



© ΤΖΟΥΛΙΑ ΚΛΗΜΗ

1. Το φεστιβάλ «Διαδρομές στη Μάρπησσα» είναι μια ομαδική προσπάθεια για την αυθεντική Πάρο.
2. Το Paths of Greece πρωτοπορεί εδώ και χρόνια με δράσεις σχετικές με την πεζοπορία.
3. Ο οργανισμός Βαμβακού Revival με την υποστήριξη του ΙΣΝ δίνει νέα πνοή στο χωριό.
4. Στη Λήμνο, το Surf Club Keros εφαρμόζει τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.

# Δημιουργοί εμπειριών

Η Marketing Greece αγκαλιάζει καινοτόμες πρωτοβουλίες που παροτρύνουν τον επισκέπτη να ζήσει την Ελλάδα αλλιώς.

Κείμενο: Ντέπυ Κουρέλλου

**Ή**ταν Μάιος του 2018 όταν η Trip Advisor προχώρησε σε μια σημαντική –όπως αποδείχθηκε– αλλαγή στην πλατφόρμα της, νοηματοδοτώντας την πιο ραγδαία εξελισσόμενη ταξιδιωτική τάση, τις εμπειρίες. Με τις διεθνείς τουριστικές αφίσες παγκοσμίως να σημειώνουν κάθε χρόνο νέο ρεκόρ (έως το 2019), ήταν ξεκάθαρο πως οι ταξιδιώτες πια έψαχναν κάτι περισσότερο από ένα καλό ξενοδοχείο, καθαρές παραλίες, νόστιμο φαγητό, ωραίο καιρό και καλές τιμές. Αναζητούσαν βιώματα.

Η πανδημία πάγωσε τα ταξίδια. Με τη σταδιακή μας επαναφορά, η τάση επέστρεψε δυναμικά. Ο τουρισμός γίνεται πιο «αργός» και πιο ουσιαστικός. Η βιωματική εμπειρία κυριαρχεί. Με τη νέα δράση #DestinationExperienceMakers, η Marketing Greece, η συμμαχία του ιδιωτικού τομέα για την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος επιχειρεί να ρίξει φως στις πρωτοβουλίες αυτού του είδους. «Οι ταξιδιώτες θέλουν να ζήσουν έναν προορισμό μέσα από τα συναισθήματα και όχι απλώς να τον επισκεφθούν. Η Ελλάδα έχει μεγάλο πλεονέκτημα σε αυτή τη νέα φάση.

Διαθέτει το εύρος των εμπειριών που μπορούν να εμπλουτίσουν το παραδοσιακό “ήλιος και θάλασσα”, αλλά και να βοηθήσουν τη χώρα να διεκδικήσει μερίδιο και για άλλου είδους διακοπές», εξηγεί η Ιωάννα Δρέττα, CEO της Marketing Greece.

Οι #DestinationExperienceMakers είναι στην πραγματικότητα προσπάθειες ανθρώπων με αγάπη για τον τόπο τους. Η Marketing Greece αναλαμβάνει τη διάχυση αυτής της πληροφορίας μέσω του ιστοτόπου της (www.marketinggreece.com/blog), των social media και του newsletter της, που απευθύνεται στα μέλη του ΣΕΤΕ, σε Δήμους και Περιφέρειες, στα ΜΜΕ, σε συνεργάτες και partners της εταιρείας, ενώ αναμένεται μια σειρά επιπλέον δράσεων. «Μας ενδιαφέρει να προβάσουμε όλες τις καλές προσπάθειες, που συχνά βρίσκονται εκτός του “παραδοσιακού” τουριστικού προϊόντος. Και αυτό το στοιχείο είναι που τις κάνει ακόμα πιο δυναμικές», λέει η κ. Δρέττα.

## Από τη Λακωνία έως τη Λήμνο

Στις πλαγιές του Λακωνικού Πάρνωνα, σε υψόμετρο 903 μ., απλώνεται η μικρή, γραφική

Βαμβακού. Μια ομάδα νέων με ισχυρούς δεσμούς με το χωριό θέλησε να του δώσει ζωή, δημιουργώντας το 2018 τον οργανισμό Vamvakou Revival, ο οποίος υλοποιεί την πρωτοβουλία με υποστήριξη από το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ). Στόχος είναι η πλήρης αναζωογόνηση του τόπου αλλά και η καθιέρωση της Βαμβακού ως ενός εναλλακτικού προορισμού στην Πελοπόννησο. «Ο Ξενώνας Ρούγα της Βαμβακού ήρθε να συμπληρώσει την εμπειρία των ταξιδιωτών. Τρεις παλιές οικίες μετατράπηκαν σε ξενώνα με αποκλειστική δωρεά του ΙΣΝ. Πλησίον, λοιπόν, της πλατείας ρολογιού και πάνω από το εκκλησάκι του Προφήτη Ηλία ξεπροβάλλουν, ανάμεσα στα παλιά ή και ερειπωμένα σπίτια, τρία πλήρως ανακαινισμένα κτίρια, ενταγμένα στο υπόλοιπο τοπίο. Μια συνοικία που αναβιώνει, μια μεγάλη αυλή που προσκαλεί τον επισκέπτη όχι απλώς να μείνει, αλλά να γίνει για λίγο ένας από εμάς, ένας από τους γείτονες, να ζήσει και να μοιραστεί την εμπειρία της Βαμβακού», λέει η Ελένη Μάμη, υπεύθυνη Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ του οργανισμού Vamvakou Revival.

Ο τρόπος ζωής των ντόπιων περιλαμβάνεται στα ενδιαφέροντα του σύγχρονου ταξιδιώτη. Οι «Διαδρομές στη Μάρπησσα» είναι ένα τριήμερο βιωματικό, πολιτιστικό φεστιβάλ, που εγκαινιάστηκε το 2010 και πραγματοποιείται κάθε Αύγουστο στο ομώνυμο χωριό της Πάρου. Έχει διακριθεί στα βραβεία Destination of Sustainable Cultural Tourism Awards 2018 και Best City Awards 2018 για την προσφορά του στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. «Ο βιωματικός χαρακτήρας του φεστιβάλ συντελεί στο να μη μένει μόνο θεατής ο επισκέπτης, αλλά να συμμετέχει ενεργά, να αποκτά μια προσωπική εμπειρία που θα πάρει πίσω στο σπίτι του ως μοναδική ανάμνηση, γεμάτη συναισθήματα και εικόνες. Οι πολυθεματικές δραστηριότητες και εκθέσεις, η διάδραση με τους εθελοντές και τους κατοίκους σχεδιάζονται συνειδητά ώστε να αφορούν τόσο τους κατοίκους όσο και τους επισκέπτες», εξηγεί η Κωνσταντίνα Αλιπράντη εκ μέρους της ομάδας διοργάνωσης.

## check in

Γενικότερα, οι υπαίθριες δραστηριότητες βγαίνουν ενισχυμένες μετά την πανδημία. Το Paths of Greece πρωτοπορεί εδώ και χρόνια με δράσεις σχετικές με την πεζοπορία. «Η πανδημία είχε και κάποια καλά. Ένα από αυτά είναι και η στροφή μεγάλης μερίδας κόσμου προς τη φύση, την αυθεντικότητα, με ταυτόχρονη αποστροφή προς την τυποποίηση και τη μαζικότητα. Η τάση υπήρχε και πριν από την πανδημία, αλλά η καραντίνα λειτούργησε ως καταλύτης. Η Ελλάδα προσελκύει μεγάλη γκάμα πεζοπόρων, καθότι παρέχει μονοπάτια κάθε είδους: εύκολες, ολιγώρες πεζοπορίες, βατές για οικογένειες και ηλικιωμένους, μέτριας δυσκολίας για τους έμπειρους πεζοπόρους αλλά και απομακρυσμένες, ορεινές διαδρομές, γι' αυτούς που αναζητούν δυνατές συγκινήσεις. Ένας πραγματικός παράδεισος πεζοπορίας που φαίνεται στην ολόενα και αυξανόμενη ζήτηση»,

1. Η πλατφόρμα We Love Aegina προβάλλει τις ομορφιές της Αίγινας 365 ημέρες τον χρόνο.

2. Το Υπαίθριο Μουσείο Υδροκίνησης Ανθοχωρίου θέλνει να εντάξει στον τουριστικό χάρτη το μικρό αυτό χωριό του Μετσόβου.



περιγράφει ο Φοίβος Τσαραβόπουλος, διαχειριστής Περιβάλλοντος της Paths of Greece.

Η επαφή με τη φύση συμβαδίζει με το ελαφρύ οικολογικό αποτύπωμα στις αναζητήσεις. Στη Λήμνο, το Surf Club Keros κάνει πραγματικότητα τη ρητορική για το περιβάλλον και την κοινωνία. «Το όραμά μας έχει να κάνει με τη βιώσιμη ανάπτυξη και τις εναλλακτικές πηγές ενέργειας. Παρόλο που δεν μπορούμε να αλλάξουμε τα πάντα σε μία μέρα, ενδεικτικά εφαρμόζουμε net metering (παραγωγή ηλεκτρισμού από φωτοβολταϊκά), βιολογική επεξεργασία λυμάτων και επαναχρησιμοποίηση του καθαρισμένου νερού στην άρδευση, κατάργηση πλαστικών μιας χρήσης όπου είναι δυνατόν, βρώσιμα μπολ για φαγητό και μικρότερο αντίκτυπο στο περιβάλλον με τον τύπο διαμονής που έχουμε επιλέξει (glamping), καθώς στο τέλος της σεζόν οι σκηνές μας αποσυναρμολογούνται, αποθηκεύονται και το τοπίο παραμένει το ίδιο», λέει ο Χάρης Καστανίδης, υπεύθυνος Επικοινωνίας του Surf Club Keros.

Έτερη προσπάθεια που εντάσσεται στο δίκτυο #DestinationExperienceMakers είναι το Μουσείο Υδροκίνησης, που δημιούργησαν τα αδέρφια Γιάννης και Γιώργος Γεωργίου στο Ανθοχώρι Μετσόβου, σε υψόμετρο 1.100 μ. Ένα υπαίθριο μουσείο, υπενθύμιση του πόσο νωρίς ο άνθρωπος ξεκίνησε να χρησιμοποιεί τη ροή του νερού για τις ανάγκες της τότε δύσκολης καθημερινότητας στα βουνά της Πίνδου, αλλά και μια απόδειξη της καθαρής ενέργειας που παράγει.

Η εμπειρία στον προορισμό, όμως, δεν είναι μόνο φυσική, αλλά και digital. Η Ελίνα Αργύρη είναι η δημιουργός της πλατφόρμας We Love Aegina. «Ο σκοπός εξαρχής ήταν να μάθει ο κόσμος τις ομορφιές της Αίγινας, τα πιο κρυμμένα μυστικά της, πέρα από τα γνωστά και καθιερωμένα. Το καταφέρνουμε με τις ενότητες "Εμπειρίες" και "Οι άνθρωποι της Αίγινας", όπου κυριαρχούν τα local tips». Η απήχηση ήταν μάλιστα τόσο μεγάλη, που δημιουργήθηκε το [shop.weloveaegina.com](http://shop.weloveaegina.com), «ώστε οι Aegina Lovers να μπορούν να πάρουν ένα κομμάτι από την Αίγινα μαζί τους».



Αυτό το καλοκαίρι  
η φάση είναι  
«ΟΠΟΥ»!

Πόσο θες να βγεις και πόσο δεν σε νοιάζει το πού θα πας; Αυτό το καλοκαίρι, η φάση είναι «ΟΠΟΥ» αρκεί να έχεις θέα, θάλασσα, άμμο, ελευθερία. Για κάθε δικό σου «ΟΠΟΥ» κάνε κράτηση αυτοκινήτου, στο [avis.gr](http://avis.gr).