

# Έκθεση Συμπερασμάτων Ομάδας Εστίασης Περιφέρειας Κρήτης για το Σύμπλεγμα του Ευφυή Τουρισμού – Πολιτισμού

Στο πλαίσιο της συνεργασίας του Παρατηρητηρίου Καινοτόμου Επιχειρηματικότητας και το Περιφερειακού Συμβουλίου Έρευνας και Καινοτομίας (ΠΣΕΚ) Κρήτης

# Έκθεση Συμπερασμάτων Ομάδας Εστίασης Περιφέρειας Κρήτης για το Σύμπλεγμα του Ευφυή Τουρισμού – Πολιτισμού

♣Αλέξανδρος Αποστολάκης, †Φωτεινή Κατίκα

Συντονιστές ομάδας εστίασης Ευφυή Τουρισμού – Πολιτισμού Περιφέρειας Κρήτης

♣Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού, Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο (ΕΛΜΕΠΑ), Ηράκλειο Κρήτης,  
email: [apostolakis@hmu.gr](mailto:apostolakis@hmu.gr)

†Αν. Διευθύντρια Ανάπτυξης Περιφερειακής Οικονομίας Επιχ/τητας και Εξωστρέφειας (ΔΑΠΟΕ), Περιφέρεια Κρήτης,  
Αναπλ. Συντονίστρια, email: [fkatika@crete.gov.gr](mailto:fkatika@crete.gov.gr)

Ηράκλειο, Δεκέμβριος 2023

## Σύνοψη – Abstract

Η Περιφέρεια Κρήτης με σχετική της απόφαση συγκρότησε την ομάδα εστίασης στον Τομέα του Ευφυή Τουρισμού – Πολιτισμού, με σκοπό την συμβολή της στη διαμόρφωση πρότασης για τις κατευθύνσεις ανάπτυξης και εφαρμογής καινοτομιών, καθώς και στην διερεύνηση των πεδίων εξειδίκευσης του τομέα, στο πλαίσιο της αναθεωρημένης περιφερειακής Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης (RIS3Crete).

Η υλοποίηση του παραπάνω σκοπού επιχειρείται μέσω της προσέγγισης της ομάδας εστίασης, που είναι ένα ερευνητικό μεθοδολογικό εργαλείο (market research method) που χρησιμοποιείται ευρύτατα διεθνώς για την διερεύνηση συγκεκριμένων, εκ των προτέρων ορισμένων κεντρικών θεματικών τομέων για την άντληση ποιοτικών (κυρίως, αλλά και σε ορισμένες περιπτώσεις ποσοτικών) στοιχείων, για τη διαμόρφωση πλαισίου μελλοντικών διεργασιών και δράσεων στη περιφέρεια. Ενδεικτικά, αντικείμενα ενασχόλησης της ομάδας εστίασης θα είναι:

- Η μεθοδολογία κινητοποίησης και ενημέρωσης εμπλεκόμενων φορέων της 4/πλής έλικας, που έχουν σημαντικό ρόλο στον συγκεκριμένο τομέα προτεραιότητας της Στρατηγικής
- Η περαιτέρω διερεύνηση των τοπικών δυνατοτήτων και πλεονεκτημάτων στον τομέα εξειδίκευσης
- Η ανταλλαγή εμπειριών και τεχνογνωσίας από την επιχειρηματική και ερευνητική εμπειρία
- Η ενδυνάμωση και υποστήριξη των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών φορέων, με σκοπό την ενίσχυση της σύνδεσης του τοπικού παραγωγικού δυναμικού με συστήματα παραγωγής γνώσης για τη δημιουργία αλυσίδων παραγωγής αυξημένης προστιθέμενης αξίας.

## 1. Μέλη Ομάδας Εστίασης στον Ευφυή Τουρισμό – Πολιτισμό

Μετά από σχετική πρόσκληση της Περιφέρειας Κρήτης, στην Ομάδα Εστίασης στον Ευφυή Τουρισμό – Πολιτισμό συμμετείχαν τα παρακάτω άτομα:

- **Αλέξανδρος Αποστολάκης**, Καθηγητής, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού, ΕΛΜΕΠΑ, συντονιστής ομάδας εστίασης
- **Φωτεινή Κατίκα**, Αν. Διευθύντρια Ανάπτυξης Περιφερειακής Οικονομίας και Εξωστρέφειας (ΔΑΠΟΕ), Αναπλ. Συντονίστρια
- **Θεόδωρος Κατερινάκης**, Μέλος Οικονομικού Επιμελητηρίου και Επιστημονικών Εταιρειών, Περιφερειακό Συμβούλιο Έρευνας και Καινοτομίας Κρήτης, μέλος
- **Μανώλης Σκουλούδης**, Επιχειρηματίας, "Polis H.M" ΑΞΤΕΕ/ Πρόεδρος ΕΥΡΩΠΗ ΑΕ, μέλος
- **Φώτης Κοκοτός**, Μηχανικός Περιβάλλοντος, Δ/νων Σύμβουλος Elounda Real Estate Development και μέλος ΔΣ Elounda SA, μέλος
- **Κυριάκος Παπαδάκης**, Επιχειρηματίας/Συν-δημιουργός εφαρμογής "My Crete Guide", μέλος
- **Τάσος Γούργουρας**, Επιχειρηματίας, Οικολογικοί ξενώνες «Μηλιά», μέλος
- **Πέτρος Μαρινάκης**, Επιχειρηματίας, Βοτανικό Πάρκο Κρήτης, μέλος
- **Ευάγγελος Παπανικολάου**, Γεν. Γραμματέας Σωματείου Επαγγελματιών Ξεναγών Κρήτης & Σαντορίνης, μέλος
- **Ματθαίος Φραντζεσκάκης**, Διευθυντής Φεστιβάλ Κινηματογράφου Χανίων και Πολιτιστικής Εταιρίας Κρήτης, μέλος
- **Μάρκος Κουργιαντάκης**, Αναπλ. Καθηγητής Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού - ΕΛΜΕΠΑ, μέλος
- **Εμμανουέλα Γερογιαννάκη**, Αναπλ. Δ/ντρια Πολιτισμού και Αθλητισμού Περιφέρειας Κρήτης, μέλος

Στις επιμέρους συναντήσεις της ομάδας εστίασης συμμετείχαν (σε μια ή περισσότερες συναντήσεις) και οι: κ. Σταύρος Αρναουτάκης (Περιφερειάρχης Κρήτης), κ. Αντώνης Παπαδεράκης (Αντιπεριφερειάρχης στο Τομέα Επιχειρηματικότητας, Εμπορίου, Καινοτομίας και Κοινωνικής Οικονομίας Κρήτης), κ. Κώστας Στεφανίδης (πρόεδρος Περιφ. Συμβουλίου Έρευνας και Καινοτομίας Κρήτης), κ. Αθανάσιος Μαλάμος (αντιπρύτανης Έρευνας ΕΛΜΕΠΑ), κα. Κατερίνα Ρουσάκη (Αναπλ. Προϊσταμένη Τμ. Ανάπτυξης Περ. Οικονομία, Επιχ/τητας & Εξωστρέφειας), κ. Χρήστος Μπίλιος (στέλεχος Διεύθυνσης Ανάπτυξης Περ. Οικονομίας & Εξωστρέφειας), κ. Σταύρος Καουκάκης (στέλεχος Διεύθυνσης Ανάπτυξης Περ. Οικονομίας & Εξωστρέφειας), κα. Ειρήνη Πατσιαλή (στέλεχος Διεύθυνσης Ανάπτυξης Περ. Οικονομίας & Εξωστρέφειας), κα. Θεοδώρα Στρατάκου (Προϊσταμένη τμ. Πολιτισμού και Αθλητισμού), κ. Μανώλης Παπαδάκης (Πρόεδρος Διοικ. συμβουλίου του Σωματίου Επαγγελματιών Ξεναγών Κρήτης και Σαντορίνης), κκ. Τσατσαρωνάκης Ελένη-Τσαγκαράτος Σπύρος-Βλαχάκης Γεώργιος (μέλη του φορέα «Αειφόρες Τουριστικές Επιχειρήσεις Φαλάσαρνα»).

## 2. Ανάλυση S.W.O.T. για το σύμπλεγμα του Ευφυή Τουρισμού – Πολιτισμού στη Περιφέρεια Κρήτης

Μέσα από τις τρεις (3) συναντήσεις που πραγματοποίησε η ομάδα εστίασης στον ευφυή τουρισμό – πολιτισμό, προέκυψαν μια σειρά από στοιχεία – πληροφορίες αναφορικά με τις δυνάμεις (strengths), τις αδυναμίες (weaknesses), τις ευκαιρίες (opportunities) και τις απειλές (threats) που αντιμετωπίζει το σύμπλεγμα του ευφυή τουρισμού – πολιτισμού στη Περιφέρεια Κρήτης. Παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά τα αποτελέσματα της ανάλυσης SWOT όπως αυτά προέκυψαν από την αποδελτίωση των τριών (3) συναντήσεων της ομάδας εστίασης.

Οι δυνάμεις (strengths) αφορούν παράγοντες και χαρακτηριστικά που αφορούν την υφιστάμενη κατάσταση σε ένα προορισμό, ή σε ένα τουριστικό πόρο.

### **Δυνάμεις:**

1. Το μεγάλο θεματικό εύρος του τουρισμού στη Περ. Κρήτης
2. Η πληθώρα των τουριστικών πλεονεκτημάτων του τουρισμού σε σχέση με άλλους τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα (Κρητική διατροφή, τοπική οινοποιία, κλπ)
3. Το γεγονός ότι η Κρήτη διαθέτει μια δυναμική και ακμάζουσα τοπική πολιτιστική παραγωγή (ακμάζουσα τοπική μουσική παράδοση, κεραμική τέχνη κ.α.)
4. Ύπαρξη ενός αρκετά καλού δικτύου πανεπιστημιακών ιδρυμάτων που μπορούν να υποστηρίξουν τις εξελίξεις στη τουριστική βιομηχανία.
5. Δυναμική τοπική οικονομία/επιχειρηματική κοινότητα. Η Κρήτη μπορεί να αξιοποιήσει οικονομίες κλίμακας.

### **Ευκαιρίες:**

1. Στόχευση της Περιφ. Κρήτης σε επισκέπτες/άτομα με 'ειδικές δεξιότητες' (ιδιαιτερότητες). Υπάρχει μια ανεκμετάλλευτη δεξαμενή επισκεπτών που θα μπορούσαμε να προσεγγίζαμε, εάν και εφόσον μπορούσαμε να καλύψουμε τις ανάγκες τους επαρκώς
2. Εμπλουτισμός του πλούσιου τοπικού πολιτιστικού αποθέματος της Κρήτης, δίνοντας έμφαση στις δυνατότητες της τεχνολογίας (τεχνητή νοημοσύνη και εικονική πραγματικότητα)
3. «Εργαλειοποίηση» του νεότερου πολιτιστικού αποθέματος και παράδοσης, έτσι ώστε να μπορέσουμε μέσω κατάλληλου αφηγήματος (story-telling) να προσεγγίσουμε και νέους επισκέπτες.
4. Προσπάθεια μετασχηματισμού της τουριστικής βιομηχανίας της Κρήτης μέσα από την εστίαση στη βιωματική τουριστική εμπειρία, με την εξερεύνηση των δυνατοτήτων για εξατομικευμένη τουριστική βιωματική εμπειρία (μέσα από το story – telling) που παρέχει η πλούσια πολιτιστική παράδοση του νησιού.
5. Συμμετοχή και ενεργοποίηση άλλων ομάδων ενδιαφέροντος (απόδημους Κρήτες/Ελληνες, ένοπλες δυνάμεις, κ.α) -που αυτή τη στιγμή δεν μετέχουν στην αξιακή αλυσίδα του τουρισμού- για τη δημιουργία ενός διαφοροποιημένου τουριστικού αφηγήματος.

### Αδυναμίες:

1. Ελλιπή και προβληματική διάχυση πληροφορίας σε όλους τους ενδιαφερόμενους – εμπλεκόμενους στη Περιφ. Κρήτης.
2. Πραγματοποίηση πολλών δράσεων και προσπαθειών με αποσπασματικό χαρακτήρα. Δεν έχει γίνει προσπάθεια για επίτευξη κοινών δράσεων (είτε σε κάθετη, είτε σε οριζόντια μορφή). Συνακόλουθα, αυτό σημαίνει έλλειψη συνεργασίας μεταξύ συναρμόδιων φορέων. Παρατηρείται κατακερματισμός δραστηριοτήτων, ενημέρωσης και ευθυνών.
3. Έλλειψη, ή στην καλύτερη περίπτωση κακή εικόνα, υποδομών στη Περιφ. Κρήτης σε σχέση με τους ανταγωνιστικούς προορισμούς (ειδικά εκτός Ελλάδας). Στις υποδομές συμπεριλαμβάνουμε τόσο τις φυσικές, όσο και τις ψηφιακές – ηλεκτρονικές (π.χ., διαδίκτυο).
4. Μεγάλη εξάρτηση στο υφιστάμενο μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης (μαζικός τουρισμός και all – inclusive τουριστικά θέρετρα).
5. Ο μικρός βαθμός διείσδυσης και αποδοχής της πολιτιστικής μας παράδοσης (π.χ., κρητική διατροφή) στον ντόπιο πληθυσμό. Η αδυναμία αυτή «εμποδίζει» την περαιτέρω κεφαλαιοποίηση του τοπικού πολιτιστικού αποθέματος στους επισκέπτες μας.
6. Απουσιάζει ή φθίνει το στοιχείο της *τοπικής ταυτότητας* που αναδεικνύεται μέσα από την τοπική πολιτιστική παράδοση.
7. Υπάρχει μια αναντιστοιχία μεταξύ της ψηφιακή εικόνας της Κρήτης και της πραγματικής κατάστασης που υφίσταται στο νησί (ψηφιακά προβάλλουμε μια εικόνα που δεν αντικατοπτρίζει τις πραγματικές συνθήκες – κατάσταση στο νησί).
8. Ταυτόχρονα, παρατηρούμε μια σύγκρουση πληροφορίας που παρέχεται μέσα από τις διάφορες ψηφιακές – τεχνολογικές εφαρμογές που υφίστανται για τον τουρισμό. Δεν υπάρχει *ομογενοποίηση* της πληροφορίας, με συνακόλουθο να δημιουργείται σύγχυση και σύγκρουση της πληροφορίας.
9. Ο ρόλος της *πλημμελούς ακεραιότητας* αναφέρεται στο γεγονός της ανάγκης διαρκούς και αδιάλειπτης λειτουργίας των εφαρμογών στον πολιτισμό και τουρισμό και αφετέρου την ανάγκη για συντήρηση τους ειδικά μετά το πέρας της χρηματοδότησής τους.
10. Έλλειψη/απουσία σεβασμού από το σύνολο των εμπλεκόμενων στο νησί ως προς το περιβάλλον, τους αρχαιολογικούς χώρους και τον περιβάλλοντα χώρο των μνημείων
11. Απουσία της Κρήτης από δίκτυα νησιωτικότητας καθώς και την έλλειψη σχετικών στοιχείων και δεικτών (για τη νησιωτικότητα). Ακόμα και εμείς οι ίδιοι δεν κατανοούμε τι πρακτικά σημαίνει κρητικό ή τοπικό ή ακόμα τα προβλήματα και τις ιδιαιτερότητές του να μένει κάποιος σε νησιωτική περιοχή
12. Παρ' ότι διαθέτουμε ενός εξαιρετικού κάλους και σχετικά ανεξερεύνητο περιβαλλοντικό απόθεμα (φαράγγια, βουνά) εντούτοις δεν έχουμε επενδύσει αρκετά στη φυσική ασφάλεια των επισκεπτών μας.
13. Έλλειψη πολιτικής και παιδείας (εκπαίδευσης) του τοπικού πληθυσμού και των επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στη τουριστική βιομηχανία, αναφορικά

#### Απειλές:

1. Οι εξωτερικοί ενδιαφερόμενοι / stakeholders έχουν μια μάλλον ισχυρά διαμορφωμένη άποψη (στερεοτυπική αντίληψη και προσέγγιση) αναφορικά με τον τουρισμό/πολιτισμό στην Κρήτη, που δεν τους επιτρέπει να συμμετέχουν ενεργά και να κάνουν τη διαφορά, όπως σε άλλες περιπτώσεις.
2. Παρατηρείται μια γενικότερη αλλοτρίωση της κοινωνίας μέσω της τεχνολογίας με αποτέλεσμα τον αρνητικό επηρεασμό του τοπικού πολιτιστικού τουρισμού.
3. Παρατηρείται γενικότερα στην κοινωνία ένα πρόβλημα οριοθέτησης ως προς το τι προστατεύεται περιβαλλοντικά και πολιτιστικά. Επίσης η σημερινή τοπική κοινωνία έχει απομακρυνθεί τόσο από το περιβάλλον όσο και από την παράδοση, ενώ γίνεται εμφανές, λόγω έλλειψης γνώσης, το πρόβλημα της συμβολής των ντόπιων στο κομμάτι του πολιτισμού και του περιβάλλοντος.

### 3. Προτάσεις Ανάπτυξης του Συμπλέγματος Ευφυούς Τουρισμού – Πολιτισμού

Οι ομάδες εστίασης πρότειναν μέσα από τη διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε μια σειρά από δράσεις που θα μπορούσαν να υλοποιηθούν με σκοπό την ανάπτυξη και ανάδειξη της δυναμικής του ευφυούς τουρισμού – πολιτισμού.

1. Ο μαζικός τουρισμός καθώς και η κρουαζιέρα αποτελούν ευκαιρίες δημιουργίας επόμενων συχνών επισκεπτών στο νησί αν η αρχική εμπειρία τους είναι θετική, πχ., αντί μιας ακόμα επίσκεψης σε μουσείο σε τουρίστες κρουαζιέρας, επίσκεψη σε οινοποιείο για γευσιγνωσία. Πρακτικά, εδώ προτείνεται η εργαλειοποίηση του μαζικού τουρισμού και των δυνατοτήτων που παρέχει μέσα από βιωματικές εμπειρίες και story – telling. Η πρόταση αφορά το μετασχηματισμό της μαζικού τύπου τουριστικής εμπειρίας, σε εξατομικευμένες βιωματικές εμπειρίες για τους επισκέπτες μας μέσω των τεχνολογικών εφαρμογών στη τοπική πολιτιστική παράδοση της Κρήτης
2. Αφενός την επέκταση και αφετέρου τον εμπλουτισμό των ήδη πλούσιων τουριστικών θεματικών δυνατοτήτων που ήδη παρέχονται στη Κρήτη, μέσα από την εστίαση σε νέες μορφές τουρισμού, όπως ποδηλατικός, περιηγητικός, πολιτιστικός – ιστορικός και την ανάγκη διεύρυνσης του τουρισμού όλο το χρόνο. Συνδεδεμένη με το παραπάνω είναι και η ανάγκη παροχής κινήτρων και δεξιοτήτων σε νέους ανθρώπους που θα ασχολούνται με αυτές τις «νέες» μορφές τουρισμού, για να δώσουν προστιθέμενη αξία σε αυτούς τους εναλλακτικούς άξονες τουρισμού.
3. Αναγκαιότητα δημιουργίας ενός συμβουλευτικού κέντρου - φορέα παροχής τεχνικής βοήθειας σε ειδικούς κλάδους επαγγελματιών όπως μελισσοκόμοι αναρριχητές ιδιοκτήτες καφενείων, που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν τόσο την τοπική επιχειρηματικότητα, όσο και την πολιτιστική επιχειρηματικότητα. Αυτό θεωρείται ότι είναι εφικτό στη Κρήτη δεδομένης της ακμάζουσας και δυναμικής τοπικής πολιτιστικής οικονομίας. Η Κρήτη, μαζί με την Ήπειρο, είναι η μοναδική περιφέρεια στην Ελλάδα με ακμάζουσα τοπική μουσική βιομηχανία. Όπως αναφέρθηκε σχετικά, *«Ο πολιτισμός δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς οικονομία και άρα πρέπει να συνδυαστεί με την επιχειρηματικότητα και την ανθρώπινη δραστηριότητα»*.
4. Σχεδιασμός ενός ειδικού χωροταξικού σχεδίου τουρισμού για την Περιφέρεια Κρήτης, όπου θα βοηθήσει τη διαχείριση του περιβαλλοντικού προβλήματος ενώ ταυτόχρονα θα διευκολύνει την επενδυτική ανάπτυξη στην Περιφέρεια. Αυτό είναι που πρακτικά απουσιάζει από την Κρήτη, ενώ έχει παρατηρηθεί ότι η ύπαρξη του διεθνώς, επιτρέπει το μετασχηματισμό της τουριστικής βιομηχανίας και θέτει τις βάσεις για μια βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού.
5. Σχεδιασμός και δημιουργία μιας δομής, ή ψηφιακής υποδομής που θα επιτρέπει τη συλλογή δεδομένων και πρακτικών από ήδη υλοποιησιμα έργα και δράσεις στον τομέα του τουρισμού – πολιτισμού στην Κρήτη. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνονται δύο πράγματα. Αφενός, η παραγόμενη γνώση, καλές πρακτικές και δίκτυα που δημιουργούνται μέσω αυτών των προσπαθειών δεν χάνεται. Αφετέρου, δημιουργείται ένα αποθετήριο ψηφιακών και τεχνολογικών εργαλείων ανοικτής πρόσβασης που θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όλους τους ενδιαφερόμενους (επαγγελματίες, ντόπιους, επισκέπτες, φορείς του τουρισμού). Με αυτό τον τρόπο το ψηφιακό απόθεμα που έχει δημιουργηθεί στον τουρισμό – πολιτισμό

δεν απαξιώνεται σταδιακά, και αποκτά πέρα από ένα πελατοκεντρικό χαρακτήρα, ένα πιο διευρυμένο (οικουμενικό) ρόλο.

6. Μέσω της εκπαίδευσης και του εκπαιδευτικού τουρισμού (ειδικά σε στόχευση με τον ντόπιο πληθυσμό) εστίαση στη βιωματική εμπειρία (συνδυασμός δράσης και εκπαίδευσης). Ειδικά σε θέματα πολιτισμού και περιβάλλοντος θα πρέπει να ξεκινήσει προσπάθεια από τις μικρές ηλικίες και να επεκταθεί σε όλους τους κατοίκους και τις τοπικές κοινωνίες στη Κρήτη. Η ανάδειξη του πολιτιστικού αποθέματος της Κρήτης πρέπει να ξεκινήσει μέσα από την επανεκπαίδευση και επανατοποθέτηση (του νεότερου πολιτιστικού αποθέματος ειδικά) στους νέους. Μέσα από τη βιωματική εμπειρία των ντόπιων μπορεί να καλλιεργηθεί, να δοθεί έμφαση στις δυνατότητες του πολιτιστικού αποθέματος της Κρήτης. Μετά μπορούν να πάρουν σειρά και οι επισκέπτες μας.
7. Να δημιουργηθεί ένα ενιαίο/κεντρικό σύστημα συλλογής αναφορών που σχετίζονται με παράπονα, σχόλια, παρατηρήσεις, ένας κοινός μηχανισμός καταγραφής για την αντιμετώπιση προβλημάτων και παραπόνων, τόσο από τους επαγγελματίες του τουρισμού, όσο και από τους ίδιους τους επισκέπτες του νησιού, το οποίο μετά να επιμερίζει τα θέματα στους αρμόδιους φορείς προς επίλυση τους. Η έναρξη μια τέτοιας δομής ή εφαρμογής καταγραφής, κατανομής και πιθανά διαχείρισης τέτοιων θεμάτων μπορεί να οδηγήσει στην αποτελεσματικότερη διαχείριση προβλημάτων, με την ενεργή συμμετοχή όλων των φορέων.
8. Χρήση διαμορφωτών γνώμης ως παράδειγμα εξατομίκευσης των εφαρμογών μέσω του αφηγήματος (storytelling). Αυτό θα επέτρεπε την υποστήριξη μιας πληροφορίας μιας ιστορίας με μεγάλα επίπεδα αφαιρετικότητας έτσι ώστε να μπορεί να είναι σχετική και θελκτική σε διαφορετικές ομάδες επισκεπτών. Αυτό θα μπορούσε επίσης να υποστηρίξει και επαναλαμβανόμενες επισκέψεις σε μία περιοχή ή ένα προορισμό, επιτρέποντας το μετασχηματισμό της τουριστικής βιομηχανίας.



#### 4. Προτάσεις για τη Δημιουργία ενός Οδικού Χάρτη για την Ενίσχυση του Ευφυούς Τουρισμού – Πολιτισμού στην Κρήτη

Ο οδικός χάρτης που αναφέρεται παρακάτω αφορά την εστίαση σε μια σειρά από προτεραιότητες, όπως αυτές προκύπτουν από την ανάλυση SWOT και την αποδελτίωση των προτάσεων των ενδιαφερομένων παραπάνω. Αυτές οι προτεραιότητες είναι οι εξής:

- **Εστίαση στο προσωποποιημένο – εξατομικευμένο τουριστικό αφήγημα (story – telling)**  
*Η πληθώρα των φυσικών τοπόσημων (φυσικό περιβάλλον) και του πλούσιου πολιτιστικού αποθέματος (αρχαίου και σύγχρονου) αποτελούν από το παρελθόν τη βάση για τη μεγιστοποίηση του οικονομικού αποτυπώματος της τουριστικής βιομηχανίας στο νησί. Οι παλιές πρακτικές και μοντέλα ανάπτυξης δεν επαρκούν πλέον για τη κάλυψη των αναγκών του επισκέπτη. Προτείνεται ο μετασχηματισμός της τουριστικής βιομηχανίας (προστιθέμενη αξία) μέσα από την **δημιουργία εξατομικευμένου και προσωποποιημένου τουριστικού αφηγήματος (story – telling)** για διαφορετικού τύπου επισκέπτες, με βασική όμως προϋπόθεση τη κατανόηση των επισκεπτών που θέλουμε να προσεγγίσουμε, ποιοι επισκέπτες έρχονται στην Κρήτη και ποιες είναι οι ανάγκες και οι ιδιαιτερότητες τους, ώστε να έχει αποτελέσματα η πρακτική αυτή.*
- **Έμφαση στη βιωματική εμπειρία, τόσο για τους ντόπιους, όσο και για τους επισκέπτες μας**  
*Η δημιουργία του προσωποποιημένου τουριστικού αφηγήματος με τη σειρά του θα σχετίζεται με τη **δημιουργία βιωματικών εμπειριών**. Η εξέλιξη αυτή δεν είναι κάτι νέο ή καινοτόμο στη τουριστική βιομηχανία. Αυτό που είναι νέο, είναι η πρόταση των βιωματικών εμπειριών να αφορά τόσο τους ντόπιους (και ειδικά τους νέους), όσο και τους επισκέπτες μας στην Κρήτη. Οι γρήγοροι ρυθμοί της ζωής, η εξέλιξη της τεχνολογίας μας απομακρύνουν από τον πολιτισμό και την κουλτούρα μας. Αυτό ισχύει ακόμα περισσότερο για τους νέους. Μέσω του εκπαιδευτικού τουρισμού, και άλλων εργαλείων, μπορεί να επιχειρηθεί η δημιουργία ισχυρών βιωματικών εμπειριών, μέσω των οποίων να αναδειχθεί η σημασία της πολιτιστικής παράδοσης της Κρήτης.*
- **Ανάδειξη της τοπικότητας και της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας**  
*Η **αυθεντική τοπική ταυτότητα** του προορισμού θα πρέπει να υποστηριχθεί μέσα από δράσεις επιχειρηματικότητας και τεχνικής βοήθειας (δεξιότητες, γνώσεις σε ψηφιακά εργαλεία προώθησης), ειδικά προς τα νέα στρώματα της Κρητικής κοινωνίας. Ειδικοί κλάδοι επαγγελματιών που μπορούν να προσθέσουν αξία στην τουριστική βιομηχανία, ενώ παράλληλα μπορούν να δράσουν ως πρεσβευτές του αυθεντικού τοπικού πολιτισμού (αυθεντικοί πολιτιστικοί επιχειρηματίες) και θα πρέπει να υποστηριχθούν μέσα από τη δημιουργία (ψηφιακών) δομών επιχειρηματικότητας και συνεργατικότητας. Η υπό προϋποθέσεις, ενίσχυση της τοπικής παραγωγής και της τοπικής επιχειρηματικότητας μπορεί να αποτελέσει εργαλείο για την υποστήριξη της τοπικής κουλτούρας και ταυτότητας.*
- **Μεγαλύτερη συνεργασία μεταξύ φορέων και εμπλεκόμενων στη τουριστική βιομηχανία (ενίσχυση των συνεργατικών προσπαθειών)**  
*Η **προώθηση των συνεργατικών δράσεων και σχημάτων** αποτελεί το επόμενο βήμα στον οδικό χάρτη των προτεινόμενων ενεργειών μας. Δημιουργώντας δομές και φορείς που θα υποστηρίζουν τις συνεργατικές δράσεις, τον διαμοιρασμό πληροφορίας, καλών πρακτικών, ψηφιακών εργαλείων που έχουν ήδη χρηματοδοτηθεί/υλοποιηθεί, μπορούμε να μειώσουμε τους κινδύνους και τη σπατάλη πόρων σε περιφερειακό επίπεδο, ενώ παράλληλα μπορούμε να επιτύχουμε μια περισσότερο ανθεκτική και συλλογική οικονομία, με προστιθέμενη αξία. Κάτι τέτοιο θα έχει θετικό αντίκτυπο τόσο στους επισκέπτες μας, αλλά κυρίως στην παραγωγική βάση της τουριστικής-πολιτιστικής βιομηχανίας στο νησί, δεδομένου ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι μικρής κλίμακας.*

- **Δημιουργία συντονιστικού φορέα, καταγραφή δεδομένων, πρακτικών, δράσεων και δικτύων (σε επίπεδο Περιφέρειας).**

*Τέλος, μια βασική παράμετρος του οδικού χάρτη, που τονίστηκε από το σύνολο των εμπλεκόμενων στις διαδικασίες της Ομάδας Εστίασης, είναι η συντονισμένη καταγραφή ή/και διαχείριση προβλημάτων, σχολίων και παρατηρήσεων των χρηστών, αλλά και των ντόπιων. Η δραστηριότητα στο τομέα τουρισμού-πολιτισμού είναι δυναμική και πολύ σημαντική για τη κρητική περιφερειακή οικονομία και δημιουργεί πληθώρα αποτελεσμάτων κάθε χρόνο (οικονομικών, κοινωνικών, εντυπώσεων, σχολίων, κ.α). Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να συλλέγονται αλλά δεν αξιοποιούνται. Η συνδιαλλαγή, η καθημερινή τριβή και επαφή με τους επισκέπτες και τις επιχειρήσεις του τουριστικού κυκλώματος δημιουργεί γνώση και εμπειρίες, που επίσης δεν αξιοποιούνται.*

**Προτείνεται η δημιουργία φορέα/δομής, σε επίπεδο Περιφέρειας, με κυρίαρχο ρόλο το συντονισμό των ενεργειών και την ενδυνάμωση συνεργασιών των εμπλεκόμενων φορέων, με στόχο την ενίσχυση της αξιακής παραγωγικής αλυσίδας στο Τομέα του Τουρισμού-Πολιτισμού.**

*Ο παραπάνω φορέας/δομή θα μπορούσε να λειτουργήσει ως «Παρατηρητήριο» της Περιφέρειας Κρήτης, με ισχυρή οργανωτική λειτουργία για την ανάπτυξη σχετικών δράσεων, καθώς και τη δημιουργία πλατφόρμας και σχετικού πληροφοριακού συστήματος, που θα πρέπει να οργανωθούν με τρόπο κατάλληλο και αποτελεσματικό, για την συλλογή/καταγραφή, διαχείριση, εξάλειψη τουλάχιστον των βασικών πληροφοριών, θεμάτων, προβλημάτων, αντίστοιχα, **με τη χρήση όλων των σύγχρονων ψηφιακών εργαλείων.***