ζώα και την κτηνοτροφία καθώς και στις τοπικές καλλιέργειες όπως τα οπωροκηπευτικά, τα εσπεριδοειδή και στις καλλιέργειες που αναπτύσσονται στην Κρήτη όπως το αβοκάντο, οι μπανάνες, η αλόη και το χαρούπι
Ενίσχυση δεξιοτήτων & ανάπτυξη επιχειρηματικότητας 	7.5.1. Εφαρμογή συστήματος πιστοποιήσεων για τη διασφάλιση της ποιότητας και της ασφάλειας των υποδομών και των εμπειριών αγροτουρισμού	- Προώθηση / ενθάρρυνση/ στήριξη απόκτησης του Ειδικού Σήματος Αγροτουρισμού καθώς και άλλων επικουρικών σχετικών σημάτων πιστοποίησης (π.χ. Πράσινο Πιστοποιητικό: πρόγραμμα που πιστοποιεί τις γνώσεις στον αγροτικό χώρο και στον αγροτουρισμό) ώστε να διασφαλίζεται η ποιότητα και η ασφάλεια του παρεχόμενου προϊόντος. Σύνδεση της πιστοποίησης αγροτουριστικής δραστηριότητας με τοπικές πιστοποιήσεις που σχετίζονται με την κρητική κουζίνα - Δίκτυο σημάτων πιστοποίησης σε επιχειρήσεις αγροτουριστικού ενδιαφέροντος που ασχολούνται με τη μεταποίηση, την οικολογία και τη διάθεση και πώληση τοπικών αγροτικών προϊόντων - Πιστοποιήσεις βιολογικής και βιώσιμης καλλιέργειας καθώς και βιώσιμης κτηνοτροφίας και σεβασμού στα οικοσυστήματα ζώα - Επέκταση της συνεργασίας με το Ίδρυμα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση ώστε το οικολογικό σήμα ποιότητας για τουριστικές μονάδες «Green Key» να ισχυροποιηθεί και να αξιοποιηθεί στην ενιαία στρατηγική μάρκετινγκ - Ανάδειξη και επέκταση της πιστοποίησης “We do local” ώστε να δοθεί κίνητρο στις επιχειρήσεις να προάγουν τα τοπικά ήθη και έθιμα, την τοπική κουζίνα και τον πρωτογενή τομέα του τόπου

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Αγροτουρισμός (V)

Σχέδιο Δράσης | Αγροτουρισμός (4)

Περιοχές-άξονες	Στρατηγικές κατευθύνσεις	Στρατηγικές δράσεις
Ενίσχυση δεξιοτήτων & ανάπτυξη επιχειρηματικότητας 	7.5.2 Παροχή κινήτρων για την ανάπτυξη αγροτουριστικών μονάδων	• Παροχή κινήτρων και ενισχύσεων για την μετάβαση σε βιολογικές και βιώσιμες καλλιέργειες • Παροχή κινήτρων και χρηματοδοτικών σχημάτων για την επέκταση των αγροτουριστικών μονάδων σε πολλαπλές δραστηριότητες όπως ήπιας άθλησης και γαστρονομίας • Ανάπτυξη συμβουλευτικών υπηρεσιών και σεμιναρίων mentoring προς τις αγροτουριστικές μονάδες ώστε να αναπτύξουν σύγχρονες τεχνικές διοίκησης και να ισορροπήσουν αποτελεσματικά μεταξύ της αγροτικής ασχολίας και των υπηρεσιών φιλοξενίας. Δημιουργία συμβουλευτικών υπηρεσιών από φορείς και ενώσεις αγροτουριστικών επιχειρήσεων σε συνδυασμό με φορείς του τουρισμού (DMO) ώστε οι αγροτουριστικές μονάδες να αξιοποιήσουν τις σύγχρονες τεχνικές μάρκετινγκ διατηρώντας την έννοια της αυθεντικότητας
	7.5.3 Καλλιέργεια κουλτούρας εξειδίκευσης και ανάπτυξης συνεργασιών	• Επέκταση των συνεργατικών φορέων και των ενώσεων αγροτουρισμού, με την ένταξη περισσότερων επιχειρήσεων και τη γεωγραφική επέκταση. Ενίσχυση της δράσης της «Ένωσης Αγροτουρισμού Κρήτης» και της «μελισσοκομίας Κρήτης» • Προγράμματα κατάρτισης και εκμάθησης ψηφιακών δεξιοτήτων για τους ιδιοκτήτες και εργαζόμενους αγροτουριστικών μονάδων με στόχο την αναβάθμιση των τεχνικών προώθησης και την παροχή υπηρεσιών • Δυναμική συνεργασία μεταξύ των φορέων και των σωματείων διαχείρισης του αγροτουρισμού με συνεχή διάλογο, ενιαίο πλαίσιο στρατηγικής και ανάπτυξης με επίκεντρο τη βελτίωση των υποδομών, την προώθηση και την κατάρτιση των επαγγελματιών του κλάδου (δίκτυο μεταξύ του Ελληνικού Κέντρου Αγροτουρισμού, του Συνδέσμου Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδος και της Ένωσης Αγροτουρισμού Κρήτης) • Συμμετοχή των ενδιαφερόμενων επιχειρηματιών και αγροτών σε σεμινάρια και προγράμματα αγροτουριστικής εκπαίδευσης • Συνεργασία των επιχειρήσεων αγροτουρισμού με τοπικούς αγροτικούς συνεταιρισμούς και τους συνεταιρισμούς οικοτεχνίας

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Οικοτουρισμός (I)

Οικοτουρισμός | Τοπία, χλωρίδα και πανίδα

Η Κρήτη έχει να επιδείξει ένα ξεχωριστής ομορφιάς και οικολογικής αξίας φυσικό περιβάλλον, το οποίο αποτελείται από αξιόλογους φυσικούς σχηματισμούς όπως φαράγγια, σπήλαια, οροπέδια και ορεινούς όγκους, πλούσια πανίδα και χλωρίδα, τοπία φυσικού κάλλους, κτλ., τα οποία προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών.

Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους

- **Περιοχές «Natura 2000»:** Περισσότερες από 50 περιοχές της Κρήτης είναι ενταγμένες στο Ευρωπαϊκό δίκτυο «Natura 2000», για τη διατήρηση των φυσικών οικοτόπων, της άγριας πανίδας και χλωρίδας.
- **Περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους** που είναι ενταγμένες σε προγράμματα προστασίας, όπως το Natura 2000, είναι οι ορεινοί όγκοι της Δίκτης, του Ψηλορείτη, του Κέντρου, των Αστερουσίων, του Γιούχτα και της Θρυπτής, οι χερσόνησοι της Γραμβούσας, του Ροδωπού και του Κάβο Σίδερο, όλες οι νησίδες που περιβάλλουν την Κρήτη και περιοχές όπως το Λαφονήσι, η Γεωργιούπολη, το Ακρωτήριο Λίθινο, οι ακτές δυτικά του Ρεθύμνου και άλλες.
- Ο Εθνικός Δρυμός του φαραγγιού της Σαμαριάς εντάχθηκε το 2010 στο **Παγκόσμιο Δίκτυο Αποθεμάτων Βιόσφαιρας της UNESCO**.
- Το «Φυσικό Πάρκο Ψηλορείτη», που συγκαταλέγεται στα **Ευρωπαϊκά Γεωπάρκα**, εντάσσεται στη λίστα των **Παγκόσμιων Γεωπάρκων της UNESCO**.
- Το Φοινικόδασος του Βάι, είναι το μοναδικό φοινικόδασος στην Ευρώπη και έχει χαρακτηριστεί ως **Ειδικά Προστατευόμενη Μεσογειακή Περιοχή & ως Ζώνη Ειδικής Προστασίας**.

Χλωρίδα & Πανίδα

- Η Κρήτη χαρακτηρίζεται από μια εξαιρετική ποικιλομορφία τοπίων που, σε συνδυασμό με την απομονωμένη γεωγραφική της θέση, συγκεντρώνει έναν πολύ μεγάλο αριθμό ειδών χλωρίδας. Έχουν καταγραφεί **περίπου 1.700 είδη φυτών**, από τα οποία τα 170 είναι ενδημικά της Κρήτης.
- Σε κάποιες απομονωμένες περιοχές του νησιού, κυρίως στα Λευκά Όρη και σε νησίδες, συναντώνται πολλά σπάνια στενοενδημικά είδη και υποείδη, δηλαδή φυτά, που έχουν εντοπιστεί μόνο στη συγκεκριμένη περιοχή (π.χ. ενδημικές ορχιδέες).
- Υπολογίζεται ότι τα **ενδημικά είδη πανίδας στην Κρήτη είναι περίπου 1000**, ενώ τα περισσότερα από αυτά είναι ασπόνδυλα. Τα πιο γνωστά και ιδιαίτερα ζώα που μπορεί κανείς να συναντήσει είναι ο Κρητικός αίγαγρος Capra Aegagrus-Cretica (κρι-κρι), σήμα-κατατεθέν της Κρητικής πανίδας και υπό εξαφάνιση είδος που απαντάται στις νότιες παρυφές των Λευκών Ορών και στα νησάκια Θοδώρου, Άγιοι Πάντες και Ντία, και επίσης ο αγριόγατος ένα είδος με πολύ μικρούς πληθυσμούς που μέχρι το 1997 θεωρούνταν ότι έχει εξαφανισθεί.
- Η ορνιθοπανίδα της Κρήτης, θεωρείται μια από τις πλουσιότερες της Ευρώπης, καθώς φιλοξενεί περισσότερα από 350 είδη πτηνών. Στα κρητικά βουνά παρατηρείται ο μεγαλύτερος νησιωτικός πληθυσμός από γύπες στον κόσμο, ενώ, μαζί με την Κορσική, φιλοξενούν τα τελευταία ζευγάρια γυπαετών των Βαλκανίων. Η Κρήτη λόγω της γεωγραφικής θέσης, αποτελεί σταθμό για δεκάδες είδη μεταναστευτικών πουλιών, στο πέρασμα τους από και προς την Αφρική.
- Επιπλέον, σημαντική παρουσία στις ακτές του νησιού έχει η φώκια Monachus-Monachus, το κοινό δελφίνι και η θαλάσσια χελώνα Carreta-Carreta.

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Οικοτουρισμός (II)

Οικοτουρισμός | Άλλοι φυσικοί πόροι & δραστηριότητες

Η Κρήτη έχει να επιδείξει ξεχωριστής ομορφιάς και οικολογικής αξίας φυσικό περιβάλλον, το οποίο αποτελείται από αξιόλογους φυσικούς σχηματισμούς όπως φαράγγια, σπήλαια, οροπέδια και ορεινούς όγκους, πλούσια πανίδα και χλωρίδα, τοπία φυσικού κάλλους, κτλ., τα οποία προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών.

Άλλοι Φυσικοί Πόροι & Δραστηριότητες

- **Φαράγγια:** Στην Κρήτη, γνωστή και ως «Χώρα των Φαραγγιών» βρίσκονται περισσότερα από 400 φαράγγια. Η επαρχία των Σφακιών, στους πρόποδες των Λευκών Ορέων, φιλοξενεί το διασημότερο περιπατητικό φαράγγι της Ευρώπης, το Φαράγγι της Σαμαριάς. Στην ΠΕ Χανίων υπάρχει μεγάλο πλήθος πεζοπορικών φαραγγιών, πολλά εκ των οποίων είναι καταπράσινα. Στο Ρέθυμνο υπάρχουν αρκετά προσβάσιμα όμορφα φαράγγια. Το πιο γνωστό είναι το Κουρταλιώτικο, μέσα από το οποίο περνάει ο Μεγάλος Ποταμός που καταλήγει στην πανέμορφη λίμνη του Πρέβελη. Πολλά φαράγγια υπάρχουν και στο Ηράκλειο, με τα περισσότερα από αυτά να διασχίζουν τους όγκους του Ψηλορείτη και των Αστερουσίων Ορέων. Τα Αστερούσια διαθέτουν υπέροχα πεζοπορικά φαράγγια, με πιο σημαντικά του Αγιοφάραγγου, του Μάρτσαλου και του Τράφουλα. Ωστόσο, το διασημότερο φαράγγι είναι του Γάφαρη στον Ψηλορείτη, που διασχίζει το μαγευτικό δάσος του Ρούβα. Στην Ανατολική Κρήτη τα περισσότερα φαράγγια είναι συνήθως ξηρά κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, χωρίς ωστόσο να λείπουν μερικές καταπράσινες οάσεις, όπως το φαράγγι του Ρίχτη.
- **Σπήλαια:** Η τραχιά μορφολογία της Κρήτης είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ύπαρξη πολυάριθμων σπηλαίων. Επισκέψιμα είναι τα σπήλαια του Ψυχρού, του Μελιδονίου και του Σφενδόνη στα Ζωνιανά. Εκτός από τα επισκέψιμα σπήλαια με θρησκευτική ή ιστορική αξία, η Κρήτη διαθέτει περισσότερα από 4.500 χαρτογραφημένα σπήλαια – σπηλαιοβάραθρα, με πλούσιο διάκοσμο και μοναδική πανίδα. Περιοχές που φιλοξενούν μεγάλο αριθμό σπηλαίων, είναι η περιοχή του όρους Στρούμπουλα στο Ηράκλειο, τα Γεωπάγκα Σητείας και Ψηλορείτη και το Μελιδόνι στα Λευκά Όρη.
- **Καταρράκτες:** Στο έντονο ανάγλυφο της Κρήτης, τα ποτάμια, κατά την πορεία τους μέσα στα φαράγγια, συναντούν μεγάλα ρήγματα και απόκρημνες καταβάσεις, δημιουργώντας εκατοντάδες μικρούς και μεγάλους καταρράκτες. Οι πιο γνωστοί προσβάσιμοι καταρράκτες με νερό όλο το χρόνο είναι του Κουρταλιώτη, του Ρίχτη στη Σητεία και του Μυλωνά στην Ιεράπετρα. Εντυπωσιακοί καταρράκτες σχηματίζονται το χειμώνα στο μεγάλο ρήγμα των Αστερουσίων, με τους πιο γνωστούς να είναι ο Λιχνιστής στο Μαριδάκι και ο επιβλητικός καταρράκτης του Αμπά στους Παρανύμφους.
- **Υδροβιότοποι:** Υδροβιότοποι που φιλοξενούν μεγάλους πληθυσμούς παρυδάτιων πτηνών υπάρχουν σε όλη την Κρήτη. Οι γνωστότεροι βρίσκονται στις εκβολές των ποταμών Αποσελέμη, Αναποδάρη, Αλμυρού Μαλεβιζίου, Μεγάλου Ποταμού του Πρέβελη, Αλμυρού Μιραμπέλου, Κυλιάρη και των ποταμών της Γεωργιούπολης. Άλλες εξαιρετικά σημαντικές τοποθεσίες είναι οι αλυκές του Ξερόκαμπου, της Γαύδου & της Χρυσής και τα έλη των Μαλίων, της Καταλυκής και της Φαλάσαρνας.
- **Λίμνες:** Η μεγαλύτερη φυσική λίμνη της Κρήτης βρίσκεται στον Κουρνά Αποκορώνου. Μικρές φυσικές λίμνες με νερό όλο το χρόνο βρίσκονται στον Τερσανά Χανίων, στο Μοχό και στο Θραιψιανό, ενώ εποχικές λίμνες βρίσκονται στην Ορνέ, στο Παρακαλούρι, στη Ζίρο, στον Ομαλό Βιάννου, στον Αχεντριά, στο Στρούμπουλα, σε διάφορα οροπέδια του Μιραμπέλου, στη Γέργερη και σε πολλά άλλα σημεία. Τεχνητές λίμνες βρίσκονται στην Αγία Χανίων, στα μεγάλα φράγματα Μπραμμιανών, Αποσελέμη, Φανερωμένης, Ποταμών και στα πολυάριθμα μικρά φράγματα της ενδοχώρας του Ηρακλείου.
- **Ορεινοί Όγκοι:** Ένα μεγάλο μέρος της Κρήτης καλύπτεται από ψηλά βουνά. Οι βασικοί ορεινοί όγκοι είναι οι οροσειρές της Δίκτης στο Λασιθί, του Ψηλορείτη στην Κεντρική Κρήτη και των Λευκών Ορέων στα Χανιά.
- **Ζωντανά Μνημεία:** Κάποια δέντρα της Κρήτης, λόγω του μεγέθους τους ή κάποιου θρύλου που τα συνοδεύει, έχουν χαρακτηριστεί ως μνημεία της φύσης. Από τα πιο γνωστά είναι ο αειθαλής πλάτανος της Αρχαίας Γόρτυνας.
- **Δραστηριότητες:** Η Κρήτη, κάθε άνοιξη και φθινόπωρο, φιλοξενεί τεράστιο αριθμό αποδημητικών πουλιών στους πολυάριθμους εποχικούς υδροβιότοπους. Για τη μελέτη τους και την παρατήρησή τους, έχουν δημιουργηθεί/οριοθετηθεί παρατηρητήρια, όπως στη Λίμνη Κουρνά και σε άλλες περιοχές της Κρήτης.

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Γαστρονομικός Τουρισμός (I)

Γαστρονομικός Τουρισμός

Τα κρητικά προϊόντα και η κρητική κουζίνα διεκδικούν σημαντική θέση στη διεθνή γαστρονομία λόγω της αναγνωρισμένης υψηλής τους ποιότητας και των ευεργετικών επιδράσεων στην υγεία. Η Κρήτη διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα στον αγροδιατροφικό τομέα και η κρητική διατροφή έχει χαρακτηριστεί ως «άυλη πολιτιστική κληρονομιά της ανθρωπότητας» από την UNESCO (2011).

Κρητικά Αγροτικά Προϊόντα	Από την ανάλυση των εξειδικεύσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο προκύπτει ότι η Κρήτη έχει διαμορφώσει ισχυρά πλεονεκτήματα στα κηπευτικά, στη μικτή γεωργία και στην κτηνοτροφία. Καθόλη τη διάρκεια του έτους διοργανώνονται γιορτές με επίκεντρο τα κρητικά προϊόντα: Γιορτή Ξινόχοντρου και Μουζουδιά, Πορτοκαλιού, Τσικουδιάς, Τυριού και Βοσκού, Λαδιού, Πατάτας, Μελιού, Ξεροτήγανου, Καλτσουνιού κτλ. Στην Κρήτη υπάρχουν 18 προϊόντα ζωικής και φυτικής παραγωγής, χαρακτηρισμένα ως προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π.) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε.). • Ελαιόλαδο και ελιές: 11 αναγνωρισμένα ΠΟΠ και ΠΓΕ ελαιόλαδα και οι βρώσιμες ελιές Θρούμπα Αμπαδιάς Ρεθύμνης, χαρακτηρισμένες ως ΠΟΠ • Γαλακτοκομικά προϊόντα: Τέσσερα είδη τυριών είναι χαρακτηρισμένα ως ΠΟΠ. Η γραβιέρα Κρήτης, η ξινομυζήθρα Κρήτης, το πηχτόγαλο Χανίων και το ξύγαλο Σητείας. Εξαιρετικά είναι επίσης και διάφορα λευκά και κίτρινα τυριά όπως τα ανθότυρο, μυζήθρα, κεφαλοτύρι, μαλάκα, στάκα και τυροζούλι. • Χόρτα και ενδημικά βότανα: απαραίτητο συστατικό της κρητικής διατροφής. • Φρούτα: Τα φρούτα, κυρίως εσπεριδοειδή, ευδοκμούν σε πολλές περιοχές της Κρήτης. Φημισμένα είναι τα πορτοκάλια της περιοχής του Μάλεμε Χανίων (ΠΟΠ), όπως και της περιοχής του πεδινού Μυλοποτάμου, τα κεράσια Γερακαρίου, οι μπανάνες Άρβης και τα μήλα Οροπεδίου. • Κρέας: Κυρίως αρνί, κατσίκι και λευκό κρέας (κοτόπουλο, κουνέλι) • Παραδοσιακά αλλαντικά: Το απάκι, καπνιστό χοιρινό, τα σύγκλινα και τα ξιδάτα λουκάνικα αποτελούν χαρακτηριστικούς μεζέδες στο τραπέζι των Κρητικών. • Ψωμί και Παξιμάδι: Το κρητικό παραδοσιακό ψωμί, όπως και το παξιμάδι αντίστοιχα, αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι της κρητικής κουλτούρας. • Χοχλιοί: Ιδιαίτερος και χαρακτηριστικός μεζές της Κρήτης είναι τα σαλιγκάρια ή αλλιώς οι χοχλιοί. • Μέλι: Βασικό προϊόν της Κρήτης, συνδέεται με την πλούσια βιοποικιλότητα των αρωματικών φυτών και βοτάνων που ευδοκμούν στο νησί. • Τσικουδιά: Το αγαπημένο ποτό των Κρητικών, η τσικουδιά ή ρακή, προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ), εμφανίζεται σε όλες τις εκφάνσεις της κοινωνικής ζωής των Κρητών και έχει συνδεθεί με τη φιλοξενία και την ευγένεια τους. • Κρασί: Αναπόσπαστο κομμάτι της κρητικής διατροφικής κουλτούρας και της κρητικής φιλοξενίας. Οι πιο φημισμένες ποικιλίες είναι τα λευκά, βηλάνα, βιδιανό, δαφνί, θραψαθήρι, μαλβαζία, μοσχάτο, πλυτό και τα κόκκινα με πρωταγωνιστές το κοιτοφάλι, το λιάτικο και το μαντηλάρι.
Σήματα Πιστοποίησης	• Η Περιφέρεια Κρήτης δημιούργησε το σήμα «ΚΡΗΤΗ» για τη σήμανση των παραδοσιακών τοπικών προϊόντων, με στόχο την ανάδειξη της ποιότητας, της εντοπιότητας και του παραδοσιακού χαρακτήρα των κρητικών προϊόντων. • Το Σήμα ποιότητας κρητικής κουζίνας αναπτύχθηκε με πρωτοβουλία της Περιφέρειας Κρήτης και αποδίδεται σε εστιατόρια και χώρους μαζικής εστίασης που ακολουθούν τις αρχές της κρητικής διατροφής και χρησιμοποιούν κυρίως ντόπια προϊόντα και αποκλειστικά εξαιρετικά παρθένο κρητικό ελαιόλαδο.

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Γαστρονομικός Τουρισμός (II)

Σχέδιο Δράσης | Γαστρονομικός Τουρισμός (1)

Περιοχές-άξονες	Στρατηγικές κατευθύνσεις	Στρατηγικές δράσεις
Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών 	10.1.1 Ανάπτυξη και βελτίωση υποδομών πρόσβασης και προώθησης τοπικής γαστρονομίας και τοπικών προϊόντων	- Δημιουργία γαστρονομικού μουσείου που θα αναδεικνύει την Κρητική Διατροφή, την ιστορία και την εξέλιξη της στο πέρασμα των χρόνων, τις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής, συντήρησης και τυποποίησης καθώς και τις συνήθειες της φιλοξενίας - Εκσυγχρονισμός των τοπικών μονάδων τυροκομίας και κτηνοτροφίας ώστε να μετατραπούν σε επισκέψιμους χώρους - Αξιοποίηση ελαιολιβιών, οινολιπών και χώρων όπου παράγεται η ρακή με τη δημιουργία κατάλληλων υποδομών που θα επιτρέψουν τη φιλοξενία επισκεπτών και την οργάνωση σεμιναρίων παραγωγής λαδιού, κρασιού και ρακής καθώς και την πραγματοποίηση εκδηλώσεων γευσισγνωσίας - Προώθηση τοπικών προϊόντων σε ξενοδοχειακές μονάδες και άλλα καταλύματα όχι μόνο για χρήση αλλά και για πώληση, αναδεικνύοντας πεδία συνεργασιών στην αλυσίδα της τουριστικής βιομηχανίας
Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος 	10.2.1 Ανάπτυξη και προώθηση ολοκληρωμένου και υψηλού επιπέδου εμπειριών γαστρονομικού τουρισμού.	- Εδραίωση του brand «Κρητική Κουζίνα» στην κατηγορία των κορυφαίων γαστρονομικών ταυτοτήτων με βάση την αυτονομία στην παραγωγή, καθώς στο νησί παράγεται όλο το εύρος των πρώτων υλών, την υψηλή ποιότητα, το ιδιαίτερο συνδυασμό γεύσεων και πρώτων υλών που οδηγεί σε μοναδικές συνταγές και την μακραίωνη παράδοση της φιλοξενίας - Αξιοποίηση των πιστοποιήσεων που δίνονται σε επιχειρήσεις εστίασης, αγροτουριστικές μονάδες, μονάδες τυποποίησης και ξενοδοχεία και προάγουν την παραδοσιακή κουζίνα και την ποιότητα των πρώτων υλών. Ενδεικτικά, η αύξηση της αναγνωρισιμότητας των πιστοποιήσεων "We do local" και "Κρητική Κουζίνα" και οι βραβεύσεις ξενοδοχείων αναμένεται να αναδείξουν/προωθήσουν περαιτέρω τη γαστρονομική ταυτότητα του προορισμού - Διασύνδεση του οινοτουρισμού και των προϊόντων ΠΟΠ/ΠΓΕ για τη δημιουργία ολοκληρωμένης γαστρονομικής εμπειρίας βασισμένης στην κρητική γαστρονομική παράδοση. Η γραβιέρα και η ξινομυζήθρα Κρήτης, τα παξιμάδια, τα χόρτα, το ελαιόλαδο και τα τοπικά αλλαντικά μπορούν να αξιοποιηθούν σε εκδηλώσεις οινογευσίας ώστε να αναδειχθεί η ενιαία ταυτότητα της Κρητικής Κουζίνας - Στρατηγική ανάδειξης της Κρήτης ως διεθνής προορισμός foodies βασισμένος στην παράδοση, στο συνδυασμό γεύσεων και στην υγιεινή διατροφή που χαρίζει μακροζωία. Η στρατηγική καλείται να συμπεριλάβει την ένταξη της Κρητικής Κουζίνας σε άρθρα ταξιδιωτικών περιοδικών και σε διεθνείς λίστες με Food Destinations - Καθιέρωση ετήσιων γαστρονομικών εκδηλώσεων αναφορικά με την υψηλή γαστρονομία σε επιλεγμένα εστιατόρια / ξενοδοχεία όπου μπορούν να φιλοξενηθούν διεθνείς σεφ και να μετουσιώσουν τις παραδοσιακές συνταγές σε σύγχρονες γαστρονομικές εμπειρίες - Ανάδειξη των τοπικών εκδηλώσεων/πανηγυριών που προβάλλουν τη λαϊκή παράδοση του νησιού σε συνδυασμό με την τοπική κουζίνα - ενδεικτικά αναφέρουμε πανηγύρια τα οποία πραγματοποιούνται όλη τη διάρκεια του καλοκαιριού σε ορεινά χωριά και σε παραθαλάσσιους προορισμούς και προσφέρουν μια αυθεντική εμπειρία στους επισκέπτες μέσω των τοπικών εδεσμάτων (γαμοπίλαφο, ρακή) - Αξιοποίηση βραβευμένων και διεθνώς αναγνωρισμένων σεφ ως brand ambassadors για την προβολή της γαστρονομικής ταυτότητας του προορισμού - Καλλιέργεια αφηγήματος που πλαισιώνει τις τοπικές συνταγές και τα τοπικά ήθη και έθιμα που σχετίζονται με τη γαστρονομία όπως τα ρακοκάζανα, το γαμοπίφαλο, το αντικριστό, τα καλτσούνια - Δημιουργία συλλόγων και συνεργατικών σχημάτων αποτελούμενα από κοινωνικούς φορείς, επιχειρηματίες, παραγωγούς / αγρότες και επιστήμονες σε κλάδους που σχετίζονται με τη γαστρονομία όπως οινολογικούς και γεωπόνους αλλά και ιστορικούς που θα αναδείξουν τις τοπικές καλλιέργειες και συνταγές και θα δημιουργήσουν ένα ενιαίο αφήγημα που θα συνοδεύει την παρουσία του προορισμού σε διεθνείς εκθέσεις τροφίμων και διαγωνισμούς - Προώθηση εκδηλώσεων/ εορτασμών- αφιερωμένες σε συγκεκριμένα προϊόντα / φαγητά που ταυτόχρονα αναδεικνύουν την συνεκτικότητα και την ποιότητα της τοπικής κουζίνας. Ενδεικτικά αναφέρεται η ετήσια γιορτή τοπικών προϊόντων στο Ηράκλειο - Προώθηση και προβολή οινοτουριστικών διαδρομών (Δρόμοι του Κρασιού) και στις τέσσερις ΠΕ της Κρήτης

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Γαστρονομικός Τουρισμός (III)

Σχέδιο Δράσης | Γαστρονομικός Τουρισμός (2)

Περιοχές-άξονες	Στρατηγικές κατευθύνσεις	Στρατηγικές δράσεις
Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος (συνέχεια) 	10.2.2 Προώθηση βιωματικής γαστρονομικής εμπειρίας στον προορισμό	- Ανάδειξη παραδοσιακών χώρων εστίασης όπως τα καφενεία καθώς αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του τρόπου ζωής και δίνουν την ευκαιρία στον επισκέπτη να έρθει σε επαφή με ντόπιους και να γνωρίσει αυθεντική φιλοξενία ενώ μπορεί να γευτεί παραδοσιακή ρακή και σπιτική κουζίνα - Ανάπτυξη και προώθηση ολοκληρωμένου και υψηλού επιπέδου γαστρονομικών εμπειριών π.χ. με βιωματικά σεμινάρια για θέματα μαγειρικής, γευσιγνωσίας, οινογνωσίας και διατροφής για τουρίστες, από ξενοδοχεία, εστιατόρια, εξειδικευμένους tour operators ή τοπικούς φορείς - Ανάπτυξη και προώθηση διαδρομών γευσιγνωσίας και οινογνωσίας βάσει παραδοσιακών προϊόντων και εδεσμάτων, οινοπαραγωγής, βραβευμένων εστιατορίων στην περιοχή κ.α. και σύνδεση και εμπλουτισμός των διαδρομών γευσιγνωσίας με στοιχεία της τοπικής παράδοσης, της ιστορίας και του πολιτισμού της περιοχής και της τοπικής αρχιτεκτονικής. - Επισκέψεις σε μονάδες και εργαστήρια παραγωγής και μεταποίησης τοπικών προϊόντων και σε μονάδες κτηνοτροφίας (μέλι, οίνος, τυρί), συνδυασμένα με γαστρονομικές και οινοτουριστικές διαδρομές και περιπατητικές διαδρομές σε ορεινά σημεία όπου συνήθως βρίσκονται τα βοσκοτόπια και οι μονάδες μελισσοκόμων - Δημιουργία διαδρομών ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει όλη τη διαδικασία παραγωγής κρασιού από τον τρύγο και το πάτημα των σταφυλιών μέχρι την τελική εμφιάλωση καθώς και ανάπτυξη βιωματικών εμπειριών σχετικά με το παραδοσιακό ρακοκάζανο για την παραγωγή της ρακής. Επιπλέον, στην Κρήτη μπορούν να αναπτυχθούν διαδρομές σχετικά με την ελιά και την παραγωγή ελαιολάδου που θα περιλαμβάνουν όλα τα στάδια όπως η φύτευση, η καλλιέργεια, το κλάδεμα, το μάζεμα του καρπού και η διαδικασία της έκθλιψης στο ελαιουργείο - Ανάπτυξη σεμιναρίων σχετικά με την παραγωγή του παραδοσιακού κρητικού ψωμιού και του παξιμαδιού που αποτελούν βασικό κομμάτι της κρητικής κουζίνας και συνδυάζονται με το τοπικό ελαιόλαδο και τα τυροκομικά προϊόντα ενώ έχουν αναπτυχθεί διάφορες συνταγές παρασκευές και βασίζονται σε διάφορες πρώτες ύλες όπως το κριθάρι, το χαρούπι και το αλεύρι ολικής άλεσης
	10.2.3 Ανάδειξη, διατήρηση και αξιοποίηση των τοπικών παραδοσιακών ποικιλιών και προϊόντων ως παράγοντας διαφοροποίησης του αγροτικού προϊόντος και ενίσχυσης της τοπικής ταυτότητας	- Καλλιέργεια εξωστρέφειας μέσω της συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις όπου θα παρουσιάζεται η μεγάλη ποικιλία των τοπικών προϊόντων και ένα διευρυμένο «καλάθι των Κρητικών προϊόντων» - Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος για την προώθηση των τοπικών παραγόμενων προϊόντων, την προβολή των ιδιοσημάτων τους και τη σύνδεσή τους με τον προορισμό - η παρουσία της Περιφέρειας Κρήτης σε εκθέσεις όπως η έκθεση τροφίμων και ποτών ΕΞΠΟΤΡΟΦ μπορούν να συντελέσουν στην εξωστρέφεια της Κρήτης ως γαστρονομικός προορισμός - Διαφοροποίηση και ανάδειξη των τοπικών προϊόντων όπως το ελαιόλαδο, το κρασί, το μέλι και τα βότανα ως παράγοντες προστιθέμενης αξίας στην τουριστική εμπειρία αλλά και στην ένταξή τους στο καθημερινό διατροφολόγιο καθώς συμβάλουν σε έναν υγιεινό τρόπο ζωής - Ανάδειξη τοπικών προϊόντων που δημιουργούν έντονα στοιχεία διαφοροποίησης καθώς δύσκολα συναντώνται σε άλλα σημεία της επικράτειας όπως το χαρούπι, το απάκι, το σύγκλινο και το ξυδάτο χοιρινό
Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός 	10.3.1 Αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων και υπηρεσιών για ενίσχυση του Γαστρονομικού Τουρισμού	- Δημιουργία σύγχρονης και εύχρηστης ολοκληρωμένης ψηφιακής πύλης Γαστρονομικού Τουρισμού σε πολλαπλές γλώσσες βελτιστοποιημένης για πολλαπλούς τύπους συσκευών -η οποία θα αποτελεί μέρος της ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό- με σκοπό την πληροφόρηση σχετικά με επιλεγμένα events και δραστηριότητες γαστρονομικού τουρισμού και την διευκόλυνση των κρατήσεων εισιτηρίων - Προώθηση βιωματικών εμπειριών γαστρονομικού περιεχομένου, μέσω χρήσης επαυξημένης πραγματικότητας και ψηφιακού περιεχομένου, σχετικά με την εξέλιξη της Κρητικής Κουζίνας, από τη Μινωική Εποχή μέχρι και σήμερα και την άρρηκτη διασύνδεση με το σύνολο της πολιτιστικής ταυτότητας και της οικονομικής ανάπτυξης με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών σε οινοποιεία, τυροκομεία, αμπελώνες, και ελαιώνες κτλ. - Δημιουργία ψηφιακής πλατφόρμας (web & mobile app) για την διαδικτυακή δημοπρασία τοπικών αγροτικών προϊόντων σε πραγματικό χρόνο, φέρνοντας σε επαφή τους παραγωγούς (γέωργοι, παραγωγοί ελαιολάδου, κτλ.) με τους καταναλωτές (ξενοδοχεία, εστιατόρια, super markets)

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Γαστρονομικός Τουρισμός (IV)

Σχέδιο Δράσης | Γαστρονομικός Τουρισμός (3)

Περιοχές-άξονες	Στρατηγικές κατευθύνσεις	Στρατηγικές δράσεις
Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός 	10.3.1 Αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων και υπηρεσιών για ενίσχυση του Γαστρονομικού Τουρισμού (συνέχεια)	• Προώθηση των Ψηφιακών Διαδρομών Οίνου της Περιφερειακής Ενότητας Ηρακλείου • Ψηφιακή ευετηριοποίηση και τεκμηρίωση βάσει ιστορικών και λαογραφικών πηγών της Κρητικής Κουζίνας • Ψηφιοποίηση των καταλόγων των εστιατορίων για μια αναβαθμισμένη contactless εμπειρία των πελατών
Προστασία περιβάλλοντος & αειφορία 	10.4.1 Προώθηση αειφορίας αγροδιατροφικού τομέα	• Διαφύλαξη της πρωτογενούς παραγωγής από μεθόδους μαζικής παραγωγής, μονοκαλλιέργειας • Στρατηγική βιώσιμης διαχείρισης του υδροφόρου ορίζοντα, της χλωρίδας και τις βιοποικιλότητας με στόχο να διατηρηθεί ο τρόπος παραγωγής υψηλής θρεπτικής και γευστικής αξίας βασισμένος σε μεθόδους φιλικές προς το περιβάλλον με σεβασμό στην πανίδα της περιοχής • Ανάπτυξη σύγχρονων μεθόδων βιολογικής καλλιέργειας που εξασφαλίζει αειφορία και ποιότητα • Αξιοποίηση του δικτύου της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης Περιφέρειας Κρήτης και προώθηση, αυστηροποίηση και παρακολούθηση της εφαρμογής του σήματος πιστοποίησης Κρητικής Κουζίνας προβάλλοντας την Κρητική γαστρονομία και τη χρήση / προμήθεια τοπικών προϊόντων από εστιατόρια και ξενοδοχεία, προωθώντας την διαφύλαξη της γαστρονομικής κουλτούρας της Κρήτης και των τοπικών μαγειρικών παραδόσεων της • Υιοθέτηση διεθνών καλών πρακτικών στον τομέα του Αγροτουρισμού, στην παραγωγή και κατανάλωση των προϊόντων (εξοικονόμηση ενέργειας / νερού, βιολογικά προϊόντα, οργανικά απόβλητα κτλ.) για τη διαφύλαξη των τοπικών φυσικών πόρων χωρίς η ανθρώπινη δραστηριότητα να τους απειλεί • Δημιουργία μιας κρητικής τράπεζας τοπικών καλλιεργήσιμων σπόρων, με στόχο τη διαφύλαξη της μοναδικής βιοποικιλότητας της περιοχής - η τράπεζα θα αποθηκεύει και θα ταξινομεί τις τοπικές ποικιλίες (βότανα, λαχανικά, δέντρα κτλ.) συμβάλλοντας έτσι στην διατήρηση της χλωρίδας για τις επόμενες γενεές • Ενίσχυση και ανάδειξη του cluster Delights of Crete (DoC) που διενεργείται στο πλαίσιο του Interreg Europe και προωθεί την κάλυψη των αναγκών σε καύσιμα και ζωοτροφές για την πρωτογενή παραγωγή μέσω τοπικών προϊόντων και συνεργατικών σχημάτων όπως η παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας από καύση βιομάζας (φυτικά έλαια) • Ευθυγράμμιση με τα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία «πράσινης» οικονομίας και αξιοποίηση εργαλείων του Ταμείου Ανάκαμψης
Ενίσχυση δεξιοτήτων & ανάπτυξη επιχειρηματικότητας 	10.5.1 Δημιουργία δικτύωσης ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και παραγωγών τοπικών παραδοσιακών προϊόντων για την ενίσχυση της γαστρονομίας ως εργαλείου προσέλκυσης τουριστικού ενδιαφέροντος	• Προώθηση της τοπικής γαστρονομίας της Κρήτης στις ξενοδοχειακές μονάδες με την απονομή σχετικής πιστοποίησης, η οποία θα ευνοήσει τη δημιουργία ενός cluster τοπικών επιχειρήσεων και παραγωγών το οποίο θα ενισχύει ενεργά την τοπική γαστρονομία • Συνεργασία των τουριστικών επιχειρήσεων με τοπικούς συνεταιρισμούς παραγωγής και μεταποίησης αγροτικών προϊόντων με βάση τις αρχές δίκαιου εμπορίου και δημιουργία συνεργατικών σχημάτων με βάση συγκεκριμένα τοπικά προϊόντα • Καθιέρωση ετήσιου Ζωντανού/Δυναμικού Εργαστηρίου (Living Lab) με θέμα τη γαστρονομία και συμμετοχή τοπικών και διεθνών εκπροσώπων του κλάδου με εστίαση στην Κρητική Κουζίνα • Προώθηση δικτύωσης μεταξύ των παραγωγών προϊόντων αγροδιατροφής και εστιατορίων, ξενοδοχείων και λουτών καταλυμάτων, εταιρειών και tour operators, επιχειρήσεων σκαφών αναψυχής, οργανωτών events και υπαίθριων δραστηριοτήτων • Σύμπνοια του περιβάλλοντος με τη γαστρονομία μέσω των συνεργασιών που θα επιτρέψουν τη δημιουργία ενός δικτύου ποιοτικού street food βασισμένο στην τοπική παραγωγή στα αστικά κέντρα • Επέκταση του δικτύου διανομής τοπικών προϊόντων με στόχο να ενισχυθεί η αναγνωρισιμότητά τους

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Γαστρονομικός Τουρισμός (V)

Σχέδιο Δράσης | Γαστρονομικός Τουρισμός (4)

Περιοχές-άξονες	Στρατηγικές κατευθύνσεις	Στρατηγικές δράσεις
Ενίσχυση δεξιοτήτων & ανάπτυξη επιχειρηματικότητας (συνέχεια) 	10.5.2 Προώθηση διασφάλισης ποιότητας και τοπικής προέλευσης προϊόντων και προβολής επιχειρήσεων	• Συνεργασία των τουριστικών επιχειρήσεων με τοπικούς παραγωγούς με σκοπό τη μεταφορά γνώσεων καλών πρακτικών και τη δημιουργία οικονομικών κλίμακας • Παροχή κινήτρων για την επέκταση της εμφιάλωσης της τοπικής παραγωγής κρασιού και ρακής που τώρα πραγματοποιείται σε ερασιτεχνική βάση • Προώθηση της διασφάλισης της ποιότητας των προϊόντων μέσω της τυποποίησής τους και παροχή κινήτρων στον μεταποιητικό κλάδο καθώς και καλλιέργεια αλλαγής κουλτούρας σχετικά με την τυποποίηση ιδιαίτερα στην παραγωγή ελαιόλαδου • Πρόγραμμα προβολής πιστοποιημένων επιχειρήσεων (εστίασης, παραγωγής τροφίμων, καταλυμάτων, καταστημάτων τροφίμων και ποτών), κατόπιν ποιοτικής αξιολόγησης και ένταξη των επιχειρήσεων σε σύστημα ανάδειξης και προβολής της Κρητικής Κουζίνας
	10.5.3 Ενίσχυση δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού	• Αναβάθμιση της ποιότητας των εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος μέσα από την αναβάθμιση υφιστάμενων πρακτικών και την ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων που θα ενσωματώνουν την παραδοσιακή φιλοξενία • Ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων, τόσο ως προς την εξυπηρέτηση, όσο και ως προς την αφήγηση με σκοπό την επιτυχημένη ενσωμάτωση και προώθηση βιωματικών εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος από τους επαγγελματίες του τουρισμού • Εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και στη βαθιά γνώση των τοπικών προϊόντων και της τοπικής κουζίνας με στόχο την ανάπτυξη και καλλιέργεια κουλτούρας γαστρονομίας στο προσφερόμενο προϊόν • Υλοποίηση προγραμμάτων γαστρονομικής εκπαίδευσης για τα στελέχη του τουρισμού, με στόχο τη διαρκή εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, ώστε το επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών να παραμένει υψηλό και να μπορεί να ανταποκρίνεται στις υψηλές απαιτήσεις του high-end τμήματος του Γαστρονομικού Τουρισμού που προέρχεται από τη Δυτική Ευρώπη (επιπλέον η κατάρτιση θα πρέπει να εξελίσσεται δυναμικά και ως προς τις απαιτήσεις αναδυόμενων αγορών, όπως η Κίνα και η Ινδία, με σεβασμό στη διαφορετική κουλτούρα και συνήθειες)

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης

Ενδεικτικές Στρατηγικές Δράσεις Δημόσιου τομέα

A/A	Στρατηγικές Δράσεις
1	Πρωώθηση διαγωνιστικής διαδικασίας για την ιδιωτικοποίηση του Λιμένα Ηρακλείου με σκοπό την επιπλέον λειτουργία και ανάπτυξη ώστε να αποτελέσει σημαντικό κόμβο μεταφορών και logistics
2	Ολοκληρωτική ανακαίνιση του υφιστάμενου αεροδρομίου του Ηρακλείου «N. Καζαντζάκης», μέχρι την ολοκλήρωση του νέου Διεθνούς Αεροδρομίου στο Καστέλι, προκειμένου να αυξηθεί η δυναμικότητα εξυπηρέτησης επιβατών και να βελτιωθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες προς τους επιβάτες
3	Πρωώθηση υλοποίησης νέου σύγχρονου επιβατικού σταθμού στο λιμένα Σούδας συνολικής έκτασης 6.000 τ.μ., ο οποίος θα εξυπηρετεί τους επιβάτες της ακτοπλοΐας και της κρουαζιέρας ενώ θα στεγάζει και υπηρεσίες
4	Ανάπτυξη στρατηγικής σχετικά με την αξιοποίηση της κρουαζιέρας στην Κρήτη με τους προορισμούς Ηράκλειο και Χανιά να προωθούνται ως σταθμοί αφετηρίας (home ports) της μαζικής κρουαζιέρας και δευτερεύοντες προορισμούς σε Βόρεια και Νότια Κρήτη να εστιάζουν σε ημερήσιες κρουαζιέρες ή και σε κρουαζιέρες μικρής κλίμακας (μέχρι 100 άτομα) αλλά υψηλής κατά κεφαλήν δαπάνης και τουριστικής εμπειρίας
5	Δράσεις βελτίωσης του οδικού δικτύου με κυριότερες την ολοκλήρωση των μελετών και της φάσης ωρίμανσης για την αναβάθμιση του ΒΟΑΚ σε κλειστό αυτοκινητόδρομο με ανισόπεδους κόμβους σε όλο το μήκος του και την αναβάθμιση του ΝΟΑΚ
6	Πρωώθηση μελέτης και συγκροτημένου master plan σε σχέση με τους λιμένες της Κρήτης που θα αφορά θέματα χωροθετήσεων όπως η γενική διάταξη των λιμενικών έργων, η δυναμικότητα και η κατανομή θέσεων ελλιμενισμού σκαφών, τα όρια και το μέγεθος των θαλάσσιων και των χερσαίων ζωνών, οι προτεινόμενες νέες οριογραμμές αιγιαλού και παραλίας, η διαμόρφωση χερσαίων ζωνών με τις προβλεπόμενες κτιριακές εγκαταστάσεις, τα δίκτυα και τις λουπές υποδομές
7	Προσέλκυση στρατηγικού επενδυτή για το αεροδρόμιο της Σητείας στο πλαίσιο παραχώρησης της διαχείρισης των 23 περιφερειακών αεροδρομίων
8	Ανάπτυξη/επέκταση δικτύου ελικοδρομίων σε Κρήτη και Γαύδο
9	Μελέτη σκοπιμότητας για την δημιουργία συνεδριακού κέντρου άνω των 1.000 ατόμων στην δυτική πλευρά του προορισμού
10	Εφαρμογή ολοκληρωμένης και δυναμικής στρατηγικής επικοινωνίας, προβολής και πρωώθησης της Περιφέρειας στο πλαίσιο ανάπτυξης του Περιφερειακού Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (DMO)
11	Δημιουργία ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για την Περιφέρεια και πλήρης διασύνδεσή της με τις τουριστικές πύλες που θα δημιουργηθούν για κάθε κύριο και συμπληρωματικό προϊόν με σκοπό την γρήγορη, εύκολη και ολοκληρωμένη παροχή και αναζήτηση πληροφόρησης στον επισκέπτη για όλες τις προσφερόμενες τουριστικές εμπειρίες, δραστηριότητες, παροχές και τις υπάρχουσες επιχειρήσεις με βάση συγκεκριμένα κριτήρια και εμφάνιση των αποτελεσμάτων σε μορφή λίστας και διαδραστικού χάρτη

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης

Ενδεικτικές Στρατηγικές ΣΔΙΤ ή ιδιωτικής πρωτοβουλίας

Προϊόν	Περιοχή-άξονας	Α/Α Στρατηγικής Κατεύθυνσης	Στρατηγικές Δράσεις
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	1.1.1.	Κατασκευή του νέου διεθνούς αεροδρομίου στο Καστέλι, Ηρακλείου (θεμελιώθηκε τον 12/2020), το οποίο θα αλλάξει τα δεδομένα στον τουρισμό της Κρήτης. Ολοκλήρωση των πρόδρομων εργασιών, έναρξη κατασκευής και τήρηση του χρονοδιαγράμματος ολοκλήρωσης με ορίζοντα το 2025
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	1.1.1.	Βελτίωση της χωρητικότητας πτήσεων (αριθμός πτήσεων ανά ώρα) στο αεροδρόμιο Χανίων μέσω προμήθειας και εγκατάστασης νέου ραντάρ προσέγγισης και άλλων σύγχρονων συστημάτων εναέριας κυκλοφορίας με στόχο τη βελτίωση της αεροπορικής προσβασιμότητας και κατ' επέκταση την ενίσχυση της τουριστικής κίνησης
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	1.1.2.	Ανάπτυξη του αδειοδοτημένου υδατοδρομίου Ρεθύμνου και προώθηση αδειοδότησης και κατασκευής των υπόλοιπων υδατοδρομίων που έχει συζητηθεί να δημιουργηθούν στην Κρήτη (Σητείας, Ηρακλείου, Ιεράπετρας, Χανίων, Μαλεβιζίου, Αγίας Γαλήνης, Χερσονήσου, Κισσάμου, Αγ. Νικόλαος)
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	1.1.2.	Κατασκευή Μαρinas «Elounda Hills», η οποία θα περιλαμβάνει κτίρια διοίκησης και λιμενικής διαχείρισης, εμπορικούς χώρους και καταστήματα, χώρους υγιεινής - αποδυτήρια, αποθήκες, εστιατόρια, αναψυκτήρια, ξενοδοχείο - ξενώνας, υδροθεραπευτήριο (spa), χώρο παραρχής ιατρικής φροντίδας, ναύαο, χώρο προσωπικού, κολυμβητικές δεξαμενές, υπαίθριους πολιτιστικούς χώρους, χώρους στάθμευσης, σταθμούς καυσίμων και παραλαβής καταλοίων από τα σκάφη και Η/Μ εγκαταστάσεις
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	1.1.5.	Αναβάθμιση ποιότητας Δημόσιων Λεωφορείων και ΚΤΕΛ και περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου ΜΜΜ τα οποία συνδέουν τα στατικά κέντρα του νησιού με την ενδοχώρα και προορισμούς τουριστικούς ενδιαφέροντας
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	2.1.1.	Επίσπευση των διαδικασιών για την εγκατάσταση σύγχρονων συστημάτων εναέριας κυκλοφορίας στο αεροδρόμιο των Χανίων (αύξηση διαθέσιμων Slots και βελτίωση αεροπορικής συνδεσιμότητας)
	Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος	3.2.1.	Προώθηση και προβολή της Κρήτης ως ενιαίου πολυθεματικού προορισμού κρουαζιέρας που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει σε κοντινή απόσταση από το λιμάνι διαφορετικές και αυθεντικές εμπειρίες συνδυαζόμενες με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και τα φυσικά μνημεία του νησιού (Ψηλορείτης, Φαράγγι Σαμαριάς, Ζάκρος, Σπιναλόγκα, Κνωσός)
	Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος	4.2.1.	Προώθηση και προβολή των λιγότερο γνωστών πολιτιστικών πόρων του προορισμού σε μουσεία (όπως ενδεικτικά αναφέρεται το Μουσείο τυπογραφίας στα Χανιά, το μοναδικό με αυτό το αντικείμενο στην χώρα, το ναυτικό μουσείο Κρήτης κ.α) και επισκέψιμους χώρους που αναδεικνύουν το πολυδιάστατο πολιτιστικό βάθος του προορισμού, το οποίο περιλαμβάνει πλήθος άλλων ιστορικών περιόδων πέραν του Μινωικού
	Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός	5.2.1.	Δημιουργία και ανάδειξη θεσμοθετημένων ετήσιων πολιτιστικών / καλλιτεχνικών εκδηλώσεων εκτός της κύριας τουριστικής περιόδου, που θα λειτουργήσουν ως πόλος έλξης των επισκεπτών και θα βελτιώσουν την ελκυστικότητα του προορισμού με τη οργάνωση νέων εκδηλώσεων με διεθνές προφίλ (εκθέσεις, συναυλίες, ερευνητικά συνέδρια)
	Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός	5.3.2.	Χρήση ψηφιακής / φυσικής και διαδικτυακά αποκτώμενης τουριστικής κάρτας ορισμένης χρονικής διάρκειας (24h, 48h, 72h) με την οποία εξασφαλίζεται είσοδος σε μουσεία, αξιοθέατα, συμμετοχή σε δραστηριότητες, και εκπαιύσεις σε υπερσύνθετες συγκοινωνίες προς δημοφιλείς προορισμούς όπως οι λίμνες και τα εθνικά πάρκα
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	10.1.1.	Δημιουργία γαστρονομικού μουσείου που θα αναδεικνύει την Κρητική Διατροφή, την ιστορία και την εξέλιξη της στο πέρασμα των χρόνων, τις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής, συντήρησης και τυποποίησης καθώς και τις συνήθειες της φιλοξενίας
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	10.1.1.	Αξιοποίηση ελαιολαιών, οινοποιών και χώρων όπου παράγεται η ρακή με τη δημιουργία κατάλληλων υποδομών που θα επιτρέψουν τη φιλοξενία επισκεπτών και την οργάνωση σεμιναρίων παραγωγής λαδιού, κρασιού και ρακής καθώς και την πραγματοποίηση εκδηλώσεων γευσισγνωσίας
	Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών	10.1.1.	Προώθηση τοπικών προϊόντων σε ξενοδοχειακές μονάδες και άλλα καταλύματα όχι μόνο για χρήση αλλά και για πώληση, αναδεικνύοντας πεδία συνεργασιών στην αλυσίδα της τουριστικής βιομηχανίας

* Καλύπτει και υπο-προορισμούς Βόρειας και Νότιας Κρήτης

Οριζόντιες Δράσεις
 Ήλιος & Θάλασσα
 Ναυτικός Τουρισμός (yachting)
 Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)
 Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός
 City Break
 MICE
 Αγροτουρισμός
 Οικοτουρισμός
 Sports & Activities
 Γαστρονομικός Τουρισμός
 Τουρισμός Ευεξίας

Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Περιφέρεια Κρήτης – Στόχοι 2030

Στόχος των σχεδίων δράσης είναι

- η περαιτέρω ανάπτυξη του τουριστικού ρεύματος (+13,5% επισκέψεις σε σχέση με το 2019), με σημαντική όμως άμβλυνση της εποχικότητας (μείωση της συμμετοχής του 3ου τριμήνου κατά 6,4 π.μ. στις ετήσιες επισκέψεις)
- η αύξηση της Μέσης Δαπάνης ανά Επίσκεψη (+28,1%), που θα προκύψει κατά κύριο λόγο από την αύξηση της Μέσης Δαπάνης ανά Διανυκτέρευση (+23,4%) και δευτερευόντως από την αύξηση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής (+3,9%)
- ως αποτέλεσμα, η αύξηση των διανυκτερεύσεων (+17,9%) και -κυρίως- των εισπράξεων (+45,4%) θα είναι σημαντικά μεγαλύτερη από αυτή των επισκέψεων, ενώ θα αμβλυνθεί η εποχικότητα και σε αυτά τα μεγέθη με παρόμοιο τρόπο όπως στις επισκέψεις (μείωση κατά 6,4 π.μ. και 6,0 π.μ. αντίστοιχα).

Περιφέρεια Κρήτης							
Ποσοστιαία κατανομή ανά τρίμηνο							
Βασικά Μεγέθη		1ο τρίμηνο	2ο τρίμηνο	3ο τρίμηνο	4ο τρίμηνο	Σύνολο	% Δ Στόχος 2030/2019
Επισκέψεις	2019	1,0%	29,4%	56,4%	13,3%	5.287.572	13,5%
	Στόχος	2,0%	30,7%	50,0%	17,3%	6.000.000	
Διανυκτερεύσεις	2019	1,4%	29,8%	57,3%	11,5%	43.256.188	17,9%
	Στόχος	2,8%	31,4%	50,8%	14,9%	50.979.279	
Έσοδα (σε €)	2019	0,8%	29,2%	58,8%	11,3%	3.600.869.935	45,4%
	Στόχος	1,6%	30,9%	52,8%	14,7%	5.235.862.379	

Περιφέρεια Κρήτης			
Βασικοί Δείκτες	2019	Στόχος	% Δ Στόχος 2030/2019
ΜΔΕ (€)	681	873	28,1%
ΜΔΔ (€)	83	103	23,4%
ΜΔΠ (σε διανυκτερεύσεις)	8,2	8,5	3,9%

Πηγή: Σχέδια δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα, ΙΝΣΕΤΕ, Αύγουστος 2021

Visit Greece - Κρήτη



Appen' oukisa / Ekkyaku Nima / Kohin

Ο προορισμός που τα έχει όλα!

Η Κρήτη, το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας, είναι ένας τόπος γοητευτικός, που προσφέρει στον υπέρτατο βαθμό όλα μπορείτε να σκεφτείτε. Λόγω της στρατηγικής της θέσης, υπήρξε σταυροδρόμι λαών και πολιτισμών, στόχος κατακτητών και κομβικό πέρασμα για Μινωίτες, Μυκηναίους, Οθωμανούς, Αρσάκες και Ενετούς, που άφησαν πλούσια πολιτιστική παρακαταθήκη στο νησί.

Παράλειψε με κρυσταλλίνα διαυγή νερά, βουνά κακοτράχαλα αλλά μεγαλοπρεπή, σπουδαία μουσεία και αρχαίοι οικισμοί, ταχυγραφίες με έντονα χρώματα, εντυπωσιακά σπήλαια και βάρσθρα, γνωστά από τους προϊστορικούς χρόνους, ήλιο κλίμα, μαγευτικές ακτές με υπερύχονα ξενοδοχεία, γοητευτική ενδοχώρα με γραφικά χωριά, παραδόσεις και ζεστή φιλοξενία, εξαιρετική τοπική κουζίνα (με πρωταγωνιστικό ρόλο να έχουν το κρέας, το παρήνεο ελαιόλαδο, τα φρούτα, τα λαχανικά και τα όσπρια).

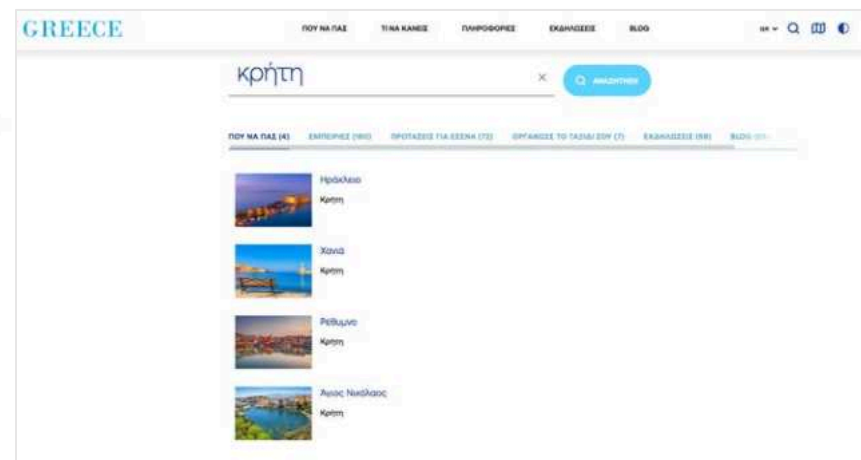
Ένα νησί ξεχωριστό με πάνω από 1.000 χλμ. ακτών: αυτή είναι η Κρήτη.



MANAGING POLITICS

36
CAPITULO

MONOTATIA



Προορισμοί



Xavià

Η πόλη των Καλαμών είναι η έδρα του ομώνυμου δήμου, μια πόλη όπου η φύση διαφοροποιεί πολιτισμών ανά τους αιώνες άφρατο το χαρακτήρα της αγριάς. Η περιπέλεια στους λαβυρινθικούς δρόμους της Παλιάς Πόλης με τα επιβλητικά βενεζιανικά κτίρια, τις κρήνες και τους παρακλιές νοούς αποτελεί...

1995-1996



Ρέθυμνο

Η πύλη του Ρελιγιόζι σταμάτησε από τις καλύτερες διατηρημένες μεσαιωνικές πόλεις της Ελλάδας: οι εκκλησίες παραμένουν όμοιες με αυτές που τις αφορούσαν και των καθολικών, τις επηρεάζει κανονικά και βενετικά, τις όμοιες και τις πληκτικιστικές οδοί διατηρούνται από τη σύνορα.

1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 26



Ηράκλειο

Το Ηράκλειο είναι η μεγαλύτερη πόλη της Κρήτης και ένα από τα σημαντικότερα αστικά κέντρα της Ελλάδας. Η πόλη του αντιστοιχεί με ασφάλεια τους διαφορετικούς παλαιοτάτους που άνθισαν στο πέρασμα των αιώνων. Βυζαντινά οικοδομημένα στέκουν δίπλα σε Ένετο βράχια και αμισητά κτίρια και Οθωμανικές

100%



Άγιος Νικόλαος

2

Ο Άγιος Νικόλαος είναι η σύγχρονη καρναβαλιστική πρωτεύουσα του νομού Ασπίου (με 10.000 κατοίκους). Κάθε εορταστική γνήσια κόρη μοιράζεται στα δίσταγμα μπαρόκ του λιμανιού και της γραφικής λίμνης Βουλγαμενίου. Πάνω από τη λίμνη αναπτύσσεται μικρό πεντάκτο πάρο, ενώ από αριστερά Έκκλι ένα...

WILEY

Visit Greece – Κρήτη (Αγροτουρισμός, Οινοτουρισμός, Πολιτιστικός Τουρισμός)

Ο κρητικός αμπελώνας

Το κρασί είναι μία από τις πιο δυνατές εμπειρίες που μπορεί να έχει ένας επισκέπτης, δεν συμφωνείτε; Η Κρήτη είναι από τα μέρη που με βεβαιότητα θα σας προσφέρει από τις πιο δυνατές οινικές εμπειρίες και συγκινήσεις που σας επιφυλάσσει η Ελλάδα.



Ο κρητικός αμπελώνας

Γνωρίστε το Ρέθυμνο με το ποδήλατο

Μοναδικές διαδρομές πάνω στη σέλα του ποδήλατου

Με υπέροχες θέσεις κάτω από τον λαμπερό ήλιο της Κρήτης, μικρές ανηφόρες και κατηφόρες για να μας θυμίζουν τη χαρά της κούρασης και της ξεκούρασης και καταπληκτικές διαδρομές στα μονοπάτια της ιστορίας, το Ρέθυμνο σας προσκαλεί σε ένα μοναδικό ταξίδι πάνω στη σέλα του ποδηλάτου σας!

Σε ένα φυσικό περιβάλλον απaráλληλης ομορφιάς, μεταξύ των Λευκών Ορέων και του Ψηλορείτη (Ιδη), με μοναδικά βραχώδη τοπία, υπέροχες ακτές, θρυλικά σπήλαια, ιστορικά μοναστήρια, παραδοσιακά ορεινά χωριά, νιώστε την παμπουλιότητα της Κρήτης του μύθου. Κραμαίνετε στην επόμενη στροφή, ανακαλύψτε γεύσεις και μυρωδιές της κρητικής κουζίνας με άφθονη τακτοειδή και κρητικό κρασί και στο ρυθμό της κρητικής λύρας. Εξερευνήστε τις άγνωστες γωνίες του Ρεθύμνου με ξεχωριστό τρόπο, βγαίνοντας από την ασφάλτο. Αφήστε τις συμβατικές διακοπές και γνωρίστε πραγματικά τα μέρη που θα επισκεφθείτε μέσα από τις ποδηλατικές διαδρομές που θα σας κόψουν την ανάσα!



Ιδαίον Άντρο



Λίμνη Κουρνά

ΘΥΡΑΘΕΝ

Μουσείο Ελληνικής Παραδοσιακής Μουσικής
Μουσικών Οργάνων Ερευνας & Τεκμηρίωσης

Μόλις 17 χιλιόμετρα από το Ηράκλειο στο ιστορικό χωριό Κρουσινάας βρίσκεται το Μουσείο ελληνικής παραδοσιακής μουσικής, μουσικών οργάνων, έρευνας και τεκμηρίωσης με το χαρακτηριστικό όνομα «ΘΥΡΑΘΕΝ».

Σε ένα ανακαινισμένο παραδοσιακό σπίτι, στο σημείο όπου οι ήχοι της φύσης γονιμοποιούν τα παραδοσιακά όργανα και γεννούν ονείους οξυγόνατες μελωδίες, επιβεβαιώνεται στον επισκέπτη ένα ταξίδι στη γαστρία της μουσικής. Στους χώρους του μουσείου, η γαστρία της μουσικής συναντά με την ελληνική παραδοσιακή μουσική στο σινιάλο της και την εβελικισή της με τα παραδοσιακά όργανα αρχαία του τόπου και κατόπιν των γειτονικών χωριών.

Το μουσικών όργανα ταξινομημένα σύμφωνα με το σύστημα E VON HORNBAUM – S. SAHIS με κριτήριο τους παραγόμενους ήχους από τις αντίστοιχες παλιές κινήσεις των υλικών σε αερόφωνα, χορδοφωνα, μεμβρανόφωνα και ιδόφωνα.

Το μουσείο είναι ανοικτό σε κάθε συνάντηση με τους εκπαιδευτικούς φορείς της περιφέρειας προκειμένου να υλοποιούνται επαγγελματικές σχολές στο χώρο εκπαιδευτικού χαρακτήρα συνοδευόμενες από πωλίες δράσεις, όπως μουσικοκινητική παιχνίδια, ένταξη, κριτική κ.λπ.



Το κρητικό πασχαλινό τραπέζι



Εξωτικές παραλίες των Χανίων

Φαράγγι της Σαμαριάς

«Ένας είναι ο φάραγγας! Όλα τ' άλλα είναι φαράγγια».

«Ένας είναι ο φάραγγας! Όλα τ' άλλα είναι φαράγγια» διατηρούνται οι ντόπιοι αναφερόμενοι φυσικά στα καταπληκτικά φαράγγια της Σαμαριάς με την παλαιότερη ονομασία, Αλκυονας, δεν είναι τυχαίο πως η UNESCO έχει αναδείξει αυτό το φαράγγι ως **μοναδικό κατάλοιπο βιότοπου**. Η περιήγηση σε αυτό θα μας φανερώσει μια καλά κρυμμένη ιστορία, ενώ το τέλος της διαδρομής μας επιφυλάσσει μια απίστευτη απόλαυση, ένα ανακαινισμένο αντίκτυπο με τα νερά του Λιβαίου πελάγους.

Στα νότια του ορεινού του Ουμίου (Κανιά), σε υψόμετρο 1250 μ., ξεκινάει το φαράγγι της Σαμαριάς με την άλλη άκρη του σε απόσταση 12,8 χλμ., ενώ μέχρι της σπηλιάς του Λιβαίου στην **Αγία Ρουμμένη** είναι 18 χλμ. στο σύνολο. Το φαράγγι μαζί με τις γύρω πλαγιές και κάποια μικρότερα φαράγγια αποτελεί τον **Εθνικό Δρυμό Σαμαριάς ή Λευκών Ορέων**.

Η βόρεια είσοδος του φαράγγου βρίσκεται στη θέση **Βυλόνια** και η ανατολική δεν είναι τυχαία, καθώς προέρχεται από έναν κρητικό ευκαρπώδη που παλαιότερα είχε διαμεριστεί στον αέρα. Η έντονη κλίση χαρακτηρίζει τα πρώτα στάδια της διαδρομής, βαθιά και επιβλητικές γραμμές, πηλές με τρεχόμενο νερό και εντυπωσιακές ρεματίες δημιουργούν ένα ανεπανάληπτο σκηνικό.

Το μονοπάτι που διατρέχει το φαράγγι έχει την δική του ιστορία, καθώς ανατράφηκε στην εποχή της **Κρητικής Πολιτείας** στα τέλη του 19ου α., έργο του Μανώλη Κουνδουρού, υπουργού Εσωτερικών και Συγκυβερνήτη, έχει μήκος 18 χλμ. και πλάτος 2-2,5 μέτρα, ενώ τα βύλα γειφώματα κατά μήκος του μονοπατιού οφαστούνται, τα χερμάκια από τους φυλάκους του βασιλείου, γιατί αλλιώς παρουσιάζονταν από τα μετακινούμενα νερά των χειμάρρων μέχρι το παλιό.

Σημαντική πληροφορία για τους επισκέπτες: Το φαράγγι είναι επισκέψιμο στο σινιάλο του από την 1η Μαΐου ως το τέλος Οκτωβρίου, βοηθώντας και των καρμών συνθηκών, ενώ μετά τις 7 το απόγευμα πρέπει να έχουν ελπίδα, όλοι οι επισκέπτες καθώς απαιτείται η διακινητικότητα.



Στα Χανιά της γεύσης...

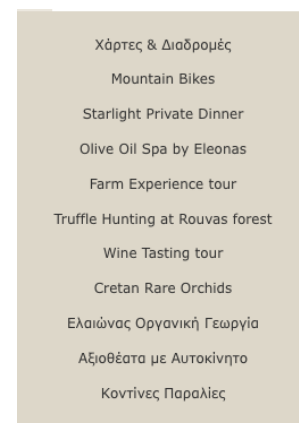
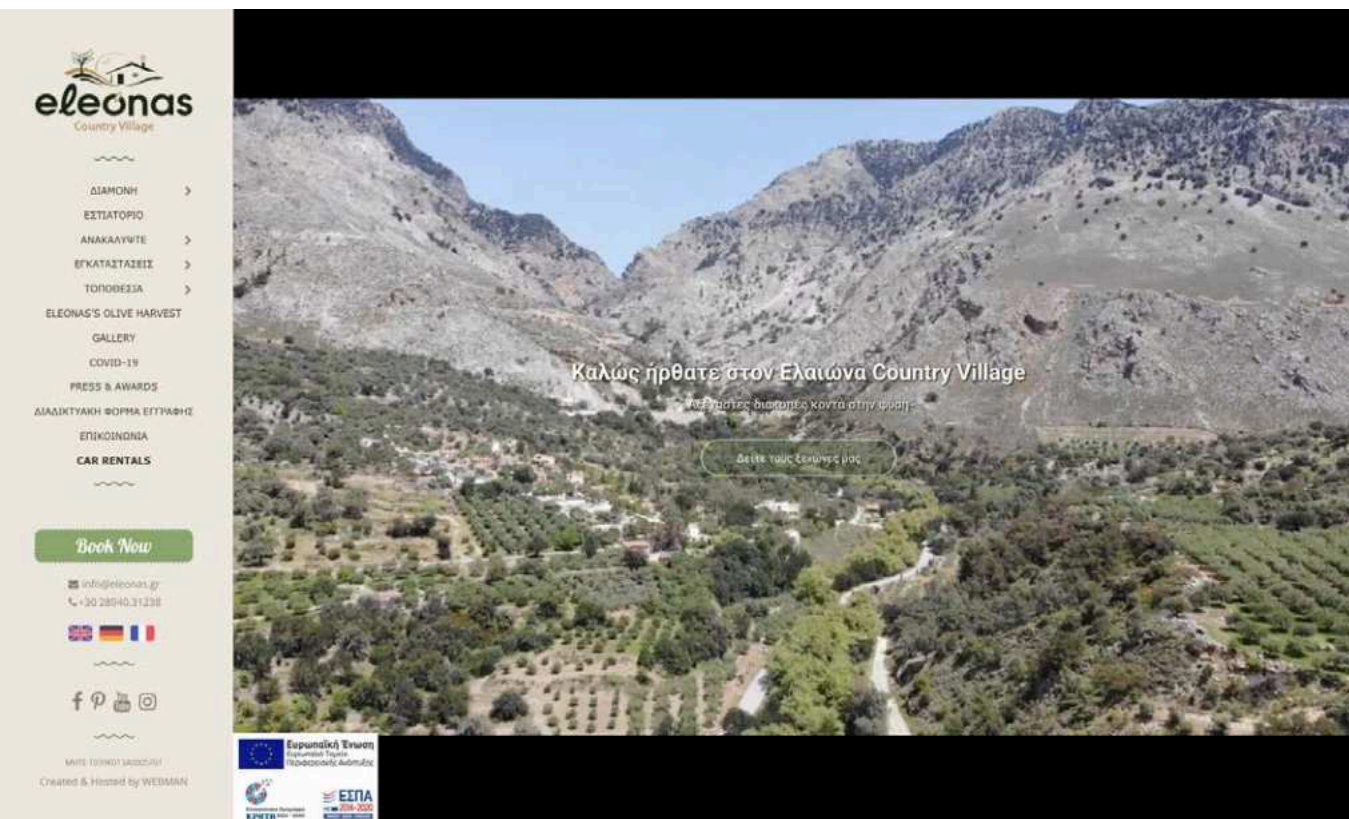


Αρχαιολογικός χώρος της Φαιστού



Ανάκτορο της Κνωσού

Αγροτουρισμός – Eleonas Country Village | Ζαρός, Κρήτη



Αγροτουριστικές Δραστηριότητες:

περιπέτεια, μοναδικές πεζοπορικές διαδρομές, σηματοδοτημένα μονοπάτια, ανάβαση στον Ψηλορείτη, ποδηλασία βουνού, τοξοβολία, παρατήρηση πουλιών, μαθήματα παραδοσιακής μαγειρικής, συγκομιδή ελιάς, αρωματική συγκομιδή, γευσιγνωσία ελαιόλαδου, γαστρονομία

Viator | Δραστηριότητες Υπαίθριου Τουρισμού, Κρήτη


a TripAdvisor company

 EN
  EUR
  Help
  Bookings
  Account

[Home](#) / [Things to do in Greece](#) / [Things to do in Crete](#) / [Crete Tours](#) / [Outdoor Activities](#)

Questions? +1 (702) 648-5873  Chat now

Top Crete Outdoor Activities

 Outdoor Activities
  Shore Excursions
  Full-day Tours
  Day Trips
  Nature and Wildlife Tours
  Water Tours

When are you traveling?

494 results | All Crete Tours

Revenue may affect this [sort order](#)
 Sort by: [Featured](#)

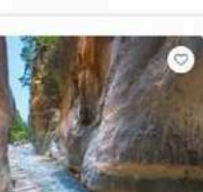
Popular

☐ Good for avoiding crowds
 ☐ Taking safety measures
 ☐ Virtual experiences
 ☐ Kid friendly

Outdoor Activities

[Active & Outdoor Classes](#)
[Extreme Sports](#)
[Fun & Games](#)
[In the Air](#)
[Motor Sports](#)
[Nature and Wildlife Tours](#)
[On the Ground](#)
[On the Water](#)

Price

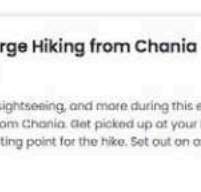


Samaria Gorge Hiking from Chania

5 stars 125

Combine hiking, sightseeing, and more during this excursion into Samaria Gorge from Chania. Get picked up at your hotel and travel by bus to the starting point for the hike. Set out on an outdoor [More](#)

14 hours
 Free Cancellation



Semi-Submarine Tour from Agios Nikolaos

5 stars 136

Get an up-close look at the blue waters of the Mediterranean, without so much as getting your face wet, on this semisubmersible trip around Agios Nikolaos' Mirabello Bay. Watch out for fish and mc— [More](#)

1 hour 25 minutes
 Free Cancellation



Zeus Cave & Lassithi Plateau (Safari Adventure Offroad Excursion)

5 stars 185

Explore the rugged and wild side of Crete on the off-road adventure tour. Travel comfortably in a Land Rover with an experienced guide.

Samaria Gorge Hiking from Chania









From **€41.00**
Lowest Price Guarantee

Select Date and Travelers

 Saturday, May 6, 2023

 2 Adults

Check Availability

Reserve Now & Pay Later
Secure your spot while staying flexible.
Free cancellations
Up to 54 hours in advance, same price.

Chonla Tours

[It takes 3 hours \[approx.\]](#) [Pickup from select hotels](#) [Offered in English](#)

- All Chonla Tours
- Wine & Culture
- Hulkis Outlet
- Cheeses & Wineshop
- Dinner & Drink
- Snap friendly
- Unlikely To Get Out
- Outdoor Activities
- Seasonal & Special Occasions
- Tickets & Passes

Overview

Combine hiking, sightseeing, and more during this excursion into Samaria Gorge from Chonla. Get picked up at your hotel and travel by bus to the starting point for the hike. Set out on an outdoor adventure into Samaria Gorge National Park for a hike of your own pace. Go swimming, explore traditional villages, and hike in the shadow of the White Mountains during this full-day tour.

- Go off-the-beaten-path in Crete with a hiking tour
- Set out on an outdoor adventure of hiking and swimming
- Explore Samaria Gorge National Park at your own pace
- Round-trip transportation from your hotel is included

Semi-Submarine Tour from Agios Nikolaos

[58 Reviews](#)
[Alpha Holidays, Greece](#)

From **€16.00**

Lowest Price Guarantee

Select Date and Travelers

Check Availability

Reserve Now & Pay Later

Secure your Agos while keeping flexible

Free cancellation

Up to 24 hours in advance. Learn more

Crete Tours

1 hour 25 minutes (approx.)

Offered in English and 3 more

40 Crete Tours

Art & Culture

Audio Guide

Classics & Mythology

Food & Drink

Historically

Italy to Tell-It

Outdoor Activities

Active & Outdoor Classics

Overview

Get an up-close look at the blue waters of the Mediterranean, without so much as getting your face wet, on this semiseriousable trip around Agios Nikolaos Miralibello Bay. Watch out for fish and maybe even sea turtles as you listen to the audio guide commentary in your choice of five languages. For the second half of the tour, come up to the upper decks for gorgeous views of Agios Nikolaos and the Cretan coast.

- Look below the surface of the sea on a semiseriousable tour of Miralibello Bay
- Great option for non-swimmers or people who hate to get their faces wet
- Choice of departure times lets you plan your day and fit more in
- Audio guide commentary available in five different languages

Heraklion Tours

8 hours (approx.)

note pickup offered

mobile coat

offer in English and 3 more

All vacation tours

4.9 (4 reviews)

Auto-tickets

Discover & experience

Private & semi

Only for half-day

Discover activities

Seasonal & Special Occasions

Private & Family

Book a private Crete day trip that offers a bespoke service with a chauffeur, guide, premium transport, and an itinerary that's tailored to you. You'll visit Heraklion Palace to discover Crete's Minoan history, get a taste of island culture with a visit to a Cretan village, and explore the ruins of the Minoan. All visits can be tailored to your interests, plus you'll have entry fees and bookings are extra.

Get support from a personal travel planner before your day trip

Discover Crete's rich Minoan history on a visit to Knossos Palace

Visit a boutique island village to learn about the region and grapes

Adjust pickup and drop-off locations to suit your vacation plans