




## ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: «ΠΛΗΡΕΣ ΤΕΥΧΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΘΕΣΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ» (3.2.1)

---

**ΜΕΛΕΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΘΕΣΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2021



Συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΤΠΑ) και από Εθνικούς Πόρους της Ελλάδας και της Κύπρου



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	<b>4</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Ευρωπαϊκό και εθνικό θεσμικό πλαίσιο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη</b>	<b>7</b>
1.1.1 Ευρωπαϊκό πλαίσιο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη	7
1.1.2 Εθνικό θεσμικό πλαίσιο αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης	15
<b>1.2 Χαρακτηριστικά και δεδομένα της Ελλάδας ως προορισμού θρησκευτικού - προσκυνηματικού τουρισμού</b>	<b>19</b>
1.2.1 Εννοιολογική προσέγγιση του θρησκευτικού τουρισμού	20
1.2.2 Τυπολογία θρησκευτικού τουρισμού	22
1.2.3 Τυπολογία θρησκευτικών – πολιτιστικών πόρων	25
1.2.4 Αποτύπωση υφιστάμενης κατάστασης θρησκευτικού τουρισμού στον ελλαδικό χώρο	26
1.2.5 Αποτύπωση θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή του Προγράμματος Re-cult	33
1.2.6 Αποτύπωση της τουριστικής ζήτησης της Ελλάδας και της ζήτησης για θρησκευτικό τουρισμό	47
1.2.6.1 Στοιχεία ζήτησης της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού	47
1.2.6.2 Η ζήτηση θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα	52
<b>1.3 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος (PESTEL ανάλυση)</b>	<b>67</b>
<b>1.4 Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος (SWOT ανάλυση)</b>	<b>78</b>
<b>1.5 Ανταγωνιστικό περιβάλλον θρησκευτικού τουρισμού</b>	<b>86</b>
<b>1.6 Καλές πρακτικές θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού από την Ελλάδα</b>	<b>129</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>	<b>143</b>
<b>2.1 Προσδιορισμός Στρατηγικής και Στόχων</b>	<b>143</b>
<b>2.2 Προσδιορισμός Αξόνων Προτεραιότητας και Μέτρων</b>	<b>152</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΕΩΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ &amp; ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ (ΣΧΕΔΙΟ MARKETING)</b>	<b>163</b>
<b>3.1 Προσδιορισμός Στρατηγικής Σχεδίου marketing</b>	<b>163</b>
3.1.1 Στρατηγική Προϊόντος	163
3.1.2 Στρατηγική Τιμολόγησης	167
3.1.3 Στρατηγική Επικοινωνίας	167
<b>3.2 Στόχευση Αγορών</b>	<b>167</b>
<b>3.3 Στρατηγική Τοποθέτησης (Positioning)</b>	<b>182</b>
<b>3.4 Στρατηγικοί &amp; Επιχειρησιακοί Στόχοι Σχεδίου Μάρκετινγκ</b>	<b>186</b>
<b>3.5 Σχέδιο Προβολής</b>	<b>187</b>
3.5.1 Αξονες Προβολής Θρησκευτικού Τουρισμού	187
3.5.2 Στόχευση κοινού επικοινωνίας	191
3.5.3 Ενέργειες μάρκετινγκ και τακτικές επικοινωνίας	192
3.5.4 Δράσεις προβολής – προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού	193
<b>Βιβλιογραφικές Πηγές</b>	<b>201</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ</b>	<b>205</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### 1. Η Πράξη RE-CULT

Το ανά χειράς παραδοτέο αφορά στη Μελέτη «Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού» που εντάσσεται στο πλαίσιο της Πράξης «Ανάδειξη και διάδοση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς μέσα από την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT». Η πράξη χρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V -Α Ελλάδα – Κύπρος 2014-2020.

Κύριος δικαιούχος της πράξης RE-CULT είναι το Υφυπουργείο Τουρισμού της Κυπριακής Δημοκρατίας, ενώ ως δικαιούχοι συμμετέχουν οι εξής φορείς :

- Υπουργείο Τουρισμού Ελλάδος
- Εκκλησία της Ελλάδος
- Ιερά Αρχιεπισκοπή Κύπρου
- Σύνδεσμος Τουριστικών Επιχειρήσεων Κύπρου
- Πανεπιστήμιο Αιγαίου – Ειδικός Λογαριασμός Έρευνας
- Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου
- Κέντρο Έρευνας και Ανάπτυξης Ιεράς Μητροπόλεως Σύρου

Κύριος στόχος του RE-CULT είναι η προώθηση, η διατήρηση και η από κοινού ανάδειξη της θρησκευτικής πολιτιστικής κληρονομιάς μέσα από την ανάπτυξη της δικτύωσης και της συνεργασίας των φορέων για τον συντονισμένο σχεδιασμό πολιτικών και δράσεων προώθησης και θεσμικής θεμελίωσης του θρησκευτικού τουρισμού στη διασυνοριακή περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου. Οι δύο περιοχές διαθέτουν πλούσιο και ελκυστικό φυσικό περιβάλλον το οποίο σε συνδυασμό με τις εκκλησίες και τα μοναστήρια μπορούν να προσφέρουν τεράστιες δυνατότητες για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Μέσα από το έργο επιδιώκεται η επέκταση της τουριστικής περιόδου και η αύξηση της επισκεψιμότητας της διασυνοριακής περιοχής.

Οι επιμέρους στόχοι του RE-CULT περιλαμβάνουν:

- ☑ Καταγραφή και τεκμηρίωση υλικών και άυλων στοιχείων θρησκευτικής πολιτιστικής κληρονομιάς της διασυνοριακής περιοχής, προς ψηφιοποίηση.
- ☑ Ψηφιακή καταλογογράφηση, που θα συνοδεύεται από μια εφαρμογή περιήγησης με χάρτες και χρονολόγια. Θα προσφέρει τη δυνατότητα της καταγραφής, αναζήτησης και ανάκτησης αντικειμένων και μνημείων θρησκευτικής κληρονομιάς, καθώς και συσχέτισης με αυτά ψηφιακών πόρων.
- ☑ Σχεδιασμός και ανάπτυξη ψηφιακού μουσείου, ψηφιακής βιβλιοθήκης και κινητής εφαρμογής (mobile app) εικονικής περιήγησης.
- ☑ Δράσεις ενημέρωσης, προβολής και ανάδειξης των ψηφιακών αποθετηρίων (συμπεριλαμβανομένης της προμήθειας και τοποθέτησης info kiosks).
- ☑ Σήμανση επιλεγμένων σημείων στις περιοχές παρέμβασης.
- ☑ Πιλοτική ανάπτυξη διαδρομών με πιστοποίηση.
- ☑ Εκπαίδευση εμπλεκόμενων φορέων.

- ☑ Ενέργειες θεσμικής ενίσχυσης του θρησκευτικού τουρισμού
- ☑ Ανάπτυξη δικτύωσης και συνεργασίας μεταξύ φορέων τουρισμού, φορέων διαχείρισης πολιτιστικών και θρησκευτικών μνημείων.
- ☑ Ανάπτυξη κοινών εργαλείων ανάδειξης της θρησκευτικής πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής.

## **2. Το παραδοτέο «Στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού»**

Στο πλαίσιο της πράξης RE-CULT, εκπονείται η μελέτη «Στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού».

Το εν λόγω παραδοτέο αφορά αφενός στη μελέτη κοινής ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού ως εναλλακτικής μορφής και αφετέρου, στην κατάρτιση πλάνου δράσεων για την ανάδειξη και διάδοση της θρησκευτικής πολιτιστικής κληρονομιάς στη διασυνοριακή περιοχή Ελλάδας και Κύπρου, αλλά και στην οριστικοποίηση του πλαισίου συνεργασίας θεσμικών φορέων προς την κατεύθυνση αυτή.

Στόχος του παραδοτέου είναι να αναπτυχθεί και να αναλυθεί ο στρατηγικός σχεδιασμός προγράμματος μάρκετινγκ του διασυνοριακού κοινού τουριστικού προϊόντος, θέτοντας στο επίκεντρο τον θρησκευτικό πολιτιστικό τουρισμό σε όρους βιώσιμης ανάπτυξης και εξυπηρετώντας την προστασία, την ανάδειξη, την προβολή και την ενίσχυση της αναγνωσιμότητας και επισκεψιμότητας, των θρησκευτικών και λατρευτικών μνημείων, τόπων, περιοχών και προσκυνημάτων στη διασυνοριακή περιοχή Ελλάδας και Κύπρου.

Το παραδοτέο αναπτύσσεται σε δύο στάδια-φάσεις, ήτοι :

α) της αποτύπωσης της υφιστάμενης κατάστασης, της μελέτης του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος (PESTEL & SWOT ανάλυση), της ανάλυσης του ανταγωνισμού και της μελέτης καλών περιπτώσεων στην Ελλάδα αναφορικά με τον θρησκευτικό τουρισμό και

β) της κατάρτισης του στρατηγικού σχεδίου με τον προσδιορισμό της στρατηγικής (όραμα, αποστολή, στόχοι), της κατάρτισης κοινού πλάνου δράσεων, καθώς και της κατάρτισης σχεδίου μάρκετινγκ για την τοποθέτηση του τουριστικού προϊόντος στην τουριστική αγορά, την αναγνωρισιμότητά του και την προβολή του.

Μεθοδολογικά, η υλοποίηση της μελέτης στηρίχθηκε σε δευτερογενή έρευνα με βιβλιογραφική επισκόπηση και αξιοποίηση υφιστάμενων μελετών και ερευνών σχετικών με τον θρησκευτικό τουρισμό. Αξιοποιήθηκε επίσης το διαδίκτυο για την αναζήτηση καλών πρακτικών θρησκευτικού τουρισμού και στοιχείων για τις ανταγωνίστριες προς την Ελλάδα χώρες ως προορισμών θρησκευτικού τουρισμού. Ο Ανάδοχος έλαβε υπόψιν του, το υλικό που του προωθήθηκε από το Υπουργείο Τουρισμού, από τους Έλληνες φορείς – εταίρους, όπως επίσης μελέτησε και το αντίστοιχο παραδοτέο που εκπονήθηκε για το Υφυπουργείο Τουρισμού της Κύπρου.

Ακόμη, για την επιβεβαίωση της υφιστάμενης κατάστασης όπως προέκυψε από τα δευτερογενή δεδομένα, αλλά και για την κατάρτιση ενός ρεαλιστικού σχεδίου για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, και δεδομένης της έμφασης που δίδει και η ίδια η πράξη RE-CULT για τη συμμετοχή των διάφορων εμπλεκόμενων φορέων και την

υιοθέτηση της πρακτικής του συμμετοχικού σχεδιασμού, ο Ανάδοχος πραγματοποίησε πρωτογενή έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου και στόχο την άντληση κυρίως ποιοτικής πληροφορίας. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τηλεφωνική συνέντευξη, αλλά και με ηλεκτρονική αποστολή του ερωτηματολογίου. Τα ευρήματα ελήφθησαν υπόψη και ενσωματώθηκαν στη μελέτη στρατηγικού σχεδιασμού τόσο στο πλαίσιο της κατάρτισης της swot ανάλυσης, όσο και στη φάση της διαμόρφωσης της στρατηγικής, αλλά και του σχεδίου μάρκετινγκ.

Επίσης, στη μελέτη του στρατηγικού σχεδιασμού έχουν ληφθεί υπόψη και έχουν ενσωματωθεί τα αποτελέσματα της 1<sup>ης</sup> διαδικτυακής διαβούλευσης του έργου που πραγματοποιήθηκε μέσω ZOOM Meeting στις 11 Σεπτεμβρίου 2020 με τη συμμετοχή φορέων από την Ελλάδα και την Κύπρο.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

### **1.1 Ευρωπαϊκό και εθνικό θεσμικό πλαίσιο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη**

#### **1.1.1 Ευρωπαϊκό πλαίσιο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη**

Η έννοια της αειφορίας στον τουρισμό αποκρυσταλλώνεται μέσα από την «Ατζέντα για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό» που εξέδωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2007<sup>1</sup> με την οποία καθόρισε το πλαίσιο της πολιτικής για το βιώσιμο τουρισμό και έθεσε τις αρχές προς υιοθέτηση από όλα τα κράτη μέλη.

Σύμφωνα με την Ατζέντα «για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό», η ισορροπία μεταξύ της ευεξίας των τουριστών, της ανάγκης διατήρησης του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, καθώς και της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας των τόπων προορισμού και της επιχειρηματικής κοινότητας, απαιτεί μια ολοκληρωμένη και ολιστική πολιτική προσέγγιση κατά την οποία απαιτείται η αντιμετώπιση προκλήσεων όπως: αειφόρος διατήρηση και διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, ελαχιστοποίηση της χρήσης των πόρων και της ρύπανσης στους τόπους τουριστικού προορισμού, μείωση της εποχικότητας της ζήτησης, αντιμετώπιση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου των μεταφορών που συνδέονται με τον τουρισμό, διάθεση των εμπειριών του τουρισμού σε όλους χωρίς διάκριση (τουρισμός προσβάσιμος για όλους), βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών, εξασφάλιση της υγιεινής και ασφάλειας των τουριστών και των τοπικών κοινοτήτων όπου προσφέρονται οι τουριστικές υπηρεσίες.

Οι αρχές που προωθεί η Ατζέντα για την επίτευξη ενός ανταγωνιστικού και αειφόρου τουρισμού είναι :

- Υιοθέτηση ολιστικής και ολοκληρωμένης προσέγγισης κατά το σχεδιασμό και την ανάπτυξη του τουρισμού.
- Μακροπρόθεσμος σχεδιασμός λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες των σημερινών, αλλά και των επόμενων γενεών.
- Επίτευξη ήπιου ρυθμού ανάπτυξης με σεβασμό στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των τουριστικών προορισμών (σεβασμός στην ταυτότητα, τους πόρους και τις ανάγκες των κοινοτήτων και των προορισμών υποδοχής).
- Συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών της τουριστικής αλυσίδας στη λήψη αποφάσεων και στην πρακτική εφαρμογή τους.
- Χρήση των βέλτιστων διαθέσιμων γνώσεων και διάδοσή τους σε όλη την Ευρώπη.
- Ελαχιστοποίηση και διαχείριση των κινδύνων με πλήρη αξιολόγηση και προληπτική δράση, ώστε να αποφεύγονται βλαβερές συνέπειες για το περιβάλλον ή την κοινωνία.
- Απεικόνιση των επιπτώσεων σε κόστος (ο χρήστης και ο ρυπαίνων πληρώνει).
- Καθορισμός περιορισμών και τήρηση αυτών αναφορικά με τη φέρουσα ικανότητα περιοχών και δυνατότητα περιορισμού, όταν απαιτηθεί, του μεγέθους ανάπτυξης του τουρισμού και του όγκου των τουριστικών ροών.
- Συνεχής παρακολούθηση ως προς την κατανόηση των επιπτώσεων και επαγρύπνηση για την επίτευξη των αναγκαίων αλλαγών και βελτιώσεων.

<sup>1</sup> Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Ατζέντα για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό, Βρυξέλλες, 2007

Η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε), με την πάροδο του χρόνου, μπόρεσε να θέσει σε μεγάλο βαθμό, τα θεμέλια μιας ευρωπαϊκής πολιτικής τουρισμού με αιχμή τους παράγοντες που καθορίζουν την ανταγωνιστικότητά του και τις απαιτήσεις της βιώσιμης ανάπτυξης<sup>2</sup>. Με την έναρξη ισχύος της συνθήκης της Λισαβόνας, ο τουρισμός αποτελεί πλέον πεδίο ενδιαφέροντος της Ένωσης και εντάσσεται στις υποστηρικτικές της αρμοδιότητες και πρωτοβουλίες.

Κύριος στόχος της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Τουρισμού σύμφωνα με τη Συνθήκη της Λισαβόνας<sup>3</sup> είναι να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα του τομέα, λαμβανομένου υπόψη ότι μακροπρόθεσμα, η ανταγωνιστικότητα σχετίζεται στενά με το «βιώσιμο» χαρακτήρα του τρόπου ανάπτυξής του. Ο στόχος του ευρωπαϊκού πλαισίου δράσης είναι να ευνοήσει την ευημερία του τουρισμού στην Ευρώπη και ταυτόχρονα να ανταποκριθεί σε προβληματισμούς και ζητήματα που αφορούν : την εδαφική συνοχή, την προστασία και αξιοποίηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, την ενίσχυση της ανθεκτικότητας του τουρισμού σε σχέση με τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής και τις διαρθρωτικές αλλαγές του τομέα.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2010 για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης και την τόνωση της ανάπτυξης της Ε.Ε, εξέδωσε μια ανακοίνωση για «**ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό**» βάσει της οποίας επιδιώκεται η Ευρώπη να διατηρήσει τη θέση της ως κορυφαίου τουριστικού προορισμού παγκοσμίως και ο τουριστικός τομέας να καταστεί ανταγωνιστικός, βιώσιμος, σύγχρονος και κοινωνικά υπεύθυνος.

Σε συνέχεια - συμφωνία με τη Στρατηγική «Ευρώπη 2020» και την επίτευξη των προαναφερθέντων στόχων καταρτίστηκε ένα πλάνο δράσης που επικεντρώνεται σε τέσσερις άξονες προτεραιότητας, ήτοι<sup>4</sup>:

- Τόνωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα στην Ευρώπη** μέσω της ενίσχυσης της καινοτομίας του τουρισμού, της αναβάθμισης της ποιότητας της προσφοράς σε όλες τις διαστάσεις, της βελτίωσης των επαγγελματικών προσόντων και ικανοτήτων των εργαζομένων στον τουρισμό, της διαφοροποίησης της προσφοράς τουριστικών προϊόντων ιδίως με την καλύτερη εστίαση στην κοινή κληρονομιά της Ε.Ε. και την προώθησή της, με την ενσωμάτωση της φυσικής κληρονομιάς στις στρατηγικές τουρισμού και την ενθάρρυνση της αξιοποίησης θεματικών τουριστικών προϊόντων σε ευρωπαϊκή κλίμακα.
- Προώθηση της ανάπτυξης βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού τουρισμού** μέσω της ανάπτυξης ενός συστήματος δεικτών για τη βιώσιμη διαχείριση των προορισμών, της διοργάνωσης εκστρατειών ευαισθητοποίησης για την καλύτερη πληροφόρηση των τουριστών σχετικά με τους προορισμούς, της διευκόλυνσης της αναγνώρισης των κινδύνων της κλιματικής αλλαγής ώστε να προστατεύεται η ευρωπαϊκή τουριστική

<sup>2</sup>Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό, 2010:4

<sup>3</sup>Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό, 2010:7

<sup>4</sup>Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό, 2010:8-15



βιομηχανία, της ενθάρρυνσης της διερεύνησης εναλλακτικών τουριστικών υπηρεσιών, της πρότασης χάρτας βιώσιμου και υπεύθυνου τουρισμού και της ανάπτυξης ή ενίσχυσης της συνεργασίας της ΕΕ με τις αναδυόμενες οικονομίες και τις χώρες της Μεσογείου για την προώθηση προτύπων βιώσιμης και υπεύθυνης τουριστικής ανάπτυξης και ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών.

- ☑ **Εδραίωση της εικόνας και του προφίλ της Ευρώπης ως συνόλου βιώσιμων και ποιοτικών προορισμών** μέσω της στήριξης, δημιουργίας και καθιέρωσης του «Σήματος της Ευρώπης» σε στενή συνεργασία με την Ε.Ε, ώστε οι ευρωπαϊκοί προορισμοί να ξεχωρίζουν όταν συγκρίνονται με άλλους διεθνείς τουριστικούς προορισμούς, καθώς και της προώθησης της Ευρώπης ως βιώσιμος προορισμός μέσω του διαδικτυακού τόπου «visiteurope.com», αλλά και της συμμετοχής σε πρωτοβουλίες όπως «οι ευρωπαϊκές ημέρες τουρισμού» και το «ευρωπαϊκό φόρουμ για τον τουρισμό».
- ☑ **Μεγιστοποίηση του δυναμικού των πολιτικών και των χρηματοδοτικών μέσων της Ε.Ε για την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού** μέσω της καλύτερης ενσωμάτωσης και συντονισμού του τομέα του τουρισμού με άλλες πολιτικές της ΕΕ όπως των μεταφορών, του ανταγωνισμού, του περιβάλλοντος, της κατάρτισης, των διαρθρωτικών ταμείων, κ.α. οι οποίες έχουν άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο στον τουρισμό.

Σε συνέχεια της παραπάνω ανακοίνωσης, το 2012 δημοσιεύτηκε ένα αρχικό σχέδιο διαβούλευσης της **Ευρωπαϊκής Χάρτας για τον Αειφόρο και Υπεύθυνο Τουρισμό**<sup>5</sup> με σκοπό την ενθάρρυνση σχεδιασμού και υλοποίησης βιώσιμων και υπεύθυνων τουριστικών πολιτικών και δράσεων σε όλη την Ευρώπη, στη βάση κοινών σημείων αναφοράς και κατευθύνσεων για όλους τους εμπλεκόμενους στον τουριστικό τομέα.

Οι αρχές που υπαγορεύουν την προσέγγιση για ένα βιώσιμο και υπεύθυνο τουρισμό είναι:

- ➔ Απόδοση ίδιας βαρύτητας στις οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές πτυχές της βιωσιμότητας.
- ➔ Σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης με συνολικό όραμα σε βάθος χρόνου, αποφεύγοντας βραχυπρόθεσμες λογικές και στοχεύσεις.
- ➔ Αντικειμενική αξιολόγηση των επιπτώσεων της δυνητικής τουριστικής ανάπτυξης και των εν εξελίξει τουριστικών δραστηριοτήτων.
- ➔ Επίγνωση των άμεσα εμπλεκόμενων στον τουρισμό για το κόστος των δραστηριοτήτων και τη δυνατότητα μετριασμού τους.
- ➔ Στόχευση των εθνικών και περιφερειακών πολιτικών στη βιώσιμη και υπεύθυνη ανάπτυξη του τουριστικού τομέα.

Για την επίτευξη των παραπάνω αρχών θεσπίστηκαν κατευθυντήριες γραμμές τις οποίες καλούνται να υιοθετήσουν οι ευρωπαϊκές δημόσιες αρχές και φορείς, οι επιχειρήσεις και οι τουρίστες, ήτοι :

<sup>5</sup> European Commission, European Charter for Sustainable and Responsible Tourism, 2012 - First draft text of the European Charter for Sustainable and Responsible Tourism

1. Συμμετοχή όλων των εμπλεκομένων στο σχεδιασμό και τη διαχείριση του τουρισμού
2. Σεβασμός του δικαιώματος των πολιτών για ασφαλείς διακοπές και ταξίδια
3. Διασφάλιση της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας της τουριστικής βιομηχανίας
4. Παροχή ευρέως φάσματος και καλά υποστηριζόμενης απασχόλησης
5. Μετριασμό και προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή
6. Έλεγχο και διαχείριση της χρήσης των σπάνιων και πεπερασμένων πόρων
7. Διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς και ποικιλομορφίας
8. Καθιέρωση ότι ο τουρισμός σέβεται και ωφελεί τις τοπικές κοινωνίες
9. Παρακολούθηση των επιπτώσεων του τουρισμού και προσπάθεια συνεχούς βελτίωσης
10. Ενίσχυση της δέσμευσης για υπεύθυνο τουρισμό

Ειδικότερα σε ότι αφορά στην κατευθυντήρια γραμμή (7) «Διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς και ποικιλομορφίας» αναφέρονται οι κάτωθι προϋποθέσεις για την ικανοποίησή της:

- Οι προορισμοί να εξασφαλίζουν ότι η φυσική και πολιτιστική τους κληρονομιά προστατεύεται από ουσιαστικό έλεγχο σχεδιασμού και επαρκή διαχειριστική ικανότητα.
- Ο τουρισμός, η κληρονομιά και οι τέχνες οφείλουν να συνεργαστούν για τη διαχείριση των τόπων και να προωθήσουν από κοινού τον πολιτισμό και την ποικιλομορφία του.
- Οι επιχειρήσεις να στηρίζουν με κάθε πρόσφορο τρόπο τη διατήρηση της τοπικής φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Οι πολιτιστικές και φυσικές διαφορές και ιδιαιτερότητες καθώς και η κοινή ιστορική κληρονομιά στην Ευρώπη, να αποτελέσουν κίνητρα για ταξίδια.
- Τα εθνικά πάρκα και οι άλλες προστατευόμενες περιοχές να συνεργαστούν με τις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις και φορείς για την υπεύθυνη διαχείριση του τουρισμού.
- Οι τουρίστες να εκτιμούν την κληρονομιά των τόπων που επισκέπτονται, να σέβονται τα οικοσυστήματα και τα πολιτιστικά μνημεία, και να στηρίζουν τη διατήρησή τους μέσω εισιτηρίων εισόδου, αγορών, συμμετοχής και εθελοντικής προσφοράς.

Το 2014 το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης προχώρησε στην πρόταση «αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού» αναγνωρίζοντας την ανάγκη τόνωσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα και της ελκυστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων για υπηκόους τρίτων χωρών. Επιδίωξη είναι η παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας που μπορεί να επιτευχθεί με μέτρα όπως:

- Κατάρτιση εργαζομένων που παρέχουν υπηρεσίες απευθείας στους τουρίστες – καταναλωτές.
- Εφαρμογή πολιτικής για την ικανοποίηση των τουριστών - καταναλωτών.
- Τήρηση και συμμόρφωση σχεδίου καθαρισμού και συντήρησης εγκαταστάσεων ή εξοπλισμού.
- Παροχή πληροφοριών στους τουρίστες ήτοι, ενημέρωση για έθιμα, παραδόσεις, υπηρεσίες και προϊόντα, προσβασιμότητα στις υπηρεσίες /προϊόντα, κ.α.
- Διασφάλιση ότι οι παρεχόμενες πληροφορίες ενημέρωσης είναι έγκυρες, αξιόπιστες, σαφείς και προσβάσιμες.

Το Σεπτέμβριο του 2015 στο πλαίσιο της 70ής Γενικής Συνέλευσης των Ηνωμένων Εθνών υιοθετήθηκε η «Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη», η οποία ουσιαστικά περιλαμβάνει 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης, δίνοντας μία νέα διάσταση στις προσπάθειες σε παγκόσμιο επίπεδο για την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης. Η Ατζέντα 2030 ενσωματώνει με ισορροπημένο τρόπο τις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης ανάπτυξης - οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική - και αποτυπώνει για πρώτη φορά την ύπαρξη διεθνούς συναίνεσης και κοινής επιδίωξης ως προς τους στόχους της ειρήνης, της ασφάλειας, της δικαιοσύνης για όλους και της κοινωνικής ένταξης.

Οι στόχοι της Ατζέντας 2030 αποτυπώνονται ως ακολούθως :



Πηγή : <https://unric.org/el/17-στοχοι-βιωσιμης-αναπτυξης>

Όπως όλοι οι τομείς της οικονομίας, έτσι και ο τουριστικός τομέας θα πρέπει να αναπτύσσεται επιδιώκοντας τη συνεισφορά του στην επίτευξη στόχων της Ατζέντας 2030 όπως ο στόχος 8 «Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη» στο πλαίσιο του οποίου επιδιώκεται έως το 2030, ο σχεδιασμός και η εφαρμογή πολιτικών που προωθούν το βιώσιμο τουρισμό, ο οποίος δημιουργεί θέσεις εργασίας και προάγει τους τοπικούς πολιτισμούς και προϊόντα.

Μια ακόμη στρατηγική που προωθεί την αειφόρο ανάπτυξη είναι η «Μεσογειακή Στρατηγική για την Αειφόρο Ανάπτυξη 2016-2025» που παρέχει ένα στρατηγικό πλαίσιο πολιτικής για την εξασφάλιση ενός βιώσιμου μέλλοντος για την περιοχή της Μεσογείου που συνάδει με τους στόχους της αειφόρου ανάπτυξης. Υποστηρίζει ότι οι επενδύσεις στο περιβάλλον είναι ο καλύτερος τρόπος για να εξασφαλιστεί μακροπρόθεσμη βιώσιμη δημιουργία θέσεων εργασίας και κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη.

Η Μεσογειακή Στρατηγική για την Αειφόρο Ανάπτυξη έχει ως στόχο την εναρμόνιση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ κοινωνικοοικονομικών και περιβαλλοντικών στόχων, την προσαρμογή των διεθνών δεσμεύσεων στις περιφερειακές συνθήκες, την καθοδήγηση των

εθνικών στρατηγικών για την αειφόρο ανάπτυξη και την τόνωση της περιφερειακής συνεργασίας στην υλοποίηση της βιώσιμης ανάπτυξης.

Το όραμα της Στρατηγικής αφορά σε :

«Μια ευημερούσα και ειρηνική μεσογειακή περιοχή στην οποία οι άνθρωποι απολαμβάνουν υψηλή ποιότητα ζωής και η αειφόρος ανάπτυξη επιτυγχάνεται με γνώμονα τη φέρουσα ικανότητα υγιών οικοσυστημάτων»

Για την επίτευξη του οράματος έχουν τεθεί οι εξής στόχοι :

- Διασφάλιση βιώσιμης ανάπτυξης σε θαλάσσιες και παράκτιες περιοχές
- Προώθηση της διαχείρισης των πόρων, της παραγωγής τροφίμων και της επισιτιστικής ασφάλειας μέσω βιώσιμων μορφών αγροτική ανάπτυξης
- Σχεδιασμός και διαχείριση βιώσιμων πόλεων
- Αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής ως ζήτημα προτεραιότητας για τη Μεσόγειο
- Μετάβαση προς μια πράσινη και μπλε οικονομία
- Βελτίωση της διακυβέρνησης για την υποστήριξη της αειφόρου ανάπτυξης

Ακόμη, στις 17 Νοεμβρίου 2015, οι Υπουργοί της Ένωσης για τη Μεσόγειο (UfM) ενέκριναν την υπουργική δήλωση για την μπλε οικονομία. Η Διακήρυξη στοχεύει στην ενίσχυση του δυναμικού της γαλάζιας οικονομίας στην περιοχή της Μεσογείου, καθώς και στη βελτίωση της θαλάσσιας διακυβέρνησης και στην επίτευξη ευνοϊκού περιβάλλοντος για την προώθηση θέσεων εργασίας, καινοτομίας και επιχειρηματικών ευκαιριών που βασίζονται στη γνώση μέσω της ανάπτυξης βασικών θαλάσσιων τομέων.

Παράλληλα, και στο πεδίο του πολιτισμού αποδίδεται ήδη μεγάλη σημασία από τη Συνθήκη της Λισαβόνας. Ένας από τους κύριους στόχους της ΕΕ, όπως καθορίζεται στη Συνθήκη, είναι ο σεβασμός στον πλούτο της πολιτιστικής και γλωσσικής πολυμορφίας και η μέριμνα για την προστασία και την διατήρηση της ευρωπαϊκής πολιτιστικής κληρονομιάς.

Με την ανακοίνωση της Επιτροπής<sup>6</sup> με τίτλο : «προς μια ολοκληρωμένη προσέγγιση της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ευρώπης» αποτυπώνεται η φιλοσοφία και εν τέλει η προσέγγιση της ΕΕ για την πολιτιστική κληρονομιά με βασική επιδίωξη την ενθάρρυνση της συμμετοχής όλων των εμπλεκόμενων μερών στην ανάπτυξη μιας πιο ολοκληρωμένης και υπεύθυνης στάσης για τη διατήρηση και αξιοποίησή της.

Η Επιτροπή με τον τρόπο αυτό προωθεί την ανάπτυξη του βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων και προϊόντων που συνδέονται με την πολιτιστική και βιομηχανική κληρονομιά. Εκτός από τη στήριξη του Προγράμματος του Συμβουλίου της Ευρώπης<sup>7</sup> σχετικά με τις πολιτιστικές διαδρομές, η Ε.Ε. στηρίζει τη δημιουργία ή τη βελτίωση ευρωπαϊκών πολιτιστικών διαδρομών που διασχίζουν πολλές χώρες και την ένταξή τους σε κοινή αφήγηση.

<sup>6</sup> Ευρωπαϊκή Επιτροπή, «Προς μια ολοκληρωμένη προσέγγιση της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ευρώπης, 2014

<sup>7</sup> Ευρωπαϊκή Επιτροπή, «Προς μια ολοκληρωμένη προσέγγιση της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ευρώπης, 2014:12-13

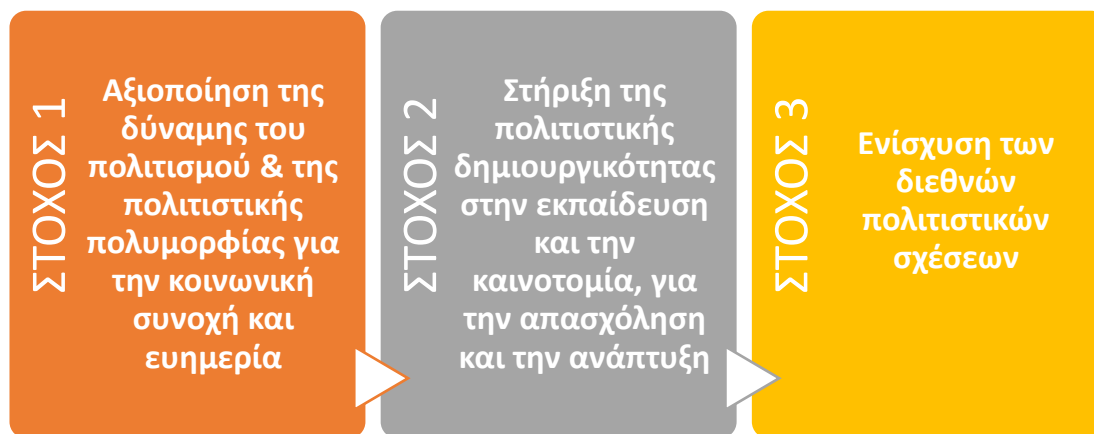
Με τις διαδρομές αυτές συνδέονται μεταξύ τους, λιγότερο γνωστοί προορισμοί, συμβάλλοντας έτσι στη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς και στη μείωση της τουριστικής πίεσης που ασκείται σε συγκεκριμένες περιοχές. Ακόμη, η Επιτροπή σε συνεργασία με το Συμβούλιο της Ευρώπης προωθεί την ανάπτυξη που βασίζεται στην πολιτιστική κληρονομιά και καθοδηγείται από τοπικούς φορείς προσδιορίζοντας έτσι νέα μοντέλα πολύ-συμμετοχικής διακυβέρνησης.

Στις 22 Μαΐου 2018, η Επιτροπή ενέκρινε μια νέα ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό, η οποία διαδέχτηκε την αντίστοιχη του 2007<sup>8</sup> ως συνέχεια του στρατηγικού πλαισίου δράσης της ΕΕ στον τομέα του πολιτισμού.

Σκοπός της ατζέντας είναι να αξιοποιηθεί το πλήρες δυναμικό του πολιτισμού για την οικοδόμηση μιας νέας πιο δίκαιης και χωρίς αποκλεισμούς Ένωσης με τη στήριξη της καινοτομίας, της δημιουργικότητας και της βιώσιμης απασχόλησης και ανάπτυξης. Επίσης, η ατζέντα διευκολύνει την αποτελεσματικότερη προώθηση του πολιτισμού ως ενιαίου φορέα ταυτότητας και συνοχής, ως μοχλού κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης και ως παράγοντα που ευνοεί τις ειρηνικές σχέσεις. Ζητούμενο της Επιτροπής είναι να αξιοποιηθεί η νέα Ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό<sup>9</sup> για να τονίσει την πολιτιστική διάσταση της βιώσιμης ανάπτυξης και να συμβάλει στην εφαρμογή του θεματολογίου 2030 του ΟΗΕ για το ίδιο θέμα.

Η νέα ατζέντα προτείνει τρεις στρατηγικούς στόχους, με κοινωνικές, οικονομικές και υπερτοπικές διαστάσεις:

#### Στρατηγικοί Στόχοι της νέας ευρωπαϊκής ατζέντας για τον πολιτισμό



Πηγή : Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Νέα Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον πολιτισμό, Βρυξέλλες 22.5.2018

Η Επιτροπή με τον τρόπο αυτό, καλεί τα κράτη μέλη να αναλάβουν κοινή δράση, ως προς<sup>10</sup>:

- Τη **συμμετοχική διακυβέρνηση** σε συνεργασία με το Συμβούλιο της Ευρώπης.
- Την **υιοθέτηση ποιοτικών αρχών** στις παρεμβάσεις και την αποκατάσταση της κληρονομιάς.

<sup>8</sup> Επίσημη Εφημερίδα της ΕΕ, Ψήφισμα του Συμβουλίου της 16/11/2007 σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον πολιτισμό.

<sup>9</sup> Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Νέα Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον πολιτισμό, 2018:10

<sup>10</sup> Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Νέα Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον πολιτισμό, 2018:13

- ☑ Την **πρόσβαση των πολιτιστικών και δημιουργικών τομέων σε χρηματοδότηση και ικανότητα καινοτομίας.**
- ☑ Την **αναβάθμιση έργων πολιτισμού και κληρονομιάς** που υποστηρίζονται από προγράμματα της ΕΕ.

Ακόμη, στην κατεύθυνση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης λαμβάνεται υπόψη η αναθεωρημένη διεθνή **Χάρτα για τον Πολιτιστικό Τουρισμό**<sup>11</sup> που συνέταξε το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τόπων (ICOMOS). Κύριος στόχος της Χάρτας είναι να προωθήσει και να ενθαρρύνει την κατάλληλη τουριστική ανάπτυξη μέσω ενός τουριστικού τομέα που σέβεται και εξαίρει τα κεφάλαια της πολιτιστικής κληρονομιάς και του ζώντος πολιτισμού και επιπλέον παροτρύνει τους επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στους τομείς της διατήρησης και διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουρισμού να συνεργαστούν. Ζητούμενο της χάρτας είναι να συντελέσει αποτελεσματικά στον περιορισμό των κινδύνων και στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στην κληρονομιά και τα πολιτιστικά αγαθά και να μηύσει-υπαγορεύσει στους τουριστικούς παράγοντες και τους επισκέπτες έναν «κώδικα συμπεριφοράς» απέναντι στην πολιτιστική κληρονομιά κάθε τόπου που προσελκύει το τουριστικό ενδιαφέρον.

Οι αρχές της Χάρτας προσπαθούν να διευκολύνουν την πρόσβαση και την κατανόηση της σημασίας ενός τουριστικού τόπου, να επιτύχουν μια βιώσιμη σχέση ανάμεσα σε αντικρουόμενες αξίες του τουρισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς, να διασφαλίσουν βιωματική εμπειρία στον τουρίστα και να επιτύχουν τη συμμετοχή της κοινότητας στη προσπάθεια διατήρησης των πολιτιστικών αγαθών του κάθε τόπου.

### **Διεθνής Χάρτα Πολιτιστικού Τουρισμού**

**Αρχή 1<sup>η</sup>** : η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς πρέπει να παρέχει στις τοπικές κοινωνίες αλλά και τους επισκέπτες ευκαιρία για μια άμεση γνωριμία και κατανόηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτισμού.

**Αρχή 2<sup>η</sup>**: η διαχείριση της σχέσης των πολιτιστικών τόπων και του τουρισμού πρέπει να εξασφαλίζει τη βιωσιμότητά τους για τις παρούσες και μελλοντικές γενιές.

**Αρχή 3<sup>η</sup>** : η διατήρηση και ο τουριστικός σχεδιασμός για πολιτιστικούς τόπους πρέπει να διασφαλίζουν ότι η εμπειρία του επισκέπτη θα είναι αξιόλογη, πλούσια σε περιεχόμενο και ευχάριστη.

**Αρχή 4<sup>η</sup>** : οι τοπικές κοινότητες και ο πληθυσμός πρέπει να συμμετέχουν στο σχεδιασμό της διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουρισμού.

**Αρχή 5<sup>η</sup>**: Δραστηριότητες σχετικές με τον τουρισμό και την πολιτιστική διατήρηση πρέπει να προσφέρουν οφέλη στην τοπική κοινότητα.

**Αρχή 6<sup>η</sup>** : τα προγράμματα προβολής του τουρισμού οφείλουν να προστατεύουν και να προάγουν τα χαρακτηριστικά της φυσικής και της πολιτιστικής κληρονομιάς.

<sup>11</sup> ICOMOS, International cultural tourism charter managing tourism at places of heritage significance, 1999 & Η χάρτα του πολιτιστικού τουρισμού, ελεύθερη μετάφραση της χάρτας στα ελληνικά, Αικ. Κρεμέζη, Αθήνα, Μάρτιος 2002

Με στόχο την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων του Τουρισμού στο περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά και παράλληλα, τη μεγιστοποίηση των ωφελειών του τουρισμού μέσω της προώθησης της αειφόρου ανάπτυξης, της μείωσης της φτώχειας και της ανάπτυξης της κατανόησης και συνεργασίας μεταξύ των λαών, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υιοθέτησε το 1999 τον «**κώδικα ηθικής στον Τουρισμό**» (Μοίρα Π. 2018:132).

Ο Κώδικας<sup>12</sup> ενθαρρύνει τα ταξίδια με σκοπό τις θρησκευτικές, εκπαιδευτικές και πολιτιστικές ανταλλαγές τις οποίες χαρακτηρίζει ως ιδιαίτερα επωφελείς μορφές τουρισμού. Προτρέπει τα κράτη να αναπτύσσουν τουριστικές πολιτικές και δραστηριότητες που να σέβονται την καλλιτεχνική, αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά. Στον Κώδικα γίνεται ιδιαίτερη μνεία για την προστασία και την αναβάθμιση των μνημείων, των ιερών προσκυνημάτων και των μουσείων, όπως επίσης και των αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων οι οποίοι πρέπει να είναι ελεύθεροι σε τουριστικές επισκέψεις. Οι οικονομικοί πόροι που προέρχονται από τις επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους και μνημεία πρέπει, τουλάχιστον εν μέρει, να χρησιμοποιούνται για τη συντήρηση, προστασία, ανάπτυξη και τον εξωραϊσμό αυτής της κληρονομιάς. Παροτρύνεται η δημόσια πρόσβαση σε θρησκευτικά κτίρια με έμφαση στην παράλληλη διαφύλαξη των συνήθων αναγκών της λατρείας.

Ακόμη, σύμφωνα με τον Κώδικα, οι τουριστικές πολιτικές και δραστηριότητες πρέπει να υλοποιούνται με σεβασμό στην καλλιτεχνική, αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά, την οποία πρέπει να προστατεύουν και να κληροδοτούν στις επόμενες γενιές.

Επιπλέον, η τουριστική δραστηριότητα πρέπει να είναι σχεδιασμένη με τρόπο τέτοιο ώστε να επιτρέπει στα παραδοσιακά πολιτιστικά προϊόντα, χειροτεχνήματα και λαογραφικά προϊόντα να επιβιώνουν και να ακμάζουν και όχι να εκφυλίζονται και να τυποποιούνται.

Τέλος, οι επαγγελματίες του τουριστικού τομέα οφείλουν να συμβάλλουν στην πολιτιστική και πνευματική ολοκλήρωση των τουριστών και να τους παρέχουν τη δυνατότητα να ασκούν τα θρησκευτικά τους καθήκοντα κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

### **1.1.2 Εθνικό Θεσμικό Πλαίσιο Αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης**

Σε εθνικό επίπεδο η μακροπρόθεσμη στρατηγική για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη προσδιορίζεται μέσα από το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό (ΦΕΚ 3155/12/12/2013) το οποίο στοχεύει:

- Στην προώθηση της αειφόρου και ισόρροπης ανάπτυξης του τουρισμού, σύμφωνα με τις φυσικές, πολιτιστικές, οικονομικές και κοινωνικές ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής, με ιδιαίτερη έμφαση στην προστασία, ανάδειξη και αποκατάσταση του περιβάλλοντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τοπίου.
- Στη μετάβαση από ένα μαζικό, αδιαφοροποίητο και μονοθεματικό τουρισμό σε έναν ποιοτικό, διαφοροποιημένο και πολυθεματικό τουρισμό, οικονομικά αποδοτικότερο.

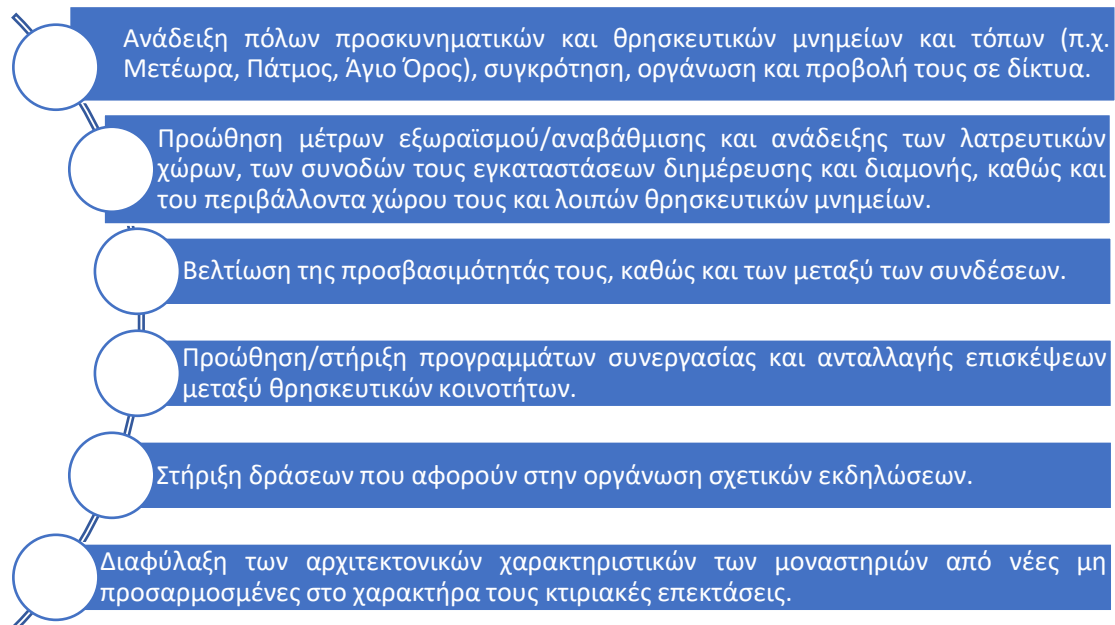
---

<sup>12</sup> [www.eyploia.aigaio-net.gr](http://www.eyploia.aigaio-net.gr)

- ☑ Στη διάχυση των ευκαιριών ανάπτυξης του τουρισμού και την ενίσχυση λιγότερο τουριστικά αναπτυγμένων περιοχών, που έχουν σημαντικές προοπτικές εξέλιξης, σε συνδυασμό με την αξιοποίηση ειδικών – εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- ☑ Στην αξιοποίηση κατά προτεραιότητα, ιδιαίτερων στοιχείων των τοπικών φυσικών και πολιτισμικών πόρων – σε αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες τουριστικά περιοχές – στην κατεύθυνση διαφοροποίησης του τοπικού τουριστικού προϊόντος και επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.
- ☑ Στη διεύρυνση του φάσματος των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών λαμβάνοντας υπόψη τις φυσικές, πολιτιστικές, οικονομικές και κοινωνικές ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής.
- ☑ Στη δημιουργία δικτύων φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, που θα αναδεικνύουν και θα αξιοποιούν το σύνολο των ιστορικών και πολιτιστικών πόρων και θα συνδέονται με τη σύγχρονη κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική δραστηριότητα με έμφαση στην προώθηση τοπικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών.

Στο Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό αναδεικνύεται η σημαντικότητα των ειδικών – εναλλακτικών μορφών τουρισμού και τίθενται κατευθύνσεις και προτεραιότητες για την ανάπτυξή τους.

Ειδικότερα γίνεται μνεία στο **θρησκευτικό τουρισμό** για τον οποίο προβλέπονται τα κάτωθι:



Παράλληλα το 2018 θεσμοθετείται ο θεματικός τουρισμός - εναλλακτικές μορφές τουρισμού με τον ν.4582/2018 (ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018) ο οποίος διαμορφώνει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για την ανάπτυξη, την οργάνωση και την εποπτεία των επαγγελματικών δραστηριοτήτων και της επιχειρηματικότητας στο θεματικό τουρισμό δημιουργώντας νέες προοπτικές στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας.



Ειδικότερα, σκοπός των διατάξεων του ως άνω νόμου είναι η ανάπτυξη, οργάνωση και εποπτεία δραστηριοτήτων αναψυχής και επιχειρηματικότητας και η διαμόρφωση κανόνων ασφαλείας που αφορούν το θεματικό τουρισμό - ειδικές μορφές τουρισμού, ούτως ώστε να επιτυγχάνεται η ικανοποίηση των επισκεπτών - τουριστών μέσω αυθεντικών βιωματικών εμπειριών θεματικού τουρισμού, η αύξηση της ελκυστικότητας και ανταγωνιστικότητας του εγχώριου τουριστικού προϊόντος, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, η δημιουργία θέσεων απασχόλησης, η στήριξη των περιφερειακών και τοπικών οικονομιών και κοινωνιών, με απώτερο στόχο την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.

Με τον συγκεκριμένο νόμο και ειδικότερα το άρθρο 15 του Κεφ. Γ' θεσμοθετείται και ο Θρησκευτικός – Προσκυνηματικός τουρισμός, ήτοι:

#### **Θρησκευτικός - Προσκυνηματικός τουρισμός είναι:**

α) το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη διενέργεια ταξιδιού ατομικά ή ομαδικά σε τόπους, χώρους και μνημεία, κτίσματα, μονές και ναούς που σχετίζονται με την ιστορία και την εξέλιξη της θρησκευτικής δραστηριότητας ή γενικότερα θρησκευτικής σημασίας, για λόγους θρησκευτικού, ιστορικού, πολιτιστικού και εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος

β) προσκυνηματικές περιηγήσεις και όλες οι δραστηριότητες που διενεργούνται με κίνητρο, μεταξύ άλλων, το προσκύνημα, τη συμμετοχή σε θρησκευτικές τελετές/ εκδηλώσεις, την εκπλήρωση τάματος, την έκφραση λατρευτικής πίστης και την εκπλήρωση εσωτερικής αναζήτησης περί του Θείου.

Στις δραστηριότητες του θρησκευτικού και Προσκυνηματικού τουρισμού - Προσκυνηματικών περιηγήσεων περιλαμβάνονται όλες οι δραστηριότητες συνεδρίων και εκδηλώσεων που διοργανώνονται από τις γνωστές θρησκευτικές κοινότητες στην Ελλάδα, που έχουν αντικείμενο σχετικό με θέματα θρησκείας, θρησκευτικών μνημείων, θρησκευτικών δραστηριοτήτων και τελετών, καθώς και δράσεις με το σκοπό της ανάδειξης των μνημείων, των χώρων, των παραδόσεων και των επετείων, σχετικών με την ιστορία, την εξέλιξη και την ανάπτυξη της θρησκευτικής δραστηριότητας και του Προσκυνηματικού τουρισμού - Προσκυνηματικών περιηγήσεων γενικότερα.

Επιπρόσθετα, το Υπουργείο Τουρισμού που χαράζει την εθνική τουριστική πολιτική καθιστά σαφές ότι το βιώσιμο τουριστικό μοντέλο αποτελεί μονόδρομο για τη διασφάλιση της βέλτιστης χρήσης των φυσικών πόρων, τη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς, τη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και των παραδόσεων και την προώθηση ποιοτικών τουριστικών υποδομών με χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Εθνικό ζητούμενο αποτελεί η στροφή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στη βιώσιμη, ποιοτική, πολυσχιδή τουριστική ανάπτυξη.

Στην κατεύθυνση της αειφόρου ανάπτυξης του εγχώριου τουριστικού προϊόντος προβλέπονται τρεις άξονες στους οποίους αναφέρθηκε ο Υπουργός Τουρισμού κ. Χάρης

Θεοχάρης στο άρθρο «η αειφορία ταιριάζει στον ελληνικό τουρισμό» που δημοσιεύτηκε στη Ναυτεμπορική στις 20/12/2019.

Ειδικότερα:

**1ος Άξονας** : αφορά σε ανθρωποκεντρική προσέγγιση των επισκεπτών και δίδει ιδιαίτερη έμφαση στην προστιθέμενη αξία και όχι στον όγκο.

**2ος Άξονας** : αφορά σε κοινωνική προσέγγιση και περιλαμβάνει τη βελτίωση των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού, και την ισόρροπη ανάπτυξη προς όφελος όλων των «κρίκων» της αλυσίδας και δη των τοπικών κοινωνιών μέσα και από την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

**3ος Άξονας** : σχετίζεται με τις βέλτιστες πρακτικές στον τομέα της ενέργειας, του νερού και της διαχείρισης αποβλήτων.

Σύμφωνα με την ομιλία του Υπουργού Τουρισμού κ. Χάρη Θεοχάρη στο πρώτο Περιφερειακό Συμβούλιο Τουρισμού που πραγματοποιήθηκε τον Δεκέμβριο του 2019 στα γραφεία του ΕΟΤ, το νέο στρατηγικό πλάνο για τον τουρισμό με ορίζοντα δεκαετίας 2021 – 2030 βασίζεται σε 7 πυλώνες:

**1<sup>ος</sup> Πυλώνας** : Προσβασιμότητα και δια-συνδεσιμότητα τόσο στο φυσικό, όσο και στον ψηφιακό άξονα μέσα από καταγραφή των τουριστικών ροών, αξιολόγησή τους, αλλά και δημιουργία σεναρίων ροών για τα επόμενα χρόνια.

**2<sup>ος</sup> Πυλώνας**: Ιδιωτικές υποδομές και βιώσιμη διαχείριση και ανάπτυξη, με αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης και βελτίωση στους άξονες που εμφανίζουν οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

**3<sup>ος</sup> Πυλώνας**: Δημόσιες υποδομές και διαχείριση της εμπειρίας, με αξιολόγηση της άποψης - εντύπωσης του επισκέπτη, αλλά και καταγραφή των σημείων που απαιτούν βελτίωση.

**4<sup>ος</sup> Πυλώνας**: Εκπαίδευση και κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού, με απογραφή του κλάδου και των δεξιοτήτων, αλλά και αξιολόγηση των ελλείψεων, δίδοντας έμφαση σε νέες εκπαιδευτικές δομές, σε όλο το φάσμα της εκπαίδευσης και σε κίνητρα για επανεκπαίδευση.

**5<sup>ος</sup> Πυλώνας**: Προϊοντική ανάπτυξη, προώθηση και προβολή, με χαρτογράφηση της ζήτησης, της ελληνικής προσφοράς, αλλά και της ανταγωνιστικής προσφοράς. Στόχος είναι η δημιουργία συγκεκριμένων τουριστικών προϊόντων, αποβλέποντας στη γεωγραφική και χρονική επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

**6<sup>ος</sup> Πυλώνας**: Συνεργατική διακυβέρνηση, με χαρτογράφηση των δομών και λειτουργιών του Υπουργείου και των εμπλεκόμενων φορέων, με στόχο τη δημιουργία μηχανισμών δημοσίου διαλόγου και διαχείρισης προορισμών.

**7<sup>ος</sup> Πυλώνας**: Ρυθμιστικό και κανονιστικό πλαίσιο, με κωδικοποίηση της νομοθεσίας και ανάλυση των νομοθετικών κενών.

Η εθνική τουριστική πολιτική θέτει ως στόχο την ανάδειξη της Ελλάδας ως βιώσιμου τουριστικού προορισμού με την παροχή πληθώρας αυθεντικών εμπειριών στους επισκέπτες και στην κατεύθυνση αυτή έχει συγκροτηθεί ομάδα εργασίας για το σχεδιασμό οδικού χάρτη δημιουργίας Εθνικού Παρατηρητηρίου Αειφορίας για την επίτευξη βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Η τουριστική πολιτική ευθυγραμμίζεται με τη νέα εθνική αναπτυξιακή στρατηγική 2021-2030 που προωθεί ένα νέο παραγωγικό μοντέλο Βιώσιμης, Δίκαιης και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξης ενσωματώνοντας τους στόχους ανάπτυξης του ΟΗΕ και υιοθετώντας τους ευρωπαϊκούς αναπτυξιακούς στόχους όπως τόνισε σε συνέντευξη τύπου στο Αθηναϊκό και Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων η Πρόεδρος του ΕΟΤ, κα Άντζελα Γκερέκου.

Στον τομέα του τουρισμού το όραμα είναι η Ελλάδα να μετατραπεί σε κορυφαίο τουριστικό προορισμό, ο οποίος θα προσφέρει αυθεντικές θεματικές εμπειρίες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Ένας προορισμός που θα εξελιχθεί σε ιδανικό μέρος για ταξίδια, προσφέροντας μοναδικές και ολοκληρωμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες σε όλη τη χώρα και όχι μόνο στους παραδοσιακούς προορισμούς των ελληνικών νησιών.

Για την επίτευξη του οράματος τίθενται από την Ελληνική Κυβέρνηση οι εξής στρατηγικοί στόχοι (Ελληνική Κυβέρνηση, 2019:32).

- Προώθηση της Ελλάδας ως «Ελκυστικού, Ασφαλούς Διεθνούς Προορισμού όλο το χρόνο».
- Αύξηση της συνεισφοράς του τουριστικού τομέα στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ).
- Αύξηση των εσόδων ανά επισκέπτη.
- Αναβάθμιση των τουριστικών προϊόντων, υπηρεσιών και υποδομών.
- Επέκταση της καλοκαιρινής σεζόν και ενίσχυση της χειμερινής τουριστικής περιόδου.
- Προώθηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων των νέων ελληνικών προορισμών.
- Ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού.
- Διείσδυση σε νέες αγορές του εξωτερικού.
- Προσέλκυση επενδύσεων υψηλής προστιθέμενης αξίας.

## **1.2 Χαρακτηριστικά και δεδομένα της Ελλάδας ως προορισμού θρησκευτικού / προσκυνηματικού τουρισμού**

Για τον στρατηγικό σχεδιασμό της ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα πρέπει πρωτίστως να υπάρξει απάντηση στο ερώτημα : τι είναι ο θρησκευτικός – προσκυνηματικός τουρισμός, ποιοι είναι οι πόροι που μπορούν να στηρίξουν τη δημιουργία του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος (προσφορά) και ποια η ζήτηση για τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού.

Στην κατεύθυνση αυτή επιχειρείται εννοιολογική προσέγγιση του θρησκευτικού τουρισμού και των επισκεπτών - προσκυνητών όπως προέκυψε από βιβλιογραφική έρευνα, καθώς επίσης και καταγραφή της τυπολογίας των θρησκευτικών πόρων.

Ειδικότερα :

### **1.2.1 Εννοιολογική προσέγγιση του θρησκευτικού τουρισμού**

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτέλεσε μια από τις αρχικές μορφές τουρισμού παγκοσμίως, καθώς από τους πρώτους λόγους μετακινήσεων ήταν η συμμετοχή σε λατρευτικές συνήθειες<sup>13</sup>. Ήδη από την αρχαιότητα, υφίσταται μια πρώιμη μορφή θρησκευτικού τουρισμού, με κυριότερη έκφραση το ταξίδι, που είχε ως στόχο την άφιξη σε κάποιο ιερό τόπο/χώρο. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι οι Αρχαίοι Έλληνες ταξίδευαν με προορισμό τους Δελφούς και την Επίδαυρο, οι Αιγύπτιοι έπλεαν στο Νείλο προκειμένου να μεταβούν για προσκύνημα στο Ναό της Μέμφιδος, ενώ κατά το Μεσαίωνα πολλά ήταν τα πλήθη που διέσχιζαν την Ευρώπη για να προσκυνήσουν στον Άγιο Ιάκωβο της Κομποστέλλα. Ακόμη και σήμερα πολλοί είναι αυτοί που ταξιδεύουν με προορισμό «ιερά μέρη» όπως οι Άγιοι Τόποι, το Βατικανό, η Μέκκα, η Παναγία της Λούρδης (Γαλλία), η Παναγία της Φατιμά (Πορτογαλία), αλλά και στην Ελλάδα η Παναγία της Τήνου, η Παναγία Σουμελά, το Άγιο Όρος κ.α.

Εν προκειμένω, πρόκειται για μια μορφή τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος που παρακινείται εν μέρει, ή αποκλειστικά από θρησκευτικά κίνητρα και συγκεκριμένα από την επιθυμία του ατόμου να μετακινηθεί με σκοπό να επισκεφτεί ένα χώρο που θεωρεί «ιερό» (π.χ. μονή, ναό, κ.α.) επιλέγοντας συχνά πολύ συγκεκριμένο χρόνο για το ταξίδι (π.χ. Δεκαπενταύγουστο, Μεγάλη Εβδομάδα) αναζητώντας την επικοινωνία με το θείο ή την εκπλήρωση θρησκευτικών αναγκών όπως η πραγματοποίηση ενός τάματος, η παράκληση ή η ένδειξη ευγνωμοσύνης (Rinschede 1992, Tomasi 2002). Η μετακίνηση αυτή συνδέεται με το προσκύνημα που είναι η πιο βασική ίσως εκδήλωση του θρησκευτικού τουρισμού και θεωρείται από τους ταξιδιώτες - προσκυνητές ως κομβικό σημείο εκδήλωσης του υπερφυσικού (Λαγός & Χριστογιάννη 2007). Εντούτοις, το ταξίδι μπορεί να πηγάζει ακόμη και από την επιθυμία του ατόμου να περιηγηθεί σε ένα χώρο με σκοπό να θαυμάσει θρησκευτικά-λατρευτικά μνημεία πλούσιας αρχιτεκτονικής και υψηλής ιστορικής και καλλιτεχνικής αξίας.

Ο θρησκευτικός τουρισμός συνδέεται και σχετίζεται άμεσα με τον πολιτιστικό τουρισμό αφού η θρησκεία είναι στοιχείο του πολιτισμού, τα θρησκευτικά μνημεία είναι πολιτιστικά στοιχεία και οι θρησκευτικές γιορτές, είναι πολιτιστικές εκδηλώσεις (Σφακιανάκης, 2000).

Ο θρησκευτικός τουρισμός αξιοποιεί το πολιτιστικό καταπίστευμα του παρελθόντος και την πολιτιστική κληρονομιά, η οποία ιδωμένη από διαφορετική σκοπιά, αποτελεί για τους πολιτιστικούς τουρίστες σημείο αναφοράς, ενώ για τους θρησκευτικούς τουρίστες καθημερινή ζώσα έκφραση (Πουλάκη & Λαγός, 2013).

Ο Rinschede (1992) υποστηρίζει ότι ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού από την άποψη ότι οι μετέχοντες σε οργανωμένα προσκυνήματα διαθέτουν συχνά μια επιπλέον ημέρα για επίσκεψη σε επιλεγμένα τουριστικά αξιοθέατα.

Κατά τους Κοκκώση, Τσάρτα & Γκρίμπα (2011) ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά ταξίδια σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, αλλά και εξερευνήσεις ή επισκέψεις σε περιοχές με

---

<sup>13</sup><https://money-tourism.gr>, 25-5-2016, Αναφορά από ομιλία γενικού γραμματέα ΕΟΤ, Δ. Τρυφωνόπουλου στην πρώτη διάσκεψη για τον προσκυνηματικό & θρησκευτικό τουρισμό μεταξύ Ελλάδας – Ρωσίας που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα

Θρησκευτικά μνημεία με σκοπό την επαφή, τη γνωριμία, τη μελέτη και τη γνώση της θρησκευτικής παράδοσης και κληρονομιάς, και συνδέονται στενά με τον πολιτισμό, αφού η θρησκεία αποτελεί τμήμα του.

Επίσης, κατά τον Πολύζο (2017:9) υπάρχουν περιοχές με ιερές μονές και σημαντικά θρησκευτικά μνημεία που έχουν αποβάλλει το πνευματικό στοιχείο του προσκυνήματος και καθίστανται ελκυστικές για κάθε επισκέπτη ανεξαρτήτως δόγματος ή θρησκείας προβάλλοντας την πολιτιστική τους αξία. Το θρησκευτικό στοιχείο συρρικνώνεται και παύει να χαρακτηρίζει το χώρο, ο οποίος πλέον καθίσταται για τους επισκέπτες πολιτισμικός πόλος έλξης. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται τουριστικό ρεύμα που αντιμετωπίζει τη θρησκεία ως στοιχείο πολιτισμού και με τον τρόπο αυτό εντάσσεται στον πολιτιστικό τουρισμό.

Στην ξενόγλωσση ορολογία ο θρησκευτικός τουρισμός αποδίδεται με τον όρο «Pilgrimage» όπου η μοντέρνα εκδοχή του περιλαμβάνει ευρύτερα την έννοια του προσκυνηματισμού όχι μόνο σε θρησκευτικά μνημεία, αλλά και σε ιστορικούς τόπους και μνημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος (Collins - Kreiner, 2006). Ακόμη, ως θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ο τύπος του τουρισμού που βασικό κίνητρο έχει τη βίωση θρησκευτικών εμπειριών ή τη γνωριμία με προϊόντα άμεσα συνδεδεμένα με τη θρησκεία όπως η τέχνη, η παράδοση και η αρχιτεκτονική (SIGA TEAM, 2012).

Συνοψίζοντας, ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό και ταχέως αναπτυσσόμενο τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Μάλιστα, θεωρείται μια από τις πλέον ανθεκτικές μορφές τουρισμού σε περιόδους οικονομικής κρίσης, σε αντίθεση με τον τουρισμό αναψυχής που θεωρείται εν πολλοίς ακόμα πολυτέλεια και είναι περισσότερο ευμετάβλητος.

Οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού είναι (Αντωσίδου Ρ, 2015:18-19):

- Η ανάγκη για αυθεντική εμπειρία, συμμετοχή σε πνευματικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις που συνδέονται με συγκεκριμένους θρησκευτικούς ή προσκυνηματικούς τόπους.
- Οι αυξημένες επιλογές και η μείωση του κόστους για έξω - ευρωπαϊκές πτήσεις που διευκολύνουν τους Ευρωπαίους να επισκεφτούν θρησκευτικούς τόπους.
- Η αύξηση του αριθμού των πρακτορείων που προσφέρουν εκδρομές – πακέτα θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού.
- Η αναγνώριση του ρόλου της θρησκείας και της πνευματικότητας στη διατήρηση των παραδόσεων και των πολιτισμών.
- Το επιτυχημένο branding πολλών διάσημων προσκυνηματικών και θρησκευτικών τόπων.
- Η παγκόσμια τάση για αειφόρο τουριστική ανάπτυξη και στροφή σε νέες ειδικές μορφές τουρισμού όπως ο θρησκευτικός τουρισμός με σημαντικά οφέλη στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη.
- Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην προώθηση και προβολή θρησκευτικών τόπων, μνημείων, εκδηλώσεων, κ.α.

### **1.2.2 Τυπολογία θρησκευτικού τουρισμού**

Η επιστημονική κοινότητα πέραν της έννοιας του θρησκευτικού τουρισμού χρησιμοποιεί και τον όρο προσκυνηματικό τουρισμό, διακρίνοντας με τον τρόπο αυτό τους ταξιδιώτες σε θρησκευτικούς τουρίστες και προσκυνητές. Υπάρχουν πολλές και διαφορετικές προσεγγίσεις για τις παραπάνω έννοιες από τις οποίες συνάγεται το συμπέρασμα ότι ο θρησκευτικός τουρισμός συνιστά ένα πολύμορφο και πολύπλοκο τουριστικό φαινόμενο ώστε η διάκριση μεταξύ θρησκευτικού τουρίστα και προσκυνητή να μην είναι εύκολη. Αντιθέτως, είναι εξαιρετικά δύσκολο να διερευνηθούν τα κίνητρα του επισκέπτη και μάλιστα ποια κίνητρα κυριαρχούν, αν δηλαδή είναι αμιγώς προσκυνηματικοί οι λόγοι που προκαλούν τη μετακίνησή του ή αν είναι πολιτισμικοί ή αν συντρέχουν παράλληλα και οι δύο ή άλλοι λόγοι.

Ειδικότερα:

Κατά τους Jackowski & Smith (1992) ο τρόπος και ο στόχος του ταξιδιού προσδίδει τη μία ή την άλλη διάσταση στον ταξιδιώτη. Στην περίπτωση του προσκυνητή, κίνητρο αποτελεί το θρησκευτικό αίσθημα, αφιερώνει χρόνο στην περιουλογή και την προσευχή, εκτελώντας τα θρησκευτικά του καθήκοντα, στη διάρκεια του ταξιδιού επισκέπτεται συγκεκριμένα «άδυτα», πραγματοποιεί δηλαδή ταξίδι με στόχο ένα «ειδικό προσκύνημα», ενώ οι περισσότεροι προσκυνητές δεν είναι ενημερωμένοι για την ιστορική ή πολιτιστική σημασία των περιοχών στις οποίες ταξιδεύουν.

Αντίθετα, οι θρησκευτικοί τουρίστες είναι άτομα με βασικό κίνητρο την αναζήτηση και την κατάκτηση της γνώσης. Αναζητούν πληροφορίες και εμπειρίες μέσα από τη περιήγηση και την επικοινωνία με τους ανθρώπους, τις περιοχές, τις πόλεις και εν γένει του τόπου από όπου περνούν. Συνήθως επισκέπτονται την περιοχή - κέντρο και συμμετέχουν τουλάχιστον σε ένα μέρος των τελετουργιών.

Μια άλλη άποψη είναι αυτή του Robichaud (1999), ο οποίος τοποθετεί τον θρησκευτικό τουρίστα ανάμεσα στον τουρίστα και τον προσκυνητή. Τον παρουσιάζει ως ένα άτομο που ταξιδεύει για θρησκευτικούς σκοπούς, χωρίς όμως να γνωρίζει το δρόμο προς τον πνευματικό του στόχο και συνδυάζει το ταξίδι με διάφορες συμπληρωματικές τουριστικές δραστηριότητες και εμπειρίες (συνέδρια, χαλάρωση, διασκέδαση, κ.ά.). Έτσι, από θρησκευτικός τουρίστας μετατρέπεται σε έναν απλό τουρίστα.

Σύμφωνα με την προσέγγιση της Μοίρα (2018:48), ο προσκυνηματικός και ο θρησκευτικός τουρισμός συνιστούν δύο διαφορετικά κοινωνικά φαινόμενα, τα οποία συνδέονται με την ύπαρξη του κοινού στοιχείου της θρησκευτικότητας. Το πρώτο κοινωνικό φαινόμενο είναι το προσκύνημα, στο οποίο κυριαρχεί η πνευματικότητα, η τυπικότητα, η αφοσίωση και οι ηθικές αξίες.

Η αρχική πράξη του προσκυνήματος είναι να θέσει ο άνθρωπος τον εαυτό του στα χέρια της θεότητας. Μέσα από αυτή την εκδήλωση πίστης, ο προσκυνητής αναζητά τη θεότητα, μακριά από τις δομές της καθημερινής ζωής. Ο προσκυνητής επιδιώκει τη σωτηρία της ψυχής του μέσω της πραγματοποίησης ενός «φυσικού ταξιδιού», με κυρίαρχο το πνευματικό στοιχείο, την αγάπη για το θείο και την απομάκρυνση από το χώρο των υλικών αναγκών και αγαθών.

Το δεύτερο είναι ο θρησκευτικός τουρισμός ως υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, όπου αξιοποιείται με τουριστικά κριτήρια το θρησκευτικό στοιχείο του χώρου ή της εκδήλωσης ως πολιτιστική κληρονομιά.

Ο θρησκευτικός τουρισμός διακρίνεται σε τρεις (3) κατηγορίες ανάλογα με το κίνητρο που οδηγεί στην πραγματοποίηση του ταξιδιού (Μαυρίδου Σ, 2016:3):

- Προσκυνηματικός τουρισμός:** αποκλειστικό κίνητρο του επισκέπτη είναι το προσκύνημα σε συγκεκριμένο τόπο χωρίς να δίνει ιδιαίτερη αξία στα ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία που τον διακρίνουν ή στην ευρύτερη περιοχή στην οποία βρίσκεται. Τέτοια θρησκευτικά ταξίδια πραγματοποιούνται κυρίως σε περιοχές που συνδέονται άμεσα με την γέννηση, το θάνατο, τη ζωή και τη διδασκαλία ανθρώπων, θεανθρώπων, προφητών, θρησκευτικών ηγετών και γενικότερα προσώπων που υπήρξαν θεμελιωτές των θρησκευτικών δογμάτων που υπάρχουν σήμερα.
- Ειδικός Προσκυνηματικός τουρισμός:** κύριος σκοπός του ταξιδιού είναι το προσκύνημα ωστόσο, το κίνητρο είναι ένα συγκεκριμένο γεγονός, «η εκδήλωση» η οποία αφορά στην εκπλήρωση ενός τάματος, ή τη συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές στη μνήμη Αγίων και τοπικά πανηγύρια ή τον εορτασμό μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων που σε ορισμένες περιοχές γίνονται με ξεχωριστό τρόπο και προσελκύουν πλήθος πιστών όπως είναι π.χ. η περίπτωση της Κέρκυρας το Πάσχα και της Τήνου το Δεκαπενταύγουστο.
- Θρησκευτικός τουρισμός πολιτιστικού ενδιαφέροντος:** οι επισκέπτες αυτής της κατηγορίας πιθανά δεν έχουν άμεσα θρησκευτικά κίνητρα, αλλά παρακινούνται από την πολιτιστική αξία του θρησκευτικού μνημείου (ιστορική αξία, αρχιτεκτονική, αγιογραφία). Συχνά μάλιστα ο επισκέπτης δεν ανήκει στο θρησκευτικό δόγμα που λατρεύεται στο μνημείο ή τον τόπο που επισκέπτεται. Επιθυμεί ωστόσο να μυηθεί στη φιλοσοφία και την κουλτούρα που πρεσβεύει η θρησκεία και να γνωρίσει από κοντά την ιστορία και τις ρίζες της.

Με κριτήριο τη διάρκεια παραμονής (Χατζηαντωνίου, 2016: 39), ο θρησκευτικός τουρισμός διακρίνεται ακόμη σε:

- Βραχυχρόνιο θρησκευτικό τουρισμό.** Χαρακτηρίζεται από την περιορισμένη χρονική διάρκεια του θρησκευτικού ταξιδιού και για το λόγο αυτό πραγματοποιείται συνήθως σε κοντινή απόσταση από τη μόνιμη κατοικία των επισκεπτών. Σκοπός του ταξιδιού είναι η επίσκεψη ενός θρησκευτικού χώρου ή και η συμμετοχή σε κάποια θρησκευτική εκδήλωση.
- Μακροχρόνιο θρησκευτικό τουρισμό.** Περιλαμβάνει επισκέψεις σε θρησκευτικά κέντρα για περισσότερες από μία ημέρες, ακόμη και εβδομάδες. Οι ταξιδιώτες δεν περιορίζονται μόνο στην επίσκεψη ενός ιερού τόπου ή θρησκευτικού μνημείου, αλλά περιηγούνται και σε άλλα σημεία ανάπτυξης θρησκευτικού ενδιαφέροντος ή ακόμη και σε σημεία που δεν έχουν θρησκευτικό, αλλά τουριστικό ενδιαφέρον.

Ακολουθεί κατηγοριοποίηση του θρησκευτικού τουρισμού στη βάση διαφόρων κριτηρίων:

## ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### με βάση το κίνητρο

**Προσκυνηματικός**  
Έχει ως αποκλειστικό κίνητρο το προσκύνημα, αμιγώς προσκυνηματικός τουρισμός

**Ειδικός προσκυνηματικός**  
Κύριος στόχος και πάλι το προσκύνημα, αλλά το κίνητρο είναι η εκδήλωση

**Θρησκευτικός Τουρισμός Πολιτιστικού Ενδιαφέροντος**  
Κίνητρο αποτελεί η πολιτιστική αξία του θρησκευτικού μνημείου, το οποίο προσελκύει και μη ομόδοξους επισκέπτες

### με κριτήριο τον χώρο προορισμού

**Ιεροί χώροι προσκυνήματος**

- Συγκεντρώνουν αποκλειστικά θρησκευτικό ενδιαφέρον  
Προσελκύουν καθαρούς προσκυνητές
- Παρουσιάζουν υψηλή αξία ως τουριστικά αξιοθέατα (ιστορική σημασία ή ιδιαίτερα πολιτιστικά χαρακτηριστικά)
- Χαρακτηρίζονται κυρίως από τις προσκυνηματικές εκδηλώσεις
- Συνδυασμός γενικότερης τουριστικής έλξης και πνευματικής αξίας για τους πιστούς, ικανοποιούν παράλληλα το ιστορικό, πολιτιστικό και θρησκευτικό ενδιαφέρον  
Προσελκύουν τουρίστες με οποιοδήποτε κίνητρο & θρησκευτικούς τουρίστες

**Θρησκευτικοί πόλοι έλξης τουρισμού**

Αναγνωρίζονται ως μνημεία μοναδικής πολιτιστικής ή ιστορικής κληρονομιάς και όχι ως τόποι προσκυνήματος  
Προσελκύουν επισκέπτες ανεξάρτητα από τις θρησκευτικές τους δεσμεύσεις

**Χώροι που φιλοξενούν θρησκευτικές εορτές μεγάλης σπουδαιότητας**

Εκδηλώσεις θρησκευτικής κατανύξης που πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένο χρόνο

**Πηγή :** Αλμπάνη Χ. (2014). Ο εισερχόμενος θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα, μελέτη περίπτωσης η Θεσσαλονίκη. (Μεταπτυχιακή εργασία). Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη.

Επίσης, οι θρησκευτικοί τουρίστες μπορούν να διακριθούν σε δύο κατηγορίες (Σταράμος, 2017:52):

1. στους **πιστούς**, δηλαδή αυτούς που επισκέπτονται έναν θρησκευτικό προορισμό ως προσκυνητές και
2. στους **αποστασιοποιημένους θρησκευτικά**, δηλαδή αυτούς που επισκέπτονται έναν θρησκευτικό προορισμό ως κλασικοί τουρίστες, λόγω πολιτισμικού ή εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος.

Γενικότερα οι επισκέπτες μπορεί να είναι είτε αμιγώς προσκυνητές, είτε απλοί τουρίστες, είτε να συνδυάζουν στο ταξίδι τους τόσο το προσκυνηματικό, όσο και το πολιτιστικό ενδιαφέρον. Κατά συνέπεια το θρησκευτικό τους ενδιαφέρον είτε ενέχει τη μορφή του προσκυνηματικού, είτε του πολιτιστικού κινητοποιεί ένα ευρύ κύκλο οικονομικών δραστηριοτήτων που αφορά



ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες, εταιρίες διαφήμισης και προβολής, επισιτιστικές επιχειρήσεις, καταστήματα πώλησης αναμνηστικών ειδών, εικόνων, κ.α.

### 1.2.3 Τυπολογία Θρησκευτικών – πολιτιστικών πόρων

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Γρουτίδου, 2018:52), εξετάζοντας το μεγαλύτερο φάσμα των θρησκειών και των πνευματικών ιδεολογιών και σε μια προσπάθεια να καταγράψει τους τόπους, τα μνημεία και τους προορισμούς των πνευματικών ταξιδιών και των προσκυνημάτων, διακρίνει το σύγχρονο παγκόσμιο Προσκυνηματικό - Θρησκευτικό τουρισμό, σε σχέση με τις διαστάσεις και τους προορισμούς, στις εξής μορφές:

α) προσκυνήματα με προορισμούς, τα οποία χαρακτηρίζονται από κατεξοχήν τουριστικές δραστηριότητες,

β) θρησκευτικές και πνευματικές συναντήσεις και

γ) διαδρομές και ταξίδια, τα οποία οδηγούν σε θρησκευτικούς τόπους ή προσκυνήματα, σε μνημεία και ιερά τεμένη περιοχών και εδαφών αναγνωρίσιμων ή εν δυνάμει.

Ενδιαφέρον για τον θρησκευτικό – πολιτιστικό τουρισμό ως πόλων προσέλκυσης επισκεπτών έχουν οι κάτωθι πόροι (Μοίρα Π, 2018:49-61):

- **Θρησκευτικώς ενεργά κτίσματα:** Πρόκειται για κτίσματα - μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς που εξακολουθούν να λειτουργούν ως θρησκευτικοί χώροι, ενώ παράλληλα προσελκύουν επισκέπτες.
- **Θρησκευτικώς ανενεργά κτίσματα:** Πρόκειται για κτίσματα που έχουν πάψει να λειτουργούν ως θρησκευτικοί χώροι και αποτελούν πλέον αποκλειστικά μουσειακούς χώρους (π.χ. Ροτόντα Θεσσαλονίκη).
- **Θρησκευτικά μνημεία ως τμήματα του φυσικού περιβάλλοντος:** Πρόκειται για ενεργά ή ανενεργά θρησκευτικά μνημεία που χαρακτηρίζονται από την ιδιαίτερη ομορφιά του φυσικού τοπίου που τα περιβάλλει, με αποτέλεσμα να μην είναι πάντοτε ευδιάκριτος ο κύριος λόγος προσέλκυσης των επισκεπτών. Παράδειγμα αποτελούν οι μονές των Μετεώρων.
- **Χώροι θρησκευτικής έρευνας:** Πρόκειται για θρησκευτικούς χώρους που προσελκύουν κυρίως επιστήμονες για την πραγματοποίηση ερευνών και μελετών σχετικών με τη θρησκεία.
- **Θρησκευτικά - εκκλησιαστικά μουσεία:** Πρόκειται για οργανωμένους χώρους στους οποίους εκτίθενται διάφορων ειδών θρησκευτικά αντικείμενα μουσειακής αξίας. Τέτοια μουσεία λειτουργούν στις περισσότερες μητροπόλεις της Ελλάδας.
- **Εκθεσιακοί χώροι θρησκευτικών αντικειμένων:** Πρόκειται για εκθεσιακούς χώρους που φιλοξενούν θρησκευτικά αντικείμενα σημαντικής αξίας τα οποία έχουν μεταφερθεί εκεί προσωρινά προκειμένου να είναι εφικτή η φύλαξη και η επίσκεψή τους από το ευρύ κοινό για κάποιο χρονικό διάστημα.
- **Θρησκευτικά σύμβολα:** αφορά ανθρώπινες δημιουργίες που έγιναν με κίνητρο την έκφραση συναισθημάτων θρησκευτικής πίστης και που διακρίνονται από έντονα λατρευτικά χαρακτηριστικά που στο χρόνο τα καθιστά πόλους έλξης επισκεπτών.

Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί το άγαλμα του Χριστού του Ελευθερωτή στο Ρίο Ντε Τζανέιρο της Βραζιλίας.

- **Ιεροί φυσικοί πόροι:** είναι φυσικοί πόροι όπως ποτάμια, λίμνες, πηγές, όρη κ.λπ., στα οποία αποδίδεται ιερότητα από διάφορες θρησκείες.
- **Περιοχές δράσης ιερών προσώπων:** Πρόκειται για περιοχές που διαθέτουν τουριστικό ενδιαφέρον λόγω του γεγονότος ότι σε αυτές έζησαν ή έδρασαν σημαντικές θρησκευτικές προσωπικότητες (π.χ. Απόστολος Παύλος, Ιωάννης ο Θεολόγος).
- **Θρησκευτικές διαδρομές:** είναι διαδρομές που ακολούθησαν σημαίνοντα πρόσωπα διαφόρων θρησκειών και δογμάτων κατά τη δράση τους, οι οποίες δημιουργούν κίνητρο μετακίνησης προκειμένου ο επισκέπτης να ακολουθήσει τις ίδιες διαδρομές του προφήτη, του Αγίου, του μάρτυρα κ.λπ. Παραδείγματα αποτελούν η διαδρομή «Στα βήματα του Αποστόλου Παύλου».
- **Εκδηλώσεις με θρησκευτικές αναφορές:** Πρόκειται για εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται για θρησκευτικούς λόγους και προκαλούν τουριστικό ενδιαφέρον (θρησκευτικά πανηγύρια).
- **Θρησκευτικά συνέδρια :** αφορά συνέδρια με θρησκευτικό περιεχόμενο ανεξαρτήτου του φορέα διοργάνωσης, αλλά και συνέδρια που διοργανώνονται από θρησκευτικούς φορείς ανεξαρτήτως του περιεχομένου.

#### **1.2.4 Αποτύπωση υφιστάμενης κατάστασης θρησκευτικού τουρισμού στον ελλαδικό χώρο**

Η γεωγραφική θέση της Ελλάδος στη Μεσόγειο, η εύκολη πρόσβαση, οι κλιματικές συνθήκες (μακρά περίοδος ηλιοφάνειας και ήπιο κλίμα), το πλούσιο απόθεμα θρησκευτικών μνημείων, χώρων και τόπων συνθέτουν το γενικό πλαίσιο για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, που ως ειδική μορφή τουρισμού, μπορεί να εμπλουτίσει τα κίνητρα για επίσκεψη σε τουριστικές ή και μη αναπτυγμένες περιοχές, να διαφοροποιήσει το υφιστάμενο τουριστικό προϊόν και να συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα έχοντας τις ρίζες του στους προηγούμενους αιώνες παρουσιάζει σήμερα αξιοσημείωτη εξέλιξη-ανάπτυξη εξαιτίας, αφενός του έντονου θρησκευτικού αισθήματος που διαθέτουν τόσο οι Έλληνες, όσο και πολλοί ξένοι επισκέπτες, και αφετέρου, της διαχρονικής σύνδεσης πολλών λαών με την ορθόδοξη χριστιανική πίστη.

Ωστόσο, παρά τη σπουδαιότητα του θρησκευτικού τουρισμού και της συμβολής του στην οικονομική ανάπτυξη και την απασχόληση, αλλά και τις εντατικές προσπάθειες των τελευταίων ετών από κράτος, φορείς και Εκκλησία, δεν έχει φθάσει ακόμη στο επιθυμητό επίπεδο.

Η Ελλάδα, ως ένα από τα πρώτα και σημαντικά χριστιανικά κέντρα στον κόσμο, διαθέτει σημαντικό αριθμό ναών και μνημείων, που την καθιστούν ιδανικό προορισμό για χιλιάδες προσκυνητές. Ειδικότερα, ολόκληρη η ελληνική επικράτεια είναι γεμάτη από θρησκευτικά μνημεία διάφορων εποχών και τεχνοτροπιών, τα οποία μαρτυρούν τις πολιτισμικές, κοινωνικές και λατρευτικές συνήθειες-ιδιαιτερότητες του κάθε τόπου.

Επιπλέον, τα παλαιοχριστιανικά, βυζαντινά και υστεροβυζαντινά μνημεία και οι σύγχρονοι ναοί, καθώς και ο μεγάλος αριθμός ιερών μονών σκιαγραφούν την μακρόχρονη και προπάντων έντονη παρουσία του ορθόδοξου χριστιανισμού. Σημεία αναφοράς για τον θρησκευτικό τουρισμό είναι τόποι όπου δίδαξαν, έδρασαν ή μαρτύρησαν κορυφαίες μορφές της Χριστιανικής πίστης όπως ο Απόστολος Παύλος, οι Ευαγγελιστές Λουκάς και Ιωάννης, ο Απόστολος Ανδρέας, κ.α..

Σε γενικές γραμμές όλες οι Περιφέρειες και οι Περιφερειακές Ενότητες της χώρας διαθέτουν πλούσιους και μοναδικούς από κάθε άποψη θρησκευτικούς πόρους, ενώ η μεγάλη γεωγραφική-χωρική τους διασπορά, τις καθιστά ελκτικές τόσο για θρησκευτικές τουριστικές ροές, όσο και περιηγήσεις.

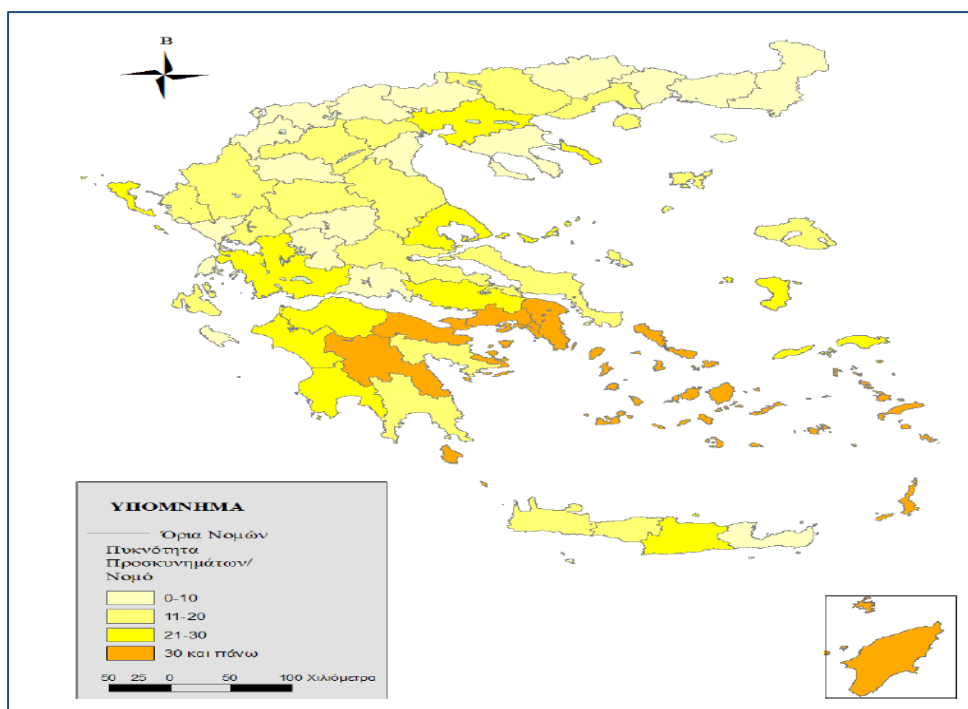
#### Αριθμός Θρησκευτικών Μνημείων – Προσκυνημάτων

Περιφερειακές Ενότητες	Αριθμός Μνημείων - Προσκυνημάτων	Περιφερειακές Ενότητες	Αριθμός Μνημείων - Προσκυνημάτων	Περιφερειακές Ενότητες	Αριθμός Μνημείων - Προσκυνημάτων
Αιτωλοακαρνανίας	25	Θεσπρωτίας	11	Μαγνησίας	25
Αργολίδας	14	Θεσσαλονίκης	25	Μεσσηνίας	20
Αρκαδίας	33	Ιωαννίνων	17	Ξάνθης	4
Άρτας	17	Καβάλας	12	Πέλλας	8
Αττικής	69	Καρδίτσας	8	Πιερίας	6
Αχαΐας	28	Καστοριάς	5	Πρεβέζης	5
Βοιωτίας	26	Κέρκυρας	24	Ρεθύμνης	13
Γρεβενών	2	Κεφαλλονιάς	14	Ροδόπης	1
Δράμας	2	Κιλκίς	3	Σάμου	30
Δωδεκανήσου	67	Κοζάνης	11	Σερρών	17
Έβρου	7	Κορινθίας	43	Τρικάλων	14
Ευβοίας	18	Κυκλάδων	41	Φθιώτιδας	19
Ευρυτανίας	8	Λακωνίας	16	Φλωρίνης	5
Ζακύνθου	9	Λαρίσης	19	Φωκίδος	7
Ηλείας	29	Λασιθίου	10	Χαλκιδικής	8
Ημαθίας	13	Λέσβου	14	Χανίων	11
Ηρακλείου	27	Λευκάδος	7	Χίου	22

**Πηγή :** Σεραφείμ Πολύζος, 2017. Η χωρική και οικονομική διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Οι Περιφερειακές Ενότητες με τα περισσότερα προσκυνήματα (> από 30) είναι εκείνες των **Δωδεκανήσων**, των **Κυκλάδων**, της **Κορινθίας**, της **Αττικής** και της **Αρκαδίας**. Ωστόσο, αρκετά προσκυνήματα βρίσκονται και σε πολλές άλλες Περιφερειακές Ενότητες όπως της Σάμου, της Αχαΐας, της Βοιωτίας, της Αιτωλοακαρνανίας, της Θεσσαλονίκης, της Μαγνησίας, της Ηλείας, του Ηρακλείου, της Χίου, κ.α.

### Χάρτης πυκνότητας κατανομής θρησκευτικών μνημείων



**Πηγή** : Σεραφεΐμ Πολύζος, «η χωρική και οικονομική διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα», 2017

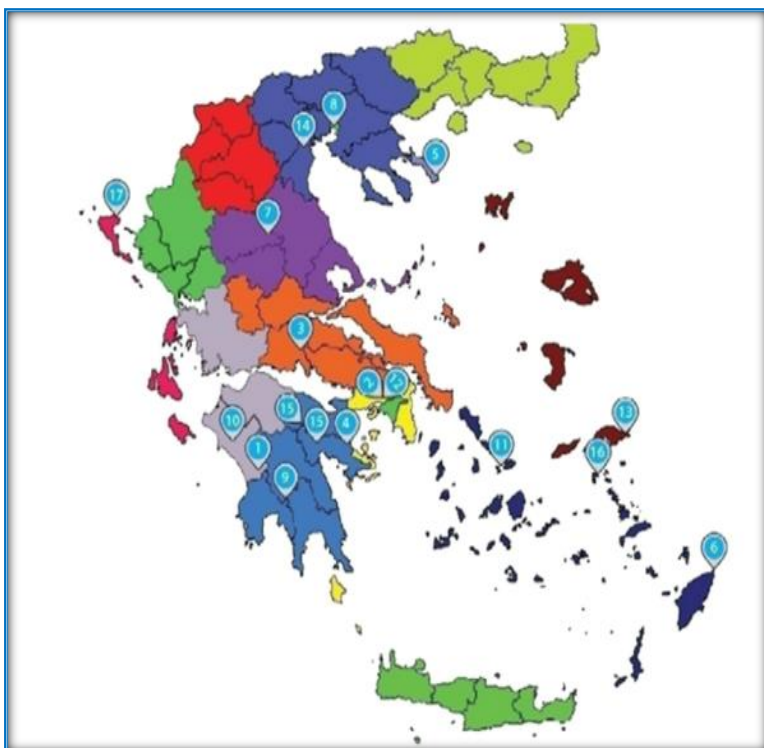
Χαρακτηριστικό των θρησκευτικών μνημείων - πόρων της χώρας είναι η μεγάλη ιστορική και καλλιτεχνική τους αξία. Πολλά από αυτά κοσμούνται με σπάνιες τοιχογραφίες και ψηφιδωτά, ενώ από αρχιτεκτονική άποψη αρκετά παρουσιάζουν πολύ μεγάλο διεθνές ενδιαφέρον.

Η σπάνια εκκλησιαστική τέχνη της αγιογράφησης των ναών, η οικουμενική σημασία ορισμένων θρησκευτικών μνημείων, τα κειμήλια που φυλάσσονται σε μονές και μουσεία και οι σπάνιες βιβλιοθήκες, προσελκύουν το ενδιαφέρον διαφόρων κατηγοριών επισκεπτών, όπως ακαδημαϊκών, ιστορικών, ιερωμένων, φοιτητών, μελετητών, κ.ά.

Επιπλέον, μια άλλη παράμετρος που καθιστά τα θρησκευτικά μνημεία ιδιαίτερα δημοφιλή και επισκέψιμα είναι ότι ορισμένα εξ' αυτών έχουν ενταχθεί στον Κατάλογο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. Συγκεκριμένα, από τα δεκαεπτά (17) μνημεία, έξι (6) είναι μνημεία – περιοχές θρησκευτικού ενδιαφέροντος ήτοι (Μοίρα, 2018 :158-163):

- Μετέωρα
- Άγιο Όρος
- Παλαιοχριστιανικά και Βυζαντινά μνημεία Θεσσαλονίκης
- Μονές Δαφνίου, Όσιου Λουκά και Νέα Μονή Χίου
- Μονή Αγίου Ιωάννη Θεολόγου στην Πάτμο
- Αρχαιολογικός χώρος Μυστρά

**Χαρτογραφική απεικόνιση ενταγμένων μνημείων Ελλάδος  
στον Κατάλογο Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO**



**Μνημεία – τόποι  
θρησκευτικού  
ενδιαφέροντος**

- 5: Άγιο Όρος
- 7: Μετέωρα
- 8: Παλαιοχριστιανικά & Βυζαντινά Μνημεία Θεσσαλονίκης
- 9: Αρχαιολογικός χώρος Μυστρά
- 12: Μονή Δαφνίου, Μονή Οσίου Λουκά & Νέα Μονή Χίου
- 16: Μονή Αγίου Ιωάννη Θεολόγου στην Πάτμο

Πηγή : <https://anagnostis.org/node/33966>

Αξιοσημείωτο γεγονός είναι η θρησκευτική πολύ-πολιτισμικότητα όπου σε όλη την Ελλάδα οι επισκέπτες μπορούν να θαυμάσουν βυζαντινές βασιλικές και παλαιοχριστιανικές εκκλησίες ή ερείπια αρχαίων ναών να συνυπάρχουν με πολιτιστικά και θρησκευτικά ψηφιδωτά αρχαίων δογμάτων και πολιτισμών. Παράλληλα με τα χριστιανικά μνημεία, σε πολλές περιοχές της χώρας, συνυπάρχουν μουσουλμανικά τεμένη (όπως στη Θεσσαλονίκη Κομοτηνή, στην Ξάνθη, στην Καβάλα, στις Σέρρες), εβραϊκοί (περιοχή Έβρου) και καθολικοί ναοί (στη Σύρο, στην Τήνο κ.ά.) καταδεικνύοντας τον θρησκευτικό πλουραλισμό και την ειρηνική συνύπαρξη ανθρώπων διαφορετικών θρησκειών και δογμάτων μέσα στο χρόνο.

Επιπλέον σε πολλά μοναστήρια, διασώζονται παραδοσιακές τέχνες όπως η αγιογραφία, η ψηφιδογραφία, η ξυλογλυπτική, η μαρμαρογλυπτική, η υφαντουργία, ενώ δημιουργούνται στα εργαστήρια τους έργα μοναδικής πολιτιστικής και θρησκευτικής αξίας<sup>14</sup>.

Σε γενικές γραμμές ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό τμήμα της ελληνικής τουριστικής αγοράς, αφού αφορά κατά κανόνα την επίσκεψη στην ύπαιθρο και σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες, συνιστώντας έτσι ένα σημαντικό πόρο για τις αγροτικές περιοχές, εντός των οποίων βρίσκονται σημαντικές μονές ή προσκυνήματα. Ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πυλώνα ανάπτυξης της ενδοχώρας.

<sup>14</sup> <http://ikivotos.gr/post/829/megalo-pleonekthma-o-thrhskyeitikos-toyrismos>

Ενδεικτικό του ελληνικού θρησκευτικού πλούτου και της σημασίας του είναι ότι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εντόπισε στην Ελλάδα, σε μια πρώτη καταγραφή, διακόσιες ογδόντα (280) περιοχές θρησκευτικού ενδιαφέροντος (Τζόβολος Α, 2016:47).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (2010) οι πιο δημοφιλείς-επισκέψιμοι θρησκευτικοί προορισμοί στην Ελλάδα είναι:

• **Περιοχές προσκυνήματος:** Άγιο Όρος, Μετέωρα. Εκτιμάται ότι 1 εκ. άτομα πραγματοποιούν τον παράπλου του Αγίου Όρους κάθε χρόνο, ενώ περίπου 120.000 – 150.000 προσκυνητές το επισκέπτονται.

• **Τόποι προσκυνήματος:** Σπήλαιο Αποκάλυψης Ιωάννη (Πάτμος) το οποίο δέχεται περί τους 250.000 επισκέπτες ετησίως, ενώ μέσω κρουαζιέρας επισκέπτονται το νησί περίπου 20.000 άτομα. Αντίστοιχα τον Ι. Ν. Μεγαλόχαρης στην Τήνο επισκέπτονται περίπου 1,5 εκ. άτομα την περίοδο Μάρτιο – Οκτώβριο (Λαχλάλι Π, 2012:41). Στους δημοφιλείς τόπους προσκυνήματος εντάσσεται και η Παναγία Σουμελά στη Βέροια.

• **Χριστιανικά μνημεία της UNESCO:** Μετέωρα, Άγιο Όρος, Παλαιοχριστιανικά και Βυζαντινά μνημεία Θεσσαλονίκης (Ναοί Αγίου Δημητρίου, Αχειροποιήτου, Αγίας Σοφίας, Παναγίας Χαλκέων, Αγίων Αποστόλων, Αγίου Νικολάου Ορφανού, Αγίου Παντελεήμονα και Μονή Λατόμου), Μυστράς (Μητρόπολη), Αττική (Μονές Δαφνιού, Όσιου Λουκά), Νέα Μονή Χίου, Μονή Αγίου Ιωάννη Πάτμου.

• **Ιστορικά μοναστήρια:** Αρκάδι Ρεθύμνου, Αγία Λαύρα Αχαΐας, Άγιος Ραφαήλ Μυτιλήνης, Κούγκι Σουλίου.

• **Μοναστήρια ή ναοί με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος:** Άγιος Αχίλλειος - Ασκηταριά Πρεσπών, Ι. Μ. Τιμίου Προδρόμου Σερρών, Μοναστήρια ορεινής Αρκαδίας.

Για τους ημεδαπούς τουρίστες η Παναγία της Τήνου, η Παναγία Σουμελά, ο τάφος του Άγιου Παΐσιου, η Εκατονταπυλιανή στην Πάρο, η Παναγία της Αγιάσου και ο Άγιος Ραφαήλ στη Λέσβο, ο Άγιος Νεκτάριος στην Αίγινα, η Μονή Αγίας Λαύρας, κ.ά. αποτελούν ορισμένα από τα δημοφιλέστερα προσκυνήματα. Αυτού του είδους τα προσκυνήματα δε μπορούν να προσελκύσουν και να συγκινήσουν Χριστιανούς άλλων δογμάτων και ειδικά τους Ρωμαιοκαθολικούς που κατευθύνονται σε δικά τους δημοφιλή προσκυνήματα (Φατίμα, Κομποστέλλα, Λούρδη, κ.α.), είναι εξοικειωμένοι με εντυπωσιακά και περίπλοκα τελετουργικά και έχουν πληθώρα επιλογών στα πλαίσια της δικής τους Εκκλησίας.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2013 από το Συνοδικό Γραφείο των Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Ελλάδος σε τουριστικά γραφεία που ασχολούνται με τον θρησκευτικό – προσκυνηματικό τουρισμό στην Ελλάδα διαπιστώθηκε ότι ψηλά στις προτιμήσεις των επισκεπτών είναι γνωστοί τουριστικοί προορισμοί (Αθήνα, Θεσσαλονίκη) οι οποίοι συνδυάζουν σημαντικά προσκυνήματα με θρησκευτικά μνημεία και ακολουθούν τα Μετέωρα, η Κέρκυρα και η Τήνος λόγω της θρησκευτικής τους σημασίας και η Ρόδος εξαιτίας του τουριστικού της προφίλ. Συγκριτικά με τα παραπάνω, χαμηλότερη ζήτηση εμφανίζουν η Ζάκυνθος και η Πάτμος.

Ακόμη, περιοχές όπως τα νησιά του Βορείου Αιγαίου και συγκεκριμένα η Λέσβος με τον Άγιο Ραφαήλ, η Πάρος με την Εκατονταπυλιανή, κ.α. δεν επιλέγονται με την ίδια συχνότητα παρά

το ότι δέχονται πολλούς προσκυνητές και τούτο οφείλεται στο ότι δεν έχουν αναδειχθεί και προβληθεί επαρκώς στις τουριστικές αγορές (Εκκλησία της Ελλάδος, 2020:45). Γενικότερα, όπως προέκυψε και από την 1<sup>η</sup> διαδικτυακή διαβούλευση και την τοποθέτηση της εκπροσώπου της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξεναγών, οι θρησκευτικοί πόροι της νησιωτικής Ελλάδας (πέραν ορισμένων γνωστών προσκυνημάτων) δεν επικοινωνούνται και δεν είναι γνωστοί στους ξένους, ώστε αυτοί να τους αναζητήσουν και να τους επισκεφτούν.

Ο ρόλος της Εκκλησίας και των Ιερών Μητροπόλεων ως εμπλεκόμενων φορέων στην προσπάθεια ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού θεωρείται κυρίαρχος και προς τούτο αναφέρονται ορισμένα ευρήματα που προέκυψαν από έρευνα (Πετρέας Χ. 2016, XX) που υλοποιήθηκε το 2014 και σε δεύτερο στάδιο το 2016 στις Ιερές Μητροπόλεις του Ελλαδικού χώρου με σκοπό την καταγραφή της εικόνας τους, ήτοι:

- Το 60% των Ιερών Μητροπόλεων διαθέτουν μοναστηριακούς ξενώνες και κατόπιν συνεννόησης παρέχεται η δυνατότητα ολιγοήμερης διαμονής προσκυνητών, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα ημερήσιας εξυπηρέτησης «κέρασμα» στις εγκαταστάσεις.
- Στο 35% των Ι.Μ. λειτουργεί Μουσειακός Χώρος ή Μουσειακή Έκθεση Ιερών Κειμηλίων, ενώ στο 30% υπάρχει πνευματικό κέντρο ή συνεδριακή αίθουσα, ενώ σε μεγαλύτερο ποσοστό (37,5%) λειτουργούν οργανωμένες βιβλιοθήκες.
- Το 77,5% των Ι. Μητροπόλεων διαθέτουν έντυπο και οπτικοακουστικό προωθητικό υλικό το οποίο στην πλειοψηφία του αφορά οδηγούς ιερών μονών ή εκκλησιών και λιγότερο εξειδικευμένο υλικό για την ενημέρωση δυνητικών προσκυνητών.
- Μόνο το 57,5% των Ι. Μητροπόλεων διαθέτουν και συντηρούν ιστοσελίδα παρέχοντας πληροφορίες για τους θρησκευτικούς τόπους-πόρους που διαθέτουν.
- Στις Ι. Μητροπόλεις αναπτύσσονται διάφορες δραστηριότητες όπως : κηροπλαστική, παραγωγή προϊόντων διατροφής όπως τυροκομικά, γαλακτοκομικά, αμυλώδη (χυλοπίτες, τραχανάς, κ.α.) και εκκλησιαστικά είδη όπως θυμίαμα, ιερά άμφια, ιερές εικόνες, εκκλησιαστικά σκεύη, κ.α.

Στο πλαίσιο της προσπάθειας ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού στη χώρα, έχουν σημειωθεί αξιόλογες προσπάθειες από δημόσιους φορείς, την Εκκλησία, την Τοπική Αυτοδιοίκηση, ενώ αντίστοιχες προσπάθειες γίνονται και από ιδιωτικούς φορείς. Ειδικά το Υπουργείο Τουρισμού γνωρίζοντας ότι η Ελλάδα μπορεί να διεκδικήσει σημαντικό μερίδιο του παγκόσμιου θρησκευτικού τουρισμού, δεδομένης της πλούσιας θρησκευτικής και πολιτιστικής της κληρονομιάς, έχει θέσει ως στρατηγικό στόχο, να στηρίξει μέσω αυτού την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, αλλά και τον τουρισμό σε περιοχές, λιγότερο τουριστικά ανεπτυγμένες, σε συνάρτηση και με άλλες μορφές θεματικού τουρισμού. Το ίδιο ισχύει και για το Υπουργείο Πολιτισμού στις προτεραιότητες του οποίου τίθεται η προβολή των θρησκευτικών και εκκλησιαστικών μνημείων της χώρας.

Η Εκκλησία της Ελλάδος ως φορέας διαχείρισης των προσκυνημάτων και κατανοώντας τη μεγάλη σημασία του προσκυνηματικού τουρισμού ίδρυσε το 2001 Συνοδικό Γραφείο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων δίνοντας έτσι στις προσκυνηματικές περιηγήσεις θεσμική μορφή (Τσαρκαντόγλου Ε, 2019). Σύμφωνα με τον Κανονισμό Σύστασης και Λειτουργίας του Συνοδικού Γραφείου (Κανονισμός 281/2015, Άρθρο 1) κύριος σκοπός του είναι η οργάνωση και προώθηση προσκυνηματικών περιηγήσεων τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό και

η παράλληλη ανάπτυξη όλων των μορφών τουρισμού θρησκευτικού ενδιαφέροντος με κύριο ζητούμενο την προβολή των διάφορων Ιερών Προσκυνημάτων και την ωφέλεια επισκεπτών και πολιτών. Αντίστοιχα στην Περιφέρεια Κρήτης είναι ενεργή η Συνοδική Επιτροπή επί του θρησκευτικού τουρισμού, ενώ οι Εν Δωδεκανήσου Ιερές Μητροπόλεις του Οικουμενικού Πατριαρχείου και δεδομένου ότι δεν διαθέτουν Ιερά Σύνοδο για το θέμα του θρησκευτικού τουρισμού εκπροσωπούνται από τον Μητροπολίτη Ρόδου.

Επιπλέον η Εκκλησία της Ελλάδος, η Εκκλησία της Κρήτης και οι Εν Δωδεκανήσου Ιερές Μητροπόλεις του Οικουμενικού Πατριαρχείου έχουν υπογράψει (η καθεμιά) με το Υπουργείο Τουρισμού «Πρωτόκολλο Συνεργασίας στον τομέα του Προσκυνηματικού Τουρισμού». Σκοπός της συνεργασίας αυτής είναι η ανάδειξη, προώθηση και προβολή των θρησκευτικών πόρων της χώρας για την αύξηση της τουριστικής ζήτησης προσκυνηματικού τουρισμού και δραστηριοτήτων θρησκευτικού χαρακτήρα από τις διεθνείς αγορές.

Σημειώνεται επίσης ότι από το 2012 οι Εκκλησίες Ελλάδας και Ρωσίας έχουν υπογράψει Σύμφωνο Συνεργασίας για θέματα Προσκυνηματικών περιηγήσεων και για την ανάπτυξη Προσκυνηματικών ταξιδιών ανάμεσα στις δυο χώρες<sup>15</sup>.

Αντίστοιχες πρωτοβουλίες αναπτύχθηκαν και με την Εκκλησία της Ουκρανίας<sup>16</sup>, όπως επίσης επαφές πραγματοποιήθηκαν με τις Ανώτερες Εκκλησιαστικές Αρχές και άλλων χωρών όπως της Σερβίας, της Βουλγαρίας, της Αλβανίας, κλπ.

Αξιοσημείωτη είναι και η συνεργασία της Εκκλησίας της Ελλάδος με την υπηρεσία του Βατικανού «Opera Romana Pellegrinaggi»<sup>17</sup> για την ενίσχυση του εισερχόμενου τουρισμού από τους Ρωμαιοκαθολικούς και από άλλες χριστιανικές ομολογίες που επιθυμούν να ανακαλύψουν τις περιοχές που αναφέρει ο Απόστολος Παύλος στις Επιστολές του. Επειδή δε οι Ρωμαιοκαθολικοί τιμούν και την Παναγία, το Συνοδικό Γραφείο προωθεί επισκέψεις στα προσκυνήματα της Παναγίας στις Κυκλάδες ή σε εκκλησίες με θαυματουργές εικόνες.

Τέλος, το Συνοδικό Γραφείο έχει επεκτείνει τη συνεργασία του και σε περιφερειακό-τοπικό επίπεδο (Τζέρπος Β, 2016) προσπαθώντας να δημιουργήσει καλές προϋποθέσεις για τον εσωτερικό θρησκευτικό τουρισμό, προβάλλοντας διάφορες διαδρομές και περιηγήσεις σε ενορίες και Μητροπόλεις της Εκκλησίας της Ελλάδας. Σημειώνονται στο σημείο αυτό, οι άριστες σχέσεις της Εκκλησίας της Ελλάδας με την αυτοκέφαλη Εκκλησία της Κρήτης και με τις εν Δωδεκανήσω Ιερές Μητροπόλεις του Οικουμενικού Πατριαρχείου.

Οι ιδιωτικοί φορείς από την πλευρά τους αντιλαμβάνονται τη σημασία του εγχώριου θρησκευτικού τουρισμού σε σχέση με την ανθεκτικότητα σε περιόδους οικονομικής κρίσης, τις δυνατότητες βελτίωσης του θρησκευτικού προϊόντος και τις μελλοντικές προοπτικές του, ανέπτυξαν πρωτοβουλίες και συνεργασίες με διάφορους φορείς. Ενδεικτικά το ΗΑΤΤΑ συμμετέχει στην «Κοινή Επιτροπή Μελέτης και Δράσεων»<sup>18</sup> που συστήθηκε με πρωτοβουλία του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Ελλάδος και έγκριση της Ιεράς Συνόδου με σκοπό τη συντονισμένη ανάδειξη και προβολή, εντός και εκτός

<sup>15</sup> <https://mospat.ru/gr/2012/10/23/news73744>

<sup>16</sup> [http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/committees/tourism/dt\\_04042018\\_1.html](http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/committees/tourism/dt_04042018_1.html)

<sup>17</sup> <http://ikivotos.gr/post/829/megalo-pleonekthma-o-thrhsketikos-toyrismos>

<sup>18</sup> <http://www.hatta.gr>



Ελλάδος, των Ι. Μνημείων, των Ι. Μονών και των Ι. Προσκυνημάτων του Ελλαδικού χώρου, την αύξηση της επισκεψιμότητας και τη διευκόλυνση των προσκυνηματικών ομάδων.

Επίσης αρκετά τουριστικά γραφεία έχουν στραφεί στον θρησκευτικό τουρισμό διαμορφώνοντας ειδικά πακέτα και προωθώντας τα σε αγορές με μεγάλη σχετική ζήτηση.

Αξιοσημείωτο ενδιαφέρον για τον θρησκευτικό τουρισμό παρουσιάζει και το επιστημονικό δυναμικό της χώρας. Τα τελευταία χρόνια, έχουν γίνει σημαντικές έρευνες, τόσο από ειδικούς του τουρισμού, όσο και από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα. Το ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας διευρύνεται ακόμη περισσότερο, με πρώτο παράδειγμα το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, το οποίο έχει εντάξει στα νέα μεταπτυχιακά του προγράμματα ειδική κατεύθυνση στον «Θρησκευτικό - Πολιτιστικό Τουρισμό». Επίσης, σε επίπεδο μετα-δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, από το εκπαιδευτικό έτος 2015-2016, στα ΙΕΚ της χώρας, σταδιακά λειτουργούν τμήματα με την ειδικότητα «Θρησκευτικού Τουρισμού και Προσκυνηματικών Περιηγήσεων» σε μία προοπτική παροχής εξειδικευμένων γνώσεων στον συγκεκριμένο τομέα (Γρουτίδου Κ, 2018:80-81).

Μάλιστα, στο πλαίσιο της 1<sup>ης</sup> διαδικτυακής διαβούλευσης του έργου, ο εκπρόσωπος της Συνοδικής Επιτροπής επί του θρησκευτικού τουρισμού της Εκκλησίας της Κρήτης αναφέρθηκε στην περίπτωση του ΙΕΚ Αγίου Νικολάου στο Λασιθί, όπου για πρώτη φορά το 2020 λειτουργεί τμήμα που παρέχει επιμόρφωση στον θρησκευτικό τουρισμό και οι απόφοιτοι θα αποκτήσουν πιστοποίηση για ξενάγηση σε ιστορικά – εκκλησιαστικά μνημεία και τη δυνατότητα να συνοδεύουν εκδρομές σε θρησκευτικούς τόπους και μνημεία.

### **1.2.5 Αποτύπωση θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή υλοποίησης του Re-cult**

#### **Κυκλάδες**

Σπουδαία θρησκευτικά προσκυνήματα υπάρχουν στα νησιά των Κυκλάδων, μνημεία απaráμιλλης αρχιτεκτονικής και ιστορικής σημασίας, με εικόνες, αγιογραφίες και κειμήλια ανυπολόγιστης αξίας και βιβλιοθήκες που φυλάσσουν σπουδαία χειρόγραφα και βιβλία. Μονές σε λειτουργία, παλαιοχριστιανικές ή βυζαντινές εκκλησίες και ξωκλήσια, αποτελούν πόλο έλξης χιλιάδων επισκεπτών όλες τις εποχές του χρόνου και ιδιαίτερα το Πάσχα και την περίοδο του Δεκαπενταύγουστου, ενώ αντανακλώντας τις ιστορικές περιόδους κατά τις οποίες κτίστηκαν ή ανακατασκευάστηκαν, σε αρκετές από αυτές ο αρχιτεκτονικός τύπος είναι φρουριακός καθιστώντας τες ιδιαίτερα εντυπωσιακές.

Στις Κυκλάδες μεγάλα και γνωστά θρησκευτικά κέντρα είναι, η Τήνος, η Πάρος και η Αμοργός που δέχονται μεγάλο αριθμό προσκυνητών προς χάριν της Παναγίας της Τήνου, της Εκατονταπυλιανής της Πάρου και της Χοζοβιώτισσας στην Αμοργό.

Ειδικότερα:

## Τήνος

Η Τήνος από την αρχαιότητα ήταν θρησκευτικό κέντρο, καθώς το ιερό του Ποσειδώνα και της Αμφιτρίτης την καθιστούσε πανελλήνιο προσκύνημα. Η πίστη και η θρησκευτικότητα του νησιού συνεχίστηκε και κατά τους επόμενους αιώνες μέχρι και σήμερα. Αυτό αποδεικνύεται και από τον μεγάλο αριθμό των εκκλησιών που βρίσκονται διάσπαρτες σ' όλο το νησί. Με τις 1.000 περίπου Ορθόδοξες και Καθολικές εκκλησίες, η Τήνος κατέχει ξεχωριστή θέση στον κόσμο της



εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής που διακρίνεται από τον συνδυασμό με μοναδικό τρόπο ανατολικών και δυτικών τεχνικών (Μοίρα Π, 2015 :85).

Είναι αναγνωρισμένη ως «ιερό νησί» από το 1971 και είναι ταυτισμένη με την Παναγία<sup>19</sup>. Το προσκύνημα στον Ιερό Ναό της Ευαγγελίστριας (Παναγίας της Τήνου) είναι το σημαντικότερο ορθόδοξο προσκύνημα στην Ελλάδα και ένα από τα πιο γνωστά σε ολόκληρο τον κόσμο. Έτσι, ο ναός της Ευαγγελίστριας συνιστά πόλο προσέλκυσης εκατοντάδων χιλιάδων προσκυνητών και συνδέεται άμεσα με την ιστορία, τον πολιτισμό, την οικονομία και τον τουρισμό του νησιού. Ειδικότερα αναφέρεται ότι πάνω από 1,5 εκ. προσκυνητές περνούν κατά μέσο όρο από την Παναγία της Τήνου την περίοδο Μαρτίου-Οκτωβρίου (ΚΕΑ.Ι.Μ. Σύρου, 2020:18).

Στο νησί το θρησκευτικό συναίσθημα είναι έκδηλο σχεδόν σε κάθε βήμα που κάνει ο επισκέπτης, με καλλιμάρμαρους ναούς<sup>20</sup> όπως η Αγία Παρασκευή στα Υστέρνια, η Παναγία της Κιουράς στην Καρδιανή, οι δυο εκκλησίες του Κτικιάδου, η Παναγία Μεγαλομάτα και του Σταυρού. Δεκάδες ξωκλήσια και εκκλησάκια στολίζουν τις πλαγιές του νησιού όπου οι ντόπιοι οργανώνουν πανηγύρια τις ημέρες των εορτών των Αγίων, όλο το χρόνο. Στο νησί υπάρχουν επίσης οι μονές Κεχροβουνίου, Καταπολιανή, Βρυσιώτισσα, Κυρά Ξένη και η μονή των Ιησουιτών στα Λουτρά.

Η μακραίωνη συνύπαρξη του Ορθόδοξου και Καθολικού δόγματος στο νησί<sup>21</sup> είχε ως αποτέλεσμα επιρροές στην αρχιτεκτονική και πιο σπάνια, ναούς αφιερωμένους και στα δυο δόγματα, όπως η Αγία Αικατερίνη στον Τσικνιά. Το νησί αποτελεί και για τους Καθολικούς σημαντικό προσκύνημα. Δίπλα στο Ορθόδοξο Προσκύνημα της Ζωοδόχου Πηγής βρίσκεται το Προσκύνημα της Ιεράς Καρδίας του Ιησού στο Ξώμπουργο το οποίο αποτελεί το μεγαλύτερο οργανωμένο προσκύνημα των Καθολικών της Ελλάδας, τη δεύτερη Κυριακή του Ιουλίου.

19 Ν.Δ.984/1971 ΦΕΚ 145/Α «Περί ανακηρύξεως της νήσου Τήνου ως Ιεράς Νήσου»

20 <http://www.aegeanislands.gr>

21 <http://www.tinos360.gr/paradosi.html>

Πέραν των θρησκευτικών εκδηλώσεων στο νησί διοργανώνονται και άλλα δρώμενα ικανά να προσελκύσουν το τουριστικό ενδιαφέρον, ήτοι:

- Φεστιβάλ Τήνου (Εξωμβούργου), πρόκειται για ένα μουσικό – καλλιτεχνικό – πολιτιστικό φεστιβάλ με κύριο χώρο υλοποίησης το προαύλιο της Μονής Ουρσουλινών στα Λουτρά, ενώ αξιοποιούνται παράλληλα υπαίθριοι χώροι, μουσεία και παραλίες για τις δραστηριότητες που πλαισιώνουν το φεστιβάλ.
- Διεθνές λογοτεχνικό φεστιβάλ<sup>22</sup> που αποτελεί τόπο συνάντησης των καλύτερων συγγραφέων διεθνώς και αποκτά ολόένα και μεγαλύτερη ανταπόκριση από όλο τον κόσμο εξαιτίας της μοναδικότητάς του και της παρουσίασης των έργων των συγγραφέων.

Τέλος, αναφέρεται ότι στην Τήνο ο επισκέπτης έχει πολλές επιλογές και ποικίλες δραστηριότητες να πραγματοποιήσει<sup>23</sup>. Το νησί αποτελεί πολύ γνωστό διεθνώς και ιδιαίτερα στην Ευρώπη, αναρριχητικό προορισμό, διαθέτει δέκα σηματοδοτημένα μονοπάτια σε περιοχές με ιδιαίτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον, ενώ αποτελεί ιδανικό προορισμό για θαλάσσια extreme sports (καταδύσεις, surfing). Κατά συνέπεια ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί άριστα και με άλλες μορφές τουρισμού.

### Πάρος

Το νησί της Πάρου<sup>24</sup> αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα σημεία ενδιαφέροντος για τους λάτρεις-ενδιαφερόμενους της βυζαντινής και μεταβυζαντινής αρχιτεκτονικής. Τα μνημεία (εκκλησίες και μοναστήρια) προσελκύουν την προσοχή του κάθε επισκέπτη. Ο κύριος πόλος έλξης είναι η Εκατονταφυλιανή, η επονομαζόμενη και Αγία Σοφία του Αιγαίου. Ο ναός αποτελεί εξαιρετικό δείγμα ιδιαίτερης βυζαντινής αρχιτεκτονικής στη νησιωτική Ελλάδα και ταυτόχρονα αποτελεί πανελλήνιο προσκύνημα. Στο χώρο στεγάζεται και βυζαντινό μουσείο με σημαντικά εκθέματα, ενώ στο νησί υπάρχουν πολλά άλλα θρησκευτικά μνημεία κατασκευασμένα από το ονομαστό παριανό μάρμαρο.

Επίσης είναι καταγεγραμμένες συνολικά 450 εκκλησίες, εντός και εκτός οικισμών και περισσότερα από 30 μοναστήρια, από τα οποία λειτουργούν μόνο τα πέντε: η Μονή Αγίου Αρσενίου, η Μονή Ζωοδόχου Πηγής, Λογγοβάρδας που αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα προσκυνήματα του Αιγαίου με βιβλιοθήκη που φιλοξενεί σπάνιες εκδόσεις και χειρόγραφα, ενώ λειτουργεί και οινοποιείο, το Μοναστήρι των Θαψανών, η μονή της Παναγίας Μυρτιδιώτισσας και το Φραγκομοναστήρι. Σημειώνεται ότι σε κάθε χωριό και κάθε εκκλησάκι της Πάρου, λαμβάνουν χώρα πανηγύρια τις ημέρες γιορτής των Αγίων.

### Αμοργός

Στην Αμοργό υπάρχουν πολλές και ενδιαφέρουσες εκκλησίες όπως η Κερά-Λεούσα, με τη θαυμάσια εικόνα της Παναγίας, ο Άγιος Θαλαλαίος, ο Άγιος Θωμάς, ο Σταυρός, η Μητρόπολη, οι Άγιοι Πάντες και η διστυπότερη εκκλησία της Μεταμόρφωσης – Αγίου Στεφάνου. Το βυζαντινό Μοναστήρι της Χοζοβιώτισσας αποτελεί το σημαντικότερο θρησκευτικό και πολιτιστικό μνημείο της Αμοργού, ενώ θεωρείται μοναδικό από πλευράς

<sup>22</sup> <https://www.reader.gr/life/culture/ntinos-siotis-sto-readergr-diethnes-logotehniko-festival-tinoy-mas-syndee-i-me-ti-zoi>

<sup>23</sup> <https://tinosecret.gr>

<sup>24</sup> <http://www.paros.gr/el/ti-tha-kanw/shmeia-endaferontos/eklisies-monastiria.html>

θέας και αρχιτεκτονικής. Στις 21 Νοεμβρίου πραγματοποιείται στο μοναστήρι μεγάλο πανηγύρι με πολυάριθμους ντόπιους, αλλά και ξένους προσκυνητές (Μοίρα Π, 2015:62).

Σημαντική θρησκευτική εκδήλωση είναι και η "έξοδος" των εικόνων από τη Μονή την Κυριακή του Πάσχα η οποία διαρκεί μέχρι του Θωμά και κάθε μέρα βρίσκονται και σε διαφορετική εκκλησία. Έτσι το Πάσχα στην Αμοργό διαρκεί οκτώ ημέρες.

Πολλά θρησκευτικά πανηγύρια πραγματοποιούνται στην Αμοργό με μεγαλύτερο εκείνο της Αγίας Παρασκευής<sup>25</sup> στην Κάτω Μεριά που περισσότερα από 3.500 με 4.000 άτομα στις 25 Ιουλίου παρευρίσκονται στον εσπερινό και τιμούν με την παρουσία τους την Αγία.

### Μήλος

Τέλος, θρησκευτικό ενδιαφέρον παρουσιάζει και η **Μήλος** η οποία έχει ανακηρυχτεί ως "ιερό νησί" από την Ιερά Σύνοδο, λόγω της ύπαρξης Παλαιοχριστιανικών Κατακόμβων. Ακόμη διαθέτει Εκκλησιαστικό Μουσείο, καθώς και περισσότερες από 140 εκκλησίες και ξωκλήσια. Στις εκκλησίες φυλάσσονται σημαντικά έργα, εικόνες και κειμήλια των περασμένων αιώνων, αλλά έχουν και ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό και καλλιτεχνικό ενδιαφέρον (Μοίρα Π, 2015:76).



Κατακόμβες της Μήλου

Πηγή :<https://www.tripadvisor.com.gr>

### Βόρειο Αιγαίο

Η συγκέντρωση αξιόλογων θρησκευτικών μνημείων με ιδιαίτερη ελκυστικότητα σε συνδυασμό με τη θετική αλληλεξάρτηση του τουρισμού διακοπών με τον θρησκευτικό τουρισμό, οδήγησε σε σημαντική αύξηση του αριθμού των επισκεπτών στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου (Πολύζος Σ, 2017:15). Οι πιο γνωστοί και επισκέψιμοι τόποι προσκυνήματος είναι ο Άγιος Ραφαήλ στη Μυτιλήνη και η Νέα Μονή Χίου.

<sup>25</sup> <https://www.amorgos-news.gr>



## Χίος

Σε ότι αφορά στη Χίο<sup>26</sup>, η ισχυρή παρουσία της κατά την ιστορική περίοδο της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας, εποχή στην οποία χρονολογούνται τα σπουδαιότερα μνημεία της ορθόδοξης πίστης, έχει προικοδοτήσει το νησί με αξιόλογα θρησκευτικά μνημεία, τα περισσότερα από τα οποία διατηρούν τη χρήση τους ως λατρευτικοί χώροι. Την ένταξη της Χίου στους προορισμούς με ισχυρό θρησκευτικό χαρακτήρα ενισχύει και η καταγωγή ή διαμονή δεκάδων μαρτύρων, νεομαρτύρων ή ισχυρών πνευματικών μορφών οι οποίοι έχουν προσδώσει στο νησί και την ονομασία «αγιονήσι».

Σύμφωνα με την Πανωραία Πουλάκη (2017), τα στοιχεία που συγκροτούν το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού στη Χίο είναι:

- Θρησκευτικά – ιστορικά μνημεία της Χίου (Εκκλησίες και Ιερές Μονές)
- Ιερό προσκύνημα Αγίας Μαρκέλλης της Χιοπολίτιδας
- Θρησκευτικές εορτές της Χίου – Πανηγύρεις
- Βυζαντινά και Εκκλησιαστικά Μουσεία Χίου
- Οι Άγιοι της Χίου
- Βυζαντινή Εκκλησιαστική Μουσική Παράδοση Χίου
- Ξυλογλυπτική – Γλυπτική
- Τεχνική του ψηφιδωτού
- Τεχνική του βοτσαλωτού
- Μουσουλμανικά μνημεία
- Καθολικά Μνημεία
- Εβραϊκά Μνημεία

Από τους θρησκευτικούς πόρους του νησιού ξεχωρίζει η Νέα Μονή Χίου η οποία είναι ενταγμένη στον Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Unesco και περιλαμβάνεται στα πιο καλοδιατηρημένα και όμορφα μοναστήρια της Ελλάδας.

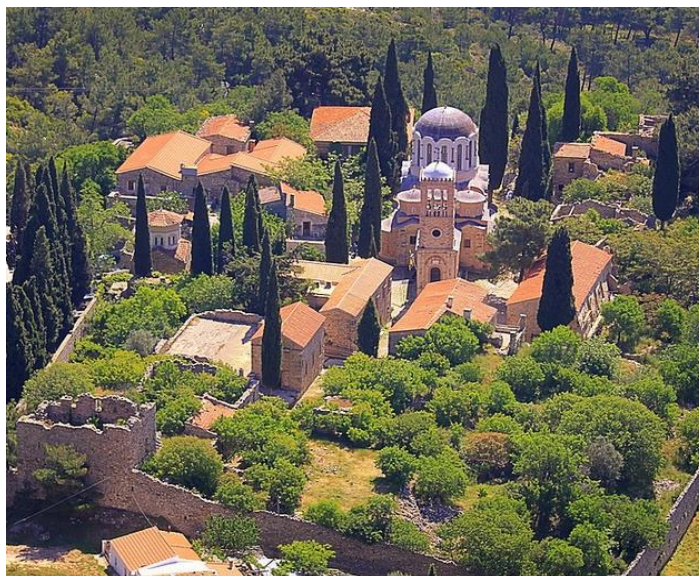
Τα ψηφιδωτά της Νέας Μονής αποτελούν μια από τις τρεις εναπομείνουσες συλλογές στην Ελλάδα της βυζαντινής περιόδου και παραμένουν σε σχετικά καλή κατάσταση. Η εξαιρετική ποιότητά τους, μαζί με το γεγονός ότι αποτελούν έργο καλλιτεχνών που διασυνδέονταν με τα μεγαλύτερα εργαστήρια της Κωνσταντινούπολης τα κατατάσσει ανάμεσα στα πιο σημαντικά δημιουργήματα της βυζαντινής τέχνης.

Σημαντική είναι η παρουσία των Οθωμανικών μνημείων τα οποία δέχονται αυξημένο αριθμό Τούρκων επισκεπτών λόγω της γεωγραφικής εγγύτητας.

---

<sup>26</sup><https://www.politischios.gr/oikonomia/proskuno-te-khare-sou-proskunematike-tourisme-mou>

Σε γενικές γραμμές στο νησί της Χίου ο θρησκευτικός τουρισμός δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς, καθώς δεν υπήρξε μέχρι σήμερα τουριστικός σχεδιασμός με συγκεκριμένες στρατηγικές, ενώ παράγοντες όπως η ανεπαρκής τουριστική προβολή, οι υψηλές τιμές συγκριτικά με άλλους προορισμούς, τα προβλήματα στις συγκοινωνίες, οι ελλείψεις σε υποδομές και παρεχόμενες υπηρεσίες και η «γεωγραφική απομόνωση» του νησιού λειτουργούν αρνητικά (Πουλάκη Π, 2017).



Πηγή : [wikimedia.org](https://commons.wikimedia.org/)

Από εμπειρική έρευνα της Πανωραία Πουλάκη που έγινε το 2017 για την αποτύπωση της υπάρχουσας θρησκευτικής τουριστικής ζήτησης στο νησί της Χίου επισημάνθηκαν ως ανασταλτικοί παράγοντες ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού:

- Η αντίληψη ότι η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού ενδέχεται να προσβάλλει την ιερότητα των θρησκευτικών χώρων.
- Η Εκκλησία και η τοπική κοινωνία δεν έχουν ακόμα συνειδητοποιήσει τη σημασία των θρησκευτικών μνημείων και την επίδραση που μπορούν να έχουν στην τοπική οικονομία.
- Η έλλειψη υποδομών διαμονής σε μοναστηριακούς ή άλλους θρησκευτικούς χώρους, ενώ όπου υφίσταται είναι σε υποβαθμισμένη κατάσταση.
- Η περιορισμένη διασύνδεση-συνεργασία με άλλες Ιερές Μητροπόλεις εντός ή εκτός Ελλάδος.
- Οι τοπικοί τουριστικοί πράκτορες δε έχουν στοχεύσει στην προσέλκυση θρησκευτικού τουρισμού.

### Σάμος

Η Σάμος, το νησί του Πυθαγόρα, το λατρευτικό κέντρο της θεάς Ήρας κατά την αρχαιότητα, η πατρίδα του αστρονόμου Αρίσταρχου και του φιλοσόφου Επίκουρου διαθέτει πλούσια ιστορία και φυσικές ομορφιές που την καθιστούν ως έναν από τους πιο αγαπητούς προορισμούς του Αιγαίου, ενώ τα μοναστήρια της και τα εκατοντάδες εξωκλήσια προσελκύουν όλο το χρόνο μεγάλο αριθμό προσκυνητών<sup>27</sup>.

Πρόκειται για ένα νησί διάσπαρτο από ξωκλήσια, μετόχια και μονές οι περισσότερες εκ των οποίων χτίστηκαν κατά τη διάρκεια του 16ου αιώνα, ενώ υπάρχουν ξωκλήσια και εκκλησίες που χρονολογούνται από το 10ο και 11ο αιώνα. Ένα από τα πιο φημισμένα σημεία επίσκεψης

<sup>27</sup> <http://www.religiousgreece.gr/north-aegean-islands>

στη Σάμο είναι η Μονή Παναγιάς της Σπηλιανής<sup>28</sup> που βρίσκεται στο λόφο πάνω από το Πυθαγόρειο.

Το νησί ενδείκνυται-προωθείται ως θρησκευτικός προορισμός δεδομένου ότι η Σάμος αποτέλεσε σταθμό της Περιοδείας του Απόστολου Παύλου, ενώ προσφέρεται δεδομένων των πόρων που διαθέτει για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού όπως ο πολιτιστικός, ο αγροτουρισμός, ο οινοτουρισμός, ο περιπατητικός, δηλαδή μορφές τουρισμού που μπορούν να λειτουργήσουν συνδυαστικά με το θρησκευτικό τουρισμό.

### Δωδεκάνησα

Στα Δωδεκάνησα υπάρχει πληθώρα από προσκυνήματα, λείψανα αγίων και ιστορικής αξίας ναοί που όμως στην πλειοψηφία τους δεν είναι γνωστά στους επισκέπτες. Σύμφωνα με την εισήγηση «Θρησκευτικές περιηγήσεις στα Δωδεκάνησα, προβληματισμοί και προοπτικές» του Σεβασμιότατου Μητροπολίτη Ρόδου κκ Κύριλλο στο Γ' Πανελλήνιο Συνέδριο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων – Θρησκευτικού Τουρισμού που πραγματοποιήθηκε στον Πύργο Ηλείας στις 4 Νοεμβρίου 2018, τρεις είναι οι σημαντικοί πυλώνες ανάπτυξης του θρησκευτικού - προσκυνηματικού τουρισμού:

- Η **Πάτμος** που λόγω του σπηλαίου της Αποκάλυψης αποτελεί έναν παγκόσμια γνωστό πόλο έλξης προσκυνητών.
- Η **Ρόδος** και η **Κως** λόγω των υποδομών που διαθέτουν για την εξυπηρέτηση των προσκυνητών.

Άξια αναφοράς είναι και η **Σύμη** με τη Μονή του Πανορμίτη η οποία ωστόσο εμφανίζει την ιδιαιτερότητα ότι δέχεται πολυάριθμους διερχόμενους επισκέπτες καθώς δεν υπάρχουν οι απαιτούμενες υποδομές φιλοξενίας.

Παρακάτω αναφέρονται επιγραμματικά τα σημαντικότερα θρησκευτικά μνημεία της Δωδεκάνησου<sup>29</sup>:

- Στη Ρόδο υπάρχει η Κοίμηση της Θεοτόκου στο Ασκληπιείο, κτισμένη το 1060 πάνω στα ερείπια παλαιότερου ναού. Επίσης, η μονή της Παναγίας Τσαμπίκας, η μονή Καλόπετρας στο ψηλότερο σημείο του μονοπατιού της κοιλάδας των πεταλούδων, η μονή της Παναγίας Σκιαδενης, η μονή Θάρρι στα Λάερμα και η μονή Αρταμίτη.
- Στο νησί της Πάτμου, εκτός από τη μονή του Θεολόγου, υπάρχει η μονή του Ευαγγελισμού και η μονή της Ζωοδόχου Πηγής.
- Στην Αστυπάλαια υπάρχει η Παναγία Πουλαριανή, ένα ξεχωριστό ξωκλήσι κτισμένο σε βράχο, τα μοναστήρια της Παναγίας Φλεβαριώτισσας, του Αγίου Ιωάννη και της Παναγίας Πορταϊτισσας στη Χώρα.
- Στη Κάλυμνο ενδιαφέρον παρουσιάζει το μοναστήρι της Ανάληψης του Χριστού, του Αγίου Σάββα και των Αγίων Πάντων.

<sup>28</sup> <https://www.touristorama.com/θρησκευτικός-τουρισμός-Σάμου>

<sup>29</sup> <http://aigaio.dev.edu.uoc.gr/el/myths-history/religious-tourism/religious-tourism.html>



- Στην Κάσο υπάρχουν τα μοναστήρια που είναι αφιερωμένα στον Άγιο Μάμα και τον Άγιο Γεώργιο.
- Στην Κάρπαθο υπάρχει το μοναστήρι του Αγίου Γεωργίου και πολλές εκκλησίες με αρχαιολογικό ενδιαφέρον και εξαιρετικές αιογραφίες.
- Μεσαιωνικές εκκλησίες υπάρχουν στην Κω, όπως η Υπαπαντή και η Παναγία Κουβουκλιανή.
- Στη Λέρο από τον 11ο αιώνα υπάρχει στο Λακκί ο βυζαντινός ναός του Αγίου Ιωάννη Θεολόγου, ενώ ένα από τα πιο γραφικά ξωκλήσια του νησιού είναι ο Άγιος Ισίδωρος και η Παναγία Καβουράδαινα. Του 18ου αιώνα είναι η Αγία Κιουρά ή Ματρώννα. Στη δυτική πλευρά του κάστρου ξεχωρίζει η Παναγία. Στην ενδοχώρα του νησιού υπάρχει η μονή των Αγίων Αγγέλων.
- Σε λοφοπλαγιά νοτιοανατολικά της πρωτεύουσας των Λειψών είναι κτισμένη η περίφημη Παναγία του χάρου, την εικόνα της οποίας χαρακτηρίζει ένα σπανιότατο αιογραφικό μοτίβο αντί του κλασικού της Βρεφοκρατούσας.
- Πάνω από το Μανδράκι της Νισύρου αναδύεται η Παναγία Σπηλιανή, μεγάλο προσκύνημα χάρη στο οποίο συρρέουν πιστοί από όλα τα γύρω νησιά την περίοδο του Δεκαπενταύγουστου. Στο νησί υπάρχουν ακόμη 9 παλαιοχριστιανικές εκκλησίες και τα μοναστήρια του Σταυρού, της Παναγίας Κυράς, του Αγίου Ιωάννη Θεολόγου, της Ευαγγελίστριας.
- Στη Σύμη, εκτός από το μεγάλο προσκύνημα του Ταξιάρχη Μιχαήλ Πανορμίτη, ενδιαφέρον παρουσιάζει η Παναγία Μυρταριώτισσα και η μονή του Μιχαήλ Ρουκουνιώτη με τη φρουριακή αρχιτεκτονική.
- Στην Τήλο το σπουδαιότερο προσκύνημα είναι η ιστορική μονή του Αγίου Παντελεήμονα.
- Στη Χάλκη ξεχωρίζει η μονή του Ταξιάρχη Μιχαήλ Παλαρνιώτη και του Αγίου Ιωάννη Αλάργα.

Ακολουθεί σύντομη περιγραφή των σημαντικότερων προσκυνημάτων των Δωδεκανήσων :

### **Ρόδος**

Στη Ρόδο πολυάριθμα είναι τα θρησκευτικά μνημεία που μαρτυρούν την τεράστια ιστορική και πολιτιστική βαρύτητα και σημασία του νησιού στο σταυροδρόμι τόσων διαφορετικών πολιτισμών, με μια ιστορία 2400 χρόνων. Από τους αρχαίους ναούς της ελληνιστικής περιόδου, τους πρωτοχριστιανικούς ναούς και τα βυζαντινά μοναστήρια μέχρι τα οθωμανικά τεμένη και τις εκκλησίες με έντονες στο ύφος τους, τις γοθτικές επιρροές, αποτελούν σήμερα μοναδικούς χώρους λατρείας που καταδεικνύουν την πλούσια πολιτιστική και θρησκευτική κληρονομιά της Ρόδου και της πορείας του Χριστιανισμού στο νησί<sup>30</sup>.

Έχοντας καταστεί σαφές οι προοπτικές και τα οφέλη του θρησκευτικού τουρισμού, η Τοπική Αυτοδιοίκηση και η Ιερά Μητρόπολη έχουν ενεργοποιηθεί προκειμένου να αξιοποιήσουν την ευκαιρία αυτή για την τοπική και τουριστική ανάπτυξη του νησιού (Δήμος Ρόδου, 2020).

---

<sup>30</sup> <http://www.rodosisland.gr/>

Μια αξιόλογη προσπάθεια πραγματοποιήθηκε το 2011 και αφορά στο Δίκτυο Χριστιανικών Μουσείων & Επισκέψιμων Μνημείων Ρόδου<sup>31</sup>. Το Δίκτυο αυτό με φορέα διαχείρισης το Τμήμα Μουσείων του Επικοινωνιακού και Μορφωτικού Ιδρύματος της Ιεράς Μητρόπολης Ρόδου αποσκοπεί στη χάραξη στρατηγικής για τη διατήρηση, προβολή και ανάπτυξη του πολιτισμικού αποθέματος της Ρόδου. Στόχος είναι η μετατροπή του νησιού σε έναν μεγάλο πολυθεματικό χώρο ενδιαφέροντος, με ποικίλα προσφερόμενα τουριστικά και εκπαιδευτικά προϊόντα ήπιας μορφής, που θα βοηθήσει στην ανάπτυξη του θεματικού και ιδιαίτερα του θρησκευτικού τουρισμού και στην αειφορία της τοπικής οικονομίας.

Επίσης, στο πρόγραμμα τουριστικής προβολής 2020 του Δήμου Ρόδου περιλαμβάνονται δράσεις προώθησης και προβολής για το θρησκευτικό - προσκυνηματικό τουρισμό.

### **Πάτμος**

Η Πάτμος, «το νησί της Αποκάλυψης» έχει συνδέσει άρρηκτα το όνομά της με τη χριστιανική θρησκεία. Την επισκέπτονται κάθε χρόνο χιλιάδες πιστοί και επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Το 1981 ανακηρύχθηκε «Ιερό Νησί» και το 1999 η UNESCO ενέταξε τη μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου, το Σπήλαιο της Αποκάλυψης και την Χώρα της Πάτμου στα Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς<sup>32</sup>.

Στο νησί λειτουργούν επίσης το φημισμένο αντρικό μοναστήρι που ίδρυσε ο Όσιος Χριστόδουλος και τα γυναικεία μοναστήρια της Μονής της Ζωοδόχου Πηγής και της Μονής του Ευαγγελισμού. Η Μονή του Ευαγγελιστή Ιωάννη και η συγγραφή της Αποκάλυψης έχουν καταστήσει την Πάτμο θρησκευτικό κέντρο παγκόσμιας ακτινοβολίας. Έτσι το νησί έχει συνδέσει το όνομα του εδώ και πολλά χρόνια με τον θρησκευτικό τουρισμό και δέχεται μεγάλο αριθμό προσκυνητών και θρησκευτικών τουριστών οι οποίοι παράλληλα μπορούν να απολαύσουν και άλλα είδη τουρισμού.



Πηγή: [www.patmos.gr/etap](http://www.patmos.gr/etap)

Η Πάτμος εντάχθηκε το 2015 στο δίκτυο θρησκευτικών πόλεων «COESIMA - Cooperation Europeennes des Sites Majeursd' Accueil»<sup>33</sup> και θεωρείται ως ένας από τους επτά σημαντικότερους τόπους προσκυνήματος στην Ευρώπη.

Η θρησκευτική-πολιτιστική δραστηριότητα στην Πάτμο είναι πλούσια το καλοκαίρι, καθώς πραγματοποιούνται εκθέσεις καλλιτεχνών, συναυλίες και εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα.

<sup>31</sup> <http://www.lindosmuseum.gr/>

<sup>32</sup> <https://www.tanea.gr/2020/06/08/people/patmos-to-nisi-tis-apokalypsis-proselkyei-xiliades-touristes-apo-olo-ton-kosmo/>

<sup>33</sup> <http://www.patmos.gr/coesima>

Ένας σημαντικός πολιτιστικός θεσμός είναι το «Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής» που λαμβάνει χώρα τον Σεπτέμβριο.

### **Κως**

Η Κως αποκαλούμενη και ως το «νησί του Ιπποκράτη» είναι πλούσια σε ιστορικά μνημεία και παρουσιάζει αξιόλογο αρχαιολογικό και τουριστικό ενδιαφέρον. Η πλούσια ιστορία του νησιού με τις εναλλαγές κατακτητών και των πολιτισμών που έφεραν, διαμόρφωσε ένα πλούσιο θρησκευτικό περιβάλλον με δεκάδες βασιλικές, βυζαντινές εκκλησίες και τζαμιά.

Στην Κω βρίσκονται αρκετές παλαιοχριστιανικές Βασιλικές του 5ου και 6ου αιώνα μ.Χ., μεγάλου θρησκευτικού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, σχεδόν όλες επισκέψιμες από το κοινό<sup>34</sup>.

Η Κως αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς ξένων ταξιδιωτών. Σύμφωνα με συνέντευξη της κα Σβήνου, Προέδρου της Ένωσης Ξενοδόχων Κω, στη ραδιοφωνική εκπομπή του Πρακτορείου FM, «Βόλτα στην Ελλάδα», το 2019 επισκέφτηκαν το νησί 1,2 εκατομμύρια άτομα αριθμός που χρήζει προβληματισμού αναφορικά με τη φέρουσα ικανότητα και τη διαχείριση των επισκεπτών. Ζητούμενο για την τουριστική ανάπτυξη του νησιού είναι η στροφή στον ποιοτικό τουρισμό, κάτι που μεταφράζεται σε μεγαλύτερα έσοδα, χωρίς κατ' ανάγκη να συνοδεύεται από αντίστοιχη αύξηση αφίξεων. Στην κατεύθυνση αυτή μπορεί να συμβάλλει ο θρησκευτικός τουρισμός.

### **Κρήτη**

Η θρησκευτική ζωή της Κρήτης είναι στενά συνδεδεμένη με την ιστορία της. Από την εποχή της Βυζαντινής αυτοκρατορίας τα μοναστήρια και οι εκκλησίες αποτελούν έκφραση της πίστης των κατοίκων της, ενώ σήμερα η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική τους σε συνδυασμό με την ιστορική τους σημασία συμβάλλουν στη βελτίωση της τουριστικής ελκυστικότητας του νησιού (Πολύζος Σ, 2017:20).

Με αυτοκέφαλη εκκλησία, χιλιάδες τόπους λατρείας και δεκάδες μοναστήρια που έχουν διαδραματίσει ιδιαίτερο ρόλο στην εδραίωση του Χριστιανισμού και στην ιστορία του τόπου κατά των κατακτητών, η Κρήτη αποτελεί εκ των πραγμάτων ένα ξεχωριστό θρησκευτικό προορισμό.

Μοναδικοί τόποι μοναστικής αυτοεξορίας, ίχνη από πρωτοχριστιανικές βασιλικές και αγιογραφημένοι Βυζαντινοί Ναοί, βρίσκονται σε όλη την έκταση της Κρήτης, ενώ ιδιαίτερης σημασίας είναι η άνθιση της Κρητικής Αγιογραφίας, με κορυφαίους εκφραστές το Δομήνικο Θεοτοκόπουλο και το Μιχαήλ Δαμασκηνό.

Στην Κρήτη έχουν καταγραφεί περίπου 80 βασιλικές με τη μεγαλύτερη να είναι αφιερωμένη στον Άγιο Τίτο, ενώ σώζονται ίχνη ανάλογων θρησκευτικών μνημείων στη Χερσόνησο, στο Φραγκοκάστελο, στην Ελούντα, στην Αλμυρίδα, στο Πάνορμο, στα Γουλεδιανά, στη Σούγια, στην Ελεύθερνα και σε άλλα μέρη της Κρήτης<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup> [www.koshotels.gr](http://www.koshotels.gr)

Μεγάλος αριθμός βυζαντινών και ενετικών εκκλησιών (ίσως υπερβαίνει τις 5.000), που κατασκευάστηκαν κατά τη διάρκεια της 1ης και 2ης βυζαντινής περιόδου, καθώς και κατά τη διάρκεια της ενετοκρατίας με συγκέντρωση στην ενδοχώρα του νησιού για την αποφυγή των καταστροφών που χαρακτήρισαν την περίοδο της αραβοκρατίας.

Ως προς τα αρχιτεκτονικά τους χαρακτηριστικά τα περισσότερα μοναστήρια αποτελούν σημαντικά δείγματα εξέλιξης της θρησκευτικής αρχιτεκτονικής. Σήμερα πολλά από αυτά συνδέουν τη λειτουργία τους με την τοπική δραστηριότητα και έχουν ενεργό ρόλο στον τομέα των παραδοσιακών δραστηριοτήτων στην Κρήτη (Πολύζος Σ, 2017:20-22).

Ακολουθεί αναφορά των σημαντικότερων θρησκευτικών πόρων της Κρήτης όπως προκύπτουν από το τουριστικό έντυπο «Ορθοδοξία και Προσκυνηματικοί Τόποι» της Περιφέρειας Κρήτης.

Στην περιοχή του Ρεθύμνου η πιο γνωστή μονή είναι του Αρκαδίου τόσο για την φρουριακή της αρχιτεκτονική, όσο και για τη συμβολή της στον απελευθερωτικό αγώνα του νησιού από τους Οθωμανούς. Υπάρχουν ωστόσο πολλές ακόμη μονές όπως του Πρέβελη, της Αγίας Ειρήνης, των Ρουσίκων, της Κατεβατής και του Αρσενίου. Ακόμη και στον ορεινό όγκο του Ψηλορείτη λειτουργούν τα μοναστήρια του Βωσάκου, της Χαλέπας, του Δισκουρίου και της Ατάλης.

Τα Χανιά φιλοξενούν ορισμένα από τα ωραιότερα αριστουργήματα μοναστηριακής αρχιτεκτονικής όπως της Αγίας Τριάδας των Τζαγκαρόλων, της Χρυσοσκαλίτισσας και της Γωνιάς Οδηγήτριας. Εξίσου εντυπωσιακές είναι οι αναπαλαιωμένες μονές του Αγίου Γεωργίου στο Καρύδι, της Χρυσοπηγής, των Καλογραιών στο Ακρωτήρι και το Μετόχι της Αγίας Κυριακής.

Στο Κολυμπάρι Χανίων εδρεύει και λειτουργεί η Ορθόδοξη Ακαδημία Κρήτης<sup>36</sup> η οποία διαθέτει χώρους για τη διοργάνωση συνεδρίων, λειτουργεί εργαστήριο αγιογραφίας στο οποίο γίνονται σεμινάρια αγιογραφίας, ενώ σε κτήριο της Ακαδημίας λειτουργεί το Μουσείο Κρητικών Βοτάνων το οποίο περιλαμβάνει αίθουσα - εκθετήριο, εργαστήριο και δωμάτια για τη φιλοξενία ερευνητών.

Στο Ηράκλειο υπάρχουν ορισμένα από τα αρχαιότερα μοναστήρια του νησιού όπως οι μονές Αγκαράθου, Παλιανής, Βροντησίου, Αγίου Γεωργίου Επανωσήφη, κ.α. Η περιοχή δυτικά του Ηρακλείου αποτελεί ένα θρησκευτικό θύλακα, καθώς σε μικρή απόσταση υπάρχει πληθώρα μοναστηριών. Το μεγαλύτερο προσκύνημα στην Κρήτη αποτελεί η Αγία Μαρίνα στη Βόνη.

Στο Λασιθί κυριαρχεί μια από τις πιο πλούσιες μονές της Ελλάδας, η Μονή Τοπλού, ενώ υπάρχουν και πολλές άλλες όπως η Μονή Καψά, οι μονές Φανερωμένης στα Γουρνιά, η Μονή Εξακουστής και οι μονές Βιδιανής και Κρουσταλένια.

Στην περιοχή του Μεραμπέλλου υπάρχει ο μεγαλύτερος αριθμός συγκεντρωμένων μοναστηριών γι' αυτό και αποκαλείται από ορισμένους ως το «Άγιο Όρος της Κρήτης».

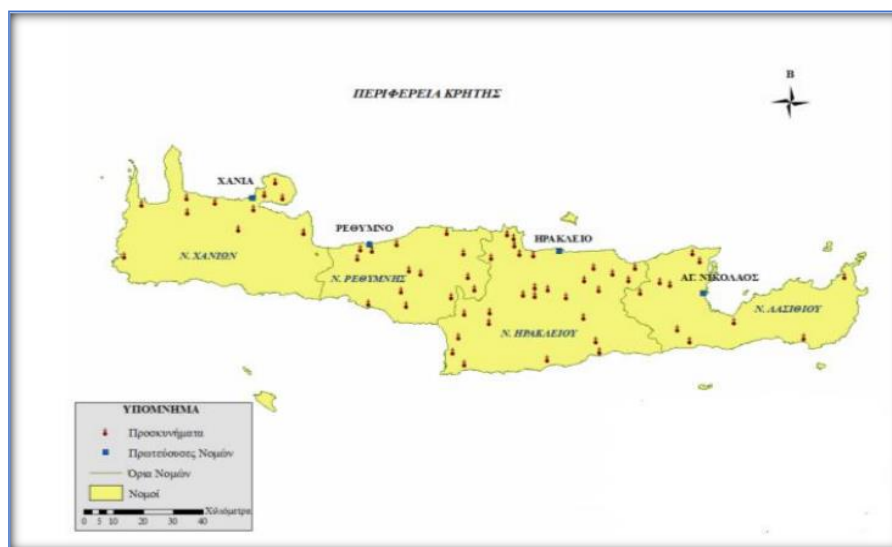
Επιπλέον, υπάρχει σημαντικός αριθμός από κυρίως λιθόκτιστα ξωκλήσια, τα οποία είναι διάχυτα στην κρητική ύπαιθρο και κατασκευάστηκαν από δομικά υλικά της Κρήτης και

<sup>36</sup> <https://www.oac.gr/el/peri-oak/egkatakastaseis>

απεικονίζουν τα στοιχεία της κρητικής λαογραφίας, ενώ πολλά από αυτά κατασκευάστηκαν σε φυσικούς σχηματισμούς (κυρίως σπήλαια).

Οι επισκέπτες της Κρήτης έχουν τη δυνατότητα να θαυμάσουν έργα της εκκλησιαστικής τέχνης σε πολυάριθμες συλλογές και μουσεία σε όλο το νησί. Οργανωμένες εκκλησιαστικές συλλογές φιλοξενούνται στο Βυζαντινό Μουσείο Χανίων, στο εκκλησιαστικό μουσείο Ρεθύμνου, στο εκκλησιαστικό μουσείο στα Ρούστικα και στη Βασιλική της Αγίας Αικατερίνης των Σιναιτών στο Ηράκλειο<sup>37</sup>.

#### Χωρική κατανομή των θρησκευτικών μνημείων της Περιφέρειας Κρήτης



**Πηγή:** Σεραφείμ Πολύζος, Η χωρική και οικονομική διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, 2017

Σε γενικές γραμμές οι θρησκευτικοί πόροι της Κρήτης όπως παρουσιάζονται στην ιστοσελίδα «Ορθόδοξη Κρήτη»<sup>38</sup> ομαδοποιούνται, σε:

- εκκλησίες, ιερούς ναούς και ξωκκλήσια, ιδιαίτερης τεχνοτροπίας και ταυτότητας
- μοναστήρια και μοναστηριακούς τόπους σε απόλυτη αρμονία με την κρητική φύση και την παράδοση
- ιερά προσκύνηματα και προσκυνηματικοί χώροι άρρηκτα συνδεδεμένα με την εκκλησία και την ορθόδοξη παράδοση που συναποτελούν ιερά μνημεία πίστης
- εκκλησιαστικά μουσεία και θρησκευτικές διαδρομές

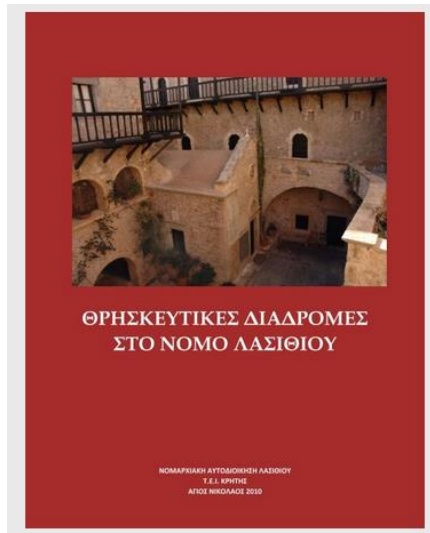
Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού έχει ενταχθεί στη στρατηγική και τις προτεραιότητες της Περιφέρειας Κρήτης και προς το σκοπό αυτό αναπτύσσει ενέργειες στον τομέα της προβολής και ανάδειξης του απίστευτα μεγάλου θρησκευτικού – μνημειακού πλούτου του νησιού. Στο πλαίσιο αυτό και σε συνεργασία με τη Συνοδική Επιτροπή επί του Θρησκευτικού Τουρισμού και τη μη Κυβερνητική Οργάνωση «Φιλοξενία» εξέδωσαν τον Τουριστικό Οδηγό «Μνημεία Χριστιανικής Πίστewς της Κρήτης» ο οποίος κυκλοφορεί σε τρεις γλώσσες (Ελληνικά, Αγγλικά και Ρωσικά).

<sup>37</sup> <https://www.incrediblecrete.gr/el/monasteries/>

<sup>38</sup> <http://orthodoxcrete.com>

Στην ίδια λογική δημιουργήθηκε και η διαδικτυακή πύλη «orthodoxcrete.com» στην οποία προβάλλονται θρησκευτικές διαδρομές της Κρήτης που απευθύνεται σε όλους τους επισκέπτες, στους αναζητητές και λάτρεις της χριστιανικής και Βυζαντινής Τέχνης και σε όσους αναζητούν στοιχεία και πληροφορίες για χώρους και γεγονότα που συνδέονται με την ορθόδοξη χριστιανική Κρήτη.

Ακόμη, μέσα από ερευνητικό πρόγραμμα που υλοποιήθηκε για λογαριασμό της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λασιθίου από το Παράρτημα Αγίου Νικολάου του ΤΕΙ Κρήτης το 2010 για την ανάπτυξη του θρησκευτικού, αθλητικού και άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού του Νομού Λασιθίου έχουν προσδιοριστεί δεκαεννιά θρησκευτικές διαδρομές μέσα από τις οποίες προβάλλονται και αναδεικνύονται τα θρησκευτικά μνημεία του νομού.



Ως τώρα, ο θρησκευτικός τουρισμός στην Κρήτη δεν έχει μελετηθεί και αναπτυχθεί όσο θα έπρεπε. Δεδομένης όμως της δυναμικής της ειδικής αυτής μορφής τουρισμού και των υπαρχόντων πόρων, επιχειρήθηκαν κατά καιρούς διάφορες προσπάθειες από την Τοπική Αυτοδιοίκηση και τις Ιερές Μητροπόλεις, που όμως ήταν και αποδείχθηκαν αποσπασματικές και μεμονωμένες.

Ενδεικτικά αναφέρονται :

- η προσπάθεια ανάδειξης των θρησκευτικών μνημείων της περιοχής του Ρεθύμνου μέσα από την έκδοση του οδηγού «Δρόμοι της Πίστης»,
- η προβολή των θρησκευτικών πόρων στις περιοχές Σητείας και Ιεράπετρας μέσα από το έντυπο «θρησκευτικές διαδρομές» της Ιεράς Μητρόπολης Ιεραπότνης και Σητείας,
- η ανάδειξη του ορθόδοξου πολιτιστικού αποθέματος του Νομού Χανίων μέσα από την κατασκευή ψηφιακής πλατφόρμας (<http://www.libraryoac.gr/el/>) με ψηφιακό αρχείο, υλικό για μοναστήρια και ναούς της περιοχής, διαδρομές, εκπαιδευτικά παιχνίδια, κ.α.
- η επικοινωνία των εκκλησιών και των μοναστηριών του Δήμου Χερσονήσου στους επισκέπτες μέσα από τον οδηγό «Θρησκευτικές Περιηγήσεις στο Δήμο Χερσονήσου» που κυκλοφορεί σε Ελληνικά, Αγγλικά και Ρωσικά.

Τέλος, στο πλαίσιο της πράξης «Δράσεις Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Κρήτης 2019-2021», δικαιούχος της οποίας είναι η Περιφέρεια Κρήτης, έχουν ενταχθεί δράσεις για την παραγωγή έντυπου και οπτικοακουστικού υλικού προβολής των θρησκευτικών μνημείων της Κρήτης, καθώς και ενέργειες ανάδειξης των θρησκευτικών μνημείων και πόρων σε εκθέσεις του εξωτερικού, κ.α.

## 1.2.6 Αποτύπωση της τουριστικής ζήτησης της Ελλάδας και της ζήτησης για θρησκευτικό τουρισμό

### 1.2.6.1 Στοιχεία ζήτησης της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού

Η τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα από το 2012 ως το 2019 σημειώνει συνεχή ανοδική πορεία και στο χρονικό αυτό διάστημα καταγράφεται θετική μεταβολή τόσο στις αφίξεις, όσο και στις διανυκτερεύσεις.

Συγκεκριμένα, το 2019 οι αφίξεις επισκεπτών στην Ελλάδα ανήλθαν περίπου σε 34 εκατ. και οι διανυκτερεύσεις σε 236 εκατ.



**Πηγή:** Τράπεζα της Ελλάδας, Εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση μη κατοίκων στην Ελλάδα, 2011-2019



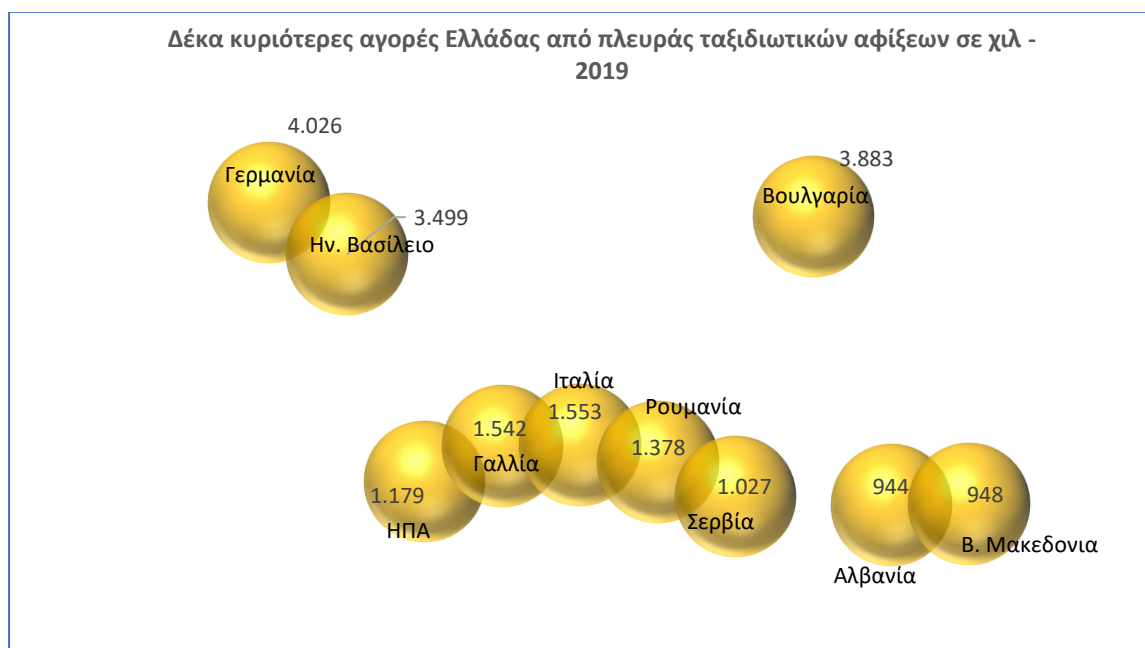
**Πηγή:** Τράπεζα της Ελλάδος, Διανυκτερεύσεις μη κατοίκων στην Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης, 2005-2019

Το 2019 η πλειοψηφία των επισκεπτών ήταν από χώρες της ευρωζώνης και ακολούθησαν με μικρή απόκλιση οι επισκέπτες από χώρες εκτός ζώνης ευρώ και από λοιπές χώρες.



Πηγή : Τράπεζα της Ελλάδος, Εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση μη κατοίκων στην Ελλάδα κατά χώρα προέλευσης, 2019

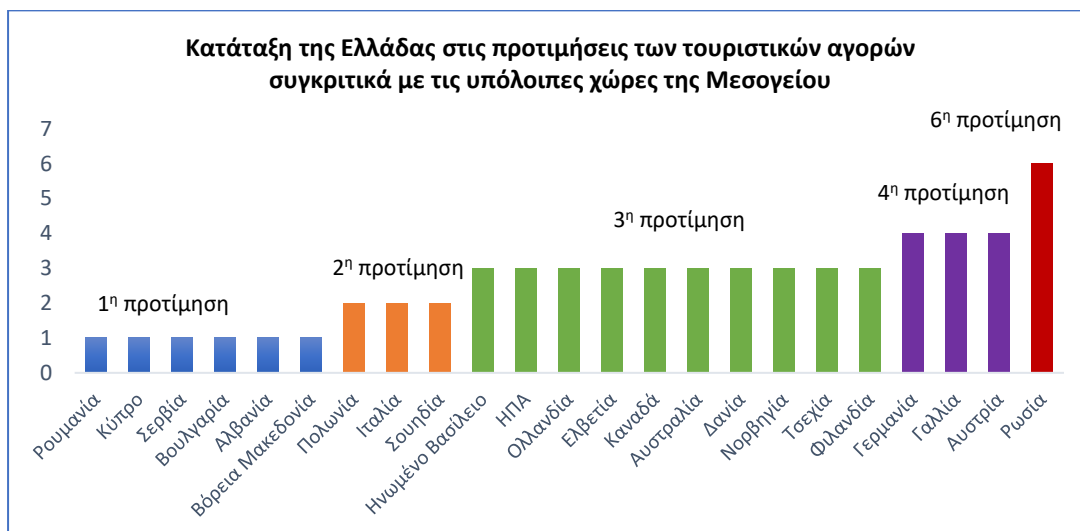
Οι κυριότερες αγορές εισερχόμενου τουρισμού (από πλευράς αφίξεων) για την Ελλάδα το 2019 ήταν κατά σειρά η Γερμανία και ακολούθησε η Βουλγαρία. Τρίτη σημαντικότερη αγορά είναι του Ηνωμένου Βασιλείου και ακολουθούν η Ιταλία, η Γαλλία, η Ρουμανία, οι ΗΠΑ, η Σερβία, η Βόρεια Μακεδονία και η Αλβανία.



Πηγή : INSETE, Χαρτογράφηση των αγορών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα την εποχή του COVID -19, Μάιος 2020

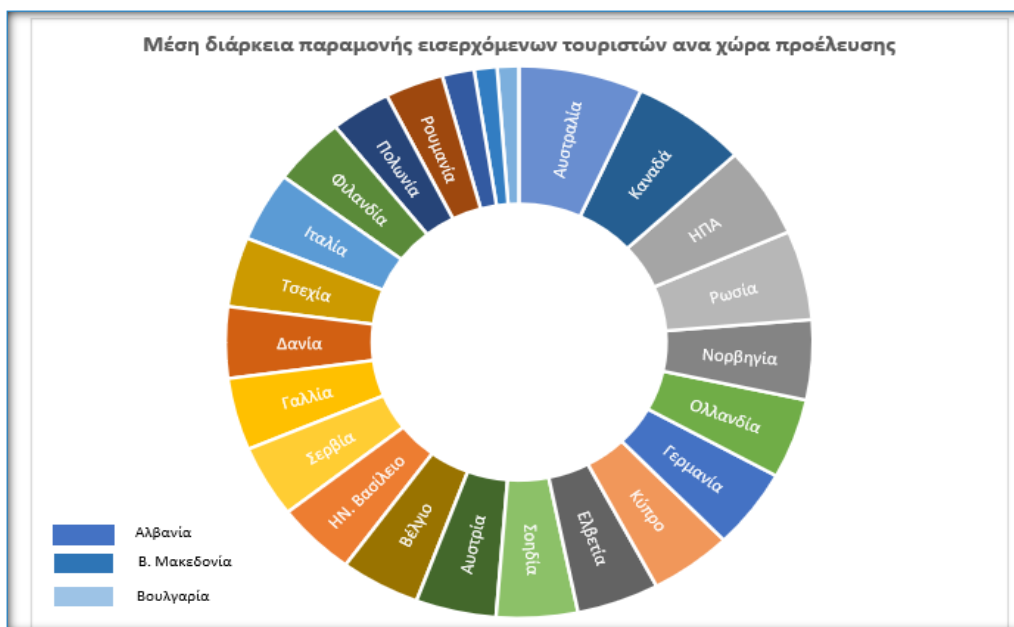
Παρακάτω αποτυπώνεται η υψηλή θέση που καταλαμβάνει η Ελλάδα στις προτιμήσεις των τουριστικών αγορών συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου το έτος 2018.





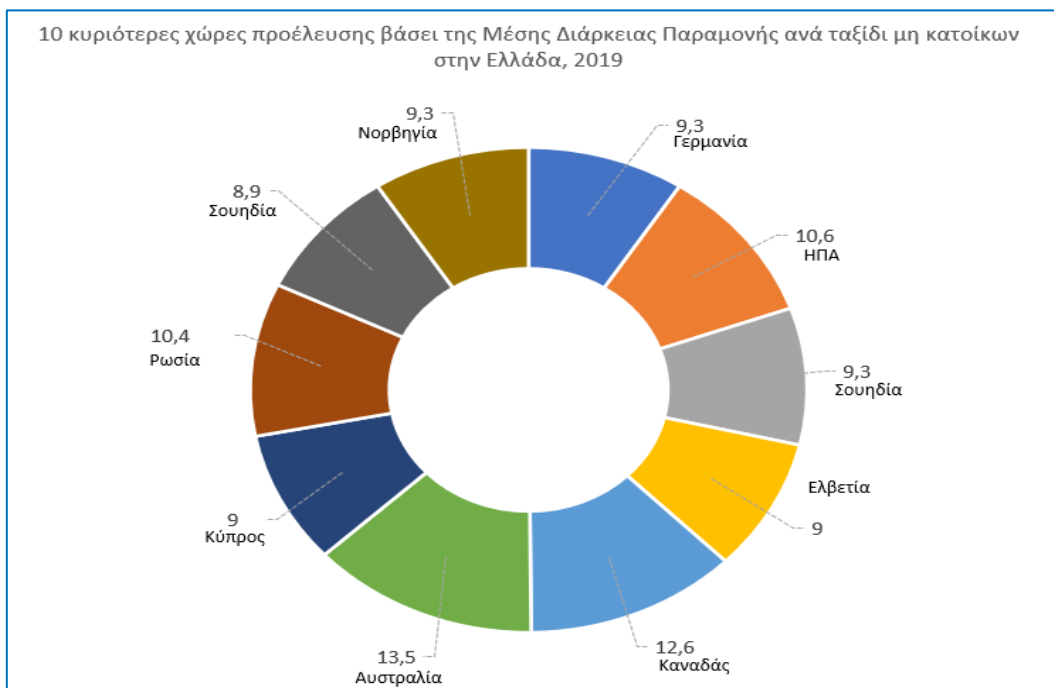
Πηγή : INSETE, Χαρτογράφηση των αγορών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα την εποχή του COVID -19, Μάιος 2020

Αναφορικά με τη ζήτηση σε επίπεδο διανυκτερεύσεων μεγαλύτερη μέση διάρκεια παραμονής εμφανίζουν οι τουρίστες από την Αυστραλία (13,5), τον Καναδά (12,6 ημέρες) και ακολουθούν οι τουρίστες από τις ΗΠΑ (10,6), τη Ρωσία (10,4), τη Γερμανία, την Ολλανδία και τη Νορβηγία με μέση διάρκεια παραμονής 9,3 ημέρες, την Κύπρο και την Ελβετία με 9 ημέρες. Μικρότερη διάρκεια παραμονής καταγράφεται για τους τουρίστες από τη Βουλγαρία, τη Βόρεια Μακεδονία και την Αλβανία.



Πηγή : INSETE, Χαρτογράφηση των αγορών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα την εποχή του COVID -19, Μάιος 2020, επεξεργασία μελετητή

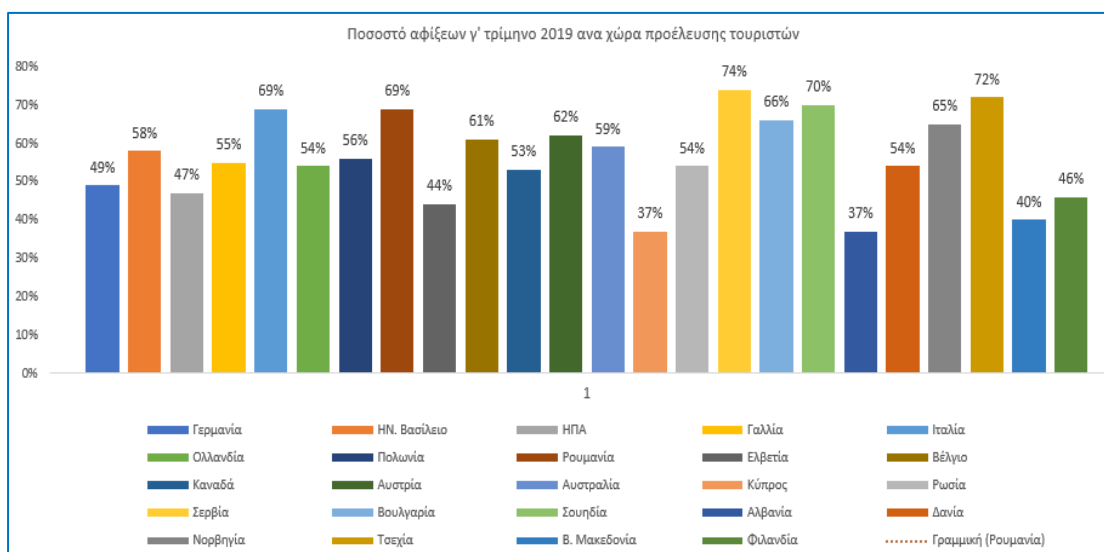
**Μελέτη Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού**



**Πηγή :** INSETE, Χαρτογράφηση των αγορών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα την εποχή του COVID -19, Μάιος 2020, επεξεργασία μελετητή

Η τουριστική ζήτηση χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα, καθώς οι αφίξεις από τις χώρες προέλευσης τουριστών συγκεντρώνονται στο τρίμηνο Ιούλιος - Σεπτέμβριος 2019.

Οι χώρες με την υψηλότερη εποχικότητα είναι η Σερβία, η Σουηδία και η Τσεχία των οποίων πάνω από το 70% των αφίξεων πραγματοποιήθηκε το γ' τρίμηνο του 2019. Αντίθετα, χαμηλότερη εποχικότητα εμφανίζουν η Κύπρος, η Αλβανία και η Βόρεια Μακεδονία με τα ποσοστά των αφίξεων στο γ' τρίμηνο να φθάνουν το 37% για τις δύο πρώτες και το 40% για τη Βόρεια Μακεδονία.



**Πηγή :** INSETE, Χαρτογράφηση των αγορών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα την εποχή του COVID -19, Μάιος 2020, επεξεργασία μελετητή

Σε επίπεδο περιφερειών, το 2019 μεγαλύτερη ζήτηση διανυκτερεύσεων καταγράφηκε στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και ακολούθησαν οι περιφέρειες Κρήτης και Κεντρικής Μακεδονίας. Στις τελευταίες τέσσερις θέσεις από πλευράς ζήτησης κατατάσσονται οι Περιφέρειες Δυτικής Μακεδονίας, Βορείου Αιγαίου, Στερεάς Ελλάδας και Ηπείρου.



**Πηγή:** Τράπεζα της Ελλάδας, Διανυκτερεύσεις ανά Περιφέρεια για τις κυριότερες χώρες προέλευσης ταξιδιωτών 2019, επεξεργασία μελετητή

Στον χάρτη που ακολουθεί αποτυπώνεται η ζήτηση σε διανυκτερεύσεις για τις τρεις κύριες αγορές ανά περιφέρεια.

#### Διανυκτερεύσεις ανά περιφέρεια για τις κυριότερες χώρες προέλευσης ταξιδιωτών -2019



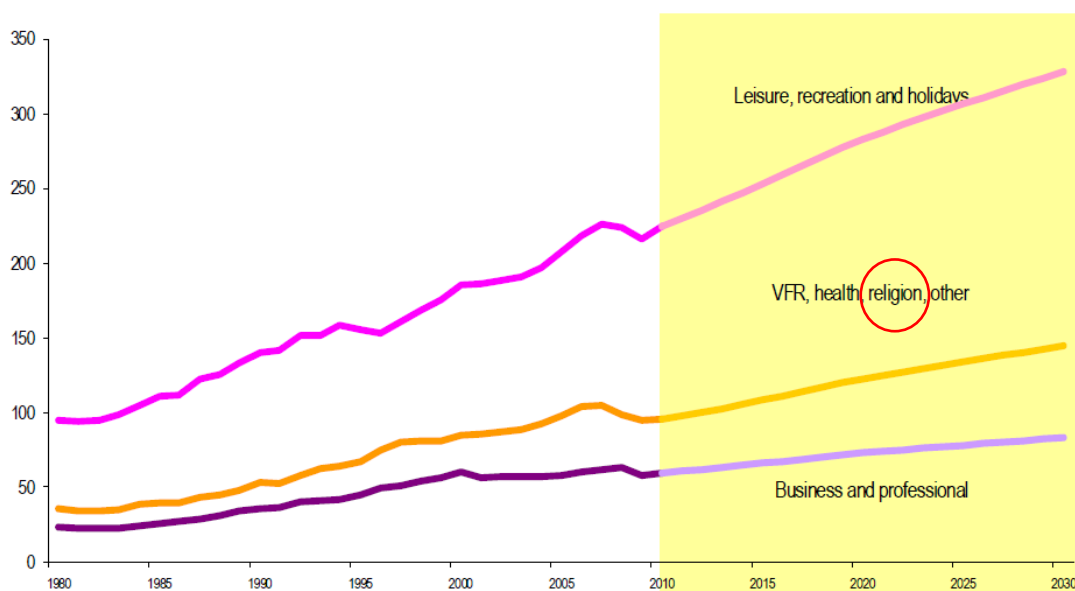
**Πηγή:** Τράπεζα της Ελλάδας, Διανυκτερεύσεις ανά περιφέρεια για τις κυριότερες χώρες προέλευσης επισκεπτών, 2019

### 1.2.6.2 Η ζήτηση θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Τις τελευταίες δεκαετίες η τουριστική ζήτηση σε διεθνές επίπεδο εστιάζει σε μορφές τουρισμού που ικανοποιούν ειδικά κίνητρα. Οι επισκέπτες χαρακτηρίζονται από ποικιλία κινήτρων και ως εκ τούτου, οι προορισμοί καλούνται να προσφέρουν πιο σύνθετες τουριστικές εμπειρίες, εμπλουτισμένες με εναλλακτικές δραστηριότητες που διαφοροποιούνται από το κλασικό μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Ένα τέτοιο είδος τουριστικού προϊόντος είναι και ο θρησκευτικός τουρισμός (Βαγιονής & Σκούλτσος, 2016:11).

Η ζήτηση διεθνώς για ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού, όπως φαίνεται στο επόμενο γράφημα, είναι ελαφρώς αυξανόμενη και οι μελλοντικές εκτιμήσεις με χρονικό ορίζοντα το 2030 εμφανίζονται ευοίωνες.

ΕΕ-28 Διεθνής Τουρισμός ανάλογα με το σκοπό ταξιδιού – αφίξεις σε εκατ.

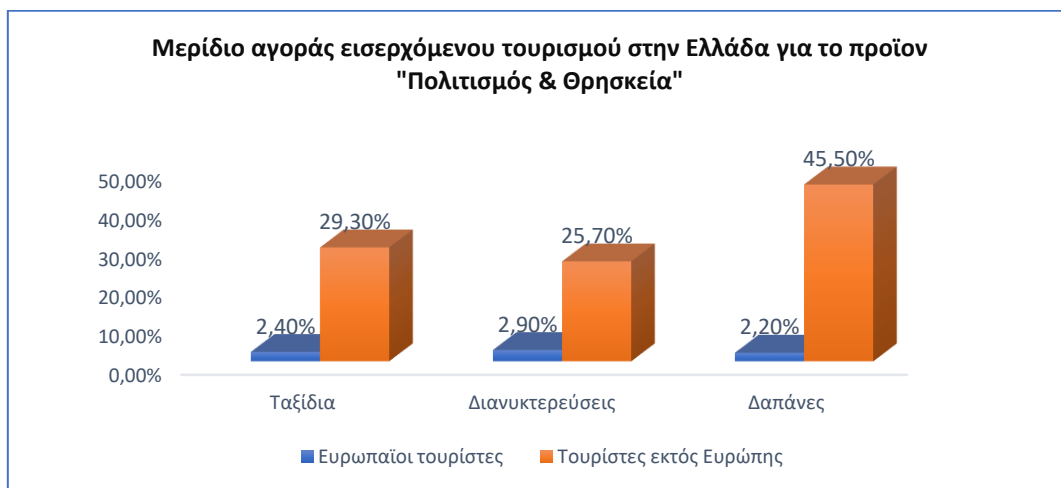


Πηγή : Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, «International tourism trends in EU-28 member states - Current situation and forecast for 2020-2025-2030»

Η ζήτηση για θρησκευτικά ταξίδια τεκμηριώνεται από το γεγονός ότι περισσότεροι από 300 εκατομμύρια ταξιδιώτες μετακινούνται ετησίως για να επισκεφθούν τόπους θρησκευτικού ενδιαφέροντος (Χατζηαντωνίου Αγγελική, 2016:42), ενώ στην παγκόσμια αγορά σχεδόν τρία δισεκατομμύρια άνθρωποι έχουν θρησκευτικές αναφορές και αποτελούν εν δυνάμει θρησκευτικοί τουρίστες (Μαυρίδου Σ, 2016:1).

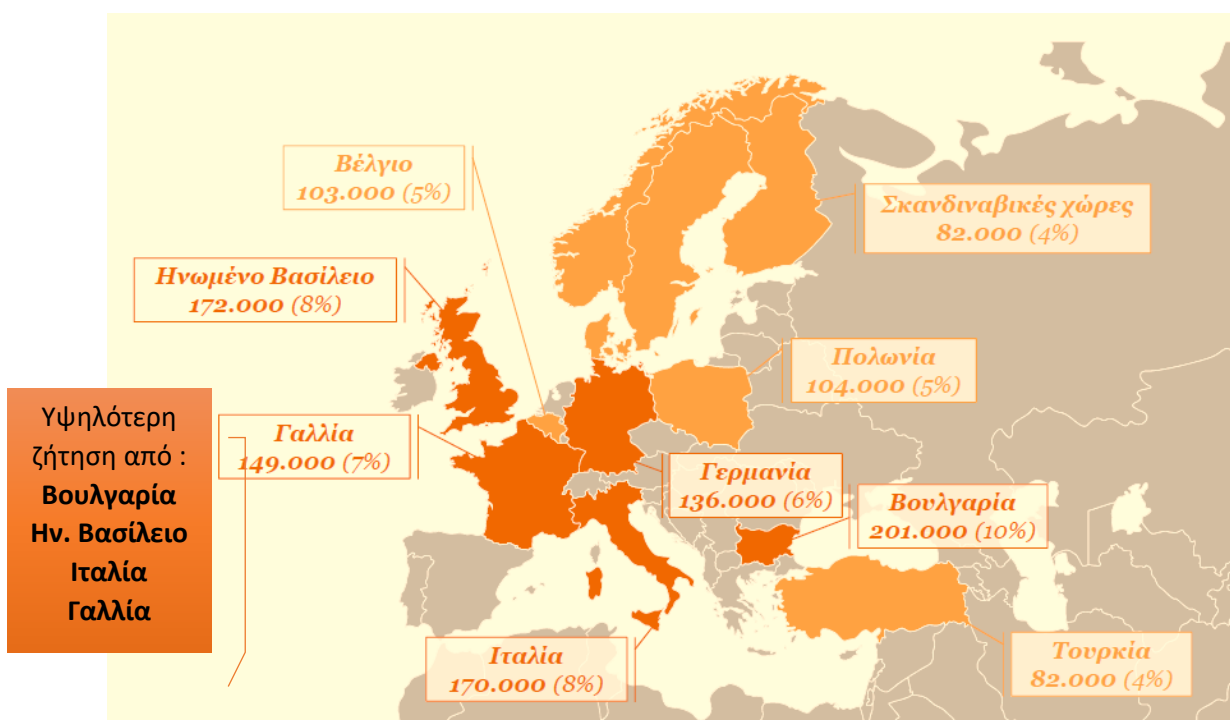
Σε εθνικό επίπεδο, απουσιάζουν επίσημες στατιστικές έρευνες και στοιχεία ειδικά για τον θρησκευτικό τουρισμό (αριθμό επισκέψεων θρησκευτικών ταξιδιωτών, χώρα προέλευσης, μέσο ετήσιο εισόδημα, συχνότητα επισκέψεων, ηλικία, επίπεδο μόρφωσης, θρησκεία επισκέπτη, κ.α.). Τα όποια διαθέσιμα δεδομένα αφορούν στο προϊόν «πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός».

Σύμφωνα με τη μελέτη του ΣΕΤΕ INTELLIGENCE «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για Ήλιος & Θάλασσα, City Break, Πολιτισμός & Θρησκεία» (2015), το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον Ευρωπαϊκό τουρισμό «Πολιτισμός και Θρησκεία» είναι χαμηλό και αφορά στο 2,4% των ταξιδιών, στο 2,9% των διανυκτερεύσεων και στο 2,2% των δαπανών. Αντίθετα, εμφανίζει μεγαλύτερη απήχηση σε αγορές εκτός Ευρώπης.



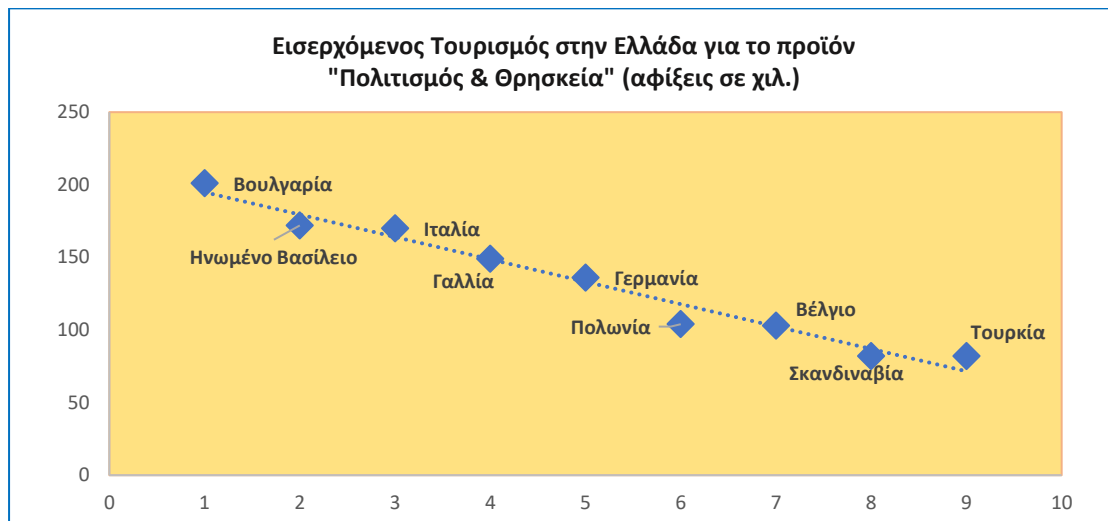
Πηγή : ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

**Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα για διακοπές «Πολιτισμού και Θρησκείας» ανά χώρα προέλευσης (αφίξεις σε χιλ.)**



Πηγή : ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

Οι τρεις χώρες με τη μεγαλύτερη ζήτηση για το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν βάσει των αφίξεων είναι η Βουλγαρία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ιταλία και ακολουθούν η Γαλλία, η Γερμανία, η Πολωνία και το Βέλγιο, ενώ στις τελευταίες θέσεις κατατάσσονται η Σκανδιναβία και η Τουρκία.



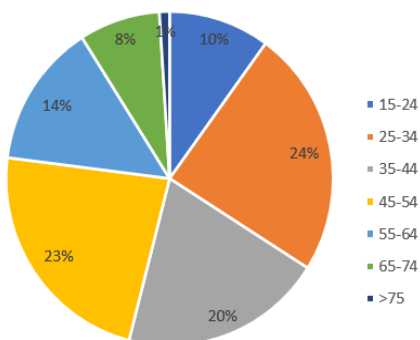
**Πηγή:** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

### ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ «ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΘΡΗΣΚΕΙΑ»

#### Ηλικιακές ομάδες

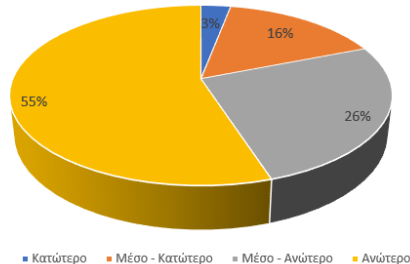


**ΜΕΣΗ ΗΛΙΚΙΑ  
ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ  
ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ Π&Θ =42,4**



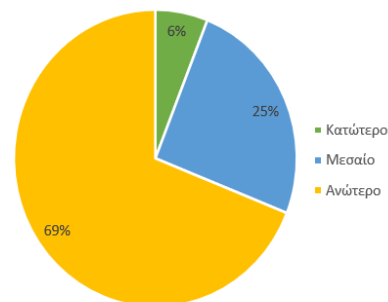
Οι επισκέπτες στην Ελλάδα για διακοπές «Πολιτισμού & Θρησκείας» προέρχονται σε ποσοστό 67% από τις ηλικίες **25 έως 54** ετών.

#### Οικογενειακό εισόδημα



Οι επισκέπτες στην Ελλάδα για διακοπές «Πολιτισμού & Θρησκείας» είναι κατά **55% ανώτερου οικογενειακού εισοδήματος** και ακολουθούν οι κατέχοντες μέσο – ανώτερο εισόδημα.

#### Εκπαιδευτικό επίπεδο



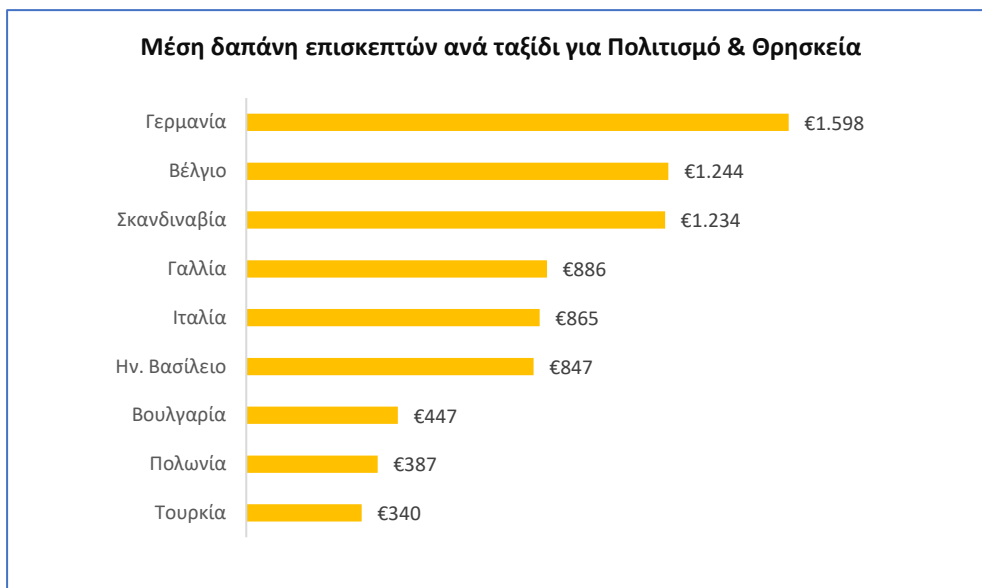
Οι επισκέπτες στην Ελλάδα για διακοπές «Πολιτισμού & Θρησκείας» είναι σχεδόν στο **70% ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου**.

**Στοιχεία εισερχόμενων τουριστών «Π&Θ» ανά χώρα προέλευσης**

Χώρα	Οικογενειακό Εισόδημα	Επίπεδο Εκπαίδευσης	Κυριότερη Ηλικιακή Ομάδα
 Γερμανία	75% ανώτερο	67% ανώτερο	45-54 : 47%
 Βέλγιο	68% ανώτερο και μέσο ανώτερο	38% ανώτερο	65-74 :39%
 Βουλγαρία	88% ανώτερο και μέσο ανώτερο	64% ανώτερο	45-54 :24%
 Ηνωμένο Βασίλειο	84% ανώτερο και μέσο ανώτερο	83% ανώτερο	55-64 : 30%
 Ιταλία	70% ανώτερο και μέσο ανώτερο	53% μεσαίο	35-44 :39%
 Γαλλία	76% ανώτερο και μέσο ανώτερο	42% ανώτερο	45-54 :52%
 Πολωνία	100% ανώτερο και μέσο ανώτερο	92% ανώτερο	55-64 :37%
 Σκανδιναβία	91% ανώτερο και μέσο ανώτερο	47% ανώτερο	45-54 :48%
 Τουρκία	76% ανώτερο και μέσο ανώτερο	98% ανώτερο	45-54 :42%

**Πηγή :** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

### Δαπάνη ανά χώρα προέλευσης κατά τη διάρκεια ταξιδιών στην Ελλάδα



**Πηγή :** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιο & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμό & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015



**Πηγή :** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιο & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμό & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

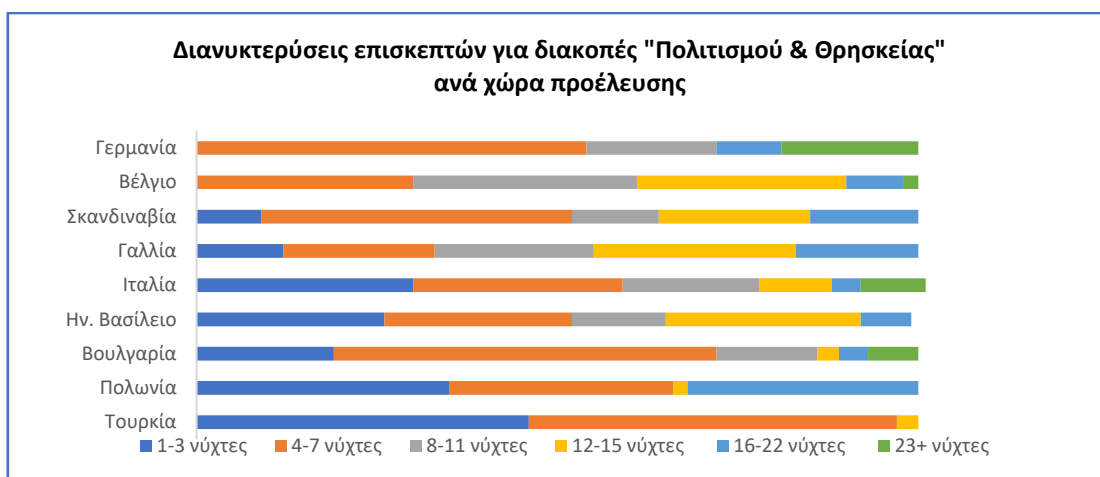
Από τα παραπάνω γραφήματα προκύπτει ότι η Σκανδιναβία και το Βέλγιο είναι στις 3 πρώτες χώρες με τη μεγαλύτερη μέση δαπάνη (ημερήσια και ταξιδιού), ωστόσο, συγκριτικά με τη Γαλλία, την Ιταλία και τη Βουλγαρία, έχουν μικρότερο μερίδιο αγοράς, σε επίπεδο αφίξεων, για τουρισμό «Πολιτισμού και Θρησκείας» στην Ελλάδα, και ως εκ τούτου τα συνολικά έσοδα από τις συγκεκριμένες αγορές είναι μικρότερα.



Ο μέσος όρος διάρκειας διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα για διακοπές «Πολιτισμού & Θρησκείας» είναι μεγαλύτερος απ’ ότι στην Ευρώπη (9,7 έναντι 8,6). Στο γράφημα που ακολουθεί αποτυπώνεται η μέση διάρκεια παραμονής ανά χώρα, με τη Γερμανία να έχει τη μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής και ακολουθούν : Βέλγιο, Γαλλία και Βουλγαρία.



**Πηγή :** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015



**Πηγή :** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

Από το παραπάνω γράφημα προκύπτει ότι:

- Η ζήτηση από όλες τις χώρες επικεντρώνεται κυρίως σε διακοπές διάρκειας 4-7 διανυκτερεύσεων.
- Οι αγορές της Τουρκίας και της Ιταλίας εμφανίζουν προτίμηση στις διακοπές μικρής διάρκειας (1-7 νύχτες).
- Διακοπές διάρκειας 8-11 νύχτες προτιμούν οι αγορές του Βελγίου (31%), της Γαλλίας (22%), της Ιταλίας (19%), της Βουλγαρίας (14%), του Ην. Βασιλείου (13%) και της Σκανδιναβίας (12%).

- ☑ Οι αγορές της Πολωνίας και της Γαλλίας εμφανίζουν υψηλά ποσοστά διανυκτερεύσεων για διάστημα 16-22 νύχτες (32% και 17% αντίστοιχα).
- ☑ Μεγάλης διάρκειας διακοπές άνω των 23 διανυκτερεύσεων προτιμά η αγορά της Γερμανίας σε ποσοστό 19%, ενώ σχετικό ενδιαφέρον αλλά σε πολύ μικρότερη ένταση καταγράφεται από τις αγορές της Ιταλίας, της Βουλγαρίας και σε μικρότερο ακόμη βαθμό από την αγορά του Βελγίου.

**Δημοφιλείς προορισμοί διακοπών «Πολιτισμού και Θρησκείας»**



**ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΑΝΑ ΧΩΡΑ**

**Αθήνα :** Ην. Βασίλειο, Ιταλία, Γερμανία, Πολωνία

**Β. Ελλάδα, Χαλκιδική:** Βουλγαρία, Βέλγιο

**Άλλα νησιά Αιγαίου :** Πολωνία, Σκανδιναβία

**Κρήτη :** Σκανδιναβία, Γερμανία, Γαλλία

**Πελοπόννησος :** Βέλγιο, Ην. Βασίλειο

**Ρόδος :** Γαλλία, Ιταλία

**Υπόλοιπη Ελλάδα :** Βουλγαρία, Τουρκία

**Κέρκυρα :** Τουρκία, Γερμανία

Πηγή : PwC – REMACO/ Υπεργολάβος: ΕΚΠΑ, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα – Παραδοτέο 3 «Έκθεση εξειδίκευσης δράσεων στρατηγικού σχεδίου τουρισμού», 2015

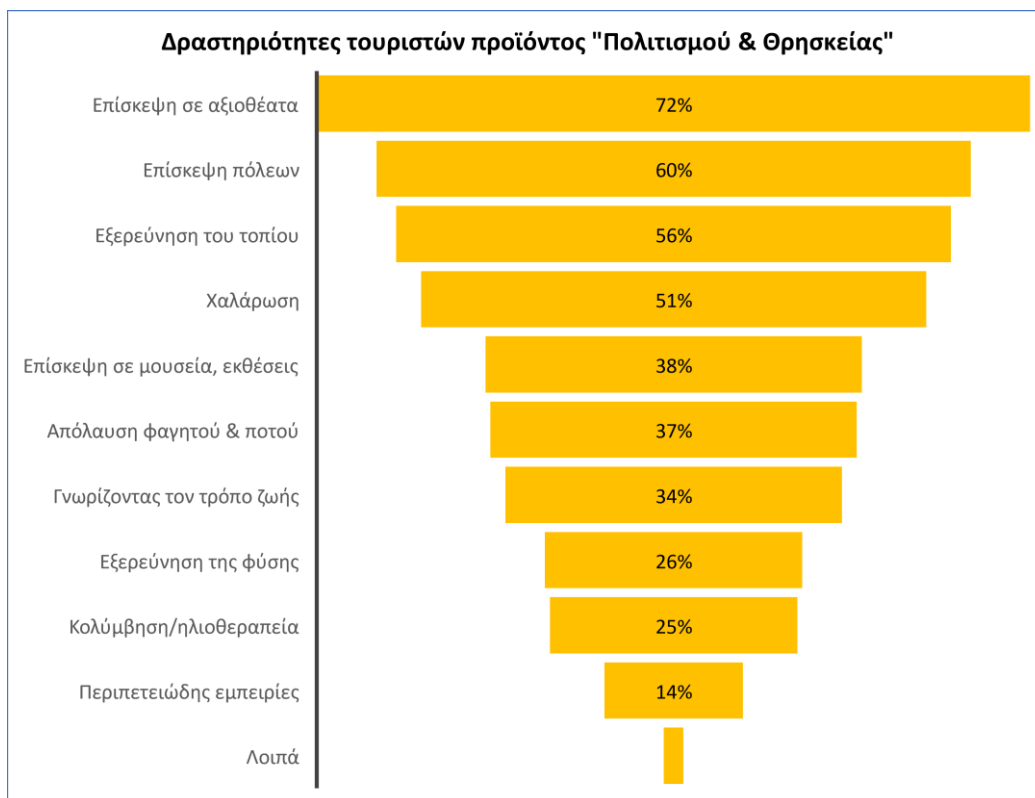
**Δημοφιλείς προορισμοί διακοπών «Πολιτισμού και Θρησκείας»**

Προορισμός	Βουλγαρία	Ην. Βασίλειο	Ιταλία	Γαλλία	Γερμανία	Σκανδιναβία	Πολωνία	Βέλγιο	Τουρκία
Αθήνα	15%	33%	34%	21%	28%	5%	40%	0%	25%
Βόρεια Ελλάδα, Χαλκιδική	57%	5%	5%	0%	15%	5%	9%	31%	20%
Άλλα νησιά του Αιγαίου	1%	11%	4%	15%	4%	31%	35%	3%	0%
Κρήτη	0%	3%	7%	11%	24%	37%	0%	0%	0%
Πελοπόννησος	0%	21%	9%	5%	6%	2%	14%	45%	0%
Ρόδος	1%	2%	25%	30%	0%	12%	2%	2%	1%
Υπόλοιπη Ελλάδα	21%	7%	11%	0%	2%	2%	0%	17%	23%
Κέρκυρα	5%	18%	5%	18%	21%	6%	0%	2%	31%

Πηγή : ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

Όσον αφορά στις δραστηριότητες που επιλέγουν οι εισερχόμενοι επισκέπτες που πραγματοποιούν διακοπές «Πολιτισμού και Θρησκείας» στην Ελλάδα αυτές κυρίως επικεντρώνονται σε :

- ➔ Επισκέψεις σε αξιοθέατα και πόλεις
- ➔ Εξερεύνηση του τοπίου
- ➔ Χαλάρωση
- ➔ Επίσκεψη σε μουσεία, εκθέσεις
- ➔ Απόλαυση φαγητού και ποτού



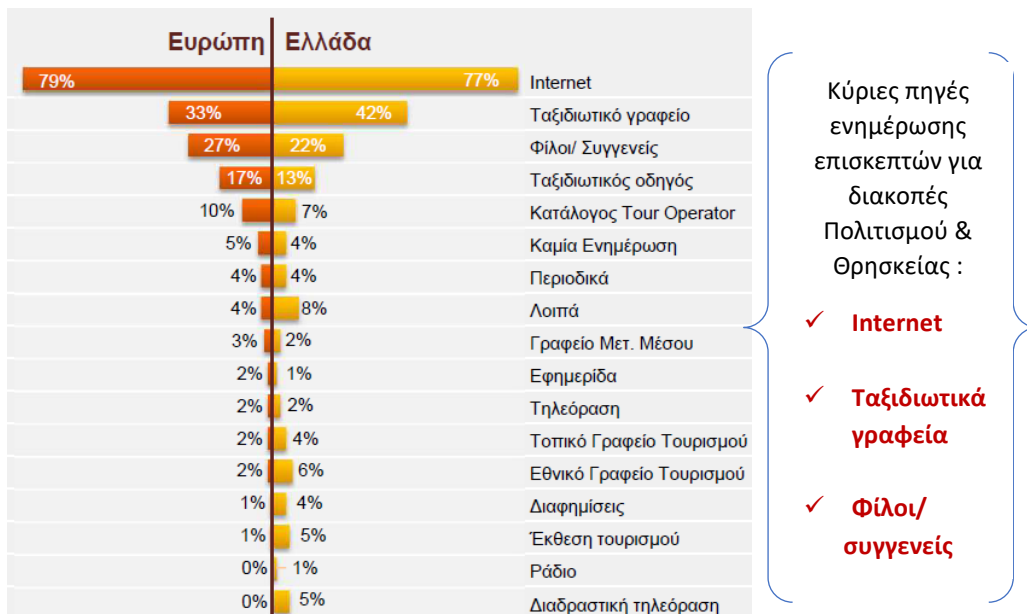
**Πηγή :** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

**Τρεις πρώτες επιλογές δραστηριοτήτων ανά χώρα προέλευσης επισκεπτών**

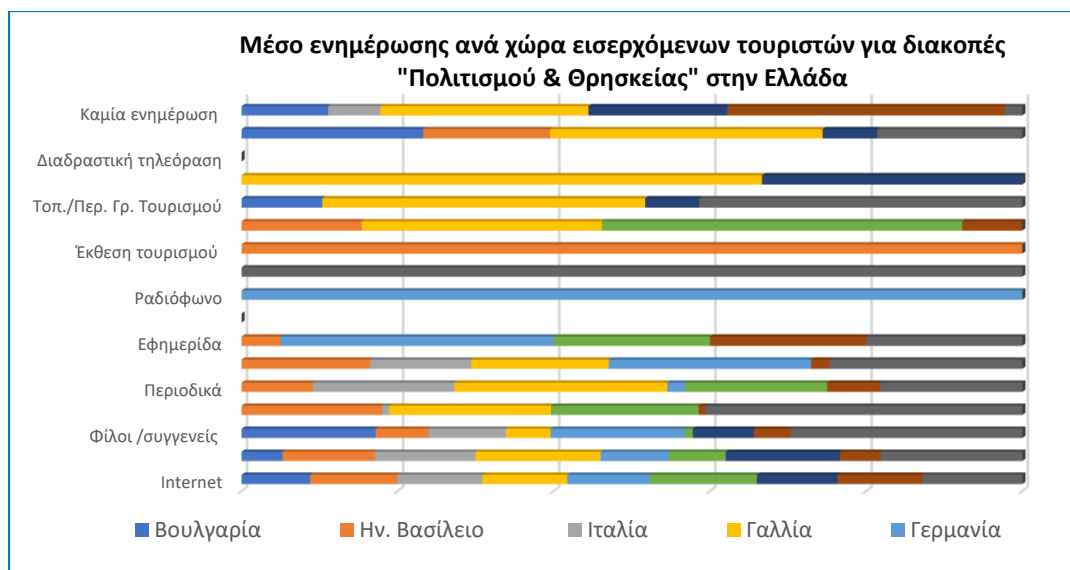
	Βουλγαρία	Ην. Βασίλειο	Ιταλία	Γαλλία	Γερμανία	Πολωνία	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Τουρκία
Επίσκεψη σε αξιοθέατα	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Επίσκεψη πόλεων	✓		✓	✓		✓			✓
Επίσκεψη σε μουσεία/ εκθέσεις		✓							
Εξερεύνηση του τοπίου		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Απόλαυση φαγητού & ποτού					✓		✓		
Χαλάρωση	✓	✓			✓			✓	
Κολύμβηση και ηλιοθεραπεία								✓	

**Πηγή :** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

Τρόπος ενημέρωσης εισερχόμενων επισκεπτών για τουρισμό «Πολιτισμού & Θρησκείας»



**Πηγή :** PwC – REMACO/ Υπεργολάβος: ΕΚΠΑ, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα – Παραδοτέο 3 «Έκθεση εξειδίκευσης δράσεων στρατηγικού σχεδίου τουρισμού», 2015

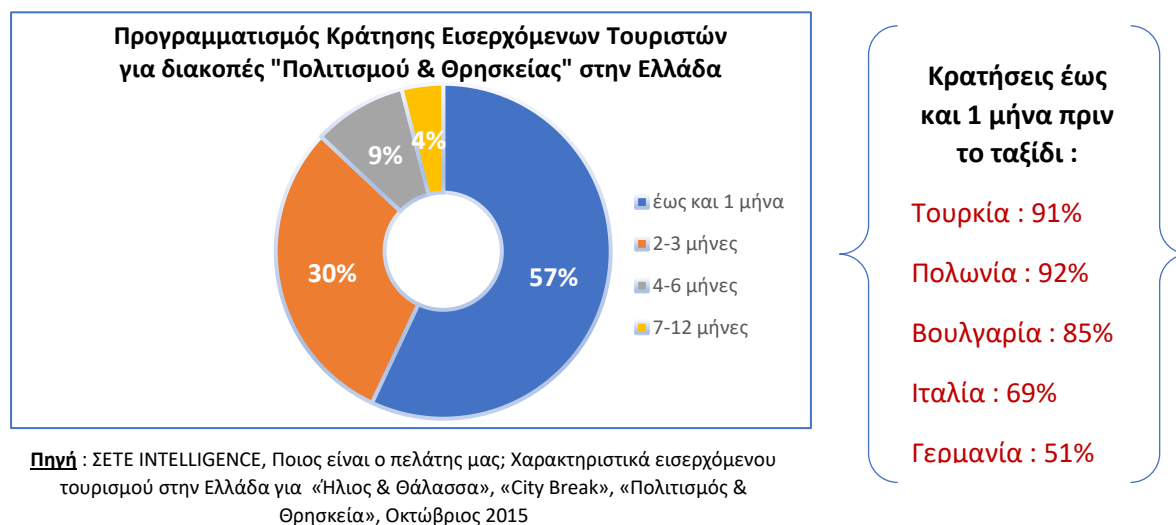


**Πηγή :** ΣΕΤΕ INTELLIGENCE, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015

## Τα δύο βασικότερα μέσα ενημέρωσης των εισερχόμενων αγορών για διακοπές «Πολιτισμού & Θρησκείας» στην Ελλάδα

Βουλγαρία	Internet, Φίλοι /συγγενείς
Ην. Βασίλειο	Internet, Ταξιδιωτικό γραφείο
Ιταλία	Internet, Ταξιδιωτικό γραφείο
Γαλλία	Internet, Ταξιδιωτικό γραφείο
Γερμανία	Internet, Φίλοι /συγγενείς
Πολωνία	Internet, Ταξιδιωτικό γραφείο, Ταξιδιωτικοί οδηγοί
Βέλγιο	Internet, Ταξιδιωτικό γραφείο
Σκανδιναβία	Internet, Ταξιδιωτικό γραφείο
Τουρκία	Internet, Φίλοι /συγγενείς

Αναφορικά με τον προγραμματισμό της κράτησης ταξιδιού με σκοπό τις διακοπές «Πολιτισμού & Θρησκείας» αυτός για την πλειονότητα των εισερχόμενων τουριστών πραγματοποιείται έως και μόλις 1 μήνα νωρίτερα ενώ πολύ υψηλό είναι και το ποσοστό (30%) εκείνων που πραγματοποιούν κράτηση 2-3 μήνες πριν το ταξίδι. Αντίθετα πολύ μικρό είναι το ποσοστό (4%) εκείνων που κάνουν κράτηση 7-12 μήνες πριν το ταξίδι.



Παρακάτω παρατίθενται ορισμένα στοιχεία ζήτησης αποκλειστικά για το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού τα οποία προκύπτουν μέσα από διάφορες βιβλιογραφικές αναφορές και έρευνες.

Ειδικότερα :

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα είναι προσκυνηματικός και πολιτιστικός κυρίως, και η πλειονότητα των επισκεπτών προέρχεται από το εσωτερικό σε ένα ποσοστό της τάξης του 85% (Βαγιονής Ν, Σκούλτσος Σ, 2016:98). Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια αυξάνεται η ροή των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα με θρησκευτικό κίνητρο και προέρχονται κυρίως από ορθόδοξες χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και της Μεσογείου, όπως :

- Κύπρος
- Ρωσία
- Σερβία
- Βουλγαρία
- Ρουμανία
- Τσεχία

Επίσης ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού πραγματοποιούν στην Ελλάδα καθολικοί Άγγλοι, Γάλλοι και Αμερικανοί που επισκέπτονται μνημεία και περιοχές που αντιπροσωπεύουν το δόγμα τους όπως π.χ. το Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο. Γενικά η ζήτηση για θρησκευτικό τουρισμό προέρχεται τόσο από τους απλούς πολίτες, όσο και από θεολογικές ή εκκλησιαστικές σχολές και πανεπιστήμια με θεολογική κατεύθυνση και κληρικούς, μοναχούς, μοναχές και γενικά όσους έχουν θρησκευτικά ενδιαφέροντα.

Τα θρησκευτικά μνημεία της Ελλάδας έχουν αρχίσει να έλκουν το ενδιαφέρον επισκεπτών και από χώρες της Ασίας με χαρακτηριστικό παράδειγμα την Κίνα, η οποία μάλιστα αποτελεί ανερχόμενη δύναμη στον παγκόσμιο τουρισμό. Σημειώνεται ότι σημαντικό ποσοστό των επισκεπτών του ιστοτόπου της Εκκλησίας της Ελλάδας είναι Κινέζοι. Στις επισκέψεις των Κινέζων το ενδιαφέρον στρέφεται κυρίως στα Μετέωρα (Αλμπάνη Χ, 2014:100-101).

Τα προαναφερθέντα υπογραμμίστηκαν και στο πλαίσιο της 1<sup>ης</sup> διαδικτυακής διαβούλευσης όπου αναφέρθηκε από την εκπρόσωπο της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξεναγών ότι η μεγάλη πλειοψηφία των επισκεπτών της Ελλάδας δεν είναι Ορθόδοξοι, είναι και Καθολικοί, Ευαγγελικοί και από διάφορα άλλα χριστιανικά δόγματα και επίσης δεν είναι μόνο Ευρωπαίοι, αλλά έρχονται ακόμη από την Κίνα, τις Φιλιππίνες, το Χονγκ Κονγκ, τη Λατινική Αμερική και κυρίως τη Βραζιλία και τις ΗΠΑ και κατά βάση ταξιδεύουν σε γκρουπ. Οι θρησκευτικοί τουρίστες ταξιδεύουν πολύ στοχευμένα. Αξίζει να αναφερθεί ότι οι Καθολικοί έχουν σημείο αναφοράς τους την Παρθένο Μαρία και επισκέπτονται όλα τα μέρη που έχουν εκκλησίες της Μαρίας, στοιχείο που πρέπει να ληφθεί υπόψη στο σχεδιασμό ενός πιθανά νέου θεματικού προϊόντος με τη μορφή διαδρομών που θα ενώνουν σημαντικές ιστορικές εκκλησίες αφιερωμένες στην Παρθένο Μαρία. Αντίστοιχα οι Ευαγγελικοί έχουν σημείο αναφοράς την Αποστολική ιστορία και ενδιαφέρονται για τα μέρη που συνδέονται με τον Απόστολο Παύλο.

Αναφέρεται ότι οι αλλοδαποί τουρίστες που επισκέπτονται θρησκευτικά μνημεία στην Ελλάδα ξεπερνούν τα 2.500.000 ετησίως (Εκκλησία της Ελλάδος, 2020:47), όμως οι περισσότεροι είναι ημερήσιοι επισκέπτες και η επίσκεψη είναι μέρος ενός τουριστικού ταξιδιού που δεν έχει πρωταρχικό σκοπό το θρησκευτικό κίνητρο. Συνδυάζεται δηλαδή η επίσκεψη σε θρησκευτικά μνημεία στο πλαίσιο παραθεριστικών διακοπών.

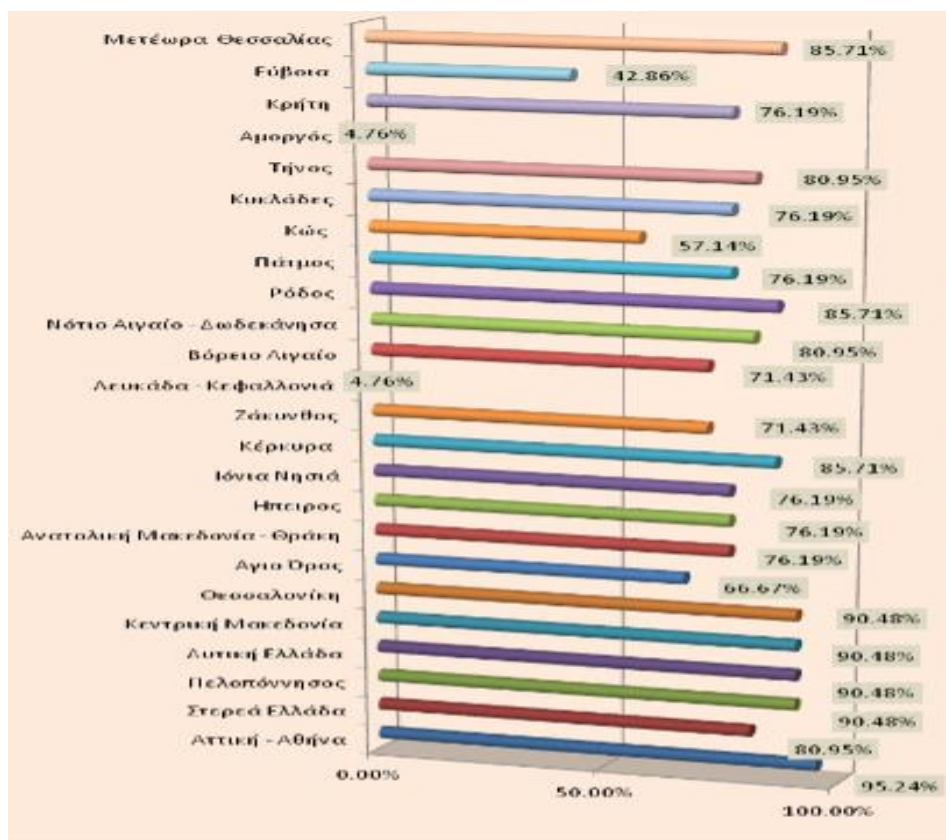
Οι εισροές από το εξωτερικό έλκονται κυρίως από τα διάσημα θρησκευτικά μνημεία που περιλαμβάνονται στο χάρτη της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO.

Γενικότερα θρησκευτικά ταξίδια πραγματοποιούν άτομα μέσης και τρίτης ηλικίας, ωστόσο ιερά προσκυνήματα της Ελλάδας, επισκέπτονται από το εξωτερικό και νεότερες ηλικίες 22-35 ετών και τις περισσότερες φορές είναι κληρικοί ή θεολόγοι ή φοιτητές σε πανεπιστήμια με θρησκευτική διδασκαλία όπου συχνά τα θρησκευτικά ταξίδια πραγματοποιούνται με τη συνοδεία καθηγητών (Μαυρίδου Σ, 2016).

Στο επόμενο γράφημα αποτυπώνεται η ζήτηση ως προς τις περιοχές επισκέψεων – προσκυνηματικών περιηγήσεων που συνδυάζουν τουριστική αναγνωρισιμότητα και θρησκευτικά μνημεία (Συνοδικό Γραφείο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων Ιεράς Συνόδου Εκκλησίας της Ελλάδος, 2013).

Αυξημένη ζήτηση εμφανίζουν η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη που αποτελούν δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς και διαθέτουν παράλληλα σημαντικά θρησκευτικά προσκυνήματα, αλλά και μεγάλο πλούτο πολλών άλλων πολιτιστικών μνημείων διεθνούς φήμης. Ακολουθούν η Δυτική και η Στερεά Ελλάδα, η Πελοπόννησος με την καστροπολιτεία του Μυστρά και της Μονεμβασιάς και άλλα θρησκευτικά μνημεία και η Κεντρική Μακεδονία με τη Διαδρομή του Αποστόλου Παύλου και την εν γένει σπουδαία πολιτισμική παρακαταθήκη σε θρησκευτικά, αλλά και ιστορικά μνημεία.

### Προσκυνηματικές Περιοχές στην Ελλάδα



**Πηγή :** Συνοδικό Γραφείο προσκυνηματικών Περιηγήσεων Ιεράς Συνόδου Εκκλησίας της Ελλάδος, Έκθεση παρουσίασης αποτελεσμάτων ερωτηματολογίων τουριστικών γραφείων, 2013

Μεγάλη επίσης ζήτηση καταγράφεται για τα Μετέωρα, την Τήνο, την Πάτμο και την Κέρκυρα λόγω της θρησκευτικής σπουδαιότητας των εν λόγω περιοχών. Η αυξημένη ζήτηση σε Κρήτη και Ρόδο οφείλεται κυρίως στο τουριστικό προφίλ των νησιών.

Ειδικότερα για τη Ρώσικη αγορά οι προσκυνηματικοί σταθμοί που προσελκύουν το ενδιαφέρον των συγκεκριμένων επισκεπτών είναι (Πουλάκη Π, 2013:12):

- Θεσσαλονίκη (βυζαντινές εκκλησίες, μονές)
- Ουρανούπολη (Άγιο Όρος)
- Καλαμπάκα (Μετέωρα)
- Κέρκυρα (Άγιος Σπυρίδων)
- Πάτρα (Άγιος Ανδρέας)
- Κόρινθος (βήμα Αγίου Παύλου)
- Εύβοια (Άγιος Ιωάννης ο Ρώσος)

Επιπλέον, δεδομένου ότι η πλειονότητα των μοναστηριών και των εξωκκλησιών βρίσκονται σε χώρους ιδιαίτερου φυσικού κάλλους είναι πολύ συχνές οι «συμπληρωματικές» επισκέψεις από ανθρώπους οι οποίοι ανήκουν στις κατηγορίες του φυσιολατρικού, αθλητικού, περιπατητικού τουρισμού, ακόμη και του τουρισμού περιήγησης, περιπέτειας, κ.α.



Έτσι, ένα σημαντικό μέρος των επισκεπτών στα θρησκευτικά μνημεία, ιδίως των πιο ανεπτυγμένων τουριστικά νησιών δεν ανήκει στην κατηγορία των προσκυνητών, αλλά των επισκεπτών ειδικών ενδιαφερόντων.

Ο εσωτερικός θρησκευτικός τουρισμός έχει ως κέντρο τις μητροπόλεις, τις ενορίες και τις θρησκευτικές οργανώσεις που διοργανώνουν προσκυνηματικά ταξίδια με ή χωρίς διανυκτέρευση, συχνά με αφορμή κάποια θρησκευτική γιορτή. Τα περισσότερα ταξίδια είναι μικρής διάρκειας (1-3 ημέρες) και πραγματοποιούνται εκτός περιόδου αιχμής, κυρίως την άνοιξη και το φθινόπωρο (Μεγαρίτη Α, 2014:176).

Οι Έλληνες προσκυνητές επιλέγουν τοπικά ή περιφερειακά προσκυνήματα που συνήθως δε δέχονται μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Επισκέπτονται ναούς όπου διοργανώνονται θρησκευτικές γιορτές ή/και πραγματοποιούν προσκυνηματικά ταξίδια κατά την περίοδο θρησκευτικών εορτών μεγάλης σπουδαιότητας (π.χ. προσκύνημα Παναγίας στην Τήνο τον 15 Αύγουστο).

Τα θρησκευτικά ταξίδια στον ελληνικό χώρο είναι σύντομα δεδομένου του πνευματικού τους χαρακτήρα, δεν είναι ιδιαίτερα πολυδάπανα στην κάλυψη τουριστικών αναγκών και μάλιστα για τα χαμηλά εισοδηματικά στρώματα αποτελούν ένα είδος εύκολης διαφυγής που συνδυάζει το πνευματικό στοιχείο με τη σύντομη απόδραση σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (Χατζηαντωνίου Α, 2016:50).

Οι εσωτερικοί θρησκευτικοί τουρίστες επιζητούν για τη διαμονή τους χαμηλά και μεσαία καταλύματα, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις επιλέγεται και η διαμονή σε Μοναστήρια. Η διάρκεια των θρησκευτικών ταξιδιών όπως προαναφέρθηκε είναι περιορισμένη ιδίως όσον αφορά στους εσωτερικούς τουρίστες και στις περιπτώσεις όπου το θρησκευτικό ταξίδι δε συνδυάζεται με επιπρόσθετες τουριστικές δραστηριότητες. Ακόμη, η κατανομή των επισκεπτών στη διάρκεια του έτους δεν είναι ισομερής, δεδομένου ότι αυξάνεται τη θερινή περίοδο και τις ημέρες των θρησκευτικών εορτών (Βαγιονής Ν, Σκούλτσος Σ, 2016:99).

#### Το προφίλ του Θρησκευτικού Τουρίστα

Οι θρησκευτικοί τουρίστες σύμφωνα με τον Τσαρούχη Ι (2016:53) είναι άτομα που:

- έχουν ως κύριο σκοπό του ταξιδιού να επισκεφτούν ιερά μέρη και χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος
- ανήκουν κυρίως στην ηλικιακή ομάδα 40-70 ετών
- προέρχονται από μεσαία και ανώτερα εισοδηματικά στρώματα
- διακρίνονται από σημαντική μόρφωση και κουλτούρα
- χαρακτηρίζονται από ισχυρά πολιτιστικά και θρησκευτικά ενδιαφέροντα
- επιζητούν τον ποιοτικό χρόνο, την αυτοβελτίωση και τη διεύρυνση του πνευματικού τους ορίζοντα
- επισκέπτονται τα θρησκευτικά μνημεία συνήθως με τις οικογένειές τους
- έχουν περιορισμένη διάρκεια παραμονής (ιδίως οι εσωτερικοί προσκυνητές)

Ειδικότερα και σε ότι αφορά στο ηλικιακό προφίλ των θρησκευτικών τουριστών, σύμφωνα με το CBI Ministry of Foreign Affairs<sup>39</sup> μεγαλύτερης ηλικίας τουρίστες (55+) αποτελούν τους μισούς από τους θρησκευτικούς τουρίστες με μια μικρή υπεροχή των γυναικών έναντι των αντρών. Προτιμούν διαμονή σε καταλύματα υψηλών προδιαγραφών και οργανώνουν το ταξίδι τους μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου. Η ηλικιακή αυτή ομάδα δαπανά περισσότερα χρήματα από οποιαδήποτε άλλη ηλικία για θρησκευτικά ταξίδια. Συνήθως ταξιδεύουν με άλλο ένα ή δύο άτομα συμμετέχοντας σε κάποια οργανωμένη εκδρομή. Επιλέγουν πλήρες τουριστικό πακέτο και έναν εξειδικευμένο πάροχο για να κάνουν το όνειρό τους πραγματικότητα, ενώ είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν όσο και αν κοστίζει το ταξίδι.

---

<sup>39</sup><https://www.cbi.eu/market-information/tourism/religious-tourism-0/market-entry#what-requirements-must-religious-travel-products-comply-with-to-be-allowed-on-the-european-market>

### 1.3 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος (PESTEL ανάλυση)

Η **PESTEL ανάλυση** σύμφωνα με το Κέντρο Εθελοντών Μάνατζερ Ελλάδος αποτελεί ένα στρατηγικό εργαλείο διάγνωσης που χρησιμοποιείται για την αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης γενικά και εν προκειμένω του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα με επίκεντρο τη μελέτη και αξιολόγηση του μακρο-περιβάλλοντος.



Εφαρμόζεται συνδυαστικά με τη SWOT

ανάλυση προκειμένου να διαμορφωθεί μια ολοκληρωμένη εικόνα του αντικειμένου μελέτης, καθώς τόσο οι εσωτερικοί, όσο και οι εξωτερικοί παράγοντες καθορίζουν συνολικά και μεμονωμένα το ευρύτερο πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσεται ο θρησκευτικός τουρισμός.

Ειδικότερα, η PESTEL ανάλυση αφορά μια καθαρά εξωτερική προσέγγιση η οποία εξετάζει ένα πλέγμα μακρο-περιβαλλοντικών παραμέτρων-παραγόντων που επηρεάζουν το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού από το εξωτερικό του περιβάλλον που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την κατάρτιση της στρατηγικής. Επιπλέον, η PESTEL ανάλυση αποτελεί ένα βασικό συστατικό του πλάνου Marketing. Η εκπόνηση της PESTEL ανάλυσης στηρίχθηκε σε δευτερογενή δεδομένα και έρευνα γραφείου, ενώ ελήφθησαν υπόψη τα συμπεράσματα της 1<sup>ης</sup> διαβούλευσης του έργου, καθώς και τα ευρήματα της πρωτογενούς έρευνας προς θεσμικούς φορείς της Ελλάδας.

Οι βασικοί παράμετροι της ανάλυσης PESTEL είναι:

- Το Πολιτικό περιβάλλον (**P**olitical)
- Το Οικονομικό περιβάλλον (**E**conomical)
- Το Κοινωνικό περιβάλλον (**S**ocial)
- Το Τεχνολογικό περιβάλλον (**T**echnological)
- Το Φυσικό Περιβάλλον (**E**nvironmental)
- Το Νομικό πλαίσιο (**L**egal)

#### Πολιτικό Περιβάλλον

Στο **πολιτικό περιβάλλον** αναλύονται οι παράγοντες εκείνοι οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν την τουριστική προοπτική και εξέλιξη. Τέτοιοι είναι η πολιτική σταθερότητα, το πολιτικό καθεστώς, το σύστημα διακυβέρνησης, το πλαίσιο δημόσιας διοίκησης, τα συστήματα φορολόγησης, κ.α. Στο πολιτικό περιβάλλον εντάσσονται και οι αποφάσεις των τοπικών αρχών (Δήμοι, Περιφέρειες και λοιποί φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης). Αυτοί οι παράγοντες είναι ιδιαίτερα σημαντικοί επειδή μπορούν ακόμη και να επιτρέψουν ή να εμποδίσουν την ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού ή τουριστικού προϊόντος.

Την τελευταία δεκαετία, στην Ελλάδα το ευρύτερο πολιτικό περιβάλλον δεν ήταν ιδιαίτερα θετικό-ευνοϊκό, λόγω της οικονομικής αστάθειας και αβεβαιότητας η οποία επηρέασε τόσο

το επενδυτικό περιβάλλον στον τουριστικό τομέα, όσο και τον κύκλο εργασιών των τουριστικών επιχειρήσεων.

Τα σκληρά δημοσιονομικά μέτρα που εφαρμόστηκαν όπως π.χ. αυξήσεις σε συντελεστές ΦΠΑ, αύξηση συντελεστών φορολογίας εισοδήματος νομικών προσώπων, αύξηση στο 100% της προκαταβολής των φόρων επιχειρήσεων, ο έλεγχος κεφαλαίου (capital controls) από τις τράπεζες, δυσχέραναν εκ των πραγμάτων το τουριστικό επιχειρείν και είχαν αρνητικό αντίκτυπο στην εύρυθμη λειτουργία των επιχειρήσεων με ανάλογες επιπτώσεις στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, στην αναβάθμιση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητάς τους, κ.α..

Αλλαγές όπως η απλοποίηση των διαδικασιών σύστασης επιχειρήσεων και αδειοδότησης οικονομικών δραστηριοτήτων, ο εκσυγχρονισμός του εταιρικού δικαίου, η απλοποίηση των διαδικασιών υλοποίησης Στρατηγικών Επενδύσεων, η βελτίωση των όρων ανταγωνισμού στις αγορές, η ανάπτυξη νέας κουλτούρας φιλικής προς την επιχειρηματικότητα στη Δημόσια Διοίκηση διαμορφώνει εκ των πραγμάτων ένα ευοίωνο επενδυτικό περιβάλλον για την τουριστική ανάπτυξη και τη δημιουργία νέων ανταγωνιστικών τουριστικών προϊόντων όπως εν προκειμένω και ο θρησκευτικός τουρισμός (Ελληνική Δημοκρατία, 2018:19).

Ειδικότερα οι ευκαιρίες και οι απειλές που απορρέουν από το πολιτικό περιβάλλον αφορούν στα εξής:

### **Ευκαιρίες**

- Η πολιτική σταθερότητα και η καθιέρωση της Ελλάδας ως ασφαλής προορισμός, ενισχύουν την ανταγωνιστικότητά της εκ παραλλήλου με την Ανατολική Μεσόγειο που μαστιάζεται από πολιτική και οικονομική αστάθεια και ρευστές γεωπολιτικές εξελίξεις.
- Τα φιλικά και ανοικτά σύνορα, στο πλαίσιο της Συνθήκης Σένγκεν, διευκολύνουν τα ταξίδια και τις μετακινήσεις προς την Ελλάδα.
- Η απλοποίηση του επιχειρηματικού και επενδυτικού περιβάλλοντος και η άμβλυση της γραφειοκρατίας ευνοεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και τις τουριστικές επενδύσεις.
- Η στρατηγική για τον τουρισμό με έμφαση στις τουριστικές εμπειρίες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, των υπηρεσιών και των υποδομών και η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ευνοεί την ανάπτυξη και του θρησκευτικού τουρισμού ο οποίος αποδεδειγμένα μπορεί να έχει θετική συμβολή σε όλα τα παραπάνω.
- Ο στρατηγικός στόχος για προώθηση και ανάπτυξη αιφόρων και υψηλής προστιθέμενης αξίας τουριστικών δραστηριοτήτων μπορεί να υποστηριχθεί και μέσα από την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
- Η χρηματοδοτική ενίσχυση της Μικρομεσαίας Επιχειρηματικότητας για τον εκσυγχρονισμό, αναβάθμιση και ίδρυση νέων τουριστικών επιχειρήσεων με έμφαση στο θεματικό τουρισμό.
- Η πολιτική για την αιφόρο ανάπτυξη των νησιών, τη βελτίωση της προσβασιμότητας και της διασύνδεσής τους.

- Η συνεργασία των κρατικών τουριστικών φορέων (Υπουργείο Τουρισμού, ΕΟΤ, Υπουργείο Πολιτισμού, κ.α.) μεταξύ τους, αλλά και με άλλους εμπλεκόμενους στον θρησκευτικό τουρισμό όπως η Εκκλησία της Ελλάδος, η Εκκλησία της Κρήτης και οι Εν Δωδεκανήσου Ιερές Μητροπόλεις του Οικουμενικού Πατριαρχείου, οι Περιφερειακές Αρχές, ο ΣΕΤΕ κ.α. θα επιφέρουν θετικό πρόσημο.
- Οι καλές σχέσεις των Ελληνικών Εκκλησιών με Εκκλησίες άλλων χωρών για την από κοινού ανάπτυξη του θρησκευτικού τουριστικού προϊόντος.

### **Απειλές**

- Η ρευστότητα του μεταναστευτικού – προσφυγικού ζητήματος στα νευραλγικής σημασίας για τον τουρισμό νησιά του Βορείου Αιγαίου υποβαθμίζει την εικόνα τους ως τουριστικών προορισμών (π.χ. Λέσβος, Χίος, Κως).
- Οι καθυστερήσεις έκδοσης βίζας.
- Τα γραφειοκρατικά προβλήματα και οι καθυστερήσεις στις αποφάσεις φορέων (π.χ. Εφορείες Αρχαιοτήτων, Υπουργείο Πολιτισμού) και ορισμένες φορές η αρνητική στάση τους σχετικά με παρεμβάσεις ανάδειξης και αξιοποίησης θρησκευτικών μνημείων και πολιτιστικών πόρων.
- Οι υψηλές φορολογικές επιβαρύνσεις στα τουριστικά προϊόντα λειτουργούν ως αντικίνητρα στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα.
- Η έλλειψη συντονισμένων δράσεων και αποφάσεων μεταξύ των Εκκλησιών, των Ιερών Μητροπόλεων και των ενοριών για κοινή οργάνωση και διαχείριση των θρησκευτικών μνημείων στο πλαίσιο της ένταξής τους, ως προϊόντα του θρησκευτικού τουρισμού.

### **Οικονομικό Περιβάλλον**

Το Οικονομικό περιβάλλον αναφέρεται στην οικονομική ζωή και δραστηριότητα και εν τέλει την οικονομική πρόοδο τόσο της Ελλάδας, όσο και της ευρωπαϊκής και παγκόσμιας οικονομίας.

Οικονομικοί παράμετροι όπως τα επιτόκια, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, ο πληθωρισμός, η ανεργία, το εισόδημα, αλλά και αστάθμητοι παράγοντες όπως πανδημίες, επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση, καθώς και τη λήψη αποφάσεων στον τουριστικό κλάδο.

Η ελληνική οικονομία μετά από μια μακρά και επίπονη περίοδο οικονομικής ύφεσης εμφάνισε το 2018 σημάδια ανάκαμψης, παρότι οι ρυθμοί ανάπτυξης συνεχίζουν να κινούνται σε χαμηλά επίπεδα. Το οικονομικό κλίμα είναι (ήταν) θετικό, η ρευστότητα του τραπεζικού συστήματος έχει (είχε) βελτιωθεί, η εμπιστοσύνη των επενδυτών έχει (είχε) επανέλθει σταδιακά και έχει (είχε) συμβάλλει στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας.

Η οικονομική αυτή μεταστροφή με μια σειρά οικονομικών μέτρων και αλλαγών που αφορούν σε αυξήσεις κατώτατου μισθού και μείωση φόρων, σε αύξηση της απασχόλησης και την αποκλιμάκωση της ανεργίας, επηρέασε θετικά την καταναλωτική συμπεριφορά και δαπάνη των Ελλήνων δημιουργώντας ευσίωνες προοπτικές για τον εσωτερικό τουρισμό που την περίοδο της οικονομικής κρίσης επηρεάστηκε ιδιαίτερα αρνητικά. Τα παραπάνω ενισχύουν

την ανταγωνιστικότητα της χώρας και βελτιώνουν παράλληλα την εικόνα της, καθιστώντας την ελκυστικό τουριστικό προορισμό.

Οι οικονομικές συνθήκες στις χώρες προέλευσης τουριστών, το κόστος ζωής, το εισόδημα και το μεταφορικό κόστος αποτελούν επίσης εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση (Κομνηνού Ε, 2018) και κατ' επέκταση και τη ζήτηση για ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού αν και η συγκεκριμένη μορφή εμφανίζεται περισσότερο ανθεκτική σε περιόδους οικονομικής κρίσης συγκριτικά με το μαζικό τουρισμό.

Ένας άλλος παράγοντας είναι και η ισοτιμία των νομισμάτων η οποία ενδέχεται να αποτελέσει μειονέκτημα ή ευκαιρία για τους εμπλεκόμενους στον τουριστικό τομέα και καθορίζει σε μέγιστο βαθμό την τουριστική ζήτηση.

Βασικές αγορές του ελληνικού τουρισμού από τη Ζώνη του Ευρώ, αλλά και από την Κεντρική Ευρώπη και τα Βαλκάνια ευνοούνται π.χ. από τη χαμηλή τιμή του πετρελαίου και την εντεινόμενη πολιτική ποσοτικής ενίσχυσης της ρευστότητας από την ΕΚΤ, επιτυγχάνοντας υψηλότερους του αναμενομένου ρυθμούς ανάπτυξης με επακόλουθο την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματός τους, μέρος του οποίου δαπανάται για διακοπές στο εξωτερικό, γεγονός που λειτουργεί συνήθως θετικά ως προς τον εισερχόμενο τουρισμό.

Αντίθετα, η υποτίμηση της τούρκικης λίρας έναντι του ευρώ έχει αρνητική επίπτωση για την Ελλάδα αφού μειώνονται οι τουριστικές ροές σε σχέση με την Τουρκία, όσο και με άλλες χώρες λόγω πιο ανταγωνιστικών τιμών.

Μια πρόσφατη εξέλιξη, το Brexit διαμορφώνει νέες συνθήκες, συνθήκες αστάθειας και συνδέεται άμεσα με το εισόδημα αλλά και την αβεβαιότητα των δυνητικών επισκεπτών και το λεγόμενο «cutback decisions» (μείωση των εξόδων ή τη διάρκεια παραμονής στον προορισμό) διαγράφοντας αρνητικές τάσεις όσον αφορά τη βρετανική αγορά (Ε. Κομνηνού:2018).

Επίσης, οι αρνητικοί ρυθμοί ανάπτυξης στη Ρωσία και η υποτίμηση του ρώσικου ρουβλίου ενδέχεται να επηρεάσουν τις αφίξεις των Ρώσων τουριστών που αποτελούν κύρια ομάδα στόχου για τον θρησκευτικό τουρισμό, ως ομόθρησκη χώρα.

Γενικότερα, με την οικονομική κρίση, οι Ορθόδοξοι Χριστιανοί ανά τον κόσμο, βασικός στόχος του ελληνικού θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού, βρίσκονται σε επίπεδο που υπολείπεται σημαντικά του υψηλού βιοτικού επιπέδου των Καθολικών και των Προτεσταντικών Χωρών, επιδρώντας αρνητικά στην πραγματοποίηση ταξιδιών.

Η τρέχουσα συγκυρία της πανδημίας του κορωνοϊού και τα αυστηρά μέτρα που ελήφθησαν διεθνώς για τον περιορισμό της χωρικής του διασποράς (απαγόρευση αεροπορικών μετακινήσεων, κλείσιμο ξενοδοχείων, κ.α.), έχει προκαλέσει υπέρτατη οικονομική κρίση σε όλους τους κλάδους της οικονομίας με τον τουρισμό να πλήττεται περισσότερο και με πολύ μεγάλη ταχύτητα και ένταση που με βάση όλες τις ενδείξεις θα συνεχίσει να δοκιμάζεται σκληρά, καθώς πέραν από το πλήγμα στο διαθέσιμο εισόδημα, η τουριστική εμπειρία

βασίζεται στη μετακίνηση και την επικοινωνία των ανθρώπων. Επομένως η πανδημία θα συγκρατήσει για αρκετό διάστημα σε χαμηλούς ρυθμούς την παγκόσμια ανάπτυξη και οικονομία και κατ' επέκταση η ανάκαμψη του τουριστικού κλάδου εκτιμάται ότι θα είναι μακρά και επίπονη.

Ωστόσο, τα θετικά αντανακλαστικά της Ελλάδας στην αντιμετώπιση της παγκόσμιας αυτής απειλής και της θετικής εικόνας σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες μπορεί να λειτουργήσει ενδεχομένως θετικά, καθώς της δίδουν τη δυνατότητα να βελτιώσει τη συγκριτική της θέση και να ανακάμψει πιο γρήγορα από άλλες αγορές. Επιπλέον, η μεγάλη διασπορά της πελατειακής βάσης του ελληνικού τουρισμού αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα γιατί δίνει τη δυνατότητα να αντληθεί εισερχόμενος τουρισμός από διάφορες αγορές ενόσω ανακάμπτουν (ΣΕΤΕ, 2020).

Ακολουθούν συνοπτικά οι ευκαιρίες και οι απειλές που προκύπτουν από το οικονομικό περιβάλλον.

### **Ευκαιρίες**

- Η καθιέρωση επενδυτικών κινήτρων για τον θεματικό τουρισμό και τα αυξημένα κονδύλια για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας στον τουριστικό τομέα μπορούν να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη (και) του θρησκευτικού τουρισμού.
- Οι χρηματοδοτικές ευκαιρίες από ευρωπαϊκά συγχρηματοδοτούμενα και ανταγωνιστικά προγράμματα στον τουρισμό και τον πολιτισμό μπορούν να συμβάλλουν στην αξιοποίηση των θρησκευτικών και πολιτιστικών πόρων, στη διασύνδεσή τους και εν τέλει στην προσφορά ενός ποιοτικού τουριστικού προϊόντος (θρησκευτικός – πολιτιστικός τουρισμός).
- Η ανάπτυξη κοινών προγραμμάτων θρησκευτικού τουρισμού με γείτονες χώρες όπως η Κύπρος, η Βουλγαρία, κ.α. μέσα από διασυνοριακά προγράμματα συνεργασίας.
- Η αύξηση των αερογραμμών χαμηλού κόστους λειτουργούν θετικά στις τουριστικές μετακινήσεις διευκολύνοντας τους Ευρωπαίους να επισκεφθούν θρησκευτικούς τόπους.
- Η εμφάνιση νέων οικονομικών μοντέλων όπως το AirBnB λειτουργεί θετικά στους ταξιδιώτες, μειώνει το κόστος διαμονής καθιστώντας έτσι τον τουρισμό πιο προσβάσιμο για όλους και ικανοποιεί τις ανάγκες των θρησκευτικών τουριστών που προτιμούν καταλύματα χαμηλής και μεσαίας κατηγορίας.
- Η θετική συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην οικονομία και στην ανάπτυξη λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών (ύπαιθρος) αποτελεί κίνητρο και προτεραιότητα των τοπικών και περιφερειακών αρχών για ένταξη του θρησκευτικού τουρισμού στην τουριστική τους πολιτική.
- Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι σε θέση να αλλάξει την υπάρχουσα κατάσταση του τουριστικού τομέα στη χώρα, να εμπλουτίσει την τουριστική περίοδο και να συνεισφέρει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος.
- Η παγκόσμια τάση για ανάπτυξη ολοένα πιο βιώσιμων τουριστικών προϊόντων ενθαρρύνει την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
- Ο θρησκευτικός – πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα ταχύτατα αναδυόμενο ρεύμα τουρισμού με ανθεκτικότητα σε περιόδους κρίσης και υψηλή επαναληψιμότητα.

- Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού δεν έχει υψηλό επενδυτικό κόστος, καθώς δεν απαιτείται η δημιουργία υποδομών ή υποδομών μεγάλης κλίμακας.

### **Απειλές**

- Η παγκόσμια οικονομική κρίση, η οικονομική αστάθεια και τα υψηλά επίπεδα ανεργίας επιδρούν αρνητικά στον τουρισμό.
- Η εμφάνιση απρόβλεπτων παραγόντων όπως οι πανδημίες, με πρόσφατο παράδειγμα την πανδημία του νέου κορωνοϊού COVID-19, επιδρούν αρνητικά στις εθνικές οικονομίες με αντίστοιχο αντίκτυπο στο οικογενειακό εισόδημα και αρνητικό πρόσημο στην τουριστική κίνηση.
- Η μειωμένη ανταγωνιστικότητα και προβολή του ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού και η έλλειψη εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών για επισκέπτες θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού.
- Οι διακυμάνσεις στις συναλλαγματικές ισοτιμίες (η υποτίμηση της Τούρκικης λύρας και του Ρουβλίου)
- Το Brexit με το κλίμα οικονομικής αστάθειας και τις αντίστοιχες επιπτώσεις.

### **Κοινωνικό Περιβάλλον**

Στην κοινωνικοπολιτιστική διάσταση καταγράφονται οι κοινωνικές, πολιτιστικές και δημογραφικές αλλαγές που μπορεί να επηρεάσουν τον τουρισμό και δη τον θρησκευτικό τουρισμό. Επίσης περιλαμβάνονται οι τάσεις και οι καταναλωτικές συμπεριφορές σε θέματα τουριστικής ζήτησης. Παράγοντες όπως η διανομή και η αναδιανομή του εισοδήματος, οι αλλαγές στον τρόπο ζωής, ο καταναλωτισμός, η θέση της γυναίκας στην εργασία, το επίπεδο μόρφωσης των καταναλωτών και η στάση τους απέναντι στην εργασία και στον ελεύθερο χρόνο, ο σεβασμός στις θρησκευτικές προτιμήσεις, η αποδοχή της διαφορετικότητας κ.α. ενδέχεται να επηρεάσουν θετικά την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού.

Στο πλαίσιο των παραπάνω παραγόντων αναδύονται οι εξής ευκαιρίες και απειλές :

### **Ευκαιρίες**

- Η «μεταπήδηση» των διακοπών από το επίπεδο της πολυτέλειας σε εκείνο της ανάγκης.
- Η τάση γήρανσης του πληθυσμού αποτελεί θετικό στοιχείο για τον θρησκευτικό τουρισμό, καθώς οι προσκυνητές – θρησκευτικοί τουρίστες είναι κυρίως άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.
- Η χαμηλή εγκληματικότητα στη χώρα δημιουργεί υψηλό αίσθημα ασφάλειας στους θρησκευτικούς τουρίστες η οποία αποτελεί ένα βασικό κριτήριο επιλογής του ταξιδιωτικού προορισμού τους.
- Το τετράπτυχο «αξιοπιστία – ασφάλεια – υπευθυνότητα – συμπάθεια» που συνθέτει την ικανοποίηση των επισκεπτών είναι στοιχεία που διαπνέουν τον θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα.
- Οι κοινοί ιστορικοί δεσμοί και αξίες της Ελλάδας με άλλες χώρες διαμορφώνουν ένα ευνοϊκό πλαίσιο συνεργασίας και ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού.



- Η βελτίωση και η καλύτερη κατανομή των εισοδημάτων συνηγορούν θετικά στην πραγματοποίηση ταξιδιών και ως εκ τούτου και θρησκευτικών ταξιδιών.
- Η αναβάθμιση του μορφωτικού επιπέδου και η αλλαγή στις τάσεις της τουριστικής αγοράς με κατεύθυνση τις διακοπές εμπειριών, αλλά και τη γνωριμία άλλων πολιτισμών ευνοεί την ανάπτυξη του θρησκευτικού – πολιτιστικού τουρισμού.
- Η προτίμηση στις σύντομες διακοπές, συνιστά στοιχείο που διακρίνει κατά κανόνα τα ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού.
- Η ανάδειξη νέας τάσης στον τουρισμό κατά την οποία οι άνθρωποι επιλέγουν να πραγματοποιούν πιο ασυνήθιστες ή πιο διαφορετικές διακοπές.
- Το αυξημένο ενδιαφέρον για θρησκευτικό τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Ο επαναλαμβανόμενος χαρακτήρας των θρησκευτικών τουριστών συνιστά σημαντική ευκαιρία για την τοπική οικονομία και τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.
- Οι αυξημένες προοπτικές εισερχόμενου τουρισμού από τη Ρωσία η οποία έχει το μεγαλύτερο σε απόλυτο μέγεθος χριστιανικό πληθυσμό στην Ευρώπη.
- Ο εκχριστιανισμός της Κίνας και η προτίμηση της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού λειτουργεί ευνοϊκά για την προσέλκυση ροών θρησκευτικού τουρισμού.
- Η αξιοποίηση της αγοράς των ομόδοξων χωρών των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης, αλλά και της γειτονικής Τουρκίας.
- Η εποχικότητα του τουρισμού που μπορεί να αμβλυνθεί μέσα από την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού όπως είναι ο θρησκευτικός τουρισμός.
- Η αξιοποίηση της ευρύτερης τουριστικής αγοράς της Ε.Ε. χρησιμοποιώντας ως παράδειγμα τις καθολικές χώρες της Δυτικής Ευρώπης όπως η Ισπανία και η Πορτογαλία που έχουν αναπτύξει υποδειγματικά τον θρησκευτικό τουρισμό μέσα από ολοκληρωμένα προγράμματα τα οποία μπορούν να καταστούν πιλότοι για την ελληνική πραγματικότητα.

#### **Απειλές**

- Η αλλοίωση του χαρακτήρα των θρησκευτικών προσκυνημάτων και μνημείων και η αντιμετώπισή τους ως κοσμικών τουριστικών αξιοθέατων.
- Η εμπορευματοποίηση των θρησκευτικών συμβόλων, η αλλοίωση της «ιερής ατμόσφαιρας» των χώρων και η αποδόμηση της πίστης.
- Η ερήμωση μοναστηριών και η μετακίνηση μοναχών σε άλλες μονές εξαιτίας της αυξημένης επισκεψιμότητας και όχλησης.
- Ο περιορισμός του θεολογικού και εκκλησιαστικού φρονήματος.
- Οι δογματικές διαφορές ή εκκλησιαστικές αντιπαραθέσεις με άλλα χριστιανικά δόγματα.
- Η μείωση της μέσης διάρκειας παραμονής των τουριστών.
- Η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας των θρησκευτικών μνημείων.

#### **Φυσικό Περιβάλλον**

Στο φυσικό περιβάλλον ερευνώνται θέματα οικολογικού και περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος, όπως η κλιματική αλλαγή και οι συνέπειες στον τουρισμό και τους τουριστικούς προορισμούς, οι επιπτώσεις στο περιβάλλον από την τουριστική ανάπτυξη, ζητήματα φέρουσας ικανότητας, κ.α.

Επιπρόσθετα, η ενημέρωση και η ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών και των εμπλεκόμενων στον τουριστικό κλάδο αναφορικά με την επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος και των κινδύνων από τις ανθρωπογενείς δραστηριότητες έχουν αντίκτυπο στη πολιτική και στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης που υιοθετείται και εφαρμόζεται στους τουριστικούς προορισμούς.

Προορισμοί που σέβονται το περιβάλλον, που εφαρμόζουν φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές και υιοθετούν το πρότυπο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης με επίκεντρο τις θεματικές μορφές τουρισμού, χαίρουν της εκτίμησης των πολιτών με περιβαλλοντική συνείδηση και καθίστανται περισσότερο ελκυστικές στην τουριστικά αγορά.

### **Ευκαιρίες**

- Το πλούσιο, μοναδικής ομορφιάς και οικολογικής αξίας φυσικό περιβάλλον (μεγάλος αριθμός περιοχών Natura) που περιβάλλει-πλασιώνει τα μνημεία θρησκευτικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος και η ύπαρξη υποδομών – δραστηριοτήτων στη φύση όπως περιπατητικά μονοπάτια, γεωπάρκα, πτηνοπαρατήρηση, αναρριχητικές πίστες, κ.α.
- Η σύνδεση των θρησκευτικών μνημείων με το φυσικό περιβάλλον δεδομένου ότι βρίσκονται κατά κανόνα εντός ή εγγύς σε γραφικούς και συχνά παραδοσιακούς οικισμούς, σε περιοχές ανυπέβλητου φυσικού κάλλους, σε παραθαλάσσιες, αλλά και σε ορεινές περιοχές.
- Ο σχεδιασμός πακέτων θρησκευτικού τουρισμού με παράλληλες δραστηριότητες στη φύση (π.χ. περιήγηση, ποδηλασία).
- Ο εμπλουτισμός του τουρισμού αναψυχής με επισκέψεις σε θρησκευτικά μνημεία και χώρους λατρείας, καθώς και η διασύνδεση του τουρισμού κρουαζιέρας με τον θρησκευτικό τουρισμό δεδομένων των νησιωτικών συμπλεγμάτων και των αμέτρητων θρησκευτικών πόρων σε αυτά.
- Η αύξηση της περιβαλλοντικής συνείδησης και η ανάπτυξη δράσεων φιλικών προς το περιβάλλον από ιερές μονές (π.χ. ενεργειακή αναβάθμιση) και από επιχειρήσεις στον τουριστικό κλάδο (ανακύκλωση, κυκλική οικονομία, ενεργειακή αναβάθμιση, μείωση περιβαλλοντικού αποτυπώματος) συμβάλλουν στη διατήρηση του περιβάλλοντος.
- Η εφαρμογή της Ευρωπαϊκής Χάρτας για τον Αειφόρο και Υπεύθυνο Τουρισμό, και του Κώδικα Ηθικής στον Τουρισμό, καθώς και του Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης.
- Η αξιοποίηση χρηματοδοτικών πόρων για την προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος.

### **Απειλές**

- Οι επιπτώσεις από την κλιματική αλλαγή στον τουρισμό.
- Η υποβάθμιση του περιβάλλοντος από την τουριστική ανάπτυξη και τις αυξημένες ροές επισκεπτών.
- Η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας.
- Η αδυναμία αξιοποίησης και σύνδεσης των φυσικών, θρησκευτικών και πολιτιστικών πόρων στην κατεύθυνση του θεματικού τουρισμού.

## Τεχνολογικό Περιβάλλον

Το τεχνολογικό περιβάλλον αφορά στις τεχνολογικές τάσεις ή τα τεχνολογικά επιτεύγματα τα οποία εφόσον αξιοποιηθούν από φορείς, οργανισμούς και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό επιφέρουν σημαντική επίδραση στην ανάπτυξη και προβολή ενός τουριστικού προορισμού.

Είναι άλλωστε κοινή διαπίστωση ότι η τεχνολογική εξέλιξη επηρεάζει σημαντικά τη διάρθρωση του τουριστικού τομέα και επιδρά στα επιμέρους συστατικά στοιχεία του συνολικού τουριστικού προϊόντος, όπως οι υποδομές, τα τουριστικά καταλύματα, η πληροφόρηση, η προβολή-προώθηση, ο τρόπος εμπορίας του.

Γενικότερα, ο τουριστικός τομέας αποτελεί ένα από τα προνομιακά πεδία για την ανάπτυξη σύγχρονων ψηφιακών υπηρεσιών αναβαθμίζοντας την εμπειρία του επισκέπτη και ενδυναμώνοντας την ανταγωνιστικότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Μάλιστα, ο τουρισμός αποτελεί ίσως τη μοναδική οικονομική δραστηριότητα, στην οποία η χρήση πληροφοριακών συστημάτων και τεχνολογιών, έχει καταληκτική ισχύ σε όλα τα στάδια της προστιθέμενης αξίας που δημιουργεί.

Παρόλα αυτά, ο ελληνικός τουρισμός δε βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας στον τομέα των νέων τεχνολογιών. Συγκεκριμένα, στην τεχνολογική υποδομή στον κλάδο του τουρισμού, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 52η θέση ανάμεσα στις 140 χώρες που συμπεριλαμβάνονται στην έκθεση του WEF (World Economic Forum, 2019:246). Είναι σαφές ότι ο ελληνικός τουριστικός κλάδος δεν είναι όσο θα έπρεπε προσανατολισμένος στη νέα γενιά τουριστών και αν οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν προχωρήσουν σε σημαντικά άλματα εκσυγχρονισμού, η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τουριστικής οικονομίας θα μειωθεί σημαντικά στο μέλλον.

Ελπιδοφόρο ωστόσο μήνυμα αποτελεί το γεγονός ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι του τουριστικού κλάδου, αλλά και η Εκκλησία έχουν αντιληφθεί την αναγκαιότητα των νέων τεχνολογιών για την ανάδειξη και προβολή των τουριστικών πόρων και εν προκειμένω, των θρησκευτικών μνημείων και εντάσσουν συνεχώς τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό στις βασικές τους προτεραιότητες.

Η εμπειρία των επισκεπτών, δύναται να εμπλουτιστεί περισσότερο με τα νέα ψηφιακά εργαλεία περιήγησης, με αποτέλεσμα να υπάρχει η δυνατότητα αναζήτησης δεδομένων, αλλά και ψηφιακής επίσκεψης, πριν την άφιξη σε θρησκευτικούς χώρους, εκκλησιαστικά και άλλα μουσεία, αξιοθέατα, καθώς και η παρουσίαση τους με τρόπο απλό και κατανοητό, όλων των υπηρεσιών που προσφέρει η χώρα σε επίπεδο θρησκευτικού τουρισμού.

Αν η ψηφιακή οικονομία ενταχθεί με τρόπο αποτελεσματικό και οργανωμένο στις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις, τότε η προβολή της χώρας θα αποκτήσει ένα διαφορετικό επίπεδο προσέγγισης, με αποτέλεσμα και οι tour operators να στραφούν στην επιλογή περισσότερων προορισμών τόσο στη νησιωτική, όσο και στην ηπειρωτική Ελλάδα που είναι διάσπαρτη από απaráμιλλης αξίας και ομορφιάς θρησκευτικά μνημεία, πολιτιστικούς, αλλά και φυσικούς πόρους.

Είναι βέβαιο ότι, η ψηφιακή οικονομία αποτελεί το κλειδί για την ανάδειξη και ενσωμάτωση στις υπηρεσίες της χώρας του θεματικού τουρισμού, από τον αγροτουρισμό, μέχρι τον θρησκευτικό τουρισμό, καθώς μπορεί να δώσει σε πραγματικό χρόνο όλο το φάσμα των υπηρεσιών, ώστε ο ταξιδιώτης να είναι ενημερωμένος και να έχει οργανώσει το ταξίδι του, είτε από το σπίτι του, είτε μέσω ενός ταξιδιωτικού πρακτορείου (Ρεντούμης Μελέτης, 2019).

Παρακάτω παρατίθενται συνοπτικά οι ευκαιρίες και οι απειλές από το τεχνολογικό περιβάλλον :

### **Ευκαιρίες**

- Η ανάπτυξη ευρυζωνικών υποδομών σε λευκές αγροτικές και απομακρυσμένες περιοχές.
- Ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός των επιχειρήσεων μέσα από προγράμματα ψηφιακής σύγκλισης του ΕΣΠΑ (π.χ. Ψηφιακό Βήμα, Ψηφιακό Άλμα).
- Η χρηματοδότηση φορέων του δημοσίου και ευρύτερου δημοσίου τομέα από ευρωπαϊκά συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα για καινοτόμες, ψηφιακές εφαρμογές που αφορούν στην προβολή και ανάδειξη μνημείων, εκδηλώσεων, δρώμενων πολιτιστικού ενδιαφέροντος και συνολικά του πολιτιστικού κεφαλαίου.
- Η εμπειρία της ανάπτυξης ψηφιακών εφαρμογών σε θρησκευτικά μνημεία (π.χ. Ψηφιακή περιήγηση στα Μετέωρα) ως καλή πρακτική επέκτασης και σε άλλα αντίστοιχα μνημεία του ελληνικού χώρου.
- Η αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων (ακουστική ξενάγηση για την αναβάθμιση, εφαρμογή μέσω κινητών τηλεφώνων και tablet παροχής πληροφοριών για θρησκευτικά δρώμενα και εκδηλώσεις, εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας, κ.α.) για τη δημιουργία ενός ανταγωνιστικού, ποιοτικού θρησκευτικού προϊόντος.

### **Απειλές**

- Η περιορισμένη χρήση νέων τεχνολογιών από επιχειρήσεις, αλλά και φορείς διαχείρισης θρησκευτικών και εν γένει τουριστικών πόρων ιδίως στην ενδοχώρα όπου ο πλούτος σε θρησκευτικά μνημεία είναι μεγάλος συγκρατώντας έτσι χαμηλά την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και την αναγνωρισιμότητά των πόρων.
- Η συνεχώς αυξημένη ζήτηση και χρήση των νέων τεχνολογιών και του internet από τους δυνητικούς επισκέπτες για την αναζήτηση τουριστικών προορισμών, την εικονική περιήγηση σε αυτούς πριν την απόφαση του ταξιδιού, τη συγκέντρωση πληροφοριών, κ.α.
- Η χαμηλή εξοικείωση και η έλλειψη κατάρτισης των εμπλεκόμενων στον (θρησκευτικό) τουριστικό κλάδο με τις νέες τεχνολογίες, ιδίως στις λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές.
- Η περιορισμένη προβολή των θρησκευτικών μνημείων και προσκυνημάτων και η διατήρηση της εσωστρέφειας του ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού.

### **Νομικό περιβάλλον**

Το νομικό περιβάλλον σε σχέση με τον τουριστικό κλάδο αφορά στο θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας των οργανισμών και φορέων που δραστηριοποιούνται σε έναν τουριστικό προορισμό και στο θεσμικό πλαίσιο (εθνικό και ευρωπαϊκό) που δίδει τις κατευθύνσεις της τουριστικής ανάπτυξης.

### **Ευκαιρίες**

- Η θεσμοθέτηση του θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού (ΦΕΚ 4582 Τεύχος Α' 208/11.12.2018).
- Η μέριμνα για τον θρησκευτικό τουρισμό στο Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό.
- Η ανάδειξη πιστοποιημένων στελεχών στον θρησκευτικό τουρισμό μέσα από την ένταξη σχετικών ειδικοτήτων στη μετα-δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια εκπαίδευση.
- Η ολοκλήρωση της κωδικοποίησης της τουριστικής νομοθεσίας.

### **Αδυναμίες**

- Η έλλειψη ευελιξίας φορέων που εμπλέκονται στη διαχείριση και προστασία των θρησκευτικών και πολιτιστικών πόρων και η αδυναμία συνεργασίας και συνεννόησης.
- Οι περιορισμοί που πιθανά προκύπτουν από τον χαρακτηρισμό θρησκευτικών χώρων/πόρων ως μνημείων ενταγμένων στον Κατάλογο της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, ως ιερών νησιών, ως περιοχών σε ζώνες Natura.
- Η περιορισμένη δράση των γραφείων που λειτουργούν και ασχολούνται με την ανάπτυξη και ανάδειξη του θρησκευτικού τουρισμού και η ανεπαρκής συνεργασία και συνέργεια με τους εμπλεκόμενους με την τουριστική προσφορά.

#### 1.4 Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος (SWOT ανάλυση)

Η μελέτη τόσο του εσωτερικού, όσο και του εξωτερικού περιβάλλοντος που προηγήθηκε, συνιστά μια κρίσιμη διεργασία, καθώς τα ευρήματα και τα συμπεράσματα που προκύπτουν αξιοποιούνται στη φάση του στρατηγικού σχεδιασμού.

Από το εσωτερικό περιβάλλον αναδεικνύονται τα δυνατά και αδύναμα σημεία που πρέπει να αξιοποιηθούν και να θεραπευτούν αντίστοιχα στην κατεύθυνση της περαιτέρω ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού, της εδραίωσης της Ελλάδας στο διεθνή τουριστικό χάρτη ως προορισμός θρησκευτικού - προσκυνηματικού τουρισμού, αλλά και της σύνδεσης της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού με άλλες θεματικές μορφές.

Μεθοδολογικά για τη χαρτογράφηση των δυνατών και αδύνατων σημείων του θρησκευτικού τουρισμού αξιοποιήθηκαν αφενός δεδομένα και πληροφορίες δευτερογενούς έρευνας (βιβλιογραφία, μελέτες, κ.α.), και αφετέρου, τα ευρήματα από την πρωτογενή έρευνα που εκπόνησε ο Ανάδοχος με τη χρήση ερωτηματολογίου, αλλά και τα συμπεράσματα που προέκυψαν στο πλαίσιο της 1ης διαδικτυακής διαβούλευσης του έργου με θέμα «Στρατηγικός Σχεδιασμός για την ανάπτυξη και τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού» που πραγματοποιήθηκε στις 11 Σεπτεμβρίου 2020 μέσω Zoom meeting.

Ειδικότερα :

#### ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

##### Θρησκευτικοί – Προσκυνηματικοί πόροι και πολιτιστικό περιβάλλον

- Η πλούσια θρησκευτική, πολιτιστική κληρονομιά και παράδοση (> 280 περιοχές με θρησκευτικό ή λατρευτικό ενδιαφέρον, 6 μνημεία θρησκευτικής σημασίας ενταγμένα στον Κατάλογο της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, δύο μοναδικές στον κόσμο τοποθεσίες, τα Μετέωρα και το Άγιο Όρος, προσδίδουν ένα αναμφισβήτητο USP -Unique Selling Point, ύπαρξη διεθνούς εμβέλειας θρησκευτική διαδρομή «Στα Βήματα του Απόστολου Παύλου», πληθώρα μοναστηριών, εκκλησιών, εκκλησιαστικών μουσείων και συλλογών με πολύτιμα ως και μοναδικά εκθέματα, κ.α.).
- Η σχεδόν ισόρροπη γεωγραφική διασπορά των θρησκευτικών μνημείων στον ελλαδικό χώρο.
- Ο θρησκευτικός πλουραλισμός που αποτυπώνεται με τη συνύπαρξη χριστιανικών μνημείων, μουσουλμανικών και εβραϊκών τεμενών, καθολικών ναών και διαμορφώνει ένα πολυποίκιλο «μωσαϊκό» θρησκευτικών πόρων.
- Η αδιάλειπτη συνέχεια της μοναστικής ζωής που διαφοροποιεί και αναβαθμίζει την προοπτική θρησκευτικού τουρισμού για την Ελλάδα συγκριτικά με άλλες χώρες.
- Η θεσμοθέτηση σημαντικών εκδηλώσεων θρησκευτικού περιεχομένου (π.χ. Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής στην Πάτμο), αλλά και πολιτιστικών εκδηλώσεων εθνικής ή ακόμη και διεθνούς εμβέλειας.
- Η ύπαρξη συνεδριακών χώρων σε αρκετές ιερές μονές και η λειτουργία ξενώνων φιλοξενίας επισκεπτών.
- Η ανάπτυξη παραγωγικών δραστηριοτήτων σε μονές όπως η λειτουργία οινοποιείων, ελαιουργείων, εργαστηρίων αγιογραφίας, κ.α. που εμπλουτίζουν και αναβαθμίζουν την τουριστική εμπειρία.

### **Φυσικό Περιβάλλον – Γεωγραφική θέση**

- Η ύπαρξη ή η γειτνίαση θρησκευτικών μνημείων σε περιοχές με εξαιρετο φυσικό πλούτο (π.χ. Μετέωρα, Άγιον Όρος).
- Η γεωγραφική θέση της Ελλάδας, κατάλληλη για συνεργασία και ανάπτυξη κοινών δράσεων θρησκευτικού τουρισμού με γειτονικές χώρες (π.χ. Κύπρος, Βαλκανικές χώρες, κ.α.).
- Οι άριστες κλιματικές συνθήκες μη ήπιο χειμώνα είναι ιδανικές για 12μηνο τουρισμό και για προσέλκυση θρησκευτικών τουριστών όλο το χρόνο.

### **Υποδομές – Υπηρεσίες Τουρισμού**

- Η πληθώρα τουριστικών υποδομών στις αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές και η συσσωρευμένη τουριστική εμπειρία.
- Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε αρκετές περιοχές οι οποίες μπορούν να συνδυαστούν και να λειτουργήσουν συμπληρωματικά με τον θρησκευτικό τουρισμό.

### **Εμπλεκόμενοι Φορείς**

- Η υπογραφή τριών πρωτοκόλλων συνεργασίας μεταξύ του Υπουργείου Τουρισμού, της Εκκλησίας της Ελλάδος, της Εκκλησίας της Κρήτης και με τις εν Δωδεκανήσου Ιερές Μητροπόλεις του Οικουμενικού Πατριαρχείου για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
- Ο ενεργός ρόλος της Εκκλησίας της Ελλάδος στην προσπάθεια ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. Σύμφωνο Συνεργασίας με Εκκλησία της Ρωσίας για θέματα Προσκυνηματικών περιηγήσεων ανάμεσα στις δυο χώρες, συνεργασία με την υπηρεσία του Βατικανού «Opera Romana Pellegrinaggi», Πρωτόκολλο Συνεργασίας Συνοδικών Γραφείων Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Κύπρου και της Εκκλησίας της Ελλάδος, κ.α.).
- Η έντονη κινητικότητα και ενεργοποίηση του κεντρικού κράτους (Υπουργείο Τουρισμού, Υπουργείο Πολιτισμού, ΕΟΤ), των περιφερειακών και τοπικών αρχών, των συλλογικών φορέων και της επιχειρηματικής κοινότητας και η ανάπτυξη δράσεων συνεργασίας για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.

### **Ανθρώπινο Δυναμικό**

- Η συστηματική μελέτη και το ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας της χώρας για τον θρησκευτικό τουρισμό.
- Η ύπαρξη ξεναγών με πολύχρονη εμπειρία στον θρησκευτικό τουρισμό.
- Η ύπαρξη προγραμμάτων σπουδών στην μεταδευτεροβάθμια και τριτοβάθμια εκπαίδευση για τον θρησκευτικό τουρισμό (μεταπτυχιακό πρόγραμμα «Θρησκευτικός - Πολιτιστικός Τουρισμός» και λειτουργία τμήματος σε ΙΕΚ «Θρησκευτικός Τουρισμός και Προσκυνηματικές Περιηγήσεις»).

### **Πληροφόρηση – Προβολή**

- Η ενεργοποίηση και ανάπτυξη αξιόλογων συνεργασιών τα τελευταία χρόνια μεταξύ φορέων του δημόσιου και ευρύτερου δημόσιου τομέα, αλλά και του ιδιωτικού τομέα για την ανάδειξη του θρησκευτικού τουρισμού (Υπουργείο Τουρισμού, Υπουργείο Πολιτισμού, ΕΟΤ, Εκκλησίες, ΟΤΑ Α και Β Βαθμού, κ.α.) και η υλοποίηση δράσεων πληροφόρησης και προβολής κυρίως για την εισροή επισκεπτών από το εξωτερικό (συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια, οργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης τουριστικών πρακτόρων, φιλοξενία bloggers, κ.α.).
- Η λειτουργία ιστοσελίδας από την πλειοψηφία των ιερών μητροπόλεων για την προβολή των θρησκευτικών μνημείων.
- Η χρήση θρησκευτικών μνημείων ως τόπων κινηματογραφικών γυρισμάτων.

## **ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ**

### **Θρησκευτικοί / Προσκυνηματικοί πόροι**

- Η ύπαρξη πολλών θρησκευτικών μνημείων τα οποία είτε είναι εγκαταλελειμμένα, είτε δεν έχουν αναδειχτεί, ενώ παράλληλα χρήζουν ανάγκης βελτιωτικών παρεμβάσεων και διαμορφώσεων.
- Η αδυναμία σημαντικών προσκυνηματικών κέντρων (π.χ. Τήνος, Πάτμος, Πάρος) αλλά και των θρησκευτικών εορτών, που διακρίνονται από τοπικό χαρακτήρα, να προσελκύσουν Χριστιανούς άλλων δογμάτων.
- Το ωράριο επισκέψεων σε θρησκευτικούς, αρχαιολογικούς και άλλους πολιτιστικούς χώρους.
- Η μεγάλη απόσταση θρησκευτικών μνημείων διεθνούς εμβέλειας από πύλες εισόδου, οι δυσκολίες προσβασιμότητας και η ανεπαρκής σήμανση πολλών θρησκευτικών μνημείων.
- Η μη οργανωμένη διασύνδεση των θρησκευτικών πόρων με άλλους τουριστικούς πόρους (π.χ. φυσικούς, πολιτιστικούς, κ.α.) και άλλες μορφές θεματικού τουρισμού.
- Η περιορισμένη συγκέντρωση και ψηφιοποίηση του θρησκευτικού και εκκλησιαστικού πλούτου της χώρας και η απουσία σύγχρονων μέσων ξενάγησης στα θρησκευτικά μνημεία.

### **Φυσικό περιβάλλον – Γεωγραφική θέση**

- Η νησιωτικότητα δημιουργεί αρκετά ζητήματα σχετικά με την εύκολη και συνεχή προσβασιμότητα σε θρησκευτικά μνημεία.
- Το μεταναστευτικό – προσφυγικό πρόβλημα και η αρνητική τουριστική εικόνα που δημιουργείται για κάποια νησιά (π.χ. Λέσβος).

### **Υποδομές – Υπηρεσίες Τουρισμού**

- Η ανάγκη αναβάθμισης βασικών υποδομών σε πολλά θρησκευτικά μνημεία και βελτίωσης χώρων εξυπηρέτησης επισκεπτών (π.χ. parking, WC, υποδομές πρόσβασης για ΑμεΑ).
- Η καθυστέρηση στον έλεγχο των συνόρων π.χ. τελωνείο των Κήπων.



- Ο μικρός αριθμός ταξιδιωτικών γραφείων που εξειδικεύονται στον θρησκευτικό τουρισμό.
- Η απουσία τουριστικών πακέτων θρησκευτικού τουρισμού - προσφορά λίγων προσκυνηματικών εκδρομών μόνο σε γνωστούς θρησκευτικούς προορισμούς.

#### **Θεσμικό Πλαίσιο – Εμπλεκόμενοι Φορείς**

- Το ζήτημα της εύκολης εισόδου θρησκευτικών τουριστών από χώρες εκτός συνθήκης Σένγκεν.
- Η ανεπάρκεια επενδυτικών κινήτρων για τον θρησκευτικό και προσκυνηματικό τουρισμό.
- Η περιορισμένη συνεργασία στην αλυσίδα αξίας του θρησκευτικού τουρισμού.

#### **Ανθρώπινο Δυναμικό**

- Η έλλειψη ειδικά καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού στον θρησκευτικό τουρισμό.
- Η περιορισμένη επάρκεια-κατάρτιση του ιερατικού προσωπικού σε θέματα επικοινωνίας, υποδοχής και εξυπηρέτησης επισκεπτών.

#### **Πληροφόρηση - Προβολή**

- Η έλλειψη ολοκληρωμένης-συντονισμένης και κυρίως ενιαίας στρατηγικής προβολής και προώθησης για τον θρησκευτικό τουρισμό.
- Η έλλειψη επικοινωνίας – προβολής της νησιωτικής χώρας ως θρησκευτικού προορισμού με εξαίρεση ορισμένα γνωστά προσκυνήματα και εκκλησίες.
- Η απουσία καταγραφής και ψηφιοποίησης όλων των θρησκευτικών πόρων της χώρας για τη δημιουργία αποθετηρίου προς χρήση από δυνητικούς επισκέπτες-πελάτες.
- Η ανεπαρκής αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και εφαρμογών στην προβολή των θρησκευτικών πόρων.

Συνοψίζοντας, μέσα από το συνδυασμό της ανάλυσης του εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος που προηγήθηκε, αποτυπώνονται με συγκεντρωτικό και συνοπτικό τρόπο στον επόμενο πίνακα οι δυνάμεις, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι απειλές που αφορούν το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

ΔΥΝΑΜΕΙΣ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Η θεσμοθέτηση του θρησκευτικού - προσκυνηματικού τουρισμού.</li> <li>• Η καθιέρωση της Ελλάδας ως ασφαλή τουριστικού προορισμού.</li> <li>• Η πλούσια θρησκευτική, πολιτιστική κληρονομιά και παράδοση (&gt;280 τοποθεσίες με θρησκευτικό ενδιαφέρον, 6 θρησκευτικά μνημεία ενταγμένα στον κατάλογο της UNESCO, 2 μοναδικές τοποθεσίες θρησκευτικού ενδιαφέροντος ήτοι τα Μετέωρα και το Άγιο Όρος, χωρική διασπορά των θρησκευτικών μνημείων σε όλη τη νησιωτική και ηπειρωτική Ελλάδα κ.α.).</li> <li>• Η αδιάλειπτη συνέχεια της μοναστικής ζωής στον ελλαδικό χώρο.</li> <li>• Ο θρησκευτικός πλουραλισμός με τη συνύπαρξη χριστιανικών μνημείων, μουσουλμανικών τεμενών, καθολικών ναών διαμορφώνει ένα «μωσαϊκό» θρησκευτικών πόρων.</li> <li>• Η θρησκευτική – πολιτιστική έκφραση καλύπτει όλες τις εποχές του χρόνου με θρησκευτικές γιορτές και πολιτιστικά δρώμενα εθνικής ή ακόμη και διεθνούς εμβέλειας (π.χ. Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής στην Πάτμο, τοπικά έθιμα όπως Πάσχα στην Κέρκυρα).</li> <li>• Ο μεγάλος αριθμός μοναστηριών σε λειτουργία, αρκετά εκ των οποίων διαθέτουν ξενώνες και χώρους συνεδρίων, καθώς και η ανάπτυξη δραστηριοτήτων σε μονές που εμπλουτίζουν την τουριστική εμπειρία (λειτουργία οινοποιείων, ελαιουργείων, εργαστηρίων αγιογραφίας, κ.α.).</li> <li>• Το πλήθος των χαραγμένων και σηματοδοτημένων περιηγητικών μονοπατιών που διέρχονται ή γειτνιάζουν με θρησκευτικά μνημεία.</li> <li>• Οι καλές τουριστικές υποδομές και η συσσωρευμένη τουριστική εμπειρία στους αναπτυγμένους κυρίως τουριστικούς προορισμούς.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Η απουσία ενός καλά σχεδιασμένου προϊόντος «Θρησκευτικού Τουρισμού», καθώς και στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ για την τοποθέτησή του στην τουριστική αγορά.</li> <li>• Η μονόπλευρη ανάδειξη της ορθόδοξης παράδοσης και η απουσία διαλόγου με άλλες θρησκείες.</li> <li>• Η ανεπάρκεια επενδυτικών κινήτρων για θρησκευτικό και προσκυνηματικό τουρισμό.</li> <li>• Η έλλειψη βασικών υποδομών (π.χ. parking, wc, κ.α.) και υποδομών προσβασιμότητας για ΑμεΑ και άλλων εξυπηρετήσεων (π.χ. γραφή braille) σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία.</li> <li>• Η ύπαρξη αρκετών ανενεργών και αναξιοποίητων θρησκευτικών μνημείων πλούσιας θρησκευτικής και πολιτιστικής αξίας.</li> <li>• Η αδυναμία προσέλκυσης σε σημαίνοντα προσκυνηματικά κέντρα τόσο χριστιανών άλλων δογμάτων, όσο και προσκυνητών άλλων θρησκειών.</li> <li>• Η δύσκολη προσβασιμότητα σε πολλά θρησκευτικά μνημεία και η ανεπάρκεια σήμανσης.</li> <li>• Το αυστηρό εκκλησιαστικό πλαίσιο και το περιορισμένο ωράριο επισκέψεων.</li> <li>• Η έλλειψη διασύνδεσης των φυσικών πόρων με τους πολιτιστικούς και θρησκευτικούς πόρους και του θρησκευτικού τουρισμού με άλλες μορφές τουρισμού</li> </ul>

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Η σύσταση-λειτουργία μηχανισμών για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και οι συνεργασίες που αναπτύσσονται μεταξύ κρατικών φορέων, Εκκλησίας, Περιφερειακών Αρχών, Τοπικής Αυτοδιοίκησης κ.α.</li><li>• Η ανάπτυξη προγραμμάτων σπουδών θρησκευτικού τουρισμού στη μεταδευτεροβάθμια και τριτοβάθμια εκπαίδευση συμβάλλει στη δημιουργία εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού.</li><li>• Η ενασχόληση της ακαδημαϊκής και επιστημονικής κοινότητας της χώρας με το θέμα του θρησκευτικού τουρισμού.</li><li>• Η ύπαρξη ξεναγών με πολύχρονη εμπειρία στον θρησκευτικό τουρισμό.</li><li>• Οι προσπάθειες προβολής του θρησκευτικού τουρισμού στο εξωτερικό (διεθνείς εκθέσεις, συνέδρια, φιλοξενίες ταξιδιωτικών πρακτορείων, κ.α.).</li></ul> | <p>(φυσιολατρικός, περιπατητικός, οικοτουρισμός, ιαματικός, κ.α.).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ο περιορισμένος αριθμός ταξιδιωτικών πρακτορείων και γραφείων εξειδικευμένων στον θρησκευτικό τουρισμό.</li><li>• Η έλλειψη οργάνωσης των μοναστηριών για την υποδοχή επισκεπτών και η ανεπάρκεια γνώσεων των ιερωμένων σε θέματα επικοινωνίας, φιλοξενίας και ξενάγησης.</li><li>• Η περιορισμένη συγκέντρωση και ψηφιοποίηση των θρησκευτικών πόρων της χώρας για την ενιαία προβολή της ως Θρησκευτικού Προορισμού.</li><li>• Η απουσία σύγχρονων μέσων ξενάγησης σε θρησκευτικά μνημεία και εν γένει, η περιορισμένη γνώση και ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών.</li><li>• Οι δυσκολίες συντονισμού και συνεργασίας των Εκκλησιών με τις Ιερές Μητροπόλεις και τις Ενορίες, αλλά και με τα τουριστικά γραφεία.</li><li>• Η έλλειψη συνεργειών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και την ενίσχυση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στον θρησκευτικό τουρισμό.</li><li>• Η καθυστέρηση στην έκδοση visas για επισκέπτες εκτός Συνθήκης Σένγκεν.</li></ul> |
|---|---|

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Οι κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για ένα ανταγωνιστικό και αειφόρο τουρισμό μέσω της ανάπτυξης θεματικών τουριστικών προϊόντων και η ύπαρξη ευρωπαϊκών πολιτικών και κατευθύνσεων για τους πολιτιστικούς πόρους.</li> <li>• Οι νέες τουριστικές τάσεις για πιο συχνά ταξίδια, διακοπές γνωριμίας πολιτισμών και εμπειριών.</li> <li>• Το αυξημένο ενδιαφέρον για θρησκευτικά ταξίδια σε παγκόσμιο επίπεδο, η ανθεκτικότητα του θρησκευτικού τουρισμού σε περιόδους κρίσης και η υψηλή επαναληψιμότητα των συγκεκριμένων τουριστών.</li> <li>• Η εθνική τουριστική πολιτική για προσφορά αυθεντικών θεματικών τουριστικών εμπειριών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, για εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η στόχευση του Υπουργείου Τουρισμού για περεταίρω ανάπτυξη του θρησκευτικού – προσκυνηματικού τουρισμού.</li> <li>• Η κομβική γεωγραφική θέση της Ελλάδας που ευνοεί τη συνεργασία με γείτονες και ομόθρησκες χώρες (π.χ. Κύπρος, Βουλγαρία, Ρουμανία, κ.α.).</li> <li>• Οι άριστες κλιματικές συνθήκες ευνοούν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού ολόχρονα και τη διασύνδεσή του με άλλες μορφές τουρισμού και τη συνδυαστική λειτουργία τους.</li> <li>• Η γήρανση του πληθυσμού και η συσχέτιση με τον θρησκευτικό τουρισμό.</li> <li>• Η απλοποίηση του επιχειρηματικού και επενδυτικού περιβάλλοντος, η χρηματοδοτική υποστήριξη των τουριστικών ΜΜΕ για εκσυγχρονισμό και ίδρυση νέων τουριστικών επιχειρήσεων και οι χρηματοδοτικές ευκαιρίες φορέων του δημοσίου και ευρύτερου δημοσίου τομέα στους τομείς του τουρισμού και του πολιτισμού.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Η κλιματική αλλαγή και οι επιπτώσεις στον τουρισμό.</li> <li>• Η επίδραση του προσφυγικού – μεταναστευτικού ζητήματος στα νησιά και οι συνέπειες στον τουρισμό.</li> <li>• Η έλλειψη ευελιξίας των φορέων που εμπλέκονται στη διαχείριση και την προστασία των θρησκευτικών και πολιτιστικών πόρων.</li> <li>• Οι υψηλές φορολογικές επιβαρύνσεις στα τουριστικά προϊόντα και η μείωση της ανταγωνιστικότητάς τους συγκριτικά με άλλους προορισμούς του εξωτερικού.</li> <li>• Η παγκόσμια οικονομική κρίση και η οικονομική αστάθεια.</li> <li>• Το μειωμένο ενδιαφέρον για επενδύσεις στον θρησκευτικό τουρισμό.</li> <li>• Οι διακυμάνσεις στις συναλλαγματικές ισοτιμίες (υποτίμηση Τούρκικης λύρας και Ρουβλίου).</li> <li>• Το Brexit και η απειλούμενη οικονομική ύφεση.</li> <li>• Η αλλοίωση του χαρακτήρα των θρησκευτικών προσκυνημάτων και μνημείων και λατρευτικών εκδηλώσεων, η αλλοτρίωση των θρησκευτικών προορισμών.</li> <li>• Οι δογματικές διαφορές και οι εκκλησιαστικές αντιπαράθεσεις με άλλα χριστιανικά δόγματα.</li> <li>• Η συγκέντρωση των τουριστικών ροών σε λίγους θρησκευτικούς προορισμούς και η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας των μνημείων.</li> <li>• Η διατήρηση της εσωστρέφειας του ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού.</li> </ul>

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Η αύξηση των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους και τα νέα οικονομικά μοντέλα όπως το AirBnB κάνουν τον τουρισμό πιο προσβάσιμο σε όλους.</li><li>• Η αξιοποίηση της αγοράς των ομόδοξων χωρών των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης (Ρωσία, Ουκρανία κ.α.), αλλά και άλλων δυναμικών αγορών.</li><li>• Η διασύνδεση του θρησκευτικού τουρισμού με άλλες θεματικές μορφές τουρισμού (πολιτιστικός, περιπατητικός, γαστρονομικός, ιαματικός, τουρισμός υπαίθρου, κ.α.).</li><li>• Οι καλές σχέσεις των Ελληνικών Εκκλησιών με Εκκλησίες άλλων χωρών για την προβολή και εξέλιξη του θρησκευτικού τουρισμού.</li><li>• Η συνεργασία του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων με πανεπιστήμια και φορείς της Ευρωπαϊκής Ένωσης.</li><li>• Η υιοθέτηση καλών πρακτικών άλλων χωρών στον θρησκευτικό τουρισμό.</li><li>• Η αξιοποίηση θρησκευτικών μνημείων για κινηματογραφικά έργα.</li><li>• Η αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων για την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού (ακουστική ξενάγηση, εφαρμογή παροχής πληροφοριών μέσω κινητών τηλεφώνων και tablet για θρησκευτικά δρώμενα και εκδηλώσεις, εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας, τοποθέτηση QR CODE σε μνημεία, κ.α.).</li><li>• Η συνειδητοποίηση των περιφερειακών και τοπικών αρχών της συμβολής του θρησκευτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία και οικονομία.</li><li>• Η εξειδικευμένη επιμόρφωση των εμπλεκόμενων στον θρησκευτικό τουρισμό.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Η αυξημένη χρήση των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου στην αναζήτηση τουριστικών προορισμών και η αδυναμία φορέων και επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στην συγκεκριμένη τάση.</li><li>• Οι πτωχεύσεις Tour Operators ή/και αεροπορικών εταιριών.</li><li>• Οι απρόβλεπτοι παράγοντες όπως οι πανδημίες που απειλούν τη δημόσια υγεία και ζωή με πρόσφατο παράδειγμα τον COVID – 19 και επηρεάζουν τα ταξίδια.</li></ul> |
|--|--|

## 1.5 Ανταγωνιστικό Περιβάλλον Θρησκευτικού Τουρισμού

Ένας προορισμός θρησκευτικού τουρισμού προκειμένου να τοποθετηθεί δυναμικά στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη πρέπει να έχει ξεκάθαρη εικόνα αφενός της προσφοράς του θρησκευτικού προϊόντος άλλων χωρών, του τι δηλαδή διαθέτουν, τι περιλαμβάνει το χαρτοφυλάκιο του συγκεκριμένου ειδικού τουριστικού προϊόντος και αφετέρου, του τρόπου και των μέσων που προωθούν το συγκεκριμένο προϊόν στην τουριστική αγορά.

Εν ολίγησ πρέπει να εντοπιστούν και να μελετηθούν οι ανταγωνίστριες χώρες, ώστε τα ευρήματα και τα δεδομένα να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο της χάραξης στρατηγικής του σχεδιασμού του προϊόντος και των ενεργειών προβολής και μάρκετινγκ έχοντας πάντα ως γνώμονα την ανάγκη διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό και τη διαμόρφωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που θα προσδώσει ένα στοιχείο μοναδικότητας στον προορισμό και θα λειτουργεί θετικά στην προσέλκυση επισκεπτών.

Στην κατεύθυνση αυτή μελετώνται χώρες με αναπτυγμένο θρησκευτικό τουρισμό που λειτουργούν ανταγωνιστικά προς την Ελλάδα ως θρησκευτικό προορισμό.

Ειδικότερα :



ΓΑΛΛΙΑ

Η Γαλλία είναι ο παγκόσμιος ηγέτης στον τουρισμό από πλευράς αφίξεων επισκεπτών (89 εκ. το 2018), και προηγείται της Ισπανίας (82,8 εκατομμύρια τουρίστες) και των Ηνωμένων Πολιτειών (80,1 εκατομμύρια). Ωστόσο, βρίσκεται στην τρίτη θέση όσον αφορά στα έσοδα από την τουριστική δραστηριότητα.

Παρόλα αυτά, ο τουρισμός είναι ένας «στρατηγικός τομέας της γαλλικής οικονομίας», μιας και αντιπροσωπεύει το 7,2% του ΑΕΠ, 2 εκατομμύρια θέσεις εργασίας και 313.000 επιχειρήσεις<sup>40</sup>.

Η Γαλλία συγκαταλέγεται μεταξύ των χωρών που διαθέτουν σημαντικό αριθμό πολιτιστικών και φυσικών αγαθών, καθώς 39 είναι συνολικά τα γαλλικά μνημεία που εντάσσονται στον κατάλογο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO.

Σε αυτήν βρίσκονται μερικά από τα κορυφαία αξιοθέατα του πλανήτη, όπως ο πύργος του Άιφελ, η Παναγία των Παρισίων και το μουσείο του Λούβρου και δεκάδες άλλα σημαντικά μνημεία και μουσεία, που εντυπωσιάζουν ακόμη και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη.

<sup>40</sup> <https://www.tour-market.gr/gallia-rekor-stous-touristes-alla-piso-sta-esoda/>

Πρόκειται για ένα κοσμικό κράτος, με ρωμαιοκαθολική παράδοση και κουλτούρα στο οποίο υπάρχουν πολυάριθμοι ρωμανικοί και γοτθικοί καθεδρικοί ναοί. Εκκλησίες και παρεκκλήσια υπάρχουν ακόμα και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές.

Ο θρησκευτικός τουρισμός ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού εκδηλώνεται στη Γαλλία κυρίως μέσα από τις τουριστικές επισκέψεις στον προσκυνηματικό τόπο της Παναγίας της Λούρδης που αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα θρησκευτικά κέντρα όπου οι επισκέπτες ξεπερνούν τα 7 εκατ. ετησίως.

Ο Ιερός ναός της Παναγίας της Λούρδης, αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για τους ανά τον κόσμο Χριστιανούς και έναν από τους αγαπημένους προορισμούς των Αμερικανών πολιτών που αποφασίζουν να επισκεφθούν την Ευρώπη.

Υψηλή επισκεψιμότητα παρουσιάζει και ο καθεδρικός ναός της Παναγίας των Παρισίων ο οποίος ανοικτός για όλους τους προσκυνητές, χριστιανούς και επισκέπτες από όλο τον κόσμο, πιστούς και μη. Ο καθεδρικός ναός δέχεται περίπου 13 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως, κατά μέσο όρο 30.000 ημερησίως, ενώ τις ημέρες αιχμής ο αριθμός ανέρχεται στα 50.000 άτομα (Δεμένενας Γ, 2016:77,84).

Γενικότερα, πάνω από 51 εκατ. άνθρωποι επισκέπτονται κάθε χρόνο θρησκευτικές τοποθεσίες στη Γαλλία – είτε πρόκειται για τουρίστες, είτε για προσκυνητές - σύμφωνα με την Atout France, καθιστώντας τον θρησκευτικό τουρισμό ιδιαίτερα δημοφιλή σε όλο και μεγαλύτερο κοινό.

Μάλιστα, κάθε χρόνο, περισσότεροι από 15 εκατ. επισκέπτες έρχονται να εξερευνήσουν μια από τις δεκαεπτά θρησκευτικές πόλεις της Γαλλίας, ενώ η εν λόγω τάση συνεχώς ενισχύεται. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για το θρησκευτικό τουρισμό σύμφωνα με την Atout France τεκμηριώνουν οι εξής δύο δείκτες<sup>41</sup>:

- το 2013 προσήλθαν 10.412 ομάδες προσκυνητών, με μέσο όρο 38 άτομα, σε ένα από τα δεκαεπτά ιερά μέρη της Γαλλίας, καταγράφοντας αύξηση 1,5% σε σύγκριση με το 2012.
- 4,7 εκατ. επισκέπτες ταξίδεψαν στα μνημεία ή τα ιερά, που αποτελούν μέλη του σωματίου της Atout France, σημειώνοντας αύξηση κατά 10% σε διάστημα ενός έτους.

Η άνοδος του θρησκευτικού τουρισμού στη Γαλλία εξηγείται επίσης από την ποικιλομορφία και τον πλούτο των θρησκευτικών χώρων που είναι ανοιχτά στο κοινό. Συνολικά 163 ιερά, 50.000 κτίρια, συμπεριλαμβανομένων 10.000 προστατευόμενων ιστορικών μνημείων και ορισμένα αναγνωρισμένα ως μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, όπως ο καθεδρικός ναός Chartres τον οποίο επισκέπτονται 2 εκατ. τουρίστες, το Mont Saint-Michel Abbey όπου ταξιδεύουν 3,5 εκατ. άνθρωποι ετησίως, το Rocamadour ή το Vézelay.

Στην κατάταξη των δημοφιλέστερων θρησκευτικών τοποθεσιών της Γαλλίας, την πρώτη θέση κατέχει ο καθεδρικός ναός της Notre-Dame και η Βασιλική της Ιερής Καρδιάς του Παρισιού

<sup>41</sup> <https://www.tourismtoday.gr/%CE%B1%CE%BD%CE%BF%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%B8%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%84%CE%BF/>

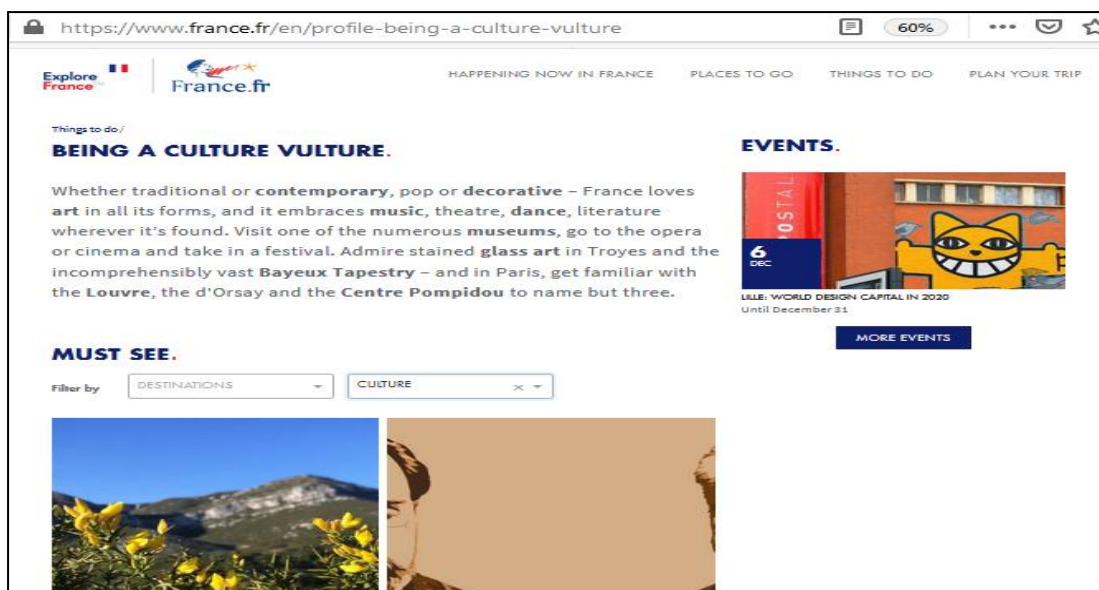
με 13 εκατ. και 10,5 εκατ. επισκέπτες αντίστοιχα. Επίσης η Lisieux είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη ιερών της Γαλλίας με 1 εκατ. τουρίστες.

Το Ιερό της Παναγίας της Λούρδης, το οποίο προσελκύει 6 εκατ. επισκέπτες κάθε χρόνο, έρχεται στην τρίτη θέση.

Παντού, ο θρησκευτικός τουρισμός προσελκύει όλο και περισσότερους διεθνείς επισκέπτες. Σύμφωνα με μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (2014) από τα 87 εκατ. ξένων τουριστών που επισκέπτονται τη Γαλλία κάθε χρόνο, 20 εκατ. αποτελούν θρησκευτικούς τουρίστες.



Στην επίσημη τουριστική ιστοσελίδα της Γαλλίας δεν γίνεται αναφορά στο θρησκευτικό τουρισμό. Ο ενδιαφερόμενος επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για τους τόπους λατρείας και τη διοργάνωση του ταξιδιού του από τα ποικίλα ενημερωτικά άρθρα χρησιμοποιώντας τις λέξεις “religious” και “religion” στη μηχανή αναζήτησης της ιστοσελίδας. Σημαντική αναφορά γίνεται στην προσκυνηματική διαδρομή St.James.



Σε κεντρικό επίπεδο, ο Οργανισμός Τουρισμού της Γαλλίας με στόχο την ενημέρωση των δυνητικών επισκεπτών της χώρας, προτείνει τρεις (3) θεματικές θρησκευτικές διαδρομές που διέρχονται από αξιόλογες περιοχές και συνδέουν στοιχεία του δομημένου και του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς και στοιχεία του πολιτισμικού – ιστορικού πλούτου της χώρας. Οι διαδρομές αυτές είναι (ETAM ΑΕ, 2005):

- **ΤΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ ΤΗΣ ΙΩΑΝΝΑΣ ΤΗΣ ΛΩΡΑΙΝΗΣ** Πρόκειται για μια διαδρομή που συνδέει μεταξύ τους τα σημεία και τις περιοχές όπου γεννήθηκε, έζησε, πολέμησε και πέθανε η ηρωίδα της γαλλικής ιστορίας. Η διαδρομή έχει σαν αφετηρία τη Λωραίνη και καταλήγει στη Νορμανδία, στην πόλη Ρουέν, όπου βρίσκεται το μουσείο της Ζαν ντ' Αρκ, στη θέση όπου αυτή



θανατώθηκε στην πυρά. Ακολουθώντας τα επιμέρους σημεία της διαδρομής, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να περάσει από διαφορετικές περιοχές, να επισκεφθεί το σπίτι όπου γεννήθηκε, αλλά και μουσεία και εκθέσεις, προκειμένου να διαμορφώσει ολοκληρωμένη εικόνα για αυτή τη μοναδική προσωπικότητα.

- **ΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΤΩΝ ΕΒΡΑΙΩΝ** Η διαδρομή αυτή έχει ως θέμα και στόχο την ανάδειξη του πολιτισμικού και αρχιτεκτονικού πλούτου των εβραϊκών κοινοτήτων που έζησαν και ήκμασαν οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά σε διαφορετικές περιοχές της Γαλλίας από το Νότο έως το Βορρά.
- **ΤΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ ΤΟΥ ΑΓΙΟΥ ΙΑΚΩΒΟΥ ΤΗΣ ΚΟΜΠΟΣΤΕΛΛΑ** Στη διάρκεια του Μεσαίωνα η Γαλλία αποτελούσε βασικό πέρασμα για τους προσκυνητές που ξεκινούσαν από την Ιταλία, την Ελβετία, τη Ρωσία και τη Βόρεια Ευρώπη, με προορισμό την πόλη Σαντιάγο ντε Κομποστέλλα. Σήμερα ο Οργανισμός Τουρισμού προβάλλει τις διαδρομές αυτές και τα κυριότερα σημεία στάσης.

Οι πολιτιστικές – θρησκευτικές διαδρομές που υπάρχουν, έχουν δημιουργηθεί κυρίως με πρωτοβουλία συλλογικών φορέων, οι οποίοι στη συνέχεια συνεργάστηκαν με τοπικούς φορείς και φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Ωστόσο το 2000, ιδρύθηκε η μη κερδοσκοπική οργάνωση με την επωνυμία «Ομοσπονδία Ιστορικών Διαδρομών της Γαλλίας». Η Ομοσπονδία έχει ως στόχο να ευαισθητοποιήσει το κοινό για τον πολιτισμικό πλούτο της χώρας και παράλληλα, να συνδράμει ενεργά στη διατήρηση και την ανάδειξη του.

Από τις διαδρομές, θρησκευτικό ενδιαφέρον εμφανίζουν :

- **Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΩΝ ΑΒΑΕΙΩΝ ΤΗΣ ΝΟΡΜΑΝΔΙΑΣ** Η διαδρομή διασχίζει όλη τη γεωγραφική περιοχή της Νορμανδίας, συνδέοντας μεταξύ τους τριάντα δύο (32) μοναδικά θρησκευτικά κτίσματα (αβαεία, μοναστήρια, εκκλησίες, ξωκλήσια) και είκοσι τρία (23) μουσεία και κάστρα.
- **Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΩΝ ΑΒΑΕΙΩΝ & ΤΩΝ ΜΝΗΜΕΙΩΝ ΤΟΥ HAUT-ΡΟΙΤΥ** Πρόκειται για ένα δίκτυο τεσσάρων θεματικών διαδρομών που ξεκινούν από την πρωτεύουσα του νομού (Πουατιέ) και ακολουθούν τα ίχνη τεσσάρων ιστορικών προσωπικοτήτων της Γαλλίας. Κάθε μια από τις επιμέρους διαδρομές συνδέει μεταξύ τους εκκλησίες, μοναστήρια, αβαεία, αλλά και οχυρωματικά κτίσματα και κάστρα, καθώς και παραδοσιακά χωριά, επιτρέποντας στον επισκέπτη να ανακαλύψει την περιοχή.

Στη Γαλλία υπάρχουν και άλλες διαδρομές οι οποίες όμως δεν έχουν ενταχθεί σε κάποιο δίκτυο όπως π.χ. ο «Δρόμος της Εβραϊκής Κληρονομιάς» και ο «Δρόμος της Θρησκευτικής Τέχνης».

- **Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΗΣ ΕΒΡΑΪΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ** Η συγκεκριμένη πολιτιστική – θρησκευτική διαδρομή διέρχεται από τρεις (3) νομούς, όπου συγκεντρώνεται πλήθος μνημείων, κτισμάτων και μουσείων άμεσα σχετιζόμενων με τον εβραϊκό

πολιτισμό. Η διαδρομή που δημιουργήθηκε μετά από πρωτοβουλία των νομαρχιακών επιτροπών τουρισμού, έχει σαν αφετηρία την πιο παλιά Συναγωγή που υπάρχει στη Γαλλία και συνδέει νοητά μεταξύ τους τα διάφορα σημεία ενδιαφέροντος. Για την προβολή της διαδρομής έχει δημιουργηθεί ειδικό έντυπο και έχουν οργανωθεί επίσης στοχευόμενες δράσεις προβολής προς τρεις (3) βασικές ομάδες επισκεπτών (Γάλλοι, Αμερικάνοι, Εβραίοι).

➤ **Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΗΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ**

Η συγκεκριμένη διαδρομή, γεωγραφικά αφορά την περιοχή της Νότιας Γαλλίας και έχει ως στόχο να εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν του μαζικού τουρισμού και να συμβάλλει στην ανάπτυξη του θρησκευτικού-πολιτιστικού τουρισμού. Η διαδρομή συνδέει μεταξύ τους μοναστήρια, εκκλησίες και παρεκκλήσια που έχουν διακοσμηθεί με μοναδικά έργα ζωγραφικής.

Στον τομέα της προβολής, αλλά και της διαχείρισης των ειδικών αυτών τουριστικών προϊόντων, παρεμβαίνουν διάφοροι φορείς, γεγονός που δε συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας ενιαίας εικόνας για τον επισκέπτη.

Σε κρατικό επίπεδο τα τελευταία χρόνια έχουν ληφθεί ορισμένα μέτρα για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού όπως προκύπτουν από τον Οδικό Χάρτη της Γαλλικής Κυβέρνησης για τον τουρισμό που παρουσιάστηκε το 2017 στο Διυπουργικό Συμβούλιο για τον Τουρισμό<sup>42</sup> και αφορούν τη:

- Χορήγηση θεωρήσεων βίζας το πολύ σε 48 ώρες για 10 νέες χώρες. Η χρονική αυτή διάρκεια ισχύει ήδη για την Κίνα (χορήγηση βίζας σε 24 ώρες από την 1η Ιανουαρίου 2016), τη Σιγκαπούρη, τη Νότια Αφρική, το Κατάρ, το Κουβέιτ, το Μπαχρέιν, το Ομάν και την Τουρκία. Η ικανότητα χορήγησης βίζας σε 48 ώρες ισχύει από την 1η Νοεμβρίου 2017 για τη Ρωσία, την Ταϊλάνδη, τις Φιλιππίνες, την Καμπότζη, το Λάος, την Βιρμανία, την Ινδονησία και την Ινδία και το 2018 η δράση επεκτάθηκε για τη Σαουδική Αραβία και το Βιετνάμ.
- Μείωση του χρόνου αναμονής στα σύνορα στα αεροδρόμια στα 30 λεπτά για τους ευρωπαίους πολίτες και στα 45 λεπτά για τους μη ευρωπαίους (ισχύει από την 1η Ιανουαρίου 2018).
- Κατάρτιση σχεδίου συντήρησης των αυτοκινητόδρομων μεταξύ των αεροδρομίων της Ιλ ντε Φρανς και του Παρισιού.
- Προετοιμασία επενδυτικού σχεδίου για τα παραθεριστικά κέντρα, θαλάσσια ή ορεινά, για τη διατήρηση της ποιότητας της προσφοράς υπηρεσιών και της κληρονομιάς των εγκαταστάσεων υποδοχής.

<sup>42</sup> <https://gr.ambafrance.org/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B7-%CE%93%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%AF%CE%B1-%CE%B4%CF%81%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7-%CE%B2%CE%B5%CE%BB%CF%84%CE%AF%CF%89%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%B7%CF%82>



## ΙΤΑΛΙΑ

Η θέση της Ιταλίας ως ένας από τους κορυφαίους προορισμούς πολιτιστικού τουρισμού στον κόσμο οφείλεται στον μεγάλο αριθμό μοναδικών μνημείων που αποτελούν μέρος της Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO, καθώς και στην εκτεταμένη προσφορά μουσείων και παρόμοιων πολιτιστικών ιδρυμάτων.

Η Ιταλία κατέχει ένα πολύ ισχυρό εμπορικό σήμα και απορροφά μεγάλο μέρος της παγκόσμιας ροής θρησκευτικών τουριστών, καθώς προσφέρει πολλούς θρησκευτικούς προορισμούς με κυρίαρχη τη Ρώμη, έδρα της καθολικής Εκκλησίας. Η πόλη αποτελεί τόπο προσκυνήματος ιδιαίτερα κατά τις κύριες εκδηλώσεις της Καθολικής θρησκευτικής ζωής, και ειδικά κατά το Ιωβηλαίο έτος. Αν και η μορφή του Πάπα δεν αναγνωρίζεται επισήμως από πιστούς άλλων χριστιανικών δογμάτων, η παρουσία του στη Ρώμη προσελκύει ακόμη και αυτούς (σε μικρότερο βαθμό), καθώς πρόκειται για μείζονα θρησκευτική μορφή στη χριστιανική θρησκεία. Πέραν της Αγίας Έδρας, περιλαμβάνονται πολλοί ακόμη θρησκευτικοί προορισμοί, κυρίως λόγω των λειψάνων σπουδαίων προσώπων που συνδέονται με τον Χριστιανισμό, και λιγότερο λόγω της ανάμνησης γεγονότων που οι πιστοί θεωρούν θαυματουργά.

Η Ιταλία, η οποία περιβάλλει την πόλη του Βατικανού, το πνευματικό σπίτι των 1.1 εκατομμυρίων καθολικών στον κόσμο, υπερηφανεύεται για περισσότερες από 30.000 εκκλησίες, 1.500 ιερά, 700 επισκοπικά μουσεία, καθώς και μεγάλο αριθμό μοναστηριών. Μάλιστα, επτά από τα 10 πιο δημοφιλή χριστιανικά ιερά στον κόσμο βρίσκονται στην Ιταλία η οποία διαθέτει τις περισσότερες εκκλησίες ανά κάτοικο από οποιαδήποτε άλλη μεγάλη χώρα (Μαρτίνη ΑΕ, Τηγανιτάκη Α, 2016:78).

Παράλληλα, σύμφωνα με το Isnart (Εθνικό Ινστιτούτο Τουριστικής Έρευνας), ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ιταλία προσελκύει περισσότερους από 5,6 εκατ. επισκέπτες ετησίως εκ των οποίων 3,3 εκατ. είναι ξένοι τουρίστες και 2,3 εκατ. εγχώριοι τουρίστες.

Οι ξένοι επισκέπτες αντιπροσωπεύουν περίπου το 60% της τουριστικής κίνησης και το 45,3% προέρχεται από την Ευρώπη, ενώ το 14,7% προέρχεται από τρίτες χώρες.

Επιπλέον, η μελέτη δείχνει ότι το 41,4% των θρησκευτικών τουριστών είναι ηλικίας μεταξύ 30 και 50 ετών. Το 44,4% βασίζεται στην οργάνωση του ταξιδιού από μεσάζοντες, ταξιδιωτικούς πράκτορες και ταξιδιωτικά πρακτορεία. Το 32,7% προτιμά να ταξιδεύει με έναν συνεργάτη, ενώ το 20% επιλέγει μια οργανωμένη περιήγηση. Το 19,7% απολαμβάνει ταξίδια με μια ομάδα φίλων, το 13,3% με την οικογένειά τους και ποσοστό 9,8% επιλέγει να ταξιδέψει ατομικά<sup>43</sup>.

<sup>43</sup> <https://www.tourism-review.com/religious-tourism-in-italy-is-growing-news5398>

Χρονικά η περίοδος με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα θρησκευτικών τουριστών στη Ρώμη είναι το Πάσχα και η συμμετοχή στην Ανάσταση στην Πλατεία του Αγίου Πέτρου ξεπερνά και τα 280.000 άτομα (Μαρτίνη ΑΕ, Τηγανιτάκη Α, 2016:78).

Υπάρχουν ωστόσο και άλλες περιοχές με έντονο θρησκευτικό ενδιαφέρον πέραν από το Βατικανό, όπως είναι η Βενετία στην οποία υπάρχουν περισσότερες από 200 εκκλησίες και 8 βασιλικές που την καθιστούν πόλο προσέλκυσης θρησκευτικών τουριστών. Η Βασιλική του Αγίου Μάρκου και η Βασιλική Εκκλησία του Ριάλτο είναι τα πιο σημαντικά μέρη που συγκεντρώνουν πλήθος επισκεπτών, καθώς προσφέρουν τη δυνατότητα να θαυμάσει κανείς πολλά διαφορετικά αριστουργήματα τέχνης υψηλής αισθητικής σπουδαίων καλλιτεχνών, διεθνούς χαρακτήρα, όπως του Ντονατέλο και του Μπελίνι (Μαρτίνη ΑΕ, Τηγανιτάκη Α, 2016:79).

Η Εθνική Υπηρεσία Τουρισμού είναι αρμόδια για τον στρατηγικό σχεδιασμό και τη διατήρηση της συνεχούς και αποτελεσματικής παρουσίας στις αγορές. Παράλληλα, οι περιφέρειες έχουν την ευθύνη για την ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού σε συνεργασία με την Εθνική Υπηρεσία Τουρισμού με διάφορες εκστρατείες προώθησης. Η αξιολόγηση του μάρκετινγκ και οι εκστρατείες προώθησης αποτελούν σημαντικό στοιχείο αξιολόγησης του τουρισμού και σε γενικές γραμμές η ιταλική προώθηση του τουρισμού δεν είναι επαρκώς προσανατολισμένη.

Δεδομένης της διοικητικής διαίρεσης της Ιταλίας και του τρόπου οργάνωσης του κράτους, οι Περιφέρειες λειτουργούν αυτόνομα, δημιουργώντας τις δικές τους θρησκευτικές διαδρομές – περιηγήσεις οι οποίες δεν εμφανίζονται το ίδιο ανεπτυγμένες σε όλες τις περιφέρειες. Από τις πιο αξιόλογες είναι οι ακόλουθες (ΕΤΑΜ ΑΕ, 2005) :

- **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΛΙΓΟΥΡΙΑ**                      Στη σχετικά μικρή περιφέρεια της Λιγουρία υπάρχουν δύο θρησκευτικές διαδρομές :
  - Ερημητήρια και Ησυχαστήρια
  - Ο Δρόμος των ερημητηρίων των πέντε (5) χωρών
  
- **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΛΟΜΒΑΡΔΙΑΣ**                      Η περιφέρεια της Λομβαρδίας εμφανίζεται ιδιαίτερα ανεπτυγμένη σε ότι αφορά τις θρησκευτικές διαδρομές, καθώς διαθέτει τις εξής:
  - Αβαεία της περιοχής του Μιλάνου
  - Εκκλησίες και ησυχαστήρια
  - Εκκλησίες και ησυχαστήρια της Πάβια
  - Η Ρομανική Τέχνη στην περιοχή Ceresio
  - Θρησκευτικό Μονοπάτι στην περιοχή Sebino
  - Ησυχαστήρια και εκκλησίες της περιοχής Cremona και Crema
  - Ησυχαστήρια στη Valtellina
  - Ησυχαστήρια της Παναγίας
  - Ιερή ζωή

Υπογραμμίζεται ότι στην περίπτωση της Λομβαρδίας, παρέχονται αξιόλογες και πρακτικές πληροφορίες προς τους ενδιαφερόμενους σχετικά με τις διαδρομές όπως π.χ. δυνατότητα πεζοπορίας, μέση διάρκεια διαδρομής, κ.α.

➤ **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΟΥΜΠΡΙΑ**

Αντίστοιχα με τη Λομβαρδία και η περιφέρεια της Ούμπρια έχει δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα στη δημιουργία θεματικών – θρησκευτικών διαδρομών, οι οποίες είναι οι εξής :

- Διαδρομή της Αγιοσύνης
- Διαδρομή του Αγίου Φραγκίσκου
- Διαδρομή του Αγίου Βενέδικτου
- Διαδρομή στη Γυναικεία Αγιότητα

➤ **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΟΣΚΑΝΗΣ**

Η Τοσκάνη θεωρείται από τις πιο σημαντικές περιφέρειες σε ότι αφορά την τοπική ανάπτυξη και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και προβάλλεται ως η περιοχή – μοντέλο για τον αγροτουρισμό. Σε αυτό το πλαίσιο έχουν δημιουργηθεί διάφορες θεματικές διαδρομές, εκ των οποίων τρεις (3) είναι θρησκευτικού χαρακτήρα. Πρόκειται για τις εξής :

- Via Francigena
- Διαδρομή του Εβραϊσμού
- Ερημητήρια και Αβαεία

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι δεν υπάρχει ενιαία πολιτική στην Ιταλία, όσον αφορά το θρησκευτικό τουρισμό. Σε τοπικό επίπεδο, κάθε περιφέρεια ακολουθεί τη δική της στρατηγική, ενώ ο εθνικός φορέας τουρισμού προτείνει μια σειρά περιηγήσεων σε διάφορες περιοχές της χώρας στη λογική της κάλυψης ορισμένων θεμάτων και με στόχο τον εμπλουτισμό της εμπειρίας, των εικόνων και των παραστάσεων του επισκέπτη.

Ειδικότερα, και σύμφωνα με την επίσημη τουριστική ιστοσελίδα της Ιταλίας <http://www.italia.it> γίνεται αναφορά στο θρησκευτικό τουρισμό με τη μορφή “Religion and Spirituality” στη κατηγορία “travel ideas”.



DISCOVER ITALY

TRAVEL IDEAS

NEWS

VIDEO

INFO

MAPS

You are in Home / Travel Ideas / Religion and Spirituality

## Religion and Spirituality



Milan Cathedral



Rome, cathedral of San Giovanni in Laterano, Photo by Silvia Adalia



Assisi - Basilica of St. Francis at night

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ιταλία συνδυάζει τέχνη, αρχιτεκτονική και ιστορία καθιστώντας την ιδιαίτερα δημοφιλή ταξιδιωτική επιλογή. Ως χώρα που φημίζεται για τον προσκυνηματικό της χαρακτήρα, φιλοξενεί και προωθεί αμέτρητους τόπους αφοσίωσης και λατρείας. Πιο χαρακτηριστικά αναφέρονται οι δημοφιλέστεροι:

- Η πόλη San Giovanni Rotondo,
- η πόλη του Αγίου Φραγκίσκου Assisi,
- το ιερό Loreto, ένα από τα σημαντικότερα πνευματικά και πολιτιστικά κέντρα στην Ευρώπη,
- η μεγαλύτερη χριστιανική εκκλησία του κόσμου, η Βασιλική του Αγίου Πέτρου στη Ρώμη,
- και ο προορισμός του Τορίνο.

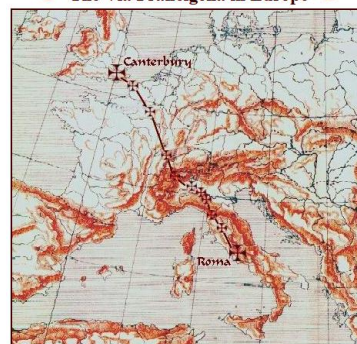
Στη συγκεκριμένη σελίδα προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού της χώρας ο αναγνώστης μπορεί να επιλέξει πάνω στους παραπάνω τόπους με σκοπό την αναλυτική του ενημέρωση.

Στη συγκεκριμένη κατηγορία έχει προστεθεί ακόμα η ιστοσελίδα <http://w2.vatican.va/content/vatican/en.html> με την οποία παρέχονται ποικίλες πληροφορίες αποκλειστικά για το Βατικανό, την ιστορία του και τη διοργάνωση επίσκεψης στους χώρους του.


Συμπληρωματικά αναφέρεται η ενημερωτική ιστοσελίδα για Ιερά Προσκυνημάτα <https://www.operaromanapellegrinaggi.org/it>.

Τέλος, υπάρχει αναφορά και σύνδεσμος για τη διαδρομή «Via Francigena», που αποτελεί τον παλαιότερο προσκυνηματικό δρόμο του Χριστιανισμού. Συνδέεται με όλη την Ευρώπη, ενώ στα 945 χλμ. που περνά από την Ιταλία οι προσκυνητές μπορούν να κάνουν στάσεις σε μεσαιωνικά μοναστήρια, κάστρα και ιστορικούς καθεδρικούς ναούς.

✠ The Via Francigena in Europe ✠



✠ STAGES ✠  
" on the Italian route "


 ✠ The route in the Province of Parma ✠

 The Via Francigena in the Canavese - Ivrea

 The Via Francigena in the Province of La Spezia

 The Via Francigena in the Province of Lucca

 The Via Francigena in the Province of Siena

 The Via Francigena in the Tuscia - Viterbo





## ΓΕΡΜΑΝΙΑ

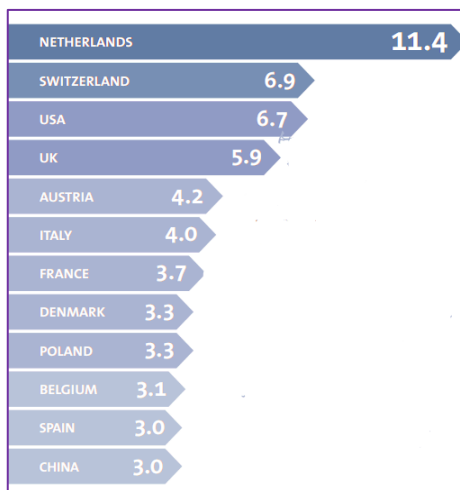
Η Γερμανία γίνεται όλο και πιο δημοφιλής ως τουριστικός προορισμός διατηρώντας ισχυρή θέση στην ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά του παγκόσμιου τουρισμού. Μάλιστα τα τελευταία έξι χρόνια ο εισερχόμενος τουρισμός αυξήθηκε ταχύτερα απ’ ότι στις παγκόσμιες και ευρωπαϊκές αγορές. Το 2019 η Γερμανία κατέλαβε την 8<sup>η</sup> θέση<sup>44</sup> μεταξύ των σημαντικότερων τουριστικών προορισμών από πλευράς επισκεψιμότητας με 39 εκατ. τουρίστες.

Η Γερμανία ως ταξιδιωτικός προορισμός έχει μερίδιο αγοράς περίπου 30%, καθιστώντας την ως τον πιο δημοφιλή προορισμό μεταξύ Γερμανών υπηκόων με σημαντικό περιθώριο περαιτέρω ανάπτυξης.

Οι κυριότερες τουριστικές αγορές για τη Γερμανία είναι η Ολλανδία, η Σουηδία, οι Η.Π.Α. το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστρία, κ.α.

### Οι δώδεκα πιο σημαντικές τουριστικές αγορές για τη Γερμανία

Σειρά	Χώρα	Διανυκτερεύσεις (εκατομ.) 2018
1	Ολλανδία	11,4
2	Σουηδία	6,9
3	ΗΠΑ	6,7
4	Ην. Βασίλειο	5,9
5	Αυστρία	4,2
6	Ιταλία	4
7	Γαλλία	3,7
8	Δανία	3,3
9	Πολωνία	3,3
10	Βέλγιο	3,1
11	Ισπανία	3
12	Κίνα	3



**Πηγή :** Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, Germany the travel destination -facts, figures, information 2018

Ο πλούτος του γερμανικού πολιτισμού, η διαφορετικότητα των αστικών και φυσικών τοπίων και η ποιότητα των τουριστικών υποδομών είναι μερικοί από τους λόγους, για τους οποίους η Γερμανία παρουσιάζει αυξανόμενο τουριστικό ενδιαφέρον (Γκόγκου Μ, 2019)<sup>45</sup>.

Αναφορικά με τον θρησκευτικό τουρισμό στη Γερμανία αναφέρεται ότι έχει σημαντική συμβολή στην τουριστική κίνηση και μάλιστα τα τελευταία χρόνια και δη από το 2015 προωθείται περισσότερο ως ειδικό τουριστικό προϊόν.

<sup>44</sup> <https://www.protagon.gr/epikairota/oi-10-xwres-me-tous-perissoteros-touristes-pagkosmiws-44341982979>

<sup>45</sup> [/www.dw.com/el/γερμανία-πόλος-έλξης-ελλήνων-τουριστών](https://www.dw.com/el/γερμανία-πόλος-έλξης-ελλήνων-τουριστών)

Ο χριστιανισμός είναι η επικρατέστερη θρησκεία στη Γερμανία, με περίπου 53 εκατομμύρια πιστούς. Ειδικότερα περίπου 27 εκατ. είναι προτεστάντες και περίπου 26 εκατ. καθολικοί. Επίσης, υπάρχουν μειονότητες ορθοδόξων, κοπτών και άλλων χριστιανικών δογμάτων.

Η Γερμανία διαθέτει διάφορους ιστορικούς λουθηρανικούς χώρους και το λουθηρανικό μονοπάτι που προσελκύουν ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο. Εβραίοι ταξιδιώτες έρχονται για να δουν τη νέα εβραϊκή κοινότητα, καθώς και την επανέναρξη των συναγωγών και του Εβραϊκού Μουσείου στο Βερολίνο.

Αρκετά επίσης θρησκευτικά μνημεία είναι ενταγμένα στον Κατάλογο των Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO.

Το Karellplatz είναι μια προσκυνηματική πόλη στην περιοχή της Βαυαρίας που μαζί με τις Lourdes, Fatima, Loreto, Czestochowa, Marizell είναι ένα από τα "ιερά της Ευρώπης". Κάθε χρόνο περισσότεροι από 1 εκατομμύριο προσκυνητές και επισκέπτες έρχονται για τη θαυματουργή "Μαύρη Madonna", ένα ξύλινο άγαλμα της Παναγίας<sup>46</sup>.

Ο Καθεδρικός Ναός της Παναγίας του Άαχεν, γνωστός και ως Βασιλικός Ναός της Αγίας Μαρίας, συγκαταλέγεται στους αρχαιότερους ναούς της βορείως των Άλπεων Ευρώπης και αποτελεί μεγάλο κέντρο έλξης προσκυνητών από όλη την Ευρώπη, από το Μεσαίωνα μέχρι και σήμερα. Στο ναό γίνονται καθημερινά ξεναγήσεις στη γερμανική γλώσσα, ενώ υπάρχει η δυνατότητα για οργανωμένα τουριστικά γκρουπ να ξεναγηθούν σε άλλες γλώσσες κατόπιν προσυμφωνίας. Ο Καθεδρικός Ναός του Άαχεν αποτελεί το πρώτο κτίριο που συμπεριλήφθηκε από την UNESCO στον κατάλογο των Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς το 1978<sup>47</sup>.



Ο Καθεδρικός Ναός του Σπάιερ, επίσημα η Αυτοκρατορική Καθεδρική Βασιλική της Κοιμήσεως της Θεοτόκου και του Αγίου Στεφάνου, θεωρείται «ένα σημείο καμπής στην Ευρωπαϊκή αρχιτεκτονική», ένα από τα πιο σημαντικά αρχιτεκτονικά μνημεία της εποχής του και ένα από τα καλύτερα Ρωμανικά μνημεία. Το 1981, ο καθεδρικός ναός προστέθηκε στον Κατάλογο της UNESCO ως «ένα σημαντικό μνημείο της Ρομανικής τέχνης» στη Γερμανική Αυτοκρατορία.



Από τη δεκαετία του 1930, οι τοπικές και περιφερειακές κυβερνήσεις έχουν δημιουργήσει διάφορες θεματικές διαδρομές, για να βοηθήσουν τους επισκέπτες να γνωρίσουν τις πολιτιστικές, φυσικές και άλλες ομορφιές της χώρας.

Μεταξύ των διαδρομών περιλαμβάνονται και θρησκευτικές διαδρομές όπως είναι οι κάτωθι:

<sup>46</sup> <https://www.shrines-of-europe.com/altoetting/>

<sup>47</sup> [el.wikipedia.org/wiki/Καθεδρικός\\_Ναός\\_του\\_Άαχεν](http://el.wikipedia.org/wiki/Καθεδρικός_Ναός_του_Άαχεν)



- **Ευρωπαϊκός Δρόμος Γοτθικής Αρχιτεκτονικής (European Route of Brick Gothic)**

Η διαδρομή δημιουργήθηκε μέσα από διακρατική συνεργασία επτά (7) χωρών, από τις οποίες και διέρχεται (Γερμανία, Σουηδία, Δανία, Πολωνία, Λιθουανία, Λετονία και Εσθονία) και συγχρηματοδοτήθηκε από την Κοινοτική Πρωτοβουλία Interreg III B. Η διαδρομή συνδέει μεταξύ τους πόλεις που βρίσκονται γύρω από τη Βαλτική και στις οποίες κατά το Μεσαίωνα, δημιουργήθηκαν και αναπτύχθηκαν αξιόλογες εμπορικές συντεχνίες και αποτέλεσαν το ευρωπαϊκό κέντρο εμπορίου της εποχής. Αποτέλεσμα της οικονομικής αυτής άνθισης ήταν η κατασκευή μεγάλωπρων κτισμάτων γοτθικής αρχιτεκτονικής όπως καθεδρικοί ναοί, αβαεία, μοναστήρια, εκκλησίες και οχυρωματικά κτίσματα, τα οποία σήμερα αξιοποιούνται και αναδεικνύονται.

- **Απομεινάρια της Ρομανικής Τέχνης**

Πρόκειται για μια καθαρά θρησκευτική διαδρομή, καθώς συνδέει μεταξύ τους θρησκευτικά μνημεία αντιπροσωπευτικά και μοναδικά δείγματα της ρομανικής τέχνης όπως καθεδρικούς ναούς, μοναστήρια, εκκλησίες, κ.α. (ETAM AE, 2005).

- **Ο Δρόμος του Αγίου Βονιφάτιου<sup>48</sup>**

Μεταξύ των προσκυνηματικών διαδρομών που έχουν χαραχθεί στην Ευρώπη είναι ο δρόμος του Αγίου Βονιφάτιου που διαπερνά τη Γερμανία μέσα από μια διαδρομή 185 χλμ. Ο δρόμος αυτός άνοιξε στους προσκυνητές το 2004 και αναβιώνει την ιστορική διαδρομή που λέγεται ότι ακολούθησε ο ιεραπόστολος Βονιφάτιος τον όγδοο αιώνα.



Αναφορικά με την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού, πραγματοποιείται από την επίσημη τουριστική ιστοσελίδα [www.germany.travel/gr/](http://www.germany.travel/gr/). Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού αναφέρεται στην κατηγορία «ελεύθερος χρόνος και ξεκούραση - Leisure and recreation» με την υποενοότητα “spiritual travels” δηλαδή πνευματικός τουρισμός.

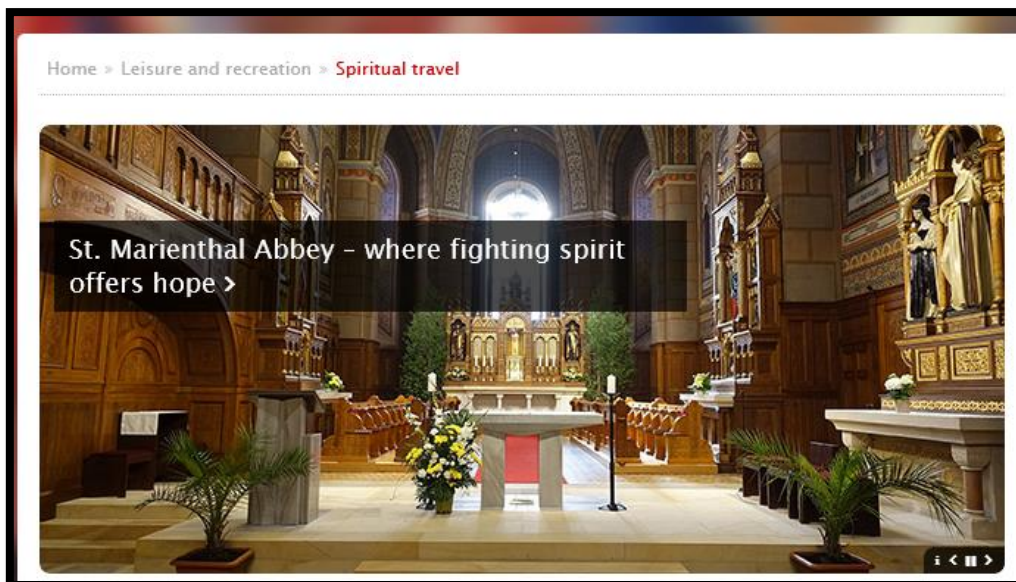
Στην υποενοότητα αυτή προωθείται το πνευματικό ταξίδι με λεπτομερή περιγραφή των παρακάτω κατηγοριών.

- ✓ Περιήγηση σε τοποθεσίες με καλλιτεχνικά έργα και πολιτιστικά αγαθά τεράστιας αξίας και αναφορά μαρτυριών για σημαντικά ιστορικά και εκκλησιαστικά γεγονότα, χωρίς να παραλείπεται η συμβολή και συμμετοχή αυτών στην παγκόσμια πολιτική.
- ✓ Διαμονή σε μονές και μοναστήρια.
- ✓ Προσκυνηματικός τουρισμός με την εξερεύνηση μεγάλων διαδρομών θρησκευτικού ενδιαφέροντος.

<sup>48</sup> /[www.dw.com/el/προσκυνηματικές-διαδρομές-στην-ευρώπη/g-51982545](http://www.dw.com/el/προσκυνηματικές-διαδρομές-στην-ευρώπη/g-51982545)

- ✓ Εξερεύνηση της σημαντικής προσκυνηματικής διαδρομής St. James με τα πόδια ή το ποδήλατο. Συνδυασμός πολιτισμικού και ιστορικού τουρισμού.

Πολύ οργανωμένα και με λεπτομερείς αναφορές αναλύεται ο πνευματικός τουρισμός στην υποσελίδα της επίσημης τουριστικής ιστοσελίδας της Γερμανίας [www.germany.travel/en/ms/spiritual-travel/spiritual-travel.html](http://www.germany.travel/en/ms/spiritual-travel/spiritual-travel.html).



Στη σελίδα οργανώνονται οι παρακάτω πληροφορίες :

- Πρόταση ταξιδιωτικής διαδρομής πνευματικού χαρακτήρα με την εξερεύνηση πολλών σημαντικών πνευματικών προορισμών και σημείων.
- Τα θρησκευτικά σημεία διαχωρίζονται και αναφέρονται με αλφαβητική σειρά με επιλογή από τις εξής κατηγορίες:
  - ✓ Καθεδρικοί ναοί
  - ✓ Εκκλησίες
  - ✓ Μονές, μοναστήρια και κήποι
  - ✓ Μυστικιστικά μέρη
- Προτάσεις διαμονής για:
  - ✓ Μοναχές ή Μοναχούς σε μοναστήρια τα οποία δεν επιτρέπεται η διαμονή επισκεπτών.
  - ✓ Επισκέπτες ή κατοίκους σε μονές και προσκυνηματικού χαρακτήρα ξενοδοχεία.
- Συνδυασμός ταξιδιού με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού.
- Προτάσεις πνευματικών διαδρομών οι οποίες διαχωρίζονται με τις εξής κατηγορίες:
  1. Μονοπάτι St. James
  2. Προσκυνηματική διαδρομή με ποδήλατο
  3. Περιφερειακές διαδρομές προσκυνήματος
  4. Διαπολιτισμικά προσκυνήματα
  5. Προσκυνήματα
- Κατηγορία προγραμματισμού προσκυνηματικού ταξιδιού

1. Βασικός εξοπλισμός έναρξης προσκυνηματικής εκδρομής
2. Σημαντικά έγγραφα (εκτός από τα τυποποιημένα ταξιδιωτικά έγγραφα)
3. Συμβουλευτική ενημέρωση
4. Χάρτης προγραμματισμού των επιλεχθέντων διαδρομών που επιθυμεί ο επισκέπτης.

Ο περιηγητής της σελίδας μπορεί να επιλέξει την κατηγορία και το σημείο που τον ενδιαφέρει με σκοπό την πλήρη ενημέρωσή του για καθένα από τα προαναφερόμενα.



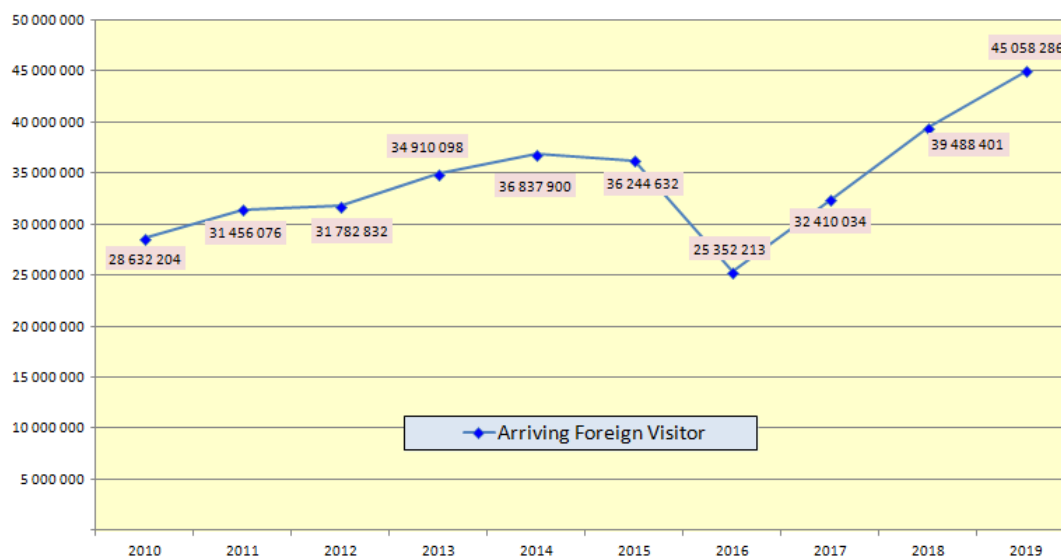
## ΤΟΥΡΚΙΑ

Η Τουρκία έχει καταστεί μία από τις ηγετικές χώρες του διεθνή τουρισμού και το 2018 αναδείχτηκε ο βος πιο δημοφιλής τουριστικός προορισμός στον κόσμο και ο 4<sup>ος</sup> στην Ευρώπη, σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού του Δεκεμβρίου 2019.

Η ανάπτυξη στην τουρκική τουριστική βιομηχανία ξεπέρασε τον παγκόσμιο μέσο όρο τα τελευταία χρόνια και η άμεση θετική συμβολή του κλάδου στο έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών το 2018 ήταν 52%.

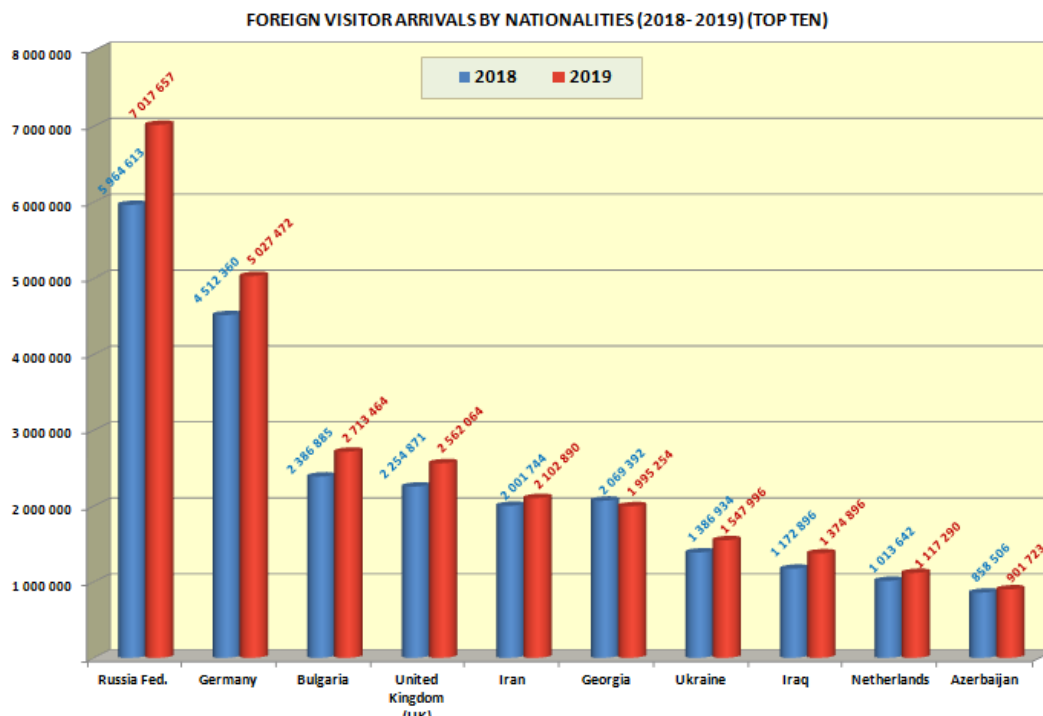
Στο γράφημα που ακολουθεί αποτυπώνεται η διαχρονική εξέλιξη των αφίξεων ξένων επισκεπτών η οποία είναι διαρκώς αυξανόμενη από το 2016. Μάλιστα, το 2019 οι ξένοι επισκέπτες ανήλθαν σε 45.058.286.

**ARRIVING FOREIGN VISITORS (2010-2019)**



**Πηγή** : Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism, Border Statistics, Annual Bulletin 2019

Κύριες χώρες προέλευσης τουριστών στις οποίες στηρίζεται η Τούρκικη τουριστική αγορά είναι η Ρωσία, η Γερμανία και η Βουλγαρία και ακολουθούν το Ηνωμένο Βασίλειο, το Ιράν, η Γεωργία, η Ουκρανία, και άλλες που αποτυπώνονται παραστατικά στο ακόλουθο γράφημα.



Πηγή : Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism, Border Statistics, Annual Bulletin 2019

Ωστόσο, το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής αυτής ανάπτυξης στηρίζεται στον τομέα του μαζικού τουρισμού που έχει οδηγήσει σε συγκέντρωση των τουριστικών δραστηριοτήτων και υποδομών στην Κωνσταντινούπολη και κατά μήκος του Αιγαίου και του δυτικού μισού των ακτών της Μεσογείου, ενώ το μεγαλύτερο μέρος της χώρας παραμένει ουσιαστικά ανέγγιχτο από το διεθνή τουρισμό οδηγώντας έτσι σε μεγάλες αποκλίσεις στην ανάπτυξη μεταξύ των επαρχιών.

Επειδή ο μαζικός τουρισμός θεωρείται λιγότερο βιώσιμος και προκειμένου να βρεθούν εναλλακτικές λύσεις για την προσέλκυση τουριστών σε άλλα μέρη της χώρας, η Τουρκία επιχειρεί τη διαφοροποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων και μεταξύ των εναλλακτικών μορφών τουρισμού προωθεί τον θρησκευτικό τουρισμό, ο οποίος έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης.

Η Τουρκία αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους προορισμούς θρησκευτικού τουρισμού, καθώς είναι μια από τις λίγες χώρες στον κόσμο που φιλοξενεί τοποθεσίες από διάφορες μεγάλες θρησκείες. Από ένα σύνολο 316 ιερών τοποθεσιών, 167 από αυτούς ανήκουν στο Ισλάμ, 129 στο Χριστιανισμό και 20 στον Ιουδαϊσμό προσελκύοντας έτσι διαφόρων θρησκευμάτων τουρίστες. Τα κυριότερα και με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα μεταξύ άλλων μνημείων είναι η Εκκλησία της Εφέσου, η Παναγία Σουμελά στον Πόντο, το Μπλε Τζαμί, το Τζαμί του Μπεγιαζίτ, κ.α.<sup>49</sup>.

<sup>49</sup><https://www.tornosnews.gr/tornos/kosmos/40791-o-toyrismos-ygeias-sthn-toyrkia-150000-diethneis-episkeptes-ethsios.html>

Η χώρα προσελκύει όλο και περισσότερο θρησκευτικούς τουρίστες. Πολλές πολυτελείς ή και φθηνές διακοπές στην Τουρκία περιλαμβάνουν σημαντικά σημεία του θρησκευτικού τουρισμού.

Σύμφωνα με την Τουρκική Ένωση Ταξιδιωτικών Πρακτορειών (2013), 200 ταξιδιωτικά γραφεία ειδικεύονται στον θρησκευτικό τουρισμό (Istvan Egresi, 2016:158). Προσφέρουν πακέτα εκδρομών που περιλαμβάνουν τους σημαντικότερους ιερούς χώρους, ειδικά για τους χριστιανούς. Οι θρησκευτικοί πόροι της Τουρκίας κατηγοριοποιούνται ως εξής :

- ✓ Ιερές θέσεις για τον Χριστιανισμό.
- ✓ Ιερά μέρη για το Ισλάμ.
- ✓ Ιερά μέρη για τον Ιουδαϊσμό.

Ήδη από το 1993 άρχισαν προσπάθειες ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού μέσα από το έργο «Τουρισμός Πίστης» του Υπουργείου Τουρισμού και Πολιτισμού της Τουρκίας διαμορφώνοντας έναν κατάλογο 15 ιερών τοποθεσιών που αφορούν στις τρεις μονοθεϊστικές θρησκείες που συνυπάρχουν για αιώνες στο τούρκικο έδαφος.

Το 2007 η Τουρκική Κυβέρνηση αποφάσισε να υλοποιήσει ορισμένες δράσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού και ειδικά του θρησκευτικού τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρονται η δημιουργία νέων αεροδρομίων και η ανάπτυξη των υπαρχόντων και η δημιουργία μικρών ξενοδοχείων κατάλληλων για τους θρησκευτικούς τουρίστες. Επίσης πολλές ενέργειες αναπτύχθηκαν προκειμένου να προσελκυστούν επισκέπτες σε θρησκευτικά μνημεία της Τουρκίας. Μία από αυτές ήταν μια μεγάλη διαφημιστική καμπάνια στις Η.Π.Α. για την ανάδειξη των αξιοθέατων και των ευκαιριών θρησκευτικού τουρισμού στην Τουρκία. Επίσης η Κυβέρνηση δημιούργησε δρόμο προς το σπίτι όπου οι άνθρωποι πίστευαν ότι έζησαν η Παρθένοσ Μαρία και ο Άγιος Ιωάννης. Ο αριθμός των επισκεπτών σε αυτό το σπίτι ετησίως ανέρχεται σε 1,5 εκ. Ακόμη η Τουρκική Κυβέρνηση υπέγραψε συμφωνίες με γειτονικές χώρες όπως η Ρωσία, το Ιράν και η Συρία προκειμένου να αυξήσει ο αριθμός των θρησκευτικών τουριστών στην περιοχή. Παράλληλα το Υπουργείο Τουρισμού της Τουρκίας επέτρεψε σε όλες τις εθνικότητες να μπορούν να προσευχηθούν στην Αρμενική Εκκλησία, που βρίσκεται στη λίμνη Βαν (AMIN ALI (2013:56-57).

Τα τελευταία χρόνια, οι Τούρκοι αντιλαμβανόμενοι τις δυνατότητες του θρησκευτικού τουρισμού και τα οικονομικά οφέλη που μπορεί να επιφέρει για την περιοχή της Μαύρης Θάλασσας, αναδεικνύουν τα ελληνορθόδοξα μνημεία, προσβλέποντας στην έλευση τουριστών – προσκυνητών από Ελλάδα, Ρωσία, Γεωργία κ.α. Στην κατεύθυνση αυτή υλοποιούν ένα ευρύ πρόγραμμα συντήρησης και ανάδειξης όσων μνημείων απέμειναν στα παράλια του Εύξεινου Πόντου και κυρίως στην περιοχή της Τραπεζούντας.

Το μοναστήρι της Παναγίας Σουμελά, ο ναός της Αγίας Σοφίας των Κομνηνών στην Τραπεζούντα, ο τάφος της Ελληνίδας Μαρίας – Γκιούλ Μπαχάρ, κ.α. προβάλλονται στους τουριστικούς οδηγούς μαζί με ιστορικά τεμνή της πόλης, που πριν την έλευση των Τούρκων ήταν λαμπρές εκκλησίες, όπως η Παναγία Χρυσοκέφαλος, ο Άγιος Ευγένιος κ.α. (Σαββίδης Π, 2011)<sup>50</sup>.

<sup>50</sup> <https://www.protothema.gr/blogs/panagiwtis-sabbidis/article/140029/thrshskeytikos-toyrismos-sthn-toyrkia-kai-oi-ellhnes/>

Επίσης στο νέο Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού 2023 προβάλλεται η ανάγκη διαφοροποίησης της τουριστικής προσφοράς ως προς το τουριστικό προϊόν. Στο πλαίσιο αυτό υπάρχει στόχευση ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού μέσα από το σχεδιασμό μιας διαδρομής θρησκευτικού ενδιαφέροντος που θα διέρχεται από πέντε κόμβους ήτοι:

- Το Μονοπάτι του Αβραάμ που βρίσκεται στην πόλη Sanliurfa, ένα από τους σημαντικότερους θρησκευτικούς προορισμούς στην Τουρκία, γνωστή ως «πόλη των Προφητών».
- Το σπίτι της Παναγίας στο όρος Κορεσσός στη σημερινή Σμύρνη που θεωρείται μια από τις βασικότερες προσκυνηματικές διαδρομές για το Χριστιανισμό.
- Η Εκκλησία του Αγίου Παύλου που είναι ενταγμένη στον Κατάλογο της UNESCO και θα προωθηθεί περισσότερο για να ενισχυθεί πιο πολύ η αναγνωρισιμότητά του.
- Ο Τάφος του Ρουμί. Πρόκειται για το 3<sup>ο</sup> σε επισκεψιμότητα μουσείο της Τουρκίας με 2,82 εκ. επισκέπτες το 2018.
- Ο τάφος και το τζαμί του Σουλτάνου Εγυρ, ένας από τους σημαντικότερους θρησκευτικούς πόρους στην Κωνσταντινούπολη και σχεδιάζεται να αποτελέσει έναν από τους σημαντικότερους κόμβους θρησκευτικού τουρισμού στην Τουρκία.

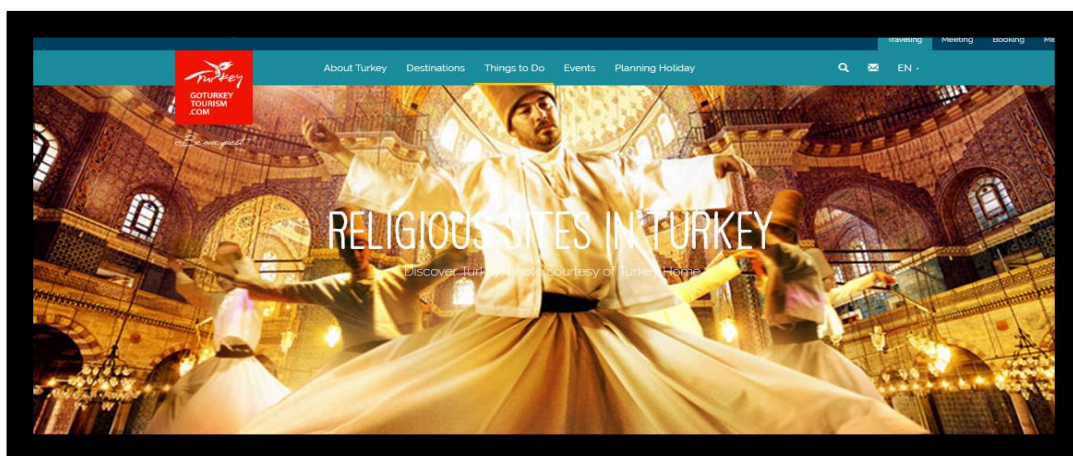
Σύμφωνα με το Στρατηγικό αυτό Σχέδιο από τον πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό μπορούν να επωφεληθούν ιδιαίτερα η Νότια και Νοτιοανατολική Ανατολία, καθώς διαθέτουν μια πολύ πλούσια κληρονομιά πολιτιστικών και θρησκευτικών δομών και παραδόσεων, μερικές εκ των οποίων περιλαμβάνονται στη λίστα της UNESCO. Ένα σημαντικό εμπόδιο στην εφαρμογή του κυβερνητικού σχεδίου θα ήταν η έλλειψη επαρκούς υποδομής. Ωστόσο, η κυβέρνηση δεσμεύεται να διορθώσει αυτή την κατάσταση με την κατασκευή νέων δρόμων, την αναβάθμιση των αεροδρομίων και τη μετατροπή των αναπαλαιωμένων ιστορικών κτιρίων σε ξενώνες και μικρά οικογενειακά ξενοδοχεία.

Οι νέες αγορές στις οποίες προβλέπεται να στοχεύσει η Τουρκία είναι εκείνες της Κίνας, της Ινδίας, της Νότιας Κορέας και της Ιαπωνίας, που συμβάλλουν στην αύξηση της ανάπτυξης του τουριστικού κλάδου παγκοσμίως. Επίσης το πεδίο στόχων της θα επεκταθεί, ώστε να συμπεριλάβει και τις αναπτυσσόμενες αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.

Η επίσημη τουριστική ιστοσελίδα της χώρας <https://hometurkey.com> δεν αναφέρεται με κάποια κατηγορία στον θρησκευτικό τουρισμό. Ο ενδιαφερόμενος επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για την ειδική μορφή τουρισμού από τα ενημερωτικά άρθρα που διαθέτει η ιστοσελίδα χρησιμοποιώντας τις λέξεις “religious” και “religion” στη μηχανή αναζήτησής της.

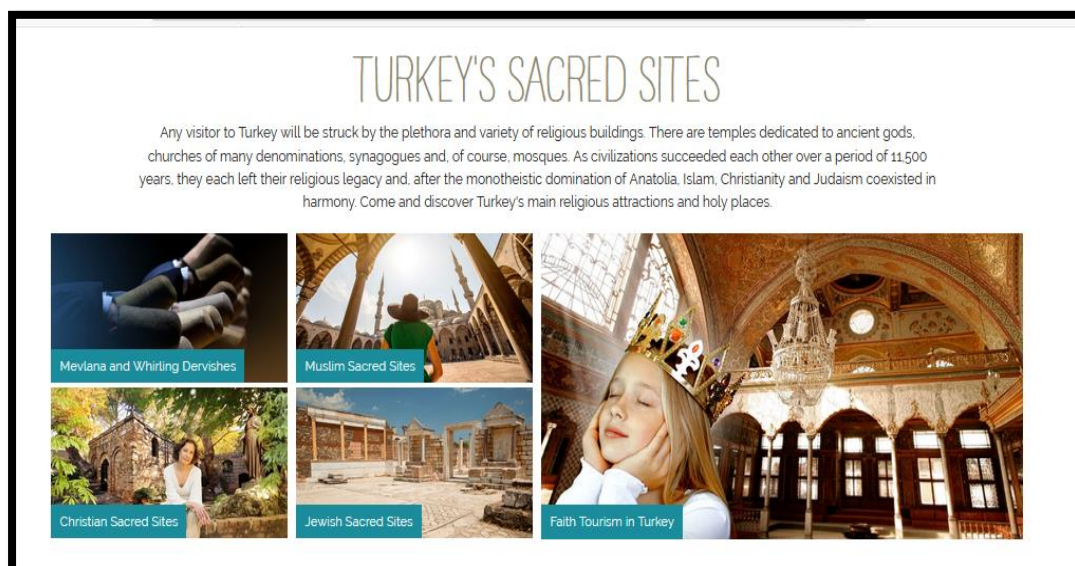
Μελέτη Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού

Ο επισκέπτης μπορεί ακόμα να ενημερωθεί αναλυτικά από την ιστοσελίδα <https://www.goturkeytourism.com/> από την κατηγορία “things to Do and See”, “Attractions and Culture” υποενότητα “Religious”.



Τα θρησκευτικά αξιοθέατα διαχωρίζονται σε κατηγορίες όπως:

- Μενβιανα και περιστρεφόμενοι Δερβίδες
- Μουσουλμανικές Ιερές τοποθεσίες
- Εβραϊκοί Ιερείς Ιστότοποι – Τούρκικα Μουσουλμανικά Ιερά μέρη
- Χριστιανικά αξιοθέατα
- Θρησκευτικό ταξίδι στη Τουρκία



Ξεχωριστή επίσης παρουσίαση υπάρχει για τα θρησκευτικά φεστιβάλ.



Το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού απαριθμεί τα 18 πιο δημοφιλή τουριστικά κέντρα πίστης στην Τουρκία σε διαφημιστικό φυλλάδιο με τίτλο "Τουρκία, Πατρίδα των Πίστεων", καθώς και σε αντίστοιχο χάρτη.



## ΑΙΓΥΠΤΟΣ

Η Αίγυπτος "η χώρα των Φαραώ" είναι ένα από τα πιο σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα σε ολόκληρο τον κόσμο έχοντας αναπτύξει ιδιαίτερα τον πολιτιστικό τουρισμό συγκεντρώνοντας πολλά μνημεία που ανήκουν σε διάφορους πολιτισμούς, συμπεριλαμβανομένων των Φαραωνικών, των Ελληνικών, Ρουμανικών και άλλων πολιτισμών.

Στους κύριους τουριστικούς προορισμούς περιλαμβάνονται τα μνημεία στην κοιλάδα του Νείλου μεταξύ των οποίων είναι οι Πυραμίδες και η Μεγάλη Σφίγγα στη Γκίζα, οι ναοί Αμπού Σιμπέλ νότια του Ασουάν και το Συγκρότημα Ναών του Καρνάκ, αλλά και η Κοιλάδα των



Βασιλέων κοντά στο Λούξορ. Τα αξιοθέατα στο Κάιρο περιλαμβάνουν το Μουσείο του Καΐρου και το Τζαμί του Μωάμεθ Αλί Πασά. Στις προτιμήσεις των επισκεπτών εντάσσεται και η Αλεξάνδρεια.

Η αιγυπτιακή επανάσταση του 2011 που περιλάμβανε επιθέσεις εναντίον ξένων δημοσιογράφων μαζί με μια σειρά αιγυπτιακών διαδηλώσεων το 2012 –2013, επηρέασαν αρνητικά τον τουρισμό, μια κατάσταση που διατηρήθηκε για τουλάχιστον μια πενταετία.

Από το 2016 η Αίγυπτος ανακτά την ανταγωνιστική της θέση και το 2017 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αποκάλυψε ότι η Αίγυπτος είναι ένας από τους ταχέως αναπτυσσόμενους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο με τις αφίξεις επισκεπτών να φθάνουν τα 8,9 εκατομμύρια, ενώ το 2019 οι αφίξεις εκτινάχτηκαν σε 13,6 εκατ.

Σύμφωνα με τον Οικονομικό Σύμβουλο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού Σαΐντ Μπατούτι, το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών είναι Ευρωπαίοι τουρίστες (περίπου 6,9 εκατομμύρια). Η Δυτική Ευρώπη είναι στην πρώτη θέση, η Ανατολική Ευρώπη βρίσκεται στη δεύτερη θέση και οι χώρες της Μέσης Ανατολής βρίσκονται στην τρίτη θέση.

Οι πόλεις με την υψηλότερη επισκεψιμότητα είναι το Λούξορ και το Κάιρο.

Η αύξηση του τουρισμού είναι αποτέλεσμα των συνεχών προσπαθειών της Αιγύπτου να αναζωογονήσει τον τουριστικό τομέα μέσω της διαφοροποίησης των περιηγήσεων και των μορφών τουρισμού που προσφέρονται στη χώρα.

Τα έσοδα από τον τουρισμό βαίνουν συνεχώς αυξανόμενα από το 2016 και το οικονομικό έτος 2018-2019 έφτασαν στο υψηλότερο σημείο, ήτοι στα 12,6 δισ. δολάρια.

Σε ότι αφορά το θρησκευτικό τουρισμό<sup>51</sup>, αυτός αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα του τουριστικού σχεδιασμού της Αιγύπτου δεδομένης της πληθώρας των θρησκευτικών μνημείων που διαθέτει όπως ιστορικοί ναοί, συναγωγές, εκκλησίες και τζαμιά που προσελκύουν οπαδούς των τριών μονοθεϊστικών θρησκειών του κόσμου εδώ και χιλιετίες.

Σήμερα, οι θρησκευτικοί τουρίστες επισκέπτονται την Αίγυπτο, για χάρη των εβραϊκών, χριστιανικών και μουσουλμανικών ριζών, είτε πρόκειται για τη ζωή του Μωυσή στην Αίγυπτο, είτε για το Ταξίδι της «Αγίας Οικογένειας» ή για τα Τζαμιά. Η Αίγυπτος έχει αναφερθεί σε όλες τις θεϊκές αναφορές : Παλαιά διαθήκη, Τορά, Ευαγγέλιο και Κοράνι.

Οι θρησκευτικοί τουρίστες επιλέγουν την Αίγυπτο για να κάνουν τελετές, να περιηγηθούν σε πνευματικά μέρη και νεκροταφεία θεών. Τα κοπτικά μνημεία και οι εκκλησίες διασκορπίζονται σε όλη τη χώρα, συνδέονται συνήθως με το Ταξίδι της Αγίας Οικογένειας το οποίο προωθείται ως μια σημαντική τουριστική διαδρομή και έχουν σχεδιαστεί για τη συγκεκριμένη διαδρομή διάφορα τουριστικά πακέτα.

---

<sup>51</sup> /egypt.eggate.com/index.php



Το Σινά υπήρξε ένα από τα πιο σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα για τους χριστιανούς μοναχούς από τις πρώτες χριστιανικές εποχές. Αυτοί οι μοναχοί ίδρυσαν πολλά μοναστήρια και εκκλησίες στις κοιλάδες του Σινά και η πιο διάσημη είναι η Μονή της Αγίας Αικατερίνης. Αυτό το μοναστήρι είναι το πιο διάσημο τουριστικό αξιοθέατο που προσελκύει τουριστικά γκρουπ από όλο τον κόσμο, αποφέροντας εισόδημα 10 εκατομμυρίων λιρών ετησίως.

Ωστόσο, πιστεύεται ότι οι θρησκευτικές επισκέψεις στην Αίγυπτο βρίσκονται σε παρακμή και οι ειδικοί του κλάδου αποδίδουν την κατάσταση αυτή λιγότερο στην περιφερειακή πολιτική αστάθεια απ' ό,τι στην αποτυχία να κεφαλαιοποιήσουν μια δυνητικά κερδοφόρα αγορά. Παρά τον μεγάλο αριθμό οργανωμένων επισκεπτών, για το Αιγυπτιακό Υπουργείο Τουρισμού και τους Αιγύπτιους που εργάζονται στην τουριστική βιομηχανία, αυτό είναι ανεπαρκές. Επιδίωξη αποτελεί η αύξηση του αριθμού των θρησκευτικών τουριστών και η περεταίρω ανάπτυξή του.

Σύμφωνα με τον Ahmed el-Khadem, επικεφαλής της αιγυπτιακής τουριστικής αρχής (ETA), για την Αίγυπτο κύρια αγορά θρησκευτικού τουρισμού είναι οι οργανωμένες περιηγήσεις χριστιανών προσκυνητών, οι οποίοι συνήθως επισκέπτονται την Αίγυπτο ως μέρος μιας ευρύτερης περιήγησης στο "ιερό έδαφος" του Ισραήλ, της Ιορδανίας και των Παλαιστινίων εδαφών. Οι ορθόδοξοι χριστιανοί από ανατολικοευρωπαϊκές χώρες επισκέπτονται επίσης τους θρησκευτικούς τόπους της Αιγύπτου σε μικρότερο ωστόσο αριθμό.

Οι ισλαμικές τοποθεσίες της Αιγύπτου προσελκύουν όχι μόνο μουσουλμάνους τουρίστες, αλλά και μη μουσουλμάνους που ενδιαφέρονται για την ιστορική αξία των τζαμιών παρά για την πνευματική αξία (Ahmad Allam, επικεφαλής του τουρισμού). Μάλιστα, οι περισσότεροι μουσουλμάνοι που επισκέπτονται την Αίγυπτο αποκλειστικά για θρησκευτικούς σκοπούς είναι μουσουλμάνοι shia. Οι Σιίτες έρχονται μόνο για να επισκεφθούν τζαμιά, όπως τα τζαμιά al-hussein και al-hakim. Ο αριθμός τους είναι πολύ περιορισμένος.

Ο εβραϊκός θρησκευτικός τουρισμός έχει επίσης μειωθεί τα τελευταία χρόνια λόγω των πολιτικών εντάσεων που οφείλονται στη σύγκρουση Αραβικά Εμιράτα-Ισραήλ. Εκατοντάδες παλιές τοποθεσίες που βρίσκονται στο αιγυπτιακό έδαφος δέχονται επισκέψεις από δυτικούς εβραίους ως μέρος των χριστιανικών περιοχών ιερού εδάφους. Ο ναός της Πύλης του Ουρανού, στο κέντρο του Καΐρου, είναι ένας από τους πιο αξιόλογους εβραϊκούς ναούς. Υπάρχουν πολλές τουριστικές ομάδες Εβραίων που έρχονται στην Αίγυπτο επειδή εξακολουθεί να αντιπροσωπεύει τις αναμνήσεις των προγόνων τους που ζούσαν εκεί. Επίσης

ο ναός Yen Ezra είναι ο πιο διάσημος και σημαντικός ναός που βρίσκεται στο τέλος των κοπτικών εκκλησιών στο Αρχαίο Κάιρο (περιοχή Fustat). Η αιγυπτιακή κυβέρνηση έδωσε έμφαση σε αυτήν την περιοχή και την αποκατέστησε για να μετατραπεί σε τουριστικό αξιοθέατο.

Ακόμη, υπάρχουν και ορισμένες συναγωγές όπως ο ναός Eliyhau Hanani που είναι ένας από τους παλαιότερους και πιο διάσημους ναούς των Εβραίων στην Αλεξάνδρεια.

Σε μια προσπάθεια να προσελκύσουν τουρίστες όλων των θρησκειών, τα Υπουργεία Τουρισμού και Πολιτισμού προχώρησαν στην αναβάθμιση και αποκατάσταση ενός σημαντικού αριθμού ιστορικών θρησκευτικών χώρων. Επιπλέον, ελήφθησαν μέτρα με άλλες κρατικές υπηρεσίες προκειμένου να διασφαλιστεί ότι οι προσκυνητές θα έχουν μια αξέχαστη εμπειρία. Το Υπουργείο εκπαιδεύει ανθρώπους για να τους βοηθήσει να αντιμετωπίσουν τους τουρίστες αποτελεσματικά και να κάνουν τους επισκέπτες να αισθάνονται ευπρόσδεκτοι. Επιπλέον, διεξάγονται συνομιλίες με τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις δημοσίων σχέσεων σχετικά με τον τρόπο προσέγγισης και συντονισμού με τους διεθνείς οργανωτές περιηγήσεων και τις αεροπορικές εταιρείες για την οργάνωση προσκυνημάτων στην Αίγυπτο.

Το 2000, η κυβέρνηση ξεκίνησε μια τουριστική πρωτοβουλία για την προώθηση της παραμονής της «Ιερής Οικογένειας» στην Αίγυπτο, πραγματοποιώντας εκτεταμένες ανακαινίσεις στο παλιό Κάιρο. Πολλές ταξιδιωτικές και θρησκευτικές οργανώσεις προσφέρουν τώρα ειδικά πακέτα που ακολουθούν τη διαδρομή της ιερής οικογένειας, επισκέπτοντας τις στάσεις που σύμφωνα με την παράδοση η Αγία Οικογένεια έκανε κατά τη διάρκεια της τριετούς παραμονής της στην Αίγυπτο.

Το προσκύνημα οδηγεί τους επισκέπτες σε οκτώ προορισμούς που ήταν σημαντικοί για την Αγία Οικογένεια. Το πρώτο βρίσκεται στο Arish στο Βόρειο Σινά, διασχίζει το Δέλτα του Ανατολικού Νείλου και φτάνει στο Wadi Natrun, το οποίο φιλοξενεί τέσσερα σημαντικά κοπτικά μοναστήρια. Το ταξίδι περιλαμβάνει και το Κάιρο, όπου σύμφωνα με πληροφορίες η Ιερή Οικογένεια πέρασε χρόνο, με προσκυνητές περιοδεύοντας αρχαία μοναστήρια και καθεδρικούς ναούς στην πόλη.

Στη σελίδα <https://egypt.eggate.com/index.php/holy-family-in-egypt> παρουσιάζονται πολλά τουριστικά πακέτα για τη διαδρομή «Holy Family Trip» τα οποία διέρχονται από όλα τα σημεία από τα οποία πέρασε η οικογένεια του Χριστού.



EGG GATE  
HOME DESTINATIONS ~ TRAVELERS ESSENTIALS ~ ABOUT EGYPT ~ TOURISM ~ DIRECTORY ~ BLOG Q

**.. take the young Child and His mother, and flee into Egypt” (Matthew 2:13)**

### Journey of The Holy Family to Egypt

It was during the beginning of the 1st century AD that an angel of the Lord appeared to Joseph in a dream and warned him to flee to Egypt, to secure Jesus Christ from Herod, who was seeking to kill the young children to preserve his kingdom.

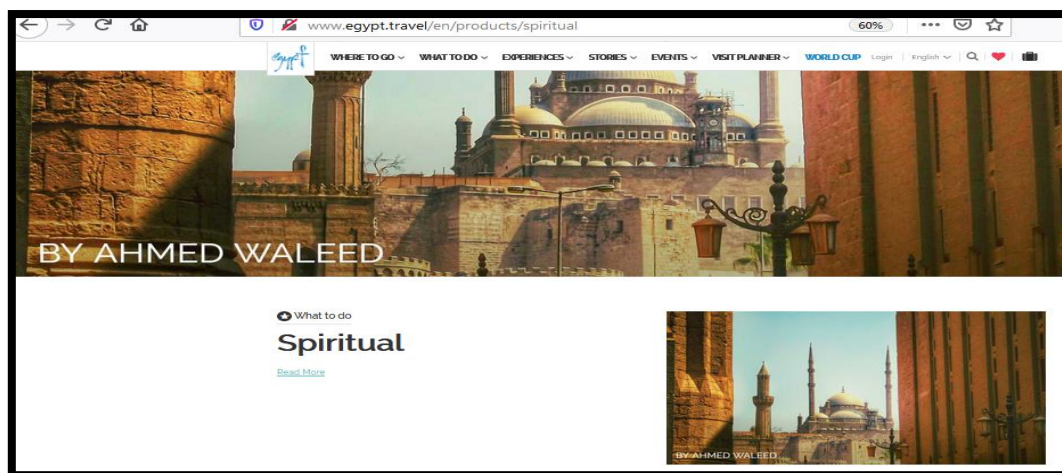
“...and called my son out of Egypt” (Hosea 11:1)

Ένα άλλο έργο που υλοποιήθηκε είχε ως στόχο τους Σίτες προσκυνητές. Τα Υπουργεία Τουρισμού και Πολιτισμού δημοσίευσαν έναν οδηγό, γραμμένο σε αραβικά και περσικά. Τα υπουργεία έχουν επίσης δαπανήσει 12 εκατομμύρια λίρες στερλίνες σε ένα πρόγραμμα περιήγησης πεζοπορίας που συνδέει ισλαμικά ιερά που συνδέονται με μέλη της οικογένειας του προφήτη Μουχάμαντ.

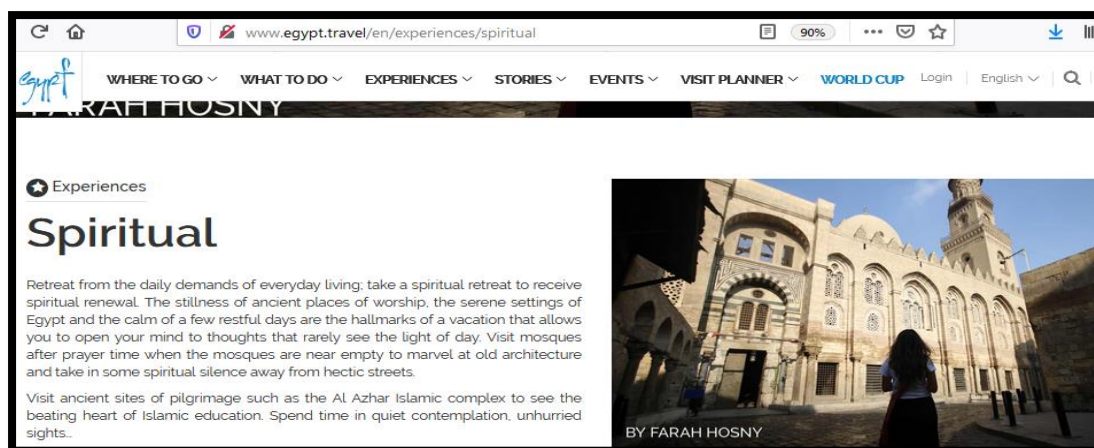
Αναφορικά με την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού, αυτή πραγματοποιείται μέσω της επίσημης τουριστικής ιστοσελίδας της Αιγύπτου «<http://www.egypt.travel/en>» στην οποία χαρακτηρίζεται ο θρησκευτικός τουρισμός ως πνευματική δραστηριότητα και αναφέρεται με δύο μορφές και στις κατηγορίες της. Αρχικά η κατηγορία “what to do” και υποενότητα “spiritual” διαχωρίζει τη θρησκευτική επίσκεψη στην Αίγυπτο σε 3 υποκατηγορίες και προτείνει στον επισκέπτη μέσω ενός χάρτη θέλγητρων, ανάλογα με τη θρησκεία που τον ενδιαφέρει, ποιες περιοχές μπορεί να επισκεφτεί και τι δραστηριότητες μπορεί να πραγματοποιήσει.

Οι κατηγορίες της συγκεκριμένης υποενότητας είναι:

- Islamic Egypt - Το Ισλάμ στην Αίγυπτο
- Coptic Egypt - Είδος χριστιανικής θρησκείας στην Αίγυπτο
- Jewish Egypt - Η εβραϊκή θρησκεία στην Αίγυπτο



Συμπληρωματικά στη κατηγορία “experiences” και στην υποενότητα “spiritual” προτείνονται τα πιο σημαντικά θρησκευτικά και ιστορικά μνημεία της Αιγύπτου.



Η επιλογή πάνω σε συγκεκριμένο σημείο ενδιαφέροντος ενημερώνει τον αναγνώστη με μία σύντομη περιγραφή προσφέροντας τη δυνατότητα κράτησης και αγοράς της επίσκεψης σε αυτό ως “add to trip”.

Σημαντική είναι η πληροφόρηση για:

- την τιμή,
- την διάρκεια της επίσκεψης,
- τις προτεινόμενες ώρες,
- και την τοποθεσία.

Ακόμα αναγράφονται βιωματικές εμπειρίες επισκεπτών και παρόμοια θέλγητρα που μπορεί να επισκεφτεί ο τουρίστας χωρίς να σχετίζονται απαραίτητα με το θρησκευτικό τουρισμό.

Σήμερα για τη γενικότερη τουριστική προβολή της Αιγύπτου, το Υπουργείο Τουρισμού, η Αρχή Προώθησης Τουρισμού και τα Τουριστικά Επιμελητήρια συμμετέχουν σε διάφορες διεθνείς εκθέσεις και διοργανώνουν διαφημιστικές εκστρατείες για την Αίγυπτο σε διάφορες τουριστικές αγορές.

Για την ικανοποίηση του στόχου αναζωογόνησης του Αιγυπτιακού τουρισμού σύμφωνα με το Υπουργείο Τουρισμού απαιτούνται ενέργειες όπως :

1. Μεγαλύτερη έμφαση στον πολιτιστικό τουρισμό.
2. Επέκταση άλλων τομέων τουρισμού, όπως ο θρησκευτικός τουρισμός, καθώς η Αίγυπτος έχει πολλά θρησκευτικά μνημεία που ανήκουν στις τρεις θρησκείες: Ιουδαϊσμός, Χριστιανισμός και Ισλάμ.
3. Ενεργοποίηση και προώθηση του τουρισμού μέσω ανάδειξης αρχαιοτήτων και μουσείων, διοργάνωσης εκθέσεων στο εξωτερικό και διεξαγωγής εκτεταμένων διεθνών συνεντεύξεων τύπου κατά την ανακάλυψη νέων αρχαιοτήτων.
4. Δημιουργία ενός πολύγλωσσου τηλεοπτικού καναλιού ή πολλών καναλιών που θα προβάλλουν τις αρχαιότητες και τον τουρισμό.



**ΙΝΔΙΑ**

Η Ινδία, σταυροδρόμι πολιτισμών, γενέτειρα θρησκειών και φιλοσοφικών ρευμάτων και πρακτικών αποτελεί προορισμό μοναδικής έλξης για κάθε τύπου επισκέπτη.

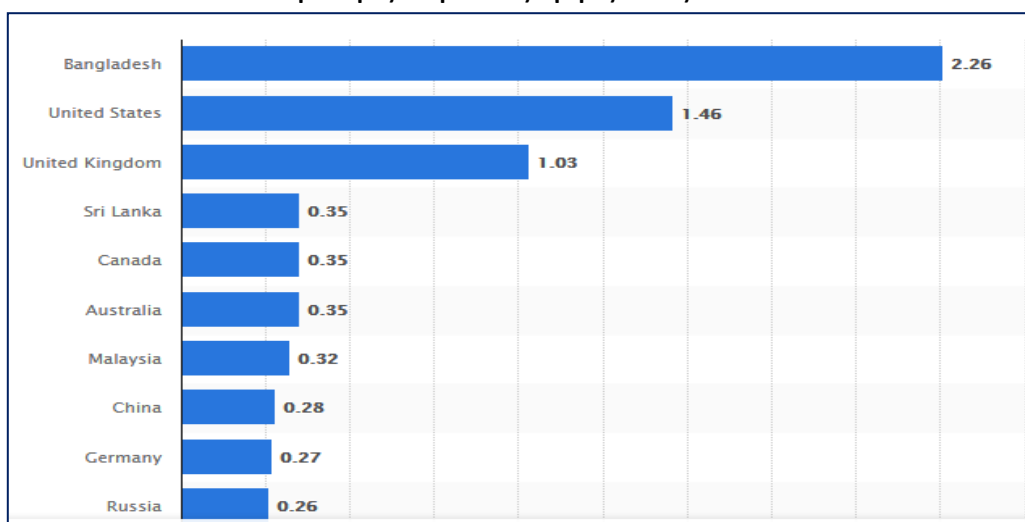
Σήμερα είναι από τις πιο γοργά αναπτυσσόμενες οικονομίες, από τις ανερχόμενες υπερδυνάμεις η οποία κερδίζει συνεχώς φανατικούς επισκέπτες και αναδεικνύεται ως κορυφαίος τουριστικός προορισμός.

Ο τουρισμός στην Ινδία είναι σημαντικός για την οικονομία της χώρας και αναπτύσσεται ραγδαία. Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού υπολόγισε ότι ο συγκεκριμένος τομέας δημιούργησε 16,91 εκατομμύρια *core* (240 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ) ή 9,2%

του ΑΕΠ της Ινδίας το 2018 και υποστήριξε 42.673 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Ο τουριστικός τομέας προβλέπεται να αυξηθεί με ετήσιο ρυθμό 6,9% έως το 2028<sup>52</sup>.

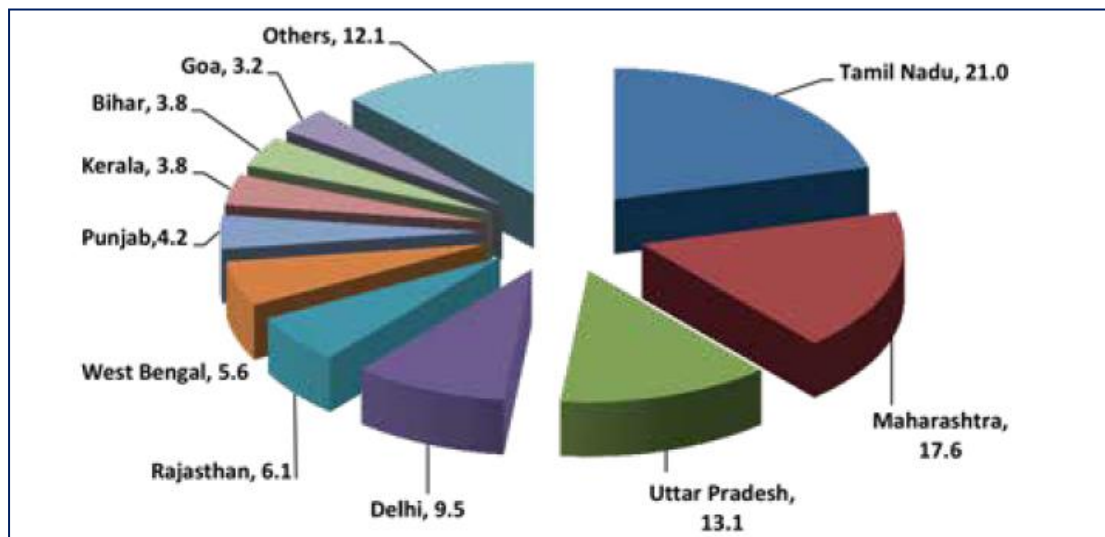
Οι κυριότερες χώρες προέλευσης επισκεπτών το 2018 ήταν το Μπαγκλαντές, οι Η.Π.Α. και το Ηνωμένο Βασίλειο και ακολουθούν με πολύ μικρότερη συμμετοχή η Σρι Λάνκα, ο Καναδάς, η Αυστραλία, κ.α.

Κυριότερες τουριστικές αγορές Ινδίας το 2018



Πηγή : [www.statista.com](http://www.statista.com)

Οι πιο επισκέψιμες περιοχές της Ινδίας το 2018 από διεθνείς τουρίστες φαίνονται στο ακόλουθο γράφημα.



Πηγή: Ministry of Tourism Government of India, India Tourism Statistics At a Glance 2019

Η Έκθεση Ανταγωνιστικότητας Ταξιδιού και Τουρισμού 2019 κατέταξε την Ινδία στην 34η θέση από τις 140 χώρες συνολικά. Η χώρα σημειώνει επίσης υψηλή βαθμολογία για τους φυσικούς πόρους (14η θέση), αλλά και για τους πολιτιστικούς πόρους και τα επαγγελματικά

<sup>52</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism\\_in\\_India](https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_India)

ταξίδια (8η θέση). Αναφέρεται ότι στην Ινδία υπάρχουν 38 μνημεία ενταγμένα στον κατάλογο της UNESCO εκ των οποίων τα 29 έχουν ενταχθεί για την πολιτιστική τους αξία.

Μάλιστα στην Ινδία βρίσκονται δύο από τα δώδεκα δημοφιλέστερα ιερά προσκυνήματα του κόσμου, ήτοι :

- Ο ποταμός Γάγγης που θεωρείται ιερός ποταμός και για τους Ινδουιστές αποτελεί την προσωποποίηση του Θείου, πιστεύοντας ότι το λούσιμο στα νερά του καθαρίζει τις αμαρτίες και διευκολύνει τη σωτηρία. Ο Γάγγης προσελκύει 20 εκατ. επισκέπτες το χρόνο.
- Ο χρυσός ναός Αμριτσάρ που αποτελεί τον κύριο ναό λατρείας των Σιχ.



Ο χρυσός ναός Αμριτσάρ

Πηγή : <https://el.wikipedia.org>

Γενικότερα, η Ινδία είναι διάσπαρτη από θρησκευτικά μνημεία και ενδεικτικά αναφέρονται ορισμένα που είναι ενταγμένα στον κατάλογο της UNESCO (Μοίρα Π, 2018:219-221) :

- Το Ταζ Μαχάλ που αποτελεί μνημείο κόσμημα της μουσουλμανικής τέχνης.
- Ο ναός του ήλιου στο Κονάρακ, ένα από τα πιο γνωστά ιερά των Βραχμάνων και "στολίδι" των θρησκευτικών μνημείων της Ινδίας.
- Ιερά και εκκλησίες στη Γκόα.
- Τα σπήλαια του Ελέφαντα, περιοχή γνωστή για τους σκαλισμένους στα βράχια ναούς και αποτελεί προορισμό τόσο προσκυνηματικού τουρισμού, όσο και τουρισμού αναψυχής.
- Οι μεγάλοι ναοί των Τσόλα που εκτείνονται σε όλη τη νότια Ινδία και τα γειτονικά νησιά.
- Τα βουδιστικά μνημεία στη Σάντσι.
- Το συγκρότημα ναών του Μαχαμπόντι που αποτελεί ένα από τα τέσσερα ιερότερα μέρη που συνδέονται με τη ζωή του Βούδα.

Σύμφωνα με τη μελέτη «Diverse beliefs: tourism of faith» (2012) του Μη Κυβερνητικού Οργανισμού FICCI υπάρχουν δύο διαφορετικές πτυχές του Θρησκευτικού Τουρισμού στην Ινδία:

Α) η πίστη του ντόπιου θρησκευτικού τουρίστα, που έχει πνευματική προσκόλληση στο θέμα / προορισμό σύμφωνα με τις θρησκευτικές του πεποιθήσεις.

Β) ο «ξένος» τουρίστας, κάποιος που ανήκει σε διαφορετική θρησκεία, περιοχή ή χώρα, για τον οποίο ο προορισμός και οι θρησκευτικές πρακτικές έχουν τη διάσταση της «καινοτομίας», μιας πνευματικής εμπειρίας διαφορετικής από τη δική του.

Όντας ένας από τους αρχαιότερους πολιτισμούς του κόσμου, η Ινδία ήταν σε επαφή με σχεδόν όλες τις μεγάλες θρησκείες του κόσμου, και παρόλο που κυριαρχείται από τον Ινδουισμό, θρησκείες όπως το Ισλάμ, ο Βουδισμός και ο Χριστιανισμός έχουν επίσης επηρεάσει ένα σημαντικό μέρος του πληθυσμού. Ωστόσο, υπάρχουν και εξειδικευμένες θρησκείες, όπως ο Σιχισμός, ο Ιαϊνισμός, ο Βαϊσναβισμός, ο Εβραϊσμός που αναπτύχθηκε ως παρακλάδι στις μεγάλες θρησκευτικές σχολές σκέψης.

Με βάση τη φύση του προϊόντος, την ένταση και την περιοχή του ταξιδιού, ο Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ινδία διακρίνεται στις ακόλουθες κατηγορίες :

- Προσκυνήματα
- Ιεραποστολικό ταξίδι
- Κρουαζιέρες με βάση την πίστη
- Συνέδρια και συγκεντρώσεις
- Επισκέψεις σε μοναστήρια και διαμονή σε ξενώνες
- Καμπ πίστης
- Θρησκευτικά τουριστικά αξιοθέατα

Η κυβέρνηση αναγνωρίζει πολύ καλά τη σημασία του θρησκευτικού τουρισμού όχι μόνο ως οικονομικού παράγοντα, αλλά και ως εργαλείο για τη διασφάλιση της κοινοτικής αρμονίας. Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ινδία είναι το επίκεντρο της εθνικής τουριστικής πολιτικής. Εκείνο το οποίο υπογραμμίζεται είναι ότι καθώς η Ινδία διαθέτει θρησκευτικά κέντρα σε ολόκληρη τη χώρα δεν απαιτείται η ανάπτυξη ή η συμπλήρωση του θρησκευτικού προϊόντος, αντίθετα είναι επιτακτική ανάγκη το συγκεκριμένο προϊόν να αναπτυχθεί επαγγελματικά και όχι με τυχαίο τρόπο.

Ο θρησκευτικός τουρισμός έχει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης λόγω της διαθεσιμότητας θρησκευτικών τουριστικών περιοχών σε όλη τη χώρα. Στο πλαίσιο αυτό το Υπουργείο Τουρισμού θεωρεί αναγκαίο τον εντοπισμό των βασικών ελλείψεων, των απαιτήσεων για τη διευκόλυνση της παροχής του προϊόντος και την αντιμετώπιση των αδυναμιών ως ουσιαστικής σημασίας ζητήματα για να ανοίξει ο δρόμος της ανάπτυξης αυτού του εξειδικευμένου τομέα της Ινδίας με τέτοιο τρόπο, ώστε να μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πόλο έλξης για τους εισερχόμενους τουρίστες.

Στην κατεύθυνση αυτή έχει σχεδιαστεί ένας οδικός χάρτης με ορισμένα βασικά σημεία για την έναρξη μιας πιο προοδευτικής φάσης στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ινδία, ήτοι:

#### 1. Ανάπτυξη θρησκευτικού τουρισμού μέσω κόμβων και ακτινών

Προτείνεται η δημιουργία κόμβων κοντά σε θρησκευτικά κέντρα, όπου υπάρχει ήδη βασική υποδομή και ο σχεδιασμός ημερήσιων εκδρομών που θα διέρχονται από εκεί. Καθώς η εισροή πλήθους είναι ήδη σημαντική σε διάσημα σημεία, ένα μοντέλο κόμβου και ακτινών θα εξασφαλίσει την τουριστική εξάπλωση σε όλα τα κοντινά αξιοθέατα.



2. Παροχή μιας ολιστικής εμπειρίας τουρισμού στους τουρίστες

Η προσέλκυση τμημάτων της αγοράς που δεν προσελκύνονται από θρησκευτικούς χώρους, χρειάζεται ένα ολιστικό πακέτο γύρω από τα θρησκευτικά σημεία. Οι τουρίστες μπορεί να μην το θεωρούν χρήσιμο να έρχονται μέχρι το προσκύνημα. Ένας καινοτόμος μηχανισμός για τον εξορθολογισμό αυτής της ανάπτυξης μπορεί να είναι η προώθηση ενός θρησκευτικού τουριστικού προορισμού ως εναλλακτικού τουριστικού προορισμού. Για παράδειγμα, το Rishikesh προωθείται τόσο ως θρησκευτικός προορισμός, όσο και ως προορισμός περιπέτειας.

3. Το μάρκετινγκ προορισμών θρησκευτικού τουρισμού χρειάζεται ειδική εκπαίδευση, καθώς ένα μεγάλο μέρος των επισκεπτών προσελκύεται σε αυτούς τους προορισμούς για λόγους όπως η μελέτη της παλιάς κουλτούρας, η εξέλιξη των πρακτικών και η έρευνα.

Η καινοτομία σε αυτήν την περίπτωση μπορεί να συνδυάζει το τελετουργικό μέρος των θρησκευτικών περιηγήσεων με ενημερωτικές, πολιτιστικές και φιλοσοφικές συνεισφορές. Οι παραδοσιακοί χοροί, η μουσική και το θέατρο που σχετίζονται με το θρησκευτικό ιερό πρέπει να ενσωματωθούν στη διαδρομή. Ομιλίες για τις θρησκευτικές πεποιθήσεις, εργαστήρια γιόγκα και πρακτικές της Αγιουρβέδας μπορούν να προσθέσουν τεράστια αξία στον θρησκευτικό τουρισμό.

4. Ανάπτυξη ολοκληρωμένης υποδομής για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού.
5. Ανάπτυξη κατάλληλου θεσμικού πλαισίου για την τόνωση της ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού.
6. Τιμολόγηση προϊόντων θρησκευτικού τουρισμού.
7. Περιορισμός του αντίκτυπου της παγκοσμιοποίησης σε μέρη με τοπική ιδιαιτερότητα και κουλτούρα για να μη μετατραπούν σε θρησκευτικό τουριστικό αξιοθέατο.
8. Βελτίωση της συνδεσιμότητας με συγκεκριμένα κυκλώματα θρησκευτικού τουρισμού για την προώθησή τους.

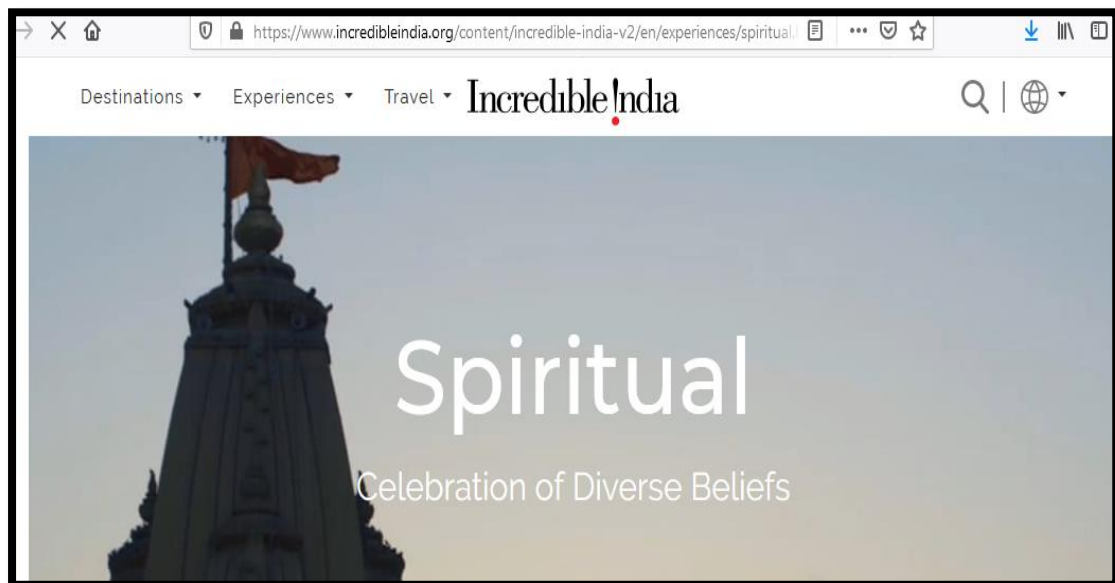
Το IRCTC Tourism έχει δώσει ιδιαίτερη ώθηση στο Βουδιστικό τουρισμό, παρέχοντας ένα ολιστικό προϊόν που περιλαμβάνει μεταφορά, περιήγηση σε αξιοθέατα και διαμονή.

Το Υπουργείο Πολιτικής Αεροπορίας της Κυβέρνησης της Ινδίας ανέπτυξε εξειδικευμένη υποδομή για την ανάπτυξη του Βουδιστικού Τουρισμού, αναπτύσσοντας ένα διεθνές αεροδρόμιο κοντά στο Gaya διευκολύνοντας έτσι την άμεση μετακίνηση τουριστών από χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας, που αποτελεί ένα μεγάλο μέρος της πελατείας για το συγκεκριμένο προϊόν.

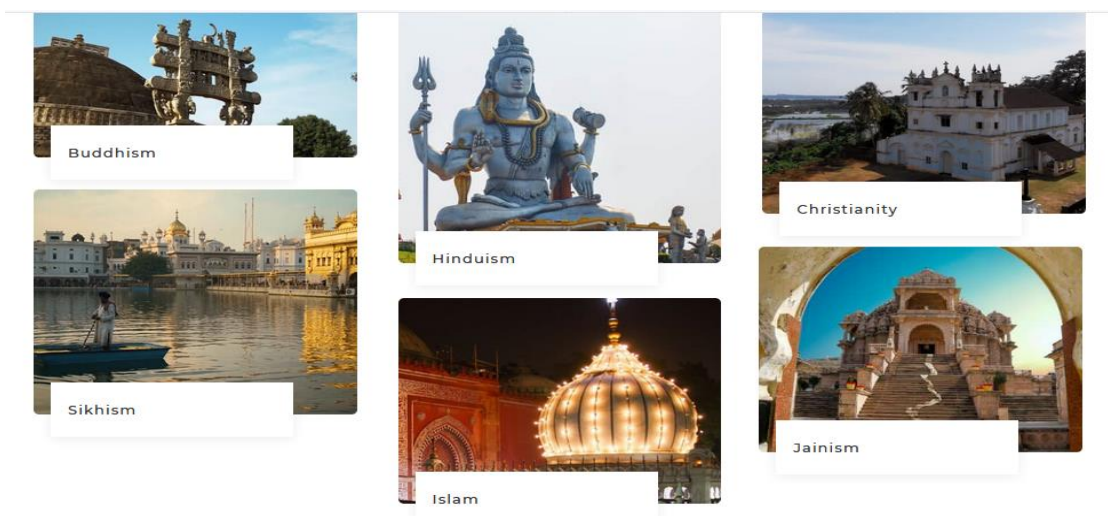
*Ο Οργανισμός Τουρισμού της Ινδίας στοχεύει στην ανάδειξη της πολυπλευρικότητας των αξιοθεαμάτων του τουρισμού της Ινδίας, και τα νέα προϊόντα - πακέτα με σλόγκαν 'Βρείτε αυτό που ζητάτε'. Αυτή είναι μια διεθνής καμπάνια, που προβάλλει διαφορετικές πτυχές του τουρισμού της Ινδίας με διάφορα προϊόντα όπως MICE, Ayurveda & Wellness, περιπέτεια και Φύση, Τουρισμός Υγείας, Προσκυνηματικός Τουρισμός, Πολιτιστικός Τουρισμός, Αγροτικός Τουρισμός, και πολλά άλλα.*

Η επίσημη τουριστική ιστοσελίδα <http://tourism.gov.in> δεν περιέχει κατηγορία η οποία μπορεί να παραπέμψει τον αναγνώστη-τουρίστα στην ενημέρωσή του για το θρησκευτικό τουρισμό ούτε προσφέρονται πληροφορίες μέσω της μηχανής αναζήτησης της σελίδας.

Ωστόσο, το Υπουργείο Τουρισμού διατηρεί την καμπάνια «**Incredible India**» για την οποία υπάρχει αντίστοιχο πόρταλ μέσω του οποίου προωθείται ο τουρισμός στην Ινδία. Στην ενότητα «εμπειρίες – experiences» γίνεται αναφορά στο θρησκευτικό τουρισμό με την έννοια του προσκυνητή και δίδονται αναλυτικές πληροφορίες για κάθε θρησκεία που υπάρχει στην Ινδία και τα αντίστοιχα μνημεία που μπορεί κάποιος να επισκεφτεί.

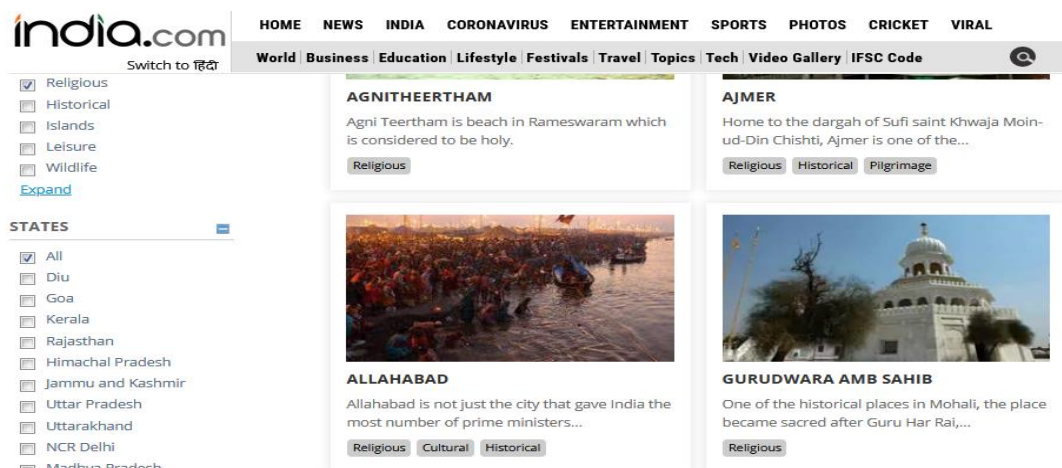


Επίσης στην κατηγορία «εμπειρίες – experiences» στην υποκατηγορία «Μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO» περιγράφονται διάφορα θρησκευτικά μνημεία και χώροι της Ινδίας.





Ο ενδιαφερόμενος τουρίστας μπορεί να εξερευνήσει τους θρησκευτικούς προορισμούς της Ινδίας και μέσω της Ιστοσελίδας [www.india.com/travel/discover/theme-religious](http://www.india.com/travel/discover/theme-religious).



Εκεί περιλαμβάνεται μια εκτενής λίστα 96 θρησκευτικών προορισμών και για κάθε ένα από αυτούς αναγράφεται αρχικά μία συνοπτική περιγραφή και η πιθανή συσχέτισή του με τον πολιτισμικό και ιστορικό τουρισμό. Ο ενδιαφερόμενος ακόμα έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τον προορισμό που τον ενδιαφέρει και να ανακατευθυνθεί στις αναλυτικές πληροφορίες του θρησκευτικού αυτού πόλου έλξης όπου αναλύονται τα παρακάτω:

- Συνοπτική περιγραφή του θέλγητρου και πώς να φτάσεις στον προορισμό.
- Καλύτερες τοποθεσίες διαμονής και φαγητού.
- Πίνακας σύγκρισης καλύτερης περιόδου για επίσκεψη με τις συνηθέστερες ελάχιστες και μέγιστες θερμοκρασίες κλίματος για κάθε μία.
- Φωτογραφίες, χάρτης και άρθρα σχετικά με την περιοχή.
- Συγκεκριμένα σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος που εντάσσονται στην περιοχή και προτείνονται στους επισκέπτες.
- Δραστηριότητες που μπορεί να πραγματοποιήσει ο τουρίστας στην περιοχή.
- Προτάσεις για μέρη διαφορετικού ενδιαφέροντος που βρίσκονται κοντά στην περιοχή και παρόμοιες αναζητήσεις.



## ΚΥΠΡΟΣ

Ο τουρισμός αποτελεί από τη δεκαετία του '80 έναν από τους κυριότερους στυλοβάτες της κυπριακής οικονομίας με μεγάλη συνεισφορά στο ΑΕΠ και την απασχόληση. Μάλιστα, υπήρξε ένας από τους σημαντικότερους πυλώνες στήριξης της πορείας ανάκαμψης της κυπριακής οικονομίας μετά την κρίση του 2013 (Σύκας Ν, 2020)<sup>53</sup>. Το 2019 τα έσοδα από τον τουρισμό υπολογίζονται σε €2.683,0 εκ., ενώ οι αφίξεις ταξιδιωτών ανήλθαν σε 5.777.029, σημειώνοντας αύξηση 4,4% συγκριτικά με το 2018 (Κυπριακή Δημοκρατία - Στατιστική Υπηρεσία, 2020 : 5,8).

Η Κύπρος σύμφωνα με την Έκθεση Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ για το 2019, ανέβηκε στην 44η θέση του Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού και Ταξιδίων, σε σύνολο 140 χωρών.

Κύριες τουριστικές αγορές της Κύπρου το 2019, σύμφωνα με στοιχεία αφίξεων περιηγητών κατά χώρα συνήθους διαμονής της Στατιστικής Υπηρεσίας Κύπρου, αποτελούν το Ηνωμένο Βασίλειο, η Σουηδία, η Γερμανία, η Ελλάδα, το Ισραήλ, ο Λίβανος, καθώς και η Ρωσία (2<sup>η</sup> σημαντικότερη αγορά) της οποίας οι επισκέπτες επιλέγουν τον “θρησκευτικό τουρισμό” με επισκέψεις σε μοναστήρια και εκκλησίες του νησιού, με αγαπημένο προορισμό το μοναστήρι της Παναγίας του Κύκκου.



Μοναστήρι Παναγίας Κύκκου

**Πηγή :** <https://www.monastiria.gr/to-monastiri-tis-panagias-kykkou>

Η θέση της Κύπρου στην Ανατολική Μεσόγειο της δίνει ιδιαίτερη θρησκευτική σημασία. Γνωστή και ως νησί των αγίων, ανέκαθεν υπήρξε προσκυνηματικός χώρος από την εποχή μάλιστα της πολυθεϊστικής ειδωλολατρίας πριν τη διάδοση του χριστιανισμού. Μαρτυρία αποτελούν οι ναοί της Αφροδίτης στην Πάφο, του Δία στο σημερινό μοναστήρι του Σταυροβουνίου, κ.α.

<sup>53</sup> <https://www.eurokerdos.com/to-branding-toy-kypriakoy-toyris moy>

Η Κύπρος συγκεντρώνει τεράστιο θρησκευτικό πλούτο με πολυάριθμα θρησκευτικά προσκυνήματα, ιερούς ναούς, μοναστήρια, εκκλησιαστικά κειμήλια και πλήθος αγίων (Απόστολος Παύλος, Βαρνάβας, Ελένη, Λάζαρος, κ.α.) συνδεδεμένων με την ιστορία της χριστιανικής θρησκείας τα οποία καθιέρωσαν το νησί ως ενδιαμέσο προσκυνηματικό σταθμό για τους προσκυνητές που ταξίδευαν από και προς τους Αγίους Τόπους της Παλαιστίνης.

Το θρησκευτικό προϊόν της Κύπρου περιλαμβάνει μεταξύ άλλων δέκα (10) μεσαιωνικές ξυλόγλυπτες εκκλησίες στο όρος Τρόδος, που αποτελούν μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO για τις εκπληκτικές τοιχογραφίες τους και βρίσκονται στην κορυφή των επιλογών πολλών θρησκευτικών τουριστών.



Εκκλησίες στο Τρόδος ενταγμένες τον κατάλογο της UNESCO

Πηγή: <https://www.mixanitouxronou.com.cy>

Ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό της Κύπρου, που την κάνει να ξεχωρίζει, είναι η ειρηνική συνύπαρξη του Χριστιανισμού και του Μωαμεθανισμού, ενώ παράλληλα οι Ορθόδοξοι μοιράζονται το χώρο με του Αρμένιους και τους Καθολικούς. Αυτή η ειρηνική συνύπαρξη χρόνων ήταν η αιτία να δημιουργηθούν αλλά και να διατηρηθούν διαφορετικά θρησκευτικά μνημεία (Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού, 2010).

Έτσι, οι τουρίστες σήμερα μπορούν να δουν να συνυπάρχουν μουσουλμανικά και ορθόδοξα μνημεία. Το μουσουλμανικό τέμενος Χαλά Σουλτάν Τεκκέ αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τόπους λατρείας της μουσουλμανικής θρησκείας, αναφέρεται τέταρτο μετά τα τεμένη της Μέκκας, της Μεδίνας και του Αλ Ακσιά στην Ιερουσαλήμ<sup>54</sup>.



Πηγή: <https://www.cyprushighlights.com/>

Ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού ήδη από το 2006 έδωσε έμφαση στην επανατοποθέτηση της Κύπρου στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη με τη δημιουργία νέων ειδικών τουριστικών προϊόντων μεταξύ των οποίων ήταν και ο θρησκευτικός τουρισμός. Στην κατεύθυνση της ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού σχεδιάστηκαν θρησκευτικές διαδρομές και υλοποιήθηκαν ποικίλες δράσεις για την προβολή τους.

<sup>54</sup> <https://www.taxidologio.gr/larnaca-todo-hala-sultan-tekke.html>

Ακολουθούν οι θρησκευτικές διαδρομές όπως παρουσιάζονται στην επίσημη ιστοσελίδα τουρισμού της Κύπρου.

### Θρησκευτικές Διαδρομές



Η καρδιά της θρησκείας



Η Κύπρος των Αποστόλων Παύλου και Βαρνάβα Θρησκευτική Διαδρομή



Βυζαντινή Διαδρομή: 10 τοιχογραφημένες εκκλησίες του Τροόδους Θρησκευτική Διαδρομή



Λατρεία του Τιμίου Σταυρού στην Κύπρο Θρησκευτική Διαδρομή



Η Βυζαντινή Τέχνη στην Κύπρο (Δυτική Διαδρομή) Θρησκευτική Διαδρομή



Η Βυζαντινή Τέχνη στην Κύπρο (Ανατολική Διαδρομή) Θρησκευτική Διαδρομή



Πολυπολιτισμική Χριστιανική Κύπρος Ανεκτική σε άλλες Θρησκείες και Δόγματα - Διαδρομή Α Θρησκευτική Διαδρομή



Πολυπολιτισμική Χριστιανική Κύπρος Ανεκτική σε άλλες Θρησκείες και Δόγματα - Διαδρομή Β



Πολυπολιτισμική Χριστιανική Κύπρος Ανεκτική σε άλλες Θρησκείες και Δόγματα - Διαδρομή Γ

Θρησκευτικές Διαδρομές



Μοναχισμός και Ασκητισμός - Διαδρομή Α Θρησκευτική Διαδρομή



Μοναχισμός και Ασκητισμός - Διαδρομή Β Θρησκευτική Διαδρομή



Μοναχισμός και Ασκητισμός - Διαδρομή Γ Θρησκευτική Διαδρομή



Μοναχισμός και Ασκητισμός - Διαδρομή Δ Θρησκευτική Διαδρομή



Μοναχισμός και Ασκητισμός - Διαδρομή Ε Θρησκευτική Διαδρομή



1η Τοπική Διαδρομή: Λευκωσία - Παλιά Πόλη Λευκωσίας Θρησκευτική Διαδρομή



2η Τοπική Διαδρομή Λευκωσίας Θρησκευτική Διαδρομή



3η Τοπική Διαδρομή Λευκωσίας Θρησκευτική Διαδρομή



Τοπική Διαδρομή: Λάρνακα - Αμμόχωστος Θρησκευτική Διαδρομή

Θρησκευτικές Διαδρομές



Τοπική Διαδρομή Λάρνακας Θρησκευτική Διαδρομή



1η Τοπική Διαδρομή Λεμεσού Θρησκευτική Διαδρομή



2η Τοπική Διαδρομή Λεμεσού Θρησκευτική Διαδρομή



3η Τοπική Διαδρομή Λεμεσού Θρησκευτική Διαδρομή



1η Τοπική Διαδρομή Πάφου Θρησκευτική Διαδρομή



2η Τοπική Διαδρομή Πάφου Θρησκευτική Διαδρομή



3η Τοπική Διαδρομή Πάφου Θρησκευτική Διαδρομή



Γενική Διαδρομή Α προς Δύση Θρησκευτική Διαδρομή



Γενική Διαδρομή Β προς Ανατολή Θρησκευτική Διαδρομή

Εκτιμάται ότι 100.000 από τα 2,5 εκατομμύρια τουρίστες που μεταβαίνουν στην Κύπρο κάθε χρόνο επισκέπτονται κάποιο θρησκευτικό μνημείο. Μάλιστα χώρες όπως η Ρωσία, η Ουκρανία, η Αίγυπτος και άλλες Ορθόδοξες χώρες έχουν δείξει πρόσθετο ενδιαφέρον για την Κύπρο που βασίζεται εν μέρει στη θρησκεία.

Σημειώνεται ότι ο Πρόεδρος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού αναφέρει ότι ανάμεσα στους δέκα κορυφαίους αναδυόμενους θρησκευτικούς προορισμούς συγκαταλέγεται και η Κύπρος.

Αναφορικά με τη χάραξη στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη και προβολή της Κύπρου αυτή πραγματοποιείται από το Υφυπουργείο Τουρισμού Κύπρου (τέως Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού) που προχώρησε πρόσφατα στην παρουσίαση νέων προσκυνηματικών εκδόσεων (Κύπρος, Μεγαλείο Βυζαντινού Πολιτισμού: Οι Δέκα Βυζαντινές και Μεταβυζαντινές Εκκλησίες της UNESCO / Σημαντικά Μοναστήρια της Κύπρου) για την ανάδειξη της Κύπρου ως «προσκυνηματικό προορισμό».

Σύμφωνα με τη νέα Στρατηγική Τουρισμού ως το 2030 η Κύπρος επιδιώκεται να καταστεί ένας αιετός ολόχρονος προορισμός, που θα προσελκύει 40% των επισκεπτών της κατά την περίοδο Νοεμβρίου-Απριλίου. Στην κατεύθυνση αυτή πραγματοποιείται re-branding για την Κύπρο ως τουριστικό προορισμό αλλάζοντας λογότυπο, ώστε να ξεφύγει πλέον από τα όρια του τουριστικού προϊόντος που προσδιορίζεται από το δίπτυχο ήλιος και θάλασσα.

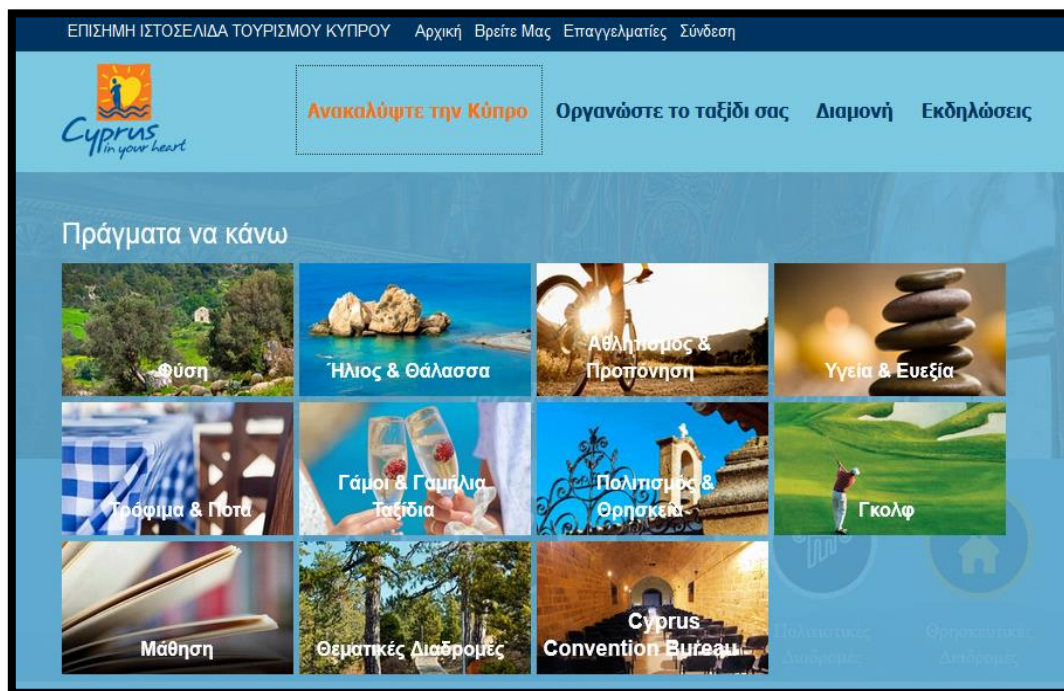
Στην προμετωπίδα των αξιών που το Υφυπουργείο Τουρισμού θέλει να καθιερώσει είναι η δημιουργία αυθεντικών εμπειριών για τον επισκέπτη μέσω της νησιώτικης φιλοξενίας, της επαγγελματικής ευσυνειδησίας και της ποιοτικής ευρηματικότητας. Επίσης προωθείται ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος της χώρας με την ανάπτυξη νέων προϊόντων ειδικού ενδιαφέροντος μεταξύ των οποίων και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Στο πλαίσιο της αποτελεσματικότερης προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού μελετώνται και δρομολογούνται από το Υφυπουργείο Τουρισμού ζητήματα όπως ενίσχυση της επιμόρφωσης παραγόντων του τουρισμού, βελτίωση της προσβασιμότητας και της εξυπηρέτησης επισκεπτών σε κάποια εκκλησιαστικά μνημεία, έκδοση εντύπων του Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων για το Θρησκευτικό Τουρισμό και διάθεσή τους στα γραφεία του Υφυπουργείου στην Κύπρο και το εξωτερικό, καθώς και σε διάφορες εκθέσεις.

Επιπλέον, η στάση της Εκκλησίας έχει αλλάξει συγκριτικά με το παρελθόν και πλέον είναι πρόθυμη να προωθήσει «εκδρομές θρησκευτικής κουλτούρας». Συνεργάζεται στον προγραμματισμό φεστιβάλ και τελετών, ώστε οι τουρίστες να μπορούν να παρευρίσκονται σε αυτές εμπλουτίζοντας έτσι τη θρησκευτική – ταξιδιωτική εμπειρία.

Αναφορικά με την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην επίσημη τουριστική ιστοσελίδα της Κύπρου <http://www.visitcyprus.com> προβάλλεται στην ενότητα «πράγματα να κάνω» μέσα από τις υποκατηγορίες «πολιτισμός και θρησκεία» και «θεματικές διαδρομές» όπου έχουν ενσωματωθεί οι θρησκευτικές διαδρομές της Κύπρου.





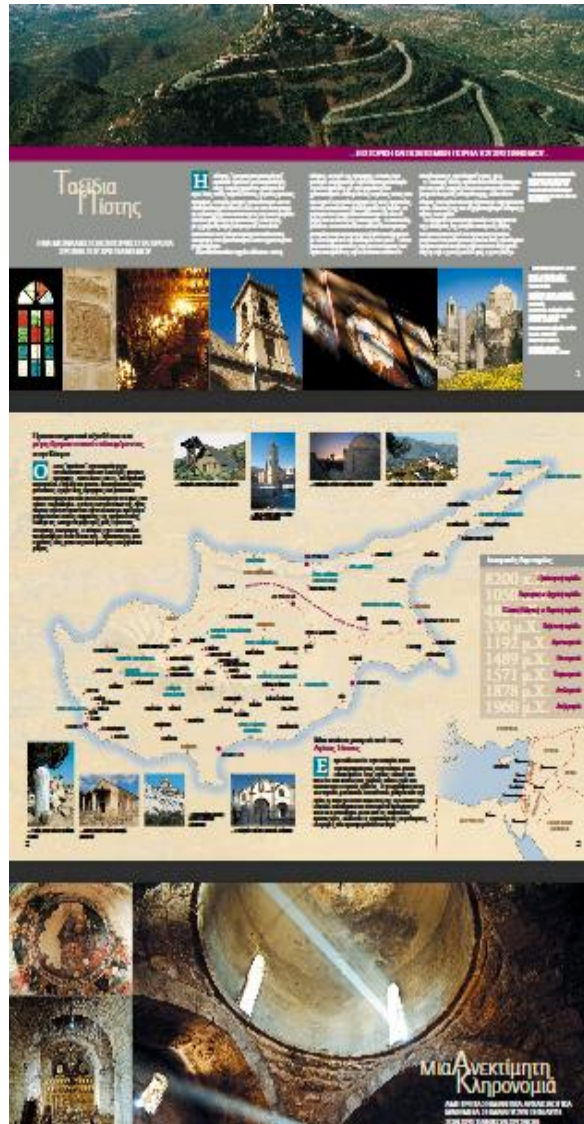
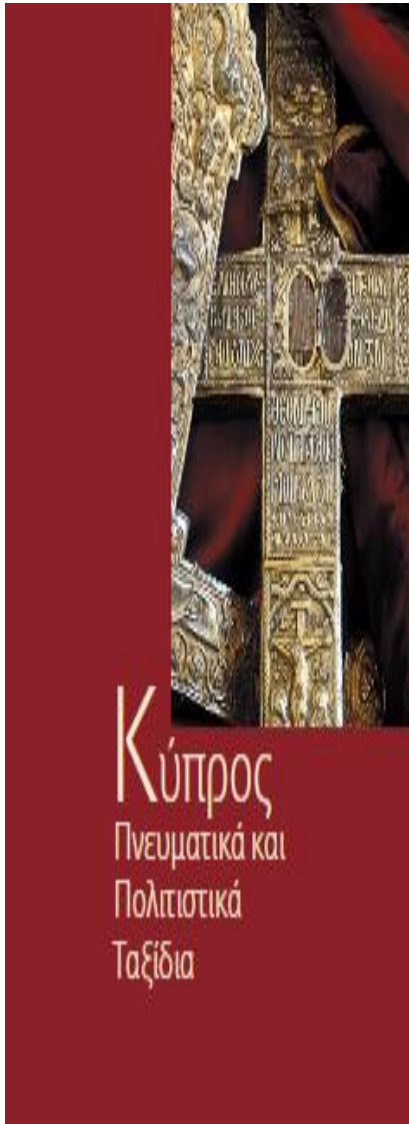
Μέσα από την υποκατηγορία «πολιτισμός και θρησκεία» ο περιηγητής της ιστοσελίδας βρίσκει πληροφορίες για μονές και εκκλησίες, για εκκλησιαστικά μουσεία, για θρησκευτικές διαδρομές της Κύπρου τις οποίες μπορεί να εντοπίσει γρήγορα ανά Επαρχία με τη χρήση και αναζήτηση ειδικού φίλτρου.

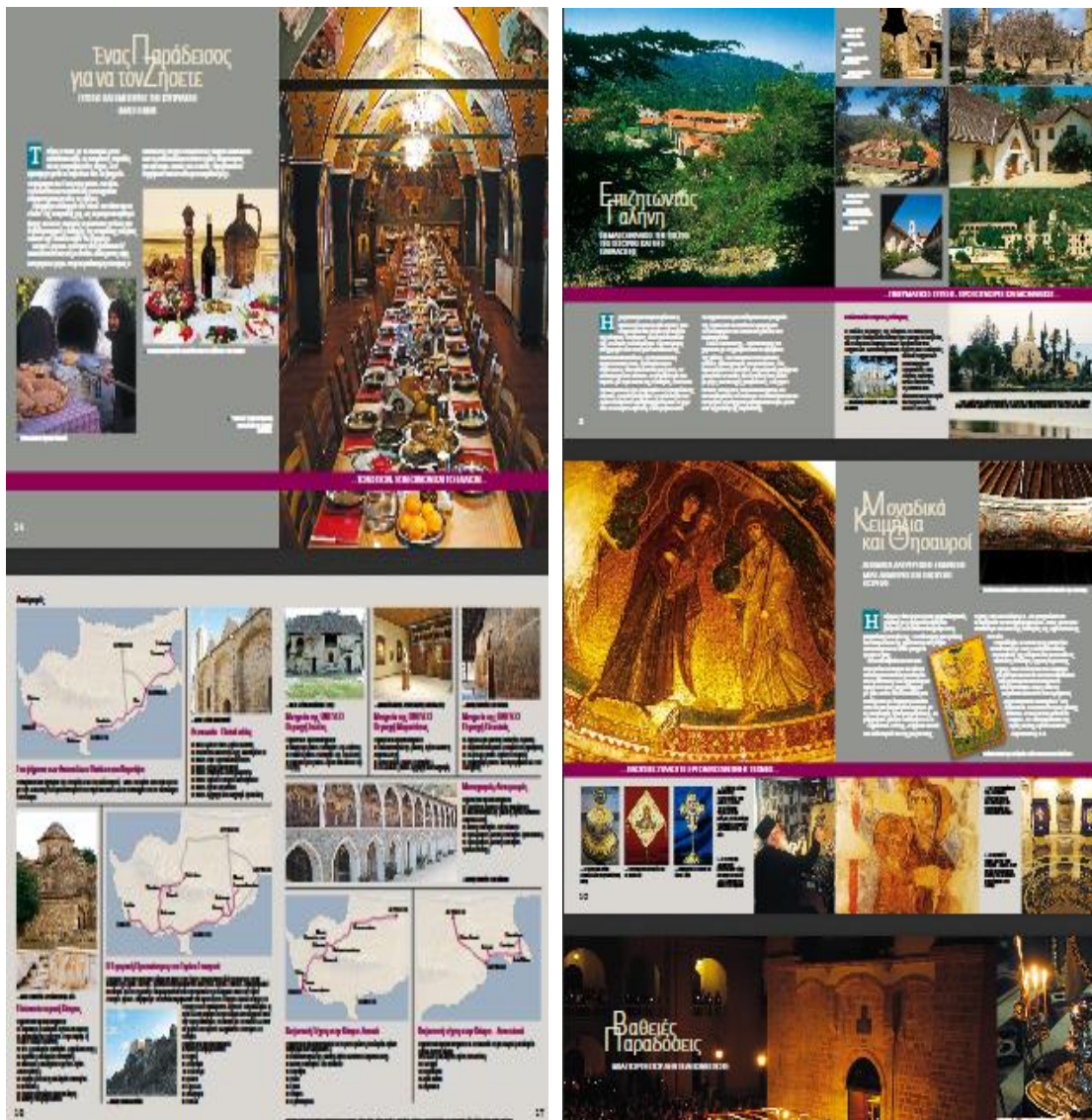


Επίσης στην ιστοσελίδα υπάρχουν ηλεκτρονικές εκδόσεις από τις οποίες ο επισκέπτης μπορεί να αντλήσει πολλές πληροφορίες σχετικές με το θρησκευτικό - προσκυνηματικό τουρισμό.

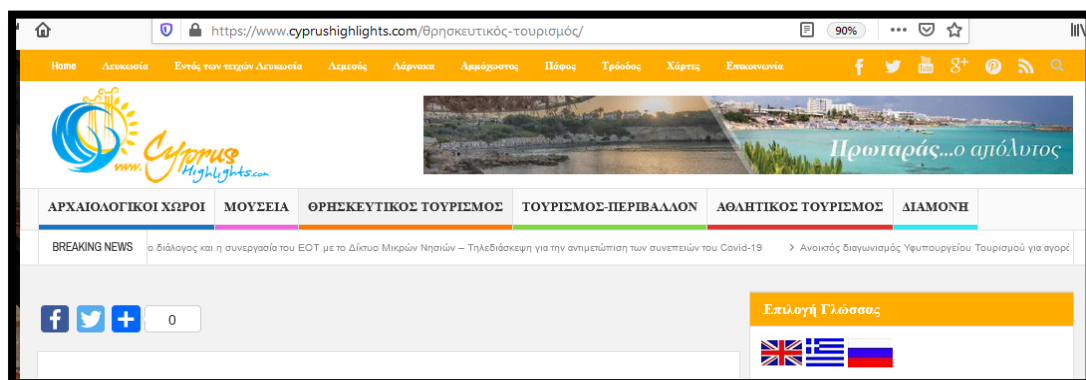
Ειδικότερα υπάρχουν οι εκδόσεις :

- ✓ Κύπρος νήσος Αγίων : προσκυνηματική περιήγησης
- ✓ Παλιά Πόλη Λευκωσίας : προσκυνηματική περιήγησης
- ✓ Κύπρος : πνευματικά και πολιτιστικά ταξίδια



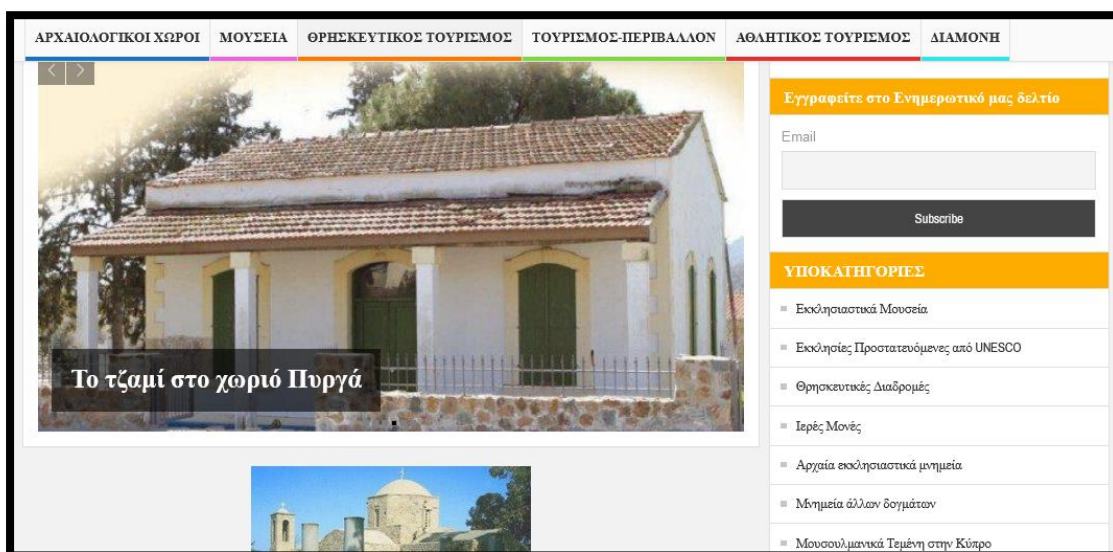


Στην ιστοσελίδα **Cyprushighlights.com**, η οποία είναι διαθέσιμη σε τρεις γλώσσες, προβάλλονται διάφορες μορφές τουρισμού μεταξύ των οποίων και ο θρησκευτικός τουρισμός.



Η κατηγορία «θρησκευτικός τουρισμός» αναλύεται σε επτά (7) επιμέρους υποκατηγορίες οι οποίες ουσιαστικά περιγράφουν το προσφερόμενο προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού ως εξής:

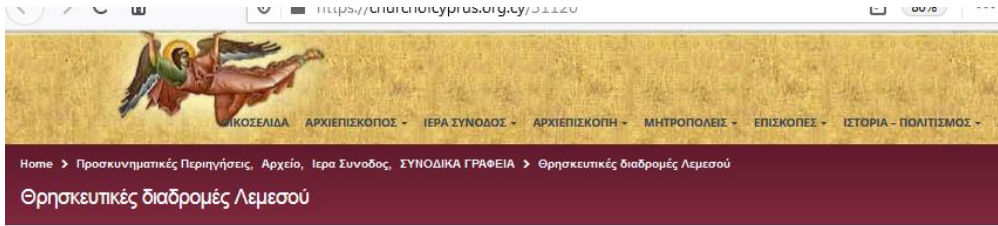
- Εκκλησιαστικά μουσεία
- Εκκλησίες προστατευόμενες από την UNESCO
- Θρησκευτικές διαδρομές
- Ιερές Μονές
- Αρχαία εκκλησιαστικά μνημεία
- Μνημεία άλλων δογμάτων
- Μουσουλμανικά τεμένη στην Κύπρο



Ο περιηγητής της ιστοσελίδας μπορεί να βρει πολύ αναλυτικές πληροφορίες για κάθε θρησκευτικό μνημείο όπως περιγραφή του μνημείου, ωράριο επισκεψιμότητας, τιμή εισιτηρίου, παρεχόμενες διευκολύνσεις, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα παρακολούθησης ξενάγησης μέσα από video των εκκλησιών που είναι ενταγμένες στον κατάλογο της UNESCO. Ακόμη παρουσιάζονται όλες οι θρησκευτικές διαδρομές τις οποίες μπορεί να ακολουθήσει ο επισκέπτης για να περιηγηθεί στα θρησκευτικά μνημεία της Κύπρου.

Σημαντική είναι και η ιστοσελίδα της “Εκκλησίας της Κύπρου” <http://churchofcyprus.org.cy> η οποία περιέχει σχετική κατηγορία για τις Προσκυνηματικές Περιηγήσεις στην οποία περιέχονται άρθρα ενημέρωσης για την οργάνωση θρησκευτικών εκδρομών ή συμμετοχή σε εκδρομές που πρόκειται να πραγματοποιηθούν. Επίσης παρουσιάζονται τα θρησκευτικά μνημεία της Κύπρου ανά Ιερά Μητρόπολη.

Ακόμη, παρουσιάζονται οι θρησκευτικές διαδρομές στην Επαρχία Λεμεσού για τις οποίες έχει εκδοθεί και διατίθεται στην ιστοσελίδα αντίστοιχο έντυπο στην Αγγλική και Ρωσική γλώσσα.



## Θρησκευτικές διαδρομές Λεμεσού

### Προσκυνηματικές Περιηγήσεις

Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με ακόμη μια πτυχή του Κυπριακού πολιτισμού ανακαλύπτοντας εκκλησίες και μοναστήρια της εποχής της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας. Υπάρχει αριθμός διαδρομών στην περιφέρεια Λεμεσού συμπεριλαμβανομένης μιας διαδρομής στο Τρόδος με δέκα περίτεχνες εκκλησίες και μοναστήρια. Η UNESCO, ένα γραφείο των Ηνωμένων Εθνών που έχει πρωταρχικό στόχο την αναγνώριση και διατήρηση χώρων των οποίων η υψηλή αξία πρέπει να διατηρηθεί για όλη την ανθρωπότητα, έχει συμπεριλάβει αυτές τις δέκα τοποθεσίες στην Λίστα Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς (World Heritage List). Υπάρχουν τέσσερις θρησκευτικές διαδρομές στην Περιφέρεια Λεμεσού. Περισσότερες πληροφορίες στα γραφεία πληροφοριών του ΚΟΤ και στο [www.visitcyprus.com](http://www.visitcyprus.com)

### 1η Θρησκευτική Διαδρομή Λεμεσού

<https://churchofcyprus.org.cy/31120>

50%

## Θρησκευτικές διαδρομές Λεμεσού

### Προσκυνηματικές Περιηγήσεις

Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με ακόμη μια πτυχή του Κυπριακού πολιτισμού ανακαλύπτοντας εκκλησίες και μοναστήρια της εποχής της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας. Υπάρχει αριθμός διαδρομών στην περιφέρεια Λεμεσού συμπεριλαμβανομένης μιας διαδρομής στο Τρόδος με δέκα περίτεχνες εκκλησίες και μοναστήρια. Η UNESCO, ένα γραφείο των Ηνωμένων Εθνών που έχει πρωταρχικό στόχο την αναγνώριση και διατήρηση χώρων των οποίων η υψηλή αξία πρέπει να διατηρηθεί για όλη την ανθρωπότητα, έχει συμπεριλάβει αυτές τις δέκα τοποθεσίες στην Λίστα Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς (World Heritage List). Υπάρχουν τέσσερις θρησκευτικές διαδρομές στην Περιφέρεια Λεμεσού. Περισσότερες πληροφορίες στα γραφεία πληροφοριών του ΚΟΤ και στο [www.visitcyprus.com](http://www.visitcyprus.com)

### 1η Θρησκευτική Διαδρομή Λεμεσού

Συνολικό μήκος διαδρομής: 72 χιλιόμετρα

Σημείο έναρξης: Κυπριακό Μεσαιωνικό Μουσείο (εντός του Μεσαιωνικού Κάστρου Λεμεσού)

Σημείο λήξης: Εκκλησία Τιμίου Σταυρού, Κουκά, Λεμεσός

Σημεία αναφοράς: Κυπριακό Μεσαιωνικό Μουσείο (εντός του Μεσαιωνικού Κάστρου Λεμεσού), εκκλησία Αγίου Ευσταθίου στο Κολάτσι, Μοναστήρι Τιμίου Σταυρού στο Ομόδος, Εκκλησία Αγίας Μαύρης, Εκκλησία Μοναγίου, Εκκλησία Παναγίας και Εκκλησιαστικό Μουσείο στο Κοιλάνι, Εκκλησία Τιμίου Σταυρού στην Κουκά.

### 2η Θρησκευτική Διαδρομή Λεμεσού

Συνολικό μήκος διαδρομής: 56 χιλιόμετρα

Σημείο έναρξης: Εκκλησία Αγίας Αναστασίας, Πάνω Πολεμίδα

Σημείο λήξης: Μοναστήρι Τιμίου Προδρόμου, Μέσα Παταμός

Σημεία αναφοράς: Εκκλησία Αγίας Αναστασίας στα Πάνω Πολεμίδα, πολλές σημαντικές εκκλησίες στο Μονάγρι όπως το Μοναστήρι της Παναγίας της Αμιαγού, το Μοναστήρι του Αρχαγγέλου και την Εκκλησία του Αγίου Γεωργίου. Μοναστήρι Τιμίου Σταυρού στην Κουκά, Μοναστήρι Τιμίου Προδρόμου στον Μέσα Παταμό.

### 3η Θρησκευτική Διαδρομή Λεμεσού

Συνολικό μήκος διαδρομής: 6 χιλιόμετρα

Σημείο έναρξης: Εκκλησία Τιμίου Σταυρού, Παρσκαλησιά

Σημείο λήξης: Εκκλησία Αγίου Μάμα, Λουβαράς

### 4η Θρησκευτική Διαδρομή Λεμεσού – Μοναχισμός και Άσκησιμός

Συνολικό μήκος διαδρομής: 97 χιλιόμετρα

Σημείο έναρξης: Μοναστήρι Αγίου Νικολάου των Γάτων, Ακρωτήρι

Σημείο λήξης: Μοναστήρι Παναγίας της Σφαλαγγιώτισσας, Άγιος Αθανάσιος

ΟΔΗΓΟΣ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΛΕΜΕΣΟΥ



Visitors can become familiar with yet another aspect of Cyprus civilization by discovering churches and monasteries of the former Byzantine Empire. There are several routes in Limassol including one on Troodos with its ten richly decorated churches and monasteries. UNESCO, an agency of the United Nations whose primary aim is to identify and conserve sites whose outstanding values should be preserved for all humanity, have placed these 10 locations on the World Heritage List. There are four religious routes throughout Limassol. More details can be obtained from your local CTO Office or from the website [www.visitcyprus.com](http://www.visitcyprus.com)

**1st Local Route of Lemesos Religious Route**  
**Total route length:** 72 kilometres.  
**Start Point:** Cyprus Medieval Museum (inside the Castle of Limassol)  
**End Point:** Church of Timios Stavros, Kouka, Limassol  
**Highlights:** Cyprus Medieval Museum (the Castle of Limassol), the church of Agios Efstathios in Kolossi, Omodos (Monastery of Timios Stavros), Koilani (Agia Mavri church, Monogenous church, and the church of Panagia which also hosts the Ecclesiastical Museum of Koilani), Kouka (Timios Stavros church)

**2nd Local Route of Lemesos Religious Route**  
**Total route length:** 56 kilometres.  
**Start Point:** Church of Agia Anastasia, Pano Polemidia  
**End Point:** Monastery of Timios Prodromos, Mesa Potamos  
**Highlights:** Pano Polemidia (Agia Anastasia church), Mnnagri (many significant churches including the Monastery of Panagia tis Amasgou, the Jonastery of Archangel, Agios Georgios church, and the parish church of the village), Kouka (the Monastery of Timios Stavros), Mesa Potamos (the Monastery of Timios Prodromos)

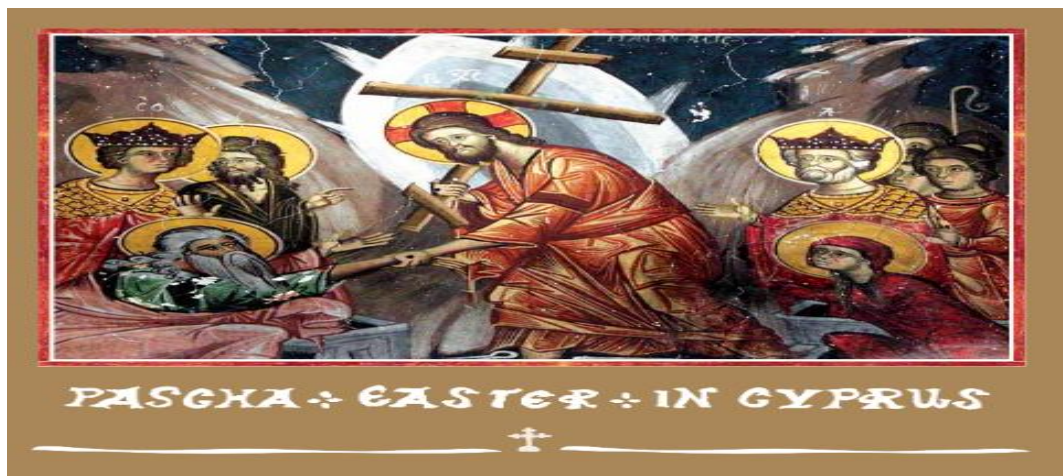
**3rd Local Route of Lemesos Religious Route**  
**Total route length:** 6 kilometres.  
**Start Point:** Church of Timios Stavros, Parekklisia  
**End Point:** Church of Agios Mamas, Louvaras

**4th Local Route of Lemesos Religious Route**  
**Monasticism and Asceticism**  
**Total route length:** 97 kilometers  
**Start Point:** Monastery of Agios Nikolaios "ton Gatou", Akrotiri  
**End Point:** Monastery of Panagia tis Sfalagiotissas, Agios Athanasios

Ακόμη, έχει εκδοθεί Παγκύπριος Χάρτης Προσκυνηματικών Περιηγήσεων που εκτός από τα ελληνικά κυκλοφορεί ακόμη σε άλλες πέντε ξένες γλώσσες.

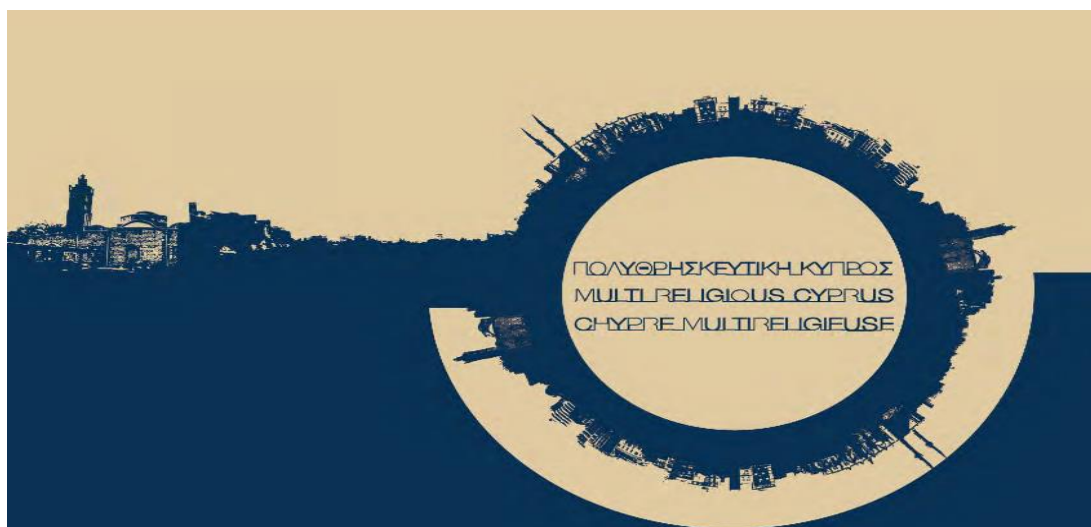


Ο περιηγητής της ιστοσελίδας μπορεί να ενημερωθεί για το Πάσχα στην Κύπρο και τα έθιμα μέσα από μια 24σέλιδη έντυπη έκδοση που κυκλοφορεί σε Ελληνικά, Αγγλικά και Ρωσικά.



Μια ακόμη δράση για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού είναι το Πρόγραμμα Μαθητικών Θρησκευτικών Περιηγήσεων αποτέλεσμα συνεργασίας των Διευθύνσεων Μέσης Γενικής Εκπαίδευσης και Μέσης Τεχνικής, Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης, με την Ιερά Αρχιεπισκοπή Κύπρου και το Συνοδικό Γραφείο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Κύπρου.

Τέλος, το Γραφείο Τύπου και Πληροφοριών της Κύπρου έχει προχωρήσει στην έκδοση ενός τρίγλωσσου (ελληνικά, αγγλικά και γαλλικά) πολυσέλιδου οδηγού με τίτλο «Πολυθρησκευτική Κύπρος».





## 1.6 Καλές Πρακτικές Θρησκευτικού-προσκυνηματικού τουρισμού από την Ελλάδα

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, κύρια χαρακτηριστικά που καθιστούν μία πρακτική «καλή» είναι:

- ☑ η **καινοτομία**, δηλαδή να προτείνει νέες δημιουργικές λύσεις, που όμως ταυτόχρονα να συνάδουν και με ρεαλιστικές πολιτικές,
- ☑ η **αποτελεσματικότητα**,
- ☑ η **βιωσιμότητα**, δηλαδή να έχουν διάρκεια τα αποτελέσματά της,
- ☑ η **δυνατότητα αναπαραγωγής** κάτω από ίδιες συνθήκες και
- ☑ η **δυνατότητα μεταφοράς** και αξιοποίησης σε διαφορετικά περιβάλλοντα, από νέους χρήστες που θέλουν να τις υιοθετήσουν.

Σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, ο όρος «καλή πρακτική» συχνά χρησιμοποιείται για να δηλώσει την αποτελεσματική πρακτική, αυτή που υπόσχεται αποτελέσματα ή την καλή πρακτική.

Ένας γενικός ορισμός των καλών πρακτικών αφορά σε «προσεγγίσεις που δουλεύουν καλά και μπορούν να επαναληφθούν αλλού».

Αξίζει, επίσης, να αναφερθεί ότι οι καλές πρακτικές έχουν ως στόχο τη δημοσιοποίησή τους, ώστε να γίνονται γνωστές ως πρότυπα και να αποτελούν «μάθημα» για άλλους φορείς.

Οι καλές πρακτικές προσφέρουν συμβουλές, οδηγίες, τεχνικές ή μεθοδολογίες, των οποίων η εφαρμογή μπορεί να οδηγήσει με μεγαλύτερη ασφάλεια και αξιοπιστία σε ένα επιθυμητό αποτέλεσμα.

Στον ελλαδικό χώρο ναι μεν υπάρχει τα τελευταία χρόνια έντονη κινητικότητα και ένταση προσπαθειών τόσο από φορείς του δημοσίου, όσο και του ιδιωτικού τομέα ως προς την αξιοποίηση και ανάδειξη του πλούσιου θρησκευτικού μνημειακού αποθέματος και την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού ωστόσο, πρόκειται για μεμονωμένες και αποσπασματικές ενέργειες και πρωτοβουλίες.

Παρακάτω αναφέρονται ορισμένα καλά παραδείγματα από τα οποία μπορούν να εμπνευστούν / ενεργοποιηθούν φορείς και επιχειρηματική κοινότητα σε περιοχές με έντονο θρησκευτικό ενδιαφέρον και σημαντικά προσκυνήματα που δεν έχουν ακόμη καταφέρει να αναδείξουν το θρησκευτικό μνημειακό πλούτο τους και να καταστούν μελλοντικά προορισμοί θρησκευτικού τουρισμού.

## ΜΕΤΕΩΡΑ

Τα Μετέωρα από φυσιολατρική άποψη αποτελούν ένα από τα επιβλητικότερα τοπία τόσο σε εθνικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο με τους ιδιόμορφους φυσικούς σχηματισμούς και τα εντυπωσιακά μοναστήρια στην κορυφή των βράχων.

Αποτελούν σημαντικό τουριστικό προορισμό, καθώς μετά το Άγιο Όρος είναι το δεύτερο μεγαλύτερο και σημαντικότερο μοναστικό συγκρότημα του ελληνικού χώρου και καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση σε επισκεψιμότητα μετά την Ακρόπολη. Οι μονές του έχουν χαρακτηριστεί από την UNESCO ως μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς και

δέχεται περίπου 1.500.000 επισκέπτες ετησίως, η συντριπτική πλειοψηφία των οποίων είναι από το εξωτερικό.

Σύμφωνα με διαθέσιμα στοιχεία οι μονές των Μετεώρων ήταν στο σύνολό τους είκοσι τέσσερις εκ των οποίων σήμερα λειτουργούν και δέχονται πλήθος προσκυνητών και θρησκευτικών τουριστών μόνο οι έξι.

Πέραν των εν λειτουργία μονών στην περιοχή υπάρχει και πλήθος μικρών εγκαταλελειμμένων μοναστηριών, δημιουργήματα του 14ου αιώνα.

Ο τουρισμός των Μετεώρων είναι κυρίως προσκυνηματικός - θρησκευτικός και δευτερευόντως πολιτιστικός, καθώς ο επισκέπτης πέρα από τις ιερές μονές έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει από κοντά διάφορα ιστορικά μνημεία και να μάθει για την ιστορία τους, αλλά και για τις παραδόσεις του τόπου (Αλεξίου Φ, Καμενάκης Γ, 2015:53).

Το τουριστικό προϊόν στην περιοχή και η προσφορά τουριστικών υπηρεσιών άρχισε να γνωρίζει μεγάλους ρυθμούς ανάπτυξης τις δεκαετίες 1980-90 με κύριο πόλο προσέλκυσης τα Μετέωρα. Η τουριστική ανάπτυξη συνεχίστηκε και εντάθηκε με την υλοποίηση της πολιτικής που χαράχθηκε στα πλαίσια του προγράμματος LEADER που στήριξε τη σύνδεση του τουρισμού των Μετεώρων με την ευρύτερη περιοχή. Στόχος δεν ήταν η αύξηση των τουριστικών ροών, αλλά η βελτίωση της ποιότητας του τουρισμού με την προσφορά καλύτερων ποιοτικά τουριστικών υπηρεσιών και η ανάπτυξη και άλλων θεματικών μορφών τουρισμού στηριζόμενων στα φυσικά πλεονεκτήματα της ευρύτερης περιοχής των Μετεώρων (Ντελή Β, 2000:42).

Ο θρησκευτικός τουρισμός των Μετεώρων συνιστά μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της Καλαμπάκας, καθώς το 35% των κατοίκων της ευρύτερης περιοχής της, διαβιών χάρη στον θρησκευτικό τουρισμό. Οι επισκέπτες των Μετεώρων επεκτείνουν την παραμονή τους με μια ως δύο διανυκτερεύσεις και στην Καλαμπάκα και μετά την κάλυψη των θρησκευτικών τους αναγκών, ικανοποιούν και τις καταναλωτικές τους ανάγκες, οπότε η τοπική οικονομία κερδίζει τόσο από τη διαμονή, όσο και από τη σίτισή τους, τη διασκέδαση, αλλά και την αγορά τοπικών προϊόντων και αναμνηστικών ενισχύοντας έτσι τις τοπικές επιχειρήσεις (ΣΕΤΕ, 2013).

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί τη μεγαλύτερη πηγή σταθερής ροής εσόδων για την τοπική οικονομία σε ποσοστό 80% έναντι των άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού που αναπτύσσονται στην ευρύτερη περιοχή της Καλαμπάκας.

Μάλιστα, τα Μετέωρα θεωρούνται πυλώνας για την ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής της Καλαμπάκας, καθώς επιμηκύνουν ουσιαστικά την τουριστική σεζόν δεδομένου ότι οι τουρίστες που συρρέουν για θρησκευτικούς λόγους δεν εμφανίζουν προτίμηση σε συγκεκριμένη εποχή. Αντίθετα, προτιμούν τις εκτός σαϊζόν τουριστικές περιόδους (Αλεξίου Φ, Καμενάκης Γ, 2015:70,78).

Αναφέρεται ότι ο θρησκευτικός τουρισμός συνδυάζεται και με άλλες θεματικές μορφές τουρισμού όπως ο αναρριχητικός, καθώς η αναρρίχηση στους βράχους των Μετεώρων αποτελεί μια από τις βασικές χρήσεις του χώρου εδώ και πολλά χρόνια και έχει αναδειχθεί ως αναρριχητικός προορισμός σε διεθνές επίπεδο (Ντελή Β, 2000:50).

Η διοργάνωση διαφόρων εκδηλώσεων θρησκευτικού και κοινωνικού χαρακτήρα από τη Μητρόπολη και τις μονές των Μετεώρων με την πρόσκληση ομιλητών από ακαδημαϊκά

ιδρύματα προσελκύουν το ενδιαφέρον και δημιουργούν επιπλέον κίνητρα επίσκεψης της περιοχής.

Κατανοώντας τη σπουδαιότητα του θρησκευτικού τουρισμού στην οικονομία της περιοχής και την απασχόληση, μια σειρά πρωτοβουλιών και ενεργειών πραγματοποιούνται τόσο από δημόσιους, όσο και από ιδιωτικούς φορείς με στόχο την περεταίρω αύξηση της προσέλευσης επισκεπτών.

Ειδικότερα, το 2008 με πρωτοβουλία του Επιμελητηρίου Τρικάλων σε συνεργασία με το Δήμο και την Εκκλησία, η Καλαμπάκα αποτέλεσε το επίκεντρο πανελλήνιας επιχειρηματικής συνάντησης με αντικείμενο τον προσκυνηματικό τουρισμό και τα εκκλησιαστικά είδη. Στην εν λόγω συνάντηση παρευρέθηκαν εκπρόσωποι 50 ελληνικών επιχειρήσεων από τους κλάδους του προσκυνηματικού τουρισμού και των εκκλησιαστικών ειδών και εκπρόσωποι 30 επιχειρήσεων από ομόδοξες χώρες (Ρωσία, Βουλγαρία, Ρουμανία, Ουκρανία, Μολδαβία, Κύπρο, Ισραήλ και Σερβία). Η εν λόγω συνάντηση έδωσε τη δυνατότητα προώθησης του θρησκευτικού και του προσκυνηματικού τουρισμού στο εξωτερικό.

Το 2009 η Ένωση Ξενοδόχων Νομού Τρικάλων διοργάνωσε Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο στην Καλαμπάκα με στόχο την προσέλευση εμπειρογνομόνων και επαγγελματιών, που διακινούν θρησκευτικό τουρισμό, προκειμένου να ενημερώσουν τους επιχειρηματίες της τοπικής κοινωνίας πως να προβάλλουν τα θρησκευτικά μνημεία και τους προσκυνηματικούς πόλους έλξης της περιοχής, ώστε να προσελκύουν περισσότερους τουρίστες (Αλεξίου Φ, Καμενάκης Γ, 2015:52,53).

Στην ίδια κατεύθυνση το Επιμελητήριο Τρικάλων<sup>55</sup> με την Enterprise Greece στο πλαίσιο πρωτοβουλιών και δράσεων για την ανάδειξη του τοπικού τουριστικού προϊόντος και του ρόλου των Μετεώρων ως μοναστικού κέντρου παγκόσμιας ακτινοβολίας, συνδιοργάνωσαν επιχειρηματικές συναντήσεις στους κλάδους Εκκλησιαστικών Ειδών και Θρησκευτικού Τουρισμού με αγοραστές και ταξιδιωτικά γραφεία από ομόδοξες χώρες. Συγκεκριμένα υλοποιήθηκε 3ήμερο πρόγραμμα επιχειρηματικών συναντήσεων με επιχειρήσεις του εξωτερικού από ομόδοξες χώρες (Ρωσία, Βουλγαρία, Ρουμανία, Ουκρανία, Κύπρο, Σερβία, Σκόπια, Γεωργία) για τη δημιουργία προϋποθέσεων ανάπτυξης συνεργασίας μεταξύ Ελλήνων και ξένων επιχειρηματιών, την ενημέρωση των ξένων επιχειρήσεων για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των εκκλησιαστικών ειδών και του προσκυνηματικού τουρισμού. Στο πρόγραμμα συμπεριλαμβάνονταν επίσκεψη στις ιερές μονές των Μετεώρων.

Η Δημοτική Αρχή αναπτύσσει διάφορες δράσεις για την ανάδειξη των Μετεώρων μεταξύ των οποίων είναι και η υπογραφή δύο συμφώνων συνεργασίας, σε θέματα τουρισμού και πολιτισμού με Κινεζικές πόλεις προκειμένου να ενισχυθεί η αύξηση Κινέζων επισκεπτών στα Μετέωρα, ενώ έχουν πραγματοποιηθεί συναντήσεις με πρεσβείες διαφόρων χωρών όπως Αίγυπτος, Ισπανία, Αυστραλία, κ.α.

Στο πλαίσιο των δράσεων της περιφερειακής και τοπικής αυτοδιοίκησης για την προβολή των Μετεώρων περιλαμβάνονται επίσης φιλοξενίες bloggers και δημοσιογράφων. Ειδικότερα το 2017 δημοσιογράφοι του ρωσικού περιοδικού «Vokrug Sveta» επισκέφτηκαν τη Θεσσαλία σε ταξίδι που διοργάνωσε για τους ανθρώπους του Τύπου, το γραφείο Τύπου της ελληνικής Πρεσβείας στη Μόσχα σε συνεργασία με την Περιφέρεια Θεσσαλίας με θέμα την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού.

<sup>55</sup> <https://m.naftemporiki.gr/story/1244105>

Μια ακόμη προσπάθεια της δημοτικής αρχής για την ανάπτυξη του τουρισμού και την προβολή της περιοχής στο εξωτερικό είναι η πραγματοποίηση στην περιοχή των Μετεώρων γυρισμάτων για τις ανάγκες μιας σειράς ντοκιμαντέρ με τίτλο «THE SENSE OF BEAUTY – ARTE, CULTURA, NATURA» (Η αίσθηση της ομορφιάς – Τέχνη, Πολιτισμός, Φύση) που προβλήθηκε το 2017 από το ιταλικό τηλεοπτικό δίκτυο RAI-5 (δορυφορικό). Σημειώνεται ότι στο συγκεκριμένο ντοκιμαντέρ προβλήθηκαν περιοχές από όλο τον κόσμο.

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντική είναι η προσπάθεια της Περιφέρειας Θεσσαλίας στο πλαίσιο της υλοποίησης της Ολοκληρωμένης Χωρικής Επένδυσης Διαδρομής Πολιτισμού - Τουρισμού<sup>56</sup> με δράσεις που αφορούν :

- Την αναβάθμιση του δικτύου μονοπατιών στην περιοχή των Μετεώρων (βελτίωση της προσβασιμότητας, σήμανση, ανάδειξη και προβολή, εκσυγχρονισμός και εκπαίδευση εργαζομένων, βελτιστοποίηση παρεχόμενων υπηρεσιών εντός δικτύου).
- Την ανάπτυξη Ψηφιακού Ξεναγού Δήμου Μετεώρων, μια εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα (smartphones) με την οποία ο επισκέπτης/τουρίστας θα μπορεί να βλέπει πληροφορίες για σημεία ενδιαφέροντος ανάλογα με την τοποθεσία του (χαρτογράφηση δήμου, εφαρμογή νέων τεχνολογιών, ποιοτική αναβάθμιση και διαχείριση φέρουσας ικανότητας επισκεπτών με στόχευση στην αποδοτικότητα ανά επισκέπτη).
- Τη δημιουργία Λαογραφικού Μουσείου Καλαμπάκας σε διατηρητέο κτίριο του ΟΣΕ Καλαμπάκας.
- Την αναβάθμιση του Κέντρου Ψηφιακής Απεικόνισης (3D) Μετεώρων με την προσθήκη επιπλέον ψηφιακών εκθεμάτων με σκοπό τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου κέντρου ψηφιακού πολιτισμού.
- Την ανάπλαση και αναβάθμιση του παλαιού οικισμού του Καστρακίου.
- Την κατασκευή πινακίδων σήμανσης επισκέψιμων σημείων (μνημεία, μουσεία κλπ.) στα πλαίσια του πολιτιστικού τουρισμού.

Γενικότερα, οι φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης έχουν συνειδητοποιήσει την ανάγκη δημιουργίας ενός τουριστικού προϊόντος, που θα προσφέρει στον τουρίστα μία ξεχωριστή εμπειρία και θα είναι σε θέση να τον κάνει να παραμείνει περισσότερες μέρες στην περιοχή δεδομένου ότι το πρόβλημα που υφίσταται είναι ότι οι τουριστικές ροές αφορούν είτε διερχόμενους επισκέπτες, είτε επισκέπτες μικρής διάρκειας (1-2 διανυκτερεύσεων).

Ζητούμενο λοιπόν είναι η βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών του τουριστικού προϊόντος, ώστε οι τουρίστες να αποκτήσουν κίνητρο να παραμείνουν περισσότερο στην περιοχή, καθώς θα μπορούσαν να συνδυάσουν το θρησκευτικό ταξίδι με άλλες μορφές τουρισμού όπως ο φυσιολατρικός και περιηγητικός τουρισμός ή για τις νεότερες ηλικίες ο τουρισμός περιπέτειας όπως π.χ. αναρρίχηση (Αλεξίου Φ, Καμενάκης Γ, 2015:51).

Ακολουθούν δράσεις που υλοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια για την αναβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας των επισκεπτών των Μετεώρων:

#### ➔ **Κέντρο Τουριστικής Πληροφόρησης Δήμου Καλαμπάκας**

Πρόκειται για ένα «εργαλείο» απολύτως αναγκαίο για τον επισκέπτη που φθάνει στην περιοχή και μπορεί με τη χρήση της τεχνολογίας να αντλήσει πληροφορίες για τα Μετέωρα και γενικότερα για όλα τα αξιοθέατα και τα μνημεία της περιοχής. Είναι έργο υψίστης

<sup>56</sup> <https://oxethessalias.wordpress.com>

σημασίας το οποίο υλοποιήθηκε με την κάλυψη της συνολικής δαπάνης από την Αδελφότητα της Ιεράς Μονής του Αγίου Στεφάνου Μετεώρων και ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2016.

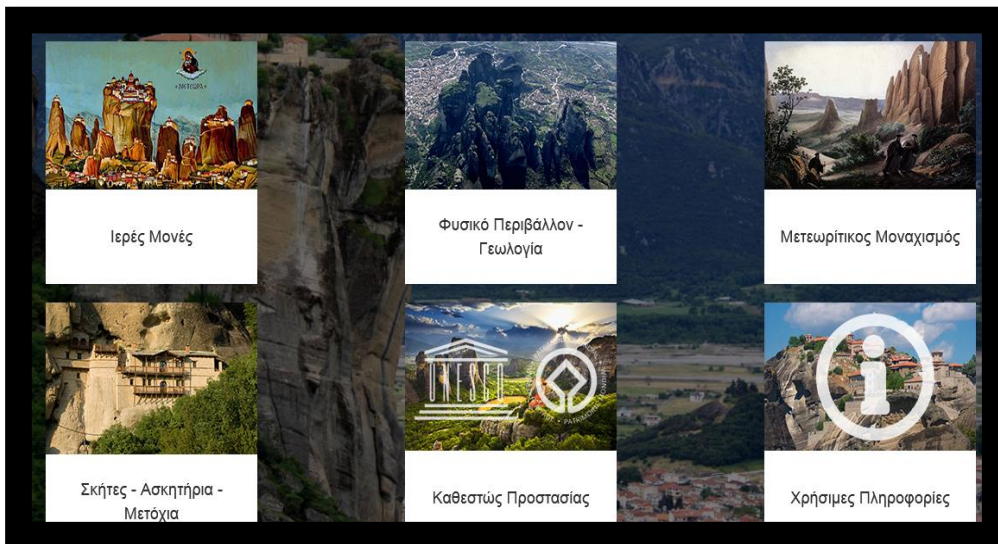


Πηγή : <https://dimosmeteoron.com>

#### ➔ Διαδικτυακή Πλατφόρμα Πληροφόρησης

Οι νέες τεχνολογίες αξιοποιούνται ως δυναμικό εργαλείο πληροφόρησης και προσέλκυσης επισκεπτών. Στο πλαίσιο αυτό λειτουργεί από το 2016 το ηλεκτρονικό portal <https://www.infotouristmeteora.gr> που αποτελεί το Κέντρο Τουριστικής Προβολής Καλαμπάκας το οποίο διαθέτει πληροφοριακό υλικό για την περιοχή των Μετεώρων στην Ελληνική γλώσσα, καθώς και σε άλλες 13 ξένες γλώσσες. Προσφέρει αναλυτικές πληροφορίες για τον θρησκευτικό τουρισμό με παρουσίαση όλων των ιερών μονών, ενώ παράλληλα παρέχεται ενημέρωση για το φυσικό περιβάλλον, τα αξιοθέατα, τις δραστηριότητες που αναπτύσσονται στην περιοχή, τη διαμονή, κ.α.





Πηγή : <https://www.infotouristmeteora.gr/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B9%CE%BA%CE%AE/>

#### ➔ Κέντρο Ψηφιακής προβολής της Ιστορίας και του Πολιτισμού των Μετεώρων

Το Μάιο του 2017 ξεκίνησε τη λειτουργία του το Κέντρο Ψηφιακής προβολής της Ιστορίας και του Πολιτισμού των Μετεώρων το οποίο βρίσκεται στην πόλη της Καλαμπάκας. Πρόκειται για ένα υπερσύγχρονο κέντρο που περιλαμβάνει μια αίθουσα τρισδιάστατων προβολών δυναμικότητας 105 θέσεων, εξοπλισμένη με τελευταία τεχνολογία μηχανήματα.



Πηγή : <https://dimosmeteoron.com>

Είναι ένα μουσείο σύγχρονων προδιαγραφών που συμβάλλει στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, προσελκύοντας τους επισκέπτες να γνωρίσουν την ιστορία της δημιουργίας του γεωλογικού φαινομένου του σχηματισμού των Μετεώρων, αλλά και να απολαύσουν μία εικονική περιήγηση των μοναστηριών που βρίσκονται σήμερα πάνω σ' αυτά.

Συγκεκριμένα, ο επισκέπτης μπορεί να παρακολουθήσει τις παρακάτω 3D προβολές στην ελληνική και αγγλική γλώσσα:

- ✓ **Προβολή Μυθολογικού περιεχομένου Μετεώρων** (διάρκεια 15 περίπου λεπτά): Ταξίδι πίσω στο χρόνο ζώντας τη δημιουργία του υπέροχου τοπίου των Μετεώρων.
- ✓ **Προβολή – Ξενάγηση στις Ιερές Μονές των Μετεώρων** (διάρκεια 15 περίπου λεπτά): Περιπλάνηση στους ιερούς βράχους και τις Ιερές Μονές των Μετεώρων με μία σύντομη ξενάγηση σε όλα τα μοναστήρια που μπορεί κανείς να επισκεφτεί σήμερα στα Μετέωρα.

Στο κέντρο που λειτουργεί καθημερινά από Δευτέρα έως Σάββατο από το πρωί ως το απόγευμα (10:00 π.μ. – 16:00 μ.μ.) πραγματοποιούνται καθημερινά τακτικές, αλλά και έκτακτες προβολές σύμφωνα με τις ανάγκες των επισκεπτών (γκρουπ, σχολεία κτλ.) και κατόπιν συνεννόησης με τη γραμματεία του κέντρου.



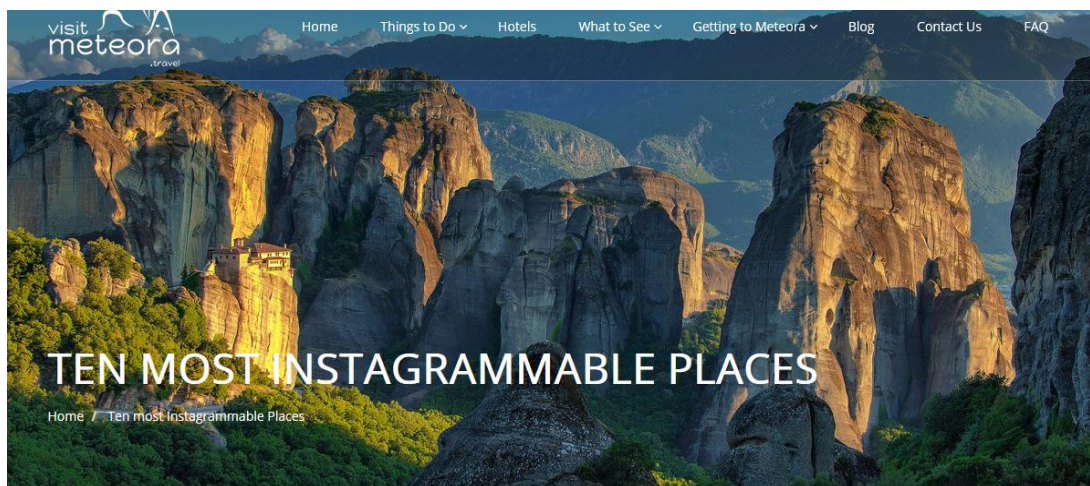
#### ➔ **Μουσείο Γεωλογικών Σχηματισμών των Μετεώρων**

Στη συνεχιζόμενη προσπάθεια ανάδειξης των Μετεώρων και του εμπλουτισμού των προσφερόμενων υπηρεσιών και της εμπειρίας του επισκέπτη εντάχθηκε η δημιουργία και λειτουργία το 2018 του **Μουσείου Γεωλογικών Σχηματισμών των Μετεώρων** στην κεντρική πλατεία Καστρακίου, κάτω από τους ιερούς βράχους των Μετεώρων.



Πηγή : <https://www.infotouristmeteora.gr>

Από τον ιδιωτικό τομέα έχει ξεχωρίσει η δράση της εταιρίας τουριστικής προβολής Μετεώρων, «**Visit Meteora**» η οποία τιμήθηκε με το χρυσό βραβείο στην κατηγορία «Digital Presence & Online Communication» για τη νέα ιστοσελίδα παρουσίασης του προορισμού [www.visitmeteora.travel](http://www.visitmeteora.travel), ενώ απέσπασε ασημένιο βραβείο για την κατηγορία Destination Management / Destination Branding για τις δράσεις τουριστικής προβολής των Μετεώρων που υλοποίησε μέσα στο 2017.



Πηγή : <https://www.visitmeteora.travel/el/>

Η «Visit Meteora» συνεργάζεται με τη Marketing Greece και έχει διασυνδεθεί η σελίδα του Visit Meteora με την ψηφιακή πλατφόρμα «Discovergreece.com» για την καλύτερη προώθηση του προορισμού.

## ΤΟ ΑΓΙΟ ΟΡΟΣ

Το Άγιο Όρος<sup>57</sup> αποτελεί αυτοδιοίκητο τμήμα του Ελληνικού Κράτους και ανεπίσημα χαρακτηρίζεται ως «Αυτόνομη Μοναστική Πολιτεία». Από το 1988 συγκαταλέγεται στον κατάλογο των Μνημείων Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO.

Αποτελεί τη μεγαλύτερη ζώσα άθροιση ορθόδοξης κληρονομιάς, συγκεντρωμένη σε περιορισμένο χώρο και μία από τις κυριότερες ζώνες ιστορικής και πολιτισμικής σημασίας στον κόσμο. Συνιστά τη μεγαλύτερη και σπουδαιότερη μοναστική πολιτεία της ορθόδοξης Ανατολής και το δεύτερο σημαντικότερο θρησκευτικό προορισμό μετά την Ιερουσαλήμ με την ιδιαιτερότητα ότι δεν επιτρέπεται η προσέλευση γυναικών.

Λειτουργούν είκοσι (20) μεγάλα μοναστήρια, καθώς και μικρότερες εγκαταστάσεις όπως 12 σκήτες και 800 κελιά όπου ζουν μικρότερες αδελφότητες, ερημίτες και ασκητές. Η Αθωνική Πολιτεία δε διαθέτει ασφαλτοστρωμένο δίκτυο, αλλά ένα εκτεταμένο δίκτυο δασικών δρόμων και μονοπατιών.

Ο Άθωνας είναι ένα μεγάλο μουσείο βυζαντινής και μεταβυζαντινής τέχνης. Τοιχογραφίες, πλούσιες βιβλιοθήκες, ψηφιδωτά, πολύτιμα μικροτεχνήματα, λειτουργικά σκεύη και κειμήλια ανεκτίμητης αξίας φυλάσσονται στις μονές και μετατρέπουν την περιήγηση σε μοναδική θρησκευτική εμπειρία.

Το Άγιο Όρος ως ένα ζωντανό μνημείο ανεκτίμητης πολιτισμικής αξίας έχει όλο το χρόνο μεγάλη επισκεψιμότητα, ενώ ελαφρώς περισσότερη κίνηση παρατηρείται τις περιόδους μεγάλων θρησκευτικών εορτών. Ετησίως ο αριθμός των επισκεπτών ανέρχεται σε 1 εκατομμύριο, σύμφωνα με τον Προαθωνικό Οργανισμό Τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια καταγράφεται σημαντική αύξηση προσκυνητών όχι μόνο από διάφορες περιοχές της Ελλάδας, αλλά και από το εξωτερικό. Οι ροές επισκεπτών αφορούν περίπου στο 40% Έλληνες και στο 60% ξένους επισκέπτες από χώρες όπως Σερβία, Ρουμανία, Βουλγαρία και Ρωσία.

<sup>57</sup> <https://www.discovergreece.com/el/macedonia/mount-athos-ouranopolis>



Τα βασικά χαρακτηριστικά / ιδιαιτερότητες του Αγιορείτικου τουρισμού είναι η παραδοσιακή φιλοξενία, ο ιδιόμορφος χαρακτήρας της μετακίνησης και της μεταφοράς ο οποίος κατά βάση γίνεται με πεζοπορία, η απαγόρευση εισόδου στις γυναίκες και το διαρκώς αυξανόμενο τουριστικό ρεύμα στη Χερσόνησο του Άθω.

Οι προσκυνητές φιλοξενούνται σε κάποιο από τα μοναστήρια και γεύονται την Αγιορείτικη κουζίνα, ενώ πέραν της παρακολούθησης λειτουργιών μπορούν να απολαύσουν το απaráμιλλης ομορφιάς φυσικό περιβάλλον με περιπάτους σε μονοπάτια ή και να βοηθήσουν τους μοναχούς σε αγροτικές εργασίες. Ακόμη, μπορούν να θαυμάσουν έναν από τους παλαιότερους αμπελώνες της Ευρώπης και το οινοποιείο Μυλοποτάμου και μια συλλογή από βραβευμένα σε διεθνούς διαγωνισμούς κρασιά. Συνεπώς, το Άγιο Όρος συνδυάζει το θρησκευτικό – προσκυνηματικό τουρισμό με τον πολιτισμικό και ιστορικό τουρισμό, αλλά και τον περιηγητικό τουρισμό.

Επιπλέον, πέραν την επίσκεψης των μονών διοργανώνονται και κρουαζιέρες που εκτελούν τον περίπλου του Αγίου Όρους. Αυτή η διαδρομή συνιστά μια αξιόλογη επιχειρηματική δραστηριότητα, λόγω του συνεχώς αυξανόμενου ενδιαφέροντος από περιηγήτριες εξαιτίας του άβατου των γυναικών.

Δεδομένου του μεγάλου αριθμού επισκεπτών και την επιβάρυνση συγκεκριμένων μονών από τις τουριστικές ροές, η Αγιορείτικη κοινότητα έλαβε ορισμένα μέτρα. Συγκεκριμένα, το 1990 καθορίστηκε η διάρκεια παραμονής για τους ημεδαπούς σε 4 ημέρες και για τους αλλοδαπούς σε 2 ημέρες, ενώ η διαμονή ανά μοναστήρι έχει περιοριστεί σε 1 ημέρα.

Επίσης το 1993 δημιουργήθηκε το Γραφείο Επισκεπτών Αγίου Όρους σε μια προσπάθεια ελέγχου του αριθμού ημερήσιων εισόδων και καλύτερης κατανομής των επισκεπτών στο χώρο. Ο αριθμός των επισκεπτών είναι περιορισμένος, ανέρχεται σε 110 άτομα ημερησίως σε αναλογία 100 Έλληνες και 10 αλλοδαπούς και απαιτείται η τήρηση ενός συνόλου κανόνων για την είσοδο.

Επίσης με το Νόμο 1198/1981 ιδρύθηκε το Κέντρο Διαφύλαξης Αγιορείτικης Κληρονομιάς. Πρόκειται για Ν.Π.Δ.Δ. με αποκλειστική αρμοδιότητα την έγκριση και την εκτέλεση έργων στο Άγιο Όρος.

Σύμφωνα με τοποθέτηση της Υφυπουργού Εσωτερικών Μακεδονίας-Θράκης, κυρίας Μαρίας Κόλλια -Τσαρουχά, στο 11ο περιφερειακό συνέδριο για την παραγωγική ανασυγκρότηση στην Κεντρική Μακεδονία, το Άγιο Όρος συνιστά «πηγή ζωής» για την Ουρανούπολη, το επονομαζόμενο «κατώφλι του Αγίου Όρους», η οποία αποτελεί την πύλη εισόδου στη μοναστηριακή κοινότητα, αλλά και για τις γειτονικές περιοχές που στηρίζουν την οικονομία τους στον προσκυνηματικό τουρισμό με την τοπική κοινωνία να αναπτύσσει σχετικές επιχειρηματικές δραστηριότητες. Έτσι το Άγιο Όρος συνιστά μοχλό οικονομικής ανάπτυξης της ανατολικής Χαλκιδικής.

#### • Παραγωγικές δραστηριότητες στο Άγιο Όρος

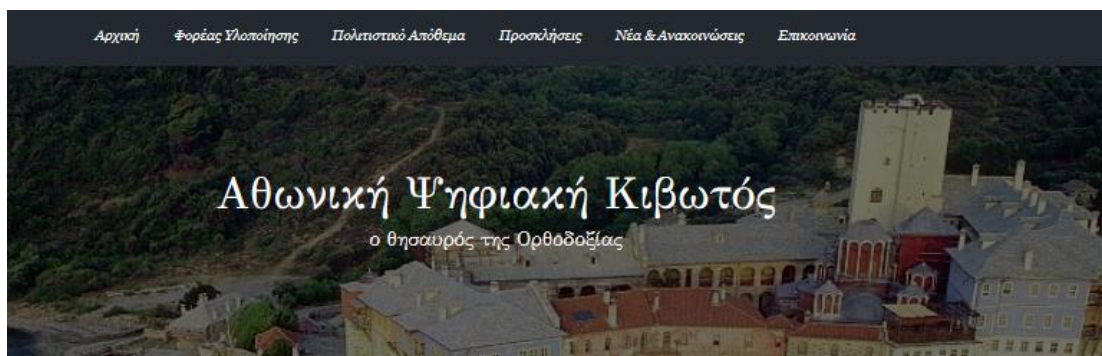
Το Άγιο Όρος είναι μια αυτόνομη, οργανωμένη κοινωνία που μέσα στα όρια της, πέρα από τις υπόλοιπες λειτουργίες της, παράγει, συσκευάζει και εμπορεύεται προϊόντα μέσα από διάφορα κανάλια πώλησης. Υπάρχουν μονές που διαθέτουν κατετοποιημένες μονάδες και παρασκευάζουν δικά τους προϊόντα σύμφωνα με την τεχνογνωσία που διαθέτουν οι μοναχοί. Αρκετές καλλιεργούν δικά τους αμπέλια (πρωτογενής παραγωγή), διαθέτουν οινοποιεία, συσκευαστήρια και εμφιαλωτήρια.

Τα προϊόντα που παράγονται αφορούν σε τρόφιμα, προϊόντα φροντίδας και εργόχειρα, (ελαιόλαδο, μέλι, κρασί, γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά, βότανα, μπαχαρικά, κ.α., φαρμακευτικά προϊόντα όπως κεραλοιφές και κρέμες, θεραπευτικά έλαια και σιρόπια, κ.α.) τα οποία δεν προορίζονται μόνο για ιδία χρήση, αλλά και για πώληση μέσα από διάφορα κανάλια διανομής. Επιπλέον, πλούσιο είναι και το συγγραφικό έργο των μοναχών.

Από το 2013 λειτουργεί Έκθεση Προϊόντων Αγίου Όρους στο κέντρο της Θεσσαλονίκης και ηλεκτρονικό κατάστημα μέσα από την ιστοσελίδα «mountanathos-eshop.com» προωθώντας στην αγορά αυθεντικά μοναστηριακά προϊόντα. Επίσης τα προϊόντα πωλούνται στα διάφορα καταστήματα που λειτουργούν εντός του Αγίου Όρους και σε καταστήματα σε διάφορες άλλες περιοχές, αλλά και σε πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα. Τα χρήματα από την πώληση των προϊόντων χρησιμοποιούνται για τα έξοδα των μοναστηριών και για την αναστήλωση ή την επισκευή των κελιών των μοναχών.

#### • **Αθωνική ψηφιακή κιβωτός**

Αναγνωρίζοντας τη στρατηγική σημασία της προστασίας, αλλά και της ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς του Αγίου Όρους εντάχθηκε στο ΕΣΠΑ 2014-2020 και υλοποιείται το έργο «Αθωνική ψηφιακή κιβωτός» το οποίο θα αξιοποιεί τις σύγχρονες τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών για την ψηφιοποίηση, τεκμηρίωση και προβολή του Αγιορείτικου πολιτιστικού αποθέματος.



Πηγή : <https://athoskivotos.eu>

Ουσιαστικά αποτελεί μια ολοκληρωμένη ψηφιακή κιβωτό γνώσης και πολιτισμού, περιλαμβάνοντας το σύνολο των εκφάνσεων του πολιτιστικού αποθέματος των Ιερών Μονών του Αγίου Όρους, η οποία θα είναι ψηφιακά διαθέσιμη και ηλεκτρονικά προσβάσιμη μέσω του διαδικτύου, από το σύνολο της παγκόσμιας κοινότητας.

Το έργο όταν ολοκληρωθεί μεταξύ άλλων θα περιλαμβάνει :

- Ανάπτυξη Ψηφιακών Υπηρεσιών μέσω της ψηφιακής πύλης -portal για την ανάδειξη και προβολή του Αγιορείτικου πολιτιστικού αποθέματος.
- Ανάπτυξη πολυγλωσσικών ψηφιακών εφαρμογών.
- Ανάπτυξη ψηφιακών καταλόγων για την αναζήτηση του υλικού και την προαγωγή της έρευνας και της εκπαίδευσης (αποθετήρια).
- Υπηρεσίες ψηφιοποίησης και τεκμηρίωσης του ιστορικού αρχείου, των χειρόγραφων κωδίκων, των παλαιτύπων και των έργων τέχνης.

Επιδιωκόμενο αποτέλεσμα του έργου είναι η καθιέρωση της Ελλάδας, ως ένας από τους σπουδαιότερους διαχειριστές και διαθέτες ψηφιακού πολιτιστικού ορθόδοξου αποθέματος στο κόσμο, και τούτο, διότι στο Άγιο Όρος διαφυλάσσεται μεγάλο μέρος των πολιτιστικών θησαυρών παγκοσμίως.

Σημαντικές επίσης δράσεις για το Άγιο Όρος συνολικού ύψους 11,87 εκατ. Ευρώ έχουν ενταχθεί στο Περιφερειακό Πρόγραμμα Κεντρικής Μακεδονίας 2014-2020, καθώς και μια σειρά άλλων ενεργειών εκτελούνται στους τομείς του περιβάλλοντος, της ενέργειας, κ.α. Οι παρεμβάσεις στοχεύουν μεταξύ άλλων :

1. Στον εμπλουτισμό του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος και την ανάδειξη της στρατηγικής σχέσης μεταξύ τουρισμού-πολιτισμού.
2. Στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού, με την ανάδειξη του θρησκευτικού αποθέματος του Αγίου Όρους, το οποίο έχει παγκόσμια ακτινοβολία.
3. Στην ενίσχυση και ανάδειξη του Αγίου Όρους ως Μνημείου Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς.

- **Προαθωνικός Οργανισμός Τουρισμού**

Ο Προαθωνικός Οργανισμός Τουρισμού επανιδρύθηκε το 2015 και αποτελεί την εξέλιξη του Οργανισμού Τουριστικής Ανάπτυξης προ του Άθω ο οποίος είχε ιδρυθεί το 2010 από μέλη της ξενοδοχειακής οικογένειας της προαθωνικής χερσονήσου Χαλκιδικής.

Ο οργανισμός συνεργάζεται με ένα σύνολο 30 τοπικών φορέων και πάνω από 800 εθελοντές – κατοίκους της ανατολικής Χαλκιδικής που ασχολούνται με τον τουρισμό, την προώθηση της πολιτιστικής δραστηριότητας και την ανάδειξη των προϊόντων του τόπου.

Μέσα από τη δράση του, ο οργανισμός πέτυχε την ανάδειξη της Προαθωνικής Χερσονήσου ως ενός από τους πλέον δημοφιλείς ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς, ανοίγοντας δέκα νέες τουριστικές αγορές και ενισχύοντας τις υπάρχουσες, οι οποίες σημείωσαν αύξηση στις αφίξεις επισκεπτών της τάξης του 25% – 30%<sup>58</sup>.

Ο οργανισμός για την προβολή της ανατολικής Χαλκιδικής διαμόρφωσε 18 θεματικές ενότητες, οι οποίες συνθέτουν τις τουριστικές μορφές (φυσιολατρική, πολιτιστική, γαστρονομική κ.ά.) του προορισμού και μάλιστα τρεις από αυτές βραβεύτηκαν στα Tourism Awards. Πρόκειται για τον «Αριστοτελικό Περίπατο», το «Mount Athos Area KOUZINA» και τα «Τρία Πράσινα Βουνά».

Επίσης εργάζεται για την προώθηση ενός νέου και ελκυστικού προϊόντος στην προσκυνηματική αγορά μέσα από το σχεδιασμό ενός δικτύου προσκυνηματικών περιηγήσεων της Ανατολικής Χαλκιδικής που αφορά προσκυνηματικά μνημεία της διαδρομής «Θεσσαλονίκη – Άθωνας – Αρχαία Στάγειρα – Αμφίπολη», τα οποία συνθέτουν πολυήμερα πακέτα θρησκευτικού τουρισμού.

<sup>58</sup> <https://www.newsbeast.gr/travel/arthro/2038841/o-proathonikos-organismos-tourismou-se-arithmous>

Η χαρτογραφημένη διαδρομή διασχίζει και τοποθετεί στον τουριστικό χάρτη 10 τοπικές κοινότητες, αναδεικνύοντας 13 προσκυνηματικά μνημεία πριν από το Άγιο Όρος, αλλά και δεκάδες διαδρομές ή σημεία προσκυνήματος εντός της Αθωνικής Πολιτείας.

Μάλιστα έχει παράξει και σχετικό οδηγό μέσα από τον οποίο παράλληλα προωθούνται τοπικά μοναστηριακά προϊόντα και προτείνονται στους επισκέπτες βιωματικές δραστηριότητες, όπως μαθήματα αγιογραφίας, επιδείξεις δημιουργίας βυζαντινών κοσμημάτων, συμμετοχή σε αθωνικές οινογευσίες, αυθεντικά μοναστηριακά γεύματα ή δείπνα, «συνδέοντας» ουσιαστικά τις προσκυνηματικές περιηγήσεις με άλλες μορφές τουρισμού και συνθέτοντας ένα πολυμορφικό θρησκευτικό προϊόν.

Η στρατηγική προώθησης του Οργανισμού προκειμένου να «πουλήσει» την ανατολική Χαλκιδική στο εξωτερικό εστιάζει αφενός σε προωθητικά προγράμματα αεροπορικών εταιριών, τα οποία εξασφαλίζουν απευθείας πωλήσεις, προερχόμενες από αγορές-στόχους, όπως η Ιταλία και το Βέλγιο και αφετέρου, στην ανάδειξη ειδικών τουριστικών προϊόντων μέσω social media επιλεγμένων τουριστικών γραφείων. Πολιτιστικές και προσκυνηματικές περιηγήσεις, ποδηλασίες, οινικές περιπλανήσεις και ειδικές μορφές τουρισμού είναι μερικά από τα εργαλεία, τα οποία αποτελούν την κινητήριο προωθητική δύναμη της περιοχής.



## ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

### Η ΔΙΑΔΡΟΜΗ «ΣΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΠΑΥΛΟΥ»

Η πλούσια θρησκευτική κληρονομιά της Ελλάδας είναι ανεξάντλητη. Μέσα από διάφορες υπερτοπικές θεματικές διαδρομές που διασχίζουν τη χώρα από άκρο σε άκρο, προσφέρεται η δυνατότητα ανακάλυψης σημαντικών προσκυνημάτων, ιστορικών ναών και μοναστηριών. Ιδιαίτερα δημοφιλής τα τελευταία χρόνια είναι η διαδρομή που ακολουθεί την ιστορική πορεία του Απόστολου Παύλου.

Η ανάγκη ενίσχυσης του θρησκευτικού τουρισμού και των χριστιανικών προσκυνημάτων και δη εκείνων που συνδέονται με τα Βήματα του Απόστολου Παύλου οδήγησε το 2002 στη θεσμοθέτηση εξαμελούς ομάδας διορισμένης από το Υπουργείο Ανάπτυξης και τον ΕΟΤ για τη συγκέντρωση στοιχείων για τη διαδρομή, το σχεδιασμό προγράμματος μικρών έργων σε συνδυασμό με τη χάραξη της διαδρομής και τη δικτύωση με άλλους χώρους πολιτιστικού – οικολογικού ενδιαφέροντος (Αρχιμ. Παπαλεξίου, 2004)<sup>59</sup>.

Έτσι προέκυψε η διαδρομή στα «Βήματα του Αποστόλου Παύλου» η οποία διέρχεται από τις πόλεις που επισκέφτηκε και δίδαξε ο Απόστολος και είναι ένας ιδανικός συνδυασμός προσκυνήματος και περιήγησης σε μερικά από τα ομορφότερα μέρη της Ελλάδας. Πρόκειται για ένα ενιαίο θεματικό τουριστικό προϊόν θρησκευτικού περιεχομένου που ωστόσο προσελκύει το ενδιαφέρον όχι μόνο πιστών, αλλά και ιστορικών.

<sup>59</sup> <http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/committees/pastoral/pastoral-0002.htm>

Με τη διαδρομή αυτή γίνεται επίσης σύνδεση της εποχής του Μεγάλου Αλεξάνδρου έως την εποχή του Απόστολου Παύλου, μέσω της επίσκεψης σε αρχαιολογικούς τόπους και θρησκευτικά μνημεία που συνδέονται με τη διδασκαλία του στην Ελλάδα. Παράλληλα, οι επισκέπτες μπορούν να περιηγηθούν ταυτόχρονα και σε άλλα τουριστικά αξιοθέατα των πόλεων από τις οποίες διήλθε ο Απόστολος Παύλος (π.χ. Καβάλα-Νεάπολη, Φίλιπποι, Θεσσαλονίκη, Βέροια, Αθήνα, Κόρινθος). Με αυτόν τον τρόπο, συνδυάζεται η περιοδεία στα θρησκευτικά μνημεία και στους αρχαιολογικούς χώρους με την εξερεύνηση της ιστορικής, πολιτιστικής και αρχιτεκτονικής παράδοσης των εν λόγω περιοχών.

Για την προβολή της διαδρομής, ο ΕΟΤ προχώρησε στην έκδοση οδηγού σε έξι γλώσσες απευθυνόμενος σε ξένους κυρίως προσκυνητές που θα ήθελαν να γνωρίσουν από κοντά τις περιοχές όπου βάδισε, κήρυξε και ίδρυσε εκκλησίες ο Απόστολος Παύλος στον Ελλαδικό χώρο.

Μια ακόμη προσπάθεια για την ανάπτυξη και ανάδειξη της διαδρομής επιχειρείται από τους δήμους Καβάλας και Κορινθίας που υπέγραψαν στις 30-1-2019 Σύμφωνα Διαδημοτικής Συνεργασίας για την προώθηση του προσκυνηματικού τουρισμού και της διαδρομής «Στα Βήματα του Αποστόλου Παύλου» ως οι περιοχές που αποτελούν την αφετηρία και το τέρμα της διαδρομής αντίστοιχα.

Σκοπός του συμφώνου συνεργασίας είναι η προώθηση – προβολή των δυο αυτών σημαντικών σταθμών για τη διάδοση του Χριστιανισμού σε όλη την Ευρώπη με στόχο την προσέλκυση ή και την αύξηση του ενδιαφέροντος επισκεπτών θρησκευτικού τουρισμού. Ακόμη, το μνημόνιο αυτό αποτελεί την προμετωπίδα για την ευρύτερη συνεργασία μεταξύ των υπολοίπων σταθμών που συνθέτουν τη θεματική θρησκευτική διαδρομή «Βήματα του Αποστόλου Παύλου» στον ελλαδικό και όχι μόνο χώρο.

Προβλέπονται κοινές δράσεις για την προβολή της θεματικής διαδρομής και ενέργειες ενδυνάμωσης προσέλευσης επισκεπτών προσκυνηματικού ενδιαφέροντος και συγκεκριμένα:

- Διοργάνωση Fam – PressTrips για την από κοινού προβολή των προορισμών σε tour operators, travel agents, opinion leaders, κ.α
- Δημιουργία από κοινού προωθητικού υλικού που θα χρησιμοποιείται σε παρουσιάσεις, εκθέσεις είτε γενικού, είτε θεματικού ενδιαφέροντος (π.χ. δημιουργία βίντεο, εντύπου κ.α.)
- Κοινές δράσεις παρουσίας σε εκθέσεις, συνέδρια και fora με θέμα τον θρησκευτικό – προσκυνηματικό τουρισμό.
- Κοινές Δράσεις εμπλουτισμού του δικτύου πόλεων – σταθμών στην πορεία του Αποστόλου Παύλου στον ελληνικό και όχι μόνο χώρο.
- Διεκδίκηση οικονομικής στήριξης ανάπτυξης του θεματικού – θρησκευτικού άξονα μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων.
- Συνεργασία με Εκκλησιαστικούς και Πανεπιστημιακούς φορείς καθώς και με Ταξιδιωτικούς Οργανισμούς εξειδικευμένους στο θρησκευτικό Τουρισμό.
- Δημιουργία από κοινού θεματικής έκθεσης για την προώθηση του προσκυνηματικού και πολιτιστικού τουρισμού.

Ακόμη, με πρωτοβουλία της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας και σε συνεργασία με το Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού, τον ΕΟΤ και το Συνοδικό γραφείο προσκυνηματικών περιηγήσεων της Εκκλησίας της Ελλάδος πραγματοποιήθηκε στη Θεσσαλονίκη διαπεριφερειακή εκδήλωση με τη συμμετοχή των Περιφερειών Κεντρικής Μακεδονίας, Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Αττικής, Βορείου Αιγαίου και Κρήτης. Η κάθε περιφέρεια παρουσίασε για την περιοχή της τη διαδρομή και τα σημεία από όπου πέρασε ο Απόστολος Παύλος και κήρυξε το Χριστιανισμό. Στόχος ήταν η κοινή παρουσίαση ενός ενιαίου θεματικού τουριστικού προϊόντος θρησκευτικού περιεχομένου και ο συντονισμός μελλοντικών κοινών δράσεων για την προβολή της διαδρομής.

Ενδιαφέρουσα ενέργεια αποτελεί η σύνδεση της διαδρομής με τον αθλητισμό. Συγκεκριμένα η Δημοτική Κοινωφελής Επιχείρηση Καβάλας σε συνεργασία με τον ΣΕΒΑΣ, την Ιερά Μητρόπολη Φιλίππων Νεαπόλεως και Θάσου και το Δήμο Καβάλας έχουν καθιερώσει ως θεσμό πλέον το διεθνές ημιμαραθώνιο «Στα Βήματα του Αποστόλου Παύλου» που πληροί υπό την αιγίδα της Επιτροπής Αθλητισμού του Ευρωκοινοβουλίου.

Με αυτόν τον ημιμαραθώνιο, η θρησκευτική και πολιτισμική ιστορία του τόπου συνδέεται με την αθλητική. Οι δρομείς ακολουθούν την αυθεντική διαδρομή του Αποστόλου Παύλου επί της Αρχαίας Εγνατίας οδού. Με εκκίνηση το σημείο της άφιξης του Αποστόλου Παύλου στο λιμάνι της Καβάλας τρέχουν στην Αρχαία Εγνατία Οδό, συνεχίζουν μέσα από φυσικές ομορφιές και οικισμούς της περιοχής για να διασχίσουν το Μνημείο Παγκόσμιας Πολιτισμικής Κληρονομιάς της UNESCO, την Αρχαία πόλη των Φιλίππων και να τερματίσουν, με έντονο συμβολικό χαρακτήρα, στα ιερά νερά του Ζυγάκτη ποταμού, όπου βαπτίστηκε η πρώτη Ευρωπαϊά Χριστιανή, η Λυδία.

Μια ακόμη πιο σημαντική προσπάθεια ανάπτυξης της διαδρομής είναι η υποβολή φακέλου υποψηφιότητας στο Συμβούλιο της Ευρώπης για την πιστοποίηση της πολιτιστικής διαδρομής "Στα Βήματα του Αποστόλου Παύλου"<sup>60</sup> που θα συνδέει τρεις ευρωπαϊκές Περιφέρειες, την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, την Περιφέρεια Πάφου στην Κύπρο και την Περιφέρεια Λάτσιο στην Ιταλία. Η δράση αυτή πραγματοποιείται στο πλαίσιο του συγχρηματοδοτούμενου έργου Cult-Ring (Cultural Routes as Investments for Growth and Jobs - Πολιτιστικές Διαδρομές ως Επενδύσεις για Ανάπτυξη και Απασχόληση) και σε επόμενη φάση θα επεκταθεί και στις υπόλοιπες Περιφέρειες της Ελλάδας που συνδέονται με τη διαδρομή του Αποστόλου Παύλου.

Τα οφέλη από πολιτιστικές και κατ' επέκταση θρησκευτικές διαδρομές είναι πολλά για την τοπική ανάπτυξη, καθώς αποτελούν πηγή δημιουργικότητας, επιχειρηματικής δράσης και ανάπτυξης πολιτιστικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

<sup>60</sup> <https://www.tour-market.gr/sta-vimata-tou-apostolou-pavlou>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 2.1 Προσδιορισμός Στρατηγικής και Στόχων

*Στρατηγική είναι η δημιουργία μιας μοναδικής και πολύτιμης θέσης στην αγορά, μέσα από μια σειρά ενεργειών και δραστηριοτήτων.  
(M.Porter, Harvard University)*

Η στρατηγική αφορά στη φιλοσοφία που διαπνέει το σχεδιασμό και ειδικότερα στις αρχές, στις κύριες κατευθύνσεις, προσανατολισμούς και στοχεύσεις, βάσει των οποίων εξειδικεύεται το σχέδιο ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού.

Με άλλα λόγια, η στρατηγική υποδεικνύει **σε τι πρέπει να δοθεί έμφαση και βαρύτητα, ποιοι πρέπει να είναι οι πυλώνες στήριξης**, ποιες οι **προτεραιότητες** και παράλληλα δίδει **απάντηση σε ερωτήματα** όπως:

*«Με ποιο τρόπο μπορούμε να πετύχουμε την αναγνωρισιμότητα, την προτίμηση και την αποδοχή από τους θρησκευτικούς τουρίστες κυρίως στη διεθνή τουριστική αγορά;»*

*«Με αφετηρία το υφιστάμενο μερίδιο στην αγορά του θρησκευτικού τουρισμού, ποια θέση θέλουμε να κατακτήσουμε;»*

*«Ποια θα πρέπει να είναι τα διαδοχικά βήματα που θα εξασφαλίσουν την επίτευξη των στόχων της ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού και της καθιέρωσης της Ελλάδας ως διεθνή προορισμό θρησκευτικού τουρισμού;»*

*«Ποιους πρέπει να ανταγωνιστούμε και πως για να αυξήσουμε το εισερχόμενο τουριστικό ρεύμα θρησκευτικού τουρισμού;»*

*«Πώς μπορούμε να μείνουμε σταθεροί στην επιθυμητή θέση και προοδευτικά να εξελιχθούμε περαιτέρω ως ένας ανταγωνιστικός προορισμός θρησκευτικού τουρισμού;»*

Δεδομένου ότι ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια δυναμική και πολλά υποσχόμενη μορφή τουρισμού απαιτείται ο επανασχεδιασμός του ειδικού τουριστικού προϊόντος «Θρησκευτικός Τουρισμός» σε ορθή και κυρίως βιώσιμη βάση, καθώς και η ενίσχυση, η στήριξη, η ενιαία, συστηματική και στοχευμένη προβολή του.

Για την εύρυθμη και αποδοτική ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού είναι αναγκαία η χάραξη και η εφαρμογή ενός νέου στρατηγικού πλαισίου με ρεαλιστικούς στόχους και κατάλληλα μέσα και διαδικασίες για την επίτευξή τους.

Από τον στρατηγικό αυτό σχεδιασμό θα καθοριστεί η ικανότητα της χώρας να αναπτύξει σωστά και να τοποθετήσει αποτελεσματικά το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού στη διεθνή αγορά και ταυτόχρονα να διεκδικήσει μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά του θρησκευτικού τουρισμού δημιουργώντας μακροπρόθεσμα και διαρκή ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στον τουριστικό τομέα και στην ελληνική οικονομία εν γένει.

Η στρατηγική αυτή προσέγγιση αφορά αφενός στην αξιοποίηση των σημείων υπεροχής που αναδείχτηκαν στο στάδιο της μελέτης που εξέτασε την υφιστάμενη κατάσταση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα στο πλαίσιο της προϊόντικής δόμησής του και αφετέρου, της αντιμετώπισης των αδυναμιών/προβλημάτων ως αναγκαία προϋπόθεση ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού και καθιέρωσης της Ελλάδας ως διεθνή προορισμό θρησκευτικού τουρισμού.

Ακολουθεί επιγραμματική διατύπωση των ζητούμενων και των συνθηκών - προϋποθέσεων για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού που προκύπτουν μέσα από την pestel και swot ανάλυση, αλλά και από τα ευρήματα της διαβούλευσης και της έρευνας πεδίου που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο της μελέτης.

Ζητούμενα	Συνθήκες - Προϋποθέσεις
Δυναμική ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού	Ολοκληρωμένο, λειτουργικό και ανταγωνιστικό προϊόν θρησκευτικού τουρισμού (χαρτοφυλάκιο θρησκευτικού προϊόντος) Επενδυτικά κίνητρα στον τομέα του θρησκευτικού τουρισμού Μόχλευση δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων, αποτελεσματική και αποδοτική αξιοποίηση όλων των δυναμικών πηγών χρηματοδότησης
Εξωστρέφεια θρησκευτικού τουρισμού	Ενιαία εθνική στρατηγική προβολής, κατάρτιση και εφαρμογή σχεδίου μάρκετινγκ θρησκευτικού τουρισμού
Η Ελλάδα - προορισμός θρησκευτικού τουρισμού υψηλών επιδόσεων	Μεγέθυνση δεικτών αφίξεων, διανυκτερεύσεων, διάρκειας παραμονής, κατά κεφαλή δαπάνης



Ζητούμενα	Συνθήκες - Προϋποθέσεις
Διασύνδεση θρησκευτικού τουρισμού με άλλες μορφές τουρισμού	Δικτύωση θρησκευτικών πόρων με πολιτιστικούς και τουριστικούς πόρους Εμπλουτισμένα πακέτα θρησκευτικού τουρισμού
Διάχυση της τουριστικής ανάπτυξης σε λιγότερο αναπτυγμένες τουριστικές περιοχές και ανάδειξη νέων τουριστικών προορισμών	Πόλοι και ακτίνες – αντένες προορισμών θρησκευτικού ενδιαφέροντος
Άμβλυνση των επιπτώσεων της νησιωτικότητας και αξιοποίηση της γεωγραφικής θέσης της χώρας στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού	Βελτιωμένη διασύνδεση νησιών και συνδυασμός θρησκευτικού τουρισμού με κρουαζιέρες Ανάπτυξη κοινών πακέτων θρησκευτικού τουρισμού με άλλες χώρες
Ανάπτυξη θρησκευτικού τουρισμού με γνώμονα την αειφόρο ανάπτυξη και τη διατήρηση του χαρακτήρα των θρησκευτικών μνημείων και προσκυνημάτων	Ανάπτυξη με κανόνες, όρια, ήπιες παρεμβάσεις, με σεβασμό στο περιβάλλον και τα θρησκευτικά μνημεία και με την εφαρμογή πρακτικών αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης Κώδικας ηθικής στον θρησκευτικό τουρισμό
Παροχή ποιοτικών υπηρεσιών θρησκευτικού τουρισμού	Ανθρώπινο δυναμικό με δεξιότητες, σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας του θρησκευτικού τουρισμού (εξειδικευμένη επιμόρφωση στον θρησκευτικό τουρισμό)
Βελτίωση της προσβασιμότητας των θρησκευτικών μνημείων και χώρων	Υψηλού επιπέδου τεχνικές υποδομές (λιμένες, αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, δίκτυο σήμανσης, υποδομές για ΑμεΑ, κ.α.)
Βελτίωση των συστημάτων παροχής επείγουσας ιατρικής βοήθειας και προστασίας της υγείας	Προληπτική διαχείριση και ασφάλεια του προορισμού
Άμβλυνση των διοικητικών εμποδίων αναφορικά με τα ταξιδιωτικά έγγραφα εισερχόμενου τουρισμού από τρίτες χώρες	Απλοποίηση διαδικασιών έκδοσης visas και άμεση διευκόλυνση επισκεπτών

Η στρατηγική προσέγγιση για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού βασίζεται στις κάτωθι αρχές οι οποίες προκύπτουν μετά από τη μελέτη του ευρωπαϊκού και εθνικού

θεσμικού πλαισίου για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, την εθνική αναπτυξιακή στρατηγική 2021-2030 στον τουρισμό και το στρατηγικό πλαίσιο του Υπουργείου Τουρισμού για την περίοδο 2021-2030, την ανάλυση PESTEL και τη SWOT ανάλυση.

Ειδικότερα, οι αρχές αφορούν στα εξής :

- Καλή γνώση και μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος** όπως οι ανταγωνίστριες χώρες, η ζήτηση για το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν, οι πολιτικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη και τον τουρισμό προκειμένου το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού να είναι καινοτόμο, ελκυστικό και απόλυτα προσαρμοσμένο στις τάσεις και εξελίξεις της αγοράς του θρησκευτικού τουρισμού και τις ανάγκες των δυνητικών χρηστών.
- Εναρμόνιση με τη νέα εθνική αναπτυξιακή στρατηγική 2021-2030** και κυρίως σε ότι αφορά τα προβλεπόμενα **στον τομέα του τουρισμού** και τη στόχευση η Ελλάδα να μετατραπεί σε κορυφαίο τουριστικό προορισμό που θα προσφέρει αυθεντικές θεματικές εμπειρίες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Ένας προορισμός που θα εξελιχθεί σε ιδανικό μέρος για ταξίδια, εξασφαλίζοντας μοναδικές και ολοκληρωμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες σε όλη τη χώρα και όχι μόνο στους παραδοσιακούς προορισμούς των ελληνικών νησιών. Επιδιώκεται η διαμόρφωση ενός τουριστικού μοντέλου που θα επιτρέψει στην Ελλάδα να ανέβει σε ακόμη υψηλότερη θέση σε διεθνές επίπεδο στη βάση της ποιότητας των υπηρεσιών και της πληθώρας των αυθεντικών εμπειριών που θα προσφέρει στον επισκέπτη. Το νέο αυτό τουριστικό μοντέλο θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα και την κερδοφορία του τουρισμού, διευρύνοντας τους προορισμούς και διαχέοντας πιο δίκαια τα οφέλη και τα βάρη του τουρισμού, προστατεύοντας την πολιτιστική κληρονομιά και το περιβάλλον και βελτιώνοντας εν τέλει, την ποιότητα ζωής σε πολίτες και επαγγελματίες.
- Συμπόρευση με τις στρατηγικές κατευθύνσεις του Υπουργείου Τουρισμού για την περίοδο 2021-2030.** Οι στρατηγικοί στόχοι για τον τουρισμό εστιάζουν στη βελτίωση :
  - ✓ της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος
  - ✓ της ποιότητας και της αυθεντικότητάς του
  - ✓ της ανθεκτικότητάς του
  - ✓ της βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος
- Εναρμόνιση με το ευρωπαϊκό και εθνικό θεσμικό πλαίσιο αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης** η οποία βασίζεται σε μη εντατικές παρεμβάσεις και δραστηριότητες, θέτοντας την ποιότητα ως προτεραιότητα έναντι της ποσότητας, το περιορισμένο έναντι της έντασης, καθώς και τη διατήρηση έναντι της βλάβης των φυσικών, θρησκευτικών - πολιτιστικών και ανθρωπογενών πόρων.

Με άλλα λόγια προϋποθέτει: α) οι υποδομές που υποστηρίζουν το τουριστικό ρεύμα να είναι ήπιου μεγέθους και χαρακτήρα, β) η τουριστική κίνηση στις ευαίσθητες περιοχές να είναι σαφώς μικρότερου όγκου από την αντίστοιχη των τυπικών τουριστικών - υπερανπτυγμένων περιοχών, γ) η εκμετάλλευση – επιβάρυνση των πόρων να κινείται στα όρια της πραγματικής αντοχής τους.

Η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη επιδιώκει τη χωρο-χρονική ισοκατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, εις τρόπον ώστε να ελαχιστοποιούνται οι δυσμενείς επιπτώσεις (περιβαλλοντικές, κοινωνικές κ.α.) από την υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας του εκάστοτε τουριστικού πόλου και παράλληλα να διασφαλίζεται η ύπαρξη ή / και δημιουργία κρίσιμων πυρήνων - κέντρων εξυπηρέτησης και διάχυσης της τουριστικής κίνησης, λογική στην οποία αποσκοπεί να συμβάλει ο θρησκευτικός τουρισμός.

- Ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού σε «πλέγμα»<sup>61</sup> και σε διασύνδεση με άλλες μορφές θεματικού τουρισμού.** Η διασύνδεση του θρησκευτικού τουρισμού με άλλες μορφές θεματικού τουρισμού αποτελεί μια ορθολογική επιλογή και στρατηγική επιδίωξη για εμπλουτισμό του χαρτοφυλακίου του θρησκευτικού προϊόντος με ολοκληρωμένες τουριστικές προτάσεις, με αυθεντικές βιωματικές εμπειρίες και επισκέψιμες δυνατότητες. Με τον τρόπο αυτό εμπλουτίζονται ή και συνδυάζονται τα κίνητρα των επισκεπτών που λόγω του έντονου ανταγωνισμού πολλών φημισμένων θρησκευτικών προορισμών ίσως δύσκολα θα επιλέξουν την Ελλάδα αποκλειστικά για την πραγματοποίηση ενός θρησκευτικού ταξιδιού.
- Προσδιορισμός εμβληματικών στοιχείων και «σημείων άγκυρες».** Κάθε ελκυστικός προορισμός έχει εμβληματικά στοιχεία - δεδομένα, δηλαδή τουριστικούς πόρους που προσδιορίζουν τη «μοναδική θέση» του (unique selling position). Με τα εμβληματικά στοιχεία χιζεται και συντηρείται η ιδιαιτερότητα και η μοναδικότητα, τα «επιχειρήματα» προβολής και προώθησης και τα αναγνωρίσιμα, από τον (δυνητικό) επισκέπτη, ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Για την προϊοντική ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού πρέπει να καταγραφούν τα **σημεία άγκυρες (anchor- sites)**, οι **κύριες περιοχές που θα αποτελέσουν τον πυρήνα του χαρτοφυλακίου του θρησκευτικού τουρισμού** και γύρω από τις οποίες θα δομηθεί το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού.

- Ποιοτικό προϊόν θρησκευτικού τουρισμού.** Η "έκφραση" της ποιότητας είναι πολύπλευρη και αναφέρεται σε πλήθος παραμέτρων που επηρεάζουν το κύκλωμα του θρησκευτικού τουρισμού.

Ειδικότερα, μεταξύ άλλων αναφέρεται σε:

- υψηλό επαγγελματισμό,
- εκπαιδευμένο προσωπικό,
- ποιότητα υποδοχής, φιλοξενίας, ξενάγησης,
- ποιοτικές υπηρεσίες κρατήσεων,
- πολύγλωσση υποστήριξη,
- γνωστοποίηση (και τήρηση) ωραρίου επισκέψιμων χώρων με όλους τους πρόσφορους τρόπους,

---

<sup>61</sup>Με τον όρο τουριστική ανάπτυξη σε «πλέγμα» αναφέρεται η «...διαμόρφωση μιας υποδομής προσφοράς που θα ανταποκρίνεται σε διαφορετικούς τύπους ζήτησης και θα συμβάλλει στη βασική αρχή της αειφορίας: την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης» (Κοκκώσης & Τσάρτας 2001: 84).

- άνετες και ασφαλείς περιηγήσεις,
- ορθολογική τιμολόγηση με αποφυγή απαράδεκτα υψηλών χρεώσεων, φαινομένων αισχροκέρδειας και κερδοσκοπικών πρακτικών,
- μοναδικές δραστηριότητες και εμπειρίες,
- δυνατότητες υποδοχής και εξυπηρέτησης ηλικιωμένων ατόμων και ατόμων με ειδικές ανάγκες,
- διαθεσιμότητα υπηρεσιών ΤΠΕ και διαδικτύου,
- επαρκή σήμανση θρησκευτικών μνημείων,
- σεβασμό της θρησκευτικής κληρονομιάς, των θρησκευτικών μνημείων και εκκλησιαστικών παραδόσεων,
- έγκυρη και επαρκή πληροφόρηση,
- συνεργατική κουλτούρα μεταξύ φορέων και επαγγελματιών και αφοσίωση στο κοινό όραμα ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού.

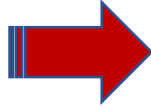
- Αυθεντικότητα της εμπειρίας.** Απαιτείται να συνδεθεί με επιτυχία η θρησκευτική παράδοση με την τουριστική οργάνωση, ώστε να μη διαταράσσεται η εύθραυστη ισορροπία ανάμεσα στην αυθεντικότητα της θρησκευτικής νοηματοδότησης των μνημείων και των προσωπικών αναγκών και επιλογών των περιηγητών. Οι δραστηριότητες που πλαισιώνουν το θρησκευτικό ταξίδι δε θα πρέπει να οργανώνονται ανεξάρτητα από το νόημα που εκπέμπουν τα κέντρα πίστης και λατρείας όπου προστρέχουν οι επισκέπτες. Η αυθεντικότητα αποτελεί τον πυρήνα της προσκυνηματικής εμπειρίας και ταυτόχρονα είναι και η πιο εύθραυστη συνθήκη στο πλαίσιο της επίσκεψης και του προσκυνημάτος. Το σχέδιο δράσης πρέπει να διασφαλίζει τους όρους της ιερότητας και της αυθεντικότητας, ώστε η προσκυνηματική περιήγηση να μένει πάντα μια αυθεντική εμπειρία και να μην υποβιβάζεται φθίνοντας σε ένα κοινό τουριστικό προϊόν προς κατανάλωση. Η εμπορευματοποίηση, ο μαζικός και απρόσωπος χαρακτήρας των επισκέψεων αποτελούν πιθανούς κινδύνους που πρέπει να ληφθούν υπόψη στο σχέδιο ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού.

Στο πλαίσιο των παραπάνω, αναφέρεται ότι εκείνο που μπορεί και πρέπει να συνδέει τα χαρακτηριστικά ενός τόπου που περιβάλλει ένα κέντρο προσκυνηματικών επισκέψεων είναι ένα αφήγημα. Το αφήγημα τοποθετεί το μνημείο, την ιστορία και την παράδοσή του στο κέντρο του ενδιαφέροντος, εμπνέει και μεταδίδει αυθεντική εμπειρία στον επισκέπτη, εντάσσει τα μέλη της τοπικής κοινωνίας σε ένα ευρύτερο, σταθερό και πιο μακροχρόνιο πλαίσιο αναφοράς και αναδεικνύει όχι μόνο το μνημείο ή το χώρο, αλλά και την εμπειρία της επισκέψεώς του ως ένα σημείο ελκτικό του ανθρώπινου ενδιαφέροντος (Τσιρώνης, 2018).

- Στοχευμένη προβολή.** Η εκπόνηση και υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου και στοχευμένου σχεδίου επικοινωνίας και προβολής του θρησκευτικού τουρισμού είναι μείζονος σημασίας για την τοποθέτηση του εν λόγω τουριστικού προϊόντος στην αγορά. Η Ελλάδα πρέπει να διαμορφώσει ένα ισχυρό brand name για τον θρησκευτικό τουρισμό που θα την καταστήσει αναγνωρίσιμη στη διεθνή τουριστική αγορά και σταδιακά θα την καθιερώσει ως ανταγωνιστικό θρησκευτικό προορισμό.

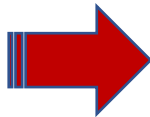
## Όραμα και αποστολή

Το **όραμα**  
για το  
θρησκευτικό  
τουρισμό



Βιώσιμο και ανταγωνιστικό  
θρησκευτικό προϊόν με εξωστρεφή  
προσανατολισμό, με σεβασμό στους  
χώρους, τόπους και τρόπους  
λατρείας και σε διασύνδεση με  
άλλες θεματικές μορφές τουρισμού

Η **αποστολή**  
για το  
θρησκευτικό  
τουρισμό



*Ο θρησκευτικός τουρισμός να  
καταστεί αναπόσπαστος κρίκος  
της τουριστικής αλυσίδας,  
πυλώνας διαφοροποίησης του  
τουριστικού προϊόντος και των  
κινήτρων επίσκεψης,  
μηχανισμός διατήρησης και  
ανάδειξης των θρησκευτικών  
μνημείων, μέσο επιμήκυνσης της  
τουριστικής περιόδου, όχημα  
διάχυσης τουριστικών ροών  
προς μη ιδιαίτερα αναπτυγμένες  
περιοχές της ενδοχώρας και  
μοχλός τόνωσης της  
περιφερειακής και τοπικής  
ανάπτυξης*

## Στρατηγικές Κατευθύνσεις Θρησκευτικού Τουρισμού



1

Βασικός πυλώνας ανάπτυξης καθώς διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν, βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά του και αυξάνει την προστιθέμενη αξία στην εμπειρία του επισκέπτη.

2

Αξιοποίηση της φήμης των ενταγμένων θρησκευτικών μνημείων στον κατάλογο της UNESCO.

3

Σύνδεση του θρησκευτικού τουρισμού με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού για εμπλουτισμό του προϊόντος «Religion», ενίσχυση του κινήτρου επίσκεψης, αύξηση της παραμονής και των δαπανών των επισκεπτών.

4

Πολυμορφικός τουριστικός σχεδιασμός με μεικτά σχήματα περιηγήσεων και επισκέψεων, καθώς τα κίνητρα και οι στόχοι των σύγχρονων ταξιδιωτών δεν είναι σχεδόν ποτέ μονοδιάστατα.

5

Ολοκληρωμένες προτάσεις περιηγήσεων που ανταποκρίνονται στο προφίλ των επισκεπτών, ικανοποιούν τις πνευματικές ανάγκες και τον λατρευτικό στόχο και παράλληλα εξασφαλίζουν πλούσια εμπειρία που θεμελιώνεται από εκπαιδευτικές περιηγήσεις και επισκέψεις σε χώρους που συνδέονται με την ιστορία του τόπου, την αρχαιολογία, τις τέχνες, το φυσικό περιβάλλον και τον πολιτισμό της τοπικής κοινωνίας.

6

Ανάδειξη μέσω των ΤΠΕ του πλούσιου θρησκευτικού και πολιτιστικού κεφαλαίου και στοχευμένη πολυτροπική προβολή με στόχο την ανάδειξη της Ελλάδας ως διεθνή προορισμό θρησκευτικού τουρισμού.

7

Σεβασμό στην ιερή ταυτότητα των θρησκευτικών χώρων, στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ανάγκες των θρησκευτικών τουριστών και έμφαση στην ασφάλεια και την ποιότητα της προσκυνηματικής περιήγησης και της θρησκευτικής εμπειρίας εν γένει.

8

Διασφάλιση συνθηκών συνέργειας, διασυνδεσιμότητας, διατοπικότητας και βιωσιμότητας.

9

Καλλιέργεια κουλτούρας συνεργατικότητας σε συνδυασμό με τη διασύνδεση όλων των επιπέδων τουριστικής οργάνωσης.

10

Θεσμικά και επενδυτικά κίνητρα ανάπτυξης θρησκευτικού τουρισμού.

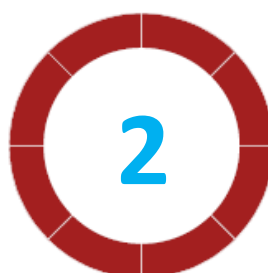
## Στρατηγικοί Στόχοι



Η υλοποίηση του οράματος για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα θα επιτευχθεί μέσα από πέντε (5) στρατηγικούς στόχους, ήτοι :



**Καθιέρωση της Ελλάδας ως διεθνούς προορισμού θρησκευτικού τουρισμού**



**Διαμόρφωση ελκυστικού, ανταγωνιστικού και βιώσιμου προϊόντος θρησκευτικού τουρισμού**



**Δόμηση ισχυρού brand name και ενίσχυση της εξωστρέφειας του προϊόντος «θρησκευτικός τουρισμός»**



**Αύξηση του μεριδίου στην αγορά του θρησκευτικού τουρισμού**



**Διασύνδεση θρησκευτικού με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού και ενίσχυση της τουριστικής κίνησης σε μη αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές**

## 2.2 Προσδιορισμός Αξόνων Προτεραιότητας και Μέτρων

Άξονας προτεραιότητας	1 ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ & ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
--------------------------	---

Άξονας προτεραιότητας	2 ΠΡΟΩΘΗΣΗ - ΠΡΟΒΟΛΗ - ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
--------------------------	---

Άξονας προτεραιότητας	3 ΘΕΣΜΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ
--------------------------	---------------------------

Άξονας προτεραιότητας	4 ΔΙΚΤΥΩΣΗ
--------------------------	---------------

Άξονας προτεραιότητας	5 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
--------------------------	-----------------

Ακολουθεί συνοπτική επεξήγηση των αξόνων προτεραιότητας και των μέτρων δράσης.



<b>Άξονας 1</b> <b>προτεραιότητας</b>	<b>ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ &amp; ΠΟΙΟΤΗΤΑ</b> <b>ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>
	<b>Επεξήγηση</b>

Η διαμόρφωση ενός ποιοτικού, ελκυστικού και ανταγωνιστικού προϊόντος αποτελεί τον πυρήνα του (επανα)σχεδιασμού του θρησκευτικού τουρισμού. Αρχικά εντοπίζονται τα σημεία υπεροχής και τα ανταγωνιστικά στοιχεία που συνθέτουν το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού και κατόπιν, διαμορφώνεται το πλαίσιο των υποστηρικτικών προϊόντων μέσα από τα οποία δημιουργείται ένα πλέγμα εμπειριών, ικανών να εμπλουτίσουν και να αυξήσουν τα κίνητρα επίσκεψης, αλλά και να επεκτείνουν τη διάρκεια παραμονής των επισκεπτών.

Όπως προέκυψε και από την 1<sup>η</sup> διαδικτυακή διαβούλευση και τις τοποθετήσεις των συμμετεχόντων, κανείς δεν επισκέπτεται έναν προορισμό μόνο για έναν λόγο, αλλά για πολλούς και υπό αυτό το πρίσμα, ο θρησκευτικός τουρισμός πρέπει να προβληθεί ως ένα ενιαίο σύνολο πολλών πραγμάτων. Ναι μεν, κύριο κίνητρο μπορεί να είναι ο θρησκευτικός τουρισμός, ωστόσο ο επισκέπτης θέλει να δει και να γνωρίσει και άλλες πτυχές του προορισμού.

Στην κατεύθυνση αυτή, ο εν λόγω άξονας επικεντρώνεται στο χαρτοφυλάκιο και την προϊοντική ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, στη σύνδεσή του με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού, ώστε να αυξήσει την προσέλκυση επισκεπτών, στην παροχή υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας εντός και εκτός θρησκευτικών χώρων/μνημείων, την τιμολογιακή πολιτική θρησκευτικών μνημείων και χώρων, κλπ.

Επιπλέον, ο άξονας προτεραιότητας 1 εστιάζει στην ποιότητα του προϊόντος η οποία απαιτεί επάρκεια και υψηλών προδιαγραφών υποδομές, δραστηριότητες και υπηρεσίες που θα υποστηρίξουν την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και τη διασύνδεσή του με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού για τον εμπλουτισμό των κινήτρων επίσκεψης και την εξασφάλιση μοναδικής - ιδιαίτερης - ξεχωριστής εμπειρίας στους επισκέπτες. Η ποιότητα πέραν των άλλων συνδέεται κυρίως με το τοπικό χρώμα, την κουλτούρα, την ιστορία, τον πολιτισμό του προορισμού. Η ποιότητα πρέπει να διαπνέει όλη την αλυσίδα αξίας του θρησκευτικού τουρισμού, ώστε να προσφέρεται ένα αυθεντικό, ανθεκτικό και βιώσιμο προϊόν, βασική προϋπόθεση για την ανταγωνιστικότητα και θελκτικότητα της τουριστικής εμπειρίας και την κατάκτηση σημαντικού μεριδίου στη διεθνή αγορά του θρησκευτικού τουρισμού. Είναι άλλωστε κοινά αποδεκτό ότι η προσφορά ποιοτικών τουριστικών υπηρεσιών, εξασφαλίζει καλή φήμη, πιστή και επαναλαμβανόμενη πελατεία, υψηλό κοινωνικό status τουριστών και κατά συνέπεια, μεγαλύτερα έσοδα στον προορισμό.

Κανείς πλέον δεν είναι διατεθειμένος να δαπανήσει χωρίς να λάβει υπόψη του την πραγματική αξία και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Με άλλα λόγια, το ύψος του value for money ιδιαίτερα σε εποχές οικονομικής ύφεσης καθορίζεται από την παρεχόμενη ποιότητα και τη διαφοροποίηση.

Επιπλέον, η δυνατότητα εξασφάλισης θετικής και αξιομνημόνευτης εμπειρίας συνιστά στοιχείο επιτυχίας ενός προορισμού, καθώς οι επισκέπτες δεν θυμούνται μόνο όσα κράτησαν σε φωτογραφίες και όσα μαγνητοσκοπήσαν, αλλά κυρίως αναπολούν τις εμπειρίες τους, τις κρίσεις που σχημάτισαν, τα συναισθήματα που ένιωσαν και το ενδιαφέρον τους για όλα όσα είδαν και γνώρισαν (Γ. Υφαντίδου, 2015:72).

Στο πλαίσιο των παραπάνω, η αντίληψη για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού θα στηριχθεί στην ποιότητα, την πιστοποίηση, τη διεύρυνση και διαφοροποίηση των υπηρεσιών, τη σύνδεσή τους με την τοπική οικονομία, την αναβάθμιση ή και υλοποίηση υποδομών που θα υποστηρίξουν το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού, την ανταπόκριση (προθυμία) των εργαζόμενων να ικανοποιούν τις ανάγκες των επισκεπτών και την ικανότητά τους να εμπνέουν εμπιστοσύνη και σιγουριά προσφέροντας καλές υπηρεσίες.

Ειδικότερα, ο εν λόγω άξονας αφορά ζητήματα όπως :

- βιώσιμη ανάπτυξη και αειφορία, με σεβασμό στο πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον, στην ιστορία και την ταυτότητα των μνημείων με γνώμονα τη φέρουσα ικανότητα των ιερών προσκυνημάτων και μνημείων
- παρεμβάσεις μικρής κλίμακας για την προσβασιμότητα, τη διατήρηση, τη διασύνδεση και την ανάδειξη των θρησκευτικών μνημείων
- διαχείριση της εμπειρίας του επισκέπτη με αιχμή την ασφάλεια, την άριστη οργάνωση του ταξιδιού και της διαμονής, την προσβασιμότητα σε ΑμεΑ, την ποιοτική ξενάγηση, τη θερμή φιλοξενία, τη μεταλαμπάδευση στον επισκέπτη της ιερότητας του χώρου, την προσφορά παράλληλων δραστηριοτήτων (π.χ. μοναστηριακή κουζίνα, πεζοπορία σε μονοπάτια σε συνάρτηση με θρησκευτικά μνημεία, κ.α.)
- αποτίμηση της εμπειρίας των επισκεπτών θρησκευτικού τουρισμού για ανάληψη βελτιωτικών πρωτοβουλιών και συνεχή αναβάθμιση της ποιότητας του προϊόντος και της ικανοποίησης των επισκεπτών
- διαχείριση κινδύνων και κρίσεων

## Μέτρα Δράσης

### **Μέτρο Δράσης 1.1 : Χαρτοφυλάκιο προϊόντος Θρησκευτικού Τουρισμού**

Διακύβευμα του συγκεκριμένου μέτρου αποτελεί ο σχεδιασμός ενός δυναμικού μεικτού χαρακτήρα προγράμματος θρησκευτικών περιηγήσεων που θα παρέχουν πλούσια εμπειρία η οποία θα δομείται στις πνευματικές ανάγκες των επισκεπτών και στο λατρευτικό τους συναίσθημα και ταυτόχρονα, θα εμπλουτίζονται με δραστηριότητες που εξυπηρετούν ανάγκες βαθύτερης γνωριμίας με τον τόπο προορισμού, αλλά και ξεκούρασης - απόδρασης από την καθημερινότητα, στοιχεία που συνάδουν με το προφίλ του θρησκευτικού τουρίστα. Βασική προτεραιότητα θα είναι: η προσπάθεια να μην απομειώνεται ο πνευματικός χαρακτήρας της περιήγησης του προσκυνητή και η διαφύλαξη της «ιερότητας» του ταξιδιού.

Μέσα από το σχεδιασμό και την ανάπτυξη ενός πολυμορφικού προϊόντος που προσφέρει ποικιλία δραστηριοτήτων εντός ή και στην ευρύτερη περιοχή θρησκευτικού ενδιαφέροντος

μπορεί να αντιμετωπιστεί η περιορισμένη διάρκεια παραμονής των θρησκευτικών τουριστών και η χαμηλή καταναλωτική δαπάνη.

Στο πλαίσιο αυτό δύνανται να ενταχθούν δράσεις όπως :

- Χαρτογράφηση και ηλεκτρονική καταγραφή θρησκευτικών μνημείων και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους ανά περιφέρεια
- Μελέτη αποτύπωσης αναγκών θρησκευτικών μνημείων ανά περιφέρεια
- Εμπειρογνωμοσύνη εντοπισμού και αξιολόγησης επιλογής και ένταξης θρησκευτικών μνημείων (ανά Περιφέρεια) στο προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού
- Σχεδιασμός τοπικών και διατοπικών θρησκευτικών διαδρομών/περιηγήσεων
- Σχεδιασμός κρουαζιέρων προσκυνηματικών περιηγήσεων
- Ανάπτυξη πακέτων – σχολικών εκδρομών θρησκευτικού τουρισμού
- Διοργάνωση ή και αναδιοργάνωση εκδηλώσεων (π.χ. συνέδρια, φεστιβάλ, εκθέσεις εκκλησιαστικών κειμηλίων, πανηγύρια, κ.α.)
- Εμπειρογνωμοσύνη διασύνδεσης θρησκευτικού τουρισμού με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού και ανάπτυξη εμπλουτισμένων πακέτων θρησκευτικού τουρισμού
- Πραγματοποίηση θρησκευτικών τελετών (γάμοι, βαφτίσια) σε άλλες γλώσσες πλην την ελληνικής
- Σχεδιασμός και υλοποίηση εργαστηρίων αγιογραφίας, βυζαντινής μουσικής, ψηφιδωτού, κ.α.
- Ανάπτυξη summer school /camp ειδικών ομάδων ενδιαφερομένων
- Τιμολογιακή πολιτική ανάλογα με τα δεδομένα που επικρατούν και με στόχο την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

### **Μέτρο Δράσης 1.2 : Ανάπτυξη, βελτίωση υποδομών θρησκευτικού τουρισμού**

Ενδεικτικές Δράσεις :

- Δημιουργία ή και εκσυγχρονισμός ξενώνων φιλοξενίας θρησκευτικών τουριστών
- Δημιουργία εκκλησιαστικών μουσείων
- Διαμόρφωση υπαίθριων χώρων στάθμευσης σε προσκυνηματικές περιοχές
- Βελτίωση προσβασιμότητας θρησκευτικών μνημείων και τόπων
- Βελτίωσης προσβασιμότητας για ΑμεΑ
- Δημιουργία χώρων περιπάτου σε ανακηρυγμένα μονοπάτια που βρίσκονται σε περιοχές μοναδικής φυσικής ομορφιάς και συνδέουν ή οδηγούν σε θρησκευτικά μνημεία
- Αξιοποίηση ανενεργών θρησκευτικών κτισμάτων
- Ενίσχυση δημιουργίας ή και εκσυγχρονισμός παραγωγικών μονάδων μοναστηριακών προϊόντων

### **Μέτρο Δράσης 1.3: Προστασία και ανάδειξη θρησκευτικών μνημείων**

Ενδεικτικές Δράσεις :

- Πρόταση ένταξης θρησκευτικών μνημείων στον κατάλογο της UNESCO
- Συντήρηση και ανάδειξη θρησκευτικών μνημείων

- Αποκατάσταση και διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου θρησκευτικών μνημείων
- Ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα σήμανσης
- Ψηφιοποίηση εκκλησιαστικού πλούτου

#### **Μέτρο Δράσης 1.4: Διαχείριση προϊόντος & εμπειρίας επισκεπτών**

Ενδεικτικές Δράσεις :

- Μελέτη φέρουσας ικανότητας προσκυνηματικών χώρων
- Ανάπτυξη Προσκυνηματικού Οδηγού ως κώδικα συμπεριφοράς επισκεπτών
- Έρευνες για το προφίλ και τα χαρακτηριστικά των θρησκευτικών τουριστών
- Έρευνες βαθμού ικανοποίησης θρησκευτικών τουριστών
- Κατάρτιση σχεδίου διαχείρισης κρίσεων
- Σύσταση συντονιστικού οργάνου /μηχανισμού σε περιφερειακό επίπεδο

<b>Άξονας 2</b> <b>προτεραιότητας</b>	<b>ΠΡΩΘΗΣΗ – ΠΡΟΒΟΛΗ – ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ</b> <b>ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>
	<b>Επεξήγηση</b>

Ο συγκεκριμένος άξονας προτεραιότητας έχει διττό στόχο ήτοι :

**από τη μια** εστιάζει στην ευρεία ενημέρωση αφενός όλων των εμπλεκόμενων μερών για τον επανασχεδιασμό και την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και τα αναμενόμενα οφέλη που θα προκύψουν και αφετέρου, των επισκεπτών παρέχοντας πληροφορίες αναφορικά με τους χώρους επίσκεψης, τις θρησκευτικές διαδρομές, τις δυνατότητες διαμονής, τις παράλληλες δραστηριότητες, τον κώδικα συμπεριφοράς, κ.α. και

**από την άλλη**, επικεντρώνεται στην κατάρτιση ενός άρτιου και απόλυτα στοχευμένου σχεδίου μάρκετινγκ για την προώθηση και τοποθέτηση του θρησκευτικού τουρισμού στην ελληνική και διεθνή τουριστική αγορά. Εστιάζει στην εφαρμογή σειράς επικοινωνιακών εργαλείων και στο συνεχιζόμενο σύστημα μετάδοσης της ταυτότητας και του περιεχομένου της τουριστικής προσφοράς του θρησκευτικού τουρισμού (brand messaging) προς το στοχοθετούμενο κοινό – ομάδες στόχους (target groups) στην Ελλάδα και το εξωτερικό, καθώς και τους «πολλαπλασιαστές» πληροφόρησης (επαγγελματίες τουρισμού, δημοσιογράφους, τουριστικές αρχές, «πρεσβευτές» - διαμορφωτές της κοινής γνώμης), ώστε προοδευτικά να παγιωθεί η αναγνωρισιμότητα (awareness) και η διακριτή εικόνα του (image creation) που θα μεγιστοποιήσουν την απόδοση των ενεργειών επικοινωνίας και προώθησης (marketing).

Η επικοινωνιακή στρατηγική πρέπει να είναι ιδιαίτερα στοχευμένη, πολυπαραμετρική, αξιόπιστη, σαφής αλλά και συνεχής, συμπληρωματική και να επιτυγχάνει τη δημιουργία «πολλαπλασιαστών» προώθησης σε όλα τα επίπεδα ενεργειών.

Κύρια προτεραιότητα στον άξονα της προβολής έχει η ανάπτυξη του brand του θρησκευτικού τουρισμού, η οπτικοποίηση δηλαδή των αξιών και των εμπειριών του προϊόντος μέσα από ένα κοινό, σε εθνική βάση, λογότυπο και slogan με το οποίο θα επικοινωνείται ο θρησκευτικός τουρισμός στις στοχοθετούμενες αγορές και τα κοινά στόχους. Η σχεδίαση του brand αποτελεί απαραίτητο βήμα πριν την έναρξη οποιασδήποτε επικοινωνιακής ενέργειας. Θα αναπτυχθεί ενιαία προβολή του θρησκευτικού τουρισμού με αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, παρουσία στο εξωτερικό, χρήση πολλαπλών καναλιών διανομής πώλησης, προώθησης και ενημέρωσης επισκεπτών, κλπ.

## Μέτρα Δράσης

### **Μέτρο Δράσης 2.1 : Branding Θρησκευτικού Τουρισμού**

- ✓ **Κατάρτιση σχεδίου Brand** το οποίο περιλαμβάνει : λογότυπο, slogan, φράσεις κλειδιά και ενδεικτικά κείμενα που συμπυκνώνουν το κεντρικό μήνυμα του brand στην ελληνική γλώσσα και σε διάφορες ξένες γλώσσες ανάλογα τη στόχευση τοποθέτησης του προϊόντος, χαρακτηριστικές φωτογραφίες με μοτίβα που υποστηρίζουν το κεντρικό μήνυμα του brand και το επιθυμητό positioning, το soundtrack του θρησκευτικού τουρισμού με μελωδίες – μουσικές που ταιριάζουν στην παρουσίαση θεμάτων του θρησκευτικού τουρισμού σε τηλεοπτικές εκπομπές, σε εκθέσεις, κ.α.
- ✓ **Εκπόνηση brand management manual** για την ορθή εφαρμογή του brand στα διάφορα επικοινωνιακά εργαλεία προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού

### **Μέτρο Δράσης 2.2 : Καμπάνια γενικής ενημέρωσης**

Ενδεικτικές Δράσεις :

- ✓ Υλοποίηση μίας ενημερωτικής ημερίδας ανά περιφέρεια
- ✓ Καμπάνια στα MME
- ✓ Συνεργασία με φορείς – πολλαπλασιαστές ενημέρωσης
- ✓ Ανάπτυξη οδηγού θρησκευτικού τουρισμού

### **Μέτρο Δράσης 2.3 : Πληροφόρηση Επισκεπτών**

Ενδεικτικές Δράσεις :

- ✓ Δημιουργία κέντρων πληροφόρησης και ψηφιακής προβολής (info kiosks)
- ✓ Ψηφιακές διαδραστικές εφαρμογές σε θρησκευτικά μνημεία, μοναστήρια και προσκυνηματικούς χώρους για την εμπάθυνση της εμπειρίας του επισκέπτη
- ✓ Δημιουργία «μύθου» γύρω από τον θρησκευτικό τουρισμό
- ✓ Ανάπτυξη κώδικα συμπεριφοράς θρησκευτικού τουρίστα

### **Μέτρο Δράσης 2.4 : Μάρκετινγκ - προβολή θρησκευτικού τουρισμού**

Ανάπτυξη σχεδίου μάρκετινγκ και πρόταση δράσεων προβολής και προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού το οποίο αναλύεται εκτενώς παρακάτω ως διακριτή ενότητα.

**Άξονας 3**  
**προτεραιότητας** **ΘΕΣΜΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ**

**Επεξήγηση**

Ο άξονας αφορά σε ένα πλέγμα θεσμικών παρεμβάσεων που θα συνεισφέρουν στον επανασχεδιασμό και την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Ειδικότερα, επικεντρώνεται στο πλαίσιο λειτουργίας και διαχείρισης των θρησκευτικών μνημείων (π.χ. ωράριο υποδοχής επισκεπτών), της διευκόλυνσης και επιτάχυνσης των διαδικασιών χορήγησης βίζας, τη θεσμοθέτηση κανόνων για την πιστοποίηση θρησκευτικών διαδρομών, μοναστηριακών προϊόντων, κ.α.

**Μέτρα Δράσης**

**Μέτρο Δράσης 3.1: Επενδυτικά κίνητρα ανάπτυξης θρησκευτικού τουρισμού**

Ενδεικτικές Δράσεις :

- Ένταξη του θρησκευτικού τουρισμού στον εθνικό, περιφερειακό και τοπικό σχεδιασμό (Τομεακά, Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, Τοπικά Προγράμματα τύπου LEADER CLLD)
- Ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού ως εναλλακτική μορφή τουρισμού
- Θέσπιση κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριότητας στον θρησκευτικό τουρισμό (π.χ. ξενώνες φιλοξενίας προσκυνητών, ταξιδιωτικά γραφεία θρησκευτικού τουρισμού, καταστήματα εμπορίας εκκλησιαστικών ενθυμημάτων, καταστήματα εμπορίας μοναστηριακών προϊόντων, επιχειρήσεις διοργάνωσης θρησκευτικών εκδηλώσεων, εργαστήρια ψηφιδωτού, βυζαντινής μουσικής, αγιογραφίας, κ.α.)
- Ενίσχυση δικτύωσης (cluster) επιχειρήσεων θρησκευτικού τουρισμού
- Ενίσχυση σύστασης δικτύου μοναστηριακών προϊόντων
- Ενίσχυση της θρησκευτικής κρουαζιέρας

**Μέτρο Δράσης 3.2 : Ενίσχυση θεσμικής ικανότητας στον τομέα του θρησκευτικού τουρισμού**

Ενδεικτικές Δράσεις :

- Σύσταση ειδικού μητρώου επιχειρήσεων θρησκευτικού τουρισμού
- Επιτάχυνση της διαδικασίας χορήγησης visas
- Ενίσχυση προσωπικού και υποδομών στα προξενεία / δημιουργία νέων visa centers
- Θέσπιση κανονισμού λειτουργίας προσκυνηματικών χώρων
- Θέσπιση προγράμματος «Θρησκευτικού Τουρισμού» στη λογική του Προγράμματος «Τουρισμός για όλους» για την ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού
- Θέσπιση κουπονιών θρησκευτικού τουρισμού για τα άτομα τρίτης ηλικίας

- Ένταξη του θρησκευτικού τουρισμού στις σχολικές/εκπαιδευτικές εκδρομές
- Θέσπιση Προτύπου Ποιότητας Θρησκευτικού Τουρισμού και ανάπτυξη αντίστοιχου Σήματος
- Θεσμοθέτηση εισιτηρίου επισκέψεων σε περισσότερα από ένα θρησκευτικά μνημεία ή άλλους χώρους
- Οργάνωση παρατηρητηρίου θρησκευτικού τουρισμού
- Σύσταση Μηχανισμού διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού με συμμετοχή του Κράτους, της Εκκλησίας και άλλων θεσμικών φορέων του τουρισμού
- Δημιουργία τοπικών τουριστικών επιτροπών στα πρότυπα του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων με συμμετοχή Δήμων, τοπικών φορέων και τοπικής Εκκλησίας
- Σύσταση αυτοτελούς γραφείου από τον ΕΟΤ για τον θρησκευτικό τουρισμό
- Ειδικά τέλη ελλιμενισμού σε εταιρίες που υλοποιούν θρησκευτικές κρουαζιέρες
- Ενίσχυση δρομολογίων σε νησιωτικούς θρησκευτικούς προορισμούς

<b>Άξονας 4</b> <b>προτεραιότητας</b>	<b>ΔΙΚΤΥΩΣΗ</b>
<b>Επεξήγηση</b>	<p>Στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, σε συνθήκες έντονου ανταγωνισμού, αποτελεσματικός αποδεικνύεται ο τουριστικός προορισμός που μπορεί να ικανοποιήσει πληρέστερα τις ανάγκες ενός απαιτητικού τουριστικού κοινού. Η επίτευξη της αποτελεσματικότητας εμπεδώνεται μέσα από τη θεσμική συνεργασία του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα του τουρισμού</p> <p>Δρ. Μυλωνόπουλος Δ. &amp; Κοντουδάκη Κ. «Η συνεργασία του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα στην τουριστική προβολή: το Σκανδιναβικό Παράδειγμα»</p>

Ο θρησκευτικός τουρισμός θα αποτελέσει όχημα και ταυτόχρονα μοχλό της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης με αντίστοιχο αντίκτυπο στην απασχόληση, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και το εισόδημα των τοπικών κοινωνιών. Η σπουδαιότητα του τουριστικού αυτού προϊόντος, η επιτυχία στην προσέλκυση επισκεπτών και στην ενίσχυση του μεριδίου της Ελλάδας στον ιδιαίτερα ανταγωνιστικό χάρτη της διεθνούς αγοράς του θρησκευτικού τουρισμού προϋποθέτουν την ανάγκη για συνεργασίες, συνέργειες, άθροιση δυνάμεων και συμπόρευση όλων των εμπλεκόμενων στην εφαρμογή του στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού, στην επίτευξη των τιθέμενων στόχων και στη μεγιστοποίηση των αναμενόμενων αποτελεσμάτων.

Ειδικότερα, οι συνεργασίες θα αναπτυχθούν αφενός σε διατοπικό και εθνικό επίπεδο μεταξύ του δημοσίου και ευρύτερου δημοσίου τομέα με τον ιδιωτικό τομέα και αφετέρου, αφορούν στην ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας με αντίστοιχους φορείς και εμπλεκόμενα μέρη του θρησκευτικού τουρισμού που δραστηριοποιούνται εκτός των ελληνικών συνόρων. Η διασύνδεση με φορείς του εξωτερικού επιτυγχάνει τον εξωστρεφή προσανατολισμό του προϊόντος, όπως επίσης μπορεί να μεταφέρει καλές πρακτικές στη σύνθεση, τη διαχείριση και την προώθηση του προϊόντος.

Ο εν λόγω άξονας επικεντρώνεται σε θέματα συνεργασίας της Εκκλησίας της Ελλάδος με εκκλησίες του εξωτερικού (π.χ. Ρωσία, Βουλγαρία, Αλβανία, Κύπρο, κ.α.), στη θέσπιση μνημονίων συνεργασίας, σε δράσεις δικτύωσης, στην από κοινού διαμόρφωση και ανάπτυξη προγραμμάτων θρησκευτικού τουρισμού, στη συμμετοχή σε εταιρικά σχήματα συνεργασίας στο πλαίσιο συγχρηματοδοτούμενων έργων εδαφικής συνεργασίας, κ.α.

## Μέτρα Δράσης

### Μέτρο Δράσης 4.1 : Συνεργασίες σε εθνικό επίπεδο

Ενδεικτικές Δράσεις :

- Δημιουργία Δικτύου (cluster) Θρησκευτικού Τουρισμού
- Διατοπικές συνεργασίες και ανάπτυξη κοινών πακέτων θρησκευτικού τουρισμού
- Συνεργασίες με πανεπιστημιακά και ερευνητικά ιδρύματα στην κατεύθυνση της ανάπτυξης καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών θρησκευτικού τουρισμού
- Συνεργασία των Εκκλησιών της Ελλάδος, της Κρήτης και των Εν Δωδεκανήσου Ιερών Μητροπόλεων και εν γένει των εκκλησιαστικών αρχών της χώρας με τους κατά τόπους φορείς του τουρισμού
- Συνεργασίες με τραπεζικά ιδρύματα για ανάπτυξη πακέτων προσφορών και προνομίων για κατόχους καρτών

### Μέτρο Δράσης 4.2 : Συνεργασίες σε διεθνές επίπεδο

Ενδεικτικές Δράσεις :

- Συμμετοχή σε διασυνοριακά, διαπεριφερειακά, διακρατικά προγράμματα συνεργασίας
- Συνεργασίες με ομόδοξα κράτη και Εκκλησίες και υπογραφή μνημονίων συνεργασίας θρησκευτικού τουρισμού και ανταλλαγή προσκυνηματικών τουριστών
- Ανάπτυξη κοινών τουριστικών πακέτων θρησκευτικού τουρισμού με γείτονες χώρες (Κύπρος, Βουλγαρία, Αλβανία, Βόρεια Μακεδονία, κ.α.)
- Βελτίωση διπλωματικών σχέσεων με Ρωσία και άλλες χώρες

Άξονας 5
προτεραιότητας ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

## Επεξήγηση

Η πληθώρα προορισμών θρησκευτικού τουρισμού στη διεθνή τουριστική αγορά και άρα ο έντονος ανταγωνισμός, σε συνάρτηση με τις ολοένα και αυξανόμενες απαιτήσεις των επισκεπτών για ποιοτικές και εξειδικευμένες υπηρεσίες αναδεικνύει ως κρίσιμο παράγοντα το ανθρώπινο κεφάλαιο και την ανάπτυξη ενεργειών στοχευμένης εκπαίδευσης, κατάρτισης, επιμόρφωσης και δια βίου μάθησης. Ζητούμενο αποτελεί οι εμπλεκόμενοι στον θρησκευτικό



τουρισμό να διαθέτουν τα εχέγγυα για την παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου και να αναδεικνύουν την ελληνική φιλοξενία και ταυτότητα. Η διάθεση και απασχόληση καταρτισμένου και εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού στον θρησκευτικό τουρισμό θα λειτουργήσει θετικά ως προς την ανταγωνιστικότητά του.

## Μέτρα Δράσης

### **Μέτρο Δράσης 5.1 : Πιστοποιημένη εκπαίδευση στον θρησκευτικό τουρισμό**

Ενδεικτικές Δράσεις :

- Ένταξη ειδικής εκπαίδευσης θρησκευτικού τουρισμού στις Σχολές Ξεναγών
- Ανάπτυξη ειδικού εκπαιδευτικού προγράμματος θρησκευτικού τουρισμού στη μεταδευτεροβάθμια (IEK) και τριτοβάθμια εκπαίδευση (στις Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών, στις Ανώτατες Εκκλησιαστικές Ακαδημίες, στις Θεολογικές Σχολές)
- Ανάπτυξη ειδικού εκπαιδευτικού προγράμματος θρησκευτικού τουρισμού στον τομέα της ιδιωτικής εκπαίδευσης

### **Μέτρο Δράσης 5.2: Ενημερωμένο, εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό**

Στόχος του συγκεκριμένου μέτρου είναι η επιμόρφωση των εμπλεκόμενων σε όλη την αλυσίδα αξίας του θρησκευτικού τουρισμού από τους διαχειριστές των θρησκευτικών χώρων και μνημείων, τους διοργανωτές πακέτων και εκδρομών θρησκευτικού τουρισμού, τους ξεναγούς – συνοδούς, τους ιερείς που είναι υπεύθυνοι λειτουργίας των θρησκευτικών μνημείων, κ.α. Επιδίωξη αποτελεί η εξασφάλιση υψηλά καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού ικανού να προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες στους επισκέπτες.

Ενδεικτικές δράσεις αποτελούν :

- Καμπάνια ενημέρωσης τοπικών κοινωνιών για την κατανόηση του προϊόντος «θρησκευτικός τουρισμός»
- Εξειδικευμένα επιμορφωτικά σεμινάρια εργαζομένων και επιχειρηματιών για την πιστοποίησή τους ως επαγγελματιών θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. υπηρεσίες οργάνωσης, υποστήριξης και υλοποίησης ταξιδιών – εκδρομών και διαφόρων δρώμενων με προσκυνηματικό, θρησκευτικό, πολιτιστικό ενδιαφέρον, θέματα βυζαντινής ιστορίας και πολιτισμού, τουριστικό μάρκετινγκ, κ.α.)
- Εξειδικευμένο πρόγραμμα επιμόρφωσης σε επίπεδο ιερών μητροπόλεων (π.χ. υποδοχή επισκεπτών, εκμάθηση ξένης γλώσσας, τελετή σε ξένη γλώσσα)
- Ειδικό πρόγραμμα κατάρτισης ξεναγών
- Συμβουλευτική επιχειρηματιών θρησκευτικού τουρισμού
- Αξιοποίηση του θεσμού “Σχολείο Τουρισμού On Tour”

### **Μέτρο Δράσης 5.3: Κώδικας Δεοντολογίας Θρησκευτικού Επισκέπτη**

Η εν λόγω δράση αφορά στην ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας για τους θρησκευτικούς επισκέπτες στο πλαίσιο του οποίου θα προσδιορίζονται ζητήματα που άπτονται των

ιδιαίτερων αναγκών των συγκεκριμένων επισκεπτών, της υποδοχής, φιλοξενίας, διαμονής ξενάγησης, κ.α. Ο Κώδικας Δεοντολογίας θα αποτελεί έναν οδικό χάρτη αρχών, βασικών κανόνων συμπεριφοράς και δράσης που θα πρέπει να τηρούν οι εμπλεκόμενοι στην αλυσίδα αξίας του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. ξεναγοί, τουριστικές επιχειρήσεις). Συνιστά ουσιαστικά ένα «εργαλείο» επαγγελματικής συμπεριφοράς με αιχμή την ανάπτυξη κουλτούρας και την παροχή υπηρεσιών με υψηλό επαγγελματικό φρόνημα, υποδοχή - φιλοξενία των επισκεπτών με σεβασμό στις θρησκευτικές πεποιθήσεις και με συμπεριφορά που καθοδηγείται από το αξιακό φρόνημα και όχι από την εμπορευματοποίηση.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΕΩΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ & ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ (ΣΧΕΔΙΟ MARKETING)

### 3.1 Προσδιορισμός Στρατηγικής Σχεδίου marketing

Προϋπόθεση για να βελτιωθούν οι τουριστικές επιδόσεις της Ελλάδας στον θρησκευτικό τουρισμό είναι να αλλάξει η μέχρι σήμερα πρακτική προβολής και προώθησης του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος που στηρίζεται κυρίως σε μεμονωμένες και αποσπασματικές δράσεις από εμπλεκόμενους φορείς (του τουρισμού, της Εκκλησίας, της τοπικής αυτοδιοίκησης, κ.α.) χωρίς στις πλείστες των περιπτώσεων να υπάρχει κατάλληλο επικοινωνιακό σχέδιο ή το απαιτούμενο υλικό προβολής και επικοινωνίας.

Κατά συνέπεια, απαιτείται κατάλληλος σχεδιασμός ο οποίος θα εστιάζει :

- στην ανάπτυξη σχεδίου μάρκετινγκ με **στρατηγική και προτεραιότητες**
- στην **υιοθέτηση μακροχρόνιου σχεδιασμού**
- στην εφαρμογή ενεργειών μάρκετινγκ που συνεπάγονται αποτελεσματικότερη **αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων**
- στην **ανάθεση ξεκάθαρων ρόλων** στους εμπλεκόμενους φορείς
- στην **εισαγωγή και εμπέδωση του συνεργατισμού** ως βασική προϋπόθεση για την υλοποίηση του συγκεκριμένου σχεδίου μάρκετινγκ

Η **στρατηγική μάρκετινγκ** για τον θρησκευτικό τουρισμό επικεντρώνεται στην **αξία για τον επισκέπτη και την παρεχόμενη εμπειρία**. Ζητούμενο είναι η Ελλάδα να αποσπάσει επισκέπτες από τους ανταγωνιστές της και στη συνέχεια να διατηρήσει το μερίδιο αυτό και να το μεγεθύνει σταδιακά. Δεδομένου ότι δεν είναι εφικτή η προσέλκυση και η ικανοποίηση όλων των επισκεπτών θρησκευτικού τουρισμού, εφαρμόζεται η διαδικασία της τμηματοποίησης της αγοράς, της στόχευσης, της διαφοροποίησης και της τοποθέτησης στην αγορά.

Οι **ειδικές στρατηγικές** διαμορφώνονται σύμφωνα με τα **4Ps** (Product - Προϊόν, Price -Τιμή, Promotion - προώθηση, Place - Τοποθεσία) του μίγματος μάρκετινγκ το οποίο αποτελεί την εργαλειοθήκη για την ανάπτυξη ισχυρής τοποθέτησης του θρησκευτικού τουρισμού στις αγορές – στόχους, ενώ παράλληλα λαμβάνεται υπόψη και η πλευρά του «αγοραστή – επισκέπτη» μέσα από το μοντέλο S.A.V.E. το οποίο εστιάζει : στη λύση για τον επισκέπτη (Solution – Λύση), στην Πρόσβαση (Access), στην αξία (Value), στην εκπαίδευση (Education).

Ειδικότερα, οι ειδικές στρατηγικές του σχεδίου μάρκετινγκ διαμορφώνονται ως ακολούθως:

#### 3.1.1 Στρατηγική Προϊόντος

Ο θρησκευτικός τουρισμός θα δομηθεί ως μια **πολυμορφική πρόταση περιήγησης** με κεντρικό άξονα τη θρησκευτική κληρονομιά και τη σύνδεση των θρησκευτικών μνημείων και των προσκυνηματικών περιηγήσεων με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού στην κατεύθυνση της ανάπτυξης εμπειριών για τον επισκέπτη και της αύξησης της παραμονής του στον προορισμό.

## ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ - ΜΝΗΜΕΙΑ UNESCO

Άγιο Όρος  
Μετέωρα  
Ι.Μ. Αγ. Ιωάννη Θεολόγου- Πάτιμος  
Παλαιοχριστιανικά & Βυζαντινά  
Μνημεία Θεσσαλονίκης  
Μονή Δαφνίου  
Μονή Όσιου Λουκά  
Νέα Μονή Χίου  
Μυστράς

### ΧΡΙΣΤΙΑΝΙΚΑ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΑ

Άγιο Όρος, Παναγία Τήνου, Παναγία  
Εκατονταπυλιανή Πάρου, Αγ.Ραφαήλ  
Λέσβος, Αγ. Ιωάννης Ρώσσης -Εύβοια  
Άγ. Νεκτάριος - Αίγινα, Αγ.  
Σπυρίδωνας - Κέρκυρα, Αγ. Διονύσιος  
- Ζάκυνθος, Αγ. Γεράσιμος -  
Κεφαλλονιά, Μονή Χαζοβιώτισσας -  
Αμοργό, Παναγία Σουμελά - Βέροια,  
κ.α

### ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Αγιογραφία  
Ψηφιδωτό  
Βυζαντινή/ εκκλησιαστική μουσική  
Συνέδρια  
Φεστιβάλ  
Εκπαιδευτικές Εκδρομές

### ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ & ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Μονή Τατάρνης  
Μονή Παναγίας Ξενιάς  
Μονές Αγίου Όρους  
Μονή Τιμίου Σταυρού Μαψού  
Μονή Τοπλού  
Μονή Αγκαράθου  
Μονή Χρυσοπηγής  
Οινογνωσία (οίνος θείας κοινωνίας σε  
Σάμο & Σαντορίνη)

### ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΕΣ ΓΙΟΡΤΕΣ

Πάσχα στην Κέρκυρα  
15Αυγουστος στην Τήνο κ.α.

### ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

Τα Βήματα του Απόστολου  
Παύλου

### ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ

Ακρόπολη, Δελφοί,  
πολιτιστικά μνημεία Εγνατίας Οδού  
Μετέωρα, Αρχαία Νικόπολη  
Αρχαία Δωδώνη, Βεργίνα, Φιλίπποι  
Μαρώνεια, Παλιά Πόλη Ρόδου,  
Παλιά Πόλη Κέρκυρας, Ασκληπιείο,  
Κνωσός, κ.α.

### ΕΝΘΥΜΗΜΑΤΑ

Εικόνες,  
Εκκλησιαστικά είδη  
Θρησκευτικά βιβλία κ.α.

## Ανάπτυξη Προϊόντος Θρησκευτικού Τουρισμού



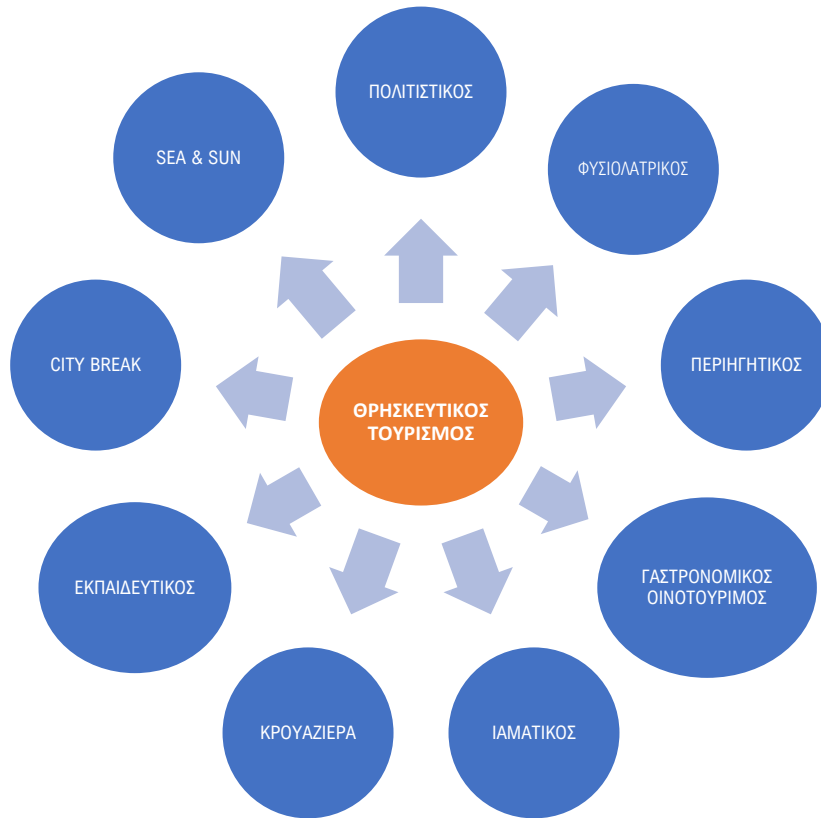
Το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού διαμορφώνεται από διάφορα επιμέρους στοιχεία τα οποία ωστόσο δεν έχουν όλα τον ίδιο βαθμό ετοιμότητας – ωριμότητας για να ενταχθούν σε προγράμματα/πακέτα θρησκευτικού τουρισμού.

Στην κατεύθυνση αυτή, ιεραρχούνται τα δομικά στοιχεία του προϊόντος με εστίαση και πρώτη προτεραιότητα στα «έτοιμα», σε αυτά δηλαδή που μπορούν άμεσα και σε πρώτο χρόνο να πακεταριστούν, να τοποθετηθούν και να προωθηθούν στις αγορές στόχους, και αποτελούν τα δυνατά στοιχεία που θα αποτελέσουν τη βάση πάνω στην οποία θα στηριχθεί η διαμόρφωση της ταυτότητας της Ελλάδας ως διεθνή προορισμού θρησκευτικού τουρισμού.

Ακολουθούν εκείνα τα στοιχεία τα οποία απαιτούν είτε ενίσχυση/εμπλουτισμό, είτε διάφορες παρεμβάσεις και δράσεις, ώστε να ωριμάσουν και να ενταχθούν σε τουριστικά προγράμματα θρησκευτικού τουρισμού και τέλος, τα στοιχεία τα οποία απαιτούν από μηδενική βάση σχεδιασμό και ανάπτυξη.

<b>A ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ</b>				
Στοιχεία για τα οποία υπάρχει ικανή προσφορά, είναι έτοιμα και άμεσα μπορούν να διατεθούν στην αγορά σε πακετοποιημένη μορφή				
Θρησκευτικά Μνημεία UNESCO, λοιπά θρησκευτικά μνημεία και χριστιανικά προσκυνήματα	Θρησκευτικές – Προσκυνηματικές Διαδρομές	Θρησκευτικές γιορτές & πανηγύρια	Εκδηλώσεις Υπερτοπικού Χαρακτήρα (π.χ. Συνέδρια, φεστιβάλ, κ.α.)	Μοναστηριακή γαστρονομία & προϊόντα
<b>B ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ</b>				
Στοιχεία για τα οποία υπάρχει μικρή προσφορά και πρέπει αυτή να ενισχυθεί				
Νέες Θρησκευτικές – Προσκυνηματικές Διαδρομές	Θρησκευτικές δραστηριότητες – δημιουργικά εργαστήρια (αγιογραφία, ψηφιδωτά, εκκλησιαστική μουσική)	Εκκλησιαστικά μουσεία και εκθέσεις	Θρησκευτικά μνημεία άλλων δογμάτων	Θρησκευτικά Ενθυμήματα
<b>Γ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ</b>				
Ανάπτυξη νέων προϊόντων				
Θρησκευτικές Κρουαζιέρες Κοινά τουριστικά πακέτα με άλλες χώρες	Εκπαιδευτικά προγράμματα – σχολικός/εκπαιδευτικός τουρισμός	Θρησκευτικές τελετές σε γλώσσες πλην της Ελληνικής σύμφωνα με τις αγορές στόχο		

Το προϊόν του Θρησκευτικού Τουρισμού θα **συνδεθεί με άλλες θεματικές μορφές τουρισμού** στη λογική του εμπλουτισμού του προϊόντος, της εμπειρίας επίσκεψης, της αύξησης του κινήτρου επίσκεψης, της επέκτασης της τουριστικής περιόδου, αλλά και της διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό. Ο θρησκευτικός τουρισμός θα αποτελέσει το **κύριο προϊόν** και οι άλλες μορφές με τις οποίες θα συνδεθεί θα αποτελέσουν τα **υποστηρικτικά προϊόντα**.



### 3.1.2 Στρατηγική Τιμολόγησης

Ζητούμενο είναι να υπάρχει καλή σχέση ποιότητας - τιμής, το προϊόν να είναι ανταγωνιστικό από πλευράς κόστους και η τιμολογιακή πολιτική να μην είναι σταθερή αλλά, ευέλικτη, να αναπροσαρμόζεται ανάλογα με τις εκάστοτε επικρατούσες συνθήκες των αγορών στόχων, να παρέχονται προσφορές και κίνητρα στους επισκέπτες για την προσέλκυση σε περιόδους εκτός τουριστικής σαιζόν συμβάλλοντας έτσι στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

### 3.1.3 Στρατηγική Επικοινωνίας

Η διαρκής επικοινωνία και ενημέρωση με τους δυνητικούς επισκέπτες αποτελεί κεντρικό ζητούμενο του σχεδίου μάρκετινγκ και επιλέγονται νέα τεχνολογικά εργαλεία για την προώθηση και προβολή της Ελλάδας ως διεθνή προορισμού θρησκευτικού τουρισμού και κανάλια διανομής με αιχμή την αξιοποίηση της καινοτομίας και των δυνατοτήτων που παρέχει η ψηφιακή εποχή.

Η στρατηγική για την επικοινωνία του θρησκευτικού τουρισμού δίνει έμφαση :

- ➔ σε αποδοτικές - αποτελεσματικές ενέργειες προβολής λιγότερο κοστοβόρες
- ➔ στη δημιουργία υψηλής ποιότητας περιεχομένου(contact)
- ➔ στην ανάδειξη όλων των θρησκευτικών προορισμών ανά την Ελλάδα
- ➔ στην αφηγηματική προσέγγιση (storytelling) και προώθηση των στοιχείων που συνθέτουν το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού
- ➔ στην ανάδειξη της βιωματικής διάστασης της επίσκεψης και των ποικίλων εμπειριών

## 3.2 Στόχευση Αγορών

Για την τμηματοποίηση της αγοράς του θρησκευτικού τουρισμού και τη στόχευση των αγορών ελήφθησαν υπόψη:

- Γεωγραφικά κριτήρια** με τα οποία διακρίνεται η στόχευση σε εσωτερικούς θρησκευτικούς τουρίστες (Έλληνες) και σε αντίστοιχους τουρίστες από το εξωτερικό. Επιπλέον, συνυπολογίστηκαν στοιχεία όπως η γεωγραφική εγγύτητα αγορών, η εύκολη προσβασιμότητα και διασύνδεσή τους με την Ελλάδα.
- Κριτήρια συμπεριφοράς** που αφορούν στο μέσο μεταφοράς που χρησιμοποιείται για την άφιξη στον προορισμό, τις τουριστικές δαπάνες, τα τουριστικά ενδιαφέροντα – προτιμήσεις, τη διάρκεια και την εποχή παραμονής.
- Κοινωνικό-οικονομικά κριτήρια** όπως: ηλικία, εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο, θρησκεία, εθνικότητα.
- Ψυχογραφικά χαρακτηριστικά** που αφορούν στο πολιτιστικό επίπεδο, στα κίνητρα πραγματοποίησης ταξιδιού, στην κοινωνική ζωή και τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα, κ.α.

## ΠΡΩΤΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

### Διεθνής Τουρισμός



#### Οδική Διασύνδεση



Αφορά σε αγορές με **υψηλή ζήτηση σε οδικό τουρισμό** και **εύκολη οδική διασύνδεση με την Ελλάδα** (Βόρεια Ελλάδα). Ο οδικός τουρισμός λόγω της ανεξαρτησίας και της αίσθησης ασφάλειας που παρέχει στον οδηγό ΙΧ, αλλά και του ιδιωτικού χαρακτήρα της μετακίνησης και της αποφυγής του συνωστισμού δεδομένης και της πανδημίας του COVID-19 και των ψυχολογικών προεκτάσεων που επέφερε, αποτελεί μια δυναμική μορφή μετακίνησης για ταξίδια. Πρόκειται για **χώρες στις οποίες η Ελλάδα κατατάσσεται 1<sup>η</sup> στις προτιμήσεις τους για διακοπές** συγκριτικά με άλλες Μεσογειακές Χώρες. Παράλληλα, οι περισσότερες χώρες συγκεντρώνουν υψηλά ποσοστά ορθόδοξων χριστιανών.



#### ΣΤΟΧΕΥΣΗ

**Βουλγαρία, Ρουμανία, Σερβία,  
Βόρεια Μακεδονία, Τουρκία**

#### Απευθείας αεροπορική διασύνδεση



Αφορά σε κύριες – παραδοσιακές ευρωπαϊκές τουριστικές αγορές της Ελλάδας οι οποίες εκδηλώνουν ζήτηση για ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας και για τις οποίες υπάρχει απευθείας, αεροπορική διασύνδεση.



#### ΣΤΟΧΕΥΣΗ

**Κύπρος, Ην. Βασίλειο, Γερμανία, Γαλλία, Βέλγιο  
Ιταλία, Σκανδιναβία, Ρωσία**



## Εσωτερικός Τουρισμός



### Εσωτερικός Τουρισμός



Ο Έλληνας είναι θρησκευόμενος, πραγματοποιεί προσκυνηματικό τουρισμό και διαμορφώνει το μερίδιο του θρησκευτικού τουρισμού σε ποσοστό περίπου **85%**. Στόχος αποτελεί η ενίσχυση του μεριδίου του εσωτερικού τουρισμού δεδομένης και της δύσκολης συγκυρίας που βιώνει ο τουριστικός τομέας της χώρας μας λόγω της πανδημίας του covid-19. Ο εσωτερικός τουρισμός μπορεί να συνεισφέρει στην αντιμετώπιση και άλλων απρόβλεπτων παραγόντων που ενδεχομένως προκύψουν στο μέλλον και επηρεάσουν τη διεθνή τουριστική κίνηση. Θα επιδιωχθεί η διάχυση των τουριστικών ροών στο χώρο – όχι μόνο σε γνωστά προσκυνήματα – και στο χρόνο, για την επέκταση της τουριστικής περιόδου.



### ΣΤΟΧΕΥΣΗ

**Έλληνες επισκέπτες**

## ΔΕΥΤΕΡΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

### Τάση για θρησκευτικό - πολιτιστικό τουρισμό



Αφορά σε αγορές που εμφανίζουν δυναμική βελτίωσης ως προς την πραγματοποίηση διακοπών προς την Ευρώπη και έχουν ως κίνητρο τα ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας (Κίνα).



### ΣΤΟΧΕΥΣΗ

**Κίνα, Ισραήλ**

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
***	***
Βαλκάνια (αξιοποίηση της αύξησης του οδικού τουρισμού), Ισραήλ	Ενέργειες ενίσχυσης του εσωτερικού θρησκευτικού τουρισμού
Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία	Σύνδεση διαφόρων μορφών τουρισμού με τον θρησκευτικό για ενίσχυση της εμπειρίας του Έλληνα επισκέπτη και επέκταση της τουριστικής περιόδου & της διάρκειας παραμονής
Ιταλία, Βέλγιο, Σκανδιναβία, Κύπρος, Ρωσία	Γεωγραφική διεύρυνση της διάχυσης των θρησκευτικών τουριστικών ροών
Αγορές που αποτελούν ευκαιρία και απαιτούν <b>εξειδικευμένη στρατηγική</b> : Κίνα, Ινδία	

Παρακάτω ακολουθεί ανάλυση των αγορών στόχων :

## ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η αγορά της Βουλγαρίας σημειώνει προοδευτική αύξηση επισκεπτών στην Ελλάδα και στις προτιμήσεις των Βουλγάρων η χώρα μας αποτελεί πρώτη επιλογή συγκριτικά με άλλους Μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς<sup>62</sup> (Τουρκία, Ιταλία, Ισπανία, Κροατία). Το ενδιαφέρον για την αγορά της Βουλγαρίας πηγάζει επίσης από τη γεωγραφική γειτνίαση, την εύκολη οδική πρόσβαση, την υψηλότερη ζήτηση συγκριτικά με άλλες χώρες για ταξίδια

<sup>62</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Ο οδικός τουρισμός στην Ελλάδα, Ιούνιος 2020, σελ. 31

πολιτισμού και θρησκείας και το πολύ υψηλό ποσοστό ομόθρησκου πληθυσμού (81% χριστιανοί ορθόδοξοι). Σημειώνεται ότι το 31% των εισερχόμενων τουριστών για ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας είναι ηλικίας 55 ετών και άνω. Η διάρκεια παραμονής είναι μεγάλη και φθάνει τις 10,5 νύχτες<sup>63</sup>. Για το συγκεκριμένο τύπο διακοπών, οι Βούλγαροι προτιμούν στην πλειοψηφία τους τη Βόρεια Ελλάδα και τη Χαλκιδική, ενώ ενδιαφέρον καταγράφεται ακόμη για την Αθήνα, την Κέρκυρα και άλλες περιοχές της Ελλάδας. Για τα ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας τα κυριότερα μέσα ενημέρωσης είναι το internet και οι φίλοι/συγγενείς. Πραγματοποιούνται σε υψηλό ποσοστό προκρατήσεις οι οποίες γίνονται μέσω internet κατά βάση 1 μήνα πριν το ταξίδι.

## ΡΟΥΜΑΝΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η Ρουμανία παρουσιάζει ενδιαφέρον λόγω της γεωγραφικής θέσης και της οδικής προσβασιμότητας, αλλά και του υψηλού ποσοστού ορθόδοξων χριστιανών (87% του πληθυσμού). Η Ελλάδα αποτελεί τον 2ο πιο δημοφιλή προορισμό μετά την Ουγγαρία για τους Ρουμάνους (στοιχεία 2018) και την 6η σημαντικότερη τουριστική αγορά για τη χώρα μας από πλευράς αφίξεων<sup>64</sup>. Προορισμοί προτίμησης των Ρουμάνων είναι η Κεντρική Μακεδονία, η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη και η Δυτική Μακεδονία. Η μέση διάρκεια παραμονής είναι 6,4 νύχτες και η έντονη εποχικότητα υποδηλώνει το ενδιαφέρον για το προϊόν «ήλιος και θάλασσα». Για τη διαμονή τους, οι επισκέπτες επιδιώκουν ένα αξιοπρεπές κατάλυμα, συνήθως προτιμούν 3στερα και 4στερα ξενοδοχεία, αλλά οικονομικά, για να απολαύσουν τις διακοπές τους. Είναι εξωστρεφείς και πραγματοποιούν σημαντική δαπάνη στην εστίαση. Μετά το πρώτο κύμα της πανδημίας COVID-19 οι Ρουμάνοι<sup>65</sup> θέτουν τις δαπάνες για τουρισμό ως πρώτη τους προτεραιότητα, στοιχείο που υπογραμμίζει τη σημασία που έχουν γι' αυτούς οι διακοπές.

## ΣΕΡΒΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η Σερβία το 2019 αντιπροσώπευσε το 3,76% των ταξιδιωτικών αφίξεων στην Ελλάδα η οποία κατατάσσεται 1<sup>η</sup> στις επιλογές των Σέρβων ως ταξιδιωτικός προορισμός σημειώνοντας αύξηση αφίξεων κατά 11% συγκριτικά με το 2018. Το ενδιαφέρον για τη συγκεκριμένη αγορά πηγάζει από τη γεωγραφική εγγύτητα και τη συμμετοχή της στις κύριες αγορές του οδικού τουρισμού<sup>66</sup> (αποτελεί τη 2<sup>η</sup> αγορά εισερχόμενου οδικού

<sup>63</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για Ήλιος & Θάλασσα, City break και Πολιτισμού και Θρησκείας, Οκτώβριος 2015, σελ. 32-42

<sup>64</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Ο οδικός τουρισμός στην Ελλάδα, Ιούνιος 2020, σελ. 23-26

<sup>65</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Πώς επηρεάζει η πανδημία COVID-19 τη διάθεση και τη δυνατότητα για διακοπές, β' έκδοση, Αύγουστος 2020, σελ. 9

<sup>66</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Ο οδικός τουρισμός στην Ελλάδα, Ιούνιος 2020, σελ. 26-29

τουρισμού) με τη μεγαλύτερη μέση διάρκεια παραμονής (περίπου 8 ημέρες : 2019) και από το υψηλό ποσοστό ορθόδοξων χριστιανών (86%).

Το ενδιαφέρον των Σέρβων εστιάζεται κυρίως στο μοντέλο “ήλιος-θάλασσα”<sup>67</sup>, αλλά και στον τουρισμό πόλης, τον τουρισμό ευεξίας, όπως επίσης και στον εναλλακτικό και θρησκευτικό τουρισμό με δημοφιλέστερους προορισμούς την Κεντρική Μακεδονία. Επικρατέστερα μέσα ενημέρωσης αποτελούν τα ταξιδιωτικά γραφεία, το Internet και οι συστάσεις από συγγενείς /φίλους. Αναφορικά με τον προγραμματισμό των διακοπών, οι κρατήσεις πραγματοποιούνται κυρίως έως 1 μήνα πριν το ταξίδι, κατά βάση μέσα από ταξιδιωτικά γραφεία.

## ΒΟΡΕΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Αποτελεί ενδιαφέρουσα αγορά στόχο λόγω της γεωγραφική γειτνίασης, της εύκολης οδικής πρόσβασης, του υψηλού ποσοστού (59%) ομόθρησκων, αλλά και της εδραιωμένης φήμης της Ελλάδας ως προορισμού διακοπών. Το 2019<sup>68</sup> ωστόσο σημειώθηκε σημαντική πτωτική πορεία της τάξης του 20% συγκριτικά με το 2018.

## ΤΟΥΡΚΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η Τουρκία κατατάσσεται στην 5<sup>η</sup> θέση οδικού τουρισμού στην Ελλάδα και υπάρχει σημαντική χρονική διασπορά στις αφίξεις και πέραν της περιόδου τουριστικής αιχμής, στοιχείο σημαντικό ως προς το στόχο επέκτασης της τουριστικής περιόδου. Γενικότερα, αποτελεί δυναμική τουριστική αγορά, καθώς το 2019 σημειώθηκε αύξηση στις αφίξεις Τούρκων επισκεπτών κατά 18% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Η Ελλάδα αποτελεί τον top προορισμό των Τούρκων ταξιδιωτών με προτίμηση στα προϊόντα : «City Break», «πολιτισμός και θρησκεία»<sup>69</sup> και «ήλιος και θάλασσα». Το 42% των επισκεπτών για πολιτισμό και θρησκεία είναι ηλικίας 45-54 ετών, το 71% είναι ανώτερου οικογενειακού εισοδήματος και το 98% ανώτερου επιπέδου εκπαίδευσης. Η διάρκεια παραμονής είναι έως 7 νύχτες. Επίσης, η Τουρκία κατέχει καλή θέση αναφορικά με την μέση ημερήσια δαπάνη για ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας. Δημοφιλέστεροι προορισμοί είναι η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, το Βόρειο Αιγαίο και η Αττική, ενώ το ενδιαφέρον επεκτείνεται ακόμη στη Βόρεια Ελλάδα-Χαλκιδική, την Κέρκυρα, κ.α. Στο πλαίσιο των διακοπών για πολιτισμό και θρησκεία οι τουρίστες πραγματοποιούν παράλληλα

<sup>67</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015, σελ. 6-11

<sup>68</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Ο οδικός τουρισμός στην Ελλάδα, Ιούνιος 2020, σελ. 38-40

<sup>69</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015, σελ. 31-42

δραστηριότητες σχετικές με: επισκέψεις σε αξιοθέατα, επισκέψεις πόλεων, εξερεύνηση τοπίου, επίσκεψη σε μουσεία και εκθέσεις, γνωριμία του τρόπου ζωής και της φύσης.

## ΚΥΠΡΟΣ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Οι αφίξεις από την Κύπρο διαχρονικά αυξάνονται και η μεταβολή στο διάστημα 2018-2019 ήταν της τάξης του 15%, ενώ σε σύγκριση με άλλες αγορές δεν εμφανίζουν έντονη εποχικότητα. Η Ελλάδα αποτελεί τον πιο δημοφιλή προορισμό για εξερχόμενα ταξίδια από την Κύπρο<sup>70</sup> με μέση διάρκεια παραμονής τις 9 νύχτες. Δημοφιλέστεροι προορισμοί αποτελούν η Κεντρική Μακεδονία, η Αττική και η Κρήτη. Σημαντικό στοιχείο αποτελεί η τάση αύξησης των ταξιδιών των Κυπρίων στο εξωτερικό. Χρονικά ταξιδεύουν το καλοκαίρι ή κατά τις περιόδους των εορτών (Χριστούγεννα, Πάσχα). Τέλος, αναφέρεται το υψηλό ποσοστό ορθόδοξων χριστιανών επί του συνολικού πληθυσμού (72%) και οι ιδιαίτερα στενοί δεσμοί με την Ελλάδα.

## ΓΕΡΜΑΝΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η Γερμανία αποτελεί την πρώτη τουριστική αγορά για την Ελλάδα βάσει αφίξεων η οποία ωστόσο στο διάστημα 2018/2019 σημείωσε πτωτική τάση (-8%). Η συγκεκριμένη αγορά έχει καλή θέση ως προς τη μέση διάρκεια παραμονής των επισκεπτών στη χώρα μας (9,3 νύχτες:2019). Τα τουριστικά προϊόντα που προσελκύουν τους Γερμανούς ταξιδιώτες είναι κυρίως : «ήλιος και θάλασσα», «πολιτισμός και θρησκεία» και «τουρισμός πόλεων». Ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας<sup>71</sup> επιλέγουν κυρίως άτομα ηλικίας 45-54 ετών και άνω των 65 ετών, άτομα με ανώτερο οικογενειακό εισόδημα και επίπεδο εκπαίδευσης. Γι' αυτού του είδους τα ταξίδια εστιάζουν το ενδιαφέρον τους σε περιοχές όπως η Κρήτη, η Αθήνα, η Βόρεια Ελλάδα, η Χαλκιδική, η Κέρκυρα και η Πελοπόννησος. Δραστηριότητες που επιζητούν είναι : εξερεύνηση τοπίου, επίσκεψη σε αξιοθέατα, απόλαυση φαγητού και ποτού, χαλάρωση, γνωριμία με τον τρόπο ζωής και τη φύση, κ.α. Για τα ταξίδια τους οι Γερμανοί πραγματοποιούν προκρατήσεις κατά βάση μέσω του διαδικτύου και ακολούθως μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων. Ο χρόνος της κράτησης είναι λίγο νωρίτερα από το ταξίδι (έως 1 μήνα), ενώ υπάρχει και σημαντικό μερίδιο που κάνει κράτηση 2-3 μήνες νωρίτερα. Κύρια μέσα ενημέρωσης για την επιλογή προορισμού διακοπών «πολιτισμού και θρησκείας» αποτελούν το internet και οι συστάσεις από συγγενείς και φίλους. Σημειώνεται επίσης ότι στη Γερμανία το 68,7% του πληθυσμού είναι χριστιανοί. Άξιο αναφοράς είναι ότι

<sup>70</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Εξέλιξη τουριστικών μεγεθών και δεικτών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, 2016-2018, Οκτώβριος 2019, σελ. 46-47

<sup>71</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015, Σελ. 33-42

μετά το πρώτο κύμα της πανδημίας COVID-19<sup>72</sup> οι Γερμανοί θέτουν τις δαπάνες για τουρισμό ως πρώτη τους προτεραιότητα. Η ηλικιακή ομάδα που επηρεάζεται λιγότερο οικονομικά από τον COVID-19 είναι εκείνη των 55-64 ετών και τα άτομα αυτής της ηλικίας σε ποσοστό περίπου 30% θέτουν ως πρώτη προτεραιότητα τις δαπάνες για ταξίδια/διακοπές.

## ΓΑΛΛΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η Γαλλία εντάσσεται στις κύριες τουριστικές αγορές της Ελλάδας. Σε αυτήν, ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος και ως εκ τούτου, οι Γάλλοι γνωρίζουν και έχουν οικειότητα με ένα τέτοιο τουριστικό προϊόν. Συνεπώς, αποτελεί μια «έτοιμη – πρόσφορη» αγορά για την τοποθέτηση του Ελληνικού Θρησκευτικού Τουρισμού. Επιπλέον, η Ελλάδα είναι ήδη γνωστή ως τουριστικός προορισμός στους Γάλλους ταξιδιώτες και μάλιστα, βρίσκεται σχετικά ψηλά στην ιεραρχία των προτιμήσεών τους<sup>73</sup> (8<sup>ος</sup> δημοφιλέστερος ταξιδιωτικός προορισμός:2017). Οι αφίξεις από τη Γαλλία εμφανίζουν εποχικότητα ωστόσο, η εν λόγω αγορά είναι σημαντική από πλευράς εισπράξεων καθώς έχει υψηλότερη μέση κατά κεφαλή δαπάνη (621,1€:2018) σε σχέση με εκείνη στο σύνολο της χώρας (519,6€:2018).

Τα ταξίδια στην Ελλάδα για το προϊόν «πολιτισμός και θρησκεία»<sup>74</sup> βρίσκουν απήχηση στη Γαλλική αγορά (1.609.000 διανυκτερεύσεις :2013) και κυρίως στις ηλικιακές ομάδες 45-54 ετών και 65-74 ετών και σε άτομα με μέσο και ανώτερο εισόδημα και μορφωτικό επίπεδο αντίστοιχα. Η Γαλλική αγορά για τέτοιου είδους ταξίδια εμφανίζει θετική εικόνα σχετικά με τις διανυκτερεύσεις δεδομένου ότι ο μέσος όρος διαμονής στην Ελλάδα είναι 10,8 νύχτες αλλά και σε σχέση με τη μέση δαπάνη ταξιδιού για πολιτισμό και θρησκεία. Οι προορισμοί που προσελκύουν το ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν είναι η Ρόδος, η Αθήνα, η Κέρκυρα, η Κρήτη και άλλα νησιά του Αιγαίου και η Πελοπόννησος. Παράλληλες δραστηριότητες που επιζητούν οι Γάλλοι σε τέτοια ταξίδια είναι η επίσκεψη σε αξιοθέατα, η εξερεύνηση του τοπίου, η επίσκεψη πόλεων, η γνωριμία του τρόπου ζωής και της φύσης, κ.α. Κύρια μέσα ενημέρωσης για τους Γάλλους είναι το internet και τα ταξιδιωτικά γραφεία και η πλειονότητα των ταξιδιωτών προγραμματίζει και κάνει κράτηση του ταξιδιού 2-3 μήνες νωρίτερα.

Αναφορικά με τις επιπτώσεις από την πανδημία του COVID-19<sup>75</sup>, το 68% του πληθυσμού αναφέρει ότι δεν επηρεάστηκε καθόλου ή επηρεάστηκε λίγο η προσωπική /οικογενειακή οικονομική τους κατάσταση, ενώ στις προτεραιότητες των δαπανών τους έχουν εκείνες για

<sup>72</sup>ΙΝΣΕΤΕ, Πώς επηρεάζει η πανδημία COVID-19 τη διάθεση και τη δυνατότητα για διακοπές, β' έκδοση, Αύγουστος 2020, σελ.9,15

<sup>73</sup>ΙΝΣΕΤΕ, Εξέλιξη τουριστικών μεγεθών και δεικτών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, 2016-2018, Οκτώβριος 2019, σελ. 26,27

<sup>74</sup>ΙΝΣΕΤΕ, Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015, Σελ. 33-42

<sup>75</sup>ΙΝΣΕΤΕ, Πώς επηρεάζει η πανδημία COVID-19 τη διάθεση και τη δυνατότητα για διακοπές, β' έκδοση, Αύγουστος 2020, σελ.19,20

διακοπές/ταξίδια. Μάλιστα, αυτού του είδους οι δαπάνες αναφέρονται σε υψηλότερα ποσοστά από άτομα ηλικίας 55-64 ετών.

## ΙΤΑΛΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η Ελλάδα αποτελεί τον 2ο πιο δημοφιλή προορισμό για εξερχόμενα ταξίδια από την Ιταλία συγκριτικά με άλλες Μεσογειακές χώρες, συνιστώντας μια από τις κύριες δεξαμενές άντλησης επισκεπτών για τη χώρα μας. Ωστόσο, στο διάστημα 2018-2019<sup>76</sup> σημειώθηκε πτώση αφίξεων (-6,8%) και άρα απαιτείται επαναπροσέγγιση της ιταλικής αγοράς. Επιπλέον, αρνητικό στοιχείο αποτελεί η έντονη εποχικότητα των αφίξεων<sup>77</sup> που μπορεί να αντιμετωπιστεί με την παροχή τουριστικού προϊόντος εκτός τουριστικής σεζόν, όπως ο θρησκευτικός τουρισμός. Ομοίως με τη Γαλλία, στην Ιταλία είναι ανεπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός και άρα πρόκειται για μια ώριμη αγορά για την προσέλκυση θρησκευτικών τουριστών. Σημειώνεται μάλιστα ότι υπάρχει ενδιαφέρον για ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας<sup>78</sup>, καθώς το 7% των διανυκτερεύσεων για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού στην Ελλάδα διαμορφώνεται από την Ιταλική αγορά. Το ενδιαφέρον προέρχεται σε αντίθεση με άλλες χώρες από μικρότερα σχετικά ηλικιακά στρώματα, ήτοι 35-44 έτη και 25-34 έτη και από άτομα που κατέχουν μέσο -άνωτερο εισόδημα και μεσαίο και ανώτερο μορφωτικό επίπεδο. Σε ότι αφορά στη συμβολή στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη, η εν λόγω αγορά μπορεί να συμβάλει θετικά, καθώς η μέση ημερήσια δαπάνη για ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας είναι αρκετά υψηλή (97€). Επικρατέστερες δραστηριότητες για τους Ιταλούς επισκέπτες είναι η επίσκεψη σε αξιοθέατα και η εξερεύνηση του τοπίου. Επικρατέστερα μέσα ενημέρωσης αποτελούν το διαδίκτυο και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία από όπου και πραγματοποιούνται οι κρατήσεις που κατά κόρον γίνονται έως και 1 μήνα πριν το ταξίδι.

Επομένως, η συγκεκριμένη αγορά θεωρείται ελπιδοφόρα για τον Ελληνικό θρησκευτικό τουρισμό μια που συγκεντρώνει μεγάλο ποσοστό χριστιανικού πληθυσμού (83,3%).

Ακόμη, παρά τη δραματική διάσταση που έλαβε στη χώρα η πανδημία του Covid – 19<sup>79</sup>, υψηλό είναι το ποσοστό του πληθυσμού (41%) που αναφέρει ότι επηρεάστηκε λίγο η προσωπική/οικογενειακή οικονομική του κατάσταση και εξακολουθεί στον οικονομικό προϋπολογισμό η δαπάνη για ταξίδια/διακοπές να κατέχει την πρώτη θέση και σε μεγαλύτερη μάλιστα ένταση στα άτομα ηλικίας 55-64 ετών.

<sup>76</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Οι εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία και στις χώρες προέλευσης των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, Τεύχος 3, Ιούλιος 2020, σελ.37

<sup>77</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Εξέλιξη τουριστικών μεγεθών και δεικτών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, 2016-2018, Οκτώβριος 2019, σελ. 28,29

<sup>78</sup> Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015, σελ.31-42

<sup>79</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Πώς επηρεάζει η πανδημία COVID-19 τη διάθεση και τη δυνατότητα για διακοπές, β' έκδοση, Αύγουστος 2020, σελ.21-22

## ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου είναι ιδιαίτερα σημαντική για τον ελληνικό τουρισμό διαμορφώνοντας περίπου το 13% των διεθνών αφίξεων στη χώρα και καταγράφοντας μεγάλη αύξηση στο διάστημα 2018-2019 που έφθασε περίπου στο 19%<sup>80</sup>. Συνεπώς, στη συγκεκριμένη αγορά η Ελλάδα κατέχει υψηλή φήμη και προτίμηση και είναι «σχετικά» εύκολο να προωθήσει τον θρησκευτικό τουρισμό, δεδομένου και του μεγάλου ποσοστού χριστιανικού πληθυσμού (71,1%), και να προσελκύσει νέα ειδικά κοινά. Μάλιστα, σημειώνεται ότι το Ην. Βασίλειο διαμόρφωσε το 7% των διανυκτερεύσεων (στοιχεία 2013) που αφορούσαν ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας<sup>81</sup> (2<sup>η</sup> αγορά από πλευράς ζήτησης) και τα οποία πραγματοποιούνται σε μεγαλύτερο βαθμό από άτομα ηλικίας 55-64 ετών και άτομα που διαθέτουν μέσο - ανώτερο οικογενειακό εισόδημα και ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης. Ενδιαφέρονται κυρίως για ταξίδια διάρκειας 1-7 νύχτες, αλλά και για μεγαλύτερη διαμονή ήτοι 12-15 νύχτες. Δραστηριότητες στις οποίες επιδίδονται σε αυτά τα ταξίδια είναι : επίσκεψη σε εκθέσεις και μουσεία, επίσκεψη σε αξιοθέατα, εξερεύνηση τοπίου, χαλάρωση, επίσκεψη πόλεων, απόλαυση φαγητού και ποτού. Προορισμοί που προσελκύουν το ενδιαφέρον των Βρετανών είναι η Αθήνα, η Πελοπόννησος, η Κέρκυρα, διάφορα νησιά του Αιγαίου και σε μικρότερο βαθμό η Βόρεια Ελλάδα, η Χαλκιδική, η Κρήτη, κ.α.

Βασικότερα μέσα ενημέρωσης για ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας είναι το internet και τα ταξιδιωτικά γραφεία, ενώ η κράτηση του ταξιδιού γίνεται μέσω internet είτε από 2-3 μήνες νωρίτερα ή ακόμα και 4-6 μήνες νωρίτερα από το ταξίδι.

## ΒΕΛΓΙΟ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η τουριστική αγορά του Βελγίου είναι ενδιαφέρουσα, καθώς η πλειονότητα των Βέλγων προτιμούν τα ταξίδια στο εξωτερικό. Κίνητρα διακοπών αποτελούν η χαλάρωση και ο πολιτισμός<sup>82</sup>, στοιχεία τα οποία προσφέρει η Ελλάδα και μπορούν να συνδυαστούν με τον θρησκευτικό τουρισμό. Ο εισερχόμενος τουρισμός από το Βέλγιο κατέγραψε την περίοδο 2016-2018 αύξηση κατά 25,6% στοιχείο που δηλώνει ότι υπάρχουν πολλά περιθώρια για μεγαλύτερη διείσδυση στη συγκεκριμένη αγορά. Η Βέλγικη αγορά το 2013 συμμετείχε στις διανυκτερεύσεις σε ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας<sup>83</sup> στην Ελλάδα με ποσοστό 6% και με

<sup>80</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Οι εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία και στις χώρες προέλευσης των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, Τεύχος 3, Ιούλιος 2020, σελ. 52

<sup>81</sup> Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015, σελ. 31-42

<sup>82</sup> ΙΝΣΕΤΕ, Εξέλιξη τουριστικών μεγεθών και δεικτών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, 2016-2018, Οκτώβριος 2019

<sup>83</sup> Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015, σελ. 31-42



πολύ υψηλές επιδόσεις σε ότι αφορά τόσο τη μέση δαπάνη επισκεπτών (1244€), όσο και τη μέση ημερήσια δαπάνη (108€).

Ζήτηση για ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας στην Ελλάδα καταγράφεται κυρίως από άτομα ηλικίας 65-74 ετών, από ανώτερα και μέσα εισοδηματικά στρώματα και με ανώτερο και μέσο μορφωτικό επίπεδο. Σημαντική είναι η ζήτηση για ταξίδια μεγάλης διάρκειας με διανυκτερεύσεις από 8-15 νύχτες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής είναι 11,5 ημέρες. Πρόκειται για σημαντική αγορά από πλευράς εισπράξεων, καθώς εμφανίζει τη δεύτερη μεγαλύτερη μέση ημερήσια δαπάνη μετά τη Σκανδιναβία. Οι τουρίστες από το Βέλγιο συνδυάζουν τις διακοπές πολιτισμού και θρησκείας με την επίσκεψη σε σημεία ενδιαφέροντος, την καλή κουζίνα και την εξερεύνηση του τοπίου. Κύρια πηγή ενημέρωσης των Βέλγων αποτελεί το διαδίκτυο και τα ταξιδιωτικά γραφεία που αποτελούν και τα κύρια μέσα για τις προκρατήσεις ταξιδιών. Οι Βέλγοι δεν χαρακτηρίζονται ως τουρίστες της τελευταίας στιγμής, καθώς πραγματοποιούν κράτηση ταξιδιού 2-3 μήνες νωρίτερα, ενώ μεγάλο είναι και το ποσοστό (34%) που κάνουν κράτηση 7-12 μήνες πριν.

Δεδομένου ότι πρόκειται για αγορά με έντονη εποχικότητα πρέπει να δοθεί έμφαση και κίνητρα για ταξίδια εκτός της περιόδου τουριστικής αιχμής.

Η πανδημία του Covid-19<sup>84</sup> δε φαίνεται να ανακόπτει το ενδιαφέρον των Βέλγων για ταξίδια, αφού οι δαπάνες για διακοπές εμφανίζονται ως δεύτερη προτεραιότητά τους (1<sup>η</sup> για την ηλικιακή ομάδα 55-64 ετών), ενώ υψηλό είναι το ποσοστό των ατόμων που δηλώνουν ότι θα ταξιδέψουν στο εξωτερικό (34% σε κοντινή χώρα και 11% μακρινή χώρα).

Οι επιπτώσεις της πανδημίας του Covid-19<sup>85</sup> στην προσωπική/οικογενειακή οικονομική κατάσταση των πολιτών δεν είναι τέτοιας έντασης, ώστε να επηρεάσουν αρνητικά τη διάθεση και τη δαπάνη για ταξίδια. Αντίθετα, οι δαπάνες για ταξίδια συγκριτικά με άλλες δαπάνες καταλαμβάνουν την 1<sup>η</sup> θέση ιδίως στα άτομα ηλικίας 55-64 ετών που σε ποσοστό 73% δηλώνουν ότι επηρεάστηκαν οικονομικά από την πανδημία από λίγο ως καθόλου.

## ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Από τη Σκανδιναβική τουριστική αγορά υπάρχει ήδη ζήτηση για ταξίδια πολιτισμού και θρησκείας<sup>86</sup> και μάλιστα διαμορφώνει το 4% των αφίξεων για τέτοιου είδους διακοπές στην Ελλάδα. Το ενδιαφέρον προέρχεται κυρίως από τις ηλικιακές ομάδες 45-54 ετών, 15-24 ετών και 35-44 ετών και από άτομα που ανήκουν σε ανώτερα εισοδηματικά στρώματα και διακρίνονται από μέσο και ανώτερο μορφωτικό επίπεδο. Πρόκειται για ιδιαίτερα σημαντική αγορά στόχο ως προς τις τουριστικές εισπράξεις, καθώς οι Σκανδιναβοί πραγματοποιούν την υψηλότερη μέση ημερήσια δαπάνη συγκριτικά με πολλές άλλες χώρες (127€/ημέρα). Παράλληλες δραστηριότητες στις οποίες επιδίδονται οι Σκανδιναβοί

<sup>84</sup>ΙΝΣΕΤΕ, Πώς επηρεάζει η πανδημία COVID-19 τη διάθεση και τη δυνατότητα για διακοπές, β' έκδοση, Αύγουστος 2020, σελ. 25-26

<sup>85</sup>ΙΝΣΕΤΕ, Πώς επηρεάζει η πανδημία COVID-19 τη διάθεση και τη δυνατότητα για διακοπές, β' έκδοση, Αύγουστος 2020, σελ. 17-18

<sup>86</sup>Ποιος είναι ο Πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος & Θάλασσα» - «City Break» - «Πολιτισμός & Θρησκεία», Οκτώβριος 2015, σελ. 31-42

στο πλαίσιο των ταξιδιών πολιτισμού και θρησκείας είναι η απόλαυση του ήλιου και της θάλασσας αναζητώντας στιγμές χαλάρωσης, η επίσκεψη σε σημεία ενδιαφέροντος, η απόλαυση της Ελληνικής κουζίνας και η επίσκεψη πόλεων. Το ενδιαφέρον για τη φύση και το τοπίο είναι πολύ μικρότερο. Κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης των Σκανδιναβών αποτελεί το διαδίκτυο και ένα μικρό μέρος απευθύνεται σε ταξιδιωτικά γραφεία και αντίστοιχη είναι η εικόνα αναφορικά με τα κανάλια αγοράς τουριστικών ταξιδιών.

Ένα πολύ μεγάλο μέρος των ταξιδιωτών (50%) κάνουν κράτηση του ταξιδιού μόλις 1 μήνα νωρίτερα (last minute booking), ωστόσο υπάρχει και ένα μερίδιο (>40%) που πραγματοποιούν κράτηση 4-6 μήνες νωρίτερα.

## ΡΩΣΙΑ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Πρόκειται για αγορά που παρουσιάζει ειδικό ενδιαφέρον εξαιτίας της προτίμησης που επιδεικνύει ως προς το θρησκευτικό προϊόν. Η Ρωσία φιλοξενεί το μεγαλύτερο σε απόλυτο μέγεθος χριστιανικό πληθυσμό της Ευρώπης. Μάλιστα, οι Ρώσοι αποτελούν το 39% του παγκόσμιου ορθόδοξου πληθυσμού. Συνδυάζουν τον θρησκευτικό τουρισμό με επισκέψεις σε αξιοθέατα και τουρισμό ευεξίας. Η Ρωσία ανήκει στις κύριες τουριστικές αγορές της Ελλάδας. Το 2019<sup>87</sup> οι αφίξεις των Ρώσων επισκεπτών σημείωσαν αύξηση κατά 12,1% συγκριτικά με το 2018, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής είναι υψηλή της τάξης των 10,4 διανυκτερεύσεων.

Γενικά το προφίλ του Ρώσου τουρίστα<sup>88</sup> στοιχειοθετείται από το ενδιαφέρον για ταξίδια στο εξωτερικό με προτίμηση σε ήσυχα μέρη με πλούσιο φυσικό κάλλος και αποφυγή των αστικών κέντρων, με κίνητρο τη χαλάρωση και την απόδραση από την καθημερινότητα (ήλιος και θάλασσα), αλλά και επισκέψεις σε μνημεία και ιστορικούς χώρους.

Καθοριστικοί παράγοντες στην επιλογή του προορισμού είναι η σχέση ποιότητας - τιμής, η κατηγορία του ξενοδοχείου (προτιμούν επώνυμα ξενοδοχεία), η τοπική φιλοξενία και η ελευθερία σε επιλογές για περιηγήσεις (προτίμηση σε δραστηριότητες στην ύπαιθρο) δεδομένου ότι οι Ρώσοι τουρίστες είναι δραστήριοι, κοινωνικοί και αναζητούν νέες εμπειρίες. Οι Ρώσοι επισκέπτες στην Ελλάδα επιλέγουν στην πλειονότητά τους θεματικές μορφές τουρισμού -θρησκευτικό και πολιτιστικό, γι' αυτό και η Κεντρική Μακεδονία, με τα διεθνώς αναγνωρισμένα "brand names", όπως το Άγιο Όρος και ο Όλυμπος, κατέχει εξέχουσα θέση στις προτιμήσεις τους. Άλλοι αγαπημένοι προορισμοί των Ρώσων είναι η Κρήτη και το Νότιο Αιγαίο.

<sup>87</sup>Οι εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία και στις χώρες προέλευσης των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, Τεύχος 3, Ιούλιος 2020, σελ. 65

<sup>88</sup><https://www.jeweltimemag.com/el/thematologia/thema/119-%CF%84%CE%BF-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AF%CE%BB-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%81%CF%8E%CF%83%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%AF%CF%83%CF%84%CE%B1.html>

Αναφορικά με τον προγραμματισμό των ταξιδιών πραγματοποιούνται κρατήσεις την τελευταία στιγμή (1-1,5 μήνα πριν το ταξίδι).

## **KINA**

### **ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ**

Η Κίνα θεωρείται μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες τουριστικές αγορές του κόσμου και θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού παγκοσμίως με τους κινέζους<sup>89</sup> να κατέχουν πλέον τα ηνία όσον αφορά στις ταξιδιωτικές δαπάνες, ξεπερνώντας τους μέχρι πρότινος πρώτους στη λίστα Αμερικανούς και Γερμανούς.

Επίσης, ενδιαφέρον στοιχείο για τον θρησκευτικό τουρισμό αποτελεί το γεγονός του εκχριστιανισμού των Κινέζων οι οποίοι αριθμούνται σε 70 εκατομμύρια χριστιανών. Μάλιστα, ως το 2030 εκτιμάται ότι η Κίνα θα έχει τον μεγαλύτερο αριθμητικό χριστιανικό πληθυσμό σε όλο τον κόσμο<sup>90</sup>.

Η Ελλάδα αναδεικνύεται σε έναν δημοφιλή εξωτικό και ρομαντικό προορισμό για τους Κινέζους. Ειδικότερα στα Wedding & Honeymoon trips η Ελλάδα βρίσκεται πλέον στο Top 3 και συναγωνίζεται παραδοσιακούς θεματικούς προορισμούς για τους κινέζους όπως η Ταϊλάνδη και οι Μαλδίβες. Τρέφουν μεγάλο θαυμασμό και σεβασμό για τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό. Έτσι, πέραν από ρομαντικός προορισμός, η Ελλάδα αποτελεί για τους κινέζους σημαντικός ιστορικός και πολιτιστικός προορισμός. Οι δημοφιλέστεροι ελληνικοί προορισμοί για τους Κινέζους είναι αναμφισβήτητα το Αιγαίο Πέλαγος, η Σαντορίνη και η Αθήνα. Ακολουθούν οι Δελφοί, η Ολυμπία, τα Μετέωρα και η Μύκονος. Ζητούμενο για τον ελληνικό τουρισμό αποτελεί η ανάδειξη νέων προορισμών και θεματικών πακέτων για την προσέλκυση μεγαλύτερου μεριδίου Κινέζων τουριστών.

Οι κύριοι λόγοι επίσκεψης των τουριστών από την Κίνα στην Ευρώπη είναι η τέχνη και ο πολιτισμός, τα ψώνια, η γαστρονομία και ο τουρισμός πόλης. Αντίθετα, ο τουρισμός «Ήλιος & Θάλασσα» βρίσκεται χαμηλά στις προτιμήσεις τους. Η περίοδος με την μεγαλύτερη ζήτηση ταξιδιών είναι τέλη Ιανουαρίου - αρχές Φεβρουαρίου και ο μήνας Οκτώβριος (εθνική εορτή), στοιχείο σημαντικό για το στόχο του ελληνικού τουρισμού που αφορά στην επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν. Η μέση διάρκεια για ένα ταξίδι στην Ευρώπη κυμαίνεται από 1-2 εβδομάδες (Z Pank, 2017).

Αναφορικά με το προφίλ, διακρίνονται τρεις κατηγορίες επισκεπτών στην Ελλάδα<sup>91</sup>:

1. Οι ρομαντικοί επισκέπτες που έρχονται στα ελληνικά νησιά για να παντρευτούν.
2. Τα οργανωμένα groups που ακολουθούν τη διαδρομή Αθήνα – Δελφοί ή /και Ολυμπία ή/και Μετέωρα – Σαντορίνη – και 1-2 ακόμα νησιά.

<sup>89</sup> <https://www.epixeiro.gr/article/3316>

<sup>90</sup> Ορθοδοξία Διεθνές Πρακτορείο Εκκλησιαστικών Ειδήσεων 6/3/2019

<sup>91</sup> <https://www.epixeiro.gr/article/3316>

3. Οι μεμονωμένοι ταξιδιώτες που αποτελούν τη νέα ανερχόμενη τάση οι οποίοι ακολουθούν και αυτοί την προαναφερθείσα διαδρομή, αλλά παρεκκλίνουν συχνότερα για να επισκεφτούν και άλλους, λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς στο πλαίσιο της αναζήτησης αυθεντικών εμπειριών στους προορισμούς που επισκέπτονται.

Βασικά κριτήρια επιλογής προορισμού για τους Κινέζους είναι η ασφάλεια, η πολιτιστική κληρονομιά και η γαστρονομία. Άλλα χαρακτηριστικά του Κινέζου ταξιδιώτη είναι ότι ο μέσος όρος ηλικίας κυμαίνεται μεταξύ 25-44 ετών, με τη μεγάλη πλειοψηφία των ταξιδιωτών να είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και υψηλού εισοδηματικού προφίλ.

Οι εκτιμήσεις αναφορικά με την τάση ζήτησης για ταξίδια στην εποχή της πανδημίας του Covid-19 όπως προκύπτουν από διαδικτυακή έρευνα του INSETE (2020) είναι ευοίωνες. Ειδικότερα, οι συνέπειες της πανδημίας Covid-19 που ξεκίνησε μάλιστα από την Κίνα δε φαίνονται σημαντικές στον οικονομικό προϋπολογισμό μεμονωμένων ατόμων και οικογενειών, καθώς στο πλαίσιο της προαναφερθείσας έρευνας και σε σχετικό ερώτημα, το 61% δηλώνει ότι επηρεάστηκε λίγο και το 14% καθόλου. Αυτό αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι στις οικονομικές τους προτεραιότητες τα ταξίδια καταλαμβάνουν την 1<sup>η</sup> θέση. Ωστόσο, η πρόθεση για διακοπές εστιάζει σε εσωτερικό τουρισμό. Έτσι, μόλις το 13% δηλώνει ότι θέλει να ταξιδέψει σε κοντινή χώρα και ένα 6% σε μακρινή χώρα.

## ΙΣΡΑΗΛ

### ΓΙΑΤΙ ΜΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ – ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Η εγγύτητα με την Ελλάδα αποτελεί κίνητρο για τους Ισραηλινούς που ταξιδεύουν συχνά στη χώρα μας. Έτσι, τα τελευταία χρόνια ο εισερχόμενος τουρισμός από το Ισραήλ παρουσιάζει συνεχή αύξηση. Στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος δείχνουν ότι το 2019 επισκέφτηκαν την Ελλάδα περί τους 680.000 επισκέπτες από το Ισραήλ, ενώ τη διετία 2018-2019 καταγράφηκε αύξηση κατά 26% των ισραηλινών επισκεπτών (Πρεσβεία της Ελλάδας στο Τελ Αβίβ, 2020:11). Ζητούμενο για τον ελληνικό τουρισμό είναι η περεταίρω αύξηση του αριθμού των επισκεπτών μέσω της ανάδειξης νέων προορισμών και του τουρισμού εμπειριών.

Ως προς το προφίλ των Ισραηλινών τουριστών καταγράφεται μεγάλη τάση για ταξίδια<sup>92</sup> και αυτό οφείλεται: στη μεγαλύτερη προσφορά πτήσεων και προορισμών, στη διαφορά μεταξύ του κόστους των διακοπών στο εξωτερικό και στο Ισραήλ και στη χαμηλή συναλλαγματική ισοτιμία δολαρίου, που αύξησε την αγοραστική δύναμη των Ισραηλινών (τα ημερήσια έξοδα αντιστοιχούν στο μισό κόστος ενός ταξιδιού στο εξωτερικό). Καθώς οι διακοπές έχουν γίνει βασικό καταναλωτικό προϊόν για τους ισραηλινούς η συχνότητα των ταξιδιών προς το εξωτερικό θα συνεχίσει να αυξάνεται. Οι Ισραηλινοί τουρίστες ανήκουν κυρίως σε μεσαία και μεσαία - υψηλή εισοδηματική τάξη και διακρίνονται από μεσαίο μορφωτικό επίπεδο.

<sup>92</sup> <https://www.tornosnews.gr/news/agores/43944-ereyna-to-israhl-elpida-gia-ton-ellhniko-toyrismo-th-fetinh-periodo.html>

Στα κίνητρα για ταξίδια εντάσσονται η ψυχαγωγία, οι αθλητικές δραστηριότητες για οικογένειες με παιδιά, η γαστρονομία και η χαλάρωση, η ανακάλυψη φυσικών τοπίων και τοπικών παραδόσεων – παραδοσιακές γιορτές. Οι Ισραηλινοί τουρίστες ενδιαφέρονται για προορισμούς που διατηρούν στοιχεία εβραϊκής παράδοσης και ιστορίας.

Στο εξωτερικό ταξιδεύουν τόσο οικογένειες με παιδιά, όσο και ζευγάρια, αλλά και ηλικιωμένοι και ο τύπος καταλύματος που προτιμάται είναι τα ξενοδοχεία 3 και 4 αστέρων και τα αγροτουριστικά καταλύματα. Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση επιλογής του ταξιδιωτικού προορισμού είναι η τιμή, η ασφάλεια του προορισμού και η καλή οργάνωση των υπηρεσιών. Χρονικά, οι Ισραηλινοί επιλέγουν να ταξιδεύουν τον Ιούλιο – Αύγουστο (οικογένειες με παιδιά λόγω σχολικών διακοπών), τον Μάρτιο/Απρίλιο (Εβραϊκό Πάσχα) και τον Σεπτέμβριο/Οκτώβριο (Εβραϊκό νέο έτος). Πηγές ταξιδιωτικής πληροφόρησης αποτελούν οι εφημερίδες και το διαδίκτυο, ενώ προτιμητέα κανάλια για την αγορά τουριστικών υπηρεσιών είναι τα τουριστικά γραφεία και το διαδίκτυο.

## Στόχευση σε Εξειδικευμένα Τμήματα Αγοράς

- Άτομα ηλικίας 55+
- Άτομα τρίτης ηλικίας - συνταξιούχοι
- Ζευγάρια και παρέες
- Άτομα με υψηλό εισόδημα
- Άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο
- Ομόθρησκοι (Χριστιανοί Ορθόδοξοι)



Χώρες με πλειονότητα ορθόδοξων χριστιανών

- Ρουμανία 87%**
- Σερβία 86%**
- Βουλγαρία 81%**
- Ουκρανία 77%**
- Κύπρος 72%**
- Ρωσία 71%**
- Λευκορωσία 62%**

- Πιστοί άλλων θρησκειών / δογμάτων που επιθυμούν να βιώσουν θρησκευτικές εμπειρίες
- Μοναχοί, Ιερείς, θεολόγοι, εκπρόσωποι εκκλησιών
- Άτομα με ενδιαφέρον για τον πολιτιστικό τουρισμό και γενικά άτομα με αγάπη για την τέχνη, την αρχιτεκτονική και την ιστορία
- Πανεπιστημιακές ομάδες / φοιτητές θεολογικής, αρχιτεκτονικής/ιστορικής/καλλιτεχνικής κατεύθυνσης
- Μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (σχολικός τουρισμός)
- Απόδημοι Έλληνες
- Έλληνες / οικογένειες με παιδιά και άτομα ηλικίας 55+ (εσωτερικός τουρισμός)

### 3.3 Στρατηγική Τοποθέτησης (Positioning)

Ως στρατηγική τοποθέτηση ορίζεται το σύνολο των στοιχείων υπεροχής που θέλουμε να αντιπροσωπεύει η Ελλάδα ως προς το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού στη συνείδηση των κοινών-στόχων. Η τοποθέτηση πρέπει να δομηθεί πάνω σε **πραγματικές ανάγκες των κοινών-στόχων**, να **διαφοροποιεί** την Ελλάδα από τον ανταγωνισμό και να **τεκμηριώνεται** από συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες και υποδομές.

Η στρατηγική τοποθέτηση παρέχει το **μακροπρόθεσμο όραμα** για τον Ελληνικό θρησκευτικό τουρισμό και επομένως συνιστά το «**σημείο εστίασης**» για όλες τις ενέργειες marketing και προβολής.

Η στρατηγική τοποθέτηση αναλύεται ως εξής:

- α) Τα κοινά-στόχοι:** η βαθιά κατανόηση της βασικότερης ανάγκης των κοινών-στόχων από τον θρησκευτικό τουρισμό (consumer insight).
- β) Η πρόταση:** τα στοιχεία υπεροχής και οι πιο σημαντικοί λόγοι διαφοροποίησης του Ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού από τον ανταγωνισμό (proposition).
- γ) Οι υποσχέσεις:** τα πλεονεκτήματα που η Ελλάδα υπόσχεται ως προς το θρησκευτικό τουρισμό στα κοινά-στόχους (claims).
- δ) Η τεκμηρίωση:** τα προϊόντα, οι υπηρεσίες και οι υποδομές που κάνουν τις υποσχέσεις πραγματικότητα (substantiators /reasons to believe).
- ε) Το κεντρικό «σύνθημα»** του ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού.

Τα παραπάνω αποδίδονται σχηματικά ως εξής :



Με βάση την παραπάνω ανάλυση, γίνεται σαφές ότι η στρατηγική τοποθέτηση της Ελλάδας για το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού πρέπει να έχει **ανθρωποκεντρικό, αυθεντικό χαρακτήρα, ολόχρονη διάσταση** και να διακρίνεται από την προσφορά μοναδικών εμπειριών, έτσι ώστε η Ελλάδα να αποκτήσει πλεονέκτημα και υπεροχή έναντι του ανταγωνισμού για το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν.

#### **α) Η ανάγκη των κοινών-στόχων από τον θρησκευτικό τουρισμό**

Η ανάγκη αυτή περιγράφεται ως εξής:

*«Μέσα από την επίσκεψη θρησκευτικών, ιερών μνημείων και τόπων, ο θρησκευτικός τουρίστας αναζητά το θείο, εκδηλώνει την πίστη του, πραγματοποιεί το τάμα του, ως εκδήλωση αγάπης για τη γενναιοδωρία που έλαβε σε δύσκολες στιγμές, ηρεμεί και χαλαρώνει σε ένα γαλήνιο περιβάλλον και ανασυντάσσει τις δυνάμεις του, γνωρίζει την θρησκευτική/πολιτιστική κληρονομιά και την κουλτούρα ακόμη και άλλων θρησκειών και αναζητά εμπειρίες που θα του προσφέρουν ένα αίσθημα πνευματικής πληρότητας και ανάτασης»*

#### **β) Η πρόταση της Ελλάδας για το θρησκευτικό τουρισμό**

Η πρόταση ουσιαστικά περιγράφει τι είναι αυτό που προσφέρει η Ελλάδα για το προϊόν «θρησκευτικός τουρισμός» στον επισκέπτη για να ικανοποιήσει την παραπάνω ανάγκη.

Ο σημαντικότερος λόγος επιλογής της Ελλάδας ως θρησκευτικού προορισμού συνοψίζεται ως ακολούθως:

*Ταξιδέψτε με ασφάλεια, όλο το χρόνο, εξερευνήστε και ανακαλύψτε σε κάθε γωνιά της Ελλάδας αναρίθμητα, μοναδικής ιστορίας και αρχιτεκτονικής θρησκευτικά μνημεία και προσκυνήματα, βιώστε αξέχαστες αυθεντικές εμπειρίες σε ένα ήρεμο, γαλήνιο και μοναδικό από κάθε άποψη τόπο»*

#### **γ) Οι υποσχέσεις της Ελλάδας για το θρησκευτικό τουρισμό προς τα κοινά-στόχους**

Οι υποσχέσεις περιγράφουν τα πλεονεκτήματα τα οποία η Ελλάδα προσφέρει στους επισκέπτες και τα συναισθήματα που θέλουμε να βιώσουν όταν έρθουν σε επαφή με τον πλούσιο θρησκευτικό πλούτο, τους κατοίκους, τα θρησκευτικά λαϊκά δρώμενα (ήθη και έθιμα). Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι τα εξής:

- **Το βαθύ θρησκευτικό συναίσθημα και το δέος** μέσα από την επίσκεψη και γνωριμία θρησκευτικών μνημείων ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής, με μακραίωνη ιστορία, και σημαντική σχέση στην εξέλιξη του χριστιανισμού.
- **Η συναισθηματική πληρότητα**, μέσα από την απόκτηση μοναδικών εμπειριών με προσωπικό νόημα.
- **Η ψυχική ηρεμία και η απόκτηση εμπειριών**, μέσα από την παραμονή σε ένα γαλήνιο περιβάλλον, απαλλαγμένο από το άγχος της καθημερινότητας, με δυνατότητες παράλληλης ανάπτυξης ήπιων βιωματικών δραστηριοτήτων.

- Η **γνωριμία του εξαιρετικού ελληνικού πολιτισμού** μέσα από επισκέψεις σε αρχαιολογικούς και εν γένει πολιτιστικούς χώρους που γειτνιάζουν με θρησκευτικά μνημεία και η **γνωριμία της τοπικής κουλτούρας και της ελληνικής φιλοξενίας** μέσα από τη συμμετοχή σε διάφορες εκδηλώσεις και δρώμενα και την επαφή με τις τοπικές κοινωνίες.
- Η **περιήγηση σε νησιά** της Ελλάδας που είναι διάσπαρτα από θρησκευτικά και πολιτιστικά μνημεία και διακρίνονται από μοναδικό φυσικό και θαλάσσιο περιβάλλον, μέσα από θρησκευτικές κρουαζιέρες.
- Η **χαρά της ανακάλυψης**, μέσα από τη γνωριμία μοναδικών θρησκευτικών μνημείων ενταγμένων στον κατάλογο της UNESCO, αυθεντικών και φιλόξενων ανθρώπων, εντυπωσιακών τοπίων και «εικόνων».
- Το **αίσθημα της ασφάλειας**, που προκύπτει από τη φήμη της Ελλάδας ως ασφαλής προορισμός σε σχέση με άλλους τουριστικούς προορισμούς και τη βεβαιότητα του επισκέπτη ότι δε θα βιώσει κινδύνους ή ταλαιπωρία.

#### δ) Η τεκμηρίωση της στρατηγικής τοποθέτησης της Ελλάδας ως θρησκευτικού προορισμού

Η τεκμηρίωση περιλαμβάνει συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες και υποδομές που κάνουν την υποσχόμενη εμπειρία πραγματικότητα. Αν οι παραπάνω υποσχέσεις δεν αποδεικνύονται στην πράξη, οι επισκέπτες θα απογοητευτούν, με αποτέλεσμα τη δημιουργία αρνητικής διαφήμισης.

Η τεκμηρίωση περιλαμβάνει τρεις (3) κατηγορίες προϊόντων, υπηρεσιών και υποδομών:

#### Θρησκευτικές δραστηριότητες

- Εμβληματικοί προορισμοί – θρησκευτικά μνημεία ενταγμένα στον κατάλογο της UNESCO
- Χριστιανικά προσκυνήματα
- Θρησκευτικά μνημεία άλλων δογμάτων
- Θρησκευτικές διαδρομές
- Θρησκευτικές γιορτές και πανηγύρια
- Θρησκευτικές τελετές (κυρίως γάμοι)
- Συνέδρια
- Μοναστηριακή γαστρονομία και προϊόντα
- Δημιουργικά εργαστήρια (αγιογραφία, βυζαντινή τέχνη, βυζαντινή μουσική, κ.α.)
- Κρουαζιέρες θρησκευτικού τουρισμού
- Σχολικές / εκπαιδευτικές εκδρομές

#### Θεματικά τουριστικά προϊόντα

- Πολιτιστικός τουρισμός
- Φυσιολατρικός τουρισμός
- Περιηγητικός τουρισμός
- Γαστρονομικός & οινικός τουρισμός
- Ιαματικός τουρισμός
- Τουρισμός κρουαζιέρας
- Τουρισμός πόλεων
- Μαζικός τουρισμός (ήλιος & θάλασσα)
- Εκπαιδευτικός τουρισμός



**Υποδομές /  
Υπηρεσίες**

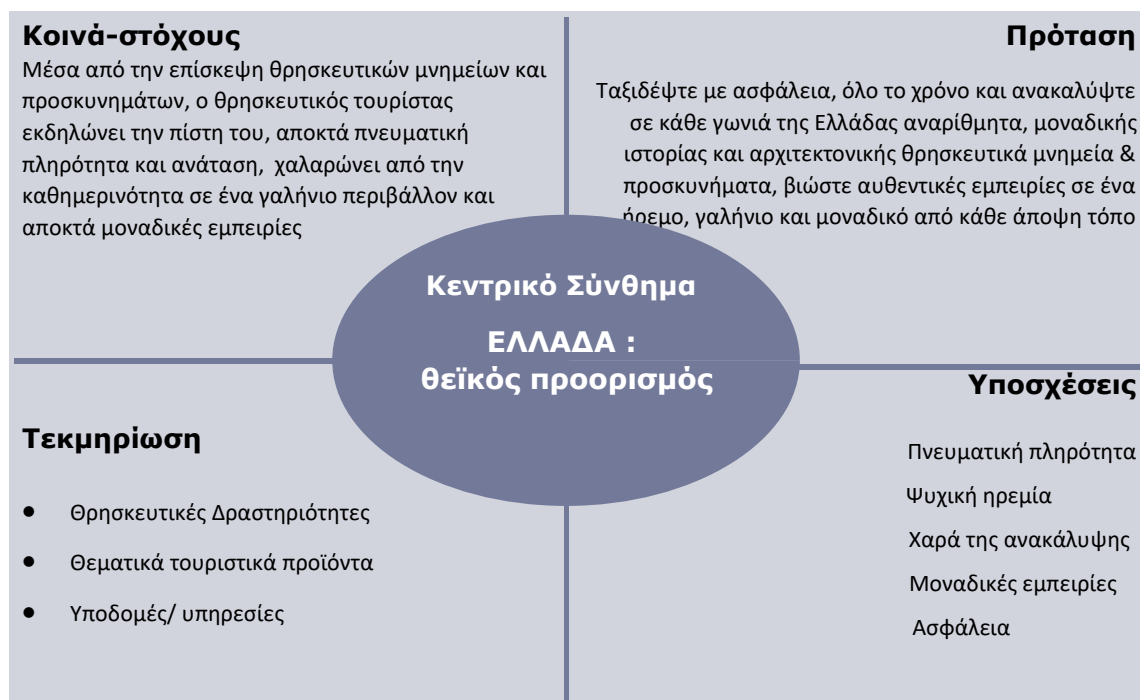
- Προσβασιμότητα - θαλάσσιο και χερσαίο δίκτυο μεταφοράς-Προσβασιμότητα θρησκευτικών, πολιτιστικών μνημείων και χώρων, εξυπηρέτηση ΑμεΑ
- Εκκλησιαστικά και άλλα μουσεία
- Μοναστηριακοί ξενώνες
- Καταλύματα, κέντρα εστίασης
- Καταστήματα εκκλησιαστικών ενθυμημάτων
- Ιαματικές πηγές και ιαματικά λουτρά
- Προσιτές τιμές
- Ποιοτικές και πιστοποιημένες υπηρεσίες
- Σηματοδοτημένες διαδρομές, μονοπάτια
- Καλή εξυπηρέτηση επισκεπτών

**ε) Το κεντρικό «σύνθημα» της Ελλάδας ως θρησκευτικού προορισμού**

Το κεντρικό «σύνθημα» του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα συνοψίζει τη στρατηγική τοποθέτηση σε 4-5 λέξεις. Δεν ταυτίζεται απαραίτητα με το διαφημιστικό σλόγκαν, αλλά σίγουρα αποτελεί έμπνευση γι’ αυτό:

**ΕΛΛΑΔΑ : Θεϊκός προορισμός**

Συνοψίζοντας, η στρατηγική τοποθέτηση της Ελλάδας για το προϊόν «θρησκευτικός τουρισμός» περιλαμβάνει:



### 3.4 Στρατηγικοί & Επιχειρησιακοί Στόχοι Σχεδίου Μάρκετινγκ

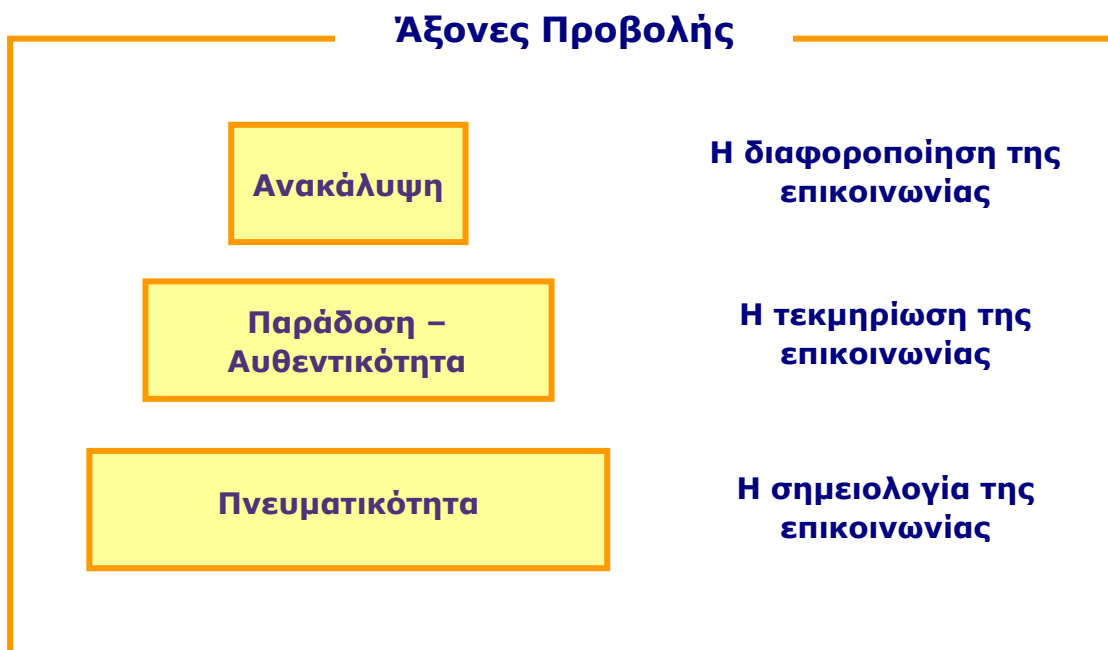
Οι στρατηγικοί στόχοι δίνουν τις γενικές κατευθύνσεις για την ανάπτυξη του Σχεδίου Μάρκετινγκ και είναι σημαντικό να παρουσιάζουν συνοχή και συμπληρωματικότητα τόσο μεταξύ τους, για την εξυπηρέτηση της κοινής επιδίωξης που αφορά στην προώθηση και προβολή του θρησκευτικού τουρισμού, όσο και με τις γενικότερες πολιτικές, οι οποίες αφορούν στην ανάπτυξη και προβολή του ελληνικού τουρισμού. Στη συνέχεια, οι στόχοι αυτοί εξειδικεύονται σε επιχειρησιακούς (στόχους), που αποτελούν τα μέσα ικανοποίησης των πρώτων.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ		ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
<p><b>Δημιουργία ισχυρής ταυτότητας της Ελλάδας ως διεθνή προορισμού θρησκευτικού τουρισμού</b></p>		<p>Ανάδειξη των στοιχείων υπεροχής για τη δημιουργία ισχυρού brand και την ελκυστικότητα της Ελλάδας ως προορισμού θρησκευτικού τουρισμού</p>
		<p>Ανάπτυξη και εμπέδωση της τοποθέτησης της Ελλάδας στο διεθνή χάρτη θρησκευτικού τουρισμού</p>
		<p>Ανάπτυξη περιεχομένου που αναδεικνύει την Ελλάδα ως ελκυστικό προορισμό θρησκευτικού τουρισμού όλο το χρόνο</p>
		<p>Αξιοποίηση καινοτόμων εργαλείων και μεθόδων προβολής</p>
<p><b>Αύξηση του μεριδίου αγοράς του θρησκευτικού τουρισμού</b></p>		<p>Ενίσχυση μεριδίου σε υφιστάμενες αγορές</p>
		<p>Ανάπτυξη νέων δυναμικών αγορών</p>
		<p>Περαιτέρω ενδυνάμωση της ζήτησης από την ελληνική αγορά</p>
		<p>Στόχευση σε εξειδικευμένα τμήματα της τουριστικής αγοράς</p>
<p><b>Χωρική και χρονική διάχυση των επισκεπτών θρησκευτικού τουρισμού</b></p>		<p>Γεωγραφική διάχυση των θρησκευτικών δραστηριοτήτων και ανάπτυξη διατοπικών πακέτων θρησκευτικού τουρισμού</p>
		<p>Στοχευμένη προώθηση του πολύ-θεματικού χαρακτήρα του προϊόντος «θρησκευτικός τουρισμός» με δημιουργία εμπειριών μέσα από τη διασύνδεση με άλλες θεματικές μορφές τουρισμού</p>
		<p>Άμβλυνση της εποχικότητας με την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου</p>

### 3.5 Σχέδιο Προβολής

#### 3.5.1 Άξονες Προβολής Θρησκευτικού Τουρισμού

Οι άξονες προβολής συνοψίζουν τη στρατηγική τοποθέτηση της Ελλάδας ως προορισμού θρησκευτικού τουρισμού σε **τρεις βασικές κατευθύνσεις**, βάσει των οποίων θα υλοποιηθεί το εξειδικευμένο σχέδιο προβολής.



**Άξονας**  
**«Πνευματικότητα»**

Η **πνευματικότητα** περιγράφει τον *πυρήνα του περιεχομένου* του ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού, δηλαδή τα στοιχεία της ιερότητας, της ευλάβειας, της πίστης, της θρησκευτικής κατάνυξης, της ηρεμίας, της φιλοξενίας που τον χαρακτηρίζουν. Ως τέτοια, η πνευματικότητα αναφέρεται στην **οπτική γλώσσα και σημειολογία** την οποία η Ελλάδα θα χρησιμοποιεί σε κάθε επικοινωνία με τους δυνητικούς επισκέπτες θρησκευτικού τουρισμού.

Η γλώσσα αυτή πρέπει να είναι απλή και ανεπιτήδευτη και θα εφαρμόζεται σε όλο το μίγμα marketing, κυρίως μέσω του σχεδιασμού: λογότυπο, χρώματα, γραμματοσειρές, γραφικά στοιχεία, φόρμες, μοτίβα, φωτογραφίες κ.λπ.

**Άξονας**  
**«Παράδοση –**  
**Αυθεντικότητα»**

Η **παράδοση** και η **αυθεντικότητα** αποδεικνύονται από τη συνέχεια ανάμεσα στο παρελθόν και το παρόν, αποδείξεις των οποίων είναι:

- Οι εκκλησίες, τα μοναστήρια, τα ασκηταριά, τα θρησκευτικά κειμήλια κ.α.
- Τα εκκλησιαστικά μουσεία
- Οι θρησκευτικές τελετουργίες, τα έθιμα - πανηγύρια
- Οι εκκλησιαστικές τέχνες (αγιογραφία, ψηφιδωτό, ξυλογλυπτική, κ.λπ.)
- Η μοναστηριακή γαστρονομία
- Ο μοναχισμός ως τρόπος - στάση ζωής

Αν η πνευματικότητα καθορίζει την οπτική γλώσσα του θρησκευτικού προϊόντος, τότε η **παράδοση και η αυθεντικότητα** παρέχουν **αξιοπιστία** στην επικοινωνία με τους δυνητικούς επισκέπτες, κυρίως μέσω του σλόγκαν, της περιγραφής του σλόγκαν (descriptor), καθώς και άλλων φράσεων που συνοψίζουν τα στοιχεία υπεροχής του ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού και αξιοποιούνται σε καταχωρήσεις, οδηγούς, φυλλάδια κ.λπ.

**Άξονας**  
**«Ανακάλυψη»**

Η **ανακάλυψη** είναι ο τρόπος με τον οποίο ο επισκέπτης **«βιώνει»** το προϊόν «θρησκευτικός τουρισμός». Μέσα από την επίσκεψη σε θρησκευτικά μνημεία, την περιήγηση σε θρησκευτικές διαδρομές, την επαφή με μοναχούς, κληρικούς και κατοίκους, τη γνωριμία των θρησκευτικών μνημείων και της ιστορίας τους από άρτια εκπαιδευμένους ξεναγούς και συνοδούς, τη συμμετοχή σε τελετές – θρησκευτικά πανηγύρια – γιορτές, τη συμμετοχή σε δημιουργικά εργαστήρια, τη γνωριμία της μοναστηριακής γαστρονομίας και των μοναστηριακών προϊόντων, την ανάπτυξη παράλληλων δραστηριοτήτων σε ένα μοναδικό φυσικό περιβάλλον (π.χ. ιαματικά λουτρά, περιήγηση στη φύση, κ.α.), ο επισκέπτης δημιουργεί **συναισθηματική σχέση** με τον θρησκευτικό προορισμό – επομένως, είναι πολύ πιθανό να επιστρέψει μελλοντικά, αλλά κυρίως να μεταφέρει τις εμπειρίες του σε άλλους, παρακινώντας τους να επισκεφτούν την Ελλάδα. Ως τέτοια, η ανακάλυψη είναι το στοιχείο εκείνο που δυνητικά διαφοροποιεί την Ελλάδα ως προορισμό θρησκευτικού τουρισμού από τους άλλους τουριστικούς προορισμούς. Η ανακάλυψη αναφέρεται **στο είδος και στη μορφή των δράσεων** που προσδίδουν ένα βιωματικό χαρακτήρα στο θρησκευτικό ταξίδι.

Συνοψίζοντας:

- Η πνευματικότητα αφορά κυρίως στην **οπτική γλώσσα** της επικοινωνίας της δηλαδή: λογότυπο, χρώματα, γραμματοσειρές, γραφικά στοιχεία, φόρμες, μοτίβα, φωτογραφίες κ.λπ.
- Η παράδοση - αυθεντικότητα αφορά κυρίως στη **λεκτική γλώσσα** της επικοινωνίας, δηλαδή σε σλόγκαν, περιγραφή του σλόγκαν (descriptor) και φράσεις που συνοψίζουν τα στοιχεία υπεροχής της Ελλάδας ως θρησκευτικού προορισμού και αξιοποιούνται σε καταχωρήσεις, οδηγούς, φυλλάδια κ.λπ.
- Η ανακάλυψη αφορά **στο είδος και στη μορφή των δράσεων** που θα επιλεγούν να διαμορφώσουν τα πακέτα θρησκευτικού τουρισμού τα οποία πρέπει να έχουν πλούσιο βιωματικό χαρακτήρα.

Οι άξονες προβολής θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη σε όλα τα μέσα τα οποία θα αξιοποιηθούν για την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού και τα οποία αναλύονται στη συνέχεια.

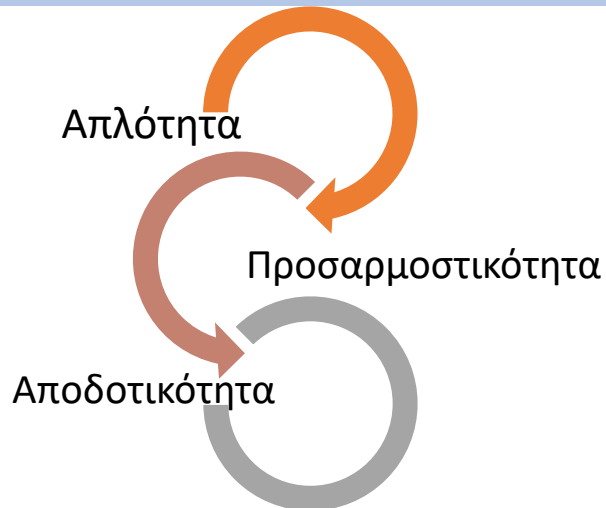
Βασικά ζητούμενα της επικοινωνιακής στρατηγικής είναι :

- ➔ η δημιουργία **ενιαίου και ισχυρού branding, επικοινωνιακής πλατφόρμας και καναλιών επικοινωνίας** για το θρησκευτικό τουρισμό με σκοπό την ευρεία αναγνωρισιμότητα του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος
- ➔ η δημιουργία απόλυτα **στοχευμένης επικοινωνίας** με τη μέγιστη δυνατή απόδοση
- ➔ η ανάπτυξη **δυναμικού περιεχομένου** στις γλώσσες των αγορών στόχων, τέτοιου (περιεχομένου) που θα χτίζει την αξία της μάρκας (brand value) του προϊόντος, έχοντας στο επίκεντρο τα στοιχεία που δομούν το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού και τις εμπειρίες που μπορεί να αποκομίσει ο επισκέπτης σε σύνδεση με άλλες ειδικές – θεματικές μορφές τουρισμού στον εκάστοτε θρησκευτικό προορισμό
- ➔ η έμφαση στην **αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών** και του **ψηφιακού μάρκετινγκ**
- ➔ η δημιουργία **ενιαίας κοινότητας εμπλοκής** που μεγιστοποιεί το αποτέλεσμα και προϋποθέτει τη συνεργασία : της Εκκλησίας, του κράτους και των κεντρικών φορέων (Υπουργείο Τουρισμού, ΕΟΤ, Υπουργείο Πολιτισμού, Υπουργείο Εξωτερικών, κ.α.), των ΟΤΑ Α και Β Βαθμού, του ιδιωτικού τομέα και δη των εμπλεκόμενων ιδιωτικών φορέων με τον τουρισμό και των επιχειρηματιών, αλλά και των τοπικών κοινωνιών με σκοπό τη συμμετοχή στην κοινή προσπάθεια, στην αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, τη συμμετοχή στη δημιουργία και προώθηση μιας ενιαίας ταυτότητας και στη διάθεση – διάχυση περιεχομένου και πληροφορίας

Η επικοινωνιακή στρατηγική έχει να αντιμετωπίσει συγκεκριμένες **προκλήσεις** στην προβολή του θρησκευτικού τουρισμού, ήτοι :

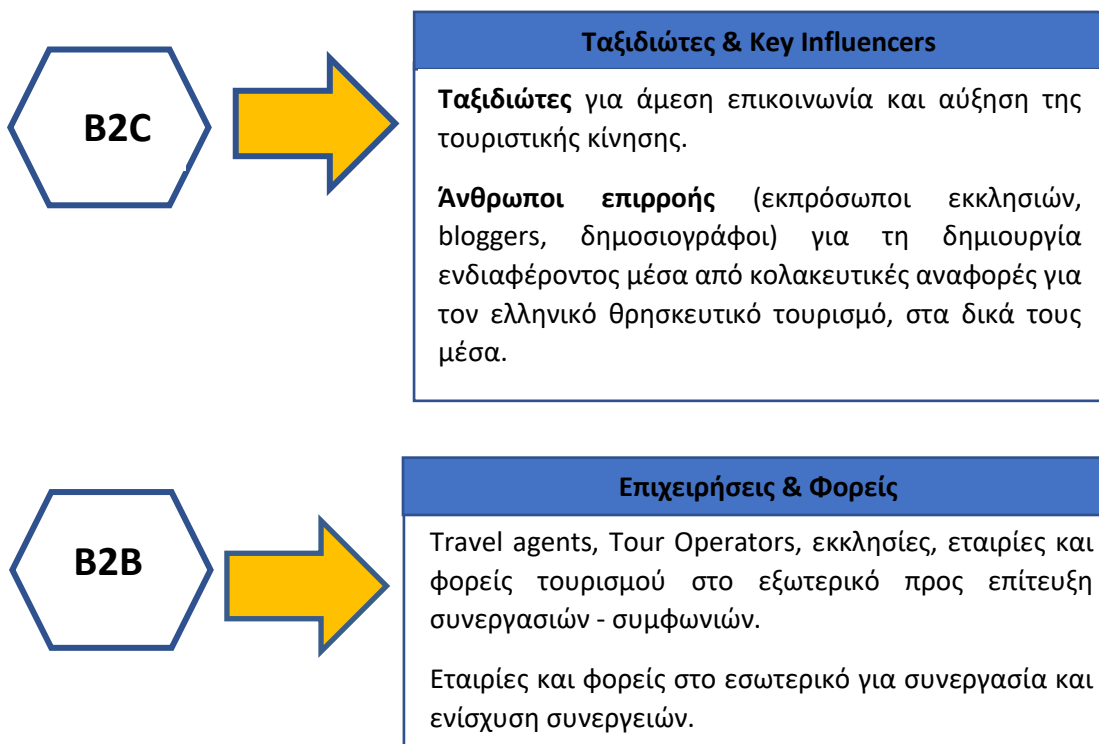


### Κύρια Χαρακτηριστικά της Επικοινωνιακής Στρατηγικής



### 3.5.2 Στόχευση κοινού επικοινωνίας

Η επικοινωνιακή στρατηγική εστιάζει σε ένα μίγμα B2C & B2B κοινού, συγκεκριμένων αγορών και τμημάτων.



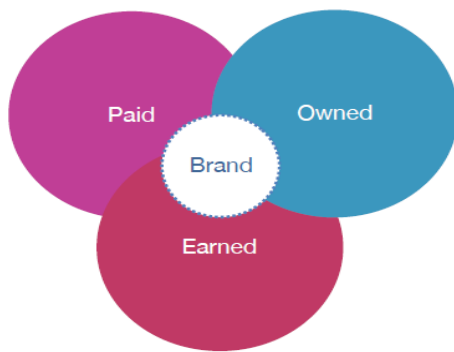
Ειδικότερα :

Ιδιότητα	Αγορές (χώρες)	Ειδικά Τμήματα Αγορών
<p><b>B2C</b> Ταξιδιώτες Άνθρωποι επιρροής</p>	<p>Βουλγαρία, Ρουμανία, Σερβία, Β. Μακεδονία, Τουρκία, Σκανδιναβία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Βέλγιο, Γαλλία, Ιταλία, Κύπρος, Ρωσία, Κίνα, Ισραήλ, Ινδία, Ελλάδα</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Άτομα ηλικίας 55+, τρίτης ηλικίας- συνταξιούχοι</li> <li>Ζευγάρια και παρέες</li> <li>Μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (σχολικός τουρισμός)</li> <li>Πανεπιστημιακές ομάδες / φοιτητές θεολογικής, αρχιτεκτονικής/ιστορικής/ καλλιτεχνικής κατεύθυνσης</li> <li>Άτομα με υψηλό εισόδημα</li> <li>Άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο</li> <li>Ομόθρησκοι, πιστοί άλλων θρησκειών / δογμάτων που επιθυμούν να βιώσουν θρησκευτικές εμπειρίες</li> <li>Μοναχοί, Ιερείς, θεολόγοι, εκπρόσωποι εκκλησιών</li> <li>Άτομα με ενδιαφέρον για τον πολιτιστικό τουρισμό και γενικά άτομα με αγάπη για την τέχνη, την αρχιτεκτονική και την ιστορία</li> <li>Απόδημοι Έλληνες</li> <li>Έλληνες / οικογένειες με παιδιά και άτομα ηλικίας 55+ (εσωτερικός τουρισμός)</li> </ul>
<p><b>B2B</b> Εταιρίες Φορείς τουρισμού</p>		

### 3.5.3 Ενέργειες Μάρκετινγκ και τακτικές επικοινωνίας

Για τις επικοινωνιακές ανάγκες του θρησκευτικού τουρισμού και για τη στόχευση, θα χρησιμοποιηθεί μίγμα από πλατφόρμες digital (ψηφιακής) και print (έντυπης) επικοινωνίας, καθώς επίσης Above και Below / PR πρακτικές<sup>93</sup>, ενώ για την επίτευξη μεγαλύτερης αποτελεσματικότητας, οι ενέργειες θα ενταχθούν σε μια ενιαία (integrated) στρατηγική marketing.

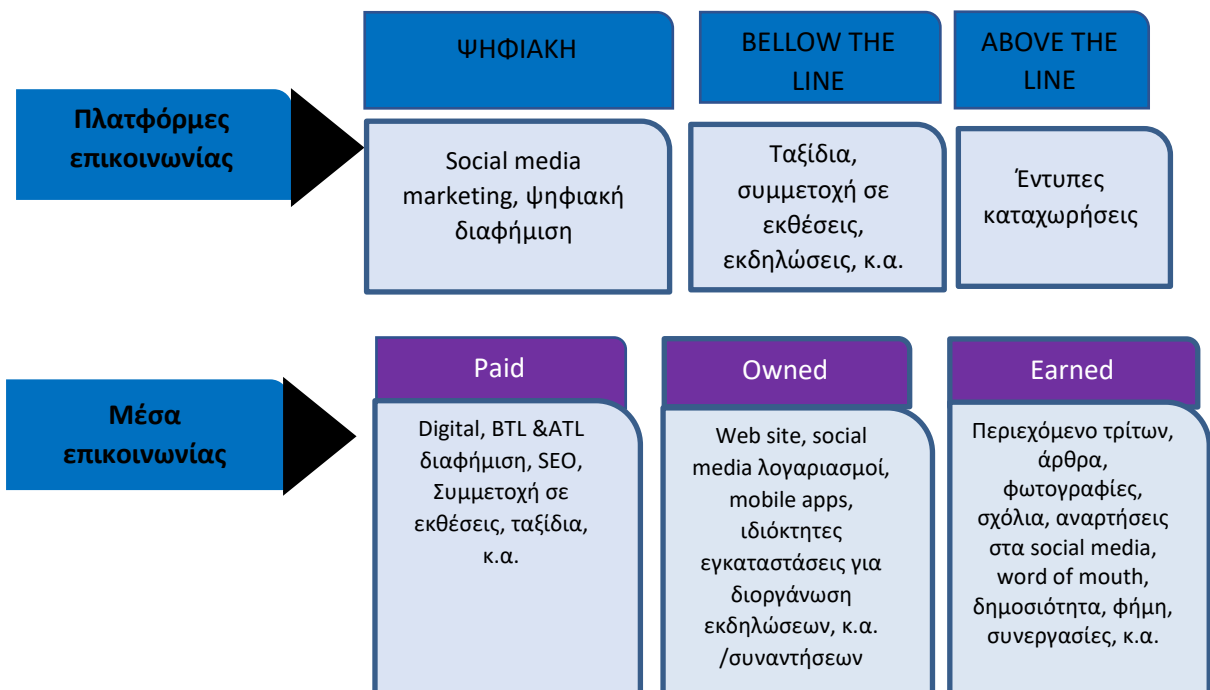
Προτείνεται η εφαρμογή ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας με συνδυασμό όλων των διαθέσιμων μέσων (επί πληρωμή / paid, ιδιότητα / owned και όσα κερδίζονται στην πορεία / earned, μέσα).



**PAID**  
Απίχηση για την οποία πληρώνει το brand.

**OWNED**  
Μέσα που διατηρεί το ίδιο το brand, έχοντας τον πλήρη έλεγχο τους. Μέσω αυτών των καναλιών μεταφέρεται αυτοόσιο το μήνυμα, σωστά τοποθετημένο και πλήρως ελεγχόμενο.

**EARNED**  
Απίχηση που κερδίζεται, η οποία προέρχεται από διάφορους influencers ή από αναφορές τρίτων. Εδώ μιλάει & προτείνει κάποιος τρίτος και όχι το ίδιο το brand, κάτι που κατά κανόνα είναι πιο αποτελεσματικό καθώς θεωρείται πιο αξιόπιστο και επιτυγχάνει μεγαλύτερο reach.



<sup>93</sup>Above the line: Εκστρατεία επικοινωνίας που περιλαμβάνει αποκλειστικά διαφήμιση (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπα μμέσα, κινηματογράφος, εξωτερική διαφήμιση (outdoor))  
Below the line: Εκστρατεία επικοινωνίας που περιλαμβάνει αποκλειστικά ενέργειες δημοσίων σχέσεων, προβολής και προώθησης



Το επικοινωνιακό πλάνο προβολής του θρησκευτικού τουρισμού θα είναι **τριετές**. Στο πρώτο έτος δίδεται έμφαση στη διαμόρφωση του περιεχομένου για τον θρησκευτικό τουρισμό και στην προώθηση σε ιδιόκτητα μέσα προβολής (owned), ενώ στα δύο επόμενα έτη δίδεται έμφαση στη διάδοση του μηνύματος αφενός μέσα από έντονη και συστηματική /στοχευμένη προβολή – προώθηση και αφετέρου, μέσα από την ενίσχυση των υποστηρικτών του brand και του ελληνικού θρησκευτικού τουρισμού.

#### 3.5.4 Δράσεις προβολής – προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού

##### Διαμόρφωση τουριστικής ταυτότητας (Branding)

Η δράση αφορά στη διαμόρφωση της τουριστικής ταυτότητας (brand), στο σχηματισμό δηλαδή της διακριτής ταυτότητας του προϊόντος “θρησκευτικός τουρισμός” ως σύνθεση στοιχείων ελκυστικότητας, ως βασική υπόσχεση, ως τρόπου αντίληψης των επισκεπτών γι’ αυτό το ειδικό τουριστικό προϊόν, αλλά και ως label. Για την ανάπτυξη του brand του θρησκευτικού τουρισμού θα απαιτηθεί η εκπόνηση ειδικής μελέτης branding μέσα από την οποία θα προκύψουν αφενός η οπτική ταυτότητα/λογότυπο και αφετέρου, η λεκτική ταυτότητα (slogan) - υπογραφή (φράσεις κλειδιά). Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο σχέδιο (λογότυπο) που θα επιλεγεί προκειμένου να έχει διάρκεια στο χρόνο και να μην απαιτείται συχνά η αναπροσαρμογή του. Επίσης, θα απαιτηθεί η εκπόνηση brand manual για την ορθή χρήση των στοιχείων οπτικής και λεκτικής ταυτότητας του θρησκευτικού τουρισμού (μέγεθος - διαστάσεις, γραμματοσειρές, χρωματική παλέτα εκδοχές εφαρμογής της οπτικής ταυτότητας π.χ. τουριστικές καταχωρήσεις, video, έντυπα, social media, κ.α.).

##### Δημιουργία και ανάπτυξη περιεχομένου, κείμενα - storytelling

Βασικό προαπαιτούμενο για τη σωστή επικοινωνία και προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού είναι η δημιουργία ποιοτικού, ελκυστικού και επιστημονικού περιεχομένου που θα χρησιμοποιείται σε όλες τις δράσεις προβολής, σε έντυπα και ψηφιακά μέσα. Στην κατεύθυνση αυτή θα χρειαστεί να εργαστούν κειμενογράφοι και έμπειροι επί του θέματος συγγραφείς, έτσι ώστε να υπάρχει μία σταθερή ροή δημιουργίας περιεχομένου (content) για τα μέσα ενημέρωσης και προβολής.

Η θεματολογία των κειμένων, θα αφορά στο θρησκευτικό τουρισμό, τη μοναδικότητα και τις ιδιαιτερότητές του, τις σχετικές δραστηριότητες και εμπειρίες που προσφέρει η Ελλάδα και οι πολυάριθμοι προορισμοί θρησκευτικού ενδιαφέροντος στους επισκέπτες, καθώς και χρήσιμες - χρηστικές πληροφορίες γύρω από αυτές. Μέσω των κειμένων, επιδιώκεται η παρουσίαση όλων των πτυχών και των δεδομένων του θρησκευτικού τουρισμού, μέσα από παρουσιάσεις θρησκευτικών μνημείων και προσκυνημάτων, θρησκευτικών διαδρομών, παραδοσιακών τεχνών (αγιογραφία, κηροπλαστική, ξυλογλυπτική), συνεντεύξεων και αφήγηση ιστοριών από μοναχούς, θεολόγους, ιστορικούς, επαγγελματίες και προσωπικότητες σχετικές με τον θρησκευτικό τουρισμό κλπ. Ακόμη, θα υπάρχουν προτάσεις σχετικά με θρησκευτικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες (π.χ. Πάσχα στην Κέρκυρα), αλλά και παράλληλες εμπειρίες που προσφέρονται στους θρησκευτικούς προορισμούς ανά την Ελλάδα.

Σημαντικός και καθοριστικός είναι ο ρόλος των κειμενογράφων σχετικά με το «storytelling», τη «συναρπαστική» δηλαδή παρουσίαση των σχετικών με τον θρησκευτικό τουρισμό θεμάτων. Προτείνεται να δημιουργηθούν **θεματικές ταξιδιωτικές εμπειρίες** σε θρησκευτικούς προορισμούς με την τεχνική της δημιουργικής αφήγησης εμπειρίας (creative story telling), οι οποίες θα παρουσιάζουν το θρησκευτικό τουριστικό προϊόν, αλλά και τις παράλληλες δραστηριότητες που μπορεί να αναπτύξει ο θρησκευτικός τουρίστας.

### Δημιουργία οπτικοακουστικού υλικού

Η δράση αφορά στη δημιουργία οπτικοακουστικού υλικού που θα περιλαμβάνει έντυπο και ψηφιακό υλικό, ήτοι έντυπα, φωτογραφίες και video στα οποία θα αποτυπώνονται όλα τα στοιχεία που συνθέτουν το προϊόν και τις εμπειρίες γύρω από το θρησκευτικό τουρισμό στον νησιωτικό και ηπειρωτικό ελλαδικό χώρο.

Ειδικότερα:

#### I. Συμπλήρωση, μετάφραση υφιστάμενων θρησκευτικών εντύπων και ανάπτυξη νέων

Η εν λόγω δράση αφορά στη συγκέντρωση των υφιστάμενων θρησκευτικών εντύπων που έχουν παραχθεί από τον ΕΟΤ σε συνεργασία με την Εκκλησία της Ελλάδος, την Εκκλησία της Κρήτης και τις εν Δωδεκανήσου Ιερές Μητροπόλεις του Οικουμενικού Πατριαρχείου, αλλά και την Καθολική Εκκλησία όπως ο πρώτος προσκυνηματικός χάρτης και το έντυπο «2000 χρόνια – ταξίδι στο φως της Χριστιανοσύνης» και η συμπλήρωση του περιεχομένου τους, εφόσον απαιτηθεί, καθώς και η μετάφρασή τους και σε άλλες γλώσσες σύμφωνα με τις αγορές - στόχους.

Επιπλέον, προτείνεται ο σχεδιασμός και η δημιουργία νέων εντύπων που θα παρουσιάζουν διάφορες εκδοχές από τον θρησκευτικό πλούτο της Ελλάδας.

Ειδικότερα, προτείνεται η δημιουργία ενός εντύπου που θα αφορά στη **Βυζαντινή Τέχνη** (μουσεία, σκευοφυλάκια, κειμήλια, κλπ.) και θα απευθύνεται στους λάτρεις της Βυζαντινής Τέχνης ανεξαρτήτου θρησκείας και ένα δεύτερο που θα αφορά στα **Προσκυνήματα** (εκκλησίες, μοναστήρια, θρησκευτικές γιορτές και πανηγύρια, θρησκευτικά έθιμα ανά την Ελλάδα, κ.α.) και το οποίο θα απευθύνεται κυρίως στους επισκέπτες θρησκευτικού τουρισμού.

Ακόμη, προτείνεται η δημιουργία και άλλων θεματικών εντύπων όπως «Θρησκευτικές Διαδρομές», «Μοναστηριακή Κουζίνα», «Εμπειρικά ταξίδια σε θρησκευτικούς προορισμούς», αλλά και η παραγωγή χάρτη αποτύπωσης των θρησκευτικών διαδρομών και των προσκυνημάτων σε διάφορες γλώσσες σύμφωνα με τη στόχευση των αγορών.

#### II. Φωτογραφικό υλικό

Λόγω της μεγάλης σημασίας του φωτογραφικού υλικού στην επιτυχία και αποτελεσματικότητα της διαφημιστικής καμπάνιας πρέπει να δημιουργηθεί ένα πλούσιο φωτογραφικό αρχείο με εντυπωσιακές, καλαίσθητες, υψηλής ευκρίνειας και ανάλυσης φωτογραφίες από τα θρησκευτικά μνημεία και τις θρησκευτικές δραστηριότητες από όλους τους θρησκευτικούς προορισμούς της ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας. Οι φωτογραφίες θα καλύπτουν χρονικά όλες τις εποχές του χρόνου στην κατεύθυνση της ανάδειξης του θρησκευτικού τουρισμού ως ολόχρονου τουριστικού προϊόντος. Θα αποτελέσουν την «πρώτη ύλη» προωθητικών ενεργειών στα γενικά και εξειδικευμένα τουριστικά έντυπα, στα social media, στην πλατφόρμα (portal) του θρησκευτικού τουρισμού και σε λοιπές ενέργειες δημοσιότητας και δημοσίων σχέσεων.

### III. Video

Προτείνεται η παραγωγή προωθητικών (promo) video τα οποία θα παρουσιάζουν με καινοτόμο και εμπειρικό τρόπο το προϊόν «θρησκευτικός τουρισμός» και θα αποτελέσουν τον πρεσβευτή μοναδικών θρησκευτικών εμπειριών στα κοινά των αγορών – στόχων. Ειδικότερα, προτείνεται η δημιουργία ενός κεντρικού video spot και κάποιων θεματικών (π.χ. μοναστηριακή γαστρονομία και προϊόντα, θρησκευτικές γιορτές – πανηγύρια, κρουαζιέρες σε προορισμούς θρησκευτικού ενδιαφέροντος, εμπειρίες σε θρησκευτικούς προορισμούς) σε διάφορες χρονικές σειρές.

#### Ανάπτυξη ψηφιακών εργαλείων προώθησης

Για την ολοκληρωμένη προβολή και προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού απαιτείται και η ανάπτυξη ψηφιακών εργαλείων όπως :

##### **Ανάπτυξη διαδικτυακής πλατφόρμας**

Η πλατφόρμα θα σχεδιαστεί με κέντρο τον χρήστη (user- based design), θα δίνει πολλαπλές επιλογές επισκόπησης ανάλογα με το προφίλ του/της και θα συνδέει με εύχρηστο τρόπο το γραπτό και οπτικοακουστικό υλικό με χαρτογραφικά δεδομένα και ψηφιακή περιήγηση, με δυνατότητες εξατομικευμένης προβολής ανάλογα με τις προτιμήσεις, ανάγκες και προτεραιότητες του επισκέπτη/επισκέπτριας.

Η τεχνολογική διαμόρφωση της πλατφόρμας θα παρέχει τη δυνατότητα να λειτουργεί ως πυρήνας υποδοχής και ένταξης περιεχομένου από άλλα ψηφιακά εργαλεία όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, blogs, κ.α. του ΕΟΤ, της Εκκλησίας της Ελλάδος, των Περιφερειών, των Δήμων, κ.α. Η πλατφόρμα θα λειτουργεί και σε φορητές συσκευές με το ίδιο αισθητικό αποτέλεσμα όπως και σε οθόνη υπολογιστή. Θα διασυνδέεται με άλλες ιστοσελίδες ώστε να επιτυγχάνεται διαλειτουργικότητα και μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα (π.χ. visitgreece, discover Greece, σελίδες Περιφερειών και Δήμων, Εκκλησίας της Ελλάδος, κ.α.) και το περιεχόμενο θα είναι διαθέσιμο σε όλες τις γλώσσες των αγορών στόχου.

##### **Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO) και αναζήτησης περιεχομένου διαδικτυακής πλατφόρμας**

Η δράση αφορά αφενός στη βελτιστοποίηση εύρεσης της πλατφόρμας από τις μηχανές αναζήτησης, ώστε να εμφανίζεται σε όσο το δυνατόν ψηλότερη θέση /σειρά και αφετέρου, στη βελτιστοποίηση της αναζήτησης πληροφοριών εντός της πλατφόρμας είτε με λέξεις κλειδιά, είτε με προτάσεις – εκφράσεις.

**Ανάπτυξη ταξιδιωτικής εφαρμογής (travel app) για φορητές συσκευές με πληροφορίες για τους θρησκευτικούς θησαυρούς της Ελλάδας και εισαγωγή δεδομένων (φωτογραφίες, βίντεο, κείμενα, κλπ.) σε δημοφιλή travel apps στο εξωτερικό όπως είναι το tripso, trip advisor κ.α. Η ταξιδιωτική εφαρμογή για φορητές συσκευές, θα αποτελεί μία ολοκληρωμένη υπηρεσία που θα παρέχει τη δυνατότητα στον επισκέπτη μέσω κινητού τηλεφώνου, tablet ή συσκευών augmented reality, να λαμβάνει στοιχεία για τους θρησκευτικούς προορισμούς της Ελλάδας και να αναζητά πληροφορίες γι' αυτούς απευθείας από τη συσκευή του.**

## Διαφήμιση

Τα βασικά στοιχεία της διαφημιστικής εκστρατείας της Ελλάδας για το θρησκευτικό τουρισμό θα εστιάζουν σε συναισθηματικά μηνύματα και εικόνες που τονίζουν τα μοναδικά στοιχεία της θρησκευτικής κληρονομιάς, του πλούτου των μνημείων και την ποικιλία των εμπειριών που μπορεί να βιώσει ο επισκέπτης. Για την αποτελεσματική και στερευμένη διαφήμιση της Ελλάδας ως διεθνή προορισμού θρησκευτικού τουρισμού απαιτείται η κατάρτιση στρατηγικού σχεδίου προβολής σε διεθνή και εγχώρια ΜΜΕ.

Ειδικότερα, η διαφήμιση διακρίνεται σε:

### Διαδικτυακή (on line) Διαφήμιση

Προτείνεται η προβολή του θρησκευτικού τουρισμού και των υποστηρικτικών του προϊόντων σε κορυφαίες εταιρείες παροχής διεθνών διαδικτυακών υπηρεσιών, όπως μηχανές αναζήτησης, ταξιδιωτικές ιστοσελίδες και εξειδικευμένα τουριστικά sites, διαδικτυακές ιστοσελίδες ταξιδιωτικών κρατήσεων και σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με χρήση ελκυστικού περιεχομένου, όπως video, αρθρογραφία κλπ.

Επίσης προβάλλεται ο θρησκευτικός τουρισμός σε online ιστοσελίδες μεγάλων εφημερίδων και τηλεοπτικών σταθμών για την προσέγγιση συγκεκριμένων ομάδων επισκεπτών ανά αγορά στόχο. Κάθε διαδικτυακή ανάρτηση προβολής θα παραπέμπει με σύνδεση στην πλατφόρμα θρησκευτικού τουρισμού που θα αποτελεί την επίσημη ηλεκτρονική πηγή πληροφοριών και προβολής του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

### Off- line Διαφήμιση

Η διαφημιστική καμπάνια της Ελλάδας ως προορισμού θρησκευτικού τουρισμού θα πρέπει να πραγματοποιηθεί μέσω μιας οριζόντιας εκστρατείας λανσαρίσματος με ευρεία απήχηση και προσεκτικά επιλεγμένη χρονική τοποθέτηση. Συγκεκριμένα πρέπει να περιλαμβάνει την παρουσία σε ελληνικά και διεθνή Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ραδιοτηλεοπτικά και έντυπα) που ασκούν επιρροή και διαμορφώνουν την κοινή γνώμη στις στοχευμένες αγορές.

Η έντυπη προβολή του θρησκευτικού τουρισμού μπορεί να γίνει με:

- Διαφημιστικές καταχωρήσεις και αρθρογραφία σε εγχώρια και διεθνή κλαδικά περιοδικά, στον τύπο και σε έντυπα με θεματικό σχετικό περιεχόμενο
- Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε in-flight περιοδικά
- Αφιερώματα για το θρησκευτικό τουρισμό

Επίσης προτείνεται η διαφημιστική καμπάνια του θρησκευτικού τουρισμού να προωθηθεί και μέσα από ενέργειες υπαίθριας διαφήμισης σε χώρους μαζικής συγκέντρωσης κοινού (π.χ. μετρό, αεροδρόμια, στάσεις λεωφορείων, εμπορικά κέντρα, εκκλησίες, μοναστήρια, κ.α.). Οι χώροι θα προκύψουν κατόπιν σχετικής έρευνας στις αγορές στόχους, ώστε να υπάρξει απήχηση και αποτελεσματικότητα από μια τέτοια δράση.

Τέλος, προωθητικές ενέργειες θα γίνονται με τηλεοπτικά σποτ σε επιλεγμένα διεθνή και εγχώρια τηλεοπτικά δίκτυα μεγάλης εμβέλειας.

### Συνδιαφήμιση

Συνεργασίες με Τουριστικούς Οργανισμούς, ΤΟς και ταξιδιωτικούς πράκτορες. Η Κεντρική Υπηρεσία του ΕΟΤ και τα Γραφεία του εξωτερικού θα συνεργάζονται με εξειδικευμένους Τουριστικούς Οργανισμούς, Tour Operators και ταξιδιωτικούς πράκτορες, προκειμένου να

προβάλλουν τις περιοχές με έντονο θρησκευτικό ενδιαφέρον και το θρησκευτικό τουριστικό προϊόν της χώρας, μέσω κοινών προγραμμάτων συνδιαφήμισης.

Αντίστοιχες ενέργειες θα μπορούσαν να αναπτυχθούν και μέσα από τις συνεργασίες των Ελληνικών Εκκλησιών με Εκκλησίες άλλων χωρών στα πλαίσια ανταλλαγής επισκεπτών.

#### **Καμπάνια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Social Media Campaign)**

Θα πραγματοποιείται προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού μέσα από υπάρχοντα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του ΕΟΤ και της Εκκλησίας της Ελλάδος, αλλά και από τη δημιουργία λογαριασμών σε νέα κανάλια των αγορών στόχων με βάση και τη χρήση ανά χώρα. Το περιεχόμενο που θα αναρτάται στα social media θα είναι σε απόλυτη σύνδεση με την καμπάνια προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού ενισχύοντας περαιτέρω την αποτελεσματικότητά της. Η οπτική ταυτότητα θα είναι ειδικά διαμορφωμένη για τα κοινωνικά δίκτυα και το περιεχόμενο που θα αναρτάται θα περιλαμβάνει εικόνες, video, εκδηλώσεις, θρησκευτικές εκδρομές, προσφορές από κάθε θρησκευτικό προορισμό της Ελλάδας, κ.α. Προτείνεται το περιεχόμενο να προκαλεί την ενεργή συμμετοχή των κοινών στόχων (π.χ. μοίρασμα εμπειριών).

Για την εξειδίκευση της εν λόγω δράσης απαιτείται η κατάρτιση ενός στρατηγικού σχεδίου προβολής της Ελλάδας ως διεθνή θρησκευτικού προορισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσα από το οποίο θα προσδιορίζονται με ακρίβεια, ποια κοινωνικά δίκτυα θα αξιοποιηθούν ανά χώρα, τι περιεχόμενο θα προβάλλεται, ποιο θα είναι το χρονοπλάνο των αναρτήσεων, πώς θα μετράτε η αποτελεσματικότητα – αποδοτικότητα, κ.α.

#### **E-mail και Social Marketing**

Η δράση περιλαμβάνει :

Το Σχεδιασμό και την ανάπτυξη newsletter για αποστολή πληροφοριών (eBrochures) και προσκλήσεις για κλείσιμο ραντεβού σε συνέδρια, κάλεσμα σε συναντήσεις, εκδηλώσεις και ταξίδια εξοικείωσης.

Το newsletter ουσιαστικά θα αποτελέσει ένα διαδικτυακό περιοδικό ποικίλης ύλης προβάλλοντας όλες τις πτυχές της τουριστικής προσφοράς του θρησκευτικού τουρισμού, καθώς και θέματα τρέχουσας επικαιρότητας όπως λ.χ. επερχόμενες θρησκευτικές εκδηλώσεις (π.χ. συνέδρια, πανηγύρια), νέες δραστηριότητες θρησκευτικού χαρακτήρα, προσφορές τουριστικών πακέτων, κ.α. Τα άρθρα του newsletter μπορούν να αξιοποιηθούν επίσης στην ηλεκτρονική πλατφόρμα, καθώς και στις αναρτήσεις των κοινωνικών δικτύων. Προτείνεται να εκδίδονται σε τριμηνιαία βάση.

LinkedIn επικοινωνία και προσκλήσεις σε εταιρείες και φορείς.

#### **Διοργάνωση webinars seminars**

Προτείνεται ο προγραμματισμός webinar series με τακτικά webinar events προς παρουσίαση του προϊόντος «θρησκευτικός τουρισμός» και όλων των θεματικών προϊόντων και εμπειριών που μπορεί να απολαύσει ο επισκέπτης θρησκευτικού τουρισμού σε κάθε Περιφέρεια της Ελλάδας και αφιερώματα για τον θρησκευτικό τουρισμό. Κάθε webinar event μπορεί να έχει διακεκριμένους ομιλητές και να στοχεύει σε συγκεκριμένα κοινά και αγορές.

### Religious tourism press kit

Με αφορμή το επίσημο λανσάρισμα της καμπάνιας προώθησης της Ελλάδας για τον θρησκευτικό τουρισμό, προτείνεται η δημιουργία ενός «religious tourism press kit» το οποίο θα περιλαμβάνει ενημερωτικό υλικό για τις ανάγκες των ΜΜΕ των αγορών – στόχων, καθώς και αντικείμενα που θα αναδεικνύουν τις κύριες πτυχές της καμπάνιας προβολής και τις εμπειρίες που προσφέρει η Ελλάδα στους επισκέπτες θρησκευτικού τουρισμού.

Το συγκεκριμένο press kit ενδεικτικά μπορεί να περιλαμβάνει :

- Promo video που θα δημιουργηθούν στο πλαίσιο της καμπάνιας
- Φωτογραφικό υλικό από όλους τους θρησκευτικούς προορισμούς της Ελλάδας
- Τουριστικά πακέτα θρησκευτικού τουρισμού
- Καλεντάρι θρησκευτικών γιορτών – πανηγυριών
- Χάρτη θρησκευτικών μνημείων
- Χάρτη θρησκευτικών διαδρομών
- Επιλογή από γευστικούς μοναστηριακούς θησαυρούς
- Εκκλησιαστικά ενθυμήματα

Με το συγκεκριμένο press kit παρουσιάζεται επίσημα η καμπάνια του θρησκευτικού τουρισμού και ταυτόχρονα προβάλλονται και οι πολυάριθμοι προορισμοί θρησκευτικού ενδιαφέροντος της ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας, όπως επίσης και ορισμένες από τις εκφάνσεις του θρησκευτικού τουρισμού όπως τα θρησκευτικά μνημεία, η μοναστηριακή γαστρονομία, οι θρησκευτικές εκδηλώσεις, κ.α. Επιτυγχάνεται έτσι θετική δημοσιότητα για το προϊόν του θρησκευτικού τουρισμού.

### Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης/ Fam – PressTrips

Η εν λόγω δράση αφορά στο σχεδιασμό και την υλοποίηση Fam – PressTrips σε όλη την ελληνική επικράτεια για την προώθηση όλων των θρησκευτικών προορισμών και την επίτευξη του στόχου για καλύτερη διάχυση των τουριστικών ροών ακόμη και σε λιγότερο γνωστούς και ανεπτυγμένους τουριστικά προορισμούς. Επίσης, προτείνεται τα εν λόγω ταξίδια να λαμβάνουν χώρα κυρίως εκτός τουριστικής αιχμής προκειμένου να αναδειχθεί στα κοινά στόχος ότι πρόκειται για έναν προορισμό και ένα προϊόν που υλοποιείται όλο το χρόνο.

Ειδικότερα, η δράση περιλαμβάνει φιλοξενία αποστολής εκκλησιαστικών φορέων, υψηλόβαθμων κληρικών από Επισκοπές και Μητροπόλεις, δημοσιογράφων, tour operators, bloggers, προσωπικοτήτων – ομάδων και διαμορφωτών κοινής γνώμης (opinion leaders) – decision makers από τις αγορές στόχους που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουριστικό τομέα και τον θρησκευτικό τουρισμό.

Ζητούμενο αποτελεί η συνεργασία και η σύσφιξη σχέσεων για τη γνωριμία της Ελλάδας ως προορισμού θρησκευτικού τουρισμού και την ανάδειξη του ειδικού αυτού τουριστικού προϊόντος μέσα μέσα από μία πιο βιωματική προσέγγιση και από τη μετάδοση στους πελάτες / αναγνώστες / followers, κλπ. της γνώσης και της ολοκληρωμένης εικόνας που αποκόμισαν οι φιλοξενοούμενοι γύρω από το προϊόν «θρησκευτικός τουρισμός».

### Συμμετοχή σε εκθέσεις

Οι εκθέσεις, ως εργαλείο δημοσίων σχέσεων, απευθύνονται στο τουριστικό κοινό, αλλά και στους διαμορφωτές τουριστικής ζήτησης. Προτείνεται η προβολή του θρησκευτικού τουρισμού σε τουριστικές εκθέσεις γενικού και θεματικού χαρακτήρα, σε τουριστικές εκθέσεις κοινού, επαγγελματικές εκθέσεις και μικτές εκθέσεις στις αγορές στόχους. Στις εκθέσεις που συμμετέχει ο ΕΟΤ για την προβολή του ελληνικού τουρισμού, προτείνεται να υπάρχει ξεχωριστός χώρος στο περίπτερο του ΕΟΤ για το θεματικό προϊόν «θρησκευτικός τουρισμός».

Ενδεικτικές εκθέσεις στις οποίες προτείνεται η προβολή του θρησκευτικού τουρισμού είναι:

- Έκθεση TourNatur, ITB Berlin (Γερμανία)
- Salon des Vacances (Βέλγιο)
- Διεθνή έκθεση MITT (Μόσχα)
- Holiday & Spa Expo (Σόφια)
- Διεθνή έκθεση τουρισμού στο Πεκίνο (Κίνα)
- IMTM (Τελ Αβίβ, Ισραήλ)
- IFT (Σερβία)
- Έκθεση τουρισμού ITTFA (Βελιγράδι, Σερβία)
- TTR (Βουκουρέστι)
- Salon Mondial Du Tourisme (Παρίσι-Γαλλία)
- EMITT (Κωνσταντινούπολη)
- Έκθεση «ΤΑΞΙΔΙ» (Κύπρος)
- Έκθεση «ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ» (Ελλάδα)
- WTM (Λονδίνο)
- TTG INCONTRI (Ρίμινι, Ιταλία)
- Mediterranean Panorama, Στοκχόλμη, Σουηδία

### Εκδηλώσεις – Workshop, Συνέδρια

Προτείνεται η διοργάνωση Workshops στο εξωτερικό (σε αγορές - στόχους) δηλαδή «ανεπίσημων» συναντήσεων με μικρές, ευέλικτες ομάδες συμμετεχόντων, οι οποίες δίνουν έμφαση στην αλληλεπίδραση και στην ανταλλαγή πληροφοριών. Ο στόχος των workshops θα είναι διττός. Από τη μια πλευρά θα γνωστοποιήσουν και θα προβάλλουν στους διαμορφωτές τουριστικής ζήτησης την Ελλάδα ως διεθνή προορισμό θρησκευτικού τουρισμού και από την άλλη, θα δώσουν την ευκαιρία για γνωριμία και επαφές μεταξύ της ελληνικής αντιπροσωπείας και των επισκεπτών του εκάστοτε Workshop - Roadshow, αλλά και ανάπτυξης συνεργασιών μεταξύ φορέων και επαγγελματιών του θρησκευτικού τουρισμού από την Ελλάδα με τους αντίστοιχους της χώρας διοργάνωσης. Το θεματικό αντικείμενο των workshops θα προκύψει κατόπιν σχετικής εμπειρογνομosύνης.

Τα αναμενόμενα αποτελέσματα από τα Workshops είναι η πρόκληση θετικής δημοσιότητας, η αύξηση αναγνωρισιμότητας της Ελλάδας ως διεθνή προορισμού θρησκευτικού τουρισμού, η δικτύωση με σημαντικούς φορείς των Εκκλησιών και διαμορφωτές - επηρεαστές κοινής γνώμης και η τόνωση του τουριστικού ρεύματος από τις αγορές- στόχους.

Επίσης, προτείνεται η διοργάνωση διεθνούς εμβέλειας συνεδρίων για τον θρησκευτικό τουρισμό.

Πέραν της διοργάνωσης, είναι σκόπιμο η Ελλάδα να συμμετέχει σε ανάλογες δράσεις των αγορών στόχων (workshops, συνέδρια, ημερίδες σχετικά με το θρησκευτικό τουρισμό).

**Πακέτα φιλοξενίας για κινηματογραφιστές, σκηνοθέτες, εταιρείες παραγωγής και ενέργειες προσέλκυσης παραγωγών, προσέλκυση ντοκιμαντέρ – αφιερωμάτων**

Η συγκεκριμένη ενέργεια περιλαμβάνει κάλεσμα σε κινηματογραφιστές, σκηνοθέτες, κλπ. για να πραγματοποιήσουν ταξίδια εξοικείωσης σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας που είναι διάσπαρτες από μοναδικά θρησκευτικά μνημεία και προσκυνήματα για τη δημιουργία ντοκιμαντέρ και αφιερωμάτων για τον ελληνικό θρησκευτικό τουρισμό (π.χ. Παναγίες του Αιγαίου, φρουριακή μοναστηριακή αρχιτεκτονική, προσκυνήματα της υπαίθρου κ.α.) ή και για την επιλογή περιοχών θρησκευτικού ενδιαφέροντος για γυρίσματα ταινιών όπως άλλωστε έχει γίνει στο παρελθόν στα Μετέωρα με σεβασμό βέβαια πάντα στα θρησκευτικά μνημεία και την ιερότητα των χώρων.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

### Ελληνικές

1. Αλεξίου Φ, Καμενάκης Γ. (2015), Πτυχιακή Εργασία «ο θρησκευτικός τουρισμός ως μοχλός τοπικής ανάπτυξης. Μελέτη περίπτωσης Μετέωρα -Καλαμπάκα», ΤΕΙ Κρήτης, Ηράκλειο
2. Αλμπάνη Χ. (2014). Ο εισερχόμενος θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα, μελέτη περίπτωσης η Θεσσαλονίκη. (Μεταπτυχιακή εργασία). Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη.
3. Αντωσίδου Ρ. (2015). Θρησκευτικός τουρισμός και στρατηγική μάρκετινγκ; Η περίπτωση της ελληνικής πραγματικότητας. (Μεταπτυχιακή εργασία). Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη.
4. Βαγιονής Ν & Σκούλτσος Σ. (2016). Ο πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός ως συνιστώσες του εθνικού τουριστικού προϊόντος. ΚΕΠΕ: Αθήνα.
5. Γκόγκου Μ., 2019 «Γερμανία, πόλος έλξης Ελλήνων τουριστών»
6. Γρουτίδου Κ. (2018). Οι αντιλήψεις της Ορθοδόξου Εκκλησίας για τον προσκυνηματικό – θρησκευτικό τουρισμό : προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξής του. (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
7. Δεληγιάννη Κ. (2017). Μέθοδοι Ανάπτυξης Ψηφιακής Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας στον Τουρισμό–Μελέτη περίπτωσης της Λέσβου. (Διπλωματική εργασία). Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
8. Δεμέννας Γ. (2016). Ανάλυση και πρόβλεψη αφίξεων των Γάλλων τουριστών στην Ελλάδα. (Μεταπτυχιακή εργασία). Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πειραιάς.
9. Δήμος Ρόδου. (2020). Σχέδιο τουριστικής προβολής Ρόδου.
10. Εκκλησία της Ελλάδος (2020). Σχέδιο Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού.
11. Ελληνική Δημοκρατία (2018). Ελλάδα μια στρατηγική ανάπτυξης για το μέλλον.
12. Ελληνική Δημοκρατία (2018). Νόμος 4582/2018 «Θεματικός τουρισμός – Ειδικές μορφές τουρισμού – Ρυθμίσεις για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου στον τομέα του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης - Στήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας και άλλες διατάξεις», ΦΕΚ 208, Τεύχος Α.
13. Ελληνική Δημοκρατία (2019). Ελλάδα : Εθνική στρατηγική για τη βιώσιμη και δίκαιη ανάπτυξη 2030.
14. ΕΤΑΜ ΑΕ (2005). Παροχή υπηρεσιών για την δημιουργία και το σχεδιασμό Θρησκευτικής Διαδρομής στην περιοχή της υπαίθρου του Στόχου 2 των Διαρθρωτικών Ταμείων.
15. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2007). Η Ατζέντα για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό, Βρυξέλλες.
16. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2007). Ψήφισμα του Συμβουλίου της 16/11/2007 σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον πολιτισμό.
17. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2010). Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο - ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό.

18. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2014). Προς μια ολοκληρωμένη προσέγγιση της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ευρώπης.
19. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2018). Νέα Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον πολιτισμό.
20. Ίκκος Α. & Κουτσός Σ. (2015). Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία». Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. Αθήνα.
21. Ίκκος Α. & Κουτσός Σ. (2019). Ακτινογραφία εισερχόμενου τουρισμού 2016-2018. Εξέλιξη τουριστικών μεγεθών και δεικτών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, 2016-2018. Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. Αθήνα.
22. Ίκκος Α. Ρασούλη Γ., Κουτσός Σ (2020). Ο οδικός τουρισμός στην Ελλάδα 2012-2019. Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. Αθήνα.
23. Ίκκος Α. & Λάμπρου Ε (2020). Πώς επηρεάζει η πανδημία Covid-19 τη διάθεση και τη δυνατότητα για διακοπές; Αποτελέσματα διαδικτυακής έρευνας σε 12 χώρες. Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. Αθήνα.
24. Ίκκος Α. Κικίλιας Η & Μαρούλης Δ. (2020). Οι εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία και στις χώρες προέλευσης των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα. Τεύχος 3. Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. Αθήνα.
25. Ίκκος Α. & Κουτσός Σ. & Ρασούλη Γ. (2020). Χαρτογράφηση των αγορών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα την εποχή του COVID-19. INSETE
26. ITMC (2020) «Συμμετοχή στον στρατηγικό σχεδιασμό για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στη διασυνοριακή περιοχή Ελλάδας και Κύπρου. Υφυπουργείο Τουρισμού Κυπριακής Δημοκρατίας.
27. Κέντρο Έρευνας και Ανάπτυξης Ι.Μ. Σύρου. (2020) Σχέδιο στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Έργο Result.
28. Κρεμέζη Α. (2002). Η χάρτα του πολιτιστικού τουρισμού, ελεύθερη μετάφραση της χάρτας στα ελληνικά.
29. Κυπριακή Προεδρία – Μονάδα Διοικητικής Μεταρρύθμισης και Ανάπτυξης. Μελέτη για την εθνική στρατηγική τουρισμού.
30. Κώστας Γ & Υφαντίδου Γ (2015). Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. ΣΕΑΒ. Αθήνα.
31. Λαχλάλι Π. (2012). Ο θρησκευτικός τουρισμός στη Δυτική Θεσσαλία. (Διπλωματική Εργασία). Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.
32. Μαρτίνη Α.Ε., Τηγανητάκη Α. (2016). Στρατηγική ανάλυση του τουριστικού ανταγωνισμού μεταξύ των Μεσογειακών χωρών την τελευταία δεκαετία. (Πτυχιακή εργασία). ΤΕΙ Πειραιά, Αθήνα.
33. Μαυρίδου Σ. (2016). Η αναπτυξιακή διάσταση και η στρατηγική μάρκετινγκ του θρησκευτικού τουρισμού : η περίπτωση της Πιερίας. Β Πανελλήνιο Συνέδριο Θρησκευτικού Τουρισμού στη Λεπτοκαρυά.
34. Μεγαρίτη Ε. (2014). Η αγορά της Ρωσίας για προσκυνηματικό τουρισμό στην Ελλάδα. (Διπλωματική εργασία). Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πειραιάς.
35. Μοίρα Π. (2015). Σχέδιο Δράσης για τον θρησκευτικό τουρισμό στις Κυκλάδες. Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
36. Μοίρα Π. (2018). Θρησκευτικός Τουρισμός. Αθήνα : Φαίδιμος
37. Marketing Greece. Marketing Plan 2018 & 2019.
38. Ντελή Β. (2000). Σχέσεις πόλης και ιερού χώρου: Καλαμπάκα και Μετέωρα από το παρελθόν στο σήμερα» (Πτυχιακή εργασία). Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.

39. Πετρέας Χ. (2016). Παρουσίαση αποτελεσμάτων ειδικής έρευνας προσκυνηματικών δραστηριοτήτων και περί εκκλησιαστικών και μοναστηριακών προϊόντων. (Β' πανελλήνιο συνέδριο προσκυνηματικών περιηγήσεων), Λεπτοκαρυά Πιερίας.
40. Πολλάλης Ε. (2013). Η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών, προϋπόθεση για την έξοδο από την κρίση. Εισήγηση στην ημερίδα «Η κρίση και η επόμενη μέρα στον Τουρισμό», ΤΕΙ Αθήνας.
41. Πολύζος Σ. (2017). Η χωρική και οικονομική διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (Σειρά ερευνητικών εργασιών).
42. Πουλάκη Π. Η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη. Η περίπτωση της Χίου. (Μεταπτυχιακή εργασία). Πανεπιστημίου Αιγαίου.
43. Πρεσβεία της Ελλάδος Τελ Αβιβ – Γραφείο οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων. (2020). Ενημερωτικό δελτίο – τεύχος 5.
44. ΡwC – REMACO. (2015). Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα – Παραδοτέο 3 «Έκθεση εξειδίκευσης δράσεων στρατηγικού σχεδίου τουρισμού».
45. Ρεντούμης Μ. (2019) Άρθρο Τουρισμός, Οικονομία και ψηφιακός μετασχηματισμός, ανακτήθηκε από <https://www.in.gr/2019/12/26/apopsi/tourismos-oikonomia-kai-psifiakos-metasximatismos>
46. ΣΕΤΕ, Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021. Οδικός χάρτης υλοποίησης.
47. Σταράμος Γ. (2017). Ανάπτυξη επιχειρηματικών ευκαιριών στον τουρισμό-μελέτη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. (Διπλωματική εργασία). Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πειραιάς.
48. Συνοδικό Γραφείο προσκυνηματικών Περιηγήσεων Ιεράς Συνόδου Εκκλησίας της Ελλάδος. (2013). Έκθεση παρουσίασης αποτελεσμάτων ερωτηματολογίων τουριστικών γραφείων.
49. Τζέρπος Β. (2016). Οι δράσεις του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων. Εισήγηση από το β' πανελλήνιο συνέδριο προσκυνηματικών περιηγήσεων. Πιερία.
50. Τζόβολος Α. (2016). Ο θρησκευτικός – προσκυνηματικός τουρισμός στην Ελλάδα και η συμβολή του στην τοπική ανάπτυξη. Η μελέτη περίπτωσης της νήσου Αίγινας. (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Αθήνα.
51. Τσαρκαντόγλου Ε. (2019). Εκκλησία της Ελλάδας και η Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών ως φορείς πολιτισμού. Θρησκευτικός τουρισμός και πολιτιστική επικοινωνία. (Πτυχιακή εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
52. Τσαρούχης Ι. (2016). Σύγχρονες μορφές τουρισμού : πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα. (Διπλωματική εργασία). Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πειραιάς.
53. Τσιρώνης Χ (2018). Σπουδές θρησκευτικού και προσκυνηματικού τουρισμού στο πανεπιστήμιο: προκλήσεις και προοπτικές. (Εισήγηση στο Γ' πανελλήνιο συνέδριο προσκυνηματικών περιηγήσεων). Πύργος Ηλείας.
54. Χατζηαντωνίου Α. (2016). Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα. Η μελέτη περίπτωσης του Αγίου Ιωάννη του Ρώσου στο Ν. Ευβοίας. (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

### **Ξενόγλωσσες**

1. Amin Ali (2013). Religious Tourism in Egypt: A case study analysis. (Master of Public Policy and Administration). The American University in Cairo.
2. European Commission (2012). European Charter for Sustainable and Responsible Tourism, 2012 - First draft text of the European Charter for Sustainable and Responsible Tourism
3. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, Germany the travel destination. Facts - figures -information 2018.
4. Istvan Egresi (2016). Alternative tourism in Turkey. Springer International Publishing.
5. Jackowski, A. and Smith, V. (1992). Polish Pilgrim – Tourists. Annals of Tourism Research, Vol. 19.
6. Ministry of Culture and Tourism (2007). Tourism strategy of Turkey -2023. Ankara.
7. Ministry of Tourism Government of India. (2019). India Tourism Statistics At a Glance.
8. PricewaterhouseCoopers Ltd (2015).
9. Punkt Z (2017). A trend survey «New Chinese tourists in Europe from 2017». Tui AG - Tui Think Tank.
10. Republico of Turkey Ministry of Culture and Tourism (2019). Border Statistics, Annual Bulletin.
11. Robichaud, P. (1999). Tourist or Pilgrim? Rescuing the Jubilee - The heart of pilgrimage is conversion, not travel; the journey is only the means to the end. Religious travel to Rome, Italy as the year 2000 approaches. America Press Inc
12. Strategic Initiatives & Government Advisory (SIGA) Team (2012). Diverse Beliefs: Tourism of Faith Religious tourism gains ground. Federation of Indian Chambers of Commerce & Industry.
13. World Tourism Organization. «International tourism trends in EU-28 member states - Current situation and forecast for 2020-2025-2030.
14. World Tourism Organization. (2019). International tourism highlights.
15. World Economic Forum (2019). The Global Competitiveness Report. Switzerland

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**  
**ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ**

## I. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ



### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;
  
4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;
  
5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
  
6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
  
7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;

10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).



## II. ΛΙΣΤΑ ΦΟΡΕΩΝ ΓΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

ΦΟΡΕΙΣ – ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	
Ορθόδοξη Ακαδημία Κρήτης	Πανεπιστήμιο Αιγαίου - Εταίρος έργου
ΠΕΔ Κρήτης	ΠΕΔ Νοτίου Αιγαίου (Ερμούπολη)
Ένωση Ξενοδόχων Ηρακλείου	Ένωση Ξενοδόχων Μήλου
Ένωση Ξενοδόχων Λασιθίου	Ένωση Ξενοδόχων Τήνου
Σύλλογος Ξενοδόχων Νομού Ρεθύμνης	Ένωση Ξενοδόχων Πάρου
Ένωση Ξενοδόχων Χανίων	Ένωση Ξενοδόχων Φολεγάνδρου
Συνοδικής Επιτροπής επί του Θρησκευτικού Τουρισμού της Εκκλησίας της Κρήτης	Ένωση Ξενοδόχων Λέσβου
Σωματείο Ξεναγών Κρήτης Και Σαντορίνης	Ένωση Ξενοδόχων Σάμου & Ικαρίας
Σύνδεσμος Τουριστικών Και Ταξιδιωτικών Γραφείων Κρήτης	Σωματείο Διπλωματούχων Ξεναγών Β.Α. Αιγαίου & Νήσων
Περιφέρεια Κρήτης	Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού Βορείου Αιγαίου
Διεύθυνση τουρισμού Περιφέρειας Κρήτης	Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού Κυκλάδης
ΙΝΣΕΤΕ	Ένωση Τουριστικών Επιχειρηματιών Σύρου
Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδας (ΣΕΑΓΕ)	Πατριαρχική Εξαρχία Πάτμου
Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)	Ανώτερες Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης ΡΟΔΟΥ
Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων	Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου
Πενελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (ΠΟΞ)	Ένωση Ξενοδόχων Κω
Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ)	Ένωση Ξενοδόχων Πάτμου
Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ)	Σωματείο Διπλωματούχων Ξεναγών Δωδεκανήσου (Έδρα Ρόδος)
Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών & Μελετών (ΑΤΕΜ)	Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού Δωδεκανήσου
Συνοδικό Γραφείο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων (Θρησκευτικού Τουρισμού)	Ένωση Τουριστικών Γραφείων Ρόδου (URTA)
Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξεναγών	Ιερά Μητρόπολη Ρόδου
Σύνδεσμος Εν Ελλάδι Τουριστικών & Ταξιδιωτικών Γραφείων	

### III. ΑΠΑΝΤΗΜΕΝΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

#### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 1



#### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

#### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

ΘΕΤΙΚΑ: Παράδοση, ορθοδοξία, αρχιτεκτονική, πολιτισμός, θρησκευτική συνοχή

ΑΡΝΗΤΙΚΑ: προσεγγισιμότητα, όροι λειτουργία...

2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

προβολή, επικοινωνία, ανάδειξη, εναλλακτικότητα

3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;

η αλλοτρίωση της θρησκευτικής κατάταξης και η αρχιτεκτονική αποσύνθεση

4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;  
Ρωσία, Βαλκάνια, τ έως Βαλτικές Χώρες...

5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.  
εθνικός σχεδιασμός, διεθνές καλεντάρι, επικοινωνία (και ψηφιακή )...

6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.  
υποστήριξη από την δομή της Εκκλησίας ( και των οργανισμών της) με την αγωγή του Ελληνικού Κράτους και του ΣΕΤΕ...

7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.  
ανάδειξη σε κλίμακα ενδιαφέροντος των θρησκευτικών τόπων, περιοχών και χριστιανικού κεφαλαίου και πανηγυριών (ακόμη)...

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;  
Περιφερειακός σχεδιασμός σε συνάρτηση με τον εθνικό και με την Τ.Α σε ακολουθία σ' ένα δίκτυο και των τριών επιπέδων

9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;  
κοινωνικά δίκτυα, εξειδικευμένο σποτ, μπροσούρες και σχετ. χάρτες.

10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).  
---Σε πυραμοειδή ανάπτυξη ( απάντηση 8)...

Δρ. ΔΡ. ΑΓΑΠΗΤΟΣ ΞΑΝΘΗΣ  
ΠΡΟΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ  
ΠΥΤ- ΔΩΔ/ΣΟΥ  
Παπάγου και Μακαρίου γωνία, Ρόδος

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 2



### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Αγάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

-νεωνραφικο, θρησκευτικο, πολιτισμικο σταυροδρομι, ανεξιθρησκεια και προστασια θρησκευτικων πεποιθησεων, υπαρξη ολων των θρησκευων στην χωρα, τα βηματα του αποστολου Παυλου, ιστορια απο αρχαια ελλαδα εως σημερα, συνδεση του Ελληνικου Πασχα με την εναρξη της καλοκαιρινης περιουδου, Άνιο Όρος

-ελλειψη σχεδιου, αμστρο εκκλησιαστικο πλαισιο, υπαρξη ιδεοληψιων, μικρος αριθμος ορθοδωων

2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

Μεναλος πληθυσμος με εντονες θρησκευτικες πεπειθησεις πανκοσμια, με καλο βιοτικο επιπεδο, η ανυπαρξια εως τωρα πολιτικης και στρατηνικης δινει χωρα για εντυπωσιακα αποτελεσματα

3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;

Η έλλειψη σχεδίου, χαμηλό οικονομικό στάτους ορθοδοξων, δογματικές διαφορες, αυστηρο ορθοδοξο πλαίσιο που ίσως δεν δεχτει απαραίτητα για τον τουρισμο

4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;

-Ρωσια , Ουκρανια , Βαλκανικες και οπου υπαρχει ελληνορθοδοξος πλυθησμος (γερμανια-αμερικη-αυστραλια κτλ)  
-Και να βρεθει τροπος προσεγγισης ρωμαιοκαθολικων που αποτελουν τερασια δεξαμενη

5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

-σχεδιο , πλανο , στρατηγικη , μαρκετινγκ

6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.

-καταργηση βιζας κατά την διαρκεια μεγαλων ορθοδοξων εορτων ,

7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

-αναπτυξη δικτυου – δρομων θρησκευτικου χαρακτηρα , «αδελφοποιηση» θρησκευτικων θεσμων με εξωτερικο,

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

Σημανση εξω από χωρους σε άλλες γλωσσες , δημιουργια «χαρτη» θρησκευτικου «περιπατου» σε κάθε περιοχη με αναφορα σε ιστορικα και αλλα γεγονοντα. Δημιουργια «μυθου»

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 3



#### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάρην της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

#### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

**Α-** Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικούς θρησκευτικούς προορισμούς παγκοσμίου ενδιαφέροντος που δεν μπορεί να τους ανταγωνιστεί άλλη χώρα, όπως είναι η Πάτμος, τα Μετέωρα, το Άγιο Όρος, πάμπολλα μοναστήρια, θρησκευτικά μνημεία κλπ. Αυτό που μένει είναι η αξιοποίηση τους.

**Β)** Ταυτόχρονα οι προορισμοί αυτοί είναι ιδανικοί ταξιδιωτικοί προορισμοί για διακοπές, καθώς διαθέτουν τις πιο σύγχρονες ταξιδιωτικές υποδομές.

**Γ)** Οι ιδιαιτερότητες των προορισμών αυτών εν συγκρίσει με τις άλλες χώρες είναι ότι διαθέτουν εκτός της θρησκευτικότητας των μνημείων τους, Ιερότητα και Μυστικισμό, Αρχέγονη παράδοσή, Φυσικό περιβάλλον, Αρχιτεκτονική, Γραφικότητα και Ήπια τουριστική Ανάπτυξη, που τους καθιστούν ειδικούς προορισμούς.

**Δ)** Αρκετοί εκ των προορισμών έχουν ανακηρυχθεί από την UNESCO ως μνημεία της Παγκοσμίου Κληρονομιάς.

**Ε)** Τα περισσότερα θρησκευτικά μνημεία είναι σε περιοχές μαγευτικές, προικισμένες και ευλογημένες από το Θεό και τη φύση.

Αδύνατα σημεία

**A- Η Ελληνική Γραφειοκρατία .**

**B- Η παράξενη συμπεριφορά ενίοτε της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας (Υπουργείο Πολιτισμού για την αξιοποίηση των χώρων αυτών.**

**Γ- Η κομπλεξική συμπεριφορά ορισμένων κρατικών εκπροσώπων απέναντι της εκκλησίας και των Ιερωμένων που τους κάνει να είναι εκ πεποιθήσεως αρνητική**

**Δ- Δύσκολα το κράτος θα παραχωρήσει την διαχείριση του θρησκευτικού τουρισμού σε ανθρώπους της Εκκλησίας.**

**E- Η αντίδραση των διοικήσεων των Μοναστηριών σε τουριστικά ανοίγματα.**

2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

**Τα πέντε θετικά σημεία της πρώτης ερώτησης .**

3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;

**Την έλλειψη συνεργασίας των υπηρεσιών και την αδιαφορία των προσώπων με το αντικείμενο .**

4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;

**Όλα τα Ορθόδοξα κράτη και κατά δεύτερη προτεραιότητα τα κράτη με έντονο Χριστιανικό προσανατολισμό. Η συνεργασία με τους Παπικούς δεν θα είναι επιτυχής λόγω του ανταγωνισμού των 2 πλευρών.**

5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

**A- Νέα επανεκκίνηση , προβολή και ώθηση ανόδου του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.**

**B- Διαφήμιση ως ενός ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΨ τουρισμού .**

**Γ- Πρόγραμμα ανακαίνισης , καλλωπισμού και στελέχωσης κάποιων ιστορικών και αρχαιολογικών προορισμών.**

**Δ- Εκπαίδευση ξεναγών , συνοδών και στελεχών σε θέματα θρησκευτικού τουρισμού.**

**E- Βούληση και κρατική χρηματική ενίσχυση του όλου προγράμματος.**

6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.

**A- Η νέα τάση στο παγκόσμιο τουρισμό σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού.**

**B- Το ενδιαφέρον των τουριστών να γνωρίσουν τον πολιτισμό, την θρησκεία και την κουλτούρα κάθε περιοχής.**

Γ- Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ένα σοβαρό έσοδο κάθε κράτους που τον αξιοποιεί.

Δ- Δεν χρειάζονται πολλά έξοδα για την αξιοποίηση η διαφήμισή του

Ε- Ο θρησκευτικός τουρισμός προσφέρεται και για τους χειμερινού μήνες.

7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

**Ο Θρησκευτικός Τουρισμός μπορεί και πρέπει να γίνει πλότος Ανάπτυξης με πλώνες τον Τουρισμό τον Πολιτισμό και το Περιβάλλον**

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

**Στο πρότυπο της λειτουργίας του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Ελλάδος, να δημιουργηθούν σε Τοπικό επίπεδο αντίστοιχες Τοπικές Τουριστικές Επιτροπές με την στήριξη και συμμετοχή των Δήμων των τοπικών φορέων και της Τοπικής εκκλησίας, οι οποίες θα συνεργάζονται με την αντίστοιχη Πανελλαδική Επιτροπή.**

9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;

**Τουριστικές εκθέσεις. Μεταφορά Ιερών λειψάνων, αντικειμένων και θησαυρών που ευρίσκονται σε Μοναστήρια ή μουσεία, σε μεγαλουπόλεις της υφηλίου. Ειδικές Διαφημιστικές Καμπάνιες.**

10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού(π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).

**Πρόεδρος με κύρος ένας Ιερωμένος της Εκκλησίας της Ελλάδος, ένας εξειδικευμένος Καθηγητή Θεολογίας στον θρησκευτικό τουρισμό και από ένα εκπρόσωπο του ΕΟΤ, των Ξενοδόχων, του ΣΕΤΕ, του υπουργείου Πολιτισμού, ΟΤΑ, με φορέα αναφοράς το Υπουργείο Τουρισμού και την Εκκλησία της Ελλάδος.**

ΥΠΟΨΗ Κ. ΚΟΥΤΛΑΚΗ

ΠΑΤΜΟΣ



## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 4



Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

#### **Δυνατά σημεία:**

1. Πλούσια πολιτιστική κληρονομιά
2. Μοναδικά ιστορικά αξιοθέατα
3. Η Ορθοδοξία συνδέεται άμεσα με την αυτοσυνειδησία των Ελλήνων, άρα συναντώντας τα μνημεία της ορθόδοξης παράδοσης, ο επισκέπτης μυείται στη βαθύτερη ουσία της Ελλάδας
4. Το φυσικό κάλλος της Ελλάδας και η σύνδεσή του με τόπους θρησκευτικού προορισμού (π.χ. Άγιον Όρος, Μετέωρα κ.ά.)
5. Σύνδεση θρησκευτικών τόπων (π.χ. Ιεροί Ναοί, Ιερές Μονές κ.ά.) με σημαντικά ιστορικά γεγονότα της Νεώτερης Ελλάδας (π.χ. κήρυξη Επανάστασης του 1821, ιεροί τόποι θυσίας εθνομαρτύρων όπως η Ιερά Μονή Αρκαδίου κ.ά.)
6. Ανάπτυξη μιας ξεχασμένης αξίας του Φιλελληνισμού
7. Μη σεβασμός των ιερών τόπων

#### **Αδύνατα σημεία:**

1. Μη οργανωμένη δραστηριότητα
2. Έκπτωση σε φολκλορική διάσταση
3. Επιφανειακή και επιφανειακή προσέγγιση
4. Μονόπλευρη ανάδειξη της ορθόδοξης παράδοσης και όχι άλλων ομολογιών (Θα πρέπει να αναπτυχθεί το κομμάτι αυτό με βάση το άρθρο 17 της Συνθήκης της Λισσαβόνας)
5. Μη ανάδειξη και άλλων πολιτιστικών στοιχείων με την αποκοπή της θρησκευτικής ζωής των Ελλήνων από τη δημόσια ζωή τους
6. Έλλειψη προδιαγραφών (π.χ. σύγχρονες αίθουσες, τεχνικός εξοπλισμός κ.ά.)

7. Σοβαρή έλλειψη εκπαίδευσης

2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

1. Ανάδειξη της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς
2. Ανάπλαση μη αξιοποιήσιμων θρησκευτικών χώρων και τόπων
3. Ένταξη ιερών τόπων ως μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO
4. Επιδοτήσεις και οικονομική στήριξη των φορέων
5. Έλλειψη σοβαρής εκπαίδευσης ατόμων στο θρησκευτικό τουρισμό
6. Αξιοποίηση και ανάδειξη της μοναδικότητας των ιστορικών μνημείων

3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;

Ο κίνδυνος που ελλοχεύει να μετατραπεί ο θρησκευτικός Τουρισμός σε ανούσιο γεγονός και να αποκτήσει φολκλωρική διάσταση. Επίσης, υπάρχουν αξιόλογοι ξεναγοί που συνοδεύουν τους επισκέπτες, αλλά ο θρησκευτικός τουρισμός δεν είναι μόνο μία επίσκεψη σε ένα Μοναστήρι και η συνεπακόλουθη αγορά κάποιων αναμνηστικών. Δηλαδή, υπάρχει κίνδυνος να μην αναδειχθεί η ουσία των πραγμάτων και ο αληθινός χαρακτήρας της παράδοσης, αλλά να υπάρξει επιφανειακή και επιδερμική προσέγγιση. Δεν χωρά καμία αμφιβολία, ότι ο θρησκευτικός-προσκυνηματικός τουρισμός κινδυνεύει κάποιες φορές -όπως και οποιαδήποτε ηθικιστική συμπεριφορά του ανθρώπου απέναντι στην κτίση- να οδηγηθεί, καθώς σημειώνει η νεότερη αισθητική θεωρία ενός Adorno, σε μια κατάχρηση-μετατροπή του συμβόλου κοινωνίας και επικοινωνίας σε αντικείμενο εξωτερικής θέασης, που προϋποθέτει αλλά ταυτόχρονα υποβάλλει και μία σακατεμένη ανθρωπότητα από τον ωφελιμισμό πρόοδο. Παράλληλα, θα πρέπει να υπάρξει σεβασμός στις διάφορες ομολογίες και στο πολυπολιτιστικό περιβάλλον μακριά από φονταμενταλιστικές ακρότητες.

4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;

Σε Ελλάδα, Κύπρο, Τουρκία, Ιταλία, Ισραήλ, Ρωσία, Βατικανό, Άγιον Όρος (επειδή είναι αυτόνομα κρατίδια αναφέρονται ξεχωριστά) και σε όσες Χώρες υπάρχουν ιστορικά μνημεία μεγάλης θρησκευτικής σημασίας. Σε τοπικό επίπεδο η προτεινόμενη θρησκευτική διαδρομή Ροτόντα – Άγιος Στέφανος – Ιερά Μονή Γωνιάς – Ορθόδοξος Ακαδημία Κρήτης, θα μπορούσε να επιφέρει τεράστια οφέλη στον Δήμο Πλατανιά και να γίνει το σημαντικότερο θρησκευτικό προσκύνημα της περιοχής της Κισάμου. Στην Ορθόδοξη Ακαδημία Κρήτης έχουμε επικεντρώσει την προσοχή μας σε Προγράμματα όπως «Ζώσα Ορθοδοξία», «Ορθόδοξη Παράδοση και Πολιτισμός» και «Ταξιδεύοντας στα χρώματα της εικόνας». Τα Προγράμματα αυτά χαιρούν πολύ μεγάλης επιτυχίας, διότι οι επιστημονικοί συνεργάτες κατέχουν βαθύτατα το αντικείμενο και παράλληλα έχουμε άμεση σχέση με τη λειτουργική ζωή, καθώς βρισκόμαστε δίπλα στην Ιερά Μονή Γωνιάς. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα προς αυτήν την κατεύθυνση είναι ο Ιερός Ναός του Μιχαήλ Αρχαγγέλου (Ροτόντα) και του Αγίου Στεφάνου, οι οποίοι θα μπορούσαν να ενταχθούν στα επισκέψιμα μνημεία του θρησκευτικού τουρισμού και με αυτόν τον τρόπο να αναδειχθεί ολόκληρη η περιοχή. Π.χ. υπάρχουν κοινοί τόποι μεταξύ Ανατολής και Δύσης που μπορούν να προβληθούν ως προβληματισμό πριν από το Σχίσμα (1054).

5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

1. Επιδότηση και επιχορήγηση των σχετικών φορέων
2. Σχολή σε συνεργασία με Ιδρύματα για την σωστή ετοιμασία των ανθρώπων που θα ασχοληθούν με αυτό το ενδιαφέρον κομμάτι
3. Ένταξη στην Εκπαίδευση μαθήματος σχετικού με τον θρησκευτικό Τουρισμό
4. Ενίσχυση του θρησκευτικού Τουρισμού ως εναλλακτική μορφή τουρισμού
5. Συνεχής επιμόρφωση των εμπλεκόμενων φορέων
6. Δημιουργία κινήτρων για επαγγελματική ενασχόληση με τον θρησκευτικό Τουρισμό

6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.

Ο προσκυνηματικός τουρισμός έχει ως αποκλειστικό κίνητρο τη συνάντηση με τα μνημεία του Πολιτισμού που συνδέονται με το πρόσωπο ή τα πρόσωπα μιας πίστης, για λόγους αποκλειστικά θρησκευτικούς. Ο θρησκευτικός-προσκυνηματικός τουρισμός έχει ευρύτερες διαστάσεις, καθώς εντάσσει ή συνδέει την προσκυνηματική προοπτική με το ευρύτερο γεγονός του Πολιτισμού και όσα από αυτόν απορρέουν. Για να ξεχωρίσει η Ελλάδα πρέπει να σταθεί ψηλά, να αναθεωρήσει την αναπτυξιακή κουλτούρα του τουρισμού – εμπλουτίζοντας την αρχαία κληρονομιά της, με σύγχρονα στοιχεία και αναδεικνύοντας με αυτόν τον τρόπο τη μοναδικότητά της. Η δημιουργία σχετικών Προγραμμάτων και η συνεργασία με τις τοπικές αρχές μπορεί να δώσει σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη του θρησκευτικού Τουρισμού. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα προς αυτήν την κατεύθυνση είναι έργο με τίτλο: “Ανάδειξη του Ορθόδοξου Πολιτιστικού Αποθέματος του Νομού Χανίων”, το οποίο αφορά τον σχεδιασμό και τη δημιουργία μίας καινοτόμας διαδικτυακής πύλης με σκοπό την ψηφιακή προβολή και ανάδειξη των εκκλησιαστικών θησαυρών, των συλλογών των Ιερών Μονών και γενικότερα της ορθόδοξης πολιτιστικής κληρονομιάς του Νομού Χανίων.

Πρέπει εδώ να τονισθεί ότι ο φιλοξενούμενος (όχι τουρίστας) έρχεται από μία ταραγμένη Ευρώπη και προβληματίζεται σοβαρά για τα υπαρκτά θέματα (corona-19, τρομοκρατία, ρατσισμός, ανεργία κ.λπ.). Χρειάζεται μέριμνα και σεβασμός στο πρόσωπο του φιλοξενούμενου και όχι στην «τσέπη» του.

7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

1. Γνώση της ψυχολογίας και ψυχολογίας του επισκέπτη
2. Ανάπτυξη σχετικών τουριστικών επαγγελματιών
3. Επιμόρφωση φορέων και στελεχών
4. Πρόσληψη και στήριξη των επαγγελματιών του θρησκευτικού Τουρισμού
5. Δημιουργία εκδηλώσεων για την ενημέρωση και επιμόρφωση των πολιτών

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

Δέσμευση από την πλευρά του Κράτους για οικονομική ενίσχυση των φορέων του θρησκευτικού Τουρισμού (βλ. Ερώτηση 6), συνεχή επιμόρφωση των στελεχών και δημιουργία κινήτρων για μελλοντική επαγγελματική ενασχόληση με παράλληλη ανάδειξη της μοναδικότητας των θρησκευτικών προορισμών. Ο τουρισμός του μέλλοντος πρέπει να

εστιάζει στην ωριμότητα του προορισμού, η οποία συνδέεται με τη βιώσιμη ανάπτυξη, την καινοτομία, την τεχνολογία, τον Πολιτισμό και τον αειφόρο τουρισμό. Στην πορεία αυτή, είναι χρήσιμο να εξετάσουμε ήδη επιτυχημένα μοντέλα και να υιοθετήσουμε, όπου απαιτείται, βέλτιστες διεθνείς πρακτικές.

9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;

*Τη σωστή προβολή στα Μ.Μ.Ε., τις ειδικές εκδηλώσεις σε Ελλάδα και εξωτερικό, την ενεργοποίηση των κατά τόπους Ιερών Μητροπόλεων και επίσημων φορέων, αλλά και των Ελλήνων του εξωτερικού, οι οποίοι θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως γνήσιοι πρεσβευτές της Ελλάδος στο εξωτερικό. Ο προσκυνητής σίγουρα δεν ταυτίζεται με τον οποιονδήποτε τουρίστα, καθώς πρόκειται για ένα πρόσωπο που φλέγεται από αγάπη ιερή. Επιδιώκει εναγώνια τη σχέση και χαρίζει την ύπαρξή του στην αναζήτησή της. Σε καμία όμως περίπτωση δεν αποκλείει η παρουσία του –αντίθετα θα έλεγα πως επιβάλλει ο τρόπος του– τη δημιουργία ενός νέου μοντέλου, που μπορεί να ακούει στο όνομα «προσκυνητής τουρίστας». Τη δημιουργία δηλαδή εκείνων των ανθρώπων που η αναζήτησή τους θα ξεπερνά το εφήμερο και το συνηθισμένο, τη στιγμή που θα απλώνεται στην αναζήτηση, την ευρύτερη αναζήτηση, ενός τρόπου υπαρξιακού που κρύβουν βαθιά μέσα τους τα μνημεία ενός Πολιτισμού που έστησε την ύπαρξή του στη συνάντηση με τον άλλο, τον ξένο, την αλληλεγγύη, το σεβασμό και την προσδοκία της πραγματικής σχέσης-γνωριμίας, που υπόσχεται έναν κόσμο διαφορετικό, μακριά από ακραίες διαιρέσεις, συγκρούσεις και αλλοτριώσεις που ταλανίζουν τη νεωτερικότητα.*

10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).

*Το Κράτος ως πρωταρχικός παράγων οφείλει να αξιοποιήσει όλες τις δυνάμεις του, στην κατεύθυνση της ανάπτυξης αυτής της ιδιαίτερης μορφής Τουρισμού με κυρίαρχο στόχο, να επενδύσει στην Παιδεία, η οποία θα αποτελέσει και τον βασικό πυλώνα ανάπτυξης του θρησκευτικού Τουρισμού. Η Ορθοδοξία πέρα από εμπειρία πίστης και προσωπικής βιωματικής σχέσης, αποτελεί και στοιχείο της πολιτισμικής και πολιτιστικής ταυτότητας της Ελλάδας και θεβαίως και της Κρήτης. Συνεπώς θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο θρησκευτικός-προσκλησιαστικός τουρισμός είναι και πολιτιστικός τουρισμός, στην καρδιά του οποίου απλώνουν οι ρίζες της μνήμης που συνέχει τον άνθρωπο και την Ιστορία.*

*Δρ Δρ Κωνσταντίνος Β. Ζορμπάς  
Θεολόγος-Κοινωνιολόγος,  
Γενικός Διευθυντής της  
Ορθοδόξου Ακαδημίας Κρήτης.*

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 5



### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
  1. Πληθώρα προορισμών
  2. Πλούσια ιστορία
  3. Πανανθρώπινο θρησκευτικό συναίσθημα
  4. Φυσικές ομορφιές, θέλγητρα
  5. Ανοίγει νέους δρόμους και αποτελεί μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού που μπορεί να τονώσει την οικονομία και να προσελκύσει ακόμη περισσότερους τουρίστες
1. Έλλειψη επαρκούς διαφήμισης
2. Συσχετισμός με άλλες μορφές τουρισμού
3. Προβλήματα στις συγκοινωνίες
4. Προβλήματα στις υποδομές
5. Έλλειψη οργανωμένων γραφείων για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού

1. Πληθώρα προσκυνημάτων
2. Θρησκευτικά πανηγύρια καλοκαιριού
3. Βελτίωση προσβασιμότητας

**3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;**

Τη διατήρηση της ταυτότητας του προορισμού και όχι την αλλοτρίωση.

**4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;**

Αμερική, Ευρωπαϊκή Ένωση, Κίνα, Ρωσία, Ρουμανία, Ισραήλ

**5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.**

Η συνεργασία των φορέων, η δημιουργία τουριστικής υποδομής, η βελτίωση της προσβασιμότητας, η στοχευμένη διαφήμιση, η διατήρηση της ταυτότητας και αυθεντικότητας του προορισμού, η βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων και των υπηρεσιών και η έμφαση στο αίσθημα ασφάλειας

**6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.**

1. Ελκυστικά τουριστικά πακέτα
2. συνδυασμός παραδοσιακού τουρισμού με το θρησκευτικό
3. Τη δημιουργία κατάλληλων υποδομών για τη φιλοξενία των προσκυνητών,
4. Την ανάδειξη των βιβλιοθηκών και μουσείων των μοναστηριών και των εκκλησιών

**7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.**

1. Διαφήμιση
2. Πρωτοβουλία τοπικής αυτοδιοίκησης για προβολή του
3. Τη δημιουργία κατάλληλων υποδομών για τη φιλοξενία των προσκυνητών,

**8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;**

Από την τοπική αυτοδιοίκηση, την Εκκλησία σε τοπικό επίπεδο και τους ξενοδόχους.

**9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;**

Ίντερνετ, τηλεόραση, φυλλάδια

**10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).**

Οι τοπικοί φορείς οι οποίοι έχουν και άμεση επιρροή στην κεντρική κρατική διοίκηση και επίσης, η εκκλησία που από την πλευρά της, πρέπει να προβεί στη σύσταση γραφείου θρησκευτικού τουρισμού και την αξιοποίηση των Εκκλησιαστικών Μουσείων, στη δημιουργία κατάλληλων υποδομών φιλοξενίας των προσκυνητών, και προσκυνηματικών περιηγήσεων και θρησκευτικών – ιστορικών και πολιτιστικών διαδρομών στο νησί με σκοπό οι επισκέπτες – προσκυνητές να γνωρίσουν τον πλούτο των θρησκευτικών μνημείων.,

Διευθυντής ΑΣΤΕΡ

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 6



### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

#### Θετικά

1. Αύξηση τουρισμού με πνευματικά κίνητρα
2. Ανάδειξη της θρησκευτικής κουλτούρας του τόπου
3. Αύξηση τοπικής απασχόλησης
4. Συνδυασμός διαφορετικών ειδών τουρισμού με το θρησκευτικό – (πχ. Solo traveler-θρησκευτικές αναζητήσεις)
5. Ανθεκτικός Τουρισμός σε περίοδο κρίσεων

#### Αρνητικά

1. Μη προσβάσιμοι θρησκευτικοί χώροι στο κοινό
2. Ελλιπής έως ανύπαρκτη η προβολή των θρησκευτικών χώρων
3. Δεν υπάρχει η απαιτούμενη τοπική υποστήριξη
4. (Για καποιους) Η εμπορευματοποίηση της θρησκείας
5. Ελλιπής ενημέρωση του κοινού σχετικά με τους προσβάσιμους θρησκευτικούς χώρους και τις υπηρεσίες τους λόγω οικονομικών δυσκολιών



2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

1. Μεγάλος αριθμός θρησκευτικών χώρων ιδίως σε νησιά
2. Ενδιαφέρον των Ρώσων Χριστιανών (και όχι μόνο) προς προσέλκυση
3. Εκμετάλλευση της ύπαρξης θρησκευτικών χώρων και άλλων θρησκειών καθώς γνωρίζουμε ότι υπάρχουν για παράδειγμα και τζαμιά και συναγωγές
4. Θρησκευτικές εορτές όλο το χρόνο
5. Προβολή θρησκείας, φύσης και υγιεινής διατροφής σε συνδυασμό

3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;

1. Πολιτική αστάθεια (ενισχύτε)
2. Ανεπαρκής εξωτερική πολιτική
3. Μεταναστευτικό (ίσως)

4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός; Θεωρητικά είναι όλες οι χώρες, είτε Ορθόδοξες είτε όχι. Ωστόσο, αν έπρεπε να απαντήσουμε πιο συγκεκριμένα είναι

1. Ελλάδα (εσωτερικός τουρισμός)
2. Κύπρος
3. Ρωσία
4. Σερβία
5. Ισραήλ

5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

- Εύκολη πρόσβαση σε εκκλησιαστικούς χώρους, μνημεία και μοναστήρια
- Διοργάνωση εκδηλώσεων
- Δράσεις για προσέλκυση τουρισμού, π.χ. εκδρομές
- Ανάπτυξη προγράμματος δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης
- Συνδυασμός δραστηριοτήτων θρησκείας & περιβάλλον

6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.

- Θρησκευτικά
- Πολιτισμικά
- Πολιτιστικά
- Προσκυνηματικά

7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

- Θρησκευτικές εκδηλώσεις: γάμος, θαυματουργικές εικόνες και λείψανα
- Προβολή μοναστηριών, θρησκευτικών μνημείων, βυζαντινής τέχνης
- Μοναστήρια και πεζοπορίες
- Προβολή φύσης και υγιεινής διατροφής που τηρούν οι μοναχοί-μοναχές
- Προβολή τοπικών προϊόντων
- Προβολή τέχνης που λαμβάνει χώρα μέσα στα μοναστήρια

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

- Θα πρέπει η Εκκλησία να δεσμευτεί για ορισμένες δράσεις και να μην βάζει φρένο σε αυτές
- Θα πρέπει η κοινωνία και η πολιτεία να σέβεται όσα δεσπάζει η εκκλησία

9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;

- Καμπάνιες για τα μοναστήρια και τους εκκλησιαστικούς χώρους κάθε περιοχής
- Ταξιδιωτικά πρακτορεία
- Κάθε ξενοδοχείο να προβάλλει τα μέρη κάθε τόπου και να τα προωθεί. Επίσης να διοργανώνει εκδρομές σε κοντινά μέρη
- Να χρησιμοποιούνται όλα τα μέσα επικοινωνίας για την εκάστοτε προβολή
- Διαφήμιση κάποιου τοπικού προϊόντος το οποίο συνδυάζεται με κάποιο εκκλησιαστικό μέρος π.χ. μοναστήρια και παραδοσιακά γλυκά του κουταλιού
- Word of mouth επικοινωνία & διαδικτυακή επικοινωνία
- Στρατηγικές δημοσίων σχέσεων σε τουριστικές εκθέσεις σε όλο τον κόσμο

10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).

**Τοπικοί φορείς & κράτος. Προσδίδουν την ανάδειξη κατάλληλων στοιχείων για έναν τόπο.**

**ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ ΡΟΔΟΥ**

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 7

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

### A/ Δυνατά σημεία του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα :

- Τα **μνημεία** που επισκεφθήκε ο Απ. Παύλος (Κορινθός/Αθήνα/Βερόνα/Φιλίπποι κλπ)
- Τα **μοναστήρια** των **Μετεωρών**, σε συνδυασμό με την **νεωλαϊκή διαμορφωσιά** του **εδάφους**.
- Τα **ορθόδοξα μοναστήρια** της **πενταμεσικής** και **υπαιτωτικής** χώρας, ως **πολλοί ελλής** των **απανταχού ορθόδοξων**, κυρίως **οσα έχουν λειψανά Αγίων ή θαυματουργές Εικόνες**.
- Τα **ορθόδοξα μοναστήρια** της **χώρας**, ως **πολλοί ελλής** για τους **αλλοθρησκούς**, **καθότι αποτελούν στοιχεία γνωριμίας με την ελληνική παραδόσια και τη βυζαντινή κουλτούρα**.
- Το **Ελληνικό Πάσχα**, που με την **κατακλιή** και **τελετονομία** του αποτελεί μέρος της **ελληνικής ιδιοσυγκρασίας**.
- Το **Αγιον Όρος**, ως **πανκράσια πολιτιστικά κληρονομία**.

### B/ Αδύνατα σημεία του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα :

- Από **πλευράς** **Ελληνικής Εκκλήσιας**, **παντελής ελλείψη διαθεσης ουσιαστικής συνεργασίας με τα τουριστικά νραφεία**.
  - **Απρόθυμια** **διαλόγου αντιπροσωπευτών ορθόδοξης εκκλήσιας με εκπροσωπούς άλλων θρησκείων** (ΚΥΡΙΩΣ **καθολικών**). Από την **εμπειρία** μας, **κυρίως με καθολικά γκρουπ**, **συμπεραίνουμε τα εξής** : οι **παπαδες** της κάθε **ενορίας οργανώνουν** αυτά τα **ταξίδια** για τα **μέλη** τους – **επιθυμούν σχέδον πάντα διάλογο με κάποιον εκπροσωπό της ορθόδοξης εκκλήσιας** (ασταλλάνη **απομειών** και **ενίοτε και δωρών**) – **σχέδον πάντα φειδύουν απρακτώ και με παραπνοο, ότι δεν μπορούσαμε να τους οργανώσουμε αυτόν τον διάλογο**.
  - **Μη ουσιαστική συμμετοχή της Εκκλήσιας** (συνροδικά **νραφεία** **προσκυνηματικών περιηγήσεων**) σε **μεγάλες τουριστικές εκθεσεις εξωτερικού**, όπου **πρέπει να προβαλλεί με συναρόνο τρόπο την θρησκευτική παραδόσια της Ελλάδας**.
  - **Μετρια προβολή** από **πλευράς κρατους** (είτε στις **διεθνείς εκθεσεις** είτε **μεσω διαφημισής**) των **στοιχείων** του **θρησκευτικού πολιτισμού** της Ελλάδας.
2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);
  3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;
  4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;
  5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
  6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
  7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;
9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;

Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).

#### **ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΑΠΟ ΜΕΛΟΣ ΗΑΤΤΑ**

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 8

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Σημείωση: η άποψη μας αφορά χριστιανούς (καθολικούς) και εβραίους. Όχι ορθοδόξους (Ρώσους ή άλλους) ούτε φυσικά μουσουλμάνους

### ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

1. Βήματα Αποστόλου Παύλου
2. Πολλά θρησκευτικά μνημεία είναι συγχρόνως και μνημεία UNESCO
3. Ύπαρξη δομών (εκκλησίες/συναγωγές) τόσο καθολικών όσο και εβραϊκών

### ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

1. Η εχθρότητα ορισμένων ορθόδοξων δομών (Μετέωρα) προς τα άλλα δόγματα /θρησκείες
2. Το ~~άβυσσος~~ του Αγίου Όρους

2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

1. Ότι η σημερινή Ελλάδα (και παλαιότερα ο ελληνικός κόσμος) είναι η πολιτιστική κοιτίδα του χριστιανισμού (ακόμα και ο διεθνής όρος 'χριστιανισμός' είναι ελληνική λέξη)
2. Συνεννόηση μεταξύ Υπουργείου Τουρισμού και Εκκλησίας της Ελλάδος και των άλλων χριστιανικών δογμάτων για συνέργειες

3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;

1. Την έλλειψη συνεννόησης μεταξύ των Υπουργείων Πολιτισμού και Τουρισμού, δηλαδή το ίδιο το Ελληνικό Κράτος
2. Η εσκεμμένη εχθρότητα προς την Ρωσία

4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;

1. Οι βαθιά θρησκευόμενοι χριστιανοί. Δηλαδή: καθολικές χώρες ( ευρωπαϊκές & Λατινική Αμερική), Εβραίοι (Ισραήλ και αλλού), Ρώσοι

5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

1. Οργάνωση Fam Trip με εκπροσώπους ενοριών (decision makers)
2. Προβολή της Ελλάδας ΚΑΙ ως θρησκευτικού τουρισμού και συμμετοχή στις εκθέσεις με θέμα τον θρησκευτικό τουρισμό
3. Βελτίωση διπλωματικών σχέσεων με Ρωσία

6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.

1. Καλύτερη ακτοπλοϊκή σύνδεση μεταξύ ηπειρωτικής Ελλάδας και Πάτμου

7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Δείτε απάντηση 5

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

1.Απλούστατα θα πρέπει ορισμένοι ορθόδοξοι φορείς (εκκλησίες, μοναστήρια) να υιοθετήσουν φιλική στάση και διάθεση για ανταλλαγή και φιλοξενία με τους χριστιανούς άλλων δογμάτων

9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;

### 1.Διεθνείς εκθέσεις θρησκευτικού τουρισμού 2.Fam Trip

10.Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).

Αναγκαστικά ο θρησκευτικός τουρισμός θα πρέπει να υπαχθεί στην ήδη υπάρχουσα δομή του τουρισμού όπως αυτή έχει διαμορφωθεί στην Ελλάδα, δηλαδή στο Υπουργείο Τουρισμού (Κράτος).

Η οποία δομή του ελληνικού τουρισμού όμως δεν είναι πολύ αποτελεσματική γιατί πχ δεν συνεννοούνται πάντα το Υπουργείο Πολιτισμού, που διαχειρίζεται κατ' ουσίαν το προϊόν, το οποίο καλείται να διαφημίσει το Υπουργείο Τουρισμού

Οι υπόλοιπες δομές (εκκλησίες/συναγωγές, πνευματικά ιδρύματα κλπ) θα ακολουθήσουν, αν διαπιστώσουν ότι οι ενέργειες του Κράτους έχουν αποτελεσματικότητα και συνέπεια, και είναι οικονομικά επωφελείς για την τοπική κοινωνία.

## Μέλος ΗΑΤΤΑ

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 9

Όπως σας ενημέρωσα και στην τηλεφωνική μας επικοινωνία σας στέλνω κάποιες σκέψεις μου για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού

Ο θρησκευτικός τουρισμός θα μπορούσε να βοηθήσει στην **επιμήκυνση** της τουριστικής περιόδου με ταξιδιώτες από γειτονικές χώρες.

Εκτός από προγράμματα Τ.Ο μπορούν να γίνουν αδελφοποιήσεις με εκκλησίες που έχουν μεγάλο αριθμό πιστών. Οι αγορά της τρίτης ηλικίας είναι μεγάλη και έχει σχετικό ενδιαφέρον .

Επίσης με πανεπιστήμια και εκκλησιαστικές σχολές .

Το Υπουργείο μπορεί σε συνεννόηση με Τ.Ο να προωθήσει Βυζαντινές εκκλησίες -Μοναστήρια. Η διαδρομή του Αποστόλου Παύλου έχει από χρόνια μπει σε πολλά προγράμματα .

Κίνδυνος υπάρχει ότι οι θησαυροί των μοναστηριών **κλπ** μπορεί να μπουν στο στόχαστρο **επιτηδείων** .

Το καλοκαίρι στην Αθήνα και σε νησιά θα ήταν καλό να μπορεί κάποιος τουρίστας να πάει σε μία εκκλησία και να ακούσει βυζαντινούς ύμνους πχ. στην Μητρόπολη ο **Γαιτάνος** αλλά γι' αυτό θα πρέπει να συνεργαστούν τα ξενοδοχεία και να υπάρχει φορέας υλοποίησης .Δεν γνωρίζω αν γίνεται κάτι στην Πάτμο .

Η ΕΡΤ έχει έτοιμα πολλά ντοκιμαντέρ από μοναστήρια που μπορεί να προβληθούν σε κανάλια του εξωτερικού.

Θα χρειαστεί μετάφραση.

Σε πρώτη φάση θα έλεγα πιλοτικά να επιλεγούν 2-3 τόποι

**π.χ** Αθήνα-Πάρος- Πάτμος και σε συνεννόηση με τοπικούς φορείς

Δήμους-εκκλησία να γίνουν δράσεις το καλοκαίρι. έτσι όσοι επιστρέψουν στις χώρες τους θα αρχίσουν να το διαδίδουν.

Αν θέλετε να αναλύσουμε τα **πίο** πάνω είμαι στην διάθεσή σας

Εύχομαι κάθε επιτυχία στην έρευνά σας

**Γεωργία Μπαρτζου**

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 10



### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρεία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

#### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
Πολλά Μοναστήρια-εκκλησίες	Δεν προβάλλεται αρκετά στα ΜΜΕ
Πολλοί εορτασμοί σε ονομαστικές γιορτές αγίων	Δεν γίνονται οργανωμένες επισκέψεις από Συλλόγους / Κατηχητικά
Εκκλησιασμός ακόμα και στα πιο απομακρυσμένα ξωκλήσια	Δεν είναι οργανωμένα τα μοναστήρια για φιλοξενία επισκεπτών
Συνήθως οι εκκλησίες βρίσκονται σε πολύ όμορφα σημεία οπότε συνδυάζονται με ενδιαφέρουσες εκδρομές	Γάμοι και Βαπτίσεις δεν γίνονται σε εξωτερικούς χώρους ως σήμερα – είναι μέρος του Θρησκευτικού τουρισμού για τους ομογενείς και φιλέλληνες



Πολλά μοναστήρια έχουν πλούσια ματιοθήκη & εκθετήρια κοσμημάτων, συγγραμμάτων κλπ		
---	--	--

2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);
  - α. Η ευκολία στα διαδικαστικά έκδοσης άδειας γάμου σε ομογενείς αλλά και ομόθρησκους του εξωτερικού που θέλουν να τελέσουν το γάμο τους στην Ελλάδα
  - β. ο παραδοσιακός γάμος που είναι πολύ γνωστός στον κόσμο
  - γ. τα θρησκευτικά έθιμα, ειδικά του Πάσχα αλλά και αυτά κατά τον εορτασμό αγίων και συνδυασμός τους με επισκέψεις σε όμορφες περιοχές
  
3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;
  - Την πανδημία που μας ανάγκασε να απέχουμε από την εκκλησία και να υπάρχει περιορισμός στον αριθμό πιστών στον εσωτερικό χώρο
  
4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;
  - Ισραήλ και χώρες της Ευρώπης, Αμερική σε ομογενείς
  
5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
  - Πρέπει να ανακοινωθούν συγκεκριμένες εκδρομές με συνδυασμό περιπάτων & επισκέψεων σε δρυμούς και χωριά
  - Περισσότερη προβολή σε όλα τα ΜΜΕ
  - Προγράμματα εκδρομών μέσω ΟΑΕΔ, ΟΠΕΚΑ σε χωριά με μοναστήρια / εκκλησίες
  
6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
  - Εκπτώσεις ή προσφορές σε εκδρομές
  - Προγράμματα δωρεάν διαμονής σε σημεία με μοναστήρια μέσω ΟΑΕΔ, ΟΠΕΚΑ
  
7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Οτι αναφέρθηκε σε προηγούμενες αντίστοιχες απαντήσεις μας στο xx 5 και 6

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

Το καλύτερο “μέσο” είναι οι Δήμοι οι οποίοι πρέπει να ενδιαφερθούν να προσεγγίσουν θρησκευτικό τουρισμό για οικονομικούς λόγους και προβολή τους

9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;

Την τηλεόραση, τις ιστοσελίδες, τα κατηχητικά, τα τουριστικά γραφεία, τους πολιτιστικούς συλλόγους κ.α. σε όσο πιο συχνή περιοδικότητα γίνεται

10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε)

Κράτος, Δήμοι, τοπικοί φορείς, προβολή ακόμα και στο εξωτερικό μέσω αυτών των φορέων

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 11



### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 1) Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

#### Δυνατά Σημεία

1. Πλήθος μοναστηριών, εκκλησιών και προσκυνημάτων.
2. Γενική ασφάλεια της Ελλάδας σαν προορισμός
3. Δυνατότητα να συνδυαστούν οι επισκέψεις θρησκευτικού ενδιαφέροντος με άλλες, αρχαιολογικού, φυσιολατρικού κλπ

#### Αδύνατα Σημεία

1. Πολλά από τα μοναστήρια/προσκυνήματα δεν είναι προσβάσιμα σε άτομα με αναπηρίες

- 2) Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

1. Γενικότερο κλίμα ασφάλειας - προστασίας, ειδικά στην Covid-19 εποχή.

- 3) Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;
- 4) Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;
  1. Σίγουρα οι άλλες ορθόδοξες χώρες (πχ Ρωσία και Ουκρανία) χωρίς να αγνοούνται βέβαια και οι υπόλοιπες χώρες.
- 5) Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
  1. Διευθέτηση - αναστήλωση μοναστηριών, συντήρηση τοιχογραφιών.
  2. Βελτίωση προσβασιμότητας μοναστηριών για άτομα με δυσκολίες στην πρόσβαση (όπου είναι δυνατόν)
- 6) Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
  - 1 Επιχορήγηση εκδρομών θρησκευτικού ενδιαφέροντος στα πλαίσια του κοινωνικού τουρισμού με ξεναγούς, ώστε να γνωρίσουν και οι ντόπιοι τα μνημεία μας
- 7) Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
  1. Προσπάθειες ανάδειξης μοναστηριών κλπ σε συνεργασία με τους κατά τόπους ξεναγούς
  2. Ένταξη όπου είναι δυνατόν σε προγράμματα, ή και στην UNESCO
- 8) Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

- 9) Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;
1. Όσον αφορά τα μέσα προβολής, καθώς ζούμε στην εποχή του διαδικτύου, θα πρέπει σίγουρα να δοθεί βάση στην προώθηση - προβολή μέσω ίντερνετ, με μια αντίστοιχη καμπάνια
10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).
1. Προφανώς και θα χρειάζεται με αμοιβαία συνεργασία ανάμεσα στους εμπλεκόμενους (Εκκλησία, Αρχαιολογική Υπηρεσία, τουριστικά γραφεία, ξεναγοί κλπ) χωρίς αυτό να αποκλείει την συμβολή διαφόρων άλλων φορέων - οργανισμών, ώστε να αναδειχθούν - διαφημιστούν τα θρησκευτικά μας μνημεία.

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 12



### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Δυνατά	Αδύνατα
Η χώρα έχει διαθέσιμο, τεράστιο θρησκευτικό και πολιτιστικό πλούτο παγκόσμιου ενδιαφέροντος για αξιοποίηση.	Δεν αποτελεί εξειδικευμένο στόχο της τουριστικής πολιτικής της χώρας.
Προσέλκυση τουριστικών ρευμάτων ειδικών ενδιαφερόντων, με δυνατότητα ποιοτικού εμπλουτισμού του τουριστικού μείγματος.	Δεν υπάρχει σαφής και ορθολογική εθνική πολιτική για την, όσο το δυνατόν πιο πλήρη καταγραφή των πολιτιστικών και θρησκευτικών πόρων της χώρας και την ανάληψη δράσεων προστασίας τους.
Διασπορά προσκνημάτων, θρησκευτικών μνημείων και θρησκευτικών εορτών σε όλη την Ελλάδα και σε όλη την διάρκεια του έτους.	Έλλειψη συνεργιών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, και την ενίσχυση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών για τον θρησκευτικό τουρισμό.

<p>Η Εκκλησία της Ελλάδος ενισχύει τις προσπάθειες ανάδειξης και τουριστικής αξιοποίησης των θρησκευτικών πόρων της χώρας με πρωτοβουλίες ανάπτυξης συνεργασίας με διάφορες χώρες ανά την υφήλιο αλλά και με εγχώριους φορείς.</p>	<p>Αρκετά ανενεργά θρησκευτικά μνημεία πλούσιας θρησκευτικής και πολιτιστικής αξίας, με αρκετά προβλήματα προσβασιμότητας.</p>
<p>Δυνατότητα να αυξήσει περαιτέρω τον αριθμό επισκεπτών από γειτονικές ομόδοξες χώρες όπως της πρώην Σοβιετικής Ένωσης και των βαλκανικών χωρών, λαμβανομένης υπόψη της ανόδου του βιοτικού τους επιπέδου που δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την προσέλκυση επισκεπτών/προσκυνητών από αυτές.</p>	<p>Έλεπτες ενδιαφέρον τοπικών φορέων σε συνεργασία με την κεντρική διοίκηση για ουσιαστική ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και συνεργασίες για την ανάδειξη του θρησκευτικού και πολιτιστικού πλούτου.</p>

2. Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);

Ο κορεσμός άλλων μορφών τουρισμού δίνει την μεγάλη ευκαιρία, προώθησης του θρησκευτικού και πολιτιστικού τουρισμού. Επιπλέον, ο θρησκευτικός και προσκυνηματικός τουρισμός επιβάλλεται να συνδυασθεί με αναδυόμενες ειδικές μορφές τουρισμού, όπως ο ορεινός, ο περιπατητικός, ο φυσιολατρικός και ο οικοτουρισμός καθώς τα περισσότερα θρησκευτικά μνημεία είναι χωροθετημένα σε ορεινές και σε παραδοσιακές περιοχές.

3. Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;

Η υγειονομική κρίση λόγω της πανδημίας COVID 19, βραχυχρόνια επηρεάζει όλο τον τουριστικό κόσμο και κατ' επέκταση και τον θρησκευτικό τουρισμό. Μακροχρόνια και με μία ενδεχόμενη οικονομική κρίση τα επόμενα χρόνια θα επηρεάσει την επισκεψιμότητα τουριστών στην χώρα μας με συνέπεια την μείωση των εσόδων και δράσεων ανάδειξης και διάδοσης θρησκευτικών μνημείων.

4. Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;

Οι αγορές στόχοι για δυνητικά θρησκευτικούς επισκέπτες τουρισμού στην Ελλάδα είναι:

- Ρώσοι, Σέρβοι, Βούλγαροι, Ρουμάνοι και Κύπριοι ορθόδοξοι χριστιανοί.
- Ορθόδοξοι χριστιανοί της Αιγύπτου (υπολογίζονται σε περίπου 300.000).
- Ορθόδοξοι χριστιανοί από τις ασιατικές χώρες Συρία, Λίβανο και Ιράκ
- Απόδημοι Έλληνες από βόρειες και δυτικές ευρωπαϊκές χώρες, Αμερική, Αυστραλία, και Αφρική.
- Πανεπιστημιακές ομάδες θρησκευτικών, βυζαντινών και αρχαιολογικών σπουδών.

- Διεθνείς ερασιτεχνικοί σύλλογοι αιογραφίας, ζωγραφικής και γλυπτικής.
5. Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
- Θέσπιση κεντρικού φορέα προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού υπό την εποπτεία του κράτους, της Εκκλησίας της Ελλάδος, επαγγελματιών του τουρισμού Επιμελητηρίων.
  - Αξιοποίηση τοπικών κοινοτικών πόρων για ανάδειξη και αποκατάσταση θρησκευτικών και πολιτιστικών μνημείων.
  - Αυτοτελές γραφείο από τον ΕΟΤ για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
  - Συνέργειες τοπικών φορέων για την στοχευμένη προσέλκυση τουριστών για το θρησκευτικό τουρισμό.
  - Αύξηση προσβασιμότητας των θρησκευτικών και πολιτισμικών μνημείων.
6. Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
- Θεσμοθέτηση φορέα για την ανάπτυξη και προώθηση του θρησκευτικού και πολιτισμικού τουρισμού.
  - Συνέργειες με εκπαιδευτικούς και επιστημονικούς φορείς (Πανεπιστήμια κτλ.) για την ανάδειξη του θρησκευτικού και πολιτισμικού πλούτου.
  - Ανάπτυξη επαγγελματικών προγραμμάτων εκπαίδευσης στον θρησκευτικό και πολιτισμικό τουρισμό.
  - Επιδότηση δημιουργίας τουριστικών επιχειρήσεων για θρησκευτικό τουρισμό.
7. Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Κατηγοριοποίηση των μνημείων θρησκευτικού και προσκυνηματικού τουρισμού ανά την επικράτεια. Συνεργασία δημόσιων φορέων και μητροπόλεων της περιοχής για μια ολοκληρωμένη καταγραφή των θρησκευτικών μνημείων. Δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών με συνδυαστική αξιοποίηση των θρησκευτικών εορτών και προσκυνημάτων με όμορα νησιά. Δυνατότητα στον επισκέπτη να ζήσει μια ολοκληρωμένη εμπειρία θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα. Ανάδειξη ναών και μνημείων με ιστορική και πολιτισμική ταυτότητα που μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες από άλλα θρησκευτικά δόγματα. Αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών για την προβολή των θρησκευτικών-πολιτισμικών πόρων. Δημιουργία διαδικτυακής πλατφόρμας για την προβολή και προώθηση των θρησκευτικών μνημείων όπου θα παρέχονται όλες οι απαραίτητες



πληροφορίες και η δυνατότητα σχεδιασμού θρησκευτικών διαδρομών στην Ελλάδα. Αξιοποίηση ιδιαίτερων χαρακτηριστικών, όπως η Μοναστηριακή Κουζίνα, που μπορεί να λειτουργήσει συνδυαστικά με μια άλλες μορφές τουρισμού, το γαστρονομικό τουρισμό. Δημιουργία συνεργειών με το Aegean Cuisine για ανάδειξη εκκλησιαστικών συνταγών και διατροφής.

8. Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

Συνεργασία τοπικών φορέων για την ουσιαστική και στοχευμένη προσέλκυση τουριστών για το θρησκευτικό τουρισμό. Συγκεκριμένα σε τοπικό επίπεδο συνεργασία της Περιφέρειας, των Δήμων, των τοπικών Μητροπόλεων και επαγγελματιών του τουρισμού Επιμελητήρια.

9. Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;

Στοχευμένη επικοινωνία και προβολή του θρησκευτικού τουρισμού στις αγορές στόχου μέσω σύγχρονων μεθόδων επικοινωνίας με έμφαση στην ψηφιακή προβολή.

10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).

Συνδυασμός κράτους, εκκλησίας, τοπικών φορέων και επαγγελματιών του τουρισμού για μια ολιστική προσέγγιση για την ανάδειξη του θρησκευτικού τουρισμού. Συγκεκριμένα μια κεντρική διοίκηση από το κράτος, την Εκκλησία της Ελλάδος, την ΚΕΔΕ και το ΣΕΤΕ. Σε συνεχής επικοινωνία με ομάδες εργασίες σε τοπικό επίπεδο με την συμμετοχή Περιφερειών, Δήμων, τοπικών Μητροπόλεων, και τοπικών επαγγελματιών τουρισμού Επιμελητηρίων.

ΚΕ.Α. ΙΜ Σύρου

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 13



### Έρευνα στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Εταιρία Συμβούλων ETAM ΑΕ έχει αναλάβει για λογαριασμό του Υπουργείου Τουρισμού την παροχή υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού και διοργάνωσης εκδηλώσεων στο πλαίσιο της υλοποίησης της πράξης «Ανάδειξη και Διάδοση της Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς μέσα από την Ανάπτυξη και Θεσμική Ενίσχυση του Θρησκευτικού Τουρισμού στη νησιωτική περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου, RE-CULT» που συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα - Κύπρος 2014-2020».

Ανάμεσα στις υποχρεώσεις μας είναι και η εκπόνηση μελέτης στρατηγικού σχεδιασμού για τη θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού. Προς χάριν της επάρκειας και ποιότητας του παραδοτέου πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα και παρακαλούμε θερμά για τη δική σας συμβολή.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 1) Σημειώστε έως πέντε (5) δυνατά και πέντε (5) αδύνατα σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

#### Δυνατά Σημεία

1. Πλήθος μοναστηριών, εκκλησιών και προσκυνημάτων.
2. Γενική ασφάλεια της Ελλάδας σαν προορισμός
3. Δυνατότητα να συνδυαστούν οι επισκέψεις θρησκευτικού ενδιαφέροντος με άλλες, αρχαιολογικού, φυσιολατρικού κλπ

#### Αδύνατα Σημεία

1. Πολλά από τα μοναστήρια/προσκυνήματα δεν είναι προσβάσιμα σε άτομα με αναπηρίες
- 2) Ποιες θεωρείτε ότι είναι οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (αναφέρετε έως 5);
1. Γενικότερο κλίμα ασφάλειας - προστασίας, ειδικά στην Covid-19 εποχή.

- 3) Ποιον θεωρείτε τον μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή για το θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;
- 4) Ποιες είναι οι αγορές (χώρες στόχοι) στις οποίες θεωρείτε ότι πρέπει να στοχεύσει ο θρησκευτικός τουρισμός;
  1. Σίγουρα οι άλλες ορθόδοξες χώρες (πχ Ρωσία και Ουκρανία) χωρίς να αγνοούνται βέβαια και οι υπόλοιπες χώρες.
- 5) Διατυπώστε έως πέντε (5) σύντομες προτάσεις σχετικά με μέτρα πολιτικής που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
  1. Διευθέτηση - αναστήλωση μοναστηριών, συντήρηση τοιχογραφιών.
  2. Βελτίωση προσβασιμότητας μοναστηριών για άτομα με δυσκολίες στην πρόσβαση (όπου είναι δυνατόν)
- 6) Αναφέρετε έως πέντε (5) κίνητρα (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα ευνοήσουν την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.
  - 1 Επιχορήγηση εκδρομών θρησκευτικού ενδιαφέροντος στα πλαίσια του κοινωνικού τουρισμού με ξεναγούς, ώστε να γνωρίσουν και οι ντόπιοι τα μνημεία μας
- 7) Αναφέρετε συγκεκριμένα έργα, δράσεις, πρωτοβουλίες (υλικές και άυλες) που κρίνετε αναγκαίες για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα.
  1. Προσπάθειες ανάδειξης μοναστηριών κλπ σε συνεργασία με τους κατά τόπους ξεναγούς
  2. Ένταξη όπου είναι δυνατόν σε προγράμματα, ή και στην UNESCO
- 8) Ποιες υποχρεώσεις /δεσμεύσεις κατά τη γνώμη σας πρέπει να αναληφθούν σε τοπικό επίπεδο και από ποιους προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού;

- 9) Ποια θεωρείτε τα καταλληλότερα μέτρα και μέσα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό;
1. Όσον αφορά τα μέσα προβολής, καθώς ζούμε στην εποχή του διαδικτύου, θα πρέπει σίγουρα να δοθεί βάση στην προώθηση - προβολή μέσω ίντερνετ, με μια αντίστοιχη καμπάνια
10. Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού (π.χ. κράτος, τοπικοί φορείς, οργανισμοί – αναφέρετε ονομαστικά και σχολιάστε).
1. Προφανώς και θα χρειάζεται με αμοιβαία συνεργασία ανάμεσα στους εμπλεκόμενους (Εκκλησία, Αρχαιολογική Υπηρεσία, τουριστικά γραφεία, ξεναγοί κλπ) χωρίς αυτό να αποκλείει την συμβολή διαφόρων άλλων φορέων - οργανισμών, ώστε να αναδειχθούν - διαφημιστούν τα θρησκευτικά μας μνημεία.

## IV. ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



### Πρωτογενής Έρευνα

στο πλαίσιο εκπόνησης της μελέτης Στρατηγικού Σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα

### Μεθοδολογία υλοποίησης και ευρήματα έρευνας

Για την αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης και την κατάρτιση ενός ρεαλιστικού σχεδίου για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, κρίθηκε αναγκαία η συμμετοχή των διάφορων εμπλεκόμενων φορέων και η υιοθέτηση της πρακτικής του συμμετοχικού σχεδιασμού.

Στο πλαίσιο αυτό και λειτουργώντας συμπληρωματικά με τα δευτερογενή δεδομένα που συγκεντρώθηκαν μέσα από έρευνα γραφείου πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου και στόχο την άντληση ποιοτικής πληροφορίας.

Για τις ανάγκες της έρευνας διαμορφώθηκε λίστα αποδεκτών στους οποίους εστάλη το ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικά αφού είχε προηγηθεί τηλεφωνική επικοινωνία ενημέρωσης για την πράξη RE-CULT και τη μελέτη στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη και θεσμική ενίσχυση του θρησκευτικού τουρισμού στη διασυννοριακή νησιωτική περιοχή Ελλάδας και Κύπρου.

Κατόπιν της αποστολής του ερωτηματολογίου ακολούθησε εκ νέου τηλεφωνική επικοινωνία με τους παραλήπτες για την επιβεβαίωση της λήψης του ερωτηματολογίου. Δεδομένης της χρονικής συγκυρίας της έρευνας (Ιούνιος 2020) στην εποχή της πανδημίας του COVID-19 και της προσπάθειας, προετοιμασίας εκ μέρους όλων των εμπλεκόμενων φορέων στον τουρισμό και στην Αυτοδιοίκηση για το άνοιγμα της τουριστικής σεζόν, είχε ως αποτέλεσμα την περιορισμένη ανταπόκριση και συμμετοχή στην έρευνα. Ακολούθησε μια ύστατη προσπάθεια με ένα νέο κύκλο τηλεφωνικών επαφών και συζήτηση – συνέντευξη με οδηγό το ερωτηματολόγιο.

Αποτέλεσμα της όλης προσπάθειας ήταν σε σύνολο 43 αποδεκτών να συμπληρωθούν 13 ερωτηματολόγια.

Ακολουθεί η παρουσίαση των συμπερασμάτων ανά ερώτημα, όπως προέκυψαν έπειτα από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων :

Στο ερώτημα «σημειώστε 5 δυνατά σημεία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού» οι απαντήσεις που δόθηκαν αναδεικνύουν ως ισχυρά στοιχεία : την ύπαρξη μοναδικών θρησκευτικών προορισμών παγκοσμίου ενδιαφέροντος, ενταγμένων στον κατάλογο της UNESCO (π.χ. Μετέωρα, Άγιο Όρος), την πληθώρα χριστιανικών θρησκευτικών μνημείων (μοναστήρια, εκκλησίες) διάσπαρτων σε όλη την επικράτεια και χωροθετημένων σε περιοχές με μοναδικό φυσικό περιβάλλον, την ύπαρξη θρησκευτικών μνημείων άλλων δογμάτων, την ιδιαίτερη αρχιτεκτονική των μνημείων θρησκευτικού χαρακτήρα, την πλούσια ιστορία, πολιτιστική κληρονομιά και παράδοση, τη σύνδεση θρησκευτικών προορισμών με σημαντικά ιστορικά γεγονότα, το θρησκευτικό αίσθημα - την πίστη των Ελλήνων και το πλούσιο εορτολόγιο αγίων καθόλη τη διάρκεια του έτους, την ιερότητα και το μυστικισμό των θρησκευτικών προορισμών, το συνδυασμό διαφόρων μορφών τουρισμού με τον θρησκευτικό τουρισμό, τα Βήματα του Αποστόλου Παύλου, τις καιρικές συνθήκες που ευνοούν την επέκταση της τουριστικής περιόδου, την προσπάθεια της Εκκλησίας της Ελλάδος για ανάδειξη των θρησκευτικών μνημείων μέσα από συνεργασίες με άλλες χώρες, αλλά και με εγχώριους φορείς και τη δυνατότητα περεταίρω αύξησης επισκεπτών από γειτονικές ομόδοξες χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης και των Βαλκανικών χωρών λόγω της ανόδου του βιοτικού επιπέδου.

Παρά το γεγονός ότι πολλοί είναι οι παράγοντες που μπορούν να λειτουργήσουν θετικά στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού ωστόσο, εντοπίζονται και αρκετά **αδύνατα σημεία** που σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτώμενων αφορούν στα εξής : προσβασιμότητα και προβληματικές συγκοινωνίες, προσβασιμότητα ΑμεΑ, ζητήματα υποδομών και έλλειψη οργάνωσης μοναστηριών για την υποδοχή επισκεπτών, αυστηρό εκκλησιαστικό πλαίσιο και απουσία συνεργασίας Εκκλησίας και τουριστικών γραφείων, μη ενεργές /δραστήριες ενορίες και κληρικοί, έλλειψη εκπαίδευσης, έλλειψη γραφείων θρησκευτικού τουρισμού, γραφειοκρατία και συχνά αρνητική στάση από εμπλεκόμενες υπηρεσίες και φορείς στην αξιοποίηση θρησκευτικών μνημείων/ χώρων ως μέρος του τουριστικού προϊόντος, έλλειψη σχεδιασμού και επιδερμική προσέγγιση του θρησκευτικού τουρισμού, απουσία διαλόγου με εκπροσώπους άλλων θρησκειών και κυρίως καθολικών και μονόπλευρη ανάδειξη της ορθόδοξης παράδοσης, έλλειψη συνεργειών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και την ενίσχυση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών για τον θρησκευτικό τουρισμό, αρκετά ανενεργά θρησκευτικά μνημεία πλούσιας θρησκευτικής και πολιτιστικής αξίας με προβλήματα προσβασιμότητας, ανεπαρκής προβολή και ενημέρωση για τους προσβάσιμους θρησκευτικούς χώρους, εμπορευματοποίηση της θρησκείας και απουσία τοπικής υποστήριξης, ελλιπές ενδιαφέρον από την πλευρά των τοπικών φορέων.

Αναφορικά με τις **ευκαιρίες** που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, οι απαντήσεις που δόθηκαν στο σχετικό ερώτημα ήταν ποικίλες, ήτοι : ο μεγάλος πληθυσμός με έντονες θρησκευτικές πεποιθήσεις παγκοσμίως και το καλό βιοτικό επίπεδο που ευνοεί την πραγματοποίηση ταξιδιών, οι μοναδικοί θρησκευτικοί προορισμοί παγκοσμίου ενδιαφέροντος και εν γένει η πληθώρα θρησκευτικών μνημείων και προσκυνημάτων σε όλη την ελληνική επικράτεια, τα θρησκευτικά μνημεία βρίσκονται σε μαγευτικές περιοχές προικισμένες και ευλογημένες από το θεό και τη φύση, η ανάπλαση μη αξιοποιημένων θρησκευτικών μνημείων και η ανάδειξη της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς και της μοναδικότητας πολιτιστικών και ιστορικών μνημείων, η πληθώρα θρησκευτικών πανηγυριών – εορτών όλο το χρόνο και τα θρησκευτικά έθιμα (κυρίως του Πάσχα), η αξιοποίηση των υφιστάμενων θρησκευτικών μνημείων και χώρων και άλλων θρησκειών (καθολικές εκκλησίες, τζαμιά, συναγωγές), ο συνδυασμός θρησκείας, φύσης και

υγιεινής διατροφής, οι συνεργασίες και συνέργειες μεταξύ Υπουργείου Τουρισμού, Εκκλησίας της Ελλάδος και άλλων εμπλεκόμενων φορέων, η φήμη του Ελληνικού παραδοσιακού γάμου και η ευκολία στη διαδικασία έκδοσης άδειας γάμου σε ομογενείς αλλά και ομόθρησκους του εξωτερικού που θέλουν να τελέσουν γάμο στην Ελλάδα, η δυνατότητα σύνδεσης του θρησκευτικού τουρισμού με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, το ενδιαφέρον των Ρώσων χριστιανών για θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα, η φήμη της Ελλάδας ως ασφαλής προορισμός, η αξιοποίηση της τεχνολογίας για την προβολή του θρησκευτικού τουρισμού.

Στο ερώτημα «Ποιον θεωρείτε το **μεγαλύτερο κίνδυνο ή την πιο σοβαρή απειλή** για τον θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα» αρκετοί ερωτώμενοι απάντησαν την αλλοτρίωση του θρησκευτικού προορισμού και της ταυτότητάς του, αλλά και την αδυναμία συνεννόησης και συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων. Άλλοι πιθανοί κίνδυνοι είναι ο διεθνισμός, οι δογματικές διαφορές, η αποδόμηση της πίστης, το χαμηλό οικονομικό status των ορθόδοξων χριστιανών, το αυστηρό ορθόδοξο πλαίσιο που πιθανά να μη δεχτεί τη διασύνδεση των θρησκευτικών μνημείων και χώρων με τον τουρισμό, η έλλειψη σχεδίου και η επιφανειακή - επιδερμική προσέγγιση του ζητήματος του θρησκευτικού τουρισμού, η πολιτική αστάθεια, η ανεπαρκής εξωτερική πολιτική και η πανδημία του COVID-19.

Στο θέμα της **στόχευσης αγορών** για την περεταίρω ανάπτυξη της θρησκευτικής κίνησης προς την Ελλάδα οι περισσότεροι ερωτώμενοι (11/13) ανέδειξαν τη Ρωσία ως μια από τις βασικές αγορές στόχο του θρησκευτικού τουρισμού. Άλλες αγορές τις οποίες πρέπει να προσεγγίσει η Ελλάδα είναι:

- Οι ομόδοξες χώρες
- Οι χώρες με χριστιανικό πληθυσμό
- Οι χώρες με ελληνορθόδοξο πληθυσμό/ομογενείς (Γερμανία, Αμερική, Αυστραλία, Αφρική)
- Οι χώρες στις οποίες υπάρχουν ιστορικά μνημεία μεγάλης θρησκευτικής σημασίας
- Οι Βαλκανικές/ γειτονικές χώρες

Πιο συγκεκριμένα ονοματίστηκαν/υποδείχθηκαν χώρες όπως: Κύπρος, Ελλάδα, Ιταλία, Τουρκία, Ουκρανία, Σερβία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Γερμανία, Αμερική, Ισραήλ και Κίνα.

Στο ερώτημα «διατυπώστε ως 5 σύντομες προτάσεις σχετικά με **μέτρα πολιτικής** που κρίνετε αναγκαία για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα» δόθηκαν πολλές και διαφορετικές απαντήσεις, ήτοι :

- Εθνικός σχεδιασμός
- Θέσπιση κεντρικού φορέα προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού υπό την εποπτεία του Κράτους, της Εκκλησίας, των επαγγελματιών του τουρισμού και των Επιμελητηρίων
- Αυτοτελές γραφείο από τον ΕΟΤ για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού
- Επανεκκίνηση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα
- Σύνδεση με άλλες δραστηριότητες και μορφές τουρισμού
- Αύξηση προσβασιμότητας θρησκευτικών και πολιτισμικών μνημείων
- Αναστήλωση μοναστηριών, συντήρηση τοιχογραφιών, βελτίωση της προσβασιμότητας μοναστηριών και άλλων θρησκευτικών μνημείων
- Βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών
- Διατήρηση της ταυτότητας και αυθεντικότητας του προορισμού

- Εκπαίδευση ξεναγών, συνοδών και στελεχών σε θέματα θρησκευτικού τουρισμού και συνεχής επιμόρφωση των εμπλεκόμενων φορέων
- Ένταξη στην εκπαίδευση μαθήματος σχετικού με τον θρησκευτικό τουρισμό
- Κρατική χρηματική ενίσχυση του προγράμματος θρησκευτικού τουρισμού - επιδοτήσεις ΕΣΠΑ
- Ανάπτυξη κινήτρων για επαγγελματική ενασχόληση με τον θρησκευτικό τουρισμό
- Εξωστρέφεια, στοχευμένη προβολή – μάρκετινγκ, ανάπτυξη προγράμματος δημοσίων σχέσεων και σύσταση ειδικού κλάδου στον ΕΟΤ για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού
- Συνεργασίες - συνέργειες
- Αδελφοποιήσεις με εκκλησίες
- Βελτίωση διπλωματικών σχέσεων
- Διεθνές καλεντάρι – διοργάνωση εκδηλώσεων και δράσεων προσέλκυσης επισκεπτών
- Αξιοποίηση αγοράς τρίτης ηλικίας
- Προγράμματα εκδρομών μέσω ΟΑΕΔ, ΟΠΕΚΑ σε προορισμούς με μοναστήρια/εκκλησίες
- Αναθεώρηση της στάσης της Εκκλησίας

Αντίστοιχα, στο ερώτημα «Διατυπώστε ως 5 **κίνητρα** (θεσμικού ή άλλου χαρακτήρα) που κατά τη γνώμη σας θα **ευνοήσουν** την **ανάπτυξη** του **θρησκευτικού τουρισμού**» οι συμμετέχοντες στην έρευνα έδωσαν ποικίλες απαντήσεις όπως :

- Θεσμοθέτηση φορέα για την ανάπτυξη και προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού
- Δημιουργία προγραμμάτων θρησκευτικού τουρισμού - ελκυστικών τουριστικών πακέτων σε συνεργασία με τις τοπικές αρχές
- Κατάργηση βίζας κατά τη διάρκεια μεγάλων ορθόδοξων γιορτών
- Δημιουργία κατάλληλων υποδομών για φιλοξενία προσκυνητών
- Καλύτερη ακτοπλοϊκή σύνδεση μεταξύ ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας
- Εκπτώσεις ή προσφορές σε θρησκευτικές εκδρομές, προγράμματα δωρεάν διαμονής σε σημεία με μοναστήρια μέσω ΟΑΕΔ, ΟΠΕΚΑ/επιχορήγηση εκδρομών θρησκευτικού ενδιαφέροντος στα πλαίσια του κοινωνικού τουρισμού με ξεναγούς, ώστε να γνωρίσουν και οι Έλληνες τα θρησκευτικά μνημεία
- Θρησκευτικός τουρισμός κατά τη χειμερινή περίοδο
- Ανάπτυξη επαγγελματικών προγραμμάτων εκπαίδευσης στον θρησκευτικό τουρισμό
- Μοριοδότηση των απασχολούμενων στον θρησκευτικό τουρισμό για αναβάθμιση καταλύματος, ιστοσελίδας, κ.α.
- Επιδότηση δημιουργίας τουριστικών επιχειρήσεων για θρησκευτικό τουρισμό

Σχετικά με τα **έργα**, τις **δράσεις** και τις **πρωτοβουλίες** που θεωρούνται **αναγκαίες** για την **ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού** στην **Ελλάδα** διατυπώθηκαν από τους ερωτώμενους τα κάτωθι:

- Γνώση του προφίλ των επισκεπτών /αγορών στόχου
- Ανάπτυξη δικτύου θρησκευτικών διαδρομών
- Σύνδεση θρησκευτικού τουρισμού με πολιτισμό, περιβάλλον, αγροδιατροφή
- Δημιουργία υποδομών φιλοξενίας επισκεπτών
- Κατηγοριοποίηση θρησκευτικών μνημείων σε όλη την επικράτεια
- Ένταξη θρησκευτικών μνημείων σε προγράμματα ή και στον κατάλογο παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO - όπου είναι εφικτό



- Ανάπτυξη σχετικών επαγγελματιών με τον θρησκευτικό τουρισμό, επιμόρφωση εμπλεκόμενων φορέων και στελεχών
- Στήριξη επαγγελματιών θρησκευτικού τουρισμού
- Προβολή θρησκευτικών μνημείων, ανάδειξη παραδοσιακών τεχνών και προϊόντων που αναπτύσσονται στα μοναστήρια
- Θρησκευτικές εκδηλώσεις
- Αξιοποίηση υφιστάμενου οπτικοακουστικού υλικού προβολής
- Συγκέντρωση στοιχείων ανά Περιφέρεια και διάχυσή τους σε τουριστικούς πράκτορες
- Αδελφοποίηση θρησκευτικών θεσμών
- Παροχή κινήτρων στους πιστούς
- Τέλεση λειτουργίας στα ρώσικα μετά το τέλος της λειτουργίας στα ελληνικά
- Εκδηλώσεις ενημέρωσης και επιμόρφωσης των πολιτών για τον θρησκευτικό τουρισμό
- Βελτίωση διπλωματικών σχέσεων με τη Ρωσία
- Δράσεις προβολής και δημοσίων σχέσεων
- Εκπτώσεις ή προσφορές σε θρησκευτικές εκδρομές, προγράμματα δωρεάν διαμονής σε σημεία με μοναστήρια μέσω ΟΑΕΔ, ΟΠΕΚΑ για την ενίσχυση του εσωτερικού θρησκευτικού τουρισμού
- Σύνδεση θρησκευτικών εκδρομών με περιπατητικό και φυσιολατρικό τουρισμό
- Αξιοποίηση μοναστηριακής κουζίνας

Στο ερώτημα «ποιες **υποχρεώσεις/δεσμεύσεις** πρέπει να αναληφθούν σε **τοπικό επίπεδο** και από ποιους, προς χάριν του θρησκευτικού τουρισμού» δεν απάντησαν πέντε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Οι υπόλοιποι έδωσαν απαντήσεις διαφορετικές μεταξύ τους και αφορούν στα κάτωθι:

- Για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού απαιτείται περιφερειακός σχεδιασμός σε συνάρτηση με τον εθνικό σχεδιασμό και με τη συμμετοχή των ΟΤΑ σε ένα δίκτυο τριών επιπέδων
- Δημιουργία τοπικών τουριστικών επιτροπών στα πρότυπα του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων με συμμετοχή Δήμων, τοπικών φορέων και τοπικής Εκκλησίας που θα συνεργάζονται με την Πανελλαδική Επιτροπή
- Δέσμευση της Εκκλησίας της Ελλάδος για συγκεκριμένες δράσεις και σεβασμός από την πολιτεία και την κοινωνία όσων πρεσβεύει η πρώτη
- Συνεργασία δημόσιων φορέων και μητροπόλεων για ολοκληρωμένη καταγραφή των θρησκευτικών μνημείων
- Υιοθέτηση φιλικής στάσης και διάθεσης εκ μέρους ορθόδοξων φορέων για την ανταλλαγή και φιλοξενία χριστιανών άλλων δογμάτων
- Τόνωση του ενδιαφέροντος των Δήμων για τον θρησκευτικό τουρισμό καθώς μπορεί να συνεισφέρει τόσο στην τοπική οικονομία, όσο και στην προβολή τους
- Σήμανση σε θρησκευτικούς χώρους σε διάφορες ξένες γλώσσες
- Δημιουργία χάρτη θρησκευτικού περιπάτου ανά περιοχή με αναφορά σε σημαντικά ιστορικά και άλλα γεγονότα
- Δημιουργία «μύθου» γύρω από τον θρησκευτικό τουρισμό
- Ανάδειξη της μοναδικότητας των θρησκευτικών προορισμών
- Μελέτη και υιοθέτηση πετυχημένων μοντέλων από διεθνείς καλές πρακτικές
- Σύνδεση θρησκευτικού τουρισμού με βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη

Το ζήτημα της **προβολής – προώθησης** του επανασχεδιαζόμενου προϊόντος «θρησκευτικός τουρισμός» απασχόλησε τους συμμετέχοντες στην έρευνα οι οποίοι απάντησαν σε σχετικό ερώτημα του ερωτηματολογίου. Έτσι, ως καταλληλότερα μέσα και μέτρα προβολής αναφέρονται :

- Προβολή στα ΜΜΕ
- Διαδίκτυο και μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Έντυπος τύπος ειδικών ενδιαφερόντων
- Δημόσιες σχέσεις και lobbying
- Εκδηλώσεις θρησκευτικού ενδιαφέροντος σε εσωτερικό και εξωτερικό (π.χ. μεταφορά ιερών λειψάνων - αντικειμένων και θησαυρών που βρίσκονται σε μοναστήρια ή μουσεία σε μεγαλουπόλεις της υφηλίου)
- Συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις
- Word of mouth επικοινωνία
- Ειδικές διαφημιστικές καμπάνιες
- Fam trips
- Συνεργασία με εκκλησιαστικές αρχές άλλων χωρών
- Ενεργοποίηση Ιερών Μητροπόλεων και επίσημων φορέων, αλλά και Ελλήνων του εξωτερικού που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως πρεσβευτές της Ελλάδας στο εξωτερικό

Ως προς το επικοινωνιακό υλικό που προτείνεται να αναπτυχθεί για την προβολή της Ελλάδας ως διεθνής προορισμός θρησκευτικού τουρισμού επικεντρώνεται σε εξειδικευμένα σποτ, αφίσες, μπροσούρες, φυλλάδια και χάρτες.

Στο τελευταίο ερώτημα «ποια κατά τη γνώμη σας είναι η **καταλληλότερη δομή διαχείρισης του θρησκευτικού τουρισμού**», όλοι σχεδόν οι ερωτώμενοι ανέδειξαν μέσα από τις απαντήσεις τους ότι η διαχείριση αυτού του ειδικού τουριστικού προϊόντος απαιτεί την ανάπτυξη ενός συνεργατικού μηχανισμού – δομής στην οποία θα συμμετέχουν το κράτος - η πολιτεία (αρμόδια Υπουργεία), η Εκκλησία της Ελλάδος, η ΚΕΔΕ και ο ΣΕΤΕ. Ο μηχανισμός αυτός θα βρίσκεται σε συνεχή επικοινωνία με ομάδες εργασίας σε τοπικό επίπεδο με τη συμμετοχή Περιφερειών, Δήμων, Επιμελητηρίων και τοπικών επαγγελματιών τουρισμού.