ENI CBCMED
Cooperating across borders in the Mediterranean

Project funded by the EUROPEAN UNION

REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

Med Pearls

Ερευνητική μελέτη για τον Ήπιο τουρισμό
Διεθνείς τάσεις και καινοτομίες
Εγχειρίδιο δημιουργίας προϊόντων Ήπιου τουρισμού

Generalitat de Catalunya
Government of Catalonia
Catalan Tourist Board

ΔΗΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

DISCOVERY TOURISM DEVELOPMENT

MEDITERRANEAN PEARLS

PICTI StartUPs

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Έννοια και τάσεις του Αειφόρου και Ήπιου τουρισμού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Κριτήρια και προϋποθέσεις για πακέτα Ήπιου τουρισμού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Έρευνα αγοράς σχετικά με τη ζήτηση Ήπιου τουρισμού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Προορισμοί που προσφέρουν Ήπιο τουρισμό

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Προϊόντα με προσέγγιση Ήπιου Τουρισμού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 Προτεινόμενες διεθνείς εκδηλώσεις που συνδέουν τον τουρισμό και τις ΤΠΕ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 Καινοτόμες λύσεις ΤΠΕ που διατίθενται για την προσφορά Ήπιου Τουρισμού

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Τι είναι ο Ήπιος Τουρισμός?

Γεγονότα & αριθμοί

Τι είναι ο βιώσιμος τουρισμός?

Χαρακτηριστικά του ήπιου τουρισμού

Το προφίλ των ήπιων τουριστών

Τι είναι ο Ήπιος Τουρισμός?

Ο ήπιος τουρισμός ευαισθητοποιεί τη ζήτηση και την προσφορά ηθικών αξιών, επιτρέπει την απόκτηση του χρόνου ξανά, ανακουφίζει από το άγχος και το στρες που προκαλείται από τους ταραχώδεις ρυθμούς, επιτρέπει στους επισκέπτες να ξανασυνδεθούν με τον εαυτό τους και ό, τι τους περιβάλλει, δημιουργεί μια νέα μορφή ευαισθητοποίησης χάρη σε μια βαθύτερη και συναρπαστική εμπειρία και έτσι τονίζει τη βιωσιμότητα, την υπευθυνότητα και τη φιλική προς το περιβάλλον διάθεση όλων των εμπλεκόμενων φορέων..

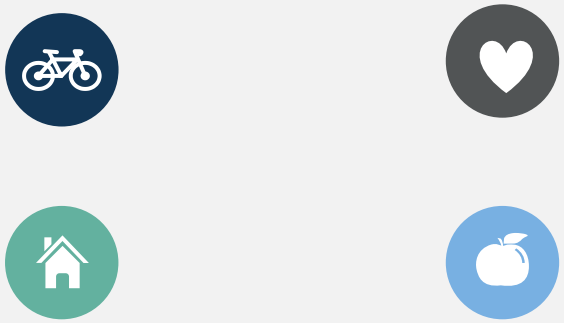
Dall'Aglio et al. (2011)

Κύρια χαρακτηριστικά του ήπιου τουρισμού

- Αλλαγές στην έννοια του ταξιδιού και στη χρήση του χρόνου κατά τη διάρκεια του ταξιδιού
- Εναλλακτική λύση στον μαζικό τουρισμό
- Εστιάζει στο Τοπικό στοιχείο
- Επικεντρώνεται στον πολιτισμό
- Βιώσιμες και περιβαλλοντικές ανησυχίες
- Αλλαγές στην ποιότητα της εμπειρίας
- Αυθεντικότητα
- Σκοπιμότητα και νέα επιχειρηματική ανάπτυξη

Slow Tourism attributes according to Valls et al. (2019) literature review

Μια εμπειρία ήπιου τουρισμού πρέπει πάντα να δείχνει συνέπεια σε τέσσερις συστατικούς τομείς: μεταφορά, διαμονή, γαστρονομία και δραστηριότητες. Εφόσον όλα αυτά συνδυάζονται στην κατάλληλη αναλογία, ο ταξιδιώτης θα έχει ευκαιρίες να ανακαλύψει έναν προορισμό με μια εντελώς νέα και πλήρως ικανοποιητική προοπτική.



Γεγονότα & αριθμοί

- Ο ήπιος τουρισμός άρχισε να αναγνωρίζεται ως ανεξάρτητη μορφή τουρισμού στις αρχές της δεκαετίας του 2000. Γεννήθηκε ως αποτέλεσμα μιας εξέλιξης στη λογική του «slow food» και του «Cittàslow».

- Ο ήπιος τουρισμός είναι επίσης μέρος της μεγάλης οικογένειας του «βιώσιμου τουρισμού», ενσωματώνοντας ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων όπου υπάρχει προσωπική ευαισθητοποίηση, ένταση δραστηριοτήτων και σχέσεις με το περιβάλλον και με άλλους εμπλεκόμενους.

- Ο ήπιος τουρισμός ξεχωρίζει για την προτίμηση των τουριστών να απολαμβάνουν μια πραγματική εμπειρία. Ωστόσο, η τεχνολογία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο για τη βελτίωση της πρόσβασης σε πληροφορίες, την ενίσχυση της εμπειρίας ή για διαφημιστικούς σκοπούς.

- Η προσφορά πακέτων ήπιου τουρισμού πρέπει να υποβάλει προτάσεις που επιτρέπουν τη χρήση μη ρυπογόνων και μη βιαστικών μέσων μεταφοράς, είτε για να φτάσουν οι επισκέπτες στον προορισμό είτε για να μετακινηθούν..

- Οι δραστηριότητες πρέπει να δώσουν στον ταξιδιώτη την ευκαιρία να εμβαθύνει τη σχέση του με το περιβάλλον και τους ντόπιους. Τα καταλύματα δεν πρέπει να είναι ούτε μαζικά ούτε τυποποιημένα και τα γεύματα πρέπει να είναι εποχιακά, ευθυγραμμισμένα με την τοπική παράδοση και τα προϊόντα να καλλιεργούνται με βιώσιμα κριτήρια.

Τι είναι ο βιώσιμος τουρισμός?

Ο βιώσιμος τουρισμός έχει παραδοσιακά οριστεί ως ένα είδος τουρισμού που «ικανοποιεί τις ανάγκες των σημερινών τουριστών και των περιοχών υποδοχής, προστατεύοντας παράλληλα και ενισχύοντας τις ευκαιρίες για το μέλλον». Επίσης, ως δραστηριότητα «που θεωρείται ότι οδηγεί στη διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο ώστε οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες να μπορούν να ικανοποιηθούν διατηρώντας παράλληλα την πολιτιστική ακεραιότητα, τις βασικές οικολογικές διαδικασίες, την βιολογική ποικιλομορφία και το σύστημα υποστήριξης της ζωής».

Cernat, L. and Gordon, J. (2007): "Is the Concept of Sustainable Tourism Sustainable? – Developing the Sustainable Tourism Benchmarking Tool", UNCTAD document.

Ακολουθεί τις ακόλουθες πτυχές:

- Κάνει τη βέλτιστη χρήση των σχετικών περιβαλλοντικών πόρων
- ·σέβεται την κοινωνικο-πολιτιστική αυθεντικότητα των κοινοτήτων υποδοχής και,
- παράγει και παρέχει οικονομικά οφέλη σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς (επισκέπτες, προμηθευτές, κοινότητες υποδοχής κ.λπ.).

5 βασικές ιδέες για ποσοτικοποίηση του Βιώσιμου Τουρισμού

1: Η (δηλωμένη) ζήτηση για βιώσιμο τουρισμό αυξάνεται σε όλο τον κόσμο

2: Η ζήτηση για βιώσιμο τουρισμό δεν είναι η ίδια σε όλες τις χώρες

3: Η ζήτηση για βιώσιμο τουρισμό ποικίλλει ανάλογα με την ηλικία των ταξιδιωτών

4: Η δηλωμένη ζήτηση για βιώσιμο τουρισμό δεν ισούται με την πραγματική ζήτηση

5: Ο τουρισμός δεν θα είναι σε θέση να αποφύγει τις αυξανόμενες ανησυχίες σχετικά με τη βιωσιμότητα

Τι είναι ο βιώσιμος τουρισμός?

Κύριες αγορές ζήτησης για βιώσιμο τουρισμό

Προκειμένου να προσδιοριστούν οι επτά χώρες με τις υψηλότερες δυνατότητες ως εξερχόμενες αγορές ήπιου τουρισμού προς την περιοχή της Μεσογείου – και πιο συγκεκριμένα προς τις χώρες που συμμορφώνονται με το σχέδιο Med Pearls – έχει ληφθεί διπλή προσέγγιση

1) Να ανήκει η χώρα στον κατάλογο των κορυφαίων εξερχόμενων τουριστικών αγορών προς τις χώρες Med Pearls: Πρέπει να λάβουμε υπόψη τον αντίκτυπο σε όλους τους προορισμούς στο σύνολό του (προορισμοί Med Pearls ως ένας μοναδικός προορισμός)
2) Να ανήκει η χώρα στον κατάλογο των χωρών που νοιάζονται περισσότερο για το περιβάλλον και, ως εκ τούτου, είναι πιο πιθανό να έχουν μια βιώσιμη προσέγγιση και για τη συμπεριφορά των ταξιδιών τους.

France
Germany
Netherlands
United States
Sweden
United Kingdom
Switzerland

Position	Country
1	**Germany**
2	**France**
3	**United Kingdom**
4	**USA**
5	**Netherlands**
6	Russia
7	Austria
8	**Switzerland**
9	Belgium
10	Canada
11	China
12	**Sweden**

Table 2.1. Own elaboration: List of the top outbound tourism markets towards Med Pearls destinations – Base on data from UNWTO (2018) and INE (2018)

Position	Country
1	Denmark
2	Luxembourg
3	**Switzerland**
4	**United Kingdom**
5	**France**
6	Austria
7	**Other Northern Countries: Finland, Sweden, and Norway**
8	**Germany**
9	**Netherlands**
10	Japan

Table 2.2: List of the top countries in the Environmental Performance Index - Source: 2020 EPI Results, Yale University

Χαρακτηριστικά του ήπιου τουρισμού

Ηπιότητα

Ορίζεται ως "χρόνος, αδράνεια, αργοπορία" σε αντίθεση με το "ο χρόνος είναι χρήμα". Αυτή η φιλοσοφία οδηγεί στη χρήση ήπιων οχημάτων, ήπιων προγραμμάτων και «ήπιας αφομοίωσης μεταβαλλόμενων τοπίων».

Περιπέτεια

Τουρισμός περιέτειας ως ταξίδι που περιλαμβάνει τουλάχιστον δύο από τα ακόλουθα τρία στοιχεία: σωματική δραστηριότητα, φυσικό περιβάλλον και πολιτιστική επαφή. Τα ταξίδια που περιλαμβάνουν και τα τρία στοιχεία θα προσφέρουν στους τουρίστες την πληρέστερη εμπειρία περιπέτειας.

Βιωσιμότητα

Ο αντίκτυπος της τουριστικής δραστηριότητας στο τοπικό περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνία.

Δημιουργικότητα

Η προσφορά ευκαιριών για προσωπική δημιουργική ανάπτυξη οδηγεί σε αυξανόμενη ενασχόληση των χρηστών και των τουριστών, επιτρέποντας στους επισκέπτες και τους οικοδεσπότες τους να δημιουργούν μαζί.

Αυθεντικότητα

Δυνατότητα δημιουργίας και προσφοράς μιας εμπειρίας που χαρακτηρίζεται, μη τεχνητή και συνδέεται στενά με τον πολιτισμό και τις τοπικές παραδόσεις, καθώς και το αντίθετο από τα «τυποποιημένα / παγκοσμιοποιημένα προϊόντα και υπηρεσίες».

Συναίσθημα

Δυνατότητα δημιουργίας αξέχαστων στιγμ’ων που κάνουν τον επισκέπτη να φύγει ως ένα διαφορετικό άτομο, που δέχτηκε μια πραγματική εμπειρία και ικανοποίηση.

Ετερότητα

Η «σφαίρα σχέσεων μεταξύ ατόμων με διαφορετικές απόψεις, πεποιθήσεις, γνώσεις και πολιτισμούς» που δημιουργούν «γόνιμες ευκαιρίες ανταλλαγής μεταξύ τους». Ιδιαίτερα η σχέση μεταξύ του επισκέπτη και των κατοίκων της περιοχής, η τουριστική προσφορά και οι ίδιοι οι επισκέπτες.

Το προφίλ των ήπιων τουριστών

	Ήπιος τουρίστας	Γενικός Τουρίστας
Έμπνευση	Από ταξιδιωτικά βιβλία και στο Διαδίκτυο	Διαδίκτυο
Κράτηση	Μέσω τηλεφώνου ή e-mail(για πιο άμεση επαφή) αλλά και μέσω Internet	Μηχανές κράτησης στο ίντερνετ και μέσω e-mail
Χρήση tour-operator	Μόνο εάν δεν υπάρχει άλλος τρόπος	ΝΑΙ
Πληροφορίες προορισμού & χάρτες	Από ταξιδιωτικούς οδηγούς μέχρι smartphone	Smartphone ή tablet
Φωτογραφίες	Analogic camera, εάν είναι δυνατόν – smartphone	Smartphone
Χρήση social networks για να μοιραστούν το ταξίδι και τις φωτογραφίες	Αυξανόμενη τάση	Ναι σε κάθε περίπτωση
Προσωπική στάση απέναντι στον προορισμό, τους ανθρώπους και το περιβάλλον	«Αποσύνδεση» από την καθημερινότητα και πλήρης «σύνδεση» με τον προορισμό	Μόνιμη σύνδεση με τον καθημερινό κόσμο (smartphone) και μικρή (ή καμία) σύνδεση με τον προορισμό.

Comparison between slow and mainstream tourist profiles. Source: own elaboration and excerpts from Moira, Mylonopoulos and Kondoudaki (2017)

Το προφίλ των ήπιων τουριστών

Slow Tourist	Mainstream Tourist	
Απλό και απαραίτητο. Πιθανώς αγοράζει τοπικά ρούχα στον προορισμό	Περιττά ενδύματα, που αγοράστηκαν από την χώρα προέλευσης	**Εμφάνιση και ρούχα**
Προτίμηση για εναλλακτικά μέσα μεταφοράς, κυρίως τρένο ή λεωφορείο. Επίσης, διαμοιρασμός , φιλικά προς το περιβάλλον και χωρίς βιασύνη	Προτίμηση για αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους και / ή όχημα αποκλειστικής χρήσης	**Μέσα μετακίνησης προς τον προορισμό**
Προτίμηση για δημόσιες συγκοινωνίες, διαμοιρασμός, φιλικά προς το περιβάλλον και χωρίς βιασύνη…	Εκείνα που επιτρέπουν γρήγορη κίνηση (π.χ. όχημα αποκλειστικής χρήσης)	**Μέσα μετακίνησης εντός του προορισμού**
Τοπική στέγαση ή / και μικρή, φιλική και οικογενειακή επιχείρηση	Κύριες αλυσίδες ξενοδοχείων	**Διαμονή**
Τοπική και παραδοσιακή κουζίνα / φιλικά προς το περιβάλλον τρόφιμα και ποτά	Φαστ φουντ, ξενοδοχειακό φαγητό, διεθνής κουζίνα	**Φαγητό**
Ευέλικτο πρόγραμμα ή καθόλου.	Όλα γίνονται βάσει προγράμματος	**Πρόγραμμα**
Προτιμά την άμεση επαφή με τη φύση ή / και τον τοπικό πληθυσμό. Χωρίς μεσάζοντες	Πλήρως μεσολάβηση. Ελάχιστη επαφή με τον τοπικό πληθυσμό.	**Δραστηριότητες**

Comparison between slow and mainstream tourist profiles. Source: own elaboration and excerpts from Moira, Mylonopoulos and Kondoudaki (2017)

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Οδηγίες και ταξινόμηση

Γενικές Προϋποθέσεις

Προϋποθέσεις μεταφοράς

Διατροφικές Προϋποθέσεις

Προϋποθέσεις δραστηριοτήτων

Προϋποθέσεις διαμονής

Κριτήρια και προϋποθέσεις για πακέτα Ήπιου Τουρισμού

Το δελτίο παρουσιάζει τα πιο σημαντικά κριτήρια και απαιτήσεις που πρέπει να πληρούνται για τη δημιουργία πακέτων και εμπειριών ήπιου τουρισμού που είναι ιδιαίτερα ελκυστικές για τα εισερχόμενα ταξιδιωτικά πρακτορεία και τους τουρίστες.

ΟΔΗΓΙΕΣ

- Δημιουργεί εμπειρίες που συμβάλλουν στη διατήρηση της ταυτότητας του προορισμού.
- Παρέχει υπηρεσίες και προϊόντα που είναι σύμφωνα με την τοπική γεωγραφία και την εποχή.
- Παρέχει αξέχαστες εμπειρίες.
- Προσφέρει έναν συνδυασμό ολοκληρωμένων προϊόντων.
- Αναπτύσσει συμμαχίες με άλλους τοπικούς τουριστικούς φορείς.
- Αναπτύσσει μια συναρπαστική αφήγηση.
- Επικοινωνεί προκαταβολικά.
- Αναπτύσσει μακροχρόνιες σχέσεις με πελάτες / χρήστες.

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ

Το δελτίο κριτηρίων ταξινομείται σε διαφορετικές ενότητες, οι οποίες παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά που θα συμμορφώνονταν με ένα τέλειο πακέτο Slow Tourism και θα λάβουν υπόψη τις διαφορετικές πτυχές του καθενός.

ΓΕΝΙΚΑ

ΜΕΤΑΦΟΡΑ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

ΔΙΑΤΡΟΦΗ

ΚΑΤΑΛΥΜΑ

Για να θεωρηθεί ένα πακέτο ήπιο, πρέπει να πληροί τουλάχιστον τις υποχρεωτικές απαιτήσεις. Όσο περισσότερες απαιτήσεις πληροί το πακέτο, τόσο περισσότερο θα αναπτύσσεται η «ήπια φιλοσοφία του τουρισμού».

Κριτήρια και προϋποθέσεις για πακέτα Ήπιου Τουρισμού

ΓΕΝΙΚΑ

Οι υποχρεωτικές προϋποθέσεις έχουν μαύρο χρώμα.

- Το πακέτο αποτελείται από μια μικρή ομάδα (το πολύ περίπου 15 άτομα) ή μεμονωμένη περιήγηση στην ταξιδιωτική εμπειρία.
- Μπορεί να υπάρχει τοπικός οδηγός ή να είναι αυτο-καθοδηγούμενο (με μόνιμη βοήθεια).
- Το Incoming Travel Agency που προσφέρει το πακέτο έχει μια βιώσιμη και υπεύθυνη τουριστική προσέγγιση / προώθηση / φιλοσοφία.
- Το Incoming Travel Agency αναπτύσσει συμμαχίες με άλλους τοπικούς τουριστικούς φορείς και ενδιαφερόμενους.
- Το Incoming Travel Agency που προσφέρει το πακέτο επιδιώκει ενεργά να προωθήσει την εικόνα των πακέτων και του προορισμού μέσω διαφόρων πλατφορμών και μέσων επικοινωνίας.
- Το Incoming Travel Agency προωθεί την κοινωνική ισότητα στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που συνάπτονται από τοπικούς προμηθευτές.
- Το πακέτο στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων στους τοπικούς πόρους και στο περιβάλλον.
- Το Εισερχόμενο Ταξιδιωτικό Πρακτορείο που προσφέρει το πακέτο βρίσκεται κατά προτίμηση στην ίδια τοποθεσία όπου η εμπειρία λαμβάνει χώρα ή αλλιώς αρκετά κοντά για να εξασφαλίσει την ομαλή λειτουργία στην περιοχή και συνδέσεις με τις τοπικές κοινότητες .
- Πρέπει να ισχύουν δίκαιες συνθήκες εργασίας για όλους τους ενδιαφερόμενους και τους υπαλλήλους που συμμετέχουν στο πακέτο.
- Η εμπειρία λαμβάνει χώρα σε περιοχές με μειωμένες τουριστικές ροές, που καλύπτουν: αγροτικές, παράκτιες και / ή ορεινές περιοχές. και επίσης μικρές πόλεις ή χωριά.
- Το πακέτο προωθείται σε ιστότοπους και σε κανάλια πωλήσεων με βιώσιμη προοπτική.
- Το Incoming Travel Agency δεσμεύεται να αναπτύξει μια μακροπρόθεσμη σχέση με τους τουριστικούς φορείς και τους προμηθευτές τους.
- Το Incoming Travel Agency ενθαρρύνει την ανάπτυξη του προσωπικού και τη διά βίου μάθηση ως μέρος του συστήματος διαχείρισης της αειφορίας. Όλο το προσωπικό εκπαιδεύεται σε κοινωνικές και περιβαλλοντικές πολιτικές.
- Ο ταξιδιωτικός πράκτορας έχει εφαρμόσει πολιτικές αγορών που ευνοούν βιώσιμα και τοπικά αγαθά και υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων οικοδομικών υλικών, τροφίμων, ποτών και αναλωσίμων.
- Το in. tr. Ag. γνωστοποιεί τις ενέργειές του σχετικά με τη βιώσιμη διαχείριση, την κοινωνική ευθύνη και την ηθική στις εργασιακές σχέσεις.
- Το in. tr. Ag. χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες στις ενέργειες προώθησης και επικοινωνίας του (όπως διαδικτυακά φυλλάδια, διαδικτυακά κανάλια επαφών κ.λπ.).
- Το Incoming Travel Agency διαθέτει έναν σύγχρονο και ενημερωμένο ιστότοπο σε διαφορετικές γλώσσες (τουλάχιστον στα Αγγλικά).
- Το in. tr. Ag. διατίθεται για να παρέχει πληροφορίες στους πελάτες μέσω συμβατικών μέσων αλλά και κοινωνικών δικτύων

ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ

Οι υποχρεωτικές προϋποθέσεις έχουν μαύρο χρώμα.

- Το πακέτο περιλαμβάνει και προωθεί τη χρήση βιώσιμων μεταφορικών μέσων.
- Το πακέτο περιλαμβάνει τουλάχιστον μία βιώσιμη μεταφορά όπως ποδήλατο ή ηλεκτρικό ποδήλατο, Segway, πεζοπορία, ηλεκτρικά οχήματα ή οποιοδήποτε άλλο φιλικό προς το περιβάλλον μέσο μεταφοράς.
- Το πακέτο παρουσιάζει δρομολόγια σε λιγότερο γνωστούς προορισμούς.Τα βιώσιμα μέσα μεταφοράς αποτελούν μέρος της εμπειρίας και των δραστηριοτήτων του πακέτου.
- Το Travel Agency λαμβάνει μέτρα για τη μείωση ή την αντιστάθμιση των εκπομπών CO2.
- Το DMC / Incoming Travel Agency παρέχει πληροφορίες και διευκολύνει τη χρήση των τοπικών μέσων μαζικής μεταφοράς.
- Η πλειονότητα των προμηθευτών μεταφορών εφαρμόζει διαδικασίες για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων.
- Το Incoming Travel Agency οργανώνει ομαδικές μεταφορές κατά τη διάρκεια της εμπειρίας λαμβάνοντας υπόψη την πιο αποτελεσματική επιλογή.
- Το Incoming Travel Agency προσφέρει μεταφορά αποσκευών για τους συμμετέχοντες που πραγματοποιούν μια διαδρομή ήπιας κινητικότητας.
- Το Incoming Travel Agency έχει επιλογές για άτομα με ειδικές απαιτήσεις προσβασιμότητας.
- Για αυτόνομους ταξιδιώτες, παρέχονται GPS ή εφαρμογές μεταφοράς.

ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Οι υποχρεωτικές προϋποθέσεις έχουν μαύρο χρώμα.

- Παρέχονται πληροφορίες σχετικά με την προέλευση, τους παραγωγούς, τα τοπικά πιάτα και την ποιότητα του φαγητού.
- Τα μαγειρικά προϊόντα που παρέχονται κατά τη διάρκεια της περιοδείας είναι τοπικά ή / και προέρχονται από τοπικούς παραγωγούς.
- Το πακέτο προωθεί τη γαστρονομία ως μέρος του πολιτισμού και της παράδοσης του προορισμού.
- Τα προϊόντα που παρέχονται κατά τη διάρκεια της περιοδείας είναι εποχιακά, οργανικά.
- Κατά προτίμηση τα εστιατόρια ή οι εγκαταστάσεις που σχετίζονται με τη γαστρονομία που περιλαμβάνονται στο πακέτο έχουν αναγνώριση και πιστοποιήσεις όπως οργανικές ετικέτες ή αναγνώριση ονομασίας προέλευσης.
- Το πακέτο περιλαμβάνει μια δραστηριότητα συγκομιδής ή / και αγοράς από μια τοπική αγορά.
- Το πακέτο περιλαμβάνει γαστρονομικές γευσιγνωσίες και / ή επισκέπτες τοπικών παραγωγών.
- Το προσωπικό εξυπηρέτησης και οι σεφ εκπαιδεύονται στη σημασία της κοινοποίησης της προέλευσης και της ποιότητας των προϊόντων που χρησιμοποιούνται.
- Όλοι οι εμπλεκόμενοι προμηθευτές έχουν δεσμευτεί να ελαχιστοποιούν τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και να αποφεύγουν τη σπατάλη τροφίμων.
- Τα μενού που παρέχονται είναι κατάλληλα για τον τύπο δραστηριότητας (δηλαδή διαδρομή πεζοπορίας ή ποδηλασίας) και την ώρα της ημέρας που απαιτείται για τη δραστηριότητα (π.χ. πρόγευμα νωρίς για παρατηρητές πουλιών)
- Απορρίψτε πλαστικό μίας χρήσης για επαναχρησιμοποιήσιμα αντικείμενα (π.χ. για πακέτα πικνίκ).
- Συμπερίληψη κωδικού QR σε κάθε μενού ή φαγητό στη λίστα μενού για να ελέγξετε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την περιοχή προέλευσής του, τα θρεπτικά στοιχεία και τυχόν σχετικές πληροφορίες.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Οι υποχρεωτικές προϋποθέσεις έχουν μαύρο χρώμα

- Οι δραστηριότητες του πακέτου στοχεύουν στην προστασία και προώθηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς (υλική και άυλη).
- Οι δραστηριότητες του πακέτου επιτρέπουν την καλύτερη κατανόηση της τοπικής ταυτότητας.
- Το πακέτο περιλαμβάνει ένα συνδυασμό δραστηριοτήτων πολλών από αυτούς τους τομείς: φύση, πολιτισμός, ευεξία και γαστρονομία.
- Οι οδηγοί και οι πάροχοι δραστηριοτήτων είναι αξιόπιστοι τοπικοί εμπειρογνώμονες που αντιμετωπίζουν το περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες με σεβασμό.
- Οι υπεύθυνες τουριστικές συμπεριφορές και αξίες ενθαρρύνονται σε όλες τις δραστηριότητες.
- Οι δραστηριότητες του πακέτου επιτρέπουν στους επισκέπτες να συνδεθούν με την τοπική ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού σε πολλές μορφές: τοπικά φεστιβάλ και παραδόσεις, γαστρονομία, χειροτεχνία κ.λπ.
- Οι δραστηριότητες του πακέτου περιλαμβάνουν ένα μαθησιακό στοιχείο.
- Οι δραστηριότητες του πακέτου περιλαμβάνουν τη συμμετοχή τοπικών ομάδων όπως εθνοτικές κοινότητες, εκπροσώπους ΜΚΟ, τοπικά ιδρύματα κ.λπ.
- Οι δραστηριότητες του πακέτου επιτρέπουν χρόνο και χώρο για τους συμμετέχοντες για ενδοσκόπηση και αυτοαναστοχασμό.
- Το πακέτο αποφεύγει δημιουργικές και αμφιλεγόμενες πολιτιστικές εμπειρίες που δεν σέβονται τον τοπικό πολιτισμό.
- Το πακέτο περιλαμβάνει μια σειρά επιπέδων δραστηριότητας για όλους τους τύπους τουριστών.
- Οι δραστηριότητες του πακέτου είναι εμπειρίες που ταιριάζουν στη σεζόν όταν πραγματοποιούνται.
- Τα δρομολόγια και τα πακέτα που λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες των τουριστών με συγκεκριμένες απαιτήσεις προσβασιμότητας περιλαμβάνονται στην προσφορά δραστηριοτήτων.
- Οι δραστηριότητες χτίζουν την τοπική υπερηφάνεια και αυτοπεποίθηση και ενισχύουν τον σεβασμό μεταξύ τουριστών και οικοδεσποτών.
- Το Εισερχόμενο Ταξιδιωτικό Πρακτορείο εξηγεί στους πελάτες τους κανόνες προστασίας των περιοχών ή οποιαδήποτε πληροφορία θεωρείται σχετική για την προστασία / σεβασμό των ντόπιων, του τόπου και του περιβάλλοντος.
- Το Income Travel Agency αποφεύγει τη χρήση πλαστικών ειδών μίας χρήσης και ενημερώνει τους πελάτες για το ότι δεν αφήνουν απόβλητα στη φύση.
- Οι τεχνολογικές καινοτομίες υπάρχουν μέσω της χρήσης εφαρμογών, εικονικής πραγματικότητας ή άλλων καινοτόμων λύσεων.

ΔΙΑΜΟΝΗ

Οι υποχρεωτικές προϋποθέσεις έχουν μαύρο χρώμα.

- Τα καταλύματα είναι τοπικές και / ή οικογενειακές επιχειρήσεις.
- Οι τύποι καταλυμάτων είναι αγροικίες, εξοχικές κατοικίες, κάμπινγκ, μικρά ξενοδοχεία κ.λπ.
- Τα καταλύμτα συνεργάζονται με τοπικούς παρόχους.
- Τα καταλύματα προσφέρουν μια στενή και εξατομικευμένη υπηρεσία, αφιερώνοντας χρόνο για να καλωσορίσουν τους πελάτες και να τους ενημερώσουν για το περιβάλλον και τις δυνατότητες για δραστηριότητες στην περιοχή
- Τα κατ. έρχονται σε επαφή με τοπικούς παραγωγούς και αγοράζουν και ενσωματώνουν τα τοπικά προϊόντα τους στον καθημερινό σχεδιασμό μενού.
- Οι ιδιοκτήτες αναλαμβάνουν δράσεις σχετικά με την τόνωση μιας διαδικασίας αλλαγής και ενθαρρύνουν τη διοίκηση και τα μέλη του προσωπικού να καινοτομούν.
- Ο μειωμένος αριθμός δωματίων των καταλυμάτων επιτρέπει μια στενή και εξατομικευμένη εμπειρία.
- Τα κατ. περιβάλλονται από ένα φυσικό / αγροτικό τοπίο.
- Τα κατ. είναι προσβάσιμα σε πελάτες με συγκεκριμένες απαιτήσεις προσβασιμότητας
- Τα κατ. προετοιμάζονται ή / και πιστοποιούνται για να φιλοξενήσουν εξειδικευμένους πελάτες με συγκεκριμένες τεχνικές απαιτήσεις: ποδηλάτες, πεζοπόρους, παρατηρητές πουλιών
- Οι ιδιοκτήτες κοινοποιούν τις ενέργειές τους σχετικά με τη βιωσιμότητα και τις αναγνωρίσεις υπό αυτήν την έννοια.
- Το κατ. διαθέτει αναγνωρίσεις ή βραβεία σχετικά με τη βιωσιμότητα και την υπεύθυνη συμπεριφορά.
- Το κατ. έχει μια καθορισμένη πολιτική βιωσιμότητας.
- Κατ. που προσφέρονται στο πακέτο πραγματοποιούν εκπαιδευτικές συνεδρίες στους υπαλλήλους τους όσον αφορά την αειφορία και τον ήπιο τουρισμό.
- Οι ιδιοκτήτες εφαρμόζουν πολιτικές που ενθαρρύνουν την πρόσληψη τοπικού προσωπικού, τόσο μόνιμων όσο και έκτακτων υπαλλήλων.
- Το κατάλυμα διαθέτει πολιτικές εξοικονόμησης ενέργειας, οι οποίες εφαρμόζονται και παρακολουθούνται.
- Το κατ. έχει μια ενεργή πολιτική για τη μείωση της κατανάλωσης νερού που εφαρμόζεται και παρακολουθείται.
- Το ακίνητο έχει αναπτύξει και εφαρμόσει μια πολιτική μείωσης και ανακύκλωσης στερεών αποβλήτων, με ποσοτικούς στόχους για τη μείωση των μη επαναχρησιμοποιήσιμων ή ανακυκλώσιμων αποβλήτων.
- Οι κοινόχρηστοι χώροι διαθέτουν οθόνες LED για την παροχή πληροφοριών σχετικά με την περιοχή, την πρόγνωση καιρού ή οποιαδήποτε άλλη χρήσιμη πληροφορία για τον επισκέπτη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΓΑΛΛΙΑ

ΓΕΡΜΑΝΙΑ

ΟΛΛΑΝΔΙΑ

ΣΟΥΗΔΙΑ

ΕΛΒΕΤΙΑ

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

ΗΠΑ

Έρευνα αγοράς σχετικά με τη ζήτηση Ήπιου τουρισμού

Κατά τη διεξαγωγή αυτής της μελέτης, συνήχθη το συμπέρασμα ότι αυτές οι επτά χώρες έχουν τις υψηλότερες δυνατότητες ως εξερχόμενες αγορές ήπιου τουρισμού προς την περιοχή της Μεσογείου - και πιο συγκεκριμένα προς τις χώρες που συμμορφώνονται με το έργο Med Pearls.

- Έχει υιοθετηθεί μια διπλή προσέγγιση:

1) Το να ανήκει στη λίστα των κορυφαίων εξερχόμενων τουριστικών αγορών προς τις χώρες Med Pearls: λαμβάνοντας υπόψη τον αντίκτυπο σε όλους τους προορισμούς στο σύνολό (προορισμοί Med Pearls ως ένας μοναδικός προορισμός).
2) Να ανήκουν στον κατάλογο των χωρών που νοιάζονται περισσότερο για το περιβάλλον και, ως εκ τούτου, είναι πιο πιθανό να έχουν μια βιώσιμη προσέγγιση και στη συμπεριφορά των ταξιδιών τους.

ΓΑΛΛΙΑ

- Η Γαλλία κατατάσσεται παγκοσμίως στην πέμπτη θέση για τις τουριστικές δαπάνες και κατατάσσεται δεύτερη στη λίστα των εξερχόμενων τουριστικών αγορών έναντι των χωρών του Med Pearls συνολικά.
- Οι διακοπές με επίκεντρο την ανακάλυψη και τον σεβασμό της φύσης, αποφεύγοντας τουριστικές δραστηριότητες που αυξάνουν τη ρύπανση και επιλέγουν επιλογές μαλακής κινητικότητας, γίνονται όλο και πιο δημοφιλείς.
- Οι Γάλλοι είναι επίσης γνωστοί ότι απολαμβάνουν τοπικές σπεσιαλιτέ φαγητού και ποτού.

Αφίξεις Γάλλων τουριστών στις χώρες Med Pearls το 2018

Country	Number of travellers
Spain	11.343.649*
Egypt	217.533
Greece	1.524.001
Jordan	48.399
Italy	7.640.667
Palestine	N/A

** 4.166.047 French tourists visited Catalonia in 2018. Source: INE (Spanish National Institute of Statistics).*

- **Population:** Almost 68 million
- **Median age:** 41,7 years old
- **International tourism expenditure:** 47.9 bn US$
- **Preferred destinations to travel (2018):**
  1. Spain
  2. Italy
  3. United Kingdom
  4. Portugal
  5. Germany
  6. Morocco
  7. Greece
- **Εποχικότητα: Το 2018, οι Γάλλοι πέρασαν τις καλοκαιρινές τους διακοπές για να ταξιδέψουν τον Ιούλιο (26%) και τον Αύγουστο (33%). Ο Απρίλιος και ο Μάιος είναι επίσης δημοφιλείς εποχές ταξιδιού λόγω των ανοιξιάτικων διακοπών** .

ΓΑΛΛΙΑ

ΠΡΟΦΙΛ ΗΠΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Επειδή δεν υπάρχουν δημόσια διαθέσιμες μελέτες σχετικά με το γαλλικό ήπιο τουριστικό προφίλ, δύο προφίλ που μοιράζονται ορισμένες κοινές πτυχές με το ήπιο τουριστικό προφίλ παρουσιάζονται εδώ για αναφορά: το προφίλ ταξιδιώτη πεζοπόρου και το προφίλ ταξιδιώτη εξερευνητή.

ΠΕΖΟΠΟΡΟΣ

- Οι Γάλλοι πεζοπόροι θέλουν να ανακαλύψουν τοπία και αναζητούν τη χαρά του περπατήματος.
- Όταν επιλέγουν έναν προορισμό, αναζητούν κυρίως μια ισορροπία μεταξύ των τοπίων και του κλίματος
- .Τύποι διακοπών
  - Mountains 79%
  - Seaside 31%
  - Countryside 29%
  - City-breaks 7%
- Δραστηριότητες
  - Slow activities 62%
  - Cultural activities 52%
  - Sports activities 39%

ΕΞΕΡΕΥΝΗΤΗΣ

- Οι Γάλλοι εξερευνητές είναι καλά μορφωμένοι και συχνά συνταξιοδοτούνται ή πλησιάζουν στη συνταξιοδότηση
- .Θέλουν να απολαμβάνουν τους καρπούς της εργασίας τους, κάνοντας τις διακοπές τους γεμάτες με ενδιαφέρουσες δραστηριότητες και ευκαιρίες μάθησης.
- Είναι πρόθυμοι να εξερευνήσουν την πόλη όσο και τα φυσικά τοπία.
- Δραστηριότητες
  - Challenging and / or action filled activities
  - Hands on learning activities
  - Experiencing city life
- Ιδανικές διακοπές
  - Αφιερώνοντας το χρόνο τους για να απολαύσουν τα πράγματα σωστά – ειδικά τη φυσική ομορφιά
  - Βλέποντας και κατανοώντας την αυθεντική τοπική κουλτούρα – κοιτάζοντας πέρα από τα προφανή αξιοθέατα των τουριστών
  - Συνομιλία με τους ντόπιους – οδηγούς ταξί, σερβιτόροι κ.λπ.
  - Ξοδεύουν λίγο περισσότερο για να βεβαιωθούν ότι παίρνουν όσες εμπειρίες μπορούν από το ταξίδι

ΓΕΡΜΑΝΙΑ

- Η Γερμανία κατατάσσεται παγκοσμίως στην τρίτη θέση για τις τουριστικές δαπάνες και κατατάσσεται πρώτη στην λίστα των εξερχόμενων τουριστικών αγορών προς τις χώρες του Med Pearls συνολικά.
- Οι περισσότεροι Γερμανοί εκτιμούν τη σημασία της μείωσης του αποτυπώματος άνθρακα όταν ταξιδεύουν. Παρόλο που αγαπούν τις διακοπές στον ήλιο και την παραλία, οι Γερμανοί παραθεριστές λατρεύουν τις υπαίθριες δραστηριότητες και περνούν τις διακοπές τους στη φύση.

Αφίξεις Γερμανών τουριστών στις χώρες Med Pearls το 2018

Country	Number of travellers
Spain	11.414.481*
Egypt	1.707.382
Greece	4.381.448
Jordan	74.174
Italy	13.518.339
Palestine	2.646

- **Population:** 80 million
- **Median age:** 47,8 years old
- **International tourism expenditure:** 94.2bn US$
- **Preferred destinations to travel (2019):**
  1. Spain
  2. Italy
  3. Austria
  4. Greece
  5. France
  6. Benelux
  7. Croatia
  8. Est of Europe
  9. Nordic countries
  10. Turkey
- **Εποχικότητα: Η πιο πολυσύχναστη περίοδος ταξιδιού είναι κατά το τρίτο τρίμηνο. Σχεδόν οι μισοί Γερμανοί τουρίστες επιλέγουν να ταξιδέψουν στις καλοκαιρινές διακοπές. Το δεύτερο τρίμηνο είναι η δεύτερη πιο πολυσύχναστη περίοδος λόγω των ανοιξιάτικων διακοπών.**

** 1.413.212 German tourists visited Catalonia in 2018. Source: INE (Spanish National Institute of Statistics).*

ΓΕΡΜΑΝΙΑ

ΠΡΟΦΙΛ ΗΠΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν δημόσια διαθέσιμες μελέτες σχετικά με το γερμανικό ήπιο τουριστικό προφίλ, δύο προφίλ που μοιράζονται ορισμένες κοινές πτυχές με το ήπιο τουριστικό προφίλ παρουσιάζονται εδώ για αναφορά: το προφίλ ταξιδιώτη πεζοπόρου και το προφίλ ταξιδιώτη εξερευνητή.

ΠΕΖΟΠΟΡΟΣ

- Οι Γερμανοί πεζοπόροι θέλουν να ανακαλύψουν τοπία, αναζητούν την ευχαρίστηση του περπατήματος και έχουν επίσης πολιτιστικό ενδιαφέρον.
- Όταν επιλέγουν έναν προορισμό, οι Γερμανοί πεζοπόροι αναζητούν κυρίως μια ισορροπία μεταξύ τοπίων και κλίματος και ρεαλιστικών πτυχών όπως η τιμή, η διαμονή κ.λπ.
- Τύπος διακοπών
  - Mountains 60%
  - Seaside 37%
  - Countryside 34%
  - City-breaks 18%
- Δραστηριότητες
  - Slow activities 75%
  - Cultural activities 64%
  - Sports activities 42%

ΕΞΕΡΕΥΝΗΤΗΣ

- Οι εξερευνητές στη Γερμανία είναι καλά εκπαιδευμένοι και καλοδεχούμενοι, ξέρουν τι θέλουν και βασίζουν τις αποφάσεις τους στις εμπειρίες τους.
- Στόχος τους είναι να εμβαθύνουν τις γνώσεις τους και να μάθουν όσο μπορούν από τις διακοπές τους.
- Απολαμβάνουν να επισκέπτονται τα διάσημα εμβληματικά μέρη, αλλά είναι επίσης πολύ πρόθυμοι να βιώσουν τη φύση.
- Δραστηριότητες
  - Δοκιμάζουν τοπικές σπεσιαλιτέ για φαγητό και ποτό
  - Εξερευνούν την ιστορία και την κληρονομιά
  - Επίσκεψη σε διάσημα / εμβληματικά μέρη
- Ιδανικές διακοπές
  - Γεμάτες με ευκαιρίες να εμβαθύνουν τις γνώσεις τους
  - Εξερεύνηση των ιστορικών και εμβληματικών τοποθεσιών
  - Ακολουθώντας το καλά ερευνημένο σχέδιο
  - Δοκιμή του τοπικού φαγητού και ποτού
  - Επίσκεψη σε πάρκα και αγροτική ζωή

ΟΛΛΑΝΔΙΑ

- Γενικά, οι Ολλανδοί ενδιαφέρονται να έρθουν σε επαφή με τους ντόπιους, να μάθουν για τον πολιτισμό και τα έθιμά τους, να ασκήσουν υπαίθριες δραστηριότητες και να δοκιμάσουν τοπικά φαγητά και ποτά. Οι Κάτω Χώρες κατατάσσονται στην πέμπτη θέση στον κατάλογο των εξερχόμενων τουριστικών αγορών προς τις χώρες του Med Pearls συνολικά.
- Οι Κάτω Χώρες είναι μία από τις πρώτες χώρες που εξέτασαν σε εθνικό επίπεδο προσπάθειες για την επίτευξη των 17 στόχων αειφόρου ανάπτυξης.

Αφίξεις ολλανδών τουριστών στις χώρες Med Pearls το 2018

Country	Number of travellers
Spain	3.848.545*
Egypt	189.679
Greece	1.014.998
Jordan	19.376
Italy	2.163.791
Palestine	N/A

- **Population:** 17 million
- **Median age:** 42,8 years old
- **International tourism expenditure:** 21.1bn US$
- **Preferred destinations to travel (2017):**

1 Germany
2 France
3 Spain
4 Belgium
5 Italy
6 Austria
7 United Kingdom
8 Greece
9 Portugal
10 United States

- **Εποχικότητα: Η Ολλανδία χωρίζεται σε τρεις μεγάλες περιόδους για διακοπές: έξι εβδομάδες τον Ιούλιο και τον Αύγουστο). Έχουν επίσης φθινοπωρινές διακοπές και χριστουγεννιάτικο διάλειμμα. Υπάρχει σχολικό διάλειμμα από τα γενέθλια του Βασιλιά (27 Απριλίου) έως τα μέσα Μαΐου.**

** 733.605 Dutch tourists visited Catalonia in 2018. Source: INE (Spanish National Institute of Statistics).*

ΟΛΛΑΝΔΙΑ

ΠΡΟΦΙΛ ΗΠΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Επειδή δεν υπάρχουν δημόσια διαθέσιμες μελέτες σχετικά με το ολλανδικό ήπιο τουριστικό προφίλ, δύο προφίλ που μοιράζονται ορισμένες κοινές πτυχές με το ήπιο τουριστικό προφίλ παρουσιάζονται εδώ για αναφορά: το προφίλ ταξιδιώτη πεζοπόρου και το προφίλ ταξιδιώτη ποδηλάτη.

ΠΕΖΟΠΟΡΟΣ

- Οι ολλανδοί πεζοπόροι θέλουν να ανακαλύψουν τοπία και αναζητούν τη χαρά του περπατήματος.
- Όταν επιλέγουν έναν προορισμό, αναζητούν κυρίως μια ισορροπία ανάμεσα στα τοπία, τη διαμονή και το κλίμα.
- Types of holidays
  - Mountains 53%
  - Seaside 30%
  - Countryside 23%
  - City-breaks 22,50%
- Activities
  - Slow activities 76%
  - Cultural activities 65%
  - Sports activities 32%

ΠΟΔΗΛΑΤΗΣ

Ο Ολλανδός τουρίστας ποδηλασίας είναι συνήθως:

- Μεταξύ 30 και 49 ετών
- Ταξιδεύουν κυρίως με άλλο άτομο
- Ανήκουν σε μια ανώτερη κοινωνική τάξη

Δραστηριότητες

- δραστηριότητες γεμάτες δράση
- Η ποδηλασία είναι η κύρια δραστηριότητα κατά την κράτηση ποδηλατικών διακοπών.
- Σε γενικές γραμμές, υπάρχει επίσης κάποιο ενδιαφέρον για πεζοπορία, πολιτιστικές δραστηριότητες και φαγητό.

ΣΟΥΗΔΙΑ

- Οι Σουηδοί είναι συχνά ταξιδιώτες και ξοδεύουν μεγάλα ποσά όταν πηγαίνουν διακοπές. Αναζητούν χώρες με ζεστό κλίμα και πολιτιστικές και μοναδικές ταξιδιωτικές εμπειρίες.
- Οι σουηδοί παραθεριστές αναγνωρίζουν την κλιματική αλλαγή. Ο τρόπος με τον οποίο ταξιδεύουν και η βιωσιμότητα είναι βασικοί παράγοντες κατά τη διάρκεια των διακοπών.

Αφίξεις Σουηδών τουριστών στις χώρες Med Pearls το 2018

Country	Number of travellers
Spain	2.042.965*
Egypt	70.861
Greece	508.794
Jordan	11.717
Italy	489.840
Palestine	N/A

- **Population:** 10 million
- **Median age:** 41,1 years old
- **International tourism expenditure:** 15.3bn US$
- **Preferred destinations to travel (2019):**

1 Spain
2 Denmark
3 Norway
4 Germany
5 United Kingdom

- **Εποχικότητα: Ο Ιούλιος είναι ο πιο δημοφιλής μήνας για διακοπές. Ο Μάιος και ο Αύγουστος είναι επίσης πολυσύχναστοι μήνες. Κατά την άνοιξη και το φθινόπωρο, οι Σουηδοί θέλουν επίσης να κάνουν διακοπές. Πάντα αναζητούν ζεστούς προορισμούς.**

** 212.329 Swedish tourists visited Catalonia in 2018. Source: INE (Spanish National Institute of Statistics).*

ΣΟΥΗΔΙΑ

ΠΡΟΦΙΛ ΗΠΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν διαθέσιμες στο κοινό μελέτες σχετικά με το σουηδικό τουριστικό προφίλ ειδικότερα, σε αυτήν την ενότητα, περιγράφεται το προφίλ του ταξιδιώτη εξερευνητή που έχει κοινές πτυχές με τον ήπιο τουρισμό.

ΕΞΕΡΕΥΝΗΤΗΣ

- Οι Σουηδοί εξερευνητές είναι κυρίως μόνοι, σε ζευγάρια και χωρίς παιδιά
- .Είναι ευέλικτοι ταξιδιώτες που θέλουν να χαλαρώσουν με χαλαρό ρυθμό που τους επιτρέπει να απολαύσουν το φυσικό τοπίο.
- Είναι επίσης ώριμοι και ανοιχτόμυαλοι με μεγάλο ενδιαφέρον για τον πολιτισμό, τις τέχνες και την ιστορία.,
- αναζητούν σταθερότητα και οικειότητα για χαλάρωση, και ενδιαφέρονται να δοκιμάσουν τοπικά φαγητά.

Δραστηριότητες

- Εμπειρία στην παράκτια ζωή, τοπία και παραλίες
- τοπικές σπεσιαλιτέ για φαγητό και ποτό
- Προτιμούν την αγροτική ζωή και τοπία

Ιδανικές διακοπές

- Γραφικά φυσικά τοπία
- Παράκτια ζωή και παραλίες
- Ταξιδεύοντας με έναν σύντροφο
- ήπιο ρυθμό και άνετο
- Δοκιμή τοπικών τροφίμων και ποτών

ΕΛΒΕΤΙΑ

- Η ευελιξία του ημερολογίου εργασίας τους και του υψηλού εισοδήματός τους, μεταξύ άλλων, καθιστούν τους Ελβετούς ταξιδιώτες τουρίστες υψηλής αξίας για όλους τους προορισμούς.
- Οι Ελβετοί είναι πεπειραμένοι ταξιδιώτες που αναζητούν ποιοτικά προϊόντα σε ποιοτικούς προορισμούς. Είναι επίσης αφοσιωμένοι στο περιβάλλον και λατρεύουν τις υπαίθριες δραστηριότητες.

Arrivals of Swiss tourists at the Med Pearls countries in 2018

Country	Number of travellers
Spain	1.884.783*
Egypt	110.405
Greece	520.814
Jordan	8.096
Italy	3.215.894
Palestine	N/A

- **Population:** 8,4 million
- **Median age:** 42,7 years old
- **International tourism expenditure:** 16bn US$
- **Preferred destinations to travel:**

1. France
2. Italy
3. Germany
4. Spain
5. Austria
6. United Kingdom

- **Seasonality:** In 2017 66% of Swiss citizens planned to go on a holiday during the summer (above average for Europeans) with more than two in five planning to take two weeks, 25% one week and 18% three weeks.

  Most of the trips are concentrated between May and October. High season is between June and August.

** 245.387 Swiss tourists visited Catalonia in 2018. Source: INE (Spanish National Institute of Statistics).*

ΕΛΒΕΤΙΑ

ΠΡΟΦΙΛ ΗΠΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν δημόσια διαθέσιμες μελέτες σχετικά με το ελβετικό ήπιο τουριστικό προφίλ, αυτή η ενότητα αναφέρεται στα δεδομένα που προέρχονται από μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε από το Sotomo Institute of Opinion Studies.

- Οι Ελβετοί συνδέουν τη φύση με την αρμονία και την ξεκούραση, αλλά χωρίς να γίνονται ασκητκοί ούτε αποποιούνται την άνεση.
- Η πεζοπορία θεωρείται δραστηριότητα για την εξισορρόπηση της πίεσης που ασκείται από μια ολοένα και πιο ανταγωνιστική και ψηφιοποιημένη κοινωνία.Στην Ελβετία, η πεζοπορία είναι σίγουρα ένα δημοφιλές άθλημα, που θεωρείται χαλαρωτική δραστηριότητα με τον ίδιο τρόπο όπως η ανάγνωση, η ακρόαση μουσικής ή η τηλεόραση.Οι δύο βασικοί παράγοντες για μια επιτυχημένη πεζοπορία είναι ο ευχάριστος καιρός και τα ελκυστικά φυσικά τοπία.
- Δραστηριότητες στη φύση
    - Hiking and trekking
    - Swimming
    - Diving

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

- Οι τάσεις της εξερχόμενης τουριστικής αγοράς στο Ηνωμένο Βασίλειο αναμένουν έναν αυξανόμενο αριθμό παραθεριστών που θα αναζητήσουν αυθεντικές εμπειρίες. Ομοίως, θα αυξηθεί επίσης η ανησυχία για τον αντίκτυπο των διακοπών στις τοπικές κοινότητες και στο περιβάλλον. Δύο από τις κύριες τάσεις είναι τα ήπια ταξίδια και η αυξανόμενη εστίαση στον αντίκτυπο που προκαλείται από τον τουρισμό. Το μεγαλύτερο μέρος του βρετανικού πληθυσμού εκτιμά τη σημασία της μείωσης του αποτυπώματος άνθρακα.
- Το Ηνωμένο Βασίλειο βρίσκεται στην τρίτη θέση στον κατάλογο των εξερχόμενων τουριστικών αγορών έναντι των χωρών του Med Pearls στο σύνολό του.

Arrivals of British tourists at the Med Pearls countries in 2018

Country	Number of travellers
Spain	18.502.722*
Egypt	435.722
Greece	2.942.763
Jordan	50.449
Italy	6.006.577
Palestine	N/A

- **Population:** 65 million
- **Median age:** 40,6 years old
- **Preferred destinations to travel (2019):**

1 Spain
2 France
3 USA
4 Italy
5 Germany
6 Greece
7 Portugal
8 Netherlands
9 Turkey

- **Εποχικότητα: Οι καλοκαιρινές διακοπές είναι η υψηλή περίοδος. Ωστόσο, οι Βρετανοί ταξιδεύουν κατά τη διάρκεια άλλων περιόδων σύμφωνα με το ημερολόγιο σχολικών διακοπών: μισή περίοδος Φεβρουαρίου, αργίες του Πάσχα, καλοκαιρινό εξάμηνο, διάλειμμα φθινοπώρου και Χριστούγεννα.**

** 2.106.301 British tourists visited Catalonia in 2018. Source: INE (Spanish National Institute of Statistics).*

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

ΠΡΟΦΙΛ ΗΠΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν δημόσια διαθέσιμες μελέτες που να περιγράφουν λεπτομερώς το ήπιο τουριστικό προφίλ του Ηνωμένου Βασιλείου, ακολουθεί μια ενότητα με ορισμένα χαρακτηριστικά του βρετανικού ήπιου τουριστικού προφίλ, συμπεριλαμβανομένων των συνηθειών και των τάσεων, που συμπληρώνεται με βασικές τάσεις για τον αειφόρο και ήπιο τουρισμό στον Ηνωμένο Βασίλειο για το 2020.

- Βιώσιμες / Ήπιες βασικές τάσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο για το 2020:
  - Η άνοδος του ήπιου τουρισμού

    Στην ψηφιακή εποχή, όταν όλα συμβαίνουν με γρήγορους ρυθμούς, μια αναδυόμενη τάση βλέπει τους παραθεριστές να επιλέγουν να επιβραδύνουν το ρυθμό και να βιώσουν προορισμούς σε βαθύτερο επίπεδο - πραγματοποιώντας πιο γνήσιες σχέσεις με τους ντόπιους και τους πολιτισμούς στην πορεία.

    Αυξημένη εστίαση στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού
  - Οι καταναλωτές γνωρίζουν όλο και περισσότερο τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις των διακοπών τους. Μετά από χρόνια αυξανόμενης ανησυχίας για συγκεκριμένα ζητήματα όπως η καλή μεταχείριση των ζώων, τα πλαστικά απόβλητα και η κλιματική αλλαγή έχουν προχωρήσει περαιτέρω στη συνείδηση των καταναλωτών.

    Ηλεκτρική αεροπορία
  - Το μέλλον της αεροπορίας μετατοπίζεται προς ηλεκτρικά αεροσκάφη, καθώς οι εξελίξεις στην τεχνολογία και οι αυξανόμενες απαιτήσεις για πιο βιώσιμους τρόπους ταξιδιού έχουν καταστήσει την έννοια των εμπορικών ηλεκτρικών πτήσεων μια πολύ πραγματική προοπτική.

    Εξατομικευμένη εμπειρία
  - Οι ταξιδιωτικές εταιρείες αναπτύσσουν νέους τύπους ευέλικτων και συναρπαστικών προϊόντων περιήγησης, καλύπτοντας διαφορετικές προτιμήσεις για να εξασφαλίσουν ευρεία ζήτηση από διαφορετικούς τύπους παραθεριστών.

ΗΠΑ

- Οι Ηνωμένες Πολιτείες είναι μια ώριμη αγορά με έμπειρους ταξιδιώτες. Αναζητούν μοναδικές εμπειρίες. Οι ΗΠΑ κατατάσσονται παγκοσμίως στη δεύτερη θέση για τις τουριστικές δαπάνες και την τέταρτη στη λίστα των εξερχόμενων τουριστικών αγορών προς τις χώρες του Med Pearls συνολικά.
- Οι ταξιδιώτες περιπέτειας και οι ηλικιωμένοι ταξιδιώτες είναι δύο σημαντικά τμήματα αγοράς που ταξιδεύουν σύμφωνα με τη φιλοσοφία Βιώσιμος / Ήπιος Τουρισμός.
- Είναι επίσης γνωστό ότι απολαμβάνουν τοπική γαστρονομία και κρασί.

Arrivals of American tourists at the Med Pearls countries in 2018

Country	Number of travellers
Spain	2.949.710*
Egypt	287.796
Greece	1.097.445
Jordan	120.384
Italy	4.091.952
Palestine	54.880

** 1.374.482 American tourists visited Catalonia in 2018. Source: INE (Spanish National Institute of Statistics).*

- **Population:** 332 million
- **Median age:** 38,5 years old
- **International tourism expenditure:** 144.2bn US$
- **Preferred destinations to travel (2018):**
  1. Mexico
  2. Canada
  3. France
  4. Italy
  5. United Kingdom
- **Εποχικότητα: Οι Αμερικανοί παραθεριστές απολαμβάνουν να ταξιδεύουν στο εξωτερικό όλο το χρόνο. Υπάρχουν εποχιακές κορυφές κατά τη διάρκεια της άνοιξης μεταξύ Απριλίου και Μαΐου, το καλοκαίρι από τον Ιούνιο έως τον Ιούλιο, και γύρω από τις διακοπές των Χριστουγέννων τον Δεκέμβριο. Ο Δεκέμβριος συνήθως βλέπει τον υψηλότερο αριθμό διεθνών αναχωρήσεων, καθώς οι Αμερικανοί αξιοποιούν στο έπακρο το χριστουγεννιάτικο διάλειμμα για να επισκεφθούν φίλους ή να κάνουν διακοπές σε προορισμούς χειμερινού ήλιου. Οι εποχιακές κορυφές ταξιδιού είναι πιο εφαρμόσιμες σε οικογένειες που πρέπει να ταξιδέψουν κατά τη διάρκεια των σχολικών διακοπών.**

ΗΠΑ

ΠΡΟΦΙΛ ΗΠΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν δημόσια διαθέσιμες μελέτες σχετικά με το αμερικανικό ήπιο τουριστικό προφίλ, δύο προφίλ που μοιράζονται κοινές πτυχές με το προφίλ Ήπιου τουρισμού παρουσιάζονται εδώ για αναφορά: το προφίλ του ταξιδιώτη περιπέτειας και το προφίλ του ταξιδιώτη περιηγητή.

ΤΑΞΙΔΙΩΤΗΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

- Αναζητά ενεργά νέες ταξιδιωτικές εμπειρίες.
- Φαίνεται ότι τα ταξίδια πρέπει να αφορούν τον εμπλουτισμό, νέες εμπειρίες
- Απολαμβάνει να εργάζεται πάνω σε νέες ιδέες.Αγκαλιάζει τον κόσμο γιορτάζοντας τις αποχρώσεις του ενώ ταξιδεύουν.
- Απολαμβάνει να μαθαίνει νέα πράγματα περισσότερο από τους περισσότερους ανθρώπους.

Δραστηριότητες

- Πεζοπορία
- Επίσκεψη φίλων ή οικογένειας
- Κατασκήνωση

ΠΕΡΙΗΓΗΤΗΣ

- Οι συνταξιούχοι έχουν εξοικονομήσει χρήματα για να ξοδέψουν, Είναι εύποροι.

Δραστηριότητες

- Επίσκεψη σε διάσημα / εμβληματικά μέρη
- Εξερεύνηση ιστορίας και κληρονομιάς
- Δοκιμάζουν τοπικές σπεσιαλιτέ φαγητού και ποτού

Ιδανικές διακοπές

- Μια πολιτιστική περιπέτεια όπου μπορούν να μάθουν και να αναπτυχθούν – ιστορία, τέχνη, μουσική, αρχιτεκτονική
- Πολλή κοινωνικοποίηση με τους ντόπιους
- Πολλά να δούνε και να κάνουνε – σωματικά και διανοητικά

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ajloun Forest Reserve – ΙΟΡΔΑΝΙΑ

Bohinj – ΣΛΟΒΕΝΙΑ

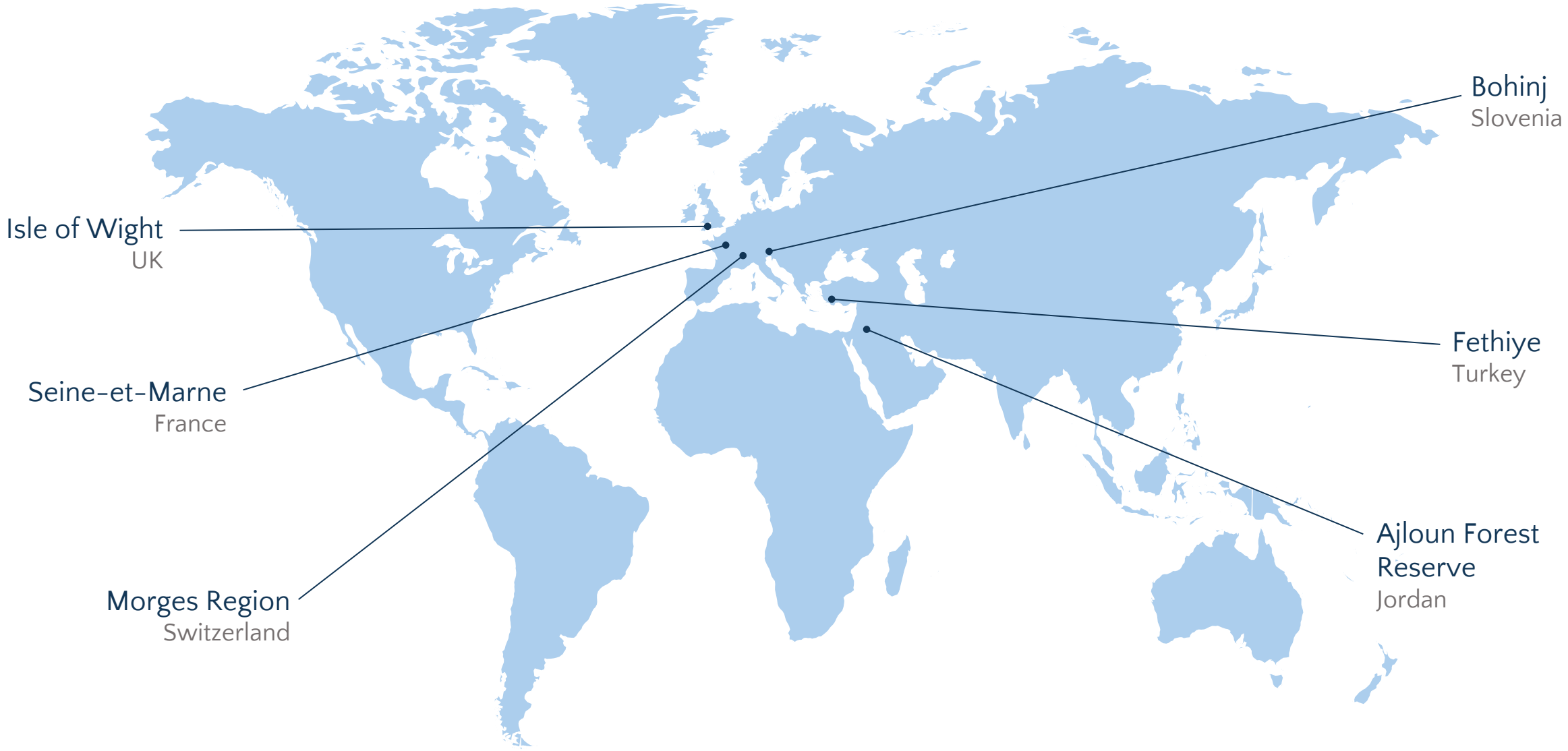
Fethiye – ΤΟΥΡΚΙΑ

Isle of Wight – ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Morges Region – ΕΛΒΕΤΙΑ

Seine-et-Marne – ΓΑΛΛΙΑ

Προορισμοί με πακέτα Ήπιου τουρισμού



Ajloun Forest Reserve – ΙΟΡΔΑΝΙΑ

Ως ένας από τους κορυφαίους 100 βιώσιμους προορισμούς του 2018, το Ajloun Forest Reserve προσφέρει στους επισκέπτες έναν τρόπο να ανακαλύψουν αυτό το δάσος με Ήπιο τουρισμό χάρη σε δραστηριότητες που εμπλέκουν τις τοπικές κοινότητες. Επιπλέον, λειτουργεί ένα καταφύγιο ενσωματωμένο στο περιβάλλον σύμφωνα με βιώσιμα κριτήρια.

Population

11,047 in Ajloun town according to the 2019 census.
194,700 in Ajloun Governorate according to the 2019 census.

Distinctions and Strategies

- The Royal Society for the Conservation of Nature and Wild Jordan (RSCN)
- 2018 Sustainable Destinations TOP 100
- IUCN Green List
- Case Study: Innovation of New Tourism Trails and its Effect on the Ajloun Touristic Process

Other Information

Η διαμονή στο καταφύγιο σέβεται το περιβάλλον, καθώς χρησιμοποιεί ηλιακούς συλλέκτες στην οροφή για εξοικονόμηση ενέργειας με βιώσιμο τρόπο. Επίσης, η αρχιτεκτονική και το στιλ της ενσωματώνονται στο δάσος.

Το Ajloun Forest Reserve συνεργάζεται με ένα καταφύγιο στην περιοχή. Αυτό το κατάλυμα βρίσκεται σε πράσινο τοπίο που περιβάλλεται από χαρουπιές, βελανιδιές, φιστικιές και φραουλιές. Υπάρχουν πέντε καμπίνες που προσφέρουν ιδιωτικές εγκαταστάσεις, μικρές βεράντες ανοιχτές όλο το χρόνο και 10 μπανγκαλόου με τέντες τεσσάρων ατόμων με καμπίνα ντους και τουαλέτες που είναι ανοιχτά από τα μέσα Μαρτίου έως τα τέλη Οκτωβρίου.

Υπάρχουν δύο κύρια εστιατόρια στο Ajloun Forest Reserve, και τα δύο σερβίρουν σπιτικά παραδοσιακά τοπικά γεύματα. Οι επισκέπτες στο Ajloun Forest Reserve μπορούν να απολαύσουν σπιτικά γεύματα στα σπίτια των κατοίκων και οι τοπικοί οικοδεσπότες μπορούν επίσης να διδάξουν στους επισκέπτες πώς να μαγειρεύουν αυτά τα γεύματα.

Στο Δάσος Ajloun, το πιο κοινό μέσο μεταφοράς είναι με αυτοκίνητο, όπου οι επισκέπτες μπορούν να μετακινούνται εύκολα. Σύμφωνα με τον κ. Othman Altawalbeh, διευθυντή του δασικού καταφυγίου Ajloun, προσπαθούν να εφαρμόσουν νέες βιώσιμες επιλογές όπως δημόσια λεωφορεία ή αμαξίδια. Ωστόσο, βρίσκονται σε μια φάση σκέψης πώς να τα εφαρμόσουν, καθώς οι επιφυλάξεις είναι πολλές .

Στο Ajloun Forest Reserve υπάρχει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που επιδιώκουν να φέρουν τους επισκέπτες σε στενή επαφή με το περιβάλλον και τις τοποθεσίες που επισκέπτονται μέσω της ανακάλυψης και της ενεργού μάθησης, μέσω των διάσημων μονοπατιών και δραστηριοτήτων με τους ντόπιους.

Σε γενικές γραμμές, το RSCN δημοσίευσε το ημερολόγιό του με γενικές εκδηλώσεις, όπως εκδηλώσεις Φύσης, συζητήσεις και εορτασμούς διεθνών ημερών (Ημέρα Εθελοντισμού, Ημέρα Κλιματικής Αλλαγής κ.λπ.).

Bohinj- ΣΛΟΒΕΝΙΑ

Bohinj μπορεί να θεωρηθεί προορισμός ήπιου τουρισμού χάρη στη στρατηγική του, η οποία βασίζεται στην εφαρμογή δέσμευσης για βιωσιμότητα με οριζόντιο τρόπο. Αυτό αποδεικνύεται από τις αναγνωρίσεις τους καθώς και από τη συμμετοχή τους στο έργο Alpine Pearls, το οποίο αποτελεί καλή πρακτική βιώσιμης κινητικότητας στις αγροτικές περιοχές.

Population

5.222 according to the 2020 census.

Distinctions and Strategies

- Alpine Pearls member
- Slovenia Green Destination - Silver
- Julian Alps – UNESCO Biosphere Reserve
- European Destination of Excellence – Runner up
- Bohinj is leader in Responsible Tourism
- Top 10 regions Julian Alps, Slovenia by Lonely Planet Best Travel 2018
- *From Bohinj* certification

Other Information

Ως μέλος επιλεγμένου προορισμού Alpine Pearls, προσανατολίζεται με βιώσιμο τρόπο και δεσμεύεται να διατηρήσει το περιβάλλον, τη βιοποικιλότητα και τον παραδοσιακό τρόπο ζωής.

Τα καταλύματα ακολουθούν τις τάσεις του ελάχιστου αντίκτυπου στο φυσικό περιβάλλον. Οι επισκέπτες μπορούν να επιλέξουν να μείνουν σε ένα ξενοδοχείο ή να επιλέξουν άλλο τύπο καταλύματος, όπως τουριστικά αγροκτήματα, κάμπινγκ, ορεινές καλύβες κ.λπ. Ορισμένα από τα καταλύματα πιστοποιούνται επίσης από την ετικέτα From Bohinj.

Η κουζίνα στο Bohinj και τα τοπικά της υλικά είναι απαραίτητα για μια πραγματική εμπειρία του Bohinj. Προσκαλούν τους τουρίστες να επισκεφθούν τα πανδοχεία που διαθέτουν το πιστοποιητικό From Bohinj και να δοκιμάσουν το παραδοσιακό φαγητό που σερβίρεται με σύγχρονο τρόπο. Μια σειρά από τοπικά παραγόμενα συστατικά προστίθενται στα παραδοσιακά μαγειρικά προϊόντα.

Η πράσινη κινητικότητα προωθείται μέσω των καρτών κινητικότητας του καλοκαιριού και του χειμώνα Bohinj, η οποία παρέχει διάφορα οφέλη για τους χρήστες, όπως η παροχή δωρεάν δημόσιας συγκοινωνίας γύρω από το Bohinj και δωρεάν χώρο στάθμευσης. Οι επισκέπτες μπορούν να περπατήσουν, να οδηγήσουν ένα ποδήλατο, να οδηγήσουν ένα άλογο ή να πάνε με ένα hop-on hop-off λεωφορείο για να περιηγηθούν στο εθνικό πάρκο Triglav και την περιοχή

Bohinj και τα περίχωρά του προσφέρουν μια ευρεία επιλογή εμπειριών μέσα σε τοπία: πεζοπορία, ποδηλασία και ορεινή ποδηλασία, θαλάσσια σπορ, ψάρεμα κ.λπ. Αφού κάνουν μερικά από αυτά, οι παραθεριστές μπορούν να χαλαρώσουν και να περάσουν χρόνο σε δραστηριότητες ευεξίας. Η μάρκα From Bohinj πιστοποιεί επίσης τουριστικές εμπειρίες που ταιριάζουν με μια προοπτική Slow Tourism

Μερικές από τις εκδηλώσεις με μια προσέγγιση αργού τουρισμού είναι:the International Wild Flower Festival, Evening under the Linden Tree, Ethno Weekend in Bohinj, International Cheese and Wine Festival and Cows all in Bohinj.

Fethiye – ΤΟΥΡΚΙΑ

Το Fethiye είναι ένα καλό παράδειγμα προορισμού Ήπιου τουρισμού, λόγω της δέσμευσής του να εμπλέξει τοπικές κοινότητες στον τουριστικό κλάδο. Το έργο Taste of Fethiye συμβάλλει στην απόδειξη της επιτυχίας της σύνδεσης τοπικών αγροτικών κοινοτήτων με ξενοδόχους και χονδρεμπόρους στον τουριστικό τομέα, δημιουργώντας μια win-win κατάσταση για τους καταναλωτές και τους παραγωγούς.

Population

162,686 according to the 2019 census.

Distinctions and Strategies

- *Taste of Fethiye* label

Το Taste of Fethiye ήταν ένα πενταετές έργο που πραγματοποιήθηκε από το The Travel Foundation, το οποίο παραδόθηκε επίσημα το 2016 στην FETAV (τουρισμός, προώθηση, περιβάλλον και πολιτιστική ΜΚΟ της Fethiye) και παρέχει ένα αναπαραγώγιμο μοντέλο για την επιτυχή σύνδεση των τοπικών αγροτικών κοινοτήτων της Fethiye με τους ξενοδόχους και χονδρέμπορους στον ακμάζοντα τουριστικό του τομέα.

Το έργο αποτελείται από:

- Δημιουργία τοπικής αλυσίδας εφοδιασμού
- Branding και προώθηση
- Υποστήριξη τοπικών παραδόσεων, δημιουργία εμπειριών φαγητού
- Επέκταση των οφελών στην ευρύτερη κοινότητα
- Τοπικά οικονομικά οφέλη
- Τοπικοί δεσμοί αγοράς
- Προστασία περιβαλλοντικών πόρων

Στο Fethiye υπάρχουν καταλύματα που θεωρούνται πράσινα καταλύματα και οικολογικά θέρετρα με την πρωτοβουλία Travelife, ένα πρόγραμμα που μετρά τον αντίκτυπο του ακινήτου στις ακόλουθες πτυχές: περιβάλλον, κοινότητα, πολιτιστική κληρονομιά και τοπική οικονομία. Αρκετές ιδιότητες ήταν μέρος του έργου Taste of Fethiye.

Η κουζίνα στο Fethiye είναι πλούσια και με μεγάλη ποικιλία, που αποτελείται από φρέσκα, τοπικά προϊόντα και θαλασσινά. Ένα παράδειγμα γαστρονομικής εμπειρίας είναι η επίσκεψη στην Ψαραγορά στην Φέτιγιε, όπου οι επισκέπτες μπορούν να βρουν όχι μόνο φαγητό αλλά και να ζήσουν την τοπική ζωή, απολαμβάνοντας παραδοσιακή μουσική ενώ περπατούν, ακόμη και αγοράζοντας τοπικά προϊόντα. Χάρη στο έργο Taste of Fethiye τοπικά προϊόντα από αγροκτήματα προσθέτουν αξία στον τουριστικό κλάδο

Για να μετακινηθεί κάποιος στην περιοχή, οι επιλογές που ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να μην ταξιδεύουν με ιδιωτικό αυτοκίνητο είναι: γραμμές λεωφορείων, και θαλάσσιες γραμμές.

Οι ήπιες τουριστικές δραστηριότητες που επιτρέπουν στον επισκέπτη να εξερευνήσει και να απολαύσει την περιοχή είναι ιππασία, πεζοπορία, ορειβασία και καταδύσεις.

Όσον αφορά τις εκδηλώσεις Slow Tourism που επιτρέπουν την καλύτερη κατανόηση των παραδόσεων και της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής, κάθε καλοκαίρι η Fethiye φιλοξενεί το "Φεστιβάλ Κλασικής Μουσικής"

Isle of Wight – ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Το Isle of Wight έχει προαχθεί ως Ήπιος Προορισμός αφού έχει όλα τα συστατικά για να είναι ένα. Η στρατηγική της βασίζεται σε κριτήρια βιώσιμου και ήπιου τουρισμού από τα καταλύματά του, έως τις προτεινόμενες δραστηριότητες και τις εκδηλώσεις που γιορτάζονται. Τέλος, προσφέρει έναν οδηγό Slow Tourism και ο ισχυρισμός του περιλαμβάνει τον όρο αργός: Slow Wight.

Population

141,538 according to the 2018 census

Distinctions and Strategies

- UNESCO Biosphere Reserve
- Visit Isle of Wight
- Sustainable Travel actions: Green Star Scheme, Southern Vectis key card scheme, Travel Ambassador, Familiarisation tips and Slow Travel Guide.

Other Information

Η προώθηση εστιάζει στην προβολή του αργού ρυθμού ζωής του νησιού, του περιβάλλοντος και της διατήρησής του, καθώς και στην ανάδειξη της γαστρονομίας και της τοπικής ζωής του.

The Isle of Wight προσφέρει μια εκτενή επιλογή καταλυμάτων που ανταποκρίνονται στα κριτήρια του Slow Τουρισμού: από όμορφα παραδοσιακά παραθαλάσσια ξενοδοχεία έως ποιοτικά καταλύματα B&B. από εκπληκτικά καταλύματα με δυνατότητα προετοιμασίας γευμάτων έως οικογενειακές εγκαταστάσεις που βρίσκονται σε πάρκα διακοπών και κάμπινγκ. Πολλές από τις προσφορές του Slow Accommodation προσφέρονται επίσης ως διαμονή στο αγρόκτημα.

Τα τοπικά προϊόντα αντικατοπτρίζουν το μοναδικό και αντίθετο τοπίο και τις ακτές του νησιού. Οι επισκέπτες μπορούν να βρουν μια ποικιλία από τοπικά παραγόμενα υλικά και να απολαύσουν την αυθεντική γεύση του νησιού. Οι προορισμοί έχουν έναν οδηγό για φαγητό. Ονομάζεται "Taste of the Wight" και είναι ο δωρεάν τοπικός οδηγός του νησιού για φαγητό και ποτό.

Το νησί προωθεί τη βιώσιμη κινητικότητα. Διατίθεται μια σειρά επιλογών για να βοηθήσουν τους επισκέπτες να καλύψουν κάθε ίντσα από τα 23 x 13 μίλια του νησιού.

Αυτές είναι μερικές από τις δραστηριότητες ήπιου τουρισμού που μπορούν να πραγματοποιηθούν στο Isle of Wight: δραστηριότητες περιπέτειας, παρακολούθηση πτηνών, ποδηλασία, ψάρεμα, ιππασία. Ιστιοπλοΐα και θαλάσσια σπορ και περπάτημα.

Αρκετές εκδηλώσεις και φεστιβάλ πραγματοποιούνται στο Isle of Wight όλο το χρόνο. Ορισμένες από αυτές τις εκδηλώσεις ευθυγραμμίζονται με κριτήρια “slow" λόγω του θέματος ή του τρόπου εφαρμογής τους: Isle of Wight Walking Festival, Jazz Weekend, Rhythm Tree, Walk the Wight, μεταξύ άλλων.

Morges Region – ΕΛΒΕΤΙΑ

Morges Region είναι η πρώτη τουριστική περιοχή στην Ελβετία που προβάλλεται ως; Ήπιος Προορισμός, δείχνοντας στους επισκέπτες έναν αργό τρόπο να ανακαλύψουν ένα μέρος, χάρη στις κορυφαίες δραστηριότητες, το περιβάλλον, τον πολιτισμό και πολλά άλλα. Επιπλέον, έχουν πραγματοποιήσει ένα πρόγραμμα που ονομάζεται «Slow Destination» για να τοποθετήσουν την περιοχή Morges ως αναφορά στο Slow Tourism.

Population

82,632 according to the 2018 census.

Distinctions and Strategies

- UNESCO Palafittes
- Morges Région Tourism
- Villeverte Suisse Morges

Other Information

Η πόλη Morges είναι η πρώτη στη γαλλόφωνη Ελβετία που ανακοινώνει σαφώς τη θέση της ως αργό προορισμό και εστιάζει την προώθησή της σε τέσσερις Slow varieties: slow food, slow sleep, slow travel and slow wine.

Η περιοχή θέλει να γίνει ένα αυθεντικό κέντρο του Slow Tourism στην Ελβετία. Είναι πράγματι ο πρώτος προορισμός στη χώρα με το σύνθημα "Slow Destination Morges Région", που καθιστά τον αργό τουρισμό το κοινό νήμα του μηνύματός του.

Morges Region προσφέρει ένα ευρύ φάσμα ποιοτικών καταλυμάτων. Τα ξενοδοχεία της περιοχής διακρίνονται για το υψηλό επίπεδο φιλοξενίας τους. Η περιοχή προσφέρει ένα ευρύ φάσμα ξενοδοχείων που συνδυάζουν την άνεση και τον εκσυγχρονισμό. Τα περισσότερα από τα ξενοδοχεία είναι συγκεντρωμένα στο κέντρο της πόλης κοντά στη λίμνη της Γενεύης, όλα προσφέρουν θέα στις Άλπεις, σύμφωνα με τα κριτήρια του ΉΠΙΟΥ τουρισμού: οι εγκαταστάσεις είναι γενικά τοπικές και προσαρμοσμένες.

Η περιοχή διαθέτει μια αυθεντική γαστρονομική εμπειρία που πολλοί τεχνίτες προσκαλούν τους επισκέπτες να ανακαλύψουν: Τοπικά προϊόντα του κ. Dufaux, του Le Petit Frigo, του Mes Vignerons, του αγροκτήματος Cretegny και της ζυθοποιίας της ακτής.

Η περιοχή Morges ενθαρρύνει τους επισκέπτες να μετακινούνται με βιώσιμες επιλογές κινητικότητας, όπως ποδήλατα και λεωφορεία, επιτρέποντάς τους να αποφεύγουν τα ιδιωτικά αυτοκίνητα.

Morges Region είναι γεμάτη από ενδιαφέρουσες τοποθεσίες και παρέχει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων. Είτε πρόκειται για πολιτιστικές, γευσιγνωσίες κρασιού ή αθλητικές εκδηλώσεις, το περιβάλλον επιτρέπει μεγάλη ποικιλία χάρη στη λίμνη και τους πολλούς αμπελώνες και μουσεία της περιοχής.

Morges Region έχει διάφορες εκδηλώσεις και γιορτές για να καλέσει τους τουρίστες να ανακαλύψουν την πολιτιστική και γαστρονομική κληρονομιά της περιοχής με έναν τρόπο Ήπιου τουρισμού. Αυτά περιλαμβάνουν:Gourmets Saturdays, Tasting of new Vintages, Tulip festival, Autumn market, etc.

Seine-et-Marne - ΓΑΛΛΙΑ

Το 2019, η Seine-et-Marne εστίασε την τουριστική της στρατηγική στην ανάπτυξη του Slow Tourism, ενθαρρύνοντας τους επισκέπτες να απολαύσουν την περιοχή με βιώσιμο και χαμηλό αντίκτυπο. Λαμβάνοντας υπόψη την τοποθεσία της περιοχής, κοντά στο Île-de-France, αυτός ο προορισμός είναι ένα καλό παράδειγμα εφαρμογής μιας προοπτικής ήπιου τουρισμού κοντά σε αστικές περιοχές.

Population

1,397,665 according to the 2019 census.

Distinctions and Strategies

- UNESCO Provins
- UNESCO Fointainebleau
- Seine & Marne Attractivité tourism board

Other Information

Το τουριστικό φυλλάδιο του τονίζει μερικές από τις δραστηριότητες και τα μέρη που προσφέρονται στο Seine-et-Marne. Αυτό το φυλλάδιο συνιστά στους επισκέπτες να «αφιερώσουν χρόνο για να παρατηρήσουν, να ακούσουν, να απολαύσουν τις απολαύσεις του τραπεζιού ή να απολαύσουν τη φύση».

Υπάρχει μια ευρεία επιλογή άτυπων εγκαταστάσεων για τουρίστες και επισκέπτες που επιθυμούν να απομακρυνθούν από τις «συμβατικές» ρυθμίσεις του ξενοδοχείου, και να βιώσουν νέους τύπους καταλυμάτων που εστιάζουν περισσότερο σε μια προσέγγιση βιώσιμου και αργού τουρισμού. Αυτά περιλαμβάνουν για παράδειγμα: δεντρόσπιτα, tree-houses, sound-proof cocoons, luxury houseboats, tipis, caravans or bubble hotels..

Ένας από τους τρόπους με τους οποίους το τμήμα Seine-et-Marne επιθυμεί να προωθήσει τον ήπιο τουρισμό, καλώντας τους ταξιδιώτες και τους επισκέπτες να κάνουν ένα διάλειμμα και να απολαύσουν την τοπική γαστρονομία, όπως η Brie από το Coulommiers ή οι παραδοσιακές καραμέλες από το Nemours.

Το τμήμα του Seine-et-Marne στοχεύει στην περαιτέρω ανάπτυξη του Slow Tourism, καλώντας και ενθαρρύνοντας τους επισκέπτες να εξερευνήσουν το Seine-et-Marne με βάρκα, ποδήλατο και φαγητό απολαμβάνοντας τη διαμονή τους. Αυτό, για παράδειγμα, κατέστη δυνατο χάρη στην προηγούμενη ανάπτυξη πολλών ποδηλατικών διαδρομών, διαθέσιμων από διαφορετικούς σιδηροδρομικούς σταθμούς του Σεν-ε-Μαρν.

Το Seine-et-Marne προσφέρει πολλές αυθεντικές εμπειρίες και δραστηριότητες ήπιου τουρισμού, μερικές από αυτές περιλαμβάνουν ιππασία στην ύπαιθρο. Επίσης κρουαζιέρα ή κανό, ποδηλασία στις διάφορες διαδρομές και εξοικειωση με αυθεντικά τρόφιμα και τοπικά προϊόντα. Αποτελεί επίσης μια ευκαιρία να ανακαλύψετε την ιστορία και την πολιτιστική κληρονομιά των χωριών Seine-et-Marne, καθώς και τα ομορφότερα τουριστικά αξιοθέατα της περιοχής.

Πολιτιστικές και γαστρονομικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ, εκθέσεις και εργαστήρια είναι όλο το χρόνο στο Seine-et-Marne. Υπάρχουν μερικά γεγονότα που ταιριάζουν στον ήπιο τουρισμό, όπως La Cave du Jazz, Les Tabarderies, Printemps de Paroles κ.λπ.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Τα τέσσερα κύρια συστατικά των πακέτων Ήπιου Τουρισμού.

A mine of memories - Dolcevita

Séjour bien-être, yoga et rando dans les Abruzzes - Ecovoyageurs

Fall in (love with) Tuscany – Km Zero Tours

The Luberon Experience – The Luberon Experience

Food and wine tour in Craotia and Slovenia – Responsible Travel

Du Douro a l'Alentejo – Voyageurs du Monde

Τα τέσσερα κύρια συστατικά των πακέτων Ήπιου Τουρισμού.

Ευελιξία και ρυθμός. Επιτρέπει στους ταξιδιώτες να απολαύσουν το τοπίο και με τις πέντε αισθήσεις. Σε συγχρονισμό με την επιθυμία των ταξιδιωτών να βιώσουν κάθε βήμα του ταξιδιού.

Δίνει αρκετό χρόνο στον ταξιδιώτη να δημιουργήσει μια βαθύτερη σχέση με το περιβάλλον, τις διαφορετικές τοποθεσίες και τους ανθρώπους που συναντά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Προωθεί την ενδοσκόπηση, προβληματισμό και προσωπική ανάπτυξη.

Αναζήτηση εγκαταστάσεων όπου ο ταξιδιώτης μπορεί να σταματήσει το χρόνο. Ο χώρος και η εξυπηρέτηση πρέπει να σχεδιαστούν προσεκτικά: αρχιτεκτονική και διακόσμηση ώστε να ενσωματωθούν στο περιβάλλον: πλήρης προσοχή στη λεπτομέρεια. μια αναπόσπαστη εμπειρία για πλήρη απόλαυση.

Προσφέρει τοπικό, παραδοσιακό φαγητό που χρησιμοποιεί τοπικά προϊόντα. Κάντε τους ταξιδιώτες να εκτιμήσουν το γεγονός ότι το φαγητό έχει παρασκευαστεί με αγάπη και φροντίδα και συνεπώς απαιτεί χρόνο για να το απολαύσουν. Τα μενού πρέπει να απευθύνονται σε όλες τις αισθήσεις.

A MINE OF MEMORIES

Αυτό το πακέτο είναι ένα καλό παράδειγμα ενός πακέτου Slow Tourism, διότι επιτρέπει στους ταξιδιώτες να βυθιστούν στη Σαρδηνία και τον πολιτισμό της, ενώ μετακινούνται με ποδήλατο, ένα πράσινο μέσο μεταφοράς.

- Ξενάγηση με ποδήλατο κατά μήκος της νοτιοδυτικής Σαρδηνίας.
- Πετάλι σε διαδρομές εκτός δρόμου.Δρόμοι χαμηλής κυκλοφορίας και γραφική ομορφιά.
- Γοητευτικά οικογενειακά καταλύματα για την εμπειρία της τοπικής φιλοξενίας
- Επιλεγμένα ξενοδοχεία και εστιατόρια για να δοκιμάσετε τυπικά πιάτα και τοπικά κρασιά.
- Πλήρης διαμονή συνδυάζοντας ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων: Ενεργητικότητα, φύση και γαστρονομία.
- Χρήσιμοι, πεπειραμένοι και ενθουσιώδεις ηγέτες.

Tour Operator

DOLCEVITA
Bike tours in Sardinia

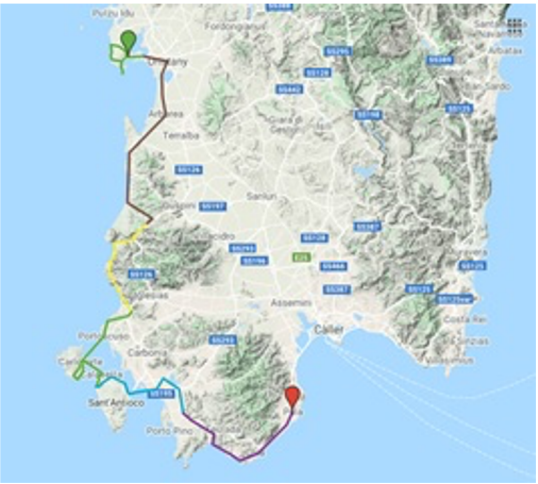
Country
(of the company)

Italy

Destination

Sardinia, Italy

- **Type**: Guided trip by experienced cycling guides
- **Group size**: 18 people maximum
- **Duration:** 8 days
- **Accommodation**: Local three-star hotels
- **Activities**: cycling; sightseeing; cultural visits
- **Price**: from 1.190 €/pax



ΠΑΡΑΛΛΑΓΕΣ*

- **Original package (8 days – 7 nights)**

Ξενάγηση μίας εβδομάδας σχεδιασμένη για να ανακαλύψει κάποιος τη Σαρδηνία με ποδήλατο. Ένα οδικό ταξίδι για να βυθιστείτε στη νότια Σαρδηνία. Ένα πακέτο που επιτρέπει στους ταξιδιώτες όχι μόνο να απολαύσουν το τοπίο του δρόμου, αλλά και να εμπλακούν στον ιταλικό πολιτισμό με την επίσκεψη σε πολιτιστικούς χώρους και τη διαμονή σε τοπικά καταλύματα.

- **Variation 1: Half tour 1 (4 days – 3 nights)**

Μια πιθανή προσαρμογή θα ήταν να μειώσετε τη διάρκεια σε μισή εβδομάδα και να εστιάσετε σε ένα μέρος της διαδρομής.

- **Variation 2: Half tour 2 (4 days – 3 nights)**

Μια πιθανή προσαρμογή θα ήταν να μειώσετε τη διάρκεια σε μισή εβδομάδα και να εστιάσετε σε ένα μέρος της διαδρομής.

- **Variation 3: Tour of northern Sardinia (8 days – 7 nights)**

Μια πιθανή προσαρμογή θα ήταν μια διαδρομή που θα περνούσε από χωριά και γραφικές διαδρομές στο βόρειο τμήμα της Σαρδηνίας.

- **Variation 4: Half tour of northern Sardinia 1 (4 days – 3 nights)**

Μια πιθανή προσαρμογή θα ήταν μια διαδρομή που θα περνούσε από χωριά και γραφικές διαδρομές στο βόρειο τμήμα της Σαρδηνίας.

- **Variation 5: Half tour of northern Sardinia 2 (4 days – 3 nights)**

Μια πιθανή προσαρμογή θα ήταν μια διαδρομή που θα περνούσε από χωριά και γραφικές διαδρομές στο βόρειο τμήμα της Σαρδηνίας.

- **Variation 6: Tour focused on biking and wellbeing (8 days – 7 nights)**

Μια πιθανή προσαρμογή θα ήταν να προσθέσετε μια μέρα χαλαρωτικών δραστηριοτήτων, όπως κύκλους σπα, συνεδρίες γιόγκα, τοπικές παραστάσεις και εκδηλώσεις, παραδοσιακές τέχνες τέχνης και πολλά άλλα στην αρχική περιοδεία.

* These variations are proposals. Their aim is to inspire, prompt ideas, and to show how to adapt a Slow Tourism package

Προϊόντα με προσέγγιση Ήπιου τουρισμού

ITALIE: SÉJOUR BIEN-ÊTRE, YOGA ET RANDO DANS LES ABRUZZES

Αυτή είναι μια καλή επιλογή για ένα πακέτο Slow Tourism επειδή δημιουργεί μια εμπειρία για να εξερευνήσετε και να ανακαλύψετε έναν προορισμό συνδυάζοντας δραστηριότητες που σχετίζονται με την ενδοσκόπηση και την προσωπική ανάπτυξη. Αυτό το πακέτο αποτελείται από μια περιοδεία τριών ημερών κατά την οποία οι επισκέπτες θα εξερευνήσουν το Abruzzo στη νότια Ιταλία και περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως συνεδρίες γιόγκα, διαλογισμό, μαθήματα μαγειρικής, μύηση στη νατουραλιστική ζωγραφική, πεζοπορίες για να ανακαλύψετε εκκλησίες, κάστρα, παλάτια και τοπία του Abruzzo.

- Μια ολοκληρωμένη διαμονή που συνδυάζει τη φύση, τον πολιτισμό και την ευημερία.
- Επίσκεψη στα μεσαιωνικά χωριά.
- εμβάθυνση στην καρδιά της παρθένας φύσης.
- Μαθήματα μαγειρικής και δοκιμή τοπικών προϊόντων.
- Διαμονή σε αγροτουριστικά καταλύματα.

Tour Operator

ecovoyageurs.com
Sélection des plus belles expériences d'écotourisme

Country
(of the company)

France

Destination

Abruzzo, Italy

- **Type**: Guided trip
- **Group size**: between 8 and 15 people maximum.
- **Duration:** 3 days
- **Accommodation**: Agritourism properties
- **Activities**: meditation and yoga training, gastronomy.
- **Price**: from 440 €/pax

ΠΑΡΑΛΛΑΓΕΣ*

- **Original package (3 days – 2 nights)**

Περιήγηση τριών ημερών δύο διανυκτερεύσεων που έχει σχεδιαστεί για να ανακαλύψει και γνωρίσει ο επισκέπτης τον ιταλικό πολιτισμό και γαστρονομία, καθώς και να απολαύσει δραστηριότητες ευεξίας. Κατά τη διάρκεια αυτών των τριών ημερών, οι συμμετέχοντες θα απολαύσουν υγιεινά γεύματα με βάση φρούτα και φρέσκα προϊόντα, καθώς και πρακτικές γιόγκα και δραστηριότητες προσοχής.

- **Variation 1: One-week tour (7 days – 6 nights)**

Η επιμήκυνση της διάρκειας του πακέτου σε μία εβδομάδα είναι μια εναλλακτική λύση που θα επέτρεπε στους ταξιδιώτες να απολαύσουν αυτό το πακέτο με πιο χαλαρό ρυθμό. Η ιδέα θα ήταν να κάνουμε το ίδιο με περισσότερο χρόνο, επιτρέποντας στους συμμετέχοντες να γνωρίσουν βαθιά στην εμπειρία.

- **Variation 2: One-week tour with cultural visits (7 days – 6 nights)**

Αυτή η παραλλαγή προσθέτει κάποιες πολιτιστικές δραστηριότητες καθώς και επιμηκύνει τη διάρκεια του πακέτου. Η ιδέα θα ήταν να συνδυάσετε πρωτότυπες δραστηριότητες με πολιτιστικές επισκέψεις, όπως επίσκεψη σε παλιά χωριά, μουσεία, ιστορικούς χώρους κ.λπ. προκειμένου να επιτρέψετε στους συμμετέχοντες να γνωρίσουν την τοπική κοινότητα και την ιστορία του

- **Variation 3: Veggie and vegan one-week tour (7 days – 6 nights)**

Αυτή η επιλογή είναι μια παραλλαγή της τυπολογίας που επικεντρώνεται στην υγιεινή και χορτοφάγο γαστρονομία. Αυτή η παραλλαγή θα επέτρεπε στους συμμετέχοντες που είναι παθιασμένοι με τις μαγειρικές τέχνες να βυθιστούν στη γαστρονομία αυτού του προορισμού απολαμβάνοντας δραστηριότητες που σχετίζονται με την υγεία σε μια φυσική και αργή ατμόσφαιρα. Εκτός από τις δραστηριότητες του αρχικού πακέτου, θα μπορούσε να περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως γευσιγνωσία, μαγείρεμα με επίδειξη, επίσκεψη σε τοπικές φάρμες κ.λπ.

- **Variation 4: One-week cycling and hiking tour (7 days – 6 nights)**

Αυτή η επιλογή είναι μια παραλλαγή της τυπολογίας που προσθέτει την ποδηλασία. Αυτή η παραλλαγή θα επέτρεπε στους συμμετέχοντες να ανακαλύψουν την περιοχή με ποδήλατο, επιτρέποντάς τους να κάνουν μια ξενάγηση ή βόλτες σε διαφορετικά σημεία του προορισμού.

- **Variation 5: *Shinrin-yoku* and wellbeing activities week (7 days – 6 nights)**

Αυτή η επιλογή είναι μια παραλλαγή της τυπολογίας που θα προσθέσει τη γνωστή ήπια δραστηριότητα του Shinrin-yoku (κολύμβηση στο δάσος), που συνίσταται σε ένα ταξίδι αναψυχής στο δάσος για χαλάρωση και ευεξία.

- **Variation 6: Super Slow Tourism Tour (14 days – 13 nights)**

Αυτή η παραλλαγή περιέχει πολλές νέες δραστηριότητες που θα το καθιστούσαν την καλύτερη επιλογή για να ανακαλύψετε την περιοχή. Περιλαμβάνει το αυθεντικό πρόγραμμα (με διανόηση και υγιεινό φαγητό) με ποδήλατα, πολιτιστικές επισκέψεις και γαστρονομικές δραστηριότητες. Επιπλέον, για να ζήσετε μια πραγματικά αργή εμπειρία με αρκετό χρόνο για να απολαύσετε τις δραστηριότητες και το περιβάλλον, το πακέτο θα διαρκούσε δύο εβδομάδες.

* These variations are proposals. Their aim is to inspire, prompt ideas, and to show how to adapt a Slow Tourism package

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

MENA ICT FORUM 2020 – ΙΟΡΔΑΝΙΑ

Travel Forward – ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Travel Technology Europe – ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Web Summit - ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

MENA ICT FORUM 2020 – ΙΟΡΔΑΝΙΑ

Amman
www.menaictforum.com/

Αυτή η εκδήλωση που στοχεύει συγκεκριμένα την περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής (MENA) είναι ο τόπος συνάντησης για επισκέπτες και εταιρείες που αναζητούν καινοτόμες τεχνολογίες όπως τεχνητή νοημοσύνη, δεδομένα, αναλυτικά στοιχεία ή λύσεις ασφάλειας στον κυβερνοχώρο που ισχύουν για τον τουριστικό τομέα, συμπεριλαμβανομένου του Slow ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ
Το MENA ICT Forum είναι η ΈΚΘΕΣΗ βιομηχανικης τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής (MENA). Αυτό το φόρουμ, που πραγματοποιήθηκε στην Ιορδανία, επικεντρώνεται στη χρήση τεχνολογίας για την παροχή καλύτερης ποιότητας ζωής, την εκ νέου κατάρτιση των νέων και την προετοιμασία για ένα καλύτερο μέλλον.
Το φόρουμ στοχεύει στην αντιμετώπιση του τρόπου με τον οποίο η τεχνολογία μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση πιεζομένων προκλήσεων που αντιμετωπίζουν τα περισσότερα έθνη στη σημερινή εποχή, όπως ανησυχητικά ποσοστά ανεργίας, υγειονομική περίθαλψη, ανοικοδόμηση ψηφιακών οικονομιών και ο ρόλος της FinTech στη δημιουργία διαφάνειας και στη γεφύρωση του χάσματος μεταξύ των κοινωνιών με την ελπίδα για καλύτερη ζωή για τους πολίτες της.

Travel Forward– ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

London
www.travelforward.wtm.com/

Αυτή η εκδήλωση θα ήταν ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα για τις εταιρείες που αναζητούν καινοτόμες και προηγμένες τεχνολογίες, όπως τις τελευταίες τάσεις της αγοράς και την έρευνα, την εμπειρία των πελατών, μεγάλα δεδομένα και αναλυτικά στοιχεία ή Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), Artificial Intelligence (AI) και μηχανική μάθηση για την εφαρμογή του τουρισμού και, κατά συνέπεια, για το Slow Tourism.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ
Το World Travel Market είναι μια εκδήλωση στο Ηνωμένο Βασίλειο για την παγκόσμια ταξιδιωτική βιομηχανία. Σχεδόν 46.000 ανώτεροι επαγγελματίες της ταξιδιωτικής βιομηχανίας, κυβερνητικοί υπουργοί και εκπρόσωποι των διεθνών μέσων μαζικής ενημέρωσης, συγκεντρώνονται κάθε χρόνο στο ExCeL London για να παρακολουθήσουν αυτήν την ταξιδιωτική έκθεση.
Το Travel Forward είναι το κορυφαίο σόου της τεχνολογίας ταξιδιών που αποτελεί μέρος της Παγκόσμιας Αγοράς Ταξιδιού (WTM). Αυτή η εκδήλωση αποτελείται από ένα τριήμερο πρόγραμμα που περιλαμβάνει συνδυασμό διασκέψεων, διαδραστικής έκθεσης και κινητοποίησης.

Travel Technology Europe TTE- ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

London
www.ntm.traveltechnologyeurope.com/

Το Travel Technology Europe Conference είναι ένα διαδραστικό και υψηλής ποιότητας πρόγραμμα συνεδρίων με σκοπό να μοιραστούν τις πιο καινοτόμες ψηφιακές λύσεις στον τομέα των ταξιδιών.Αυτή η εκδήλωση θα μπορούσε να είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα για τις εταιρείες Slow Tourism για να βρουν και να εφαρμόσουν προηγμένες τεχνολογίες στην επιχείρησή τους.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

Η Travel Technology Europe, που πραγματοποιείται κάθε χρόνο στο Λονδίνο, φέρνει περισσότερους από 6.000 επαγγελματίες της τεχνολογίας ταξιδιών κοντά. Η Travel Technology Europe είναι μια διεθνής πλατφόρμα για όλα τα ταξιδιωτικά και τουριστικά πρακτορεία παγκοσμίως. Τα περισσότερα από αυτά αφορούν την φιλοξενία, τα ταξίδια, τις διακοπές, τον τουρισμό, το ηλεκτρονικό εμπόριο, τα συστήματα πληρωμών, τις τεχνολογίες πληροφοριών, την τεχνολογία ταξιδιού, τα συστήματα κράτησης και τις κρατήσεις. Αυτή η εκδήλωση παρουσιάζει προϊόντα όπως κράτηση, διανομή, περιεχόμενο και τεχνολογία μάρκετινγκ ιστού σε εξειδικευμένους παρόχους αυτοματισμού επιχειρήσεων, μετάφρασης και λογισμικού CRM, φιλοξενίας, υγειονομικής περίθαλψης, αναψυχής και διαδραστικής έξυπνης φιλοξενίας.

Web Summit - ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

Lisbon
https://travelforward.wtm.com/

Το Web Summit προσφέρει ένα πρόγραμμα εκκίνησης όπου οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να ενταχθούν σε μια παγκόσμια κοινότητα νεοσύστατων επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα που αναζητούν αναγνωρισιμότητα επωνυμίας, χρηματοδότηση, δικτύωση ή μάθηση. Έτσι, είναι επίσης ένα ενδιαφέρον γεγονός για νεοσύστατες επιχειρήσεις και μικρές εταιρείες που εργάζονται με μια προσέγγιση Slow Tourism.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

Το Web Summit συγκεντρώνει ανθρώπους και εταιρείες που επαναπροσδιορίζουν την παγκόσμια βιομηχανία τεχνολογίας. Έχει περιγραφεί ως το πιο σημαντικό τεχνολογικό γεγονός στον κόσμο.Οι παρευρισκόμενοι συναντιούνται με διευθύνοντες συμβούλους και ιδρυτές των μεγαλύτερων εταιρειών του κόσμου, τις πιο υποσχόμενες νέες νεοσύστατες επιχειρήσεις, τους επενδυτές και κορυφαίους δημοσιογράφους. Αυτή η εκδήλωση καλωσορίζει ανθρώπους που αντιμετωπίζουν τις μεγάλες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η βιομηχανία σήμερα. Τα στάδια της συνόδου κορυφής καλύπτουν θέματα που κυμαίνονται από τεχνολογία και επιστήμη δεδομένων, έως το σχεδιασμό και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

ENI CBCMED
Cooperating across borders in the Mediterranean

Project funded by the EUROPEAN UNION

REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

Med Pearls

This publication has been produced with the financial assistance of the European Union under the ENI CBC Mediterranean Sea Basin Programme. The contents of this document are the sole responsibility of the Med Pearls project partnership and can under no circumstances be regarded as reflecting the position of the European Union or the Programme management structures.

Research Study developed by aQa marketingconsulting