

PIANO STRATEGICO ELAFONISOS 2025

**DATO IL NOSTRO GRANDE AMORE PER ELAFONISOS,
VOGLIAMO RENDERLA IL FARO DEL MAR MEDITERRANEO (BEACON OF).
PROTEZIONE DELLA NATURA, SODDISFAZIONE DEI VISITATORI E MIGLIORAMENTO DELLA
QUALITÀ DELLA VITA DEGLI ABITANTI SONO I NOSTRI OBIETTIVI.**

Priorità bassa

Elafonisos si trova a 19 chilometri quadrati tra il Peloponneso e La Citera.

Con una popolazione di circa 500 persone, Elafonisos vede un aumento 10 volte maggiore nei mesi di luglio e agosto; 5.000 turisti (e 1.600 auto) raggiungono l'isola, ogni giorno, in traghetto..

Conosciuta per le sue spiagge sabbiose e le acque blu-verdi, è una destinazione facile da raggiungere e bellissima per greci e stranieri (in particolare italiani)...

Durante l'estate 2020, i turisti stranieri sono stati in numero inferiore al solito, ma l'aumento dei turisti greci ha compensato.

Situazione attuale su Elafonisos – Le problematiche

1. *Trattamento delle acque:* non esiste un trattamento delle acque "nere", attraverso il sistema fognario. Tutto viene trasportato con camion in una zona nel centro dell'isola. Ciò sta influenzando negativamente l'ambiente naturale.
2. *Gestione dei rifiuti:* la mancanza di un adeguato programma di riciclaggio (vetro, alluminio, plastica, carta, e biologico) così come la manodopera e gli strumenti in questo settore stanno rendendo abbastanza difficile mantenere pulita l'isola.
3. *Qualità e disponibilità dell'acqua:* il massiccio aumento delle dimensioni della popolazione durante l'estate sta rendendo difficile l'approvvigionamento di acqua di qualità rispetto alla domanda. Pertanto, l'acqua potabile viene fornita solo in bottiglie di plastica, con il relativo impatto massiccio sui rifiuti.
4. *Trasporto e circolazione:* la visita turistica giornaliera in auto, durante l'estate, senza limitazioni della circolazione attraverso l'isola sta generando inquinazione, immondizia nelle spiagge e nei luoghi più belli.

Descrizione della tendenza dei turisti - A cosa sono interessati quando scelgono una vacanza

Ecologia: tra i viaggiatori di oggi c'è una crescente preoccupazione per le opzioni turistiche etiche e sostenibili. Eco travel include semplici modifiche, come la disponibilità di un veicolo elettrico anziché convenzionale. Esempi più sofisticati potrebbero includere il turismo con un elemento volontario, magari lavorando su una riserva naturale o impegnandosi in lavori di conservazione.

Esperienza locale: Piace impegnarsi e partecipare alla cultura locale. Dal gustare la cucina alla celebrazione di feste e vacanze regionali. Esempi potrebbero essere l'affitto di abiti locali in occasione di un festival / vacanza, il consumo di prelibatezze del posto o l'impegno in giochi tradizionali o attività culturali (teatro all'aperto, festival musicale, eventi ecc...).

Il cibo sano e biologico: una cucina eccellente e di conseguenza una migliore alimentazione sta guidando nuove tendenze turistiche. Il turista moderno vuole sapere che il cibo che stanno mangiando è tanto sano quanto delizioso. Il movimento degli alimenti biologici sta influenzando molto le tendenze del turismo. Tanti ristoranti e hotel offrono opzioni biologiche. Sono rappresentate anche altre diete speciali (senza glutine, vegane, senza latticini, ecc.) .

Stile di vita sano: prendersi cura della salute personale sta diventando sempre più importante. La tecnologia indossabile sta crescendo rapidamente, quindi le spa e le terme incentrate sulla medicina abbracceranno ulteriormente la tecnologia medico-diagnostica per il monitoraggio della salute in tempo reale e per facilitare una migliore connessione tra un medico e un paziente. Il mercato mobile del fitness e del benessere è la categoria in più rapida crescita nel segmento della salute in mobilità. Nasceranno strutture costruite sul concetto di benessere totale, in cui l'obiettivo principale è promuovere il raggiungimento degli obiettivi di salute fisica e mentale insieme allo sport e al tempo libero tradizionali (ad esempio passeggiate, escursioni, ciclismo, corsa, canottaggio, nuoto, meditazione).

Natura e semplicità: c'è un gran numero di turisti che cercano luoghi con un ambiente naturale ben conservato e con uno stile di vita semplice e tranquillo, lontano dallo stile caotico di Mykonos.

La Missione

Proteggere la natura, l'ambiente e i siti archeologici unici di Elafonisos, soddisfacendo al contempo le esigenze dei visitatori, le infrastrutture turistiche e la popolazione ospitante.

Obiettivi – a cosa puntiamo

1. Diventare la destinazione turistica più sostenibile del Mar Mediterraneo
2. Prolungare il soggiorno medio dei visitatori
3. Destagionalizzare le visite

Strategia

Destinazione turistica sostenibile

La nostra strategia è articolata in 4 pilastri:

Ambiente

1. Favorire un consumo responsabile e il rispetto dell'ambiente
 - a. Monitoraggio del consumo energetico
 - b. Riduzione del consumo di combustibili fossili
 - c. Approvvigionamento idrico: sufficienza ed equilibrio tra le esigenze dei turisti e della comunità locale
 - d. Adattamento ai cambiamenti climatici
 - e. Conservazione della natura:
 - I. Protezione della flora e delle risorse naturali
 - II. Protezione della fauna sia del mare che della terra, in particolare le zone di nidificazione delle uova delle tartarughe Caretta
 - III. Monitoraggio dell'impatto turistico sulla natura (esperienza naturalistica ed etica animale)
2. Sviluppo equilibrato dal punto di vista ambientale:

- a. Uso del suolo: valutare e ottimizzare l'impatto dello sviluppo delle infrastrutture
- b. Protezione del paesaggio e dello scenario
- 3. Sfruttare le risorse locali per il vantaggio economico delle comunità locali (per esempio la Laguna di Strogilyi)
 - a. Massimizzare i prodotti agricoli dell'area circostante e incentivare km.0 (compresi i bio prodotti)
 - b. Bio ortaggi e frutta
 - c. Bio olive e olio
- 4. Ridurre al minimo l'impatto ambientale
 - a. Inquinamento (valutazione della linea di base, obiettivi e monitoraggio, risposta):
 - I. Inquinamento atmosferico
 - II. Inquinamento acustico e luminoso
 - b. Acqua:
 - I. Monitoraggio della qualità dell'acqua, sia potabile che acqua di mare
 - c. Mobilità:
 - I. Mobilità dolce (andare in bicicletta e camminare sono facili e incentivati)
 - II. Trasporti pubblici (ad esempio autobus elettrici)
 - III. Impronta di carbonio e compensazione
 - d. Rifiuti e riciclaggio
 - I. Separazione dei rifiuti
 - II. Riduzione dei rifiuti solidi (obiettivi fissati e sistema di monitoraggio/indirizzo) e spreco alimentare per diventare compostabili
 - III. Smaltimento dei rifiuti comprese le acque "nere"

Cultura:

1. Promuovere il restauro e la manutenzione dei siti archeologici e qualsiasi bene di interesse nazionale o collettivo protetto (Pavlo Petri)
2. Costruire un teatro greco "naturale" all'aperto per eseguire un calendario di attività da marzo a ottobre (ad esempio settimana Sirtaki, teatro greco classico, settimana dell'arpa, ecc.) Favorire l'arte locale (compresa la performance art) e l'artigianato
3. Promuove e sfruttare gli eventi culturali locali (incluso il festival ecologico durante la primavera)
4. Migliorare il senso di appartenenza e di autostima della comunità locale

Società:

1. Favorire l'integrazione delle comunità locali nelle attività turistiche
2. Destinare parte del profitto economico agli investimenti al servizio della comunità locale
3. Migliorare la qualità della vita della popolazione locale
4. Monitorare la soddisfazione dell'abitante
5. Articolare un piano di prevenzione e risposta alla salute e alla sicurezza (ad esempio virus)
6. Preparare un piano di risposta alle crisi e alle emergenze (ad esempio prevenzione incendi)

Economia:

1. Promuovere lo sviluppo di attività turistiche oltre alle spiagge
2. Massimizzare il consumo di prodotti locali, riducendo così il trasporto

3. Promuovere prodotti locali: olio d'oliva, olive, timo, origano, sale marino, miele

Prolungare il soggiorno medio dei visitatori

1. Offrire diverse opportunità per goderti e vivere l'isola oltre la spiaggia e il mare:
 - a. Osservazione delle uova comprese le aree di nidificazione delle uova
 - b. Visita a Pavlo Petri. Immersioni subacquee ed escursioni di snorkeling. Esperienza di realtà virtuale "Atlantis" e la Laguna di Stroghyli
 - c. Visita alle aree di cedri secolari.
 - d. Negozi di prodotti locali (bio ,miele di timo ed erica, olio biologico,) ed esperienza (frantoio e produzione di olio, esempio di economia circolare)
 - e. Gite in barca e vela intorno all'isola
2. Offrire sconti per più giorni di visita (3 +1 gratis, voucher, ecc.)
3. Programmi di fidelizzazione per incentivare un soggiorno più lungo e tornare sull'isola
4. Internet gratuito (o Wifi),essenziale per prolungare il soggiorno dei visitatori

Destagionalizzare le visite

1. Le attività di destagionalizzazione del turismo potrebbero includere:
 - a) Volontariato intorno a progetti ambientali/di sostenibilità
 - b) Creare una personalità per il villaggio di Elafonisos, coinvolgendo giovani artisti in un concorso per trasformare la sua immagine visiva.
 - c) Incentivare la presenza di giovani artisti in primavera e in autunno per esprimersi liberamente, pur essendo sponsorizzati.
 - d) Sperimentare la cultura dell'olivo (qualità, proprietà, cosmetici, ecc.)
 - e) Yoga, Pilates, Ritiri, Meditazione
 - f) Escursionismo, nordic walking e ciclismo
 - g) Teatro di paesaggi naturali con spettacoli classici di guance G,musica e altri intrattenimenti
 - h) Vela
 - i) Equitazione
 - j) Birdwatching
 - k) Creare una nuova Marina per 20 yacht
2. Appello a persone interessate a specifiche attività/oggetti/ (come sopra elencato o altre)
3. Appello al target della popolazione dai capelli argentati (60+). Contano su un reddito disponibile significativo, hanno più tempo e libertà di viaggiare in quanto potrebbero essersi ritirati e essere in grado di gestire una migliore vita personale e professionale. A loro piacciono le avventure "morbide" e "salute e benessere" sono importanti
4. Internet gratuito (o Wifi) essenziale per avere turisti tutto l'anno

Situazione concorrenziale

1. Opportunità di perseguire un premio ufficiale per il turismo sostenibile. Pochi luoghi turistici hanno ottenuto una certificazione formale di destinazione turistica sostenibile, in Europa. I migliori finalisti della Top 100 di "GreenDestinations" includono le seguenti località, nel Mar Mediterraneo:
Torroella de Montgri (Girona) Spagna,
Gozo a Malta,
Skyros (Sporadi) Grecia
Malj Losinj in Croazia
2. Poche isole hanno un vantaggio ecologico come Tilos, Kythnos, Milos, Aestifalea ecc...
3. Natura 2000 è un'opportunità per differenziare e sfruttare il riconoscimento dell'UE. Pertanto, includerlo in tutte le comunicazioni è un must, in modo che Natura 2000 sostenga le credenziali di Elafonisos per una destinazione "verde". Inoltre, è necessario sviluppare progetti specifici per rafforzare il legame tra Natura 2000 e l'isola.

Fonte di vantaggio competitivo

1. Nature 2000 (vedi sopra)
2. Premio ufficiale della destinazione turistica sostenibile "Best in the Mediterranean sea"
3. Esperienza faunistica: tartarugheCaretta
 - a. Questo è un "test di tortura" per dimostrare la qualità e la pulizia dell'acqua
 - b. Rappresenta un'opportunità iconografica per differenziare l'isola collegando la sua immagine alle tartarughe Caretta.
4. Pavlo Petri:
 - a. Opportunità per escursioni di snorkeling
 - b. Realtà virtuale per vivere la città sottomarina
5. Laguna di Stroghyli
6. Le immersioni subacquee hanno protetto il parco non-pesca dove scoprire la ricchezza della vita sottomarina con la chiarezza delle acqueonisos di Elaf
7. Teatro naturale in zona Aghio Patapio per 350 persone: solo da pietre locali, in un'area naturale con vista sul tramonto e sul mare
8. Bio olivicoltori ed esempi di economia circolare
9. Programma per non fumatori disponibile nell'isola, a partire dalla scuola

Sostegno finanziario necessario per concretizzare il programma di trasformazione

1. Potenziali fonti di investimento:
 - a) Ue
 - b) Grecia
 - c) Regione del Peloponneso
 - d) Lago Onia
 - e) Fondazioni private(Kokkalis, Laskarides, Niarchos, Mava, ecc...)
 - f) Associazioni e organizzazioni ecologiche come WWF Grecia, ecc...

Per ottenere tali sostegno finanziario, è imperativo ordinare uno studio effettuato da un organismo professionale per ciascun progetto.

Nessuno studio = Niente finanziamenti

2. In realtà il budget annuale totale è di 2,5 milioni di Euro. Dobbiamo lavorare per ottenere un bilancio incrementale.

3. Avere all'interno del comune esperti nelle seguenti aree:
 - Finanza
 - Marketing
 - Ingegneria
 - Ecologia/Ambiente
 - Supporto TEC
 - Innovazione