

## Υπουργείο Τουρισμού

«Προετοιμασία Παραδοτέων» για την υλοποίηση της Δράσης  
«Εναλλακτικός Τουρισμός» (ALTTOUR) στο πλαίσιο του INTERREG IPA  
CBC GREECE-ALBANIA 2014-2020

### Παραδοτέο 3.2.2 Εκτίμηση Τοπικής Ανάλυσης - Συγκριτική Αξιολόγηση

Ημερομηνία Υποβολής	04/08/2023
------------------------	------------

ΤΕΧΝΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ



Λεωφ Κηφισίας 98, 11526, Αθήνα

Tel. 210 61794114

URL: [www.trek.gr-development.eu](http://www.trek.gr-development.eu)

email: [office@trek-development.eu](mailto:office@trek-development.eu)

## Ταυτότητα Παραδοτέου

Όνομα Έργου	ALTTOUR
Τίτλος Έργου	Alternative Tourism
Όνομα Σύμβασης	«Εκπόνηση Μελετών» για την υλοποίηση της Δράσης «Εναλλακτικός Τουρισμός» (ALTTOUR) στο πλαίσιο του INTERREG IPA CBC GREECE-ALBANIA 2014-2020
Αριθμός Σύμβασης	76/2023

Πακέτο Εργασίας	ΠΕ 3		
Παραδοτέο	Π3.2.2 Εκτίμηση Τοπικής Ανάλυσης - Συγκριτική Αξιολόγηση		
Έκδοση:	Τελικό Παραδοτέο	Date:	04/08/2023
Τύπος Παραδοτέου	Έκθεση	Page:	42
Διαβάθμιση Εγγράφου:	Εμπιστευτικό		
Συγγραφέας:	TREK Development		

## Πίνακας Τυπολογίας Παραδοτέων

	Κατηγορίες Παραδοτέων	Σκοπός / Επεξήγηση	Έγγραφο που το Προβλέπει & Ευθύνη Παραγωγής
	Παραδοτέο Έργου	Αποτελεί ενδιάμεσο/ τελικό παραδοτέο του Έργου ALTTOUR . Μπορεί να αποτελεί και εσωτερικό έγγραφο του εταιρικού σχήματος για την διευκόλυνση των διαδικασιών ή την οργάνωση του έργου. Επίσης μπορεί να αποτελεί διαχειριστικό έγγραφο του προγράμματος.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Εγκεκριμένη Πρόταση (ΕΠ)</li> <li>Εκάστοτε εταίρος, όπως προβλέπει η Πρόταση</li> </ul>
	Παραδοτέο Εταίρου	Αποτελεί αποκλειστικά ενδιάμεσο παραδοτέο που ετοιμάζουν οι εταίροι για την διευκόλυνση σύνταξης ενός παραδοτέου από τον υπεύθυνο για την σύνταξη του.  Δεν υπάρχει ρητή απαίτηση από την εγκεκριμένη πρόταση (Application Form) για την δημιουργία του και αποτελεί μέρος της μεθοδολογίας.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Χωρίς τυπική πρόβλεψη</li> <li>Εκάστοτε εταίρος, σύμφωνα με τις οδηγίες του υπεύθυνου σύνταξης του</li> </ul>
✓	Παραδοτέο Αναδόχου	Αποτελεί παραδοτέο του Αναδόχου προς την Αναθέτουσα Αρχή. Αυτό μπορεί να αποτελεί Παραδοτέο Έργου - Παραδοτέο Εταίρου ή και παραδοτέο που αφορά αποκλειστικά την διαδικασία της Σύμβασης Ανάθεσης.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Σύμβαση Αναθέτουσας Αρχής</li> <li>Ανάδοχος Έργου</li> </ul>
	Επιπλέον Παραδοτέο Αναδόχου	Αποτελεί παραδοτέο που ο Ανάδοχος συνέταξε για την διευκόλυνση των διαδικασιών ή την υποστήριξη της Αναθέτουσας Αρχής. Μπορεί να αποτελεί τυπικό παραδοτέο του έργου ή του εταίρου αλλά να μην είναι αντικείμενο της οικείας Σύμβασης.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Οικειοθελής συνεισφορά Αναδόχου</li> </ul>

Σημ.: Ένα παραδοτέο μπορεί να ανήκει σε παραπάνω από μία κατηγορίες (πχ. να είναι Παραδοτέο Εταίρου το οποίο δεν έχει προβλεφθεί στην ΑΦ, αλλά να έχει γίνει αντίστοιχη πρόβλεψη στη Σύμβαση του Αναδόχου άρα να αποτελεί και Παραδοτέο Αναδόχου)

## Πίνακας Περιεχομένων

<b>1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>4</b>
<b>2. ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ</b> .....	<b>5</b>
2.1 Συμπερασματικές Παρατηρήσεις Καλών Πρακτικών .....	11
<b>3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ</b> .....	<b>14</b>
<b>4. SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ALTTOUR</b> .....	<b>17</b>
<b>5. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b> .....	<b>20</b>
5.1 Κοινό Όραμα στην περιοχή ALTTOUR .....	20
<b>6. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ, ΜΕΤΡΑ ΚΑΙ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ</b> .....	<b>21</b>
Στρατηγικός στόχος 1: .....	21
Στρατηγικός στόχος 2 .....	24
Στρατηγικός στόχος 3 .....	26
Στρατηγικός στόχος 4: .....	28
<b>7. ΠΗΓΕΣ</b> .....	<b>41</b>

## 1. Εισαγωγή

Η παρούσα έκθεση στοχεύει να συνεχίσει στα βήματα της προηγούμενης έρευνας αξιολόγησης της υφιστάμενης κατάστασης των ιαματικών πηγών της περιοχής ALTTOUR. Πρωταρχικός της στόχος είναι να εντοπίσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της περιοχής με βάση τα μοναδικά χαρακτηριστικά της τουριστική της προσφοράς και τις διεθνείς καλές πρακτικές, προκειμένου να προτείνει ένα στρατηγικό όραμα για την περαιτέρω προβολή των ιαματικών πηγών της περιοχής ALTTOUR, συμπεριλαμβάνοντας τις απαιτούμενες ενέργειες και χρονοδιαγράμματα. Στα ακόλουθα κεφάλαια, αυτό επιτυγχάνεται εξετάζοντας πρώτα τις καλές πρακτικές προώθησης και αξιοποίησης του ιαματικού τουρισμού οι οποίες εφαρμόζονται σε άλλες χώρες αποφέροντας σπουδαία έσοδα σε αυτές. Μία πιο προσεκτική εξέταση των τελευταίων εξελίξεων και τάσεων που εμφανίζονται σε ανταγωνιστικές χώρες μπορεί να φανεί χρήσιμη για την ανάδειξη αποτελεσματικών στρατηγικών και σύγχρονων προσεγγίσεων οι οποίες μπορούν να υιοθετηθούν στην περιοχή ALTTOUR.

Εν συνεχεία, η συνολική αξιολόγηση της κατάστασης των τουριστικών προορισμών ιαματικών πηγών, θα έχει ως στόχο να εντοπίσει τους βασικούς παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν τη δημιουργία τουριστικών πακέτων για την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού στο έργο ALTTOUR. Μια σωστή αξιολόγηση είναι απαραίτητη για να διασφαλιστεί ότι ο τουρισμός στη διασυνοριακή περιοχή θα αποφέρει οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη, δίνοντας έμφαση στην ποιότητα και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα. Τα υπόλοιπα κεφάλαια του παρόντος εγγράφου περιλαμβάνουν μια ανάλυση SWOT για την αξιολόγηση της κατάστασης του εσωτερικού (δυνατά και αδύνατα σημεία) και του εξωτερικού περιβάλλοντος (ευκαιρίες και απειλές) των προορισμών των ιαματικών πηγών της ελληνικής διασυνοριακής περιοχής. Ακολουθεί η ανάπτυξη στρατηγικής, βασισμένης στις ευκαιρίες και τις απειλές που έχουν εντοπιστεί, για την προώθηση ιαματικού τουρισμού στη διασυνοριακή περιοχή, περιγράφοντας το κοινό στρατηγικό όραμα, στρατηγικούς στόχους, μέτρα και ενδεικτικές δράσεις. Τέλος, το έγγραφο παρουσιάζει ένα σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη, την προώθηση και την παρακολούθηση της προβλεπόμενης στρατηγικής, το οποίο αναφέρει τα σχετικά χρονοδιαγράμματα, τα ενδιαφερόμενα μέρη και τους δείκτες απόδοσης βάσει των οποίων μπορούν να αξιολογηθούν αυτές οι ενέργειες.

## 2. Καλές Πρακτικές

Αυτό το κεφάλαιο, σκοπό έχει να αποκαλύψει καλές πρακτικές και ανοδικές τάσεις στον τομέα του ιαματικού τουρισμού. Για το λόγο αυτό, διερευνούμε μια ποικιλία παραδειγμάτων κυρίως από ευρωπαϊκές χώρες, με αξιοσημείωτη τη συμπερίληψη της Ιαπωνίας που αποτελεί, αναμφισβήτητα, μία από τις χώρες που διαχειρίζονται, προωθούν και απολαμβάνουν εξαιρετικά οφέλη από τις ιαματικές πηγές που διαθέτουν. Τα κριτήρια επιλογής για ένταξη σε αυτή τη μελέτη περιστρέφονται γύρω από το αποδεδειγμένο ιστορικό της χώρας ως επιτυχημένου ιαματικού προορισμού, λαμβάνοντας υπόψη τις δαπάνες και τα έσοδα που προέρχονται από τον τουρισμό ευεξίας, όπως προσδιορίζονται στην πιο πρόσφατη έκδοση της διεθνώς αναγνωρισμένης έκθεσης «Global Wellness Tourism Report» (1). Η παρουσίαση των καλών πρακτικών στο πλαίσιο αυτής της έκθεσης επικεντρώνεται στην παροχή πληροφοριών για τα 3 ακόλουθα βασικά θέματα:

1. Πώς επιτεύχθηκε ή επιδιώχθηκε περαιτέρω ανάπτυξη της υπό εξέταση τουριστικής βιομηχανίας στο πλαίσιο τοπικών στρατηγικών, οι οποίες συνδέουν το τουριστικό προϊόν με την ιστορία και τα χαρακτηριστικά της περιοχής;
2. Τι ακριβώς περιλαμβάνει το προϊόν Ευεξίας σε κάθε περίπτωση και πιο συγκεκριμένα πώς οι ιαματικές πηγές ενσωματώνουν άλλες υπηρεσίες και προϊόντα στην τουριστική τους προσφορά;
3. Ποιες μέθοδοι προβολής των ιαματικών πηγών εφαρμόζονται για τη μεγιστοποίηση της προβολής και της προσέλκυσης τουριστών;

Συνεχίζουμε με τη διερεύνηση καλών πρακτικών με τη μελέτη μεμονωμένων χωρών ως εξής:

### **Αυστρία:**

Η Αυστρία φημίζεται για τα μαγευτικά αλπικά τοπία, την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και τα παγκοσμίου κλάσης χιονοδρομικά της κέντρα, ενώ έχει επίσης αναγνωριστεί ως πόλος έλξης ιαματικού τουρισμού. Βασισμένη στην αφθονία φυσικών ορυκτών και ιαματικών πηγών, η Αυστρία έχει αναπτύξει και προωθήσει με επιτυχία τις ιαματικές πηγές της ως μοναδικό τουριστικό αξιοθέατο. Η χώρα διαθέτει πολυάριθμες θερμές και μεταλλικές πηγές οι οποίες χρησιμοποιούνται εδώ και αιώνες για χαλάρωση, αναζωογόνηση και θεραπεία. Αυτές οι πηγές βρίσκονται σε γραφικές περιοχές, προσφέροντας στους επισκέπτες ένα ήρεμο περιβάλλον ευνοϊκό για ευεξία και χαλάρωση.

Για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων αυτών των φυσικών πόρων, η Αυστρία έχει αναπτύξει ένα ισχυρό δίκτυο υποδομών γύρω τους. Διάσημα κέντρα σπα και ευεξίας έχουν δημιουργηθεί σε κοντινή απόσταση από τις ιαματικές πηγές, παρέχοντας κορυφαίες εγκαταστάσεις για τους επισκέπτες. Αυτά τα κέντρα συνδυάζουν παραδοσιακές και σύγχρονες μεθόδους θεραπείας, όπως μεταλλικά λουτρά, λασποθεραπεία και μασάζ, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη εμπειρία ευεξίας. Προορισμοί όπως το Bad Gastein, το Bad Hofgastein και το Baden κοντά στη Βιέννη περιλαμβάνουν μια σειρά από θεραπείες, ιαματικά λουτρά και ξενοδοχεία ευεξίας μέσα σε εντυπωσιακά αλπικά τοπία. Μία από τις βασικές πτυχές του ιαματικού τουρισμού της Αυστρίας είναι η δέσμευσή της προς τη βιωσιμότητα. Η ανάπτυξη των εγκαταστάσεων σπα και ευεξίας έχει σχεδιαστεί προσεκτικά για να εξασφαλιστεί η ελάχιστη περιβαλλοντική επίπτωση, εφαρμόζοντας αυστηρούς κανονισμούς και οδηγίες για την προστασία της ποιότητας του νερού και τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος των ιαματικών πηγών. Επιπλέον, πολλά κέντρα ευεξίας βασίζονται σε φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές με γνώμονα την προώθηση της βιωσιμότητας, όπως η πλήρης ηλεκτροδότηση από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και οι οργανικές θεραπείες χαμηλού ή μηδενικού περιβαλλοντικού αντίκτυπου.

Η Αυστρία έχει καταφέρει να προβληθεί ως κορυφαίος προορισμός για ιαματικό τουρισμό. Οι προσπάθειες μάρκετινγκ της χώρας τονίζουν τα θεραπευτικά οφέλη των φυσικών πηγών της, στοχεύοντας παράλληλα και σε άτομα που αναζητούν ευεξία, χαλάρωση και αναζωογόνηση. Μέσω της αποτελεσματικής χρήσης οπτικοακουστικού υλικού, η Αυστρία χαρακτηρίζεται ως ένα καταφύγιο όπου οι επισκέπτες της μπορούν να ξεφύγουν από τα άγχη της καθημερινότητας και να αφεθούν σε μια ολιστική εμπειρία ευεξίας. Αυτή η εμπειρία περιλαμβάνει το πλούσιο τουριστικό προϊόν που έχει να προσφέρει η χώρα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και προωθεί διαφορετικά τουριστικά αξιοθέατα για μια μεγάλη ποικιλία ομάδων-στόχων. Αυτή η προβαλλόμενη εμπειρία προσαρμόζεται ανάλογα με την εποχή και την ομάδα-στόχο. Ειδικοί ιστότοποι και διαδικτυακές πλατφόρμες έχουν δημιουργηθεί για να προωθήσουν την τουριστική προσφορά υπό αυτήν την οπτική γωνία (4).

Προκειμένου να προσεγγίσει ένα παγκόσμιο κοινό, η Αυστρία έχει υιοθετήσει ολοκληρωμένες εκστρατείες μάρκετινγκ αξιοποιώντας διάφορα προωθητικά κανάλια. Αυτές οι εκστρατείες περιλαμβάνουν πρωτοβουλίες ψηφιακού μάρκετινγκ, όπως αλληλεπίδραση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, βελτιστοποιημένες μηχανές αναζήτησης και στοχευμένες διαδικτυακές διαφημίσεις. Επιπλέον, η Αυστρία συμμετέχει ενεργά σε διεθνείς ταξιδιωτικές εκθέσεις και εκθέσεις ευεξίας, αλληλοεπιδρώντας με επαγγελματίες του κλάδου αλλά και πιθανές ομάδες επισκεπτών. Οι συνεργασίες με εναλλακτικούς φορείς όπως οι διαδραστικοί bloggers ευεξίας,

influencers και διασημότητες έχουν αποδειχθεί εξαιρετικά αποτελεσματικές στην προώθηση του ιαματικού τουρισμού. Η συνεχής δημιουργία υλικού των εν λόγω φορέων συμβάλλει στη δημιουργία ενός «θορυβώδους» περιβάλλοντος προώθησης με στόχο την προσέλκυση νέου κοινού και την ταύτιση της χώρας με το κέντρο του ιαματικού τουρισμού. Η Αυστρία έχει επίσης καθιερώσει πρωτοβουλίες συνεργασίας με γειτονικές περιοχές και χώρες για τη θέσπιση κοινών πρακτικών και πλαισίων για τη χρήση και την προώθηση του λουτρού τουρισμού, όπως η περίπτωση της γεφύρωσης της Αυστρίας και της Σλοβενίας σε μια περιοχή ιαματικών λουτρών (5).

Τέλος, η Αυστρία έχει αντιληφθεί τη σημασία της συμμετοχής των τοπικών κοινοτήτων και των ενδιαφερόμενων μερών στην προώθηση του ιαματικού τουρισμού. Η στενή συνεργασία με περιφερειακά τουριστικά συμβούλια, τοπικές επιχειρήσεις και επαγγελματίες ευεξίας βοήθησε στη δημιουργία μιας συνεκτικής και αυθεντικής εμπειρίας για τους επισκέπτες. Με τη συμμετοχή της τοπικής κοινότητας, η Αυστρία διασφαλίζει ότι τα οφέλη του ιαματικού τουρισμού μοιράζονται, υποστηρίζοντας τη βιώσιμη ανάπτυξη τόσο σε περιφερειακό όσο και σε εθνικό επίπεδο. Αυτό επιτυγχάνεται επίσης με την αυξανόμενη εστίαση που δίνει η χώρα στην ενσωμάτωση κάθε μορφής τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του ιαματικού τουρισμού, στον αγροτικό τομέα της χώρας (3). Η επιτυχία της Αυστρίας στην ανάπτυξη και την προώθηση των ιαματικών πηγών αναδεικνύει τη δυνατότητα αξιοποίησης των φυσικών πόρων για τη δημιουργία μοναδικών και βιώσιμων τουριστικών εμπειριών. Με γνώμονα τη βιωσιμότητα, τη διαφήμιση και τη δέσμευση τοπικών φορέων, η Αυστρία έχει καθιερωθεί ως παγκόσμιος ηγέτης αυτής της εξειδικευμένης αγοράς.

### **Ουγγαρία:**

Η Ουγγαρία, γνωστή για την πλούσια ιστορία, την πολιτιστική της κληρονομιά και τα όμορφα τοπία της, έχει επιτύχει να βρίσκεται στο προσκήνιο των παγκόσμιων προορισμών ιαματικού τουρισμού. Ο ιαματικός τουρισμός της Ουγγαρίας βασίζεται στον πλούτο των φυσικών πόρων της. Ο τόπος είναι ευλογημένος με πολλές ιαματικές πηγές, μεταλλικά νερά και φαρμακευτική λάσπη, γνωστές για τις θεραπευτικές τους ιδιότητες. Αυτοί οι πόροι έχουν αξιοποιηθεί και εξελιχθεί σε κέντρα ευεξίας παγκόσμιας κλάσης, δημιουργώντας μια αναπτυσσόμενη βιομηχανία, με γνώμονα την ευεξία και τη χαλάρωση που εξυπηρετεί τόσο εγχώριους όσο και διεθνείς επισκέπτες. Για την επίτευξη αυτού, οι εθνικές αρχές συνεργάστηκαν με την Ουγγρική Ένωση Σπα για την ανάπτυξη μιας επίσημης μεθόδου πιστοποίησης όπου όλα τα ιαματικά λουτρά βαθμολογούνται με βάση την κλίμακα 1-5 (6).

Οι υποδομές της Ουγγαρίας για τον τουρισμό ιαματικών πηγών είναι καλά εδραιωμένη. Η χώρα έχει διατηρήσει και ανακαινίσει ιστορικά ιαματικά λουτρά, όπως τα λουτρά Széchenyi και Gellért στη Βουδαπέστη, τα οποία προσφέρουν στους επισκέπτες μια μοναδική εμπειρία που συνδυάζει την παράδοση και τις σύγχρονες ανέσεις(7). Επιπλέον, η Ουγγαρία έχει κατασκευάσει υπερσύγχρονα θέρετρα ευεξίας και ξενοδοχεία σε στρατηγικές τοποθεσίες, εξασφαλίζοντας προσβασιμότητα και ευκολία για τους ταξιδιώτες που αναζητούν θεραπεία και χαλάρωση. Η χώρα έχει επικεντρωθεί στη συμμετοχή της κοινότητας και την κοινωνική ευθύνη, διασφαλίζοντας ότι τα οφέλη του ιαματικού τουρισμού μοιράζονται με τις τοπικές κοινότητες. Αυτή η προσέγγιση συμβάλλει στη συνολική ευημερία και την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη των περιοχών όπου εντοπίζονται ιαματικές πηγές (8).

Η Ουγγαρία έχει προωθηθεί με επιτυχία ως κορυφαίος τουριστικός προορισμός με ιαματικές πηγές. Οι προσπάθειες branding αναδεικνύουν την πολιτιστική κληρονομιά, την ιστορική αρχιτεκτονική και το γραφικό περιβάλλον των ιαματικών λουτρών, δημιουργώντας μια ελκυστική και ξεχωριστή εικόνα. Αυτή η εικόνα προβάλλεται μέσω της ολοκληρωμένης διαδικτυακής -και μη- εκστρατείας μάρκετινγκ, της έντονης παρουσίας και προώθησης σε τουριστικές εκθέσεις και της χρήσης διαδραστικών φορέων μάρκετινγκ όπως bloggers, ταξιδιωτικοί δημοσιογράφοι και influencers.

Το τουριστικό προϊόν των ιαματικών πηγών έχει ενσωματωθεί στην πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της χώρας. Οι επισκέπτες μπορούν απολαύσουν παραδοσιακές τελετουργίες σπα, όπως τα περίφημα ουγγρικά ιαματικά λουτρά, τα οποία εφαρμόζονται εδώ και αιώνες. Ο συνδυασμός θεραπευτικών θεραπειών, προγραμμάτων ευεξίας και πολιτιστικής βύθισης ενισχύει τη συνολική απήχηση του ιαματικού τουρισμού της Ουγγαρίας(9). Ως αποτέλεσμα, ο τουρισμός ευεξίας αντιπροσωπεύει πλέον μια σημαντική πηγή εισοδήματος της χώρας, ενώ οι δαπάνες και η διάρκεια διαμονής των τουριστών για το προϊόν ευεξίας της χώρας είναι οι υψηλότερες μεταξύ όλων των τουριστικών προϊόντων που προσφέρει η χώρα(6).

### **Λιθουανία**

Η Λιθουανία έχει πλούσια και μακρά ιστορία τουρισμού ευεξίας, η οποία αντικατοπτρίζεται στον προγραμματισμό τουριστικής ανάπτυξης όπου ο τουρισμός υγείας προσδιορίστηκε ως ένας από τους τομείς προτεραιότητας. Η Λιθουανία προβάλλεται ως προορισμός υγείας και ευεξίας ταυτόσημος με την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών σε προσιτές τιμές. Περίπου το ένα τέταρτο των τουριστών που επισκέπτονται τη Λιθουανία μένουν σε επιχειρήσεις σχετικές με την ευεξία. Η Λιθουανία έχει ευνοϊκό μικροκλίμα για ανάκαμψη της υγείας, με δημιουργία τουριστικών προϊόντων ευεξίας τα οποία συνδυάζουν μία πληθώρα



φυσικών πόρων όπως μεταλλικό και ιαματικό νερό, ορυκτά με θεραπευτικές ιδιότητες, αλάτι, βότανα και κεχριμπάρι.

Παράδειγμα ανάπτυξης υπηρεσιών τουριστικής προσφοράς είναι η δημιουργία του Association of Lithuanian Resort Towns, μέσω του οποίου διάφορες παραθεριστικές πόλεις ακολουθούν έναν γενικό οδηγό για να εναρμονιστούν καλύτερα με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές αλλαγές, αξιοποιώντας παράλληλα τις υποδομές και τους φυσικούς πόρους πιο αποτελεσματικά. Οι τουριστικές πόλεις είναι ένας καλός τρόπος για συνδυασμό διαφορετικών τύπων τουρισμού, τη μείωση της τουριστικής εποχικότητας και την προσέλκυση επισκεπτών διαφορετικών ηλικιακών ομάδων. Η συνεχής έρευνα σε τομείς κατασκευής και αναβάθμισης βιώσιμων υποδομών, αναπαράγονται εύκολα μεταξύ των διαφόρων εμπλεκόμενων παραθεριστικών πόλεων (10).

Το μεγαλύτερο μέρος αυτού του ψυχαγωγικού και θεραπευτικού δυναμικού συγκεντρώνεται στους προορισμούς υγείας και ευεξίας των Palanga, Nida, Druskininkai και Birštonas. Σε αυτούς τους προορισμούς έχει χορηγηθεί νομικό καθεστώς λόγω των δυνατοτήτων τους και της συμμόρφωσής τους με τις αυστηρές απαιτήσεις για την παροχή τέτοιων υπηρεσιών που σχετίζονται με την υγεία.

Την 1η Μαρτίου 2023, ο Γερμανικός Εθνικός Οργανισμός για τη Διασυνοριακή Υγεία ανακοίνωσε ότι εξέδωσε επίσημα σύσταση προς τους Γερμανικούς Οργανισμούς Ασφάλισης Υγείας αναφορικά με τη μερική κάλυψη δαπανών Γερμανών ασφαλισμένων για τη χρήση των θεραπευτικών υπηρεσιών στα ιαματικά λουτρά της Λιθουανίας. Αυτή η σύσταση ενθαρρύνει ενεργά την επίσκεψη των θέρετρων υγείας στην περιοχή, προσελκύοντας κατά συνέπεια σημαντικό ενδιαφέρον προς τα ήδη εγκατεστημένα θέρετρα υγείας της Λιθουανίας. Αναμένεται ότι αυτή η εξέλιξη θα δημιουργήσει σημαντικό εισόδημα και θα ενισχύσει τη διασυνοριακή συνεργασία, ενώ θα μειώσει την εποχικότητα και θα αυξήσει τον μέσο αριθμό διανυκτερεύσεων στα λιθουανικά θέρετρα(11).

Τέλος, η βιομηχανία του τουρισμού ευεξίας στη χώρα είναι ιατρικά προσανατολισμένη. Τα ξενοδοχεία και τα ιατρικά σπα συνδυάζουν τη σύγχρονη τεχνολογία με τις παλιές παραδόσεις ευεξίας και θεραπευτικής αναψυχής. Ο τομέας υποστηρίζεται από καλά εκπαιδευμένο προσωπικό, συχνά με ιατρικό υπόβαθρο, και μεγάλο αριθμό επαναλαμβανόμενων πελατών. Υπάρχει επίσης και ένας αυξανόμενος αριθμός σύγχρονων πολυτελών ξενοδοχείων σπα και κέντρων διακοπών, τα οποία επικεντρώνονται σε «ήπιες» υπηρεσίες ευεξίας με στόχο να προσελκύσουν πελάτες που αναζητούν περιποίηση, εμπειρίες ομορφιάς, χαλάρωσης ή αυτοβελτίωσης. Ο τομέας ακολουθεί τις παγκόσμιες τάσεις όπου οι υπηρεσίες ευεξίας και

ιατρικού τουρισμού συνδυάζονται όλο και περισσότερο και οι επιχειρήσεις συχνά περιλαμβάνουν υπηρεσίες ευεξίας και θεραπευτικής αναψυχής στην ίδια εγκατάσταση(12).

## Τσεχία

Η Τσεχία αποτελεί μία ακόμη χώρα η οποία βάσισε την ανάπτυξη του ιαματικού της τουρισμού στην αξιοποίηση των πλούσιων φυσικών της πόρων. Οι ιαματικές της πηγές είναι συνυφασμένες με την πολιτιστική της κληρονομιά, καθιστώντας τες μια μοναδική και αυθεντική εμπειρία για τους επισκέπτες(13). Οι λουτροπόλεις όπως το Karlovy Vary και το Mariánské Lázně έχουν διατηρήσει την ιστορική γοητεία και την αρχιτεκτονική τους λαμπρότητα, προσφέροντας μια ματιά στο παρελθόν, μέσω σύγχρονων εγκαταστάσεων ευεξίας.

Ο ιαματικός τουρισμός της Τσεχίας περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα θεραπειών και υπηρεσιών για την κάλυψη διαφορετικών προτιμήσεων και αναγκών. Οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν μεταλλικά λουτρά, ποσιθεραπεία, λασποθεραπεία, θεραπείες σπα άλλες υπηρεσίες. Η ποικιλία στις προσφερόμενες υπηρεσίες διασφαλίζει ότι τα άτομα μπορούν να επιλέξουν την ιδανική υπηρεσία για τους συγκεκριμένους στόχους αποκατάστασης ή χαλάρωσης. Πρόσφατα, η Τσεχία εξέλιξε τις προσφερόμενες υπηρεσίες σπα σε προϊόν ευεξίας το οποίο που διατίθεται ως μέσο βελτίωσης της φυσικής κατάστασης. Το εν λόγω προϊόν περιλαμβάνει υπηρεσίες σπα, ψυχαγωγικές και αθλητικές δραστηριότητες αντιπροσωπεύοντας μια σημαντική τάση στην τουριστική βιομηχανία της χώρας (13).

Η Τσεχία έχει επενδύσει στην ανάπτυξη μιας σειράς άρτιων υποδομών για την υποστήριξη του ιαματικού τουρισμού. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας είναι τα τεράστια θέρετρα σπα και οι λουτροπόλεις. Αυτές οι λουτροπόλεις προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα καταλυμάτων, από πολυτελή ξενοδοχεία έως ενοικιαζόμενα δωμάτια, εξασφαλίζοντας στους επισκέπτες μια άνετη διαμονή. Οι εγκαταστάσεις ευεξίας, συμπεριλαμβανομένων των ιαματικών λουτρών, των κέντρων ευεξίας και των θέρετρων σπα, είναι πιστοποιημένες και εξοπλισμένες με σύγχρονες ανέσεις και έμπειρους επαγγελματίες για την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Οι ιαματικές πηγές της Τσεχίας είναι εύκολα προσβάσιμες τόσο για εγχώριους όσο και για διεθνείς επισκέπτες αξιοποιώντας ένα καλά συνδεδεμένο εθνικό δίκτυο μεταφορών από και προς τα μεγάλα αστικά κέντρα. Επιπλέον, το συμπαγές μέγεθος της Τσεχίας επιτρέπει στους επισκέπτες να εξερευνήσουν πολλούς προορισμούς ιαματικών πηγών σε μικρή απόσταση, μεγιστοποιώντας την εμπειρία ευεξίας τους. Ο τρόπος ανάπτυξης του τσέχικου ιαματικού τουρισμού, κατάφερε να προσελκύσει επισκέπτες με υψηλό μέσο όρο δαπανών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, μειώνοντας έτσι αποτελεσματικά την εποχικότητα του τουρισμού στη χώρα (13).

Ο ιαματικός τουρισμός της Τσεχίας χαρακτηρίζεται από μια ισχυρή δέσμευση για βιώσιμες πρακτικές. Η προστασία των φυσικών πόρων και του περιβάλλοντος πραγματοποιείται με αίσθημα υπερηφάνειας όπως και αποδεικνύεται από ένα αυστηρό σύστημα παρακολούθησης για τη διατήρηση της ποιότητας του νερού και τη διασφάλιση της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας των ιαματικών πηγών. Η χώρα πειραματίζεται επίσης με τρόπους αξιοποίησης των ιαματικών πηγών για παραγωγή γεωθερμικής ενέργειας (14).

### Ιαπωνία:

Η Ιαπωνία αποτελεί διαχρονικά έναν παγκόσμιο πρωτοπόρο στην ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού. Η κουλτούρα του onsen είναι ριζωμένη στην ιαπωνική παράδοση και θεωρείται θεραπευτική για τη σωματική και ψυχική ευεξία (15). Ωστόσο, η έννοια του onsen είναι πολύ βαθύτερη από το ζεστό νερό, συνδυάζοντας βασικά συστατικά όπως διατροφή, περιηγήσεις στα αξιοθέατα, άσκηση και χαλάρωση σε φυσικό περιβάλλον (16,17).

Σε όλα τα μήκη και τα πλάτη των γεωγραφικών ορίων της Ιαπωνίας υπάρχουν ιαματικές πηγές, προσφέροντας στους επισκέπτες πληθώρα επιλογών ανάλογα με τις ατομικές προτιμήσεις και απαιτήσεις τους. Η ανάπτυξη παγκοσμίου επιπέδου θέρετρων σπα, ryokans (παραδοσιακά πανδοχεία) και κέντρων ευεξίας προσφέρουν κορυφαίες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες στους πελάτες τους με την πλειονότητά αυτών να παρέχει ένα ευρύ φάσμα εναλλακτικών υπηρεσιών όπως μασάζ, θεραπείες ομορφιάς, αίθουσες διαλογισμού και υγιεινή κουζίνα. Ένα σημαντικό μέρος αυτών των παρεχόμενων υπηρεσιών βρίσκουν επίσης τις ρίζες τους στην ιαπωνική παράδοση, όπως μασάζ σιάτσου, πρακτικές διαλογισμού και λουτρά με βότανα. Αποδεικνύεται λοιπόν ότι ο ιαματικός τουρισμός στην Ιαπωνία αποτελεί, εκτός από μια θεραπεία ευεξίας και μια πολύ έντονη πολιτιστική εμπειρία.

Η προσοχή στη λεπτομέρεια και η αφοσίωση στην παροχή εξαιρετικών εμπειριών στους επισκέπτες συμβάλλουν στη φήμη της Ιαπωνίας ως ηγέτη στο συγκεκριμένο κλάδο. Η χώρα δίνει επίσης σημαντική έμφαση στην Καθαριότητα και την Υγιεινή μέσω των αυστηρών κανονισμών και των πρωτόκολλων που ακολουθούνται, προκειμένου να διασφαλιστεί η καθαρότητα και η ασφάλεια των νερών.

## 2.1 Συμπερασματικές Παρατηρήσεις Καλών Πρακτικών

Είναι προφανές ότι η διασυνοριακή περιοχή Αλβανίας-Ελλάδας βρίσκεται υπό έντονο ανταγωνισμό από άλλες ευρωπαϊκές χώρες οι οποίες προωθούν τις ιαματικές πηγές και υψηλής

ποιότητας υπηρεσίες ευεξίας/λουτρών. Η πλούσια γεωμορφολογία της ηπείρου ώθησε πολλές χώρες να συνδέονται με τις ιαματικές πηγές καθ' όλη την πολιτιστική τους ιστορία. Αυτή η σύνδεση οδήγησε σε μία σειρά επενδύσεων και υποδομών οι οποίες χαρακτηρίζουν ολόκληρες πόλεις ως «πόλεις SPA» ή «κέντρα ευεξίας». Είναι απολύτως σαφές από την αξιολόγηση της υπάρχουσας κατάστασης της περιοχής ALTTOUR, ότι η περιοχή δεν είναι επί του παρόντος σε θέση να υιοθετήσει αυτές τις πρακτικές με μεγάλη λεπτομέρεια, αλλά υπάρχουν μερικά πολύ σημαντικά μαθήματα που θα μπορούσαν να αντληθούν και να αξιοποιηθούν για την περαιτέρω ανάπτυξη του ALTTOUR. Αυτά αναφέρονται σε γενικές τάσεις και επαναλαμβανόμενες επιτυχημένες προσεγγίσεις σε κάθε προσπάθεια ανάπτυξης και προώθησης των ιαματικών πηγών ως τουριστικού προϊόντος. Οι κύριες καλές πρακτικές, τάσεις και γενικευμένες προσεγγίσεις που εντοπίστηκαν και σχετίζονται επίσης με την περιοχή ALTTOUR είναι οι ακόλουθες:

- Οι ιαματικές πηγές προωθούνται ολοένα και περισσότερο ως μέρος ενός ευρύτερου πλαισίου τουρισμού ευεξίας ή σπα που συνδυάζει μια σειρά προϊόντων ή υπηρεσιών άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένων με αυτές.
- Καταβάλλονται σημαντικές προσπάθειες για να διασφαλιστεί ότι η λειτουργία των κέντρων αξιοποίησης των ιαματικών πηγών όχι μόνο δεν είναι επιβλαβής για το περιβάλλον, αλλά, σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να αποφανθεί και ωφέλιμη για την προστασία του.
- Ο τουρισμός σπα και ευεξίας συνδέεται σε μεγάλο βαθμό και σχετίζεται με τα ιστορικά, πολιτιστικά και φυσικά πλεονεκτήματα της περιοχής/περιοχής.
- Η προώθηση των κέντρων ευεξίας καθοδηγείται από νέες μορφές διαδικτυακής διαφήμισης, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των δημιουργών περιεχομένου/influencers.
- Οι προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες έχουν σχεδιαστεί με σκοπό να καλύψουν διαφορετικές ανάγκες εξυπηρετώντας τον στόχο διεύρυνσης του προφίλ των δυνητικών επισκεπτών, συμπεριλαμβανομένων των οικογενειών και των νέων.
- Οι προσπάθειες που στοχεύουν στην παραγωγή επιστημονικού υποστηρικτικού υλικού για τα οφέλη των ιαματικών πηγών είναι συχνές σε χώρες που έχουν δεσμευτεί να προωθήσουν τον τουρισμό ευεξίας και σπα.
- Σε ορισμένες περιπτώσεις (Τσεχία-Γερμανία), η διασυνοριακή συνεργασία οδήγησε στην ασφαλιστική κάλυψη μέρους των δαπανών επίσκεψης σε ξένα κέντρα ευεξίας.

- Οι τρέχουσες ανοδικές τάσεις στον τουρισμό ευεξίας και στα δικαιολογούν σημαντικές επενδύσεις σε υποδομές.

### 3. Ανάλυση Τάσεων και Ανταγωνισμού

Ο τουρισμός ευεξίας, συμπεριλαμβανομένου του Spas & Springs, αντιπροσωπεύει το 14% των δαπανών σε όλους τους τομείς που σχετίζονται με την ευεξία στην Ευρώπη. Ανήλθε σε 160,3 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ για το έτος 2020 στην Ευρώπη. Η Ελλάδα και η Αλβανία ειδικότερα κατατάσσονται στην 47η (1036\$) και στην 82η (371\$) όσον αφορά τις κατά κεφαλήν δαπάνες ευεξίας και στην 45η (5,9%) και 18η (7,1%) ως προς το μερίδιο της Οικονομίας Ευεξίας στο ΑΕΠ(1). Αυτό αντανakλά, στην περίπτωση της Ελλάδας, ότι υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον για την έννοια της ευεξίας, όπως διαπιστώνεται από τη σχετική υψηλή κατά κεφαλήν δαπάνη. Οι Έλληνες πολίτες ξοδεύουν κατά μέσο όρο λίγο περισσότερο από χίλια δολάρια ετησίως για ευεξία, ενώ οι Αλβανοί έχουν σημαντικά χαμηλότερες δαπάνες, λόγω του χαμηλότερου επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης και εισοδημάτων της χώρας. Αυτό επιβεβαιώνεται επίσης από την έκθεση INΣΕΤΕ(18) η οποία εξετάζει στοιχεία για τον τουρισμό ευεξίας και καταλήγει στο συμπέρασμα ότι τα άτομα με υψηλό οικογενειακό εισόδημα προτιμούν τον τουρισμό ευεξίας σε, συγκριτικά, υψηλά ποσοστά (45-65% ανάλογα με τη χώρα προέλευσης) σε αντίθεση με χαμηλότερα εισοδήματα (0-4% ανάλογα με τη χώρα προέλευσης). Η ίδια μελέτη διαπιστώνει επίσης ότι η Ελλάδα αδυνατεί να προσελκύσει σημαντικά ποσοστά τουριστών ευεξίας σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, με μόνη εξαίρεση τους τουρίστες ευεξίας που προέρχονται από τη Ρωσία. Δεδομένου ότι η μελέτη διεξήχθη πολύ πριν από την έναρξη της σύγκρουσης Ουκρανίας-Ρωσίας, είναι φυσικό να αναμένεται ότι ο αριθμός των εισερχόμενων τουριστών ευεξίας από τη Ρωσία θα μειωθεί. Ακόμη, οι ιαματικές πηγές στην Ελλάδα παρουσιάζουν διαφορετικούς βαθμούς ανάπτυξης. Τα πιο προηγμένα τουριστικά κέντρα της χώρας για ιαματικές πηγές βρίσκονται στην Εύβοια και συγκεκριμένα στην Αιδηψό, έναν ιστορικά αναγνωρισμένο χώρο σπα και ευεξίας στην κεντρική Ελλάδα. Εκεί, τα υπάρχοντα θέρετρα είναι παρόμοια με τα αντίστοιχα της κεντρικής Ευρώπης, όπου το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει all inclusive ξενοδοχεία και παροχές οι οποίες δε συναντώνται στην περιοχή του ALTTOUR. Οι πρόσφατες προσπάθειες του Υπουργείου Τουρισμού για την περαιτέρω προώθηση των ιαματικών πηγών έχουν ενταθεί με στόχο την αύξηση της προβολής τους στο εξωτερικό, την προώθηση αποτελεσματικών πρακτικών διαχείρισης και τον επαναπροσδιορισμό των δραστηριοτήτων τους με βιώσιμες αξίες.

Από την άλλη πλευρά, ο διεθνής ανταγωνισμός έχει υποστεί σημαντικές αλλαγές τα τελευταία χρόνια. Τα περιοριστικά μέτρα του Covid-19 επηρέασαν αρνητικά τα θέρετρα ιαματικών πηγών σε όλο τον κόσμο, αλλά ταυτόχρονα ενίσχυσαν τη σημασία τους στην προστασία της δημόσιας υγείας. Αναδεικνύεται μια σαφής τάση, όπου οι ιαματικές πηγές χρησιμοποιούνται για την προώθηση ενός πληρέστερου και ολιστικού τουριστικού προϊόντος

ευεξίας που αντιμετωπίζει όχι μόνο τα ιατρικά ζητήματα που επικρατούν σε ηλικιωμένους, αλλά και τις ανησυχίες των νέων με βάση τους έντονους ρυθμούς της σύγχρονης καθημερινότητας. Περαιτέρω στρατηγικές που εφαρμόζονται για την προώθηση και τη βιώσιμη χρήση ιαματικών πηγών για τον τουρισμό περιλαμβάνουν την προώθηση των πόλεων ως προορισμών τουρισμού υγείας, την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, της ιστορικής αρχιτεκτονικής και τις ιδιαιτερότητες του τοπικού περιβάλλοντος. Πολλά θέρετρα ιαματικών πηγών αναδεικνύουν την ιστορική γοητεία και την αρχιτεκτονική των ιαματικών πηγών ενώ παρέχουν σύγχρονες εγκαταστάσεις ευεξίας. Αυτή η προσέγγιση στοχεύει στο να βρεθεί μια ισορροπία μεταξύ της διατήρησης της πλούσιας κληρονομιάς και της κάλυψης των σύγχρονων αναγκών ατόμων που αναζητούν ευεξία. Επιπρόσθετα, με την ανάδειξη της σημασίας των εναλλακτικών μορφών Τουρισμού, δίνεται προτεραιότητα στην προώθηση του ιαματικού τουρισμού και του τουρισμού ευεξίας σε εθνικό επίπεδο. Αυτή περιλαμβάνει τη δημιουργία πόλεων-θέρετρα εξυπηρετώντας την προσφορά ποικίλου φάσματος δραστηριοτήτων σε κοντινές μεταξύ τους αποστάσεις, απευθυνόμενες σε διαφορετικά προφίλ επισκεπτών. Στόχος είναι η αύξηση των διαθέσιμων επιλογών των τουριστών προκειμένου να εξασφαλίσει μια ολοκληρωμένη εμπειρία. Οι διάσημες εγκαταστάσεις ιαματικών πηγών ξεπερνούν την απλή προσφορά λουτρών και περιλαμβάνουν κορυφαίες ανέσεις όπως μασάζ, θεραπείες ομορφιάς, αίθουσες διαλογισμού και υγιεινή κουζίνα. Επιβάλλονται αυστηροί κανόνες υγιεινής για την εξασφάλιση εξαιρετικής ποιότητας υπηρεσιών και την ικανοποίηση των επισκεπτών. Σε μέρη με χαμηλή τουριστική κίνηση, η εστίαση μετατοπίζεται προς την προώθηση του ιαματικού τουρισμού ως κύριο προϊόν. Αυτό περιλαμβάνει τη δημιουργία συνεργειών μεταξύ των ιαματικών πηγών και των τοπικών επιχειρήσεων για τη δημιουργία μιας μοναδικής και δελεαστικής εμπειρίας για τους επισκέπτες.

Ειδικότερα, η Βουλγαρία, η οποία αποτελεί τον πλησιέστερο ανταγωνιστή της περιοχής ALTTOUR, αξιοποίησε την περίοδο περιοριστικών μέτρων της πανδημίας COVID-19 για να επενδύσει στις υποδομές της και να προωθήσει περαιτέρω τον ιαματικό τουρισμό ως το σημαντικό τουριστικό προϊόν της χώρας (19). Οι προσπάθειες για την σύζευξη του προϊόντος των ιαματικών πηγών με άλλα είδη τουρισμού είναι επίσης εμφανείς. Αυτές συνήθως περιλαμβάνουν 2 διαφορετικές προσεγγίσεις, όπως παρατηρούνται διεθνώς, οι οποίες μπορούν επίσης να συνδυαστούν για την περαιτέρω αύξηση των θετικών αποτελεσμάτων. Η πρώτη περιλαμβάνει την προώθηση των ιαματικών πηγών σε συνδυασμό με άλλα προϊόντα και υπηρεσίες ευεξίας, όπως υπηρεσίες σπα και καλλωπισμού και μια ολιστική προσέγγιση στον τουρισμό ευεξίας που συνδυάζει διαφορετικά τουριστικά προϊόντα. Η δεύτερη προσέγγιση είναι αυτή της σύνδεσης του προϊόντος των ιαματικών πηγών με την πολιτιστική κληρονομιά και την

ιστορία της περιοχής, όπως εμφανίζεται σε χώρες όπως η Ουγγαρία, η Ιαπωνία και η Βουλγαρία. Αυτή η προσέγγιση ισχύει για προορισμούς που διαθέτουν αρκετές διατηρητέες υποδομές ιαματικών λουτρών και μπορούν να αξιοποιήσουν ακόμη και την αρχιτεκτονική σημασία των κτιρίων των πηγών ως πόλο έλξης. Επιπλέον, η προώθηση των ιαματικών πηγών επιτυγχάνεται με εκτεταμένα μέτρα συμμετοχής σε τουριστικές εκθέσεις, καθώς και με την συμμετοχή προσωπικοτήτων μάρκετινγκ όπως influencers, bloggers και ταξιδιωτικούς δημοσιογράφους για τη δημιουργία μιας ελκυστικής και ξεχωριστής εικόνας. Αυτή η προώθηση δεν πραγματοποιείται μόνο με την κλασική προσέγγιση που επικεντρώνεται στα θεραπευτικά οφέλη των πηγών, αλλά μάλλον στην τοποθέτησή τους σε ένα ευρύτερο πλαίσιο ευεξίας που περιλαμβάνει μια σειρά από προορισμούς και δραστηριότητες.

Τέλος, η συνεργασία με ακαδημαϊκά ιδρύματα μπορεί να προσφέρει σημαντικά οφέλη και σταδιακά αναζητείται από οργανισμούς spa και ευεξίας(20). Τα ακαδημαϊκά ιδρύματα μπορούν να αποδειχθούν ύψιστης αξίας για την παροχή περαιτέρω υποστηρικτικών στοιχείων για τη θεραπευτική χρήση των ιαματικών πηγών και τα θετικά τους αποτελέσματα.



## 4. SWOT Ανάλυση της περιοχής ALTTOUR

Ύστερα από την ανάλυση του ανταγωνισμού και των τάσεων, η παρούσα ενότητα παρουσιάζει μια ανάλυση SWOT της περιοχής ALTTOUR. Ο στόχος της ανάλυσης είναι να επιτρέψει στα ενδιαφερόμενα μέρη να αξιολογήσουν τα πλεονεκτήματα, τις προκλήσεις και τις προοπτικές που συνδέονται με τις Ιαματικές Πηγές της περιοχής ALTTOUR και να παράσχει τελικά μια ολοκληρωμένη κατανόηση της τρέχουσας κατάστασής τους, ενώ παράλληλα εντοπίζει τομείς για πιθανή ανάπτυξη και βελτίωση. Η ανάλυση βασίζεται στην έρευνα που διεξήχθη στο πλαίσιο του τρέχοντος έργου και σε δεδομένα και γνώσεις που συλλέχθηκαν μέσω συνεντεύξεων και συζητήσεων με τις διαχειριστικές αρχές των ιαματικών πηγών της ελληνικής περιοχής ALTTOUR. Υπογραμμίζει 4 βασικούς τομείς, δηλαδή τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές. Αυτά καλύπτουν τόσο εσωτερικούς όσο και εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν τις ιαματικές πηγές της περιοχής ALTTOUR.

	Strengths	Weaknesses
<b>Εσωτερικό</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Αφθονία φυσικών πόρων. Η γεωγραφική θέση της περιοχής κατά μήκος της οροσειράς της Πίνδου σημαίνει ουσιαστικά την ύπαρξη πολλών διαφορετικών φυσικών μορφολογιών (βουνά, λίμνες, φαράγγια, ποτάμια κ.λπ.)</li><li>Ποικίλες θεραπευτικές αξίες και οφέλη για την υγεία μέσω των ιαματικών λουτρών</li><li>Όμορφο φυσικό τοπίο της περιοχής και τοποθεσίας των ιαματικών πηγών</li><li>Τρέχουσα αναβάθμιση υποδομών σε ορισμένες ιαματικές πηγές</li><li>Ύπαρξη πολύ σπάνιου φυσικού ατμόλουτρου (Αμάραντος)</li><li>Αυξημένη πολιτική συμμετοχή για την περαιτέρω προώθηση των ιαματικών πηγών</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Υπολειπτικές / ανεπαρκείς εγκαταστάσεις</li><li>Έλλειψη ενημέρωσης και αποτελεσματικής προβολής ακόμη και στους τοπικούς πληθυσμούς</li><li>Έλλειψη εξειδικευμένων επαγγελματιών για περαιτέρω βελτίωση της παροχής υπηρεσιών</li><li>Περιορισμένη μεταφορά από και προς τις πηγές</li><li>Εποχική λειτουργία των ιαματικών πηγών σημαίνει ότι δεν αξιοποιούνται τον υπόλοιπο χρόνο</li><li>Έλλειψη σύνδεσης ιαματικών λουτρών με άλλα τουριστικά προϊόντα της περιοχής</li><li>Έλλειψη εγκαταστάσεων φιλοξενίας</li><li>Υποδομές περιορισμένης προσβασιμότητας (για ΑμΕΑ)</li><li>Έλλειψη ή ασυνέπεια πληροφοριών σχετικά με τα θεραπευτικά οφέλη των ιαματικών νερών</li><li>Ανεξέλεγκτη χρήση ιαματικών νερών από επισκέπτες</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Έλλειψη τουριστικών οδηγών στα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα της περιοχής γύρω από τις ιαματικές πηγές</li> <li>• Απουσία πληροφοριακού συστήματος με βάσεις δεδομένων για την καταχώριση επισκέψεων.</li> </ul>
	<b>Opportunities</b>	<b>Threats</b>
<b>Εξωτερικό</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πολιτιστική κληρονομιά και αξιοθέατα, συμπεριλαμβανομένων αρχαιολογικών και θρησκευτικών χώρων και μουσείων</li> <li>• Εύκολη χερσαία πρόσβαση λόγω του σύγχρονου οδικού δικτύου (ειδικά στην ελληνική πλευρά)</li> <li>• Εγγύτητα σε προορισμούς ήλιου και θάλασσας (ακτογραμμή Αδριατικής-Ιονίου)</li> <li>• Ποικιλία τοπικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (χιονοδρομικά κέντρα, αγροτουρισμός, πεζοπορία, αθλήματα κ.λπ.)</li> <li>• Υφιστάμενες εγκαταστάσεις MICE στα Ιωάννινα με ισχυρή επισκεψιμότητα</li> <li>• Παραδοσιακά προϊόντα και κουζίνα συμπεριλαμβανομένων των προϊόντων ΠΟΠ και ΠΓΕ (Μετσοβόνη, Γαλοτύρι, Ξινό Νερό)</li> <li>• Διατίθενται τουριστικές επιλογές περιπέτειας με βάση τη φύση, όπως 6 χιονοδρομικά κέντρα, μονοπάτια πεζοπορίας, διαδρομές αναρρίχησης και υπαίθριες δραστηριότητες, όπως καγιάκ, αλεξίπτωτο πλαγιάς και άλλα</li> <li>• Καλή διασυνοριακή συνεργασία με την Αλβανία με καθιερωμένη ροή επισκεπτών</li> <li>• Ύπαρξη «Προστατευόμενης Περιοχής», με Εθνικά Πάρκα (πλούσια βιοποικιλότητα)</li> <li>• Παγκόσμιες τάσεις που ευνοούν τον εναλλακτικό τουρισμό και τον τουρισμό ευεξίας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δυσκολία προσέλκυσης / διατήρησης επαγγελματιών όλο το χρόνο στον τουριστικό τομέα</li> <li>• Περιβαλλοντική ρύπανση και υπερβολική χρήση πηγών</li> <li>• Ανταγωνισμός από καθιερωμένους προορισμούς (Άλλες ανεπτυγμένες πηγές σε Ελλάδα και Βουλγαρία)</li> <li>• Χαμηλός αριθμός διανυκτερεύσεων (και ημερήσιων δαπανών)</li> <li>• Ρυθμιστικές και νομικές προκλήσεις</li> <li>• Υψηλός επενδυτικός κίνδυνος απόδοσης</li> <li>• Περιορισμοί μεταφοράς</li> <li>• Ανεξέλεγκτη χρήση ιαματικών νερών από επισκέπτες</li> <li>• Έλλειψη κρατικών πόρων για επιστημονική έρευνα σε περιοχές με τουριστικό δυναμικό</li> <li>• Κόστος βελτίωσης προορισμού</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>Μπορεί εύκολα να προσελκύσει τουρίστες που επιδιώκουν να επισκεφθούν «ανεξερεύνητες» περιοχές.</li></ul>	
--	--	--

## 5. Στρατηγική Ανάπτυξης Ιαματικού Τουρισμού

Η θέσπιση στρατηγικής για τον τουρισμό ιαματικών πηγών είναι ζωτικής σημασίας για την περαιτέρω προώθηση της περιοχής ALTTOUR. Η στρατηγική πρέπει να παρουσιάζει ένα κοινό όραμα που θα καθοδηγεί τις μελλοντικές ενέργειες συνοδευόμενες από συγκεκριμένους στόχους που πρέπει να επιτευχθούν και ένα σύνολο μετρήσιμων δεικτών επιτυχίας.

### 5.1 Κοινό Όραμα στην περιοχή ALTTOUR

Η περιοχή ALTTOUR, στην Ελλάδα και την Αλβανία, μπορεί να προσφέρει μια μοναδική και αναζωογονητική εμπειρία σε μια περιοχή με άφθονη φυσική ομορφιά, πολιτιστική κληρονομιά και ιαματικές πηγές.

«Αξιοποιώντας τις τεράστιες δυνατότητες της περιοχής ALTTOUR, οραματιζόμαστε την ανάπτυξη ενός βιώσιμου και ολοκληρωμένου κόμβου ευεξίας που γιορτάζει τη θεραπευτική δύναμη των πηγών του μαζί με την πλούσια πολιτιστική ιστορία, τη φυσική ομορφιά και την πληθώρα τουριστικών επιλογών που μπορεί να προσφέρει. Το όραμά μας είναι να δημιουργήσουμε μια μεταμορφωτική εμπειρία προορισμού που τροφοδοτεί την ευημερία, διατηρεί τη φυσική ομορφιά της περιοχής και ενδυναμώνει τις κοινότητες που την αποκαλούν σπίτι τους».

## 6. Στρατηγικοί στόχοι, μέτρα και ενδεικτικές δράσεις

Η ακόλουθη ενότητα περιγράφει το στρατηγικό πλαίσιο όπως αποτελείται από ένα σύνολο στρατηγικών στόχων, μέτρων και προτεινόμενων δραστηριοτήτων καθώς και τα προτεινόμενα χρονοδιαγράμματα για την εφαρμογή τους.

Οι στρατηγικοί στόχοι της στρατηγικής ALTTOUR για την τουριστική ανάπτυξη προκύπτουν άμεσα από τη δήλωση οράματος και στοχεύουν στην επίτευξη αυτού του οράματος. Με βάση την τρέχουσα κατάσταση των ιαματικών πηγών και το γενικότερο τουριστικό προϊόν της περιοχής έχουν προσδιοριστεί 4 βασικοί στρατηγικοί στόχοι:

### Στρατηγικός στόχος 1:

**Υποστήριξη της διαδικασίας αναζωογόνησης των υποδομών των κύριων ιαματικών πηγών της περιοχής ALTTOUR και των γύρω περιοχών:** Οι υποδομές των περισσότερων υπό εξέταση ιαματικών πηγών πλαίσιο του έργου ALTTOUR είναι είτε περιορισμένες είτε εγκαταλειμμένες (Κιβωτός, Αγραπιδιές). Σε ορισμένες περιπτώσεις (πχ Πρέβεζα, Κόνιτσα) παρατηρείται ανάγκη ανακαίνισης και αναβάθμισης των υφιστάμενων ιαματικών πηγών, διασφαλίζοντας ότι πληρούν τα σύγχρονα πρότυπα άνεσης, ασφάλειας και προσβασιμότητας στο μέγιστο δυνατό βαθμό. Η δημιουργία νέων εγκαταστάσεων σε περιοχές με ανεπαρκή ή ανύπαρκτη υποδομή για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών είναι επίσης σημαντική. Ωστόσο, η αναβάθμιση, η ανακαίνιση και η κατασκευή υποδομών θα πρέπει πάντα να συμβαδίζουν με τη διαδικασία αναζωογόνησης που ευαισθητοποιεί την εκάστοτε τοπική κοινότητα σχετικά με τις διαθέσιμες υποδομές ή τις προσπάθειες που γίνονται για την αναβάθμισή της στις τοπικές κοινωνίες.

#### Μέτρα:

##### 1.1 Ιεραρχική χαρτογράφηση αναγκών υποδομής:

Η κατάσταση των υποδομών των ιαματικών πηγών στην περιοχή ALTTOUR παρουσιάζει μεγάλη διακύμανση. Ορισμένοι προορισμοί προσφέρουν περιορισμένες υποδομές παρέχοντας τις ελάχιστες υποτυπώδεις εγκαταστάσεις, ενώ άλλοι υπόκεινται σε συντήρηση και αναβάθμιση των υφιστάμενων εγκαταστάσεών τους. Η κατάσταση των υποδομών γύρω από τις ιαματικές πηγές θα επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τις δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης και ο προσδιορισμός και η ιεράρχηση των αναγκών κάθε πηγής είναι ζωτικής σημασίας. Αυτές οι ανάγκες θα πρέπει να προσδιορίζονται με βάση πρακτικά και βιώσιμα ολοκληρωμένα βήματα που μπορούν να

εφαρμοστούν προκειμένου να επιτευχθούν σταδιακές βελτιώσεις και όχι ένα δαπανηρό και μη ρεαλιστικό σενάριο που συνεπάγεται τεράστιες επενδυτικές απαιτήσεις. Όπου είναι δυνατόν, η συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα μπορεί να αποκαλύψει συμπληρωματικές ευκαιρίες και συνέργειες προκειμένου να μειωθεί περαιτέρω το κόστος των αναγκών υποδομής (π.χ. ο ιδιωτικός τομέας μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες διαμονής και εστίασης στις οποίες δεν χρειάζεται να επενδύσουν οι δημόσιοι φορείς διαχείρισης των πηγών).

Ενδεικτικές δραστηριότητες:

1.1.1. Δημιουργία στόχων και προτύπων σε επίπεδο υποδομών για την κάλυψη βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων αναγκών κάθε ιαματικής πηγής στην περιοχή ALTTOUR.

1.1.2. Διεξαγωγή σεμιναρίων και συναντήσεων με τις τοπικές κοινότητες για τον εντοπισμό ελλείψεων, τη διερεύνηση πιθανών συνεργασιών και τη λήψη σχολίων σχετικά με τους στόχους και τα πρότυπα υποδομής.

1.1.3. Ιεράρχηση των αναγκών με βάση βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα σενάρια.

## 1.2 Αύξηση της ορατότητας των ιαματικών πηγών και των προσπαθειών ALTTOUR.

Οι ιαματικές πηγές στην περιοχή ALTTOUR δεν έχουν υψηλά επίπεδα προβολής στην τοπική κοινωνία. Παρόλο που έχουν χρησιμοποιηθεί για αιώνες από τις τοπικές κοινότητες και διαδραμάτισαν αναπόσπαστο ρόλο στην πολιτιστική εξέλιξη των κοινοτήτων, τις τελευταίες δεκαετίες έχουν πέσει σε δυσμένεια και έχουν χρησιμοποιηθεί κυρίως από παλαιότερες γενιές που παραμένουν πιστές στις θεραπευτικές τους ιδιότητες. Η περαιτέρω αύξηση της ορατότητας των πηγών στην τοπική κοινωνία μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στη βελτίωση της φήμης τους, στη δέσμευση της κοινότητας, στην άσκηση πολιτικής πίεσης για περαιτέρω κυβερνητική υποστήριξη, στην εξασφάλιση συμμετοχής στις προσπάθειες του ALTTOUR και στην ανάδειξη των δυνατοτήτων συνεργασίας με ανεξάρτητους φορείς. Τελικά, αυτά τα μέτρα στοχεύουν στο να διασφαλίσουν ότι η τοπική κοινωνία συμμετέχει στις προσπάθειες ανάπτυξης των ιαματικών πηγών και επίσης αποτελούν τους καλύτερους «πρεσβευτές» τους ως τοπικούς μοχλούς προβολής και ευαισθητοποίησης.

Ενδεικτικές δραστηριότητες:

1.2.1 Δημιουργία συλλογικών συνεργασιών, με τη μορφή τοπικών ομάδων εργασίας, με τοπικές επιχειρήσεις και οργανισμούς. Αυτοί περιλαμβάνουν ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά γραφεία, κέντρα ευεξίας και τουριστικούς πίνακες.

1.2.2 Συμμετοχή στα τοπικά μέσα ενημέρωσης με δημοσιεύσεις που επικεντρώνονται στις θεραπευτικές πηγές

1.2.3 Διοργάνωση εκδηλώσεων της κοινότητας όπως εκθέσεις ευεξίας, σεμινάρια ή ξεναγήσεις για εκπαίδευση της τοπικής κοινότητας σχετικά με τις ιαματικές πηγές και τα οφέλη της περαιτέρω ανάπτυξής τους.

1.2.4 Σχεδιασμός και έκδοση προσκλήσεων ενδιαφέροντος για πιθανές Συμπράξεις Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα με σκοπό την ανάπτυξη υποδομών.

### 1.3 Αύξηση της ελκυστικότητας της περιοχής για προσέγγιση επενδυτών και ευκαιριών χρηματοδότησης.

Εκτός από τις προσπάθειες που προτείνονται για την αύξηση της προβολής μεταξύ των τοπικών κοινωνιών, τα μοναδικά χαρακτηριστικά και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής θα πρέπει να προωθηθούν σε ένα ευρύτερο, εσωτερικό και εξωτερικό κοινό. Το εύρος αυτής της προώθησης που υπογραμμίζει τις μεγάλες αναπτυξιακές δυνατότητες θα πρέπει να προωθηθεί από προσπάθειες προσέλκυσης επενδυτών που θα ενισχύσουν τις υποστηρικτικές υπηρεσίες στις οποίες βασίζεται ο τουρισμός ευεξίας ή θα επεκτείνουν άμεσα το περιεχόμενό του στην περιοχή ALTTOUR.

Ενδεικτικές δραστηριότητες:

1.3.1. Χαρτογράφηση των διαθέσιμων πηγών χρηματοδότησης και ευκαιριών

1.3.2. Ανάπτυξη πλαισίου και μεθοδολογίας προσέγγισης δυνητικών επενδυτών

1.3.3. Συμμετοχή σε διεθνή και εθνικά τουριστικά φόρα και εκθέσεις

1.3.4 Σύνταξη και έκδοση προσκλήσεων ενδιαφέροντος από τους φορείς διαχείρισης των ιαματικών πηγών για πιθανές συμπράξεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για την ανάπτυξη και τη διαχείριση των υποδομών.

## Στρατηγικός στόχος 2

**Ανάπτυξη ολοκληρωμένου προϊόντος τουρισμού ευεξίας μέσω του συνδυασμού των ποικίλων διαθέσιμων προϊόντων και υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή ALTTOUR.** Η αξιοποίηση διαφορετικών τουριστικών προϊόντων ή υπηρεσιών που παρέχονται στην περιοχή, σε ένα κοινό τουριστικό πακέτο είναι υψίστης σημασίας. Συγκεκριμένα, λαμβάνοντας υπόψη τις περιορισμένες υποδομές που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στις ιαματικές πηγές, γίνεται φανερό ότι οι ιαματικές πηγές της περιοχής βρίσκονται σε σημαντικά ασθενέστερη θέση σε σύγκριση με άλλους εσωτερικούς ή εξωτερικούς ανταγωνιστές. Η μέση ιαματική πηγή της περιοχής είναι πολύ μικρότερη και προσφέρει λιγότερες υπηρεσίες από αυτές που θα μπορούσαν να προσφέρουν τα αντίστοιχα θέρετρα ιαματικών πηγών, καθιστώντας τη διάρκεια διαμονής του τουρίστα για μεγαλύτερες περιόδους πιο δύσκολη. Προκειμένου να αντιμετωπιστεί αυτός ο περιορισμός, η ευρύτερη περιοχή θα πρέπει να χρησιμοποιήσει το τουριστικό της συγκριτικό πλεονέκτημα που μπορεί να βρεθεί στην αφθονία αξιοθέατων και υπηρεσιών που σχετίζονται με την ευεξία που μπορεί να προσφέρει. Αυτά περιλαμβάνουν:

1. Αγροτουρισμός (προϊόντα ΠΟΠ)
2. Τουρισμός με βάση τη φύση/περιπέτεια (Πεζοπορία, Canyoning, Rafting, Σκι, Αναρρίχηση, Αλεξίπτωτο πλαγιάς, Καταδύσεις κ.λπ.)
3. Οικοτουρισμός και γεωτουρισμός (διαδρομές E4 και E6, βουνά, ποτάμια, λίμνες, γεωπάρκα και προστατευόμενες περιοχές)
4. Οινοτουρισμός και Γαστρονομία (Δρόμοι κρασιού, γευσιγνωσία τοπικών φαγητών)
5. Θαλάσσιος τουρισμός
6. Τουρισμός MICE (συνεδριακός)
7. Πολιτιστικός και Θρησκευτικός Τουρισμός: θρησκευτικά, αρχαιολογικά και ιστορικά αξιοθέατα (εκκλησίες, μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι)
8. Τοπική χειροτεχνία

### Μέτρα:



## 2.1 Δημιουργία και διατήρηση μιας κεντρικής βάσης δεδομένων με προσφερόμενες υπηρεσίες συνδεδεμένες με την ευεξία στην περιοχή ALTTOUR

Για να μπορούν να εντοπιστούν ευκαιρίες για συνέργειες μεταξύ διαφορετικών τουριστικών προσφορών ALTTOUR, συμπεριλαμβανομένων υπηρεσιών, προϊόντων και αξιοθέατων, πρέπει πρώτα να υπάρχει ένα μητρώο στο οποίο αυτά θα καταγράφονται. Αυτό το μητρώο θα πρέπει να ενημερώνεται μέσω της συμπερίληψης νέων στοιχείων και της επαναξιολόγησης υφιστάμενων ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Κάθε στοιχείο θα πρέπει να αξιολογείται με βάση την ικανότητά του να ενσωματώνεται σε μια προσφορά τουρισμού ευεξίας μέσω της εξέτασης διαφορετικών παραμέτρων όπως η γεωγραφική εγγύτητα, η θεματική συνάφεια και οι πιθανές συνέργειες με άλλα είδη.

Ενδεικτικές δραστηριότητες:

2.1.1. Προσδιορισμός και χαρτογράφηση προϊόντων και υπηρεσιών ευεξίας που υπάρχουν ήδη στην περιοχή

2.1.2. Δημιουργία μητρώου μαζί με τη δημιουργία πλαισίου αξιολόγησης προϊόντων και υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού.

2.1.3. Αξιολόγηση ειδών ευεξίας από το μητρώο

2.1.4. Αύξηση της ευαισθητοποίησης στις τοπικές κοινωνίες μέσω ημερίδων ενημέρωσης και ανοιχτών συζητήσεων

2.1.5. Συγκρότηση ετήσιας ομάδας έργου σχετικών φορέων για την ενημέρωση του μητρώου.

## 2.2 Αναβάθμιση των υφιστάμενων προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων που σχετίζονται με την ευεξία και δημιουργία νέων

Ξεκινώντας από το τρέχον εξεταζόμενο όραμα της περιοχής ALTTOUR, τα υπάρχοντα τουριστικά προϊόντα μπορούν να αναβαθμιστούν περαιτέρω, ώστε να ενσωματωθούν ευκολότερα σε ένα πολυδιάστατο προϊόν ευεξίας για την περιοχή. Η διαδικασία περιλαμβάνει αναβαθμίσεις τόσο στην ποιότητα του προϊόντος, όσο και στην ορατότητά του στο εσωτερικό και το εξωτερικό. Το δεύτερο στοιχείο, η ορατότητα, είναι πολύ σημαντικό καθώς οι πιο απομονωμένες ιαματικές πηγές υποφέρουν από σημαντικά χαμηλή προβολή, όπως αναγνωρίζεται από την πρωτογενή έρευνα που διεξήχθη ως μέρος του παραδοτέου 3.2.1.

## Προτεινόμενες Δραστηριότητες:

- 2.2.1. Ανάπτυξη κατευθυντήριων γραμμών για τον εντοπισμό προϊόντων/ υπηρεσιών/ αξιοθεάτων που σχετίζονται με την ευεξία
- 2.2.2. Σχεδιασμός και διεξαγωγή σεμιναρίων για την ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων
- 2.2.3. Ανάπτυξη ολοκληρωμένων προσφορών τουριστικών πακέτων για τον Τουρισμό Ευεξίας
- 2.2.4. Ανάπτυξη Τοπικών Συμφωνιών Ποιότητας μεταξύ των σχετικών ενδιαφερόμενων μερών

## Στρατηγικός στόχος 3

**Επέκταση της τουριστικής ζήτησης και αναβάθμιση της υπάρχουσας προσφοράς:** Οι περισσότερες από τις ιαματικές πηγές σήμερα χαρακτηρίζονται από χαμηλή έως μηδενική τουριστική κίνηση για τουλάχιστον 9 μήνες ετησίως, ενώ υπολειτουργούν κατά τη διάρκεια των υπόλοιπων τριών. Αποτέλεσμα αυτού είναι ότι η περιοχή παρουσιάζει χαμηλότερες τουριστικές εισροές από αυτές που θα μπορούσε να φιλοξενήσει, ενώ οι τουριστικές υποδομές παραμένουν αναξιοποίητες για το μεγαλύτερο μέρος του έτους. Η παράταση της περιόδου λειτουργίας των ιαματικών πηγών μπορεί να αποφέρει θετικά αποτελέσματα για την περιοχή τα οποία δεν περιορίζονται -στη ζητούμενη- αύξηση των τουριστικών εισροών. Μέσω της λειτουργίας τους για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα, οι πηγές μπορούν να φιλοξενήσουν περισσότερους ανθρώπους, να απασχολήσουν επαγγελματίες σε πιο τακτική βάση και να προσφέρουν οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες όλο το χρόνο. Επιπλέον, αυτός ο στόχος αποσκοπεί στην αύξηση τόσο του μέσου όρου διανυκτερεύσεων στην περιοχή, όσο της ημερήσιας δαπάνης ανά επισκέπτη, προκειμένου να προσεγγίσει τον εθνικό μέσο όρο και να διασφαλίσει υψηλότερες οικονομικές εισροές στην περιοχή.

### Μέτρα:

3.1. Μείωση της εξάρτησης από τον καλοκαιρινό τουρισμό, δημιουργώντας ισχυρή σύνδεση μεταξύ του ιαματικού τουρισμού και άλλων δραστηριοτήτων ευεξίας κατά τη διάρκεια των υπόλοιπων εποχών.

Η επέκταση της τουριστικής ζήτησης πέραν των καλοκαιρινών μηνών της κατεξοχήν υψηλής τουριστικής δραστηριότητας, αποτελεί επίκαιρο στόχο όχι μόνο σε περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, αλλά σε διεθνές. Η περιοχή προσφέρει ένα πολύ ποικίλο και μοναδικό

τουριστικό προϊόν που μπορεί να εξυπηρετήσει τους επισκέπτες σε διάφορες εποχές του χρόνου. Ο αγροτουρισμός βασίζεται σε εργασίες που διεξάγονται κοντά στη φύση σε εποχιακή βάση (π.χ. σπορά, κλάδεμα, συγκομιδή). Περιπέτειες και αθλήματα που βασίζονται στη φύση είναι επίσης διαθέσιμα σε ετήσια βάση με ορισμένα από τα στοιχεία του να είναι πραγματικά ισχυρά κατά τη διάρκεια της κρύας περιόδου (π.χ. σκι). Ο εντοπισμός τέτοιων στοιχείων και η ενσωμάτωσή τους σε ειδικά σχέδια για την παροχή τουριστικών υπηρεσιών εκτός εποχής είναι απαραίτητα στοιχεία για την παράταση της τουριστικής περιόδου.

Ενδεικτικές δραστηριότητες:

3.1.1. Θέσπιση κριτηρίων επιλογής και δυναμικότητας τουριστικής προσφοράς εκτός εποχής

3.1.2. Αξιολόγηση της ικανότητας κάθε ιαματικής πηγής να λειτουργεί εκτός εποχής και προσδιορισμός προληπτικών παραγόντων και κριτηρίων μετριασμού

3.1.3. Προσδιορισμός και αξιολόγηση χωρητικότητας δραστηριοτήτων εκτός εποχής, προορισμών, προϊόντων και υπηρεσιών στην περιοχή ALTTOUR

3.1.4. Ανάπτυξη ολοκληρωμένων πακέτων ευεξίας εκτός εποχής και τουριστικών προσφορών, συμπεριλαμβανομένων των ιαματικών πηγών που κρίνονται κατάλληλες για λειτουργία εκτός εποχής

### 3.2. Αύξηση της προβολής και της ορατότητας του προορισμού και της επωνυμίας ALTTOUR

Μετά τον εντοπισμό και την επιλογή των σχετικών τουριστικών προσφορών ευεξίας της περιοχής ALTTOUR, η ενοποίηση νέων πρωτοβουλιών μάρκετινγκ για την προώθηση του ALTTOUR θα διασφαλίσει την προώθηση της νέας εικόνας της περιοχής και την ενημέρωση μεγαλύτερου εσωτερικού και εξωτερικού τουριστικού κοινού για τις ευκαιρίες που παρέχει.

Ενδεικτικές δραστηριότητες:

3.2.1. Δημιουργία στρατηγικής branding και καθορισμός της κοινής ταυτότητας

3.2.2. Ανάπτυξη τουριστικού οδηγού στην περιοχή ALTTOUR

3.2.3. Οργάνωση εσωτερικών και εξωτερικών δραστηριοτήτων προώθησης

3.2.4. Συνεργασία με την ακαδημαϊκή κοινότητα για την παροχή υποστήριξης έρευνας για τα οφέλη των θεραπευτικών πηγών.

## Στρατηγικός στόχος 4:

**Δημιουργία μόνιμου πλαισίου συνεργασίας μεταξύ των σχετικών ενδιαφερόμενων μερών για συντονισμό και από κοινού ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας της περιοχής ALTTOUR:** Η περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας στην περιοχή ALTTOUR προϋποθέτει τη στενή συνεργασία μεταξύ διάφορων φορέων, προκειμένου να επιτευχθεί ουσιαστική πρόοδος. Η συνεργασία θα πρέπει να περιλαμβάνει κυβερνητικές αρχές που είναι αρμόδιες για τη λειτουργία των ιαματικών πηγών (συνήθως Δημοτικές αρχές), ιδιωτικές αρχές που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού όπως ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά γραφεία, εστιατόρια, κοινωνία των πολιτών όπως ανεξάρτητοι σύλλογοι ή ΜΚΟ που μπορούν να παρέχουν τοπική συμβολή και προβολή και τέλος ακαδημαϊκά ιδρύματα όπως το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων. Αυτοί οι οργανισμοί θα μπορούσαν να συγκεντρωθούν σε καθιερωμένα δίκτυα συνεργασίας προκειμένου να μεγιστοποιήσουν τις προσπάθειές τους και να αξιοποιήσουν πιθανές συνέργειες για την επίλυση κοινών προβλημάτων και την προώθηση της περιοχής ALTTOUR. Οι προσπάθειες από κοινού από τέτοια δίκτυα που συνδυάζουν την τετραπλή έλικα των ενδιαφερόμενων μερών μπορούν να επηρεάσουν και να ενημερώσουν την πρόοδο σε όλους τους στρατηγικούς στόχους του έργου.

Μέτρα:

### 4.1 Υποστήριξη της ανάπτυξης του τοπικού μοντέλου διαχείρισης και της ιδιοκτησίας της επωνυμίας ALTTOUR.

Αυτό το μέτρο είναι σημαντικό για τη βιωσιμότητα και την προώθηση της επωνυμίας ALTTOUR. Όπως και σε κάθε προορισμό, το κλειδί είναι να διασφαλιστεί ότι διατηρείται μια υγιής και συνεχής ανάπτυξη και προώθηση. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να καθιερωθεί μια κοινή διαδικασία στρατηγικής απόφασης μαζί με ένα μοντέλο διαχείρισης. Αυτό το μοντέλο θα πρέπει να σκιαγραφεί τη συγκεκριμένη ιεραρχία και λειτουργική δομή η οποία θα πρέπει να καθοδηγείται από έναν ενιαίο οργανισμό ή εταιρεία που θα επιβλέπει και θα καθορίζει όλα τα καθήκοντα που σχετίζονται με τη δημιουργία και την προώθηση της κοινής τουριστικής προσφοράς. Θα είναι επίσης υπεύθυνοι να έρχονται σε επαφή με όλους τους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς και να ακολουθούν τις διεθνείς τάσεις και τον ανταγωνισμό της αγοράς.

Οι τελευταίοι θα έχουν το ρόλο του να αξιοποιούν και να προβάλουν πακέτα προσφορών ώστε να προσελκύσουν περισσότερο τις τουριστικές ροές επαναλαμβανόμενων επισκεπτών (π.χ. Αλβανοί διασυνοριακοί υπάλληλοι οι οποίοι διασχίζουν τακτικά την ευρύτερη περιοχή ALTTOUR) και να αυξήσουν την ορατότητα της προσφοράς της περιοχής.

Ενδεικτικές δραστηριότητες:

4.1.1. Σύσταση από κοινού ενός διοικητικού οργάνου για την επωνυμία ALTTOUR.

4.1.2 Διεξαγωγή σεμιναρίων για την προσέγγιση βασικών ενδιαφερόμενων μερών του μοντέλου διαχείρισης επωνυμίας ALTTOUR.

4.1.3. Σύνταξη πρακτικών οδηγιών για τη χρήση της επωνυμίας ALTTOUR

4.1.4. Σύνταξη ετήσιων εκθέσεων των τάσεων του ανταγωνισμού και διάδοση των αποτελεσμάτων σε βασικά ενδιαφερόμενα μέρη

**Στρατηγικός Στόχος 1: Υποστήριξη της διαδικασίας αναζωογόνησης των υποδομών των κύριων ιαματικών πηγών της περιοχής ALTTOUR και των γύρω περιοχών:**

**Μέτρο 1.1: Ιεραρχική χαρτογράφηση αναγκών υποδομής**

Δραστηριότητα #	Επίπεδο προτεραιότητας (1-3 <sup>1</sup> )	Χρονικό πλαίσιο	Κύριος εταίρος	Άλλοι εταίροι	Δείκτες
1.1.1. Δημιουργία στόχων και προτύπων σε επίπεδο υποδομών για την κάλυψη βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων αναγκών κάθε ιαματικής πηγής στην περιοχή ALTTOUR	1	Τρίμηνο Α-Β- Έτος 1 - Να Δημιουργηθούν Υπό Εξέλιξη	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	-	# Master Plans που συντάχθηκαν/ επικαιροποιήθηκαν
1.1.2. Διεξαγωγή σεμιναρίων και συναντήσεων με τις τοπικές κοινότητες για τον εντοπισμό ελλείψεων, τη διερεύνηση πιθανών συνεργασιών και τη λήψη σχολίων σχετικά με τους στόχους και τα πρότυπα υποδομής.	1	Τρίμηνα Β - Γ - Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τοπική πολιτική κοινωνία, Πολίτες	# Πραγματοποιημένων σεμιναρίων # συμμετεχόντων στα σεμινάρια

<sup>1</sup> Ο χαμηλότερος αριθμός (1) δηλώνει την υψηλότερη προτεραιότητα

1.1.3. Ιεράρχηση των αναγκών με βάση βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα σενάρια.	1	Τρίμηνα Γ - Δ - Έτος 1 Τρίμηνο Α - Έτος 2	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	-	# βραχυ/μακροπρόθεσμων σεναρίων  # αναγκών υποδομής που έχουν υψηλή προτεραιότητα
<b>Στρατηγικός Στόχος 1: Υποστήριξη της διαδικασίας αναζωογόνησης των υποδομών των κύριων ιαματικών πηγών της περιοχής ALTTOUR και των γύρω περιοχών:</b>					
<b>Μέτρο 1.2: Αύξηση της ορατότητας των ιαματικών πηγών και των προσπαθειών ALTTOUR</b>					
1.2.1 Δημιουργία συλλογικών συνεργασιών, με τη μορφή τοπικών ομάδων εργασίας, με τοπικές επιχειρήσεις και οργανισμούς. Αυτά περιλαμβάνουν ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά γραφεία, κέντρα ευεξίας και τουριστικούς πίνακες.	1	Τρίμηνο Α- Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τοπικοί ενδιαφερόμενοι φορείς, συμπεριλαμβανομένων ξενοδοχείων, ταξιδιωτικών γραφείων, κέντρων ευεξίας και τουριστικών συλλόγων.	# συγκροτημένες ομάδες εργασίας # τουριστικών επιχειρήσεων ενταγμένων σε ομάδες εργασίας # τοπικών ταξιδιωτικών γραφείων ενταγμένων σε ομάδες εργασίας # τουριστικές ενώσεις ενταγμένες σε ομάδες εργασίας
1.2.2 Συμμετοχή στα τοπικά μέσα ενημέρωσης σε δημοσιεύσεις που	1	Τρίμηνο Β-Γ- Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Φορείς Τοπικής/Περιφερειακής	# ενδιαφερόμενων μερών και εταιρών

επικεντρώνονται στις θεραπευτικές πηγές				Ανάπτυξης, Περιφερειακή αυτοδιοίκηση	
1.2.3 Διοργάνωση εκδηλώσεων της κοινότητας όπως εκθέσεις ευεξίας, σεμινάρια ή ξεναγήσεις για εκπαίδευση της τοπικής κοινότητας σχετικά με τις ιαματικές πηγές και τα οφέλη της περαιτέρω ανάπτυξής τους	1	Τριμηνο Γ - Έτος 1 - και ύστερα	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τοπική Αυτοδιοίκηση	# αναγνωρισμένων ενδιαφερόμενων μερών και εταίρων (επικαιροποιημένος)
1.2.4 Σχεδιασμός και έκδοση προσκλήσεων ενδιαφέροντος για πιθανές Συμπράξεις Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα για την ανάπτυξη υποδομών.	1	Τρίμηνο Δ4- Έτος 1 και για όσο χρειαστεί	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Φορείς Τοπικής/περιφερειακής Ανάπτυξης, Τοπική και περιφερειακή αυτοδιοίκηση	# ποσό της χρηματοδότησης που εξασφαλίστηκε σε ετήσια βάση
<b>Στρατηγικός Στόχος 1: Υποστήριξη της διαδικασίας αναζωογόνησης των υποδομών των κύριων ιαματικών πηγών της περιοχής ALTTOUR και των γύρω περιοχών:</b>					
<b>Μέτρο 1.3: Αύξηση της ελκυστικότητας της περιοχής για προσέγγιση επενδυτών και ευκαιριών χρηματοδότησης</b>					
1.3.1. Χαρτογράφηση των διαθέσιμων πηγών χρηματοδότησης και ευκαιριών	1	Τρίμηνο Δ - Έτος1	Τοπικές/Περιφερειακές/ Εθνικές Αναπτυξιακές Υπηρεσίες	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	# αναγνωρισμένων πηγών χρηματοδότησης



1.3.2. Ανάπτυξη πλαισίου και μεθοδολογίας προσέγγισης δυναμικών επενδυτών	1	Τρίμηνο Α-Β - Έτος 2	Τοπικές/Περιφερειακές/Εθνικές Αναπτυξιακές Υπηρεσίες	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	# πλαισίων που αναπτύχθηκαν
1.3.3. Συμμετοχή σε διεθνή και εθνικά τουριστικά φόρουμ και εκθέσεις	1	Έτος 1 και ύστερα	Τοπικές/Περιφερειακές/Εθνικές Αναπτυξιακές Υπηρεσίες Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών		# συμμετοχών σε εκδηλώσεις / συνέδρια # συμμετοχών σε εκδηλώσεις / συνέδρια με προωθητική παρουσία
1.3.4 Σύνταξη και έκδοση προσκλήσεων ενδιαφέροντος από τους φορείς διαχείρισης των ιαματικών πηγών για πιθανές συμπράξεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για την ανάπτυξη και τη διαχείριση των υποδομών.	2	Τρίμηνο Δ - Έτος 2	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τοπική / περιφερειακή αυτοδιοίκηση	# προσκλήσεων # ΣΔΙΤ # Χρηματοδότησης μέσω ΣΔΙΤ
<b>Στρατηγικός Στόχος 2: Ανάπτυξη ολοκληρωμένου προϊόντος τουρισμού ευεξίας μέσω του συνδυασμού των ποικίλων προϊόντων και υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού που είναι διαθέσιμα στην περιοχή ALTTOUR</b>					
<b>Μέτρο 2.1: Δημιουργία και διατήρηση μιας κεντρικής βάσης δεδομένων με προσφερόμενες υπηρεσίες συνδεδεμένες με την ευεξία στην περιοχή ALTTOUR</b>					
<b>Δραστηριότητα #</b>	<b>Επίπεδο προτεραιότητας</b>	<b>Χρονικό πλαίσιο</b>	<b>Κύριος εταίρος</b>	<b>Άλλοι συνεργάτες</b>	<b>Δείκτες</b>

	(1-3 <sup>2</sup> )				
2.1.1. Προσδιορισμός και χαρτογράφηση προϊόντων και υπηρεσιών ευεξίας που υπάρχουν ήδη στην περιοχή	1	Τρίμηνο Α-Β Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Φορείς τοπικής ανάπτυξης/ τοπική αυτοδιοίκηση/ πολιτική κοινωνία, τουριστικοί φορείς	# χαρτογραφημένων προϊόντων χωρισμένων σε 5 αισθήσεις  # αναπτυγμένων εργαλείων # πιστοποιημένων προϊόντων
2.1.2. Δημιουργία Μητρώου μαζί με τη δημιουργία πλαισίου αξιολόγησης προϊόντων και υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού.	1	Τρίμηνο Β - Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	-	# δημιουργημένων μητρώων  # των επιλογών που περιλαμβάνονται στο μητρώο
2.1.3. Αξιολόγηση ειδών ευεξίας από το μητρώο	2	Τρίμηνο Δ- Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Φορείς τοπικής/περιφερειακής ανάπτυξης	# αξιολογημένων ειδών
2.1.4. Αύξηση της ευαισθητοποίησης στις τοπικές κοινωνίες μέσω ημερίδων ενημέρωσης και ανοιχτών συζητήσεων	2	Σε εξέλιξη	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τοπική αυτοδιοίκηση/ υποδομές τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης, κοινωνία των πολιτών, τουριστικοί φορείς	# οργανωμένων εκδηλώσεων ευαισθητοποίησης  # συμμετεχόντων σε εκδηλώσεις

<sup>2</sup> Ο χαμηλότερος αριθμός (1) δηλώνει την υψηλότερη προτεραιότητα

2.1.5. Συγκρότηση ετήσιας ομάδας έργου σχετικών φορέων για την ενημέρωση του μητρώου.					# μελών της ομάδας εργασίας # συνεδριάσεων της ομάδας εργασίας για την ενημέρωση του μητρώου
<b>Στρατηγικός Στόχος 2: Ανάπτυξη ολοκληρωμένου προϊόντος τουρισμού ευεξίας μέσω του συνδυασμού των ποικίλων προϊόντων και υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού που είναι διαθέσιμα στην περιοχή ALTTOUR:</b>					
<b>Μέτρο 2.2: Αναβάθμιση των υφιστάμενων προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων που σχετίζονται με την ευεξία και ανάπτυξη νέων</b>					
2.2.1. Ανάπτυξη κατευθυντήριων γραμμών για τον εντοπισμό προϊόντων/υπηρεσιών/αξιοθέατων που σχετίζονται με την ευεξία	1	Τρίμηνο Β- Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τουριστικοί φορείς, Φορείς Τοπικής/Περιφερειακής Ανάπτυξης, Τουριστικοί σύλλογοι	# κατευθυντήριων γραμμών
2.2.2. Σχεδιασμός και διεξαγωγή σεμιναρίων για την ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων	2	Τρίμηνο Β- Έτος 2	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τουριστικοί φορείς, Φορείς Τοπικής/Περιφερειακής Ανάπτυξης, Τουριστικοί σύλλογοι	#σεμιναρίων #συμμετεχόντων
2.2.3. Ανάπτυξη ολοκληρωμένων προσφορών τουριστικών πακέτων για τον Τουρισμό Ευεξίας	1	Τρίμηνο Β- Έτος 1	Tourism Operators and Tourism Associations	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών, Τοπική και περιφερειακή αυτοδιοίκηση	# νέων ή βελτιωμένων ολοκληρωμένων τουριστικών πακέτων

2.2.4. Ανάπτυξη Τοπικών Συμφωνιών Ποιότητας μεταξύ των σχετικών ενδιαφερόμενων μερών	1	Τρίμηνο Γ - Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τοπική και περιφερειακή αυτοδιοίκηση	# τοπικών συμφώνων που συντάχθηκαν  # τοπικών συμφώνων που υπογράφηκαν  # φορέων που συμμετείχαν στην υπογραφή
<b>Στρατηγικός Στόχος 3: Επέκταση της τουριστικής ζήτησης και αναβάθμιση της υπάρχουσας προσφοράς:</b>					
<b>3.1. Μείωση της εξάρτησης από τον καλοκαιρινό τουρισμό, δημιουργώντας ισχυρή σύνδεση μεταξύ του ιαματικού τουρισμού και άλλων δραστηριοτήτων ευεξίας κατά τη διάρκεια των υπόλοιπων εποχών</b>					
3.1.1. Θέσπιση κριτηρίων επιλογής και δυναμικότητας τουριστικών προσφορών εκτός εποχής	1	Τρίμηνο Δ - Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Αναπτυξιακοί Φορείς, Τοπική και περιφερειακή αυτοδιοίκηση	# κριτηρίων επιλογής
3.1.2. Αξιολόγηση της ικανότητας κάθε ιαματικής πηγής να λειτουργεί εκτός εποχής και προσδιορισμός προληπτικών παραγόντων και κριτηρίων μετριάσμού	1	Τρίμηνο Β - Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	-	# των ιαματικών πηγών που αξιολογήθηκαν

3.1.3. Προσδιορισμός και αξιολόγηση χωρητικότητας δραστηριοτήτων εκτός εποχής, προορισμών, προϊόντων και υπηρεσιών στην περιοχή ALTTOUR	1	Τρίμηνο Δ - Έτος 1	Φορείς Τοπικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών, Local and Regional Governments, Tourism Operators	# προορισμών που προσδιορίστηκαν ανά τύπο εναλλακτικού τουρισμού
3.1.4. Ανάπτυξη ολοκληρωμένων πακέτων ευεξίας εκτός εποχής και τουριστικών προσφορών, συμπεριλαμβανομένων των ιαματικών πηγών που κρίνονται κατάλληλες για λειτουργία εκτός εποχής	1	Τρίμηνο Α - Έτος 2	Tourism Operators	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών, Τοπικές και Περιφερειακές Αυτοδιοικήσεις, Φορείς Τοπικής/Περιφερειακής Ανάπτυξης	# τουριστικών πακέτων εκτός εποχής που αναπτύχθηκαν # αριθμός τουριστών που επέλεξαν τουριστικά πακέτα εκτός εποχής

### Στρατηγικός Στόχος 3: Επέκταση της τουριστικής ζήτησης και αναβάθμιση της υπάρχουσας προσφοράς:

#### Μέτρο 3.2: Αύξηση της προβολής και της ορατότητας του προορισμού και της επωνυμίας ALTTOUR

3.2.1. Δημιουργία στρατηγικής branding και καθορισμός της κοινής ταυτότητας	1	Τρίμηνο Β - Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Υπουργείο Τουρισμού, Τοπικοί Φορείς Ανάπτυξης	Στρατηγική Ολοκληρώθηκε
3.2.2. Ανάπτυξη τουριστικού οδηγού για την περιοχή ALTTOUR	1	Τρίμηνο Β - Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Φορείς Τοπικής Ανάπτυξης/ Τοπικές/Περιφερειακές Αυτοδιοικήσεις	# Τουριστικών οδηγών που αναπτύχθηκαν

3.2.3. Οργάνωση εσωτερικών και εξωτερικών δραστηριοτήτων προώθησης	1	Τρίμηνο Δ-Έτος 1 onwards	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Φορείς Περιφερειακής Ανάπτυξης, Περιφερειακές Κυβερνήσεις, Υπουργεία Τουρισμού	<p># του υλικού μάρκετινγκ που έχει συνταχθεί</p> <p># εσωτερικών ενεργειών (σεμιναρίων, ενημερωτικών ημερίδων κ.λπ.)</p> <p># των εξωτερικών ενεργειών που πραγματοποιήθηκαν (συνέδρια, φόρουμ, διαφημιστικές καμπάνιες κ.λπ.)</p> <p># των προωθητικών ενεργειών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης</p>
3.2.4. Συνεργασία με την ακαδημαϊκή κοινότητα για την παροχή υποστήριξης έρευνας για τα οφέλη των θεραπευτικών πηγών	2	Τρίμηνο Γ-Δ Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Τοπικά Πανεπιστήμια , Φορείς Τοπικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης	<p># αναφορών για τα οφέλη των θεραπευτικών πηγών</p> <p># εκθέσεις για τα οφέλη του τουρισμού ευεξίας</p> <p>#συμφωνιών με ακαδημαϊκά ιδρύματα</p>

Δημιουργία μόνιμου πλαισίου συνεργασίας μεταξύ των σχετικών ενδιαφερόμενων μερών για συντονισμό και από κοινού ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας της περιοχής ALTTOUR:

Μέτρο 4.1 Υποστήριξη της ανάπτυξης του τοπικού μοντέλου διαχείρισης και της ιδιοκτησίας της επωνυμίας ALTTOUR

4.1.1. Σύσταση από κοινού ένα διοικητικού οργάνου για την επωνυμία ALTTOUR	1	Τρίμηνο 1 - Έτος 1	Υπουργείο Τουρισμού Υπουργείο Τουρισμού Αλβανίας	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών, Development Agencies, Local Governments, Tourism operators, Dining and Catering associations, Accommodation Associations	Εκλεγμένο και λειτουργικό διοικητικό όργανο
4.1.2 Διεξαγωγή σεμιναρίων για την προσέγγιση βασικών ενδιαφερόμενων μερών του μοντέλου διαχείρισης επωνυμίας ALTTOUR.	1	Τρίμηνο Γ - Έτος 1	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Αναπτυξιακούς Φορείς, Τοπικές Αυτοδιοικήσεις, Τουριστικοί Πράκτορες, Ενώσεις Εστίασης και Εστίασης, Ενώσεις Καταλυμάτων	# των συμμετεχόντων στα σεμινάρια
4.1.3. Σύνταξη πρακτικών οδηγών για τη χρήση της επωνυμίας ALTTOUR	2	Τρίμηνο Δ - Έτος 1	Υπουργείο Τουρισμού	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	#πρακτικών οδηγών που συντάχθηκαν  # εταιρειών που χρησιμοποιούν τον οδηγό
4.1.4. Σύνταξη ετήσιων εκθέσεων των τάσεων του ανταγωνισμού και	2	Ετησίως	Φορείς Διαχείρισης Ιαματικών Πηγών	Φορείς Ανάπτυξης	# των εκθέσεων που συντάχθηκαν

διάδοση των αποτελεσμάτων σε βασικά ενδιαφερόμενα μέρη					# συνεντεύξεων
--	--	--	--	--	----------------



## 7. Πηγές

1. Global Wellness Institute. The Global Wellness Economy: Country Rankings [Internet]. 2022 Feb. Available from: [www.globalwellnessinstitute.org](http://www.globalwellnessinstitute.org).
2. Weiss K, Steinwender L, Gruber K, Schneider E, Lamprecht B, Jeschofnik L, et al. Austrian Wellness Report. 2016;
3. Olszewski-Strzyżowski DJ. Promotional Activities of Selected National Tourism Organizations (NTOs) in the Light of Sustainable Tourism (Including Sustainable Transport). *Sustainability*. 2022 Jan;14(5):2561.
4. Austrian Ministry of Tourism. Active in the Outdoors: Adventures & Sport in Austria [Internet]. [cited 2023 Jul 18]. Available from: <https://www.austria.info/en/active-outdoors>
5. Lindner S, Illing K, Sommer J, Krajnc-Nikolić T, Harer J, Kurre C, et al. Development of a Binational Framework for Active and Healthy Ageing (AHA) Bridging Austria and Slovenia in a Thermal Spa Region. *Int J Environ Res Public Health*. 2021 Jan;18(2):639.
6. Csapó J, Marton G. The Role and Importance of Spa and Wellness Tourism in Hungary's Tourism Industry. *Czech J Tour*. 2017 Jun 1;6:55-68.
7. Kató A. Daily News Hungary. 2019 [cited 2023 Jun 28]. Here is Debrecen's insane futuristic thermal park - VIDEO. Available from: <https://dailynewshungary.com/here-is-debrecens-insane-futuristic-thermal-park-video/>
8. Szabó Z, Kocsondi J, Lakner Z. Role of thermal-tourism in regional development - A case study from Hungarian side of the Hungarian-Croatian border. *Podravina*. 2013 Jun 1;12:70-6.
9. Csobán K, Sz\Holl\Hos-Tóth A, Sánta ÁK, Molnár C, Pet\Ho K, Dávid LD. Assessment of The Tourism Sector in a Hungarian Spa Town: A Case-Study of Hajdúszoboszló. *Geo J Tour Geosites*. 2022;45:1543-51.
10. Nijolė Dirginčienė: "Lithuanian resort towns are ready to compete with the best" [Internet]. 2023 [cited 2023 Jun 28]. Available from: <https://europeanspas.eu/nijole-dirginciene-lithuanian-resort-towns-are-ready-to-compete-with-the-best/>
11. Lithuanian spas are included into the health prevention maps for German patients [Internet]. 2023 [cited 2023 Jun 28]. Available from: <https://europeanspas.eu/lithuanian-spas-are-included-into-the-health-prevention-maps-for-german-patients/>
12. Bočkus D. The market perspectives of wellness tourism. 2023; Available from: [https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/29639/urn\\_isbn\\_978-952-61-4875-5.pdf?sequence=1](https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/29639/urn_isbn_978-952-61-4875-5.pdf?sequence=1)
13. Vystoupil J, Šauer M, Bobková M. Spa, spa tourism and wellness tourism in the Czech Republic. *Czech J Tour*. 2017;6(1):5-26.
14. Vondra M, Buzík J, Horňák D, Procházková M, Miklas V, Touš M, et al. Technology for Hot Spring Cooling and Geothermal Heat Utilization: A Case Study for Balneology Facility. *Energies*. 2023 Jan;16(7):2941.

15. Rátz T. Hot springs in Japanese domestic and international tourism. In: Health and Wellness Tourism. Routledge; 2008.
16. Seki A, Brooke EH. The Japanese Spa: A Guide to Japan's Finest Ryokan and Onsen. Tuttle; 2005. 175 p.
17. Smith M, Wallace M. An analysis of key issues in spa management: viewpoints from international industry professionals. Int J Spa Wellness. 2019 Sep 2;2(3):119-34.
18. Ikkos A, Koutsos S. Characteristics of Outbound European Sports and Wellness Tourism. INSETE; 2016 May.
19. How Sofia's bathhouses are powering the Bulgarian city's renaissance. National Geographic [Internet]. 2023 Feb 21 [cited 2023 Jul 19]; Available from: <https://www.nationalgeographic.co.uk/travel/2023/02/how-sofias-bathhouses-are-powering-the-bulgarian-citys-renaissance>
20. Global Wellness Institute. Global Wellness Institute. 2017 [cited 2023 Jun 28]. Best Practises - Wellness in the Baltics. Available from: <https://globalwellnessinstitute.org/roundtables/best-practises-wellness-in-the-baltics/>