

Emblematic **M**editerranean **M**ountains

As **C**oastal destinations of excellence

(EMbleMatiC)

Project Ref:594 | 1MED15_3.1_M12_272

Εγχειρίδιο Έργου 1

«Αποτελέσματα Έργου»

Παραδοτέο D 235

ΠΕ2 – Επικοινωνία

Δράση A2.3 Γνωστοποίηση των αποτελεσμάτων του έργου

Τελική Έκδοση, 30/07/2019

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το Εγχειρίδιο Έργου 1 σχετικά με τα αποτελέσματα του έργου αποτελεί το έγγραφο αναφοράς, το οποίο περιγράφει τα στοιχεία διαφοροποίησης του δικτύου των Εμβληματικών Βουνών της Μεσογείου οδηγώντας στη δημιουργία εννέα οικολογικών ταξιδιών, ένα σε κάθε βουνό που συμπεριλαμβάνεται/ εμπλεκόμενο. Η διαδικασία περιλαμβάνει τον ορισμό 10 κοινών κριτηρίων, την παρουσίαση του μάρκετινγκ και τα 30 χαρακτηριστικά στα οποία θα πρέπει να ανταποκρίνεται ένα Εμβληματικό οικολογικό ταξίδι.

Εκπονήθηκε ως σύνοψη των αποτελεσμάτων του συγκεκριμένου έργου, συντάχθηκε από την Πιερίκη Αναπτυξιακή και από την σχολή CETT-UB.

It was produced as a synopsis of specific project outputs compiled by Pieriki Anaptixiaki and CETT-UB.

Συντάκτες:

Πιερίκη Αναπτυξιακή Α.Ε Ο.Τ.Α.

CETT-UB

Syndicat Canigó Grand Site

ETAM S.A.

E-mail: pieriki@otenet.gr

Εταίροι που συνεργάστηκαν:

Κωνσταντίνος Ζαπουνίδης, PP4 Πιερίκη Αναπτυξιακή Α.Ε Ο.Τ.Α.

Ramon Serrat Mulà, PP8 CETT-UB Barcelona: Σχολή Τουρισμού, Φιλοξενίας και Γαστρονομίας

Alexis Sancho Reinoso, PP8 CETT-UB Barcelona: Σχολή Τουρισμού, Φιλοξενίας και Γαστρονομίας

Alain Gensane, LP1 Syndicat Mixte Canigó Grand Site

Ο/οι συντάκτης/ες είναι αποκλειστικά υπεύθυνος/οι για αυτή την έκδοση. Δεν αντιπροσωπεύει τη γνώμη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και η Ευρωπαϊκή Κοινότητα δεν είναι υπεύθυνη για τυχόν χρήση δεδομένων που εμφανίζονται σε αυτή. Η πρόσβαση και η χρήση του περιεχομένου αυτής της έκδοσης είναι ευθύνη του χρήστη. Ζητήματα ζημιών και εγγύησης που προκύπτουν από ελλιπή ή λανθασμένα δεδομένα εξαιρούνται. Οι συγγραφείς δε φέρουν καμία ευθύνη ή ευθύνη για ζημιές οποιουδήποτε είδους, καθώς και για έμμεσες ή επακόλουθες ζημιές που προκύπτουν από την πρόσβαση ή τη χρήση αυτής της έκδοσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΕΜΜ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΟ INTERREG MED EMBLEMATIC	4
1.ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΤΗΣ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΥΠΟΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΕΜΜ.....	7
2.ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	9
3.ΌΡΟΙ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΕΜΜ ΤΩΝ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ.....	13
4. ΤΑ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΑ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ ΜΙΑ ΚΑΙΝΟΨΥΡΓΙΑ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ.....	16

Εισαγωγή- Το δίκτυο EMM και το έργο Interreg Med EMbleMaticC

EMM: Το δίκτυο των Εμβληματικών Μεσογειακών Βουνών

Το Δίκτυο «Εμβληματικών Μεσογειακών Βουνών» (EMM) χρονολογείται από την περίοδο του 2013-2015 υπό μια πρωτοβουλία στο πλαίσιο του Προγράμματος Leader Rural Development. Σήμερα το δίκτυο αποτελείται από 9 μέλη διαδεδομένα/ εξαπλωμένα σε 5 Ευρωπαϊκές χώρες (Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία και Αλβανία) που συμμετέχουν στο έργο συνεργασίας Interreg Med EMbleMaticC.

Το κάθε μέλος του δικτύου αντιπροσωπεύει μια «εμβληματική» ορεινή περιοχή, π.χ. μια γνωστή περιοχή σε τοπικό, εθνικό και ακόμα και σε διεθνές επίπεδο, που αποτελεί έναν ενοποιημένο τουριστικό προορισμό κοντά στις ακτές της Μεσογείου, όπως φαίνεται στον παρακάτω χάρτη:



Κάθε βουνό του Δικτύου είναι ένας **σύνθετος ζωντανός χαρακτήρας**, το **συνδυασμένο έργο του ανθρώπου και της φύσης**, που εξελίσσεται από το παρελθόν στο μέλλον. Ο ορατός και **απτός** τους χαρακτήρας αναπαριστά ένα **εικονικό, μοναδικό και ξεχωριστό ορόσημο**. Ο αόρατος και **άυλος** χαρακτήρας τους έγκειται στη **μοναδική εμπειρία της ζωής σε ένα εμβληματικό τοπίο**. Αποτελεί **μέρος της ταυτότητας των κατοίκων**, θέμα **κοινής αναγνώρισης και καθρέφτη των ντόπιων**.

Και οι εννέα περιοχές έχουν **κοινές προκλήσεις** που είναι κρίσιμες για το Δίκτυο. Αυτές οι κοινές προκλήσεις είναι η **διαφύλαξη των κληρονομικών αξιών** από ενδογενείς και εξωγενείς απειλές, η **ανταλλαγή θετικών εμπειριών και ορθών πρακτικών** και η αύξηση της **διεθνούς αναγνώρισης**.

Η φιλοδοξία του Δικτύου είναι να γίνει ένα **ευρύτερο Μεσογειακό Δίκτυο**, εφόσον οι αξίες του είναι πλήρως σεβαστές από τους νεοεισερχόμενους.

Πράγματι, από την περίοδο 2013-2015 το Δίκτυο έχει δεσμευτεί σε μια συνεχή **δυναμική βελτίωση**, θέτοντας σε εφαρμογή τα **ήθη** και τις **αξίες** για να τα μοιραστεί και να τα μεταδώσει, ενώ προωθεί το δημόσιο συμφέρον.

Όλες αυτές οι **αξίες του Δικτύου** παραμένουν σαφείς και ακμαίες από το 2013.

- Πρώτον, μια **αειφόρος προσέγγιση**, η οποία στοχεύει στην διαφύλαξη της πολιτισμικής και φυσικής κληρονομιάς, αποτελεί ακόμα έναν από τους κύριους πυλώνες.
- Επιπλέον, μια ιδιαίτερη σημασία δίνεται επίσης στον συνεχή προσανατολισμό προς την **επιβεβαίωση και την διαφύλαξη** των **εύθραυστων κληρονομικών αξιών** από ενδογενείς και εξωγενείς απειλές, καθώς και στην διατήρηση των **άυλων πόρων**.
- Πέρα από την κοινή ιδιοκτησία και την ευθύνη του **τοπικού πληθυσμού** για τη διατήρηση και τη μετάδοση του **κληρονομημένου κεφαλαίου** στις **μελλοντικές γενιές**, τα βουνά είναι **ανοικτά** για τους επισκέπτες που σέβονται συγκεκριμένες **αξίες και κανόνες**.
- Τέλος, η **συνεχής βελτίωση, η ελεγχόμενη και ισορροπημένη ανάπτυξη** που προστατεύει το τοπίο καθώς και την **ποιότητα της εμπειρίας**, είναι ο πυρήνας μιας επιδιωκόμενης **τοπικής ανάπτυξης** προωθώντας το **δημόσιο συμφέρον**, ενισχύοντας την **εικόνα** και **εμπνέοντας την σύνδεση με τον τόπο**.

EMbleMatiC: το έργο συνεργασίας του Interreg Med δίνει ζωή στο δίκτυο

Μεταξύ του 2016 και 2019, τα μέλη του δικτύου EMM στηρίζονται από το πρόγραμμα Interreg Med ώστε να συνεργαστούν ενεργά στο πλαίσιο του έργου EMbleMatiC:

“Emblematic Mediterranean Mountains as Coastal Destinations of Excellence”

Ο **γενικός στόχος** του έργου είναι να δημιουργήσει και να δοκιμάσει μια νέα και ριζικά διαφορετική τουριστική προσφορά με βάση τα χαρακτηριστικά των 9 βουνών και να προσφέρει μια εναλλακτική πρόταση στις τυπικές διακοπές της παραλίας.

Η συνεργασία περιλαμβάνει πέντε χώρες, εννιά βουνά και ένα πανεπιστήμιο (CETT-UB Barcelona):

- Syndicat Canigó Grand Site – Γαλλία / LRMP
- Métropole Aix Marseille- Ste Victoire Grand Site – Γαλλία / PACA
- Development agency of Berguedà – Ισπανία / Καταλονία
- Consell Insular de Mallorca – Ισπανία / Βαλεαρίδες Νήσοι
- Gal Terre dell’Etna e dell’Alcantara – / Σικελία
- Gal Gran Sasso Velino – Ιταλία / Αμπρούζο
- Πιερική Αναπτυξιακή– Ελλάδα / Κεντρική Μακεδονία
- AKOMM ΨΕΙΛΟΡΗΤΗΣ– Ελλάδα / Κρήτη
- Himara Municipality – Αλβανία
- CETT-UB - Σχολή Τουρισμού, Φιλοξενίας και Γαστρονομίας – Ισπανία / Catalonia



Το έργο είναι οργανωμένο γύρω από **τρεις στρατηγικούς στόχους**:

- να **επανεξισορροπήσει τις τουριστικές ροές** μεταξύ της θάλασσας και του βουνού, να **επιμηκύνει την τουριστική περίοδο** και να βελτιώσει τα **οικονομικά οφέλη** για τις επιμέρους περιοχές.
- να συν-οικοδομήσει και να πειραματιστεί με μια προσφορά «αργού» τουρισμού που βρίσκεται στην παράκτια ορεινή περιοχή με τη δημιουργία **9 οικοδιαδρομών** που βασίζονται στις **εμβληματικές ιδιαιτερότητες** της κάθε περιοχής.
- να βελτιώσει τη **διεθνή αναγνώριση** των μοναδικών χαρακτηριστικών με **κοινές δράσεις επικοινωνίας** που θα οδηγήσουν τις περιοχές προς την ανάδειξη μίας ταυτότητας που θα βασίζεται στην προσέγγιση του **βιώσιμου και υπεύθυνου τουρισμού**.

Στην πράξη και όπως παρουσιάζεται στα παρακάτω κεφάλαια αυτού του εγχειριδίου, το δίκτυο EMM έχει εφαρμόσει εννιά διαφορετικές οικολογικές διαδρομές (που ονομάζονται «οικοδιαδρομών»-βλέπε κεφάλαιο 4) σε εννιά διαφορετικά συμπλεκόμενα βουνά γύρω από τη Μεσόγειο θάλασσα, βασισμένα σε κοινά καθορισμένα κριτήρια (βλέπε κεφάλαιο 1), το κοινό μάρκετινγκ (βλέπε κεφάλαιο 2) και τα ίδια χαρακτηριστικά, στα οποία κάθε «οικοδιαδρομή» θα έπρεπε να προσαρμόζεται (βλέπε κεφάλαιο 3).

1. Τα κριτήρια που συνθέτουν την εμβληματική διάσταση του EMM

Ένα μεγάλο αποτέλεσμα από την διαδικασία της μελέτης του έργου Interreg MED EMbleMatiC ήταν ένα συγκεκριμένο σύνολο ιδιομορφιών και διαφοροποιητικών παραγόντων των βουνών του Δικτύου. Οι ιδιομορφίες αντιστοιχούν στα σπάνια και άκρως ιδιαίτερα εμβληματικά στοιχεία τους. Το σύνολο τους απευθύνεται σε ένα μεγάλο αριθμό στοιχείων που υπογραμμίζουν έντονα την εμβληματική διάσταση των ενδοχώρων. Αυτές οι ιδιαιτερότητες αφορούν τα παγκοσμίως σπάνια χαρακτηριστικά, τα περιουσιακά στοιχεία παγκόσμιας σημασίας, τα εξαιρετικά στοιχεία, «οτιδήποτε και μόνο». Αναφέρονται επίσης στις αναφερόμενες τοποθεσίες και πιστοποιήσεις, στην απτή και άυλη κληρονομιά, σε όλα τα αξέχαστα και "ασυμβίβαστα" χαρακτηριστικά και, επιπλέον, στην ομορφιά και την αισθητική και στον αυθεντικό χαρακτήρα της Μεσογείου. Οι ιδιαιτερότητες των βουνών ως ένα ολοκληρωμένο σύστημα, σπανίων και μη, χαρακτηριστικών αντιστοιχούν επίσης σε ιδιαίτερα αξιόλογα χαρακτηριστικά και πρακτικά σε ξεχωριστή τοποθέτηση του τουρισμού. Συνοψίζοντας αυτούς τους διαφοροποιητικούς παράγοντες και τα ιδιαίτερα αξιοσημείωτα χαρακτηριστικά των βουνών, οδηγούμαστε στην οριστικοποίηση των 10 κριτηρίων (C1 - C10) που χαρακτηρίζουν το μέγεθος διάστασης του EMbleMatiC σε όλες τις ορεινές περιοχές που παρουσιάζονται παρακάτω:

C1 Υπερήφανοι ντόπιοι άνθρωποι

Αυτό το πρώτο κριτήριο εκτιμά τον βαθμό ταύτισης των ανθρώπων με το βουνό, το πάθος και την αγάπη για τον τόπο, την υπερηφάνεια για την καταγωγή και τα εμβληματικά χαρακτηριστικά. Η υπερηφάνεια αντιστοιχεί σε μια αίσθηση ότι ανήκεις στην περιοχή, καθώς και σε μία υπερηφάνεια του να κατέχεις μια παγκόσμια ηγετική θέση και υπερηφάνεια για το βουνό ως το σημείο αναφοράς της περιοχής.

C2 Θεσμική αναγνώριση

Η θεσμική αναγνώριση του βουνού και/ή τμημάτων του αναφέρεται για παράδειγμα στο χαρακτηρισμό από τη Διεθνή Ένωση Προστασίας της Φύσης ως Περιοχή Αυστηρής Επιτήρησης ή Περιοχή Άγριας Φύσης ή Εθνικό Πάρκο, ως Μέλος του Καταλόγου των Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς, ως μέλος του Παγκόσμιου Δικτύου Αποθεμάτων Βιόσφαιρας και Γεωπάρκων, ως Μέλος των Παγκόσμιων Γεωπάρκων, αλλά και σε βραβεία όπως οι Ευρωπαϊκοί Προορισμοί Αριστείας, το Ευρωπαϊκό Δίπλωμα Προστατευόμενης Περιοχής και η συμμετοχή στο δίκτυο NATURA 2000.

C3 Φήμη

Το τρίτο κριτήριο εκτιμά την παγκόσμια αξία, την εθνική ή περιφερειακή φήμη της ορεινής περιοχής.

C4 Θρύλοι και μύθοι

Αυτό το κριτήριο αξιολογεί τη μυθολογία και στοιχεία όπως η θεία παρουσία, οι άγνωστες δυνάμεις και τα υπερφυσικά φαινόμενα, οι πνευματικές και συμβολικές αλληλεπιδράσεις, τα ηρωικά επιτεύγματα και τα παραμύθια.

C5 Δύναμη έμπνευσης

Η δύναμη της έμπνευσης εκτιμάται σε σχέση με τη δημιουργικότητα, όπως οι καλές τέχνες και άλλες εμπνευσμένες εκφράσεις, π.χ. η λογοτεχνία, η ζωγραφική, οι ταινίες, ο χορός, η μουσική, η φωτογραφία κλπ.

C6 Γραφικότητα τοπίου

Σε αυτό το κριτήριο εκτιμάται το σχήμα, τα εξαιρετικά γεωλογικά χαρακτηριστικά και στοιχεία όπως οι απότομες πλαγιές και η τοπογραφική προβολή, τα γραφικά και εκπληκτικά τμήματα του τοπίου, η αισθητική απόλαυση και η οπτική ακεραιότητα, καθώς και το πολιτιστικό τοπίο και τα εξαιρετικά ανθρώπινα χαρακτηριστικά.

C7 Ιδιαίτερο οικοσύστημα

Το κριτήριο 7 αποτιμά τη φυσικότητα και την ανέπαφη κατάσταση των φυσικών συστημάτων, τους βιότοπους και τους γεωτόπους, τη βιοποικιλότητα και τον ενδημισμό, τα οικοσυστήματα υδάτων, την ποικιλία των δασών, τη φυσική ησυχία, την κατάσταση διατήρησης των οικοτόπων και τις ευάλωτες περιοχές.

C8 Μεσογειακή πολιτιστική ταυτότητα

Το κριτήριο αυτό, εκτιμά την κοινή Μεσογειακή ταυτότητα και τον πολιτισμό όπως αποκαλύπτεται μέσα από τις αξίες και τα έργα της τοπικής κοινωνίας, τα έθιμα, τη μουσική και το χορό, τα φεστιβάλ, τις διατροφικές συνήθειες, τα ποιοτικά προϊόντα, τη νοοτροπία και την ιδιοσυγκρασία των κατοίκων, τη θρησκεία και τα ιερά μέρη, τα αρχιτεκτονικά έργα και τα στοιχεία αρχαιολογικής φύσης.

C9 Αειφορία και ανθρωπογενές περιβάλλον

Το κριτήριο αυτό αποτιμά το «αποτύπωμα» των ανθρωπίνων παρεμβάσεων, τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της ανθρώπινης δραστηριότητας, την ποιοτικής φύσεως εργασία που πραγματοποιείται σε σχέση με τη διατήρηση και τη διαχείριση της περιοχής, καθώς και την «αστική» εικόνα, τα αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά και την αισθητική των οικισμών, τις αρχαιότητες και τα αξιοσημείωτα δημόσια έργα του παρελθόντος, τη βιομηχανική κληρονομιά και την αυθεντικότητα του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

C10 Ιστορικοί τόποι

Το τελευταίο κριτήριο εκτιμά στοιχεία όπως τα προϊστορικά και ιστορικά μέρη και πόρους, τα ορόσημα, τα πεδία μάχης, τις εμβληματικές προσωπικότητες, τις ιστορικές πόλεις και γειτονιές, καθώς και τα παραδοσιακά και ιστορικά μονοπάτια.

2. Μάρκετινγκ

Τι είναι το Μάρκετινγκ;

Το μάρκετινγκ στοχεύει στη δημιουργία ενός κοινού πλαισίου για την εμπορευματοποίηση των τουριστικών προϊόντων του δικτύου EMM σε ένα κοινό εμπορικό σήμα που θα τοποθετηθεί ως ένα ενιαίο προϊόν στην αγορά. Το έγγραφο αυτό αποτελεί τους «όρους και προϋποθέσεις» για την τοπική υλοποίηση των πιλοτικών δραστηριοτήτων, δηλαδή περιλαμβάνει ένα μοντέλο τεχνικής μορφής για το τουριστικό προϊόν τοπικά προσαρμόσιμο, το οποίο κάθε εταίρος έχει προσαρμόσει και χρησιμοποιήσει για τη δική του πιλοτική δραστηριότητα, δηλαδή τη δημιουργία του δικό οικολογικό δρομολόγιο.. Τέλος, το μάρκετινγκ οδηγεί στην εφαρμογή του αργού τουρισμού στα παράκτια βουνά της Μεσογείου.

Ενώ το μάρκετινγκ είναι κυρίως ένα έγγραφο "εσωτερικού χαρακτήρα", δηλαδή προορίζεται ως οδηγός και προσανατολισμός για τους εταίρους του EMbleMatiC, θα πρέπει επίσης να γίνει κατανοητό ως αποτέλεσμα συλλογικών προσπάθειών στο πλαίσιο της Κοινότητας MED του προγράμματος INTERREG. Έτσι, μπορεί να ενδιαφέρει άλλα έργα στην κοινότητα τουρισμού στο πλαίσιο του Interreg Med Sustainable, ακόμη και εξωτερικούς παράγοντες που εμπλέκονται σε δραστηριότητες προώθησης του τουρισμού.

Οι κοινές συνιστώσες του EMM:

Όντας μέρος ενός δικτύου, όλα τα μεμονωμένα τουριστικά προϊόντα προορίζονται να μοιράζονται μια σειρά κοινών χαρακτηριστικών που επιτρέπουν στο δίκτυο να εμπορευματοποιεί όλα αυτά ως ενιαίο, δηλαδή ενοποιημένο προϊόν. Αυτά τα κοινά χαρακτηριστικά διερευνήθηκαν στο πλαίσιο του έργου EMbleMatiC, όπως αναλύθηκε προηγουμένως στο κεφάλαιο 1 του παρόντος Εγχειριδίου.

Παρατηρώντας τα προηγούμενα, υπάρχει ένα σύνολο αξιών που το κοινόχρηστο δίκτυο μοιράζεται:

- να εφαρμόσει μια βιώσιμη προσέγγιση λαμβάνοντας υπόψη τη μακροπρόθεσμη προοπτική κάθε είδους διαδικασίας φυσικού ή / και πολιτιστικού χαρακτήρα και τις εμπλοκές μεταξύ των διαφόρων γεωγραφικών κλιμάκων, από την τοπική έως την παγκόσμια.
- να διατηρήσει την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά, λαμβάνοντας υπόψη τόσο την απτή όσο και τη μη απτή διάσταση των στοιχείων της κληρονομιάς και παρακολουθώντας με έναν συγκεκριμένο τρόπο τις πτυχές σχεδιασμού, συμπεριλαμβανομένου του τουριστικού, χωροταξικού και οικονομικού σχεδιασμού.
- να παραμείνει ένα ανοιχτό έδαφος ορεινής περιοχής, συγκεντρώνοντας αξία μέσω των ανθρώπων, έχοντας κατά νου ότι μόνο μια προσέγγιση που βασίζεται σε μια εντατική ανταλλαγή μεταξύ ντόπιων και επισκεπτών μπορεί να αποτελέσει τη βάση για ανοιχτό πνεύμα.

Δήλωση επιδιωκόμενων στόχων

Το μάρκετινγκ έχει έναν τριπλό στόχο: (1) να εξισορροπήσει τις συγκεντρώσεις τουριστικών ροών μεταξύ της θάλασσας και του βουνού, να παρατείνει την τουριστική περίοδο και να βελτιώσει τις οικονομικές αποδόσεις για τα εδάφη, (2) Να συνεργαστεί και να δοκιμάσει μια προσφορά αργού τουρισμού που βρίσκεται στην παράκτια ορεινή περιοχή της ενδοχώρας με τη δημιουργία 9 οικολογικών δρομολογίων βασισμένων στις εμβληματικές ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής, και (3) να βελτιώσει τη διεθνή αναγνώριση των ιδιαιτεροτήτων με κοινές δράσεις επικοινωνίας που θα οδηγήσουν τα εδάφη στον προσδιορισμό ενός εμπορικού σήματος με βάση ένα βιώσιμο και υπεύθυνο τουρισμό.

Οι συγκεκριμένοι **στόχοι** της στρατηγικής μάρκετινγκ είναι οι εξής:

(1) Ο καθορισμός κοινής στρατηγικής μάρκετινγκ, δηλαδή οδικού χάρτη που θα συμφωνηθεί και θα ακολουθηθεί από όλα τα μέλη του δικτύου. (2) Να προβάλλει τις αξίες του δικτύου, δηλαδή να μπορεί να τις μεταφέρει όταν προωθεί το προϊόν. (3) Καθιέρωση κοινής θέσης, δηλαδή εξεύρεση μιας αγοράς που ταιριάζει στην καλύτερη περίπτωση σε όλα τα μέλη του δικτύου. (4) Ο ενοποίηση των κριτηρίων εμπορίου: κοινή εμπορική ονομασία, κοινή προώθηση, δηλαδή χρήση ενός μόνο στοιχείου (λογότυπο, σύνθημα, ιστορία) κατά την προώθηση των μεμονωμένων προϊόντων. και (5) Δημιουργία και επικοινωνία μιας διαφορικής πρότασης, δηλαδή να μπορούμε να μεταφέρουμε το προϊόν μας με έναν τρόπο που μπορεί να αναγνωριστεί ως κάτι διαφορετικό.

Δράσεις μάρκετινγκ

Οι προαναφερόμενοι στόχοι μάρκετινγκ γίνονται πραγματικότητα μόνο όταν εκτελούνται συγκεκριμένες, καλά καθορισμένες (τόσο από πλευράς χρόνου όσο και από την υπηρεσία) και προσαρμοσμένες, στις ανάγκες του πελάτη, δράσεις μάρκετινγκ. Οι ακόλουθες επτά δράσεις είναι θεματικά οργανωμένες σε επτά πτυχές:

Προφίλ στόχου: Τα προϊόντα μας σχεδιάζονται για ένα ευρύ φάσμα επισκεπτών. Όλοι είναι ευπρόσδεκτοι να επισκεφτούν τις περιοχές μας, και δεδομένου ότι τα δρομολόγια που παρέχονται είναι μικρής δυσκολίας, το προϊόν θεωρείται ότι προσελκύει διάφορους τύπους πελατών. Ωστόσο, το ιδανικό προφίλ επισκέπτη:

- Είναι ένας ενήλικας ηλικίας 30 έως 55 ετών με μεσαία κοινωνικοοικονομική κατάσταση.
- Μπορεί να ταξιδέψει ως ζευγάρι ή με την οικογένεια.
- Προέρχεται από το εξωτερικό ή επισκέπτεται τις περιοχές της χώρας / περιοχής του.
- Αγαπά να ταξιδεύει με μικρές ομάδες φίλων και / ή με οικογένειες.
- Είναι ένας λάτρης της φύσης που εκτιμά εξίσου την κληρονομιά και τις πολιτιστικές εκδηλώσεις.
- Του αρέσει να μετακινείται με ένα βιώσιμο τρόπο, προτιμώντας να περπατήσει στα μονοπάτια της περιοχής.

Τοποθέτηση: Τα ακόλουθα τρία βασικά ζητήματα ενδεχομένως διαφοροποιούν την προσφορά μας από τα υπόλοιπα που βρίσκονται σε περιοχές με παρόμοια χαρακτηριστικά ή / και έχουν παρόμοια περιουσιακά στοιχεία:

1. Είμαστε **εμβληματικοί**, αυτό μας διαφοροποιεί από τους άλλους. Η εμπειρία που προτείνουμε διαφέρει από άλλα οικοτουριστικά προϊόντα με την έννοια ότι θα συγκεντρώσει ένα σύνολο αξιών και χαρακτηριστικών που θα κάνουν αυτή την εμπειρία υποδειγματική και μοναδική.
2. Είμαστε **Μεσογειακοί**, δηλαδή κοντά σε μια θάλασσα που διαμορφώνει τους πολιτισμούς και τη φύση μας. Να ανήκεις στην πιο χαρακτηριστική θάλασσα του κόσμου και στα τοπία της, τις παραδόσεις, την κοινή κληρονομιά, την αίσθηση της κοινότητας, τη μουσική ή τη γαστρονομία. Εμποτισμένο από το μεσογειακό αέρα, το προϊόν μας δείχνει επίσης τη δέσμευσή του να βελτιώσει και να διατηρήσει την κοινή μας κατοικία.
3. Είμαστε **βουνά**, αυτό είναι το προφίλ μας και η ιδιαιτερότητα του εδάφους και του τοπίου μας. Με τα βουνά να είναι η κύρια γεωγραφική μας ιδιαιτερότητα, αυτό που περιγράφει την επικράτειά μας, δίνουμε νόημα και ταυτότητα στο δίκτυό μας. Η εμπειρία μας σχεδιάζεται για και γύρω από το βουνό, αξιοποιώντας όλες τις δυνατότητές του, και ταυτόχρονα συνειδητοποιώντας την ευθραυστότητα των ανθρώπινων και των φυσικών οικοσυστημάτων.

Τα παραπάνω τρία στοιχεία ενεργητικού σχετίζονται στενά με μια ομάδα χαρακτηριστικών που χαρακτηρίζουν το δίκτυο και αναφέρονται παρακάτω:

- Είμαστε Ευρωπαίοι
- Προσφέρουμε οδηγό και υποδοχή
- Ενθαρρύνουμε τις ανακαλύψεις
- Ενθαρρύνουμε την τοπική παραγωγή
- Δημιουργούμε χαμηλό αντίκτυπο
- Προωθούμε τον αργό τουρισμό
- Προτιμούμε τις παραδοσιακές δραστηριότητες
- Είμαστε ένα Δίκτυο
- Εκτιμούμε τα ζωντανά τοπία
- Έχουμε στόχο ένα καλύτερο αύριο

Η αφήγηση των ιστοριών: Ενώ κάθε συνεργάτης είναι υπεύθυνος για την ανάπτυξη της δικής του ιστορίας (η οποία θα είναι προσαρμοσμένη σε κάθε περίπτωση), το δίκτυο χρειάζεται μια κοινή ιστορία για το προϊόν του. Αυτό το κοινό κομμάτι του κειμένου παρέχει τις βάσεις για την ατομική αφήγηση ιστορίας, που δεν είναι τίποτα άλλο από τους κύριους πυλώνες τοποθέτησης που ανακοινώθηκαν στην προηγούμενη ενότητα ("τοποθέτηση"):

Από τον Όλυμπο στην Αίτνα,

θαύμασε και νιώσε, με εμβληματικό τρόπο, εννέα από τα βουνά που προσανατολίζουν και προστατεύουν τους Μεσογειακούς ανθρώπους κατά την κοινή τους ιστορία. Ένα ταξίδι μέσα από εννέα τοπία που διατηρούν ακόμα τα αποτυπώματα και το πνεύμα των αρχαίων πολιτισμών τους και την πανέμορφη φύση τους. Περιπάτησε τους βήμα-βήμα και συναντήστε τους ανθρώπους τους, τις δημιουργίες τους και τις εορταστικές εκδηλώσεις. Απόλαυσε, ενώ συμβάλλεις στη διατήρηση και την ευημερία αυτής της ανεκτίμητης κληρονομιάς για τις μελλοντικές γενιές.

Μάρκα: Το δίκτυο EMM χαρακτηρίζεται από βουνά που προσφέρουν οδηγό και υποδοχή, δηλαδή μέρη που προσανατολίζουν τους επισκέπτες, δείχνοντάς τους ένα συγκεκριμένο τρόπο προσέγγισης του μεσογειακού βουνού και ταυτόχρονα φιλοξενώντας τους προσφέροντάς τους την παραδοσιακή ορεινή προστασία και όντας ανοιχτά για να καλωσορίσουν νέους και παλιούς επισκέπτες. Αυτό το διπλό χαρακτηριστικό στο "Οδηγός & Υποδοχή" προοριζόταν να συμβολίζεται από ένα στοιχείο που συνδέει τη θάλασσα και το βουνό και προβάλλει ένα είδος φωτός, είτε πρόκειται για φάρο, πυρσό, προβολέα, φανάρι... Από την άλλη πλευρά, η διάσταση υποδοχής σχετίζεται με την εικόνα ενός φύλακα, ενός παρατηρητηρίου, ενός καταφυγίου. Ο τρόπος με τον οποίο τα προϊόντα συγκεκριμενοποιούνται πάνω στη γη είναι μια ακολουθία σημείων (που αντιστοιχούν στα κύρια αξιοθέατα) που συνδέονται μεταξύ τους με τρόπο που να έχει μια αρχή και ένα τέλος. Μια τέτοια ακολουθία θα μπορούσε να έχει λάβει διαφορετικά ονόματα, συμπεριλαμβανομένου του δρομολογίου (που ήταν αυτό που χρησιμοποίησε το Δίκτυο στην πρόταση του έργου), διαδρομή, μονοπάτι, ανακάλυψη, διαδρομή, δρόμος, εμπειρία, βόλτα, προϊόν, ταξίδι, ημέρες. Μετά από μια συλλογική διαδικασία συζήτησης, φτάσαμε στη λέξη διαδρομή, η οποία υιοθετήθηκε προσθέτοντας το πρόθεμα "οίκο" (το οποίο συνθέτει την προηγούμενη τοποθέτηση) εμβληματικό). Το *Οικοδιαδρομή*, είναι επομένως το όνομα του προϊόντος μας.

Το προτεινόμενο όνομα μάρκας είναι Μεσογειακά Βουνά- Η Εμβληματική σας Οικοδιαδρομή.

Και το λογότυπο που έχει υιοθετηθεί είναι το εξής:



Προϊόν: Οι Εμβληματικές Οικοδιαδρομές είναι εννέα δρόμοι βιώσιμου αργού τουρισμού στις περιοχές της ενδοχώρας των ευρωπαϊκών ορεινών περιοχών της Μεσογείου. Απολαμβάνοντας αυτά τα ταξίδια, οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να εξερευνήσουν τις ιδιαιτερότητες των περιοχών και τις δραστηριότητες που προσφέρουν οι τοπικοί πάροχοι υπηρεσιών. Ένα ταξίδι όπου η φύση και ο πολιτισμός συναντιούνται και η εμπειρία με το σώμα και την ψυχή είναι τέτοια που μεταδίδει γενναιόδωρα τον εμβληματικό χαρακτήρα της περιοχής.

Εμπειρία: Οι Εμβληματικές οικοδιαδρομές προορίζονται για άτομα που επιθυμούν να ζήσουν οικολογικά ενώ βιώνουν την αίσθηση του τόπου: δεν αισθάνονται υποχρεωμένοι να εκπληρώνουν εξαντλητικές εμπειρίες αλλά μάλλον να απολαμβάνουν αποκλειστικές ανακαλύψεις που χρειάζονται χρόνο, συμπεριλαμβανομένης της συνάντησης με ανθρώπων, τόπων, τοπίων ... αυτό ίσως να τους εμπνεύσει να ασχοληθούν με τη δική τους ζωή ... ή ίσως να κάνουν κάποιες αλλαγές σε αυτούς. Αυτό είναι ακριβώς αυτό που θα βρουν στις EMbleMatiC οικοδιαδρομές μας.

Τιμή & Ποιότητα: Αν και τα πρότυπα ποιότητας είναι παρόμοια, καθώς το δίκτυό μας περιλαμβάνει πολλαπλές περιοχές που βρίσκονται σε χώρες με διαφορετικά χαρακτηριστικά, τα προϊόντα του δικτύου βρίσκονται σε σχετικά ευρύ φάσμα τιμών. Από την άλλη πλευρά, οι Οικοδιαδρομές μπορούν να διατεθούν στο εμπόριο ως μέρος τουριστικού πακέτου ή απλά μεμονωμένα. Ως εκ τούτου, οι τιμές μπορεί να αλλάξουν μέσα στην ίδια Οικοδιαδρομή, ανάλογα με την εμπειρία που επιλέγει ο επισκέπτης.

3. Όροι Αναφοράς για τις οικοδιαδρομές του δικτύου EMM

Εισαγωγή

Όπως αναφέρθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια, κάθε μέλος του Δικτύου Εμβληματικών Μεσογειακών Βουνών αποτελεί μια ορεινή περιοχή στην οποία αναπτύσσεται ένα **αργό τουριστικό** προϊόν. Τα προϊόντα αυτά είναι οικολογικά δρομολόγια σε βουνά στις περιοχές της ενδοχώρας και ονομάζονται **Οικοδιαδρομές**. Έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να μοιράζονται μια σειρά κοινών χαρακτηριστικών επιτρέποντας στο δίκτυο να εμπορευματοποιεί όλα αυτά ως μεμονωμένα, δηλαδή ως ένα ενοποιημένο προϊόν.

Ακόμη και οι κοινές αξίες και τα κριτήρια του δικτύου είχαν καθοριστεί προηγουμένως (βλ. Κεφάλαια 1 και 2 αντίστοιχα), όλοι οι εταίροι εργάστηκαν αρχικά μαζί για να συμφωνήσουν σε έναν κατάλογο 30 κοινών χαρακτηριστικών με τα οποία ο καθένας από τους εταίρους έπρεπε να συμμορφωθεί με τη σύλληψη και την εφαρμογή των Οικοδιαδρομών.

Οικοδιαδρομή

Σκοπός ήταν να εξασφαλιστεί ότι κάθε επισκέπτης που θα έρθει να βιώσει πολλά ή και τις εννέα **Οικοδιαδρομές**, θα απολαύσει μια εμπειρία που μεταφέρει παρόμοιες ποιότητες και προσεγγίσεις ακόμη και έτσι τα στοιχεία κάθε τοπικής προσφοράς θα είναι ειδικά για το προφίλ της περιοχής που επισκέφθηκε. Σκοπός ήταν να εξασφαλιστεί ότι κάθε επισκέπτης που θα έρθει να βιώσει πολλά ή και τις εννέα Οικοδιαδρομές, θα απολαύσει μια εμπειρία που θα μεταφέρει παρόμοιες ιδιότητες και προσεγγίσεις έτσι ώστε τα στοιχεία κάθε τοπικής προσφοράς θα είναι συγκεκριμένα για το προφίλ της περιοχής που επισκέφθηκε.

Μια λίστα 30 ιδιοτήτων διαρθρώθηκε γύρω από 5 θέματα: βασικά χαρακτηριστικά του δρομολογίου, συναφείς υπηρεσίες, ήθη και βιωσιμότητα, διαχείριση και δίκτυο, και θέματα μάρκετινγκ.

Για να διασφαλιστεί η συμμόρφωση κάθε οικοδιαδρομής με κάθε μία από τις 30 ιδιότητες, ο ακαδημαϊκός μας εταίρος, η CETT, σχεδίασε έναν κατάλογο 30 σχετικών αποδεικτικών στοιχείων που οι εταίροι έπρεπε να υποβάλουν για να αποδείξουν τη συμμόρφωσή τους με καθένα από τα κοινά αποδεκτά χαρακτηριστικά. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά και τις αντίστοιχες αποδείξεις. Συγκεντρώνονται στα προαναφερθέντα πέντε θέματα.

1. Βασικά χαρακτηριστικά

#	Κοινό χαρακτηριστικό του EMbleMatic	Προτεινόμενες αποδείξεις που πρέπει να παρέχονται
1	Βρίσκεται στους πρόποδες	Χάρτης & περιγραφή του δρομολογίου
2	Χαμηλή έως μέση δυσκολία	Χάρτης & περιγραφή του δρομολογίου
3	Προσβάσιμο όλο το χρόνο (εκτός από τις ακραίες καιρικές συνθήκες: χιόνι, κίνδυνος πυρκαγιάς)	Χρονοδιάγραμμα ανοίγματος διαδρομής
4	Σημαίνονται δεόντως (είτε με αναρτήσεις ή με ψηφιακά εργαλεία)	Σχεδιασμός σηματοδότησης, φωτογραφίες / βίντεο
5	Συμπεριλαμβανομένων ορθά αναφερόμενων πανοραμικών απόψεων	Χάρτης της διαδρομής, περιγραφή των επιλεγμένων σημείων
6	Ενθαρρύνοντας τα μη κορεσμένα σημεία	Χάρτης και περιγραφή της διαδρομής που εξηγεί πώς η προτεινόμενη διαδρομή αποφεύγει τα πιο κορεσμένα σημεία
7	Βελτιστοποίηση υπάρχουσας υποδομής	Κατάλογος των υπαρχόντων στοιχείων

2. Συναφείς υπηρεσίες

#	Κοινό χαρακτηριστικό του EMbleMatiC	Προτεινόμενες αποδείξεις που πρέπει να παρέχονται
8	Περιλαμβάνει υπηρεσίες / εγκαταστάσεις ερμηνείας περιβάλλοντος και τοπίου	Σύντομη περιγραφή των υφιστάμενων / προγραμματισμένων εγκαταστάσεων / υπηρεσιών
9	Συμπεριλαμβανομένων επισκέψεων σε χώρους και μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς	Σύντομη περιγραφή των προγραμματισμένων δραστηριοτήτων διαδρομής
10	Συμπεριλαμβανομένων των περιεχομένων που σχετίζονται με την άυλη κληρονομιά	Σύντομη περιγραφή των προγραμματισμένων δραστηριοτήτων διαδρομής (μπορεί να περιλαμβάνει ημερολόγιο)
11	Παροχή τοπικών υπηρεσιών καθοδήγησης	Κατάλογος των μισθωμένων υπηρεσιών καθοδήγησης, συμπεριλαμβανομένης της σχέσης τους με την εν λόγω περιοχή
12	Παροχή φιλικών προς το περιβάλλον ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων (αθλητικές δραστηριότητες, υγεία & ευεξία, παρακολούθηση πτηνών ...)	Κατάλογος προαιρετικών δραστηριοτήτων
13	Προσφορά τοπικής γαστρονομίας	Κατάλογος εστιατορίων και υπηρεσιών τροφοδοσίας και (εάν ισχύει), αντίστοιχες πιστοποιήσεις (π.χ. βραδεία τροφή, Km.0, βιολογική, ...).
14	Προσφέροντας τη δυνατότητα συνάντησης με τοπικούς παραγωγούς έχοντας την δυνατότητα αγοράς των προϊόντων τους στην περιοχή (συνεταιρισμοί, αγορές ...)	Κατάλογος των τοπικών παραγωγών και η σχέση τους με το δρομολόγιο.
15	Όταν προσφέρετε πικ-νικ σε πακέτο, προωθούνται βιώσιμες και φιλικές προς το περιβάλλον υπηρεσίες	Οδηγίες πικνίκ για εγκαταστάσεις.

3. Ήθη & Βιωσιμότητα

#	Κοινό χαρακτηριστικό του EMbleMatiC	Προτεινόμενες αποδείξεις που πρέπει να παρέχονται
16	Επιλογή άφιξης στον προορισμό με τα μέσα μαζικής μεταφοράς και ενθαρρύνοντας τους επισκέπτες σε εθελοντική αντιστάθμιση του άνθρακα.	Περιγραφή των υφιστάμενων δυνατοτήτων δημόσιας συγκοινωνίας και πληροφορίες για τους επισκέπτες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο μπορούν εκουσίως να αντισταθμίσουν το

		αποτύπωμα άνθρακα τους.
17	Προώθηση της φιλικής προς το περιβάλλον κινητικότητας στους δρόμους	Χάρτης & περιγραφή του δρομολογίου. Αυτά τα μηχανοκίνητα δρομολόγια πρέπει να παρέχουν τις προβλεπόμενες ενέργειες για την εφαρμογή φιλικής προς το περιβάλλον κινητικότητας.
18	Προώθηση της αλληλεπίδρασης μεταξύ επισκεπτών και των ντόπιων ανθρώπων	Σύντομη περιγραφή των πιθανών αλληλεπιδράσεων (π.χ. μέσω καταλυμάτων, δραστηριοτήτων αναψυχής ...).
19	Προτεραιότητα στις ιδιόκτητες κατοικίες (π.χ. μέσω τοπικών συμφωνιών ποιότητας)	Κατάλογος μονάδων που θα συμπεριληφθούν στον μελλοντικό ταξιδιωτικό οδηγό.
20	Παρέχοντας στους επισκέπτες τις οπτικές και σαφείς πληροφορίες σχετικά με τη σωστή συμπεριφορά στην περιοχή	Κανόνες για τους επισκέπτες
21	Ευαισθητοποίηση των εμπλεκόμενων φορέων για τις υπεύθυνες τουριστικές πρακτικές	Κατευθυντήριες γραμμές για τις βέλτιστες περιβαλλοντικές πρακτικές (BEP)

4. Διαχείριση & Διοίκηση

#	Κοινό χαρακτηριστικό του EMbleMatiC	Προτεινόμενες αποδείξεις που πρέπει να παρέχονται
22	Εφαρμογή εργαλείων παρακολούθησης για τη βελτίωση της βιώσιμης απόδοσης του προορισμού	Σχέδιο Δράσης
23	Συμμετοχή των τοπικών φορέων που συμμετέχουν στο δρομολόγιο (π.χ. διαμονή, εστιατόρια, ταξιδιωτικά γραφεία, πάροχοι δραστηριοτήτων ...)	Βάση δεδομένων ενδιαφερομένων, συμπεριλαμβανομένων του ρόλου τους στη διαδικασία σχεδιασμού
24	Συλλογή δεικτών για την παρακολούθηση και τη διαχείριση της επιρροής της διαδρομής	Κατάλογος δεικτών που θα χρησιμοποιηθούν στο μέλλον
25	Κοινή ανταλλαγή εμπειριών με άλλους συνεργάτες του δικτύου κατά περιόδους	Πρόγραμμα συναντήσεων κατ'ιδίαν ή άλλου είδους περιοδικές επαφές
26	Παροχή υλικού διερμηνείας τουλάχιστον στις τοπικές γλώσσες και στα αγγλικά	Κατάλογος των προς παραγωγή υλικών (τόσο στην τοπική όσο και στην αγγλική γλώσσα)

5. Πτυχές του μάρκετινγκ

#	Κοινό χαρακτηριστικό του EMbleMatiC	Προτεινόμενες αποδείξεις που πρέπει να παρέχονται
27	Ενημέρωση σχετικά με τις τοπικές διαθέσιμες υπηρεσίες	Κατάλογος υπηρεσιών που θα συμπεριληφθούν στον ταξιδιωτικό οδηγό
28	Προσανατολισμός τόσο στους τοπικούς όσο και στους παράκτιους επισκέπτες ως εναλλακτική συμπληρωματική δραστηριότητα	Σύντομη παρουσίαση μάρκετινγκ (βλ. Προηγούμενο Κεφάλαιο 2 του τρέχοντος εγχειριδίου έργου)
29	Προσανατολισμός σε μια κοινή ομάδα στόχου	Σύντομη παρουσίαση μάρκετινγκ (βλ. Προηγούμενο Κεφάλαιο 2 του τρέχοντος εγχειριδίου έργου)
30	Προώθηση της κοινής μάρκας & της στρατηγικής μάρκετινγκ	Σύντομη παρουσίαση μάρκετινγκ (βλ. Προηγούμενο Κεφάλαιο 2 του τρέχοντος εγχειριδίου έργου)

4. Εμβληματικές Οικοδιαδρομές- Μια νέα προσφορά βιώσιμου τουρισμού

Όπως ήδη περιγράφηκε, ένα από τα αποτελέσματα του έργου Interreg MED “EMbleMatiC”, που πραγματοποιήθηκε από το δίκτυο Εμβληματικών βουνών της Μεσογείου, ήταν η δημιουργία εννέα διαφορετικών οικοδιαδρομών. Όλα τα μέλη του δικτύου συνεργάστηκαν για να προσφέρουν μια πιο εντατική, αυθεντική και βιώσιμη ταξιδιωτική εμπειρία. Κάθε επισκέπτης μπορεί να απολαύσει αυτές τις εμπειρίες μέσα από εννέα ξεχωριστές Οικοδιαδρομές, για να ανακαλύψει με όλες τις αισθήσεις τους κρυμμένους πολύτιμους λίθους που βρίσκονται γύρω από μερικά από τα πιο καταπληκτικά βουνά της λεκάνης της Μεσογείου.

Κάθε οικοδιαδρομή προσφέρει ένα δρομολόγιο ή μια σειρά από δρομολόγια σε όλη την ενδοχώρα αυτών των βουνών. Ενώ απολαμβάνουν αυτό το ταξίδι με τα πόδια, ποδηλατώντας ή ιππεύοντας, ή με τη χρήση δημόσιων συγκοινωνιών, οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να εξερευνήσουν τις ιδιαιτερότητες των περιοχών και να ανακαλύψουν δραστηριότητες, δημιουργίες και εορταστικές εκδηλώσεις που προσφέρονται από τους ντόπιους. Όλες οι διαδρομές είναι απόλυτα ενσωματωμένες σε τοπία που διατηρούν ακόμα τα ίχνη και το πνεύμα των αρχαίων πολιτισμών και της πανέμορφης φύσης τους.

Διαβάστε παρακάτω μια σύντομη παρουσίαση των εννέα Οικοδιαδρομών που παρουσιάζονται συνοπτικά.

Οι πρόποδες του Canigó

Canigó, Γαλλία

Ελάτε να εξερευνήσετε, να γευτείτε και να εκπλαγείτε ενώ απολαμβάνετε την ατέλειωτη θέα στο Ιερό βουνό των Καταλανών! Οι πρόποδες του Canigó, η υπόσχεση ενός αργού και περίεργου περιπάτου γεμάτο φυσικές μυρωδιές.
www.canigo-grandsite.fr



Από τα ορεινά Çika μέχρι την παραλία

Çika, Αλβανία

Μια γραφική διαδρομή που εκτελείται παράλληλα με την κορυφή του Çika, εμπλουτισμένη με ένα σύνολο 5 εκτενών διαδρομών, φυσική και πολιτιστική κληρονομιά και φιλόξενοι άνθρωποι, αποτελούν την καρδιά αυτού του ταξιδιού. <http://himara.gov.al/>



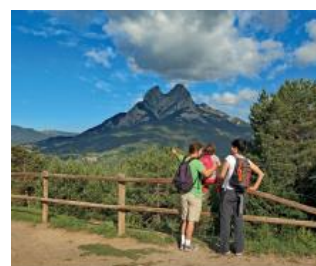
Τα επτά πρόσωπα του βουνού Pedraforca

Pedraforca, Ισπανία

Τα επτά πρόσωπα της Pedraforca είναι μια νέα τουριστική εμπειρία που θα σας οδηγήσει να ανακαλύψετε όλα αυτά τα μυστικά που είναι κρυμμένα από αυτό το μαγικό βουνό.

Από μια έως και επτά ημέρες για να εμποτίσετε τον εαυτό σας!

www.elbergueda.cat / www.visitbergueda.cat



ΤΟ Gran Sasso, ένα βουνό Αγίων και Πολεμιστών

Gran Sasso, Ιταλία

Ανεβείτε από την κοιλάδα του Tirino στο Gran Sasso, την υψηλότερη κορυφή των βουνών Appennini. Απολαύστε ένα συναισθηματικό ταξίδι μέσα από τη φύση, τις αρχαίες παραδόσεις, τοπία και νόστιμα τοπικά προϊόντα. www.galgransassovelino.it / www.yesgransasso.com



"Ολύμπιος Δίας", Πολιτιστική διαδρομή

Όλυμπος, Ελλάδα

Μια μυθική διαδρομή που συνδυάζει το μεγαλοπρεπές περιβάλλον με αξιοθαύμαστα ιστορικά μνημεία σε μια μοναδική αρμονία. Η οργανωμένη υποδομή και οι υπηρεσίες προσφέρουν μια εμπειρία που πραγματικά αξίζει να επισκεφθείτε!

www.pieriki-anaptixiaki.gr



Μια οικοδιαδρομή μέσα από μονοπάτια του Αίτνα "Ginesta" και την "Αμπελώννα" ανθισμένα χωράφια

Etna, Ιταλία

Ανακαλύψτε παραδόσεις που δεν έχουν αλλάξει εδώ και εκατό χρόνια. Ζήστε με τους ντόπιους, βιώστε την κουλτούρα τους και τον καθημερινό τρόπο ζωής, και ερωτευτείτε με αυτό το πολύ ιδιαίτερο μέρος του κόσμου. www.galetnaalcantara.org



Η διαδρομή του Comte Mal

Serra de Tramuntana, Ισπανία

Υπό το καταφύγιο του μαγευτικού Όρους Galatz, που αναδύεται από τη θάλασσα, θα περιπλανηθείτε σε μια γη θρύλων, μέσα από ένα εξαιρετικό πολιτιστικό τοπίο, διαμορφωμένο από αιώνες από περήφανους ντόπιους. <https://caminsdepedra.conselldemallorca.cat/en/-/la-ruta-del-comte-mal>



Στα Μονοπάτια του Μύθου

(Ψηλορείτης) Ίδα, Ελλάδα

Μέσω του οικολογικού τοπίου του βουνού Ίδα (Ψηλορείτης), οι επισκέπτες θα μπορούσαν να ανακαλύψουν τα μονοπάτια των μύθων, της ιστορίας, της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φυσικού πλούτου, προκειμένου να συναντήσουν την αρχική πλευρά και τη διαχρονική αξία της Κρήτης. www.psiloritisgeopark.gr/Home/2/1.html



Με διάθεση επίσκεψης το Sainte-Victoire

Sainte-Victoire, Γαλλία

Θέλουμε να απολαύσετε το αναπάντεχο Sainte-Victoire και να μοιραστείτε την αυθεντική του διάθεση. Βιώστε τον τοπικό τρόπο ζωής και συναντήσετε ανθρώπους που βρίσκονται στο πνεύμα της ζωντανής μας περιοχής.

www.fuveau-tourisme.com



Ακολουθώντας τις αξίες του EMM και τα χαρακτηριστικά του ToR που παρουσιάστηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, όλες οι Οικοδιαδρομές παρατηρούν τα θέματα που σχετίζονται με την αειφορία με έναν συγκεκριμένο τρόπο, έτσι ώστε...

- ✓ ...να βρίσκονται σε περιοχές της ενδοχώρας που βρίσκονται έξω από τους συνήθεις (και υπερπληθείς) τουριστικούς δρόμους.
- ✓ ... να έχουν σχεδιαστεί και αναπτυχθεί κυρίως χρησιμοποιώντας και αξιοποιώντας την ήδη υπάρχουσα υποδομή.
- ✓ ... το αποτέλεσμα της συμμετοχικής διαδικασίας με τοπικούς φορείς που γνωρίζουν τις καλές περιβαλλοντικές πρακτικές που σχετίζονται με την κατανάλωση νερού και ενέργειας, τη διαχείριση αποβλήτων, την προώθηση τοπικών και εποχιακών προϊόντων και την απόκτηση οικολογικών σημάτων ·
- ✓ ... να έχουν σχεδιαστεί για να ευνοούν την αλληλεπίδραση με τους ντόπιους και τους παραγωγούς.
- ✓ ... να επιτρέψει στους επισκέπτες να ζήσουν για λίγο την ουσία ενός Μεσογειακού βουνού, τη φύση του, τον πολιτισμό του και τους ανθρώπους και τις παραδόσεις του.