

Καινοτομία  
και Επιχειρηματικότητα  
στον Τουρισμό

---

Σχολή Διοικητικών, Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστημών, Τμήμα Διοίκησης  
Τουρισμού

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών**

**Μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία**

«Πολιτισμικός και Βιομηχανικός Τουρισμός,  
Μελέτη περίπτωσης: Η πόλη του Βόλου.»

**Diploma thesis**

Cultural and industrial tourism.

Case study: The city of Volos

Συγγραφέας: Δέσποινα Κακαλιάγκου, 20010

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Dr. Μοίρα Πολυξένη

Αθήνα, Ιούνιος 2023

**Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή**

**Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι**

**Εξεταστική Επιτροπή:**

<b>A/A</b>	<b>ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ</b>	<b>ΒΑΘΜΙΑΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ</b>
1	ΠΟΛΥΞΕΝΗ ΜΟΙΡΑ	ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ	
2	ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΑ ΚΙΚΙΛΙΑ	ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ	
3	ΑΘΗΝΑ ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ	

Copyright ©Κακαλιάγκου Δέσποινα-2023

“Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.”

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Μεταπτυχιακό Τμήμα Σπουδών Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του τμήματος.

## Ευχαριστίες

*“Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην επιβλέποντα της έρευνας, Δρ. Μοίρα Πολυξένη, Καθηγήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, για την καθοδήγησή της σε όλη τη διάρκεια αυτής της μελέτης.*

*Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους εργαζομένους του Μουσείου Πλινθοκεραμοποιίας στο συγκρότημα Τσαλαπάτα για πολύτιμη βοήθεια τους και τις γνώσεις που μοιράστηκαν μαζί μου.*

Υπεύθυνη δήλωση συγγραφέα

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Κακαλιάγκου Δέσποινα του Ηλία, με αριθμό μητρώου 20010, φοιτήτρια του προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό του Τμήματος Διοίκησης Τουρισμού της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

“Είμαι συγγραφέας αυτής της διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου”.

Η Δηλούσα

Δέσποινα Κακαλιάγκου

## **I. Πίνακας Περιεχομένων**

Πρόλογος-Ευχαριστίες

Υπεύθυνη Δήλωση συγγραφέα

I. Πίνακας περιεχομένων

II. Πίνακες και εικόνες

III. Περίληψη

IV. Abstract

V. Εισαγωγή

### **Κεφάλαιο 1 – Πολιτισμικός τουρισμός**

1.1 Ιστορία και πορεία του πολιτισμικού τουρισμού

1.2 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

1.3. Πολιτιστική κατανάλωση- Πολιτιστικοί τουρίστες

1.4. Κίνητρα

1.5. Οικονομικές πτυχές του πολιτιστικού τουρισμού

1.6. Πολιτιστική κληρονομιά

### **Κεφάλαιο 2 – Βιομηχανικός τουρισμός**

2.1. Εισαγωγή

2.2. Ιστορική αναδρομή

2.3.1 Η Ανάπτυξη του βιομηχανικού τουρισμού

2.3.2 Διαχείριση του βιομηχανικού τουρισμού

2.3.3 Η Ανάδειξη του βιομηχανικού τουρισμού

2.4 Κόσμοι βιομηχανικής εμπειρίας

2.5 Τουρισμός καταναλωτικής εμπειρίας

2.5.1 Τι είναι οι βιομηχανικοί τουρίστες;

2.5.2 Από την αντιδραστική στην προληπτική προσέγγιση

2.6 Ενδιαφερόμενα μέρη και εργαζόμενοι

2.7 Δυνατότητες και όφελι βιομηχανικού τουρισμού

2.7.1 Ελκυστικά προϊόντα

2.7.2 Ελκυστικές διαδικασίες παραγωγής

2.7.3 Ελκυστικές τοποθεσίες

## **Κεφάλαιο 3 – Βιομηχανική πόλη και βιομηχανική κληρονομιά**

3.1 Εισαγωγή

3.2 Βιομηχανικές πόλεις

3.3 Επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων ως παράγοντας ανάδειξης της ταυτότητας της πόλης και της βιώσιμης αστικής ανάπτυξης

3.4 Επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων ως παράγοντας ανάπτυξης της οικονομίας

## **Κεφάλαιο 4 – Η περίπτωση του Βόλου**

4.1 Αξιοποίηση της βιομηχανικής κληρονομιάς στην πόλη του Βόλου

4.2 Το εργοστάσιο Τσαλαπάτα

4.3 Μεταξουργείο Αφοι Εκμετζόγλου

4.4 Καπναποθήκη Παπαστράτου

4.5 Κτίριο Σπιρερ

4.6 Κτίριο Παλαιάς Ηλεκτρικής Εταιρείας

4.7 Το τρενάκι του Πηλίου

## **5. Συμπεράσματα- Προτάσεις**

Βιβλιογραφία

Ελληνική βιβλιογραφία

Ξένη βιβλιογραφία

Εικόνα 1: Παλιό εργοστάσιο πλινθοκεραμοποιίας Τσαλαπάτα ([www.demekav.gr](http://www.demekav.gr))

Εικόνα 2: Το μεταξουργείο

Εικόνα 3: Η καπναποθήκη Παπαστράτου που βρίσκεται στην προκουμαία της πόλης ([www.diki.gr](http://www.diki.gr))

Εικόνα 4: Το κτίριο Σπίρερ

Εικόνα 5: Κτίριο Παλαιάς Ηλεκτρικής

Εικόνα 6: .

### III. Περίληψη

#### Λέξεις κλειδιά

Τα τελευταία χρόνια, η εμπειρία στον πολιτισμικό τουρισμό γίνεται όλο και πιο ελκυστική. Όλο και περισσότεροι τουρίστες αναζητούν μια αξέχαστη εμπειρία στον πολιτισμικό τουρισμό αφού έχουν την ευκαιρία να χαλαρώσουν και παράλληλα να έρθουν σε επαφή με την τοπική κουλτούρα και τους ντόπιους. Η έρευνα αυτή στοχεύει στην ανάδειξη μιας πτυχής της πολιτιστικής κληρονομιάς, της βιομηχανικής, και στην ανάγκη αξιοποίησης της ως μιας μορφής τουρισμού. Συγκεκριμένα, η εργασία διερευνά το ζήτημα της επαναχρησιμοποίησης βιομηχανικών κτιρίων στο πλαίσιο της αειφόρου ανάπτυξης μιας πόλης και ιδιαίτερα της περίπτωσης της πόλης του Βόλου.

*Λέξεις κλειδιά: πολιτισμικός τουρισμός, βιομηχανικός τουρισμός, Βόλος, ανάπτυξη*

### IV. Abstract

#### Keywords

#### **Abstract**

In recent years, the cultural tourism experience has become increasingly attractive. More and more tourists are looking for an unforgettable experience in cultural tourism since they have the opportunity to relax and at the same time get in touch with the local culture as well as locals. This research aims to highlight an aspect of cultural heritage, industrial engineering, and the need to utilize it as a form of tourism. Specifically, this study investigates the issue of the reuse of industrial buildings in the context of the sustainable development of a city and particularly the case of the city of Volos. *Key words: cultural tourism, industrial tourism, Volos, development*



## V. Εισαγωγή

Η παρούσα διατριβή διερευνά την έννοια του πολιτιστικού και βιομηχανικού τουρισμού, με έμφαση στην αξιοποίηση της βιομηχανικής κληρονομιάς ως παράγοντα οικονομικής και βιώσιμης αστικής ανάπτυξης. Η διατριβή χωρίζεται σε τέσσερα κεφάλαια. Αρχικά γίνεται εισαγωγή στον πολιτιστικό τουρισμό, με έμφαση στην πολιτιστική κατανάλωση από τους τουρίστες. Εξετάζεται επίσης αναδυόμενες ταυτότητες και τάσεις στην έρευνα του πολιτιστικού τουρισμού. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στον βιομηχανικό τουρισμό, με έμφαση στην ιστορική εξέλιξη και διαχείριση του βιομηχανικού τουρισμού. Διερευνάται η επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων ως παράγοντα που αναδεικνύει την ταυτότητα της πόλης και τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη. Εξετάζεται επίσης η επαναχρησιμοποίηση των βιομηχανικών κτιρίων ως παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης, με έμφαση στις βιομηχανικές πόλεις. Τέλος, παρουσιάζεται μια μελέτη περίπτωσης για την αξιοποίηση της βιομηχανικής κληρονομιάς στην πόλη του Βόλου. Η μελέτη περίπτωσης εξετάζει το εργοστάσιο Τσαλαπάτα, το Μεταξουργείο, την Καπναποθήκη Παπαστράτου, το Κτίριο Σπίρερ, το Κτήριο της Παλαιάς Ηλεκτρικής Εταιρείας και το τρενάκι του Πηλίου. Συνολικά, η παρούσα διατριβή συμβάλλει στη βιβλιογραφία για τον πολιτιστικό και βιομηχανικό τουρισμό, με έμφαση στην αξιοποίηση της βιομηχανικής κληρονομιάς ως παράγοντα οικονομικής και βιώσιμης αστικής ανάπτυξης. Η μελέτη περίπτωσης του Βόλου παρέχει πρακτικές γνώσεις για τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες αξιοποίησης της βιομηχανικής κληρονομιάς στην αστική ανάπτυξη.

## Κεφάλαιο 1 – Πολιτισμικός τουρισμός

### Ιστορία και πορεία του πολιτισμικού τουρισμού

Πολιτισμός και τουρισμός ήταν πάντα άρρηκτα συνδεδεμένοι και αλληλοϋποστηριζόμενοι τομείς. Αμφότεροι χρειάζονται την ύπαρξη του άλλου προκειμένου να εξασφαλιστεί η αμοιβαία επιβίωση. Σύμφωνα με την Διακήρυξη της Μανίλας (1980), οι φυσικές και πολιτισμικές αξίες αποτελούν «θεμελιώδη πόλο έλξης του τουρισμού». Τα πολιτιστικά αξιοθέατα και οι εκδηλώσεις παρέχουν μια σημαντική ώθηση για ταξίδια και κίνητρο για την εξερεύνηση του πολιτισμού. Τις τελευταίες δεκαετίες η διασύνδεση πολιτισμού και τουρισμού έχει αναγνωριστεί από ερευνητές και φορείς του τουρισμού ως μια συγκεκριμένη μορφή κατανάλωσης: τον πολιτιστικό τουρισμό που η ύπαρξή του είναι η παλαιότερη μορφή τουρισμού. Το διάσημο Grant Tour που εμφανίστηκε στην Αγγλία τον 17ο αιώνα, επιβεβαιώνει την παραπάνω άποψη χάριν του πολιτιστικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα του. Σκοπός του ήταν οι γόνοι των αριστοκρατικών οικογενειών να έρθουν σε επαφή με τον κλασικό πολιτισμό μέσω της επίσκεψης των σημαντικότερων Ευρωπαϊκών πόλεων.

Τα τελευταία χρόνια το οικονομικό, κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο των ανθρώπων έχει μεταβληθεί και συνεπώς έχουν αλλάξει και οι καταναλωτικές ανάγκες

των τουριστών. Ως αποτέλεσμα, μια νέα ζήτηση για εξειδικευμένες τουριστικές υπηρεσίες έχει αναδυθεί (Μοίρα, & Παρθένης, 2011). Οι τουρίστες πλέον αναζητούν όχι μόνο την χαλάρωση αλλά και νέες πολιτιστικές εμπειρίες.

Η ανάδειξη του πολιτισμικού τουρισμού ως κοινωνικό φαινόμενο και ως αντικείμενο ακαδημαϊκής έρευνας, παρατηρείται μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο όταν αυξήθηκαν τα ταξίδια αναψυχής. Ανα τον κόσμο αλλά κυρίως στην Ευρώπη, μέσα από τα ταξίδια αυξήθηκε η πολιτιστικής κατανόησης καθώς και η ανοικοδόμηση κατεστραμμένων οικονομιών που ισοπεδώθηκαν κυρίως κατά το πρώτο μίσο του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Καθώς τα εισοδήματα και η κατανάλωση συνέχισαν να αυξάνονται τις δεκαετίες του 1960 και του 1970, ταυτόχρονα παρατηρήθηκε και η αύξηση των διεθνών ταξιδιών. Μέχρι τη δεκαετία του 1980, η ροή των διεθνών τουριστών σε σημαντικά αξιοθέατα άρχισε να προσελκύει μεγάλη προσοχή, με αποτέλεσμα ο όρος «πολιτισμικός τουρισμός» να αναδυθεί. Οι πρώτες ακαδημαϊκές μελέτες για τον πολιτιστικό τουρισμό εμφανίστηκαν περίπου εκείνη την εποχή.

Το ενδιαφέρον για τον πολιτιστικό τουρισμό συνέχισε να αυξάνεται κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του 1980 και του 1990, εξαιτίας της «άνθησης της κληρονομιάς» (Hewison, 1987), την ανάπτυξη των διεθνών και εγχώριων ταξιδιών και τον προσδιορισμό του πολιτιστικού τουρισμού ως «καλής» μορφής τουρισμού που θα τονώσει την οικονομία και θα βοηθήσει στη διατήρηση του πολιτισμού (Richards, 2001). Η δεκαετία του 1990 σηματοδότησε μια περίοδο μετασχηματισμού για τον πολιτιστικό τουρισμό, ο οποίος, σε αντίθεση με τον αρχικό προσανατολισμό του προς την ελίτ αγορά, βρήκε νέες ευκαιρίες να αναπτυχθεί προς τη μαζική αγορά. Ο πολιτισμικός τουρισμός έγινε στόχος της ακαδημαϊκής έρευνας. Τα πρώτα εγχειρίδια και οι ερευνητικές εργασίες για τον πολιτιστικό τουρισμό άρχισαν να εμφανίζονται (Smith, M. and Richards G., 2003· Ivanovic, 2008) και συνδέονται με πολλές διαφορετικές θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις (Richards and Munsters, 2010, Smith and Richards, 2013). Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού συνδέεται με την εμφάνιση του τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς, τον καλλιτεχνικό τουρισμό, τον γαστρονομικό τουρισμό, τον κινηματογραφικό τουρισμό και τον δημιουργικό τουρισμό. Από την άλλη πλευρά, η ανάπτυξη είχε ως αποτέλεσμα τον «υπερτουρισμό» που σχετίζεται με την αυξανόμενη επιθυμία των τουριστών για νέες εμπειρίες, το οποίο αποτελεί μια νέα μορφή τουρισμού (Du Cros H. and McKercher B., 2020).

Η μεταβαλλόμενη φύση του πολιτισμικού τουρισμού βρέθηκε πρόσφατα στο επίκεντρο της Έκθεσης του UNWTO για τον τουρισμό και τις πολιτιστικές συνέργειες (2018), η οποία περιελάμβανε έρευνες που κάλυπταν το 43% των κρατών μελών του UNWTO καθώς και έρευνες από 61 διεθνείς ειδικούς και ακαδημαϊκούς του συγκεκριμένου τομέα. Αυτή η μελέτη επιβεβαιώνει τη σημασία του πολιτιστικού τουρισμού, με το 89% των εθνικών τουριστικών φορέων να δηλώνουν, ότι ο πολιτισμικός τουρισμός ήταν μέρος της τουριστικής τους πολιτικής. Οι ερωτηθέντες ανέφεραν επίσης ότι αναμένουν περαιτέρω ανάπτυξη στον πολιτιστικό τουρισμό τα επόμενα πέντε χρόνια.

Ο πολιτισμικός τουρισμός ήταν επίσης ένα από τα είδη τουρισμού που έλαβε νέο επιχειρησιακό ορισμό από τον UNWTO στην 22η Σύνοδο της Γενικής Συνέλευσης που πραγματοποιήθηκε στο Chengdu της Κίνας (UNWTO, 2017: 18): “Ο πολιτισμικός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας στην οποία το βασικό κίνητρο του επισκέπτη είναι να μάθει, να ανακαλύψει, να βιώσει και να καταναλώσει τα υλικά και άυλα πολιτιστικά αξιοθέατα/προϊόντα σε έναν τουριστικό προορισμό”.

Αυτός ο νέος ορισμός επιβεβαιώνει την ευρύτερη φύση του σύγχρονου πολιτιστικού τουρισμού, ο οποίος περιλαμβάνει όχι μόνο τοποθεσίες και μνημεία, αλλά και τρόπους ζωής, την δημιουργικότητα και την «καθημερινή κουλτούρα». Όπως τονίζεται στην έκθεση του UNWTO (2018), ο τομέας του πολιτιστικού τουρισμού έχει μετατοπιστεί από την προηγούμενη έμφαση στην κλασική δυτική υλική κληρονομιά σε ένα ευρύτερο πεδίο πολυπολιτισμικών πρακτικών σε όλες τις γωνιές του κόσμου.

Στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να αναλύσει τη σχέση τουρισμού και πολιτιστικού τουρισμού μελετώντας την περίπτωση της πόλης του Βόλου. Ο πολιτισμικός τουρισμός είναι ταξίδι που στοχεύει στην εμπειρία των τεχνών, της κληρονομιάς των μοναδικών τόπων. Περιλαμβάνει τέχνες, πολιτιστικές δραστηριότητες αλλά και την φυσική κληρονομιά. Παρέχει πρόσβαση σε πληροφορίες αλλά και δραστηριότητες που μπορούν να βοηθήσουν τον επισκέπτη να αισθανθεί ότι εμπλέκεται με τον τόπο, τους ανθρώπους του και την κληρονομιά του. Η δημιουργία σχέσης μεταξύ του επισκέπτη και της κοινότητας αποτελεί σημαντικό χαρακτηριστικό του πολιτιστικού τουρισμού. Υπό αυτή την έννοια, ο νέος ορισμός αντικατοπτρίζει την ανάπτυξη της παραγωγής και κατανάλωσης του πολιτιστικού τουρισμού, καθώς και την ανάπτυξη της ακαδημαϊκής έρευνας στον πολιτιστικό τουρισμό. Είναι αδύνατο σε μια σύντομη ανασκόπηση να αποφανθεί το αυξανόμενο εύρος και η ποικιλομορφία της έρευνας στον πολιτιστικό τουρισμό για αυτό και προτείνεται περαιτέρω μελλοντική έρευνα.

## 1.2. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια αυξητική τάση όσον αφορά την μελέτη του πολιτιστικού τουρισμού. Οι έρευνες για τον πολιτιστικό τουρισμό αυξήθηκαν το 2016. Η τρέχουσα ανασκόπηση καλύπτει πρώτα μερικούς από τους κύριους ερευνητικούς τομείς που σχετίζονται με αυτά τα πεδία, πριν συνοψίσει μερικές από τις κύριες αναδυόμενες τάσεις της έρευνας. Λόγω του μεγάλου εύρους της βιβλιογραφίας, έχει δοθεί μεγαλύτερη προσοχή σε ερευνητικά άρθρα που δημοσιεύονται από το 2010 και έπειτα. Άλλες πηγές παρέχουν επισκόπηση της βιβλιογραφίας μέχρι και σήμερα (Du Cros and McKercher, 2020). Μια αναζήτηση της βιβλιογραφίας αποκαλύπτει, ωστόσο, ότι η τρέχουσα ανασκόπηση είναι η πρώτη που καλύπτει το πεδίο του πολιτιστικού τουρισμού συνολικά. Μερικά από τα κύρια ερευνητικά θέματα που προκύπτουν περιλαμβάνουν τον πολιτιστικό τουρισμό ως μορφή πολιτιστικής κατανάλωσης, τα κίνητρα για τον πολιτιστικό τουρισμό, τις οικονομικές πτυχές του πολιτιστικού τουρισμού, τη σχέση μεταξύ τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς, την ανάπτυξη της δημιουργικής οικονομίας και τους δεσμούς μεταξύ ανθρωπολογίας και πολιτιστικού τουρισμού.

## 1.3. Πολιτιστική κατανάλωση- Πολιτιστικοί τουρίστες

Ο πολιτισμικός τουρισμός ως μορφή πολιτιστικής κατανάλωσης υπήρξε ένα ιδιαίτερα σημαντικό θέμα για κοινωνιολογικές μελέτες στον τομέα αυτό. Μεγάλο μέρος αυτής της έρευνας έχει επιδιώξει να κατανοήσει το κοινό του πολιτιστικού τουρισμού και ειδικότερα τη διακύμανση και τη διαστροφμάτωση μέσα σε αυτό. Η άνοδος του πολιτισμικού τουρισμού σχετίζεται με την άνοδο μιας νέας κοινωνικής τάξης, οι οποίοι συμμετέχοντας στον πολιτισμικό τουρισμό αποσκοπούν στην διεύρυνση των οριζόντων τους και στην ενίσχυση της εικόνας του εαυτού τους (Hall και Weiler 1992:8-9). Ο καναδός κοινωνιολόγος Robert Stebbins (1996:949-950) ανέπτυξε έναν διαχωρισμό μεταξύ «γενικών» και «ειδικών» ενδιαφερόντων πολιτιστικών τουριστών, με τους πρώτους να έχουν ως χόμπι να επισκέπτονται διαφορετικές χώρες και περιοχές και να ανακαλύπτουν πτυχές του πολιτιστικού τουρισμού στον εκάστοτε προορισμό.

Οι δεύτεροι, οι τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων, είναι πιθανόν να επισκέπτονται επανειλημμένα έναν συγκεκριμένο τόπο αποσκοπώντας στην ολιστική κατανόηση του ευρύτερου πολιτισμού του μέρους που επισκέπτονται, καθώς για τον ίδιο ο πολιτισμικός τουρισμός είναι μια σημαντική ενασχόληση. Αυτός ο διαχωρισμός επεκτάθηκε αργότερα για να καλύψει διαφορετικούς τύπους πολιτιστικών τουριστών, με βάση χαρακτηριστικά όπως η σκοπιμότητα των πολιτιστικών κινήτρων (Du Cros and McKercher, 2020), και οι επισκέψεις σε αξιοθέατα και εκδηλώσεις (Pulido-Fernández and Sánchez-Rivero, 2010). Οι περισσότερες μελέτες σχεδιάστηκαν για να εντοπίσουν συγκεκριμένες ομάδες του πολιτιστικού τουρισμού που μπορεί να ελκύονται από συγκεκριμένους τύπους πολιτιστικών εμπειριών. Μια από αυτές τις μελέτες είναι και αυτή του Silberberg T. (1995 p. 161-165), ο οποίος κατέγραψε 4 κατηγορίες πολιτιστικών τουριστών:

1. Αυτούς για τους οποίους ο πολιτισμός αποτελεί το ισχυρότερο κίνητρο να επισκεφθούν ένα μέρος.
2. Ο πολιτισμός αποτελεί ένα εν μέρει κίνητρο για την επίσκεψη τους.
3. Ένα 20% για τους όποιους ναι μεν θα σχεδιάσουν κατά την παραμονή τους σε έναν προορισμό τη συμμετοχή τους σε μια πολιτιστική δραστηριότητα, αλλά αποτελεί δευτερεύον κίνητρο.
4. Και τέλος αναφέρει τους πολιτιστικούς τουρίστες που δεν σκόπευαν να συμμετέχουν σε ένα πολιτισμικό γεγονός, όμως τελικά το κάνουν.

Η Stylianou-Lambert (2011), πραγματοποίησε μια ποιοτική μελέτη για τα διαφορετικά «βλέμματα» στον πολιτιστικό τουρισμό, αποδεικνύεται ότι οι τουρίστες που επισκέπτονται τα μουσεία τέχνης τα αντιλαμβάνονται με διαφορετικούς τρόπους, χρησιμοποιώντας διαφορετικά «αντιληπτικά φίλτρα» που επηρεάζουν την αντίληψή τους. Αυτό υποδηλώνει την ιδιαίτερα περίπλοκη φύση της συμμετοχής στον πολιτιστικό τουρισμό, η οποία αναμφισβήτητα απαιτεί πολυεπιστημονικές και πολυδιάστατες προσεγγίσεις για την αποτύπωση αυτής της πολυπλοκότητας. Οι Richards και van der Ark (2013) στην έρευνά τους υπέδειξαν ότι ο τύπος των διακοπών και το περιβάλλον είχαν ισχυρή επιρροή στον τύπο του πολιτισμού, γεγονός που υποδηλώνει μια σημαντική επίδραση του φυσικού πλαισίου και περιβάλλοντος στη συμπεριφορά του πολιτιστικού τουρισμού. Οι Richards και van der Ark (2013), θεωρούν επίσης ότι οι πολιτιστικοί τουρίστες δυνάμνται να αναπτύξουν μια πολιτιστική «ταξιδιωτική σταδιοδρομία», καθώς οι νεότεροι σε ηλικία επισκέπτες έχουν την τάση να αναζητούν περισσότερη σύγχρονη τέχνη, δημιουργικότητα και σύγχρονη αρχιτεκτονική, ενώ οι ηλικιωμένοι επισκέπτες παραδοσιακά μνημεία και μουσεία. Γενικά, το δημογραφικό προφίλ των πολιτιστικών τουριστών είναι νεότερο σε ηλικία,

πιο εύπορο και μορφωμένο. Το παραπάνω συμπέρασμα διεξήχθη από έρευνα της Travel Industry Association (TIA) το 2003 σε συνεργασία με το περιοδικό Smithsonian στις ΗΠΑ.

#### 1.4. Κίνητρα

Πολλές μελέτες επιδιώκουν να κατανοήσουν γιατί οι άνθρωποι ασχολούνται με τον πολιτιστικό τουρισμό μέσω της έρευνας κινήτρων και σχετικών παραγόντων όπως η ικανοποίηση και η αυτοπραγμάτωση. Πολλές από αυτές τις μελέτες πραγματοποιούνται από την οπτική του μάρκετινγκ, αλλά υπάρχουν και στενοί δεσμοί με την ψυχολογία και τη συμπεριφορά των καταναλωτών.

Τα κίνητρα ήταν ένα σημαντικό ζήτημα στις πρώιμες μελέτες του πολιτιστικού τουρισμού, ο οποίος ορίστηκε με όρους πολιτιστικών κινήτρων, πιο ξεκάθαρα σε σχέση με τη μάθηση (Richards, 1996). Ο αρχικός διαχωρισμός που έγινε μεταξύ γενικών και ειδικών πολιτισμικών κινήτρων είναι ακόμα εμφανής στις πρόσφατες μελέτες κινήτρων. Η δυσκολία ορισμού του τι είναι στην πραγματικότητα ο πολιτιστικός τουρισμός, καταδεικνύουν εξίσου την πολυπλοκότητα της δημιουργίας μιας κατάλληλης μεθοδολογίας για την ποσοτική και ποιοτική ανάλυση των κινήτρων και συμπεριφορών των πολιτιστικών τουριστών. Αυτή η πολυπλοκότητα γίνεται ακόμη πιο εμφανής όταν αντιμετωπίζουμε το πλήθος των ορισμών και των μελετών που μπορούν να βρεθούν για το αντικείμενο αυτής της μελέτης (Galí-Espelt, N. 2012). Αν και υπάρχει συμφωνία σχετικά με ορισμένα βασικά στοιχεία του πολιτιστικού τουρισμού, παραμένουν κάποια ερωτήματα. Πράγματι, εντοπίζεται μια διαφορά σε ορισμένες θεμελιώδεις πτυχές των κριτηρίων που χρησιμοποιούνται, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για τον προσδιορισμό πρακτικών, οι οποίες μπορούν να περιγραφούν ως τυπικές του πολιτιστικού τουρισμού.

Όσον αφορά την ποσοτικοποίηση των πολιτιστικών τουριστών, η δυσκολία έγκειται στην καθιέρωση μιας γενικά και επίσημα αποδεκτής και έγκυρης μεθοδολογίας για την καταμέτρησή τους. Η μέθοδος που χρησιμοποιείται πιο συχνά από τους πολιτιστικούς διαχειριστές σήμερα είναι τα αρχεία εισόδου επισκεπτών που συλλέγονται από πολιτιστικούς χώρους όπου υπάρχει εισόδος επί πληρωμή, κυρίως μουσεία. Αυτή είναι μια λιγότερο αξιόπιστη πηγή, καθώς σε πολλές περιπτώσεις δεν γίνεται διάκριση μεταξύ των διαφορετικών τύπων τουριστών (μαθητές, τουρίστες, ντόπιοι) και όλοι υπολογίζονται ως πολιτιστικοί τουρίστες. Επιπλέον, εάν ο ίδιος τουρίστας επιστρέψει για άλλη επίσκεψη (π.χ. δύο διαφορετικές ημέρες) υπολογίζονται ως δύο διαφορετικοί επισκέπτες.

Οι Falk, Ballantyne, Packer και Benckendorff (2012), επισημαίνουν τη σημασία της μάθησης και της γνώσης στις διάφορες εμπειρίες πολιτιστικού τουρισμού. Οι Ballantyne και Packer (2011), υποστηρίζουν ότι η τουριστική βιομηχανία έχει την ευθύνη να εμπλέκει τους επισκέπτες σε εμπειρίες μάθησης, τόσο κατά τη διάρκεια όσο και μετά την επίσκεψή τους. Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο μακροπρόθεσμος αντίκτυπος μιας τουριστικής εμπειρίας αυξάνεται σημαντικά με τη χρήση τεχνολογίας και κοινωνικής δικτύωσης για τη διατήρηση την επαφής με τους επισκέπτες, αφού φύγουν από τον τόπο. Επίσης, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας (WTO & ETC 2005:100), οι πολιτιστικοί τουρίστες χαρακτηρίζονται από την επιθυμία να επισκέπτονται μέρη που είναι μοναδικά και διαφορετικά. Ιδανικά προτιμούν οι ντόπιοι, να τους συμπεριφέρονται σαν να είναι προσωρινοί κάτοικοι και όχι σαν τουρίστες.

Τα κίνητρα των πολιτιστικών τουριστών συχνά συνδέονται με παράγοντες όπως η ικανοποίηση και η πρόθεση να επιστρέψουν. Το κίνητρο συνδέεται επίσης όλο και περισσότερο με ζητήματα ταυτότητας. Ο τρόπος με τον οποίο οι τουρίστες βλέπουν τον εαυτό τους είναι σημαντικός για την παρακίνηση πολιτιστικών επισκέψεων. Καθώς η σχέση μεταξύ του επισκέπτη και της τουριστικής κουλτούρας είναι συχνά κρίσιμη στον πολιτιστικό τουρισμό, τα κίνητρα του πολιτιστικού τουρισμού σχετίζονται και με τον βαθμό στον οποίο οι άνθρωποι αυτοπροσδιορίζονται ως «πολιτιστικοί τουρίστες» (Richards, 2007).

## 1.5. Οικονομικές πτυχές του πολιτιστικού τουρισμού

Ο πολιτισμικός τουρισμός έχει μια σημαντική οικονομική διάσταση, καθώς τα έσοδα που προέρχονται από τον τουρισμό συμβάλλουν στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Σε πολλές περιπτώσεις, ωστόσο, έχουν προκύψει συζητήσεις σχετικά με τον βαθμό στον οποίο τα εισοδήματα που προέρχονται από τον τουρισμό βοηθούν στην προσέλκυση τουριστών (Richards, 2001, Russo, 2002). Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη σχέση μεταξύ πολιτιστικού τουρισμού και οικονομίας καταγράφεται από ένα το ειδικό τεύχος του *Journal of Cultural Economics* (2017). Αυτό περιλαμβάνει μια σειρά από εργασίες που επικεντρώνονται σε θέματα όπως οι δαπάνες των πολιτιστικών τουριστών στο Άμστερνταμ (Rouwendaal & van Loon, 2017)

Η διαθεσιμότητα δεδομένων καθιστά πλέον δυνατή την έναρξη εκτίμησης των οικονομικών επιδράσεων του πολιτιστικού τουρισμού με μεγαλύτερη ακρίβεια σε ορισμένους προορισμούς. Η Ισπανία αποτελεί κορυφαίο παράδειγμα, καθώς οι έρευνες πραγματοποιούνται με συνέπεια σε εγχώριους και διεθνείς τουρίστες και παρέχουν πληθώρα δεδομένων προς έρευνα. Οι Artal-Tur, Briones-Reñalver και Villena-Navarro (2018), δείχνουν τον ηγετικό ρόλο που παίζουν οι πολιτιστικές δραστηριότητες στην προσέλκυση επισκεπτών για πρώτη φορά στην Ισπανία. Αυτοί οι πολιτιστικοί τουρίστες τείνουν να ξοδεύουν περισσότερα από άλλους τουρίστες και παίζουν σημαντικό ρόλο στην υποστήριξη των Ισπανικών Μουσείων (Ponferrada, 2015). Στην Ιταλία, οι Guccio, Lisi, Mignosa και Rizzo (2017), αξιολογούν τον αντίκτυπο της νομισματικής αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς στον τουρισμό. Διαπιστώνουν ότι η πολιτιστική κληρονομιά αξίας ενός εκατομμυρίου ευρώ δημιουργεί περίπου 1000 περισσότερους πολιτιστικούς επισκέπτες, γεγονός που υπογραμμίζει την ισχυρή σχέση μεταξύ των περιφερειακών επιδόσεων του τουριστικού τομέα και των πολιτιστικών επισκεπτών.

## 1.6. Πολιτιστική κληρονομιά

Η έννοια του πολιτισμού είναι δύσκολο να οριστεί. Με μια πρώτη προσέγγιση του όρου από τον Osgood (1958, 1990) διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες. Α) Υλικού πολιτισμού Β) Κοινωνικού πολιτισμού Γ) Πνευματικού πολιτισμού. Επομένως, μέσα σε αυτό το ευρύ φάσμα υλικών και άυλων πόρων του πολιτισμού περιλαμβάνονται: ιστορικοί πόροι, εθνοτικά υλικά και άυλα χαρακτηριστικά, φυσικά χαρακτηριστικά του τόπου, περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά και ανθρώπινες δραστηριότητες. Σύμφωνα με Καλόγηρη et. al. (1986), πολιτιστικά αγαθά είναι όλες οι σημαντικές πλευρές της ιστορίας, όχι μόνο αυτές που συνδέονται με την «κουλτούρα της ομορφιάς» αλλά και αυτές που συνδέονται με την κουλτούρα του χρήσιμου, όχι μόνο αυτές που ανήκουν



στο μακρινό παρελθόν αλλά και αυτές που ανήκουν σε ένα παρελθόν που είναι ακόμα μέσα μας. Πολιτιστική κληρονομιά δεν είναι μόνο αντικείμενα προς διατήρηση και μουσειοποίηση, αλλά ιστορικές πορείες μέσα στις οποίες δρουν συγκροτημένα συστήματα αξιών. Όσον αφορά την λέξη κληρονομιά, όπως μας φανερώνει και η ίδια η ετυμολογία της αναφέρεται σε ένα συλλογικό αγαθό ( Μοίρα & Παρθένης, 2011: 5)

Για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς κινητοποιούνται δυνάμεις και φορείς τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, οι οποίοι διακρίνονται σε δια κυβερνητικούς οργανισμούς όπως είναι η UNESCO, η Ευρωπαϊκή ένωση, το συμβούλιο της Ευρώπης, αλλά και σε μη κυβερνητικούς οργανισμούς όπως, το διεθνές συμβούλιο μνημείων και χώρων και το διεθνές συμβούλιο μουσείων (Μοίρα & Παρθένης, 2011: 8 κ.ε.). Με την Σύμβαση του 1972, συστάθηκε η επιτροπή για την παγκόσμια κληρονομιά. Έργο αυτής της επιτροπής είναι ο προσδιορισμός μνημείων ως Παγκόσμια πολιτιστικά κληροδοτήματα συμφωνά με κάποια κριτήρια που έχουν συσταθεί από την ίδια την επιτροπή. Η πολιτιστική κληρονομιά είναι το θεμέλιο του πολιτιστικού τουρισμού.

Ένας ακόμα ορισμός δίνεται από τους MacCannell (1976) και Cohen (1979), οι οποίοι θεωρούν ότι ο πολιτισμός ως διαδικασία είναι η προσπάθεια των τουριστών να βρουν το αυθεντικό και να δώσουν νόημα στην τουριστική εμπειρία. Όμως με την αυξανόμενη ένταξη της υλικής και άυλης κληρονομιάς στο τουριστικό σύστημα, εμφανίζονται περισσότερες ανησυχίες σχετικά με τη βιωσιμότητα της κληρονομιάς. Οι Loulanski και Loulanski (2011), πραγματοποίησαν μια μετα-ανάλυση της βιβλιογραφίας και προσδιόρισαν 15 παράγοντες που θεωρούνται κρίσιμοι για τη βιώσιμη ενοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένης της τοπικής συμμετοχής, της εκπαίδευσης και της κατάρτισης, της αυθεντικότητας και ερμηνείας, της τουριστικής διαχείρισης με επίκεντρο την αειφορία και του ολοκληρωμένου σχεδιασμού.

## Κεφάλαιο 2 – Βιομηχανικός τουρισμός

### 2.1. Εισαγωγή

Ο βιομηχανικός τουρισμός αναφέρεται στην τακτική οργάνωση τουριστών για επίσκεψη σε βιομηχανικές επιχειρήσεις που λειτουργούν (ή έχουν λειτουργήσει). Επειδή ο βιομηχανικός τουρισμός είναι ένα τόσο διεπιστημονικό φαινόμενο, λίγη έρευνα έχει αφιερωθεί σε αυτό. Αυτό που υπάρχει είναι απλώς μια πληθώρα παραδειγμάτων πόλεων που χρησιμοποιούν με επιτυχία τους τουρίστες στην επιχείρησή τους. Μόνο στη Γαλλία, 1.700 εταιρείες φιλοξένησαν τουρίστες στις εγκαταστάσεις παραγωγής τους. Ο ηγέτης εδώ είναι το παλιρροιακό εργοστάσιο παραγωγής ενέργειας στο Lens, το οποίο δέχεται 300.000 τουρίστες ετησίως. Στην Αγγλία, το εργοστάσιο σοκολάτας Cadberry επισκέφτηκαν 400.000 άνθρωποι. Στην Ισπανία, ο κοινός τόπος είναι η περιήγηση στο κρασί, στη Γαλλία το τυρί και στην Ολλανδία τα λουλούδια.

Ωστόσο, οι πρωτοπόροι του βιομηχανικού τουρισμού ήταν αμερικανικές εταιρείες. Το τελευταίο συνέβη όταν το Jack Daniel's Factory άνοιξε στους επισκέπτες το 1866. Σήμερα, υπάρχουν πολύ λίγες επιχειρήσεις στις Ηνωμένες Πολιτείες που δεν υποδέχονται τουρίστες. Για κάθε σοβαρή εταιρεία - είτε πρόκειται για εργοστάσιο συναρμολόγησης αυτοκινήτων, πριονιστήριο ή αεροδρόμιο - η μη μεταφορά τουριστών θεωρείται απειλή για τη φήμη της εταιρείας. Οι Αμερικανοί μπορούν να

καταλάβουν ότι χωρίς ένα βαθύ ιστορικό υπόβαθρο, το παρόν πρέπει να γίνει μια θεαματική και γνωστική «κληρονομιά». Στη Γερμανία, αντίθετα, η έμφαση δίνεται στα μεταβιομηχανικά κίνητρα: για παράδειγμα, εγκαταλελειμμένα ανθρακωρυχεία και αλατωρυχεία, ναυπηγεία στην περιοχή του Ρουρ κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου.

Ο σύγχρονος τουρίστας είναι «συλλέκτης τόπου». Θύματα της παγκόσμιας επιτάχυνσης, δεν είναι πλέον αρκετά ικανοποιημένοι με τα τυπικά είδη τουρισμού - παραλίες και γκαλερί τέχνης. Επιδιώκουν όλο και περισσότερο ολιστικές εμπειρίες—συνδυάζοντας την ψυχαγωγία με εκπαιδευτικούς στόχους, βελτιώνοντας την υγεία μέσω εκδρομών και συνδυάζοντας επαγγελματικές συναντήσεις με αθλητικές δραστηριότητες και περιηγήσεις στα αξιοθέατα. Τα προϊόντα που κατασκευάζονται στο διαδίκτυο, όπως λένε, μπορούμε να τα αγγίξουμε (σε ορισμένες περιπτώσεις να τα φτιάξουμε μόνοι μας), να τα δοκιμάσουμε, να τα αγοράσουμε αμέσως. Ο βιομηχανικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στους τουρίστες με παιδιά.

Ο βιομηχανικός τουρισμός περιλαμβάνει και τις δραστηριότητες παραγωγής και μεταποίησης, την οργάνωση των βιομηχανικών τόπων καθώς και τα μηχανήματα και τον εξοπλισμό τους. Μπορεί να θεωρηθεί ως ένα μικρό αλλά αναπτυσσόμενο τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας. Επίσης, οι επισκέπτες- τουρίστες δύνανται να γνωρίσουν κάποια επαγγέλματα, τέχνες και επιστήμες του παρελθόντος μέσα από εργαστήρια και μουσεία.

Η γαλλική αυτοκινητοβιομηχανία PSA δηλώνει ότι «ο βιομηχανικός τουρισμός γίνεται όλο και πιο δημοφιλής, ιδιαίτερα στην Ευρώπη» (PSA, 2006). Επίσης ο Harris (1989) αναφέρει ένα αυξανόμενο δημόσιο ενδιαφέρον για τον μεταποιητικό τομέα. Ο Menzies (1989), υπογραμμίζει ότι ο βιομηχανικός τουρισμός θα μπορούσε να γίνει πιο δημοφιλής και από την επίσκεψη σε πάρκα και κήπους.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990, έρευνα από το Υπουργείο Οικονομικών Υποθέσεων της Ολλανδίας αποκάλυψε ότι στην Ολλανδία δέκα εκατομμύρια άνθρωποι θα ήθελαν να επισκέπτονται τουλάχιστον ένα εργοστάσιο ή εταιρεία το χρόνο. Ωστόσο, οι τότε δυνατότητες ήταν περιορισμένες: εννέα στις δέκα εταιρείες δέχονταν επισκέπτες, αλλά η πλειοψηφία άνοιγε τις πόρτες της μόνο για επιχειρηματικές σχέσεις. Σε ορισμένες περιπτώσεις, επιτράπη και σε πολίτες γειτονικών περιοχών και μαθητές να εισέλθουν στον χώρο εργασίας. Μόνο το 4 % των επιχειρήσεων δέχονταν τουρίστες αναψυχής.

Για τις εταιρείες η υποδοχή επισκεπτών είναι μια πιθανή πηγή εισοδήματος, αλλά και ένα μέσο επικοινωνίας με τους ενδιαφερόμενους (Marcon et al., 2000): όχι μόνο με σκοπό την δημιουργία επιχειρηματικών σχέσεων αλλά αναφορικά και με άλλους παράγοντες που παρέχουν στην εταιρεία την άδεια λειτουργίας. Με τη μετατόπιση της εξουσίας από τον δημόσιο στον ιδιωτικό τομέα τις τελευταίες δεκαετίες, οι προσδοκίες προς τις εταιρείες έχουν αυξηθεί (Boudhan et al., 1996.) Ο βιομηχανικός τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τις επιχειρήσεις για να οικοδομήσει βιώσιμες σχέσεις με τις κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιούνται και να προωθήσει την εταιρεία (βλ. Mitchell & Orwig, 2002). Το 1990 το Αγγλικό Συμβούλιο Τουρισμού μέτρησε 294 βιομηχανικά τουριστικά αξιοθέατα, περίπου το 6 % όλων των αξιοθέατων στην Αγγλία. Περίπου το 90 % αυτών των αξιοθέατων βιομηχανικού τουρισμού είχε ανοίξει τις πόρτες του στη δεκαετία του 1980 ή του 1990 (Swarbrooke, 2002).

Από τη δεκαετία του 1980 αρκετές περιοχές και πόλεις ανακάλυψαν τον βιομηχανικό τουρισμό ως ένα ενδιαφέρον τμήμα της τουριστικής αγοράς: μεταξύ



αυτών είναι η Ναγκόγια, οι Ροδανός-Άλπεις, το Τορίνο, το Ρότερνταμ, το Άμστερνταμ, η Σαγκάη και η Πενσυλβάνια. Εκτός από πηγή εισοδήματος και απασχόλησης, μια ολοκληρωμένη εταιρική περιηγήση μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της εικόνας και της φήμης των χωρών, περιοχών και πόλεων και των βιομηχανιών τους (Frew, 2000).

Μια σημαντική προϋπόθεση για να είναι επιτυχημένα τα προγράμματα βιομηχανικού τουρισμού είναι η συμμετοχή επιχειρήσεων και τουριστικών οργανισμών. Η ανάπτυξη του βιομηχανικού τουρισμού απαιτεί συντονισμό και συνεργασία μεταξύ των διαφόρων φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (Feng, et al). Παρά την αυξανόμενη δημοτικότητα του βιομηχανικού τουρισμού, όπως περιγράφεται παραπάνω, μπορούμε να παρατηρήσουμε επιφυλάξεις τόσο μεταξύ των επιχειρήσεων όσο και των περιοχών για να εμπλακούν πραγματικά στην ανάπτυξη του βιομηχανικού τουρισμού.

Αυτό που χρήζει μελέτης και κατανόησης είναι πως κάθε εν δυνάμει προορισμός βιομηχανικής κληρονομιάς έχει τα δικά του πολύπλοκα χαρακτηριστικά, τα οποία πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν κατά το σχεδιασμό προκειμένου ο μετέπειτα βιομηχανικός «προορισμός» να είναι ένας βιώσιμος πολιτισμικός πόρος αλλά και τουριστικός πόλος έλξης (Xie, 2006). Οι κύριοι παράγοντες ανάπτυξης του τουρισμού βιομηχανικής κληρονομιάς που πρέπει να ληφθούν υπόψιν κατά την αξιολόγηση αλλά και ανάπτυξη της βιομηχανικής περιοχής χωρίζονται σε έξι ομάδες χαρακτηριστικών:

1. Η Δυναμική της βιομηχανικής περιοχής και κληρονομιάς.
2. Τα εμπλεκόμενα μέρη.
3. Προσαρμοσμένη επανάχρηση.
4. Οικονομικά.
5. Αυθεντικότητα.
6. Αντιλήψεις της τοπικής κοινωνίας

## 2.2. Ιστορική αναδρομή

Η ιδέα της επίσκεψης σε ενεργές και μη επιχειρήσεις εμφανίστηκε ήδη τον 17ο αιώνα, όταν οι βρετανοί ευγενείς άρχισαν να ταξιδεύουν στην ευρωπαϊκή ηπειρωτική χώρα. Η ιδέα της ξενάγησης στις εγκαταστάσεις μιας βιομηχανίας είναι παλιά. Ήδη από το 1930 η αυτοκινητοβιομηχανία Peugeot δέχθηκε κοινό στις εγκαταστάσεις της. Την ίδια περίπου εποχή έκανε το ίδιο και η ζυθοποιία Kronenbourg. (Μοίρα. & Παρθένης., 2011)

Πιο συγκεκριμένα οι εταιρικές περιηγήσεις άρχισαν να εμφανίζονται τον 19ο αιώνα. Ο Frew (2000), αναφέρει αρκετά παραδείγματα βιομηχανικού τουρισμού στην Ολλανδία (π.χ. ανθοκομικές αγορές, τυροκομεία), τη Γαλλία (αμπελώνες, εργοστάσια σοκολάτας, καπνοβιομηχανίες, χρηματιστήριο), την Ελλάδα, τη Μάλτα (δαντελωτές) και τις Η.Π.Α. (εργοστάσια σοκολάτας, αποστακτήρια) (MacCannel, 1976).

Η χρήση του όρου «τουριστικό αξιοθέατο» στον βιομηχανικό τουρισμό είναι ένα σχετικά νέο φαινόμενο. Στη δεκαετία του 1980 η έννοια του τουρισμού βιομηχανικής κληρονομιάς έγινε δημοφιλής στο κέντρο της σύγχρονης βιομηχανίας: τη Μεγάλη Βρετανία. Μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο η χώρα αυτή ήταν η πρώτη στην Ευρώπη που αντιμετώπισε τη βιομηχανική παρακμή και ως αποτέλεσμα πολλά εγκαταλελειμμένα εργοστάσια κατέκλυσαν την χώρα. Αρχικά αυτά τα εργοστάσια τα επισκέπτονταν μόνο βιομηχανικοί αρχαιολόγοι αλλά στη δεκαετία του 1980 αρκετές

περιοχές αντιλήφθηκαν το τουριστικό δυναμικό της βιομηχανικής τους κληρονομιάς Soyez, (1986)· Harris, (1989)·

Έκτοτε, και άλλες ευρωπαϊκές περιφέρειες –όπως η γερμανική περιοχή του Ρουρ– ανακάλυψαν τον τουρισμό βιομηχανικής κληρονομιάς ως ένα ενδιαφέρον στοιχείο της οικονομικής τους αναδιάρθρωσης.

Σταδιακά, η έννοια του βιομηχανικού τουρισμού επεκτάθηκε τόσο ώστε να συμπεριλάβει και επισκέψεις σε εταιρείες. Οι βιομηχανικές περιηγήσεις είναι ένα πραγματικό εργαλείο μάρκετινγκ για μια περιοχή, συστηματική εργασία των τοπικών κοινωνιών για την προώθηση των συμφερόντων της προκειμένου να προσελκύσει επενδυτές, τουρίστες ή πιθανούς κατοίκους Το (1974) ο Simonsen όρισε τον βιομηχανικό τουρισμό ως «επισκέψεις στον χώρο μιας μονάδας παραγωγής» που «μπορεί να περιλαμβάνει εκπαιδευτικές ξεναγήσεις στην εγκατάσταση, δειγματοληψία του προϊόντος και την πιθανή αγορά του προϊόντος ή/και αναμνηστικών» (σελ. 79). Το 1988 η Βρετανική Τουριστική Αρχή ξεκίνησε την εκστρατεία See Industry at Work (Mader, 2003) η οποία θεωρείται μια από τις πρώτες πρωτοβουλίες για την προώθηση επισκέψεων σε βιομηχανίες. Η εκστρατεία ενέπνευσε και άλλες χώρες, περιοχές και πόλεις να αναλάβουν παρόμοιες πρωτοβουλίες. Στα τέλη της δεκαετίας του 1990, το Ρότερνταμ της Ολλανδίας ανέπτυξε μια διαδρομή βιομηχανικού τουρισμού. Το 2000, η Κομητεία του Γιόρκ στην Πενσυλβάνια των ΗΠΑ λάνσαρε το εμπορικό σήμα της «Factory Tour Capital of the World». Ένα χρόνο αργότερα, το 2001, η γαλλική περιφέρεια Pays de la Loire ίδρυσε έναν οργανισμό με την ονομασία «Visit Our Companies», με στόχο τη βελτίωση του βιομηχανικού τουρισμού. Το 2005, η Σαγκάη δημιούργησε ένα κέντρο προώθησης του βιομηχανικού τουρισμού, ενώ η ιταλική πόλη του Τορίνο ξεκίνησε ένα πρόγραμμα με τίτλο «Made in Torino; Περιήγηση στο Εξαιρετικό». Το 2006, το City of Angers στο Pays de la Loire φιλοξένησε το πρώτο ευρωπαϊκό συνέδριο για τις Επισκέψεις Εταιρειών, δίνοντας ευκαιρίες για την ανάπτυξη του βιομηχανικού τουρισμού τόσο για τις εταιρείες όσο και για τις αγροτικές ή μητροπολιτικές περιοχές στις οποίες βρίσκονται.

### 2.3.1 Η Ανάπτυξη του βιομηχανικού τουρισμού

Όπως είναι γνωστό δεν προσφέρονται όλα τα πολιτιστικά αγαθά για τουριστική αξιοποίηση. Ωστόσο, όπως αναφέρεται και από τους McKercher & du Cros (2002:76), σε αυτά που όντως προσφέρονται διακρίνονται κάποιες αντιφάσεις. Από την μια στον τουρισμό μέσω των πολιτισμικών αγαθών γίνεται προσπάθεια διατήρησης και προώθησης αυθεντικών εμπειριών. Από την άλλη συχνά τα πολιτιστικά αγαθά μετατρέπονται σε καταναλώσιμα προϊόντα ώστε να είναι πιο ελκυστικά προς τον επισκέπτη. Έτσι, η διαβούλευση όλων των εμπλεκόμενων φορέων γίνεται αναγκαία για την διατήρηση και διαχείριση της εκάστοτε πολιτισμικής κληρονομιάς. Στα πλαίσια αυτής της διαβούλευσης τα εμπλεκόμενα μέρη θα πρέπει να γνωστοποιούν τις προσδοκίες και επιδιώξεις τους.

Μέσα στην τελευταία εικοσαετία έχουν αυξηθεί κατα πολύ σε αριθμό και προσβασιμότητα οι χώροι βιομηχανικού ενδιαφέροντος, αλλά και η επισκεψιμότητά τους από τουρίστες. Η μαζική και ταχεία αποβιομηχάνιση της σύγχρονης κοινωνίας και η απώλεια της επαφής με τις παραδοσιακές διαδικασίες κατασκευής και μεταποίησης είναι σύμφωνα με τους Beudet & Lundgren (1996) οι παράγοντες που

έγινε ο βιομηχανικός τουρισμός δημοφιλής. Επίσης, παρατηρείται ότι ο βιομηχανικός τουρίστας πολύ συχνά ενδιαφέρεται να μάθει για το παρελθόν.

Ο βιομηχανικός τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα για την βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής. Σε αρκετές περιπτώσεις μετά την παρακμή ή ακόμα και την εξαφάνιση των βιομηχανιών προωθείται συστηματικά η ανάπτυξη του τουρισμού με επίκεντρό την βιομηχανική κληρονομιά. Έτσι, η τοπική οικονομία αναζωογονείται. Παράδειγμα της παραπάνω θέσης αποτελεί η πόλη του Lowell στη Μασαχουσέτη των ΗΠΑ, η οικονομία της οποίας επλήγη σοβαρά μετά την κατάρρευση της κλωστοϋφαντουργίας. Όμως στα τέλη της δεκαετίας του 1970, δημιουργήθηκε σε αυτή την πόλη ένα Εθνικό Ιστορικό Πάρκο, το οποίο αναφέρεται στη βιομηχανική επανάσταση που έγινε στην περιοχή της Νέας Αγγλίας τον 19ο αιώνα. (Μοίρα & Παρθένης, 2011)

### 2.3.2 Διαχείριση του βιομηχανικού τουρισμού

Η διαχείριση της πολιτισμικής- βιομηχανικής κληρονομιάς αποτελεί παγκόσμια ανάγκη και σχετίζεται τόσο με την τουριστική τους αξιοποίηση αλλά κυρίως με τη προστασία και διατήρησή τους. Η διαχείριση πρέπει να αποβλέπει στους ακόλουθους στόχους (Μοίρα & Παρθένης):

- Στην προστασία της αυθεντικότητας και της φυσικής ακεραιότητας.
- Στο συμβιβασμό των εμπορικών αναγκών της τουριστικής δραστηριότητας με την ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών.
- Στην διασφάλιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της περιοχής.
- Στην σωστή εκπαίδευση των επισκεπτών αλλά και των κατοίκων στις αξίες της πολιτισμικής-βιομηχανικής κληρονομιάς.

Διάφοροι φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα σχετίζονται με την διαχείριση του βιομηχανικού τουρισμού και υπάρχουν αρκετές τεχνικές διαχείρισης μέσω των οποίων μπορούν οι παραπάνω στόχοι να επιτευχθούν (Μοίρα & Παρθένης): .

I.Κανονιστικές τεχνικές διαχείρισης: Οι κανόνες των οποίων βοηθούν στην ομαλή και βιώσιμη προσφορά του τουριστικού βιομηχανικού προϊόντος.

II. Φυσικές τεχνικές διαχείρισης είναι οι παρεμβάσεις του ανθρώπου στο φυσικό περιβάλλον με στόχο την διευκόλυνση της ανάπτυξης του τουρισμού.

III. Οικονομικές τεχνικές, οι οποίες ανάλογα με το πως θέλουν να ρυθμίσουν την συμπεριφορά των τουριστών χρησιμοποιούν την τιμή ως κίνητρο ή αντικίνητρο.

IV. Εκπαιδευτικές τεχνικές διαχείρισης είναι εξέχουσας σημασίας όσον αφορά τον βιομηχανικό τουρισμό. Καθώς, αρκετές φορές εμφανίζονται αντικρουόμενα συμφέροντα μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων. Έτσι, η ύπαρξη ειδικών

γνώσεων προκειμένου να ερμηνευτεί το βιομηχανικό περιβάλλον καθίσταται επιτακτική.

Η άρτια συνεργασία των εμπλεκόμενων φορέων, η προτεραιότητα στις τοπικές ανάγκες, η διατήρηση της αυθεντικότητας και η σωστή συντήρηση αποτελούν τους πέντε βασικούς πυλώνες για μια επιτυχημένη διαχείριση βιομηχανικού περιβάλλοντος.

### 2.3.3 Η Ανάδειξη του βιομηχανικού τουρισμού

Ο αρκετά διαδεδομένος θεσμός των πολιτιστικών διαδρομών αποτελεί εργαλείο ανάπτυξης του πολιτιστικού αλλά και βιομηχανικού τουρισμού. Το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτιστικών διαδρομών είναι αρμόδιο για τον χαρακτηρισμό των πολιτισμικών διαδρομών. Σήμερα, υπάρχουν 45 πιστοποιημένες πολιτιστικές διαδρομές, οι οποίες ομαδοποιούνται σε κατηγορίες. Μέσα σε αυτές τις κατηγορίες βρίσκονται και 5 διαδρομές της βιομηχανικής κληρονομιάς.

- Η διαδρομή του σιδήρου στην Κεντρική Ευρώπη.
- Οι δρόμοι της αμπέλου ITER VITIS
- Οι δρόμοι της Ελιάς
- Η διαδρομή του σιδήρου στα Πυρηναία
- Η διαδρομή του Χάινριχ Σίκχαρντ
- Η διαδρομή της Βιομηχανικής κληρονομιάς.

Για την ανάδειξη του βιομηχανικού τουρισμού και λόγω του αυξημένου ενδιαφέροντος των Ευρωπαίων για την βιομηχανική κληρονομιά δημιουργήθηκε επίσης «Η Ευρωπαϊκή διαδρομή της βιομηχανικής κληρονομιάς».

## 2.4 Κόσμοι βιομηχανικής εμπειρίας

Συχνά παρατηρείται κάποιος πρώην βιομηχανικός χώρος και κτίρια να λειτουργούν μόνο ως πολιτισμικοί χώροι έχοντας αποβάλλει την αρχική τους λειτουργία. Η βιομηχανική κληρονομιά καθιστά την βάση ώστε να δημιουργηθεί μια τουριστική ροή βασισμένη στον πολιτισμικό τουρισμό, το βιομηχανικό στοιχείο έχει πλέον συρρικνωθεί ή εξαφανιστεί.

Υπάρχει και η άλλη περίπτωση, όπου σύγχρονες βιομηχανίες να επιτρέπουν ξεναγήσεις σε επισκέπτες, προκειμένου να γνωρίσουν από κοντά την παραγωγική διαδικασία. Έτσι, καταγράφεται η τουριστική ροή που αποσκοπεί στην γνώση και την εμπειρία και χαρακτηρίζεται ως «βιομηχανικός τουρισμός» Μοίρα & Παρθένος (2011)

Μια άλλη ενδιαφέρουσα άποψη παρουσιάζεται από τον Γερμανό μελετητή Steinecke (2001), ο οποίος εισήγαγε τον όρο «κόσμοι της βιομηχανικής εμπειρίας» ως κοινό όνομα για τα αξιοθέατα που επιτρέπουν στους επισκέπτες να μάθουν περισσότερα για τις βιομηχανίες του παρελθόντος, του παρόντος και του μέλλοντος. Οι επισκέπτες μαθαίνουν για τις οικονομικές δραστηριότητες κυρίως μέσω εκθέσεων.

## 2.5 Τουρισμός καταναλωτικής εμπειρίας

Η τελευταία άποψη για τον βιομηχανικό τουρισμό που θα θέλαμε να συζητήσουμε είναι αυτή που αναπτύχθηκε από τους Mark Mitchell και Robert Orwig, οι οποίοι εισήγαγαν τον τουρισμό καταναλωτικής εμπειρίας. Ο τουρισμός καταναλωτικής εμπειρίας παρέχει στον αποδέκτη μια εμπειρία σχετικά με ένα προϊόν, τη λειτουργία του, τη διαδικασία παραγωγής, την ιστορία και την ιστορική του σημασία. Αυτό το δέσιμο με την επωνυμία μπορεί να συμβάλει σε υψηλότερα επίπεδα προσωπικής συμμετοχής στο προϊόν και αφοσίωση στην επωνυμία. Τελικά, ο δεσμός μεταξύ των καταναλωτών και των εμπορικών σημάτων μπορεί να ενισχυθεί από τη διαθεσιμότητα τέτοιων καταναλωτικών εμπειριών. Η σχετική σημασία αυτών των προσπαθειών προσέγγισης, εκτός από τη διαθεσιμότητά τους, πιθανότατα θα αυξηθεί καθώς εντείνεται ο ανταγωνισμός για την πίστη των καταναλωτών στο προϊόν. Αυτός ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί με περιηγήσεις σε εργοστάσια, αλλά και από εταιρικά μουσεία και κέντρα επισκεπτών, ακόμη και από τοποθεσίες βιομηχανικής κληρονομιάς: το CET παρέχει στους καταναλωτές μια «δεσμευτική εμπειρία σχετικά με μια μάρκα, τη λειτουργία της, τη διαδικασία παραγωγής της, την ιστορία και την ιστορική της σημασία» (Mitchell και Orwig, 2002, σ.37). Ενώ ο Soyez (1986), εξετάζει τα κίνητρα των επισκεπτών, ο Mitchell και ο Orwig επικεντρώνονται στα κίνητρα των εταιρειών.

### 2.5.1 Τι είναι οι βιομηχανικοί τουρίστες;

Στον ορισμό για τον βιομηχανικό τουρισμό θα αποφευχθεί η χρήση του όρου «τουρίστες» – όπως στον ορισμό του Frew – καθώς και άλλες ομάδες μπορούν να επισκεφθούν αξιοθέατα βιομηχανικού τουρισμού, όπως φοιτητές, ερευνητές, δημοσιογράφοι, πολιτικοί. Σύμφωνα με τη Soyez (1986), οι επισκέψεις μόνο για επαγγελματικούς ή εμπορικούς λόγους δεν κατηγοριοποιούνται ως βιομηχανικός τουρισμός καθώς μια επίσκεψη δεν πρέπει να εξυπηρετεί άμεσα την παραγωγική διαδικασία. Μια άλλη σημαντική προϋπόθεση είναι οι επισκέπτες να μην αμείβονται από τις εταιρείες που επισκέπτονται. Ωστόσο, είναι δύσκολη η διάκριση των βιομηχανικών τουριστών από τους ταξιδιώτες λόγω επαγγελματικών υποχρεώσεων, καθώς οι επιχειρήσεις και η εκπαίδευση (μάθηση για οικονομικές δραστηριότητες σε μια περιοχή) συχνά συμβαδίζουν. Ο βιομηχανικός τουρισμός απευθύνεται:

- Σε κατοίκους κοντινών περιοχών που επιδιώκουν να μάθουν την ιστορία των τόπων τους.
- Σε καταναλωτές που θέλουν να αντιληφθούν την διαδικασία της παραγωγής των προϊόντων που καταναλώνουν.
- Σε μαθητικό κοινό αλλά και σε επαγγελματίες που θέλουν να διευρύνουν τις γνώσεις τους.
- Αλλά φυσικά και σε τουρίστες που επιδιώκουν να εμπλουτίσουν τα ταξίδια τους με πολιτιστικές δραστηριότητες. (Μοίρα. Π & Παρθένης Σ)

### 2.5.2 Από την αντιδραστική στην προληπτική προσέγγιση

Ένα σημαντικό συμπέρασμα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας είναι ότι οι εταιρείες μπορούν να υιοθετήσουν διαφορετικές προσεγγίσεις στον βιομηχανικό τουρισμό:

- Ο Frew (2000), έκανε διάκριση μεταξύ καθαρής βιομηχανίας (δεν επιτρέπονται επισκέπτες, π.χ. λόγω περιορισμών ασφαλείας), βιομηχανικού τουρισμού (περιορισμένη είσοδος σε τουρίστες) και καταναλωτικού τουρισμού (μόνο για τουρίστες).
- Ο Steinecke (2010), παρουσίασε μια τυπολογία των κόσμων της βιομηχανικής εμπειρίας που κυμαίνονται από τοποθεσίες έως προορισμούς.

Στην παρούσα μελέτη χρησιμοποιείται μια άλλη τυπολογία που συνδυάζει στοιχεία των δύο συγγραφέων που αναφέρθηκαν παραπάνω. Κατά την άποψή μας, οι εταιρείες μπορεί να είναι ανενεργές ή ενεργές στον βιομηχανικό τουρισμό. Ανενεργός σημαίνει απλώς ότι οι επιχειρήσεις δεν θέλουν καθόλου να υποδεχτούν βιομηχανικούς τουρίστες, για παράδειγμα λόγω περιορισμών ασφαλείας. Οι εταιρείες υποδοχής με προληπτική προσέγγιση θεωρούν τον βιομηχανικό τουρισμό ως πηγή εισοδήματος ή/και εργαλείο μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων (εσωτερική πίεση), ενώ οι εταιρείες με αντιδραστική προσέγγιση ανοίγουν τις πόρτες τους ως απάντηση 2.7 Η προοπτική της φιλοξενούσας εταιρείας

## 2.6 Ενδιαφερόμενα μέρη και Εργαζόμενοι

Τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι άτομα ή ομάδες «με νομική, οικονομική, ηθική ή/και αυτοαντιλαμβανόμενη ευκαιρία να διεκδικήσουν ιδιοκτησία, δικαιώματα ή συμφέροντα σε μια επιχείρηση και στο παρελθόν, το παρόν ή τις μελλοντικές δραστηριότητές της – ή σε μέρη της» (Madsen & Ulhøi, 2001, σελ. 78). Παραδείγματα ομάδων ενδιαφερομένων είναι οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι μέτοχοι, οι γειτονικοί κάτοικοι και η κυβέρνηση. Αρκετοί μελετητές (π.χ. Clarkson, 1995; Post et al., 1999; Goyder, 1998) διακρίνουν τους κύριους ενδιαφερόμενους από τους δευτερεύοντες ενδιαφερόμενους. Τα κύρια ενδιαφερόμενα μέρη ορίζονται συνήθως ως άτομα ή ομάδες που συμμετέχουν άμεσα σε συναλλαγές με την εταιρεία. Παρέχουν τους συντελεστές παραγωγής (γη, εργασία, κεφάλαιο, γνώση) ή αγοράζουν τα προϊόντα της εταιρείας και έτσι επηρεάζουν άμεσα την επιτυχία μιας επιχείρησης στην αγορά. Παραδείγματα πρωταρχικών ενδιαφερομένων είναι οι προμηθευτές, οι επενδυτές, οι πελάτες και οι εργαζόμενοι. Αν και τα δευτερεύοντα ενδιαφερόμενα μέρη δεν είναι απαραίτητα για την επιβίωση μιας εταιρείας, η υποστήριξή τους επηρεάζει την απόδοση μιας επιχείρησης. Είναι σε θέση να ασκήσουν πίεση στην εταιρεία, μέσω της επιρροής τους στους κύριους μετόχους. Επιπλέον, τα άτομα συχνά εκπληρώνουν πολλούς ρόλους ενδιαφερομένων, τις λεγόμενες «επικαλυπτόμενες σχέσεις» (Post et al., 1999): ένας επισκέπτης μπορεί να είναι γειτονικός πολίτης, δυνητικός υπάλληλος, πελάτης/καταναλωτής ταυτόχρονα. Παραδείγματα δευτερευόντων ενδιαφερομένων είναι οι ομάδες συμφερόντων, οι γείτονες, τα μέσα ενημέρωσης και οι πολιτικές ομάδες. Το καθεστώς των κυβερνήσεων είναι ασαφές. Μερικοί (π.χ. Madsen & Ulhøi, 2001; Wheeler & Sillanpää, 1997) θεωρούν τις κυβερνήσεις ως δευτερεύοντες ενδιαφερόμενους, ενώ ο Clarkson (1995) τονίζει ότι οι κυβερνήσεις και οι κοινότητες είναι πρωταρχικοί ενδιαφερόμενοι επειδή παρέχουν τους νόμους, την υποδομή και τις αγορές.



Στον βιομηχανικό τουρισμό μία από τις πιο σχετικές ομάδες-στόχους αφορά τους δυνητικούς εργαζόμενους. Ιδιαίτερα σε περίπτωση ελλείψεων στην αγορά εργασίας μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει εταιρικές περιηγήσεις για να προωθηθεί ως εργοδότης. Σε πολλούς τομείς της οικονομίας το ανθρώπινο κεφάλαιο (γνώση και δημιουργικότητα) έχει γίνει καθοριστικός παράγοντας παραγωγής. Τα οφέλη από την προβολή μιας εταιρείας ως εργοδότη μέσω του βιομηχανικού τουρισμού γίνονται πιο απτά και άμεσα εάν το προφίλ ενός επισκέπτη αντιστοιχεί με το προφίλ ενός υποψήφιου εργαζόμενου. Όταν μια εταιρεία ανοίγει τις πόρτες της σε ένα δημοτικό σχολείο, υπάρχει μεγαλύτερη σπατάλη και θα χρειαστεί περισσότερος χρόνος για να προκύψουν οφέλη σε σύγκριση με μια εταιρική περιοδεία για μαθητές που πρόκειται να αποφοιτήσουν σε σχετικό τομέα σπουδών ενόψει των δραστηριοτήτων της εταιρείας.

Για τις περισσότερες εταιρείες, δυνητικοί υπάλληλοι μπορούν να βρεθούν κυρίως στην περιοχή. η μέγιστη απόσταση μεταξύ μιας τοποθεσίας και των εργαζομένων εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα της υποδομής, αλλά και από το εισόδημα, την κινητικότητα και τις προτιμήσεις των εν λόγω εργαζομένων. Για ορισμένες εταιρείες, ωστόσο, η σχετική κοινότητα εργαζομένων (Goyder, 1998) είναι τόσο μεγάλη όσο ο κόσμος, προσελκύοντας εργαζομένους γνώσης από μακρινά μέρη (που σε αυτή την περίπτωση γίνονται ομογενείς που ζουν και εργάζονται στην περιοχή). Γενικά, η πιθανότητα οι δυνητικοί υπάλληλοι να επισκέπτονται τις επιχειρήσεις ως τουρίστες είναι μικρότερη για ομάδες εκτός της περιοχής παρά για ομάδες εντός περιοχής.

## 2.7 Δυνατότητες και όφελι βιομηχανικού τουρισμού

Ο βιομηχανικός τουρισμός μπορεί εύκολα να βοηθήσει στη διαφοροποίηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, να επεκτείνει την τουριστική ζήτηση σε περιοχές που διαθέτουν περιόρισμένους ή και μηδενικούς τουριστικούς πόρους. Επιπλέον, η ανάπτυξη του βιομηχανικού τουρισμού έχει άμεσα και έμμεσα οικονομικά οφέλη καθώς δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και μπορεί να αυξήσει το ΑΕΠ. Σημαντική είναι και η ενδυνάμωση του πληθυσμού με την τοπική κοινωνία και ιδιαίτερα με τον ντόπιο πληθυσμό. Ως αποτέλεσμα, η περιοχή μπορεί να εξελιχθεί σε πόλη έλξης τουριστών και επισκεπτών και η γη να αποκτήσει οικονομική αξία (Μοίρα & Παρθένη 2011). Σύμφωνα με τον Jamieson (1994), μπορεί να συμβάλλει στην αναβίωση παλιών επαγγελματών, να αυξήσει τα έσοδα των τοπικών επιχειρήσεων και να βοηθήσει στην οικονομική και κοινωνική αλλαγή πετυχαίνοντας την κοινωνική συνοχή και την περιφερειακή σύγκλιση, τα οποία θεωρούνται απαραίτητα για το αυξημένο βιοτικό επίπεδο ενός τόπου. Τέλος, ο τουρισμός βιομηχανικής κληρονομιάς μπορεί να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν και να αναδείξει περιοχές που δεν

διαθέτουν κάποιο πόλο έλξης, δίνοντάς την δυνατότητα στους τουρίστες να αποκτήσουν μια διαφορετική οπτική για τον τόπο.

### 2.7.1 *Ελκυστικά προϊόντα*

Πρώτα απ' όλα, αρκετοί μελετητές αναφέρουν ότι η ελκυστικότητα των προϊόντων είναι ένας σημαντικός καθοριστικός παράγοντας για την ικανότητα προσέλκυσης βιομηχανικών τουριστών (Mader, 2003; Swarbrooke & Horner, 1999; Swarbrooke, 2002). Ο Mader (2003), προσδιόρισε διάφορους τύπους προϊόντων που απευθύνονται στους βιομηχανικούς τουρίστες: προϊόντα με συμβολικό χαρακτήρα για την περιοχή, επώνυμα αγαθά, είδη κατανάλωσης, καθημερινά προϊόντα, πολυτελή αγαθά, τεχνολογικά προηγμένα προϊόντα, προϊόντα ειδικού ενδιαφέροντος και χειροποίητα προϊόντα.

Αν και η λίστα του Mader βασίζεται σε περιορισμένο αριθμό συνεντεύξεων, μόνο με Γερμανούς ειδικούς, δίνει μια ένδειξη για τα προϊόντα που κάνουν μια εταιρεία ελκυστική για επίσκεψη. Οι Swarbrooke & Horner (1999), –οι οποίοι εξέτασαν τον αριθμό των επισκεπτών των βιομηχανικών χώρων στη Γαλλία– και ο Swarbrooke (2002), επιβεβαιώνουν ότι τα επώνυμα πολυτελή προϊόντα, τα προϊόντα και υπηρεσίες καθημερινής ζωής και τα παραδοσιακά ή χειροποίητα προϊόντα είναι δημοφιλή στους βιομηχανικούς τουρίστες. Ο Mader χρησιμοποιεί τη λίστα του για να εξηγήσει γιατί η αυτοκινητοβιομηχανία προσέλκυε πάντα πολλούς επισκέπτες: οι παραγωγοί αυτοκινήτων έχουν στη διάθεσή τους πολλές πηγές δυναμικού βιομηχανικού τουρισμού. Μια άλλη ελκυστική κατηγορία προϊόντων - που δεν αναφέρεται από τον Mader - περιλαμβάνει τα «ασυνήθιστα προϊόντα» (Swarbrooke & Horner, 1999). Δεδομένου ότι οι τουρίστες μπορούν να θεωρηθούν ως συλλέκτες μοναδικών εμπειριών, οι εταιρείες που παράγουν ασυνήθιστα προϊόντα έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά του βιομηχανικού τουρισμού.

### 2.7.2 *Ελκυστικές διαδικασίες παραγωγής*

Μια άλλη σημαντική πηγή δυναμικού βιομηχανικού τουρισμού είναι η ελκυστικότητα της παραγωγικής διαδικασίας. Ο Swarbrooke (2002), ισχυρίζεται ότι τόσο οι σύγχρονες όσο και οι παραδοσιακές διαδικασίες είναι ελκυστικές για τους επισκέπτες: ο κατάλογος των ελκυστικών εταιρειών του περιλαμβάνει εταιρείες που παράγουν προϊόντα που παρασκευάζονται με παραδοσιακό ή γραφικό τρόπο, καθώς και εταιρείες που παράγουν προϊόντα όπου η διαδικασία παραγωγής περιλαμβάνει υψηλά επίπεδα επιδεξιότητας. Αυτός ο ισχυρισμός αντιστοιχεί με τα αποτελέσματα της έρευνας της Mader, η οποία προσδιορίζει εταιρείες που παράγουν χειροποίητα προϊόντα και εταιρείες που παράγουν τεχνολογικά προηγμένα προϊόντα ως προτεινόμενους προορισμούς των βιομηχανικών τουριστών.

Επίσης μπορούμε να υποθέσουμε ότι οι βιομηχανικοί τουρίστες βρίσκουν πιο ελκυστικό να επισκέπτονται μέρη όπου πραγματικά μπορούν να «δουν, να μυρίσουν, να ακούσουν, να αγγίξουν και να γευτούν» την παραγωγική διαδικασία παρά μέρη όπου οι διαδικασίες παραγωγής δύσκολα μπορούν να παρατηρηθούν. Οι Martin & Mason (1993), αναφέρουν ότι τα αξιοθέατα που επιτρέπουν τη συμμετοχή του επισκέπτη βρίσκονται σε καλύτερη θέση. Ορισμένες εταιρείες έχουν το πλεονέκτημα μιας ελκυστικής διαδικασίας παραγωγής – συχνά σε συνδυασμό με ελκυστικά προϊόντα – που επιτρέπει στους επισκέπτες να έρθουν κοντά στη δράση και ίσως ακόμη



και να συμμετάσχουν στη διαδικασία. Άλλες εταιρείες βρίσκονται σε λιγότερο ευνοϊκή κατάσταση, επειδή η παραγωγή πραγματοποιείται σε «κλειστά συστήματα» ή επειδή τα πρότυπα ασφάλειας δεν τους το επιτρέπουν.

### 2.7.3 Ελκυστικές τοποθεσίες

Η ελκυστικότητα της τοποθεσίας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση του βιομηχανικού τουρισμού. Σύμφωνα με τους Swarbrooke & Horner (1999), δύο τύποι τοποθεσιών είναι ιδιαίτερα ελκυστικοί για τους βιομηχανικούς τουρίστες: εργοστάσια όπου μπορούν να αγοράσουν προϊόντα σε τιμές έκπτωσης και εγκαταστάσεις όπου οι επισκέπτες ελπίζουν να λάβουν δωρεάν δείγματα ενός επιθυμητού προϊόντος. Αυτό σημαίνει ότι οι παραγωγοί καταναλωτικών προϊόντων, επώνυμων προϊόντων, πολυτελών προϊόντων και χειροποίητων προϊόντων βρίσκονται σε καλύτερη θέση από τους παραγωγούς υπηρεσιών ή ενδιάμεσων προϊόντων. Οι εταιρείες που προσανατολίζονται στον καταναλωτή και θέλουν να αξιοποιήσουν αυτό το δυναμικό πρέπει να επενδύσουν σε ένα κατάστημα κοντά στην τοποθεσία παραγωγής τους.

Ένας άλλος σημαντικός καθοριστικός παράγοντας του βιομηχανικού τουρισμού είναι η προσβασιμότητα της τοποθεσίας. Ο Dodd (1988), προτείνει ακόμη ότι ο βιομηχανικός τουρισμός μπορεί να αλλάξει την απόφαση σχετικά με την τοποθεσία των εταιρειών: «αντί να τοποθετηθεί μια βιομηχανική εγκατάσταση κοντά στην πηγή μιας πρώτης ύλης ή σε γη που ήδη ανήκει στους ιδιοκτήτες, να γίνει προσβάσιμη η εγκατάσταση στους επισκέπτες». Επιπλέον, η ικανότητα προσέλκυσης επισκεπτών εξαρτάται από προωθητικές δραστηριότητες όπως η διανομή φυλλαδίων, η ανάρτηση πινακίδων, οι διαφημίσεις και η συνεργασία με τοπικά γραφεία τουρισμού (McBoyle, 1994). Στη μελέτη του σχετικά με τις επιρροές στη συμπεριφορά αναζήτησης των βιομηχανικών τουριστών, ο Dodd (1988), καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η «από στόμα σε στόμα» επικοινωνία είναι ο πιο αποφασιστικός παράγοντας.

## Κεφάλαιο 3 – Βιομηχανική πόλη και βιομηχανική κληρονομιά

### 3.1 Εισαγωγή

Η γεωγραφική περιοχή που καταλαμβάνουν οι πόλεις συγκεντρώνει μια πληθώρα λειτουργιών που ικανοποιούν διάφορες ανάγκες όπως οικονομικές, κοινωνικές ή πολιτιστικές, σε ατομικό και δημόσιο επίπεδο. Ωστόσο, με την πάροδο του χρόνου οι πόλεις αλλάζουν προσπαθώντας να προσαρμοστούν σε διαφορετικές συνθήκες.

Στις μέρες μας, οι τρέχουσες αλλαγές που παρατηρούνται παγκοσμίως, σχετίζονται με το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης, το οποίο χαρακτηρίζεται κυρίως, όσον αφορά την οικονομική της διάσταση, από την ευελιξία των αγορών αλλά και του κεφαλαίου που ξεπερνά τα εθνικά σύνορα, διεισδύοντας σε άλλες οικονομίες ανεξαρτήτως

γεωγραφικής θέσης. Στο πλαίσιο αυτό, οι πόλεις είναι οι κύριοι αποδέκτες νέων αλλαγών, με μεγάλη επίδραση όχι μόνο στην κοινωνική και οικονομική ζωή τους αλλά και στο δομημένο περιβάλλον τους, με αποτέλεσμα φαινόμενα ομοιομορφίας που απειλούν τον χαρακτήρα τους. Από την άλλη πλευρά, παρατηρούνται κάποιες σημαντικές προσπάθειες κτιριακών μεταρρυθμίσεων, συμβάλλοντας έτσι στον γενικό στόχο της βελτίωσης των εγκαταλελειμμένων περιοχών και γενικότερα στην αστική βιώσιμη ανάπτυξη. Τέτοιες πολιτικές χρησιμοποιούν φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της πόλης, μέσω της εκμετάλλευσης παλαιών και εγκαταλελειμμένων δομικών στοιχείων όπως το αρχιτεκτονικό στυλ, ο πολεοδομικός σχεδιασμός, τα μνημεία κ.λπ. ενσωματώνοντάς τα στη σύγχρονη πόλη και προάγοντας την ταυτότητα της (Στεφάνου & Μιτούλα 2003). Κατά συνέπεια, με την εφαρμογή πρακτικών αστικής ανάπτυξης επιτυγχάνεται διπλός στόχος: α) η προώθηση μιας πόλης («μάρκετινγκ») και β) ο επαναπροσδιορισμός της ταυτότητας του αστικού χώρου («ταυτότητα τόπου»).

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο διερευνά έναν σημαντικό τομέα της αστικής ανάπτυξης που αφορά την αξιοποίηση εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών κτιρίων και τη στέγαση διαφόρων δραστηριοτήτων. Αυτό προκαλεί πολλαπλά θετικά αποτελέσματα και συνδέεται με όρους βιώσιμης ανάπτυξης καθώς αξιοποιείται το υφιστάμενο κτιριακό απόθεμα της πόλης («ανακύκλωση κτιρίων»). Στόχος πρακτικών όπως αυτές που αναφέρθηκαν παραπάνω είναι η ανάδειξη της βιομηχανικής πολιτιστικής κληρονομιάς, η καλύτερη διευθέτηση των βασικών αστικών λειτουργιών και η επαναχρησιμοποίηση εγκαταλελειμμένων κτιρίων και περιοχών που βρίσκονται μέσα στο δίκτυο της πόλης.

Συγκεκριμένα, η μελέτη περίπτωσης αυτής της εργασίας είναι να παρουσιάσει την αποκατάσταση και επαναχρησιμοποίηση πέντε εργοστασίων που βρίσκονται εντός του αστικού ιστού του Βόλου: το παλιό πλινθοκεραμοποιείο Τσαλαπάτα, το μεταξουργείο, οι καπναποθήκες Παπαστράτου που βρίσκονται στην πόλη, το κτίριο του Σπίρερ και το παλιό ηλεκτρικό εργοστάσιο. Στόχος αυτής της παρουσίασης είναι να μελετήσει τον τρόπο με τον οποίο αυτά τα κτίρια επηρεάζουν τη μεταμόρφωση της εικόνας του Βόλου στο πλαίσιο του προσανατολισμού της ανάπτυξης της πόλης σε βιώσιμους τρόπους.

## 3.2 Βιομηχανικές πόλεις

Η ανάπτυξη της βιομηχανίας ως φαινόμενο είχε σημαντικές συνέπειες στη δόμηση του περιβάλλοντος εκείνων των πόλεων, όπου αναπτύχθηκε. Επομένως, μια βιομηχανική πόλη αναγνωρίζεται εύκολα πρώτα από την οπτική εικόνα που παρουσιάζει, δηλαδή από τον εντοπισμό των εργοστασίων της. Ως αποτέλεσμα, τα βιομηχανικά κτίρια επηρεάζουν το περίγραμμα της πόλης (π.χ. παρουσία μεγάλων καμινάδων ή εγκοπής στέγης). Επίσης, επηρεάζουν το αρχιτεκτονικό ύφος της πόλης, ιδιαίτερα όταν συναντώνται εργοστάσια του 19ου και του 20ου αιώνα, επειδή χαρακτηρίζονται ως αρχιτεκτονική κληρονομιά με βασικά δομικά υλικά τους την πέτρα, το ξύλο και το κεραμίδι (Palmer M. & Neaverson P., 1998). Το ερευνητικό αντικείμενο της βιομηχανικής αρχαιολογίας είναι η μελέτη του δευτερογενούς τομέα που πρόσφατα αναπτύχθηκε (18ος -20ος αιώνας) και συγκεκριμένα οι τρόποι παραγωγής καθώς και οι συνέπειες στους ρυθμούς και τις σχέσεις της πόλης με τις

κατοικίες της (Agriantoni H., 2006). Στόχος της βιομηχανικής αρχαιολογίας είναι να κατανοήσει, να διατηρήσει και να προωθήσει τη δημόσια μνήμη σε μέρη και κυρίως σε πόλεις όπου σημειώθηκε βιομηχανική ανάπτυξη, υπογραμμίζοντας όλα εκείνα τα στοιχεία που αποτελούν μνημεία: σχετικά ιστορικά στοιχεία και τόποι αναφοράς του αστικού χώρου (Palmer M. ; Neaverson P., 1998). Τα κτίρια είναι τα πιο αναγνωρίσιμα στοιχεία βρίσκονται εντός της πόλης και ως εκ τούτου αποτελούν μνημεία βιομηχανικής κληρονομιάς.

Ο όρος «μνημείο» στη βιομηχανική αρχαιολογία δεν περιλαμβάνει αποκλειστικά στοιχεία που «υπακούουν» σε κανόνες αισθητικής αλλά οτιδήποτε σχετίζεται με την ανάπτυξη της βιομηχανίας, για παράδειγμα εξοπλισμό και εργοστασιακά αρχεία. Ως αποτέλεσμα, η τεκμηρίωση της βιομηχανικής κληρονομιάς αποδεικνύεται ότι έχει μεγάλη σημασία για την έρευνα της βιομηχανικής αρχαιολογίας. Αυτό περιλαμβάνει τεχνικές πεδίου (μέθοδοι τοπογραφίας, μέθοδοι καταγραφής κτιρίων και καταγραφή μηχανημάτων και διεργασιών), καθώς και έρευνα τεκμηρίωσης όπως πηγές χειρογράφων, χάρτες και σχέδια και εικονογραφικές πηγές (Palmer M. and Neaverson P., 1998). Τα μνημεία, ως ανθρώπινη αρχιτεκτονική στο χώρο, αποτελούν μέρος μιας συλλογικής έκφρασης που έχει σχεδιαστεί για τη δημιουργία κοινωνικής μνήμης. Συμπυκνώνουν έναν αφηγηματικό χώρο που συνδυάζει «έμμεσο» ιστορικό λόγο και «άμεσο» λόγο μνήμης και επιβιώνουν υλικά και πνευματικά στο χρόνο και στο χώρο. Το μνημείο αφήνει έτσι ένα μόνιμο ίχνος στο χώρο, που αποτελεί τη βάση για τη μνήμη και την ιστορική συνοχή αυτών των τόπων.

Η επαναχρησιμοποίηση των βιομηχανικών μνημείων εξυπηρετεί κοινωνικές ανάγκες που σχετίζονται με την εθνική ταυτότητα και τη συνέχιση σημαντικών γεγονότων. Τα βιομηχανικά κτίρια του παρελθόντος είναι μάρτυρες της εκβιομηχάνισης, αφηγούνται την ιστορία των μεθόδων παραγωγής και των συνθηκών εργασίας κάθε περιόδου (Αγριαντώνη 2003). Επομένως, ένα βιομηχανικό μνημείο αποτελεί κομμάτι πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου και για αυτό είναι απαραίτητο να μελετηθεί, καθώς και να διατηρηθεί και να προβληθεί.

Όσον αφορά τα εργοστάσια του 18ου και 19ου αιώνα, θεωρούνται επιβλητικά λόγω του μεγέθους τους. Παρουσιάζουν στοιχεία που ανήκουν σε ένα συγκεκριμένο αρχιτεκτονικό στυλ, για παράδειγμα εφαρμογή αρχών του νεοκλασικισμού (μεγαλοπρέπεια, εντυπωσιασμός, πλαστικότητα, ογκώδης σύνθεση, αρθρωμένη τάξη), συνδέοντας την αισθητική με τη δυναμική και επιβλητική εικόνα που η κάθε επιχείρηση ήθελε να δώσει στα εργοστάσιά της διαμορφώνοντας με αυτόν τον τρόπο μια μοναδική μορφή για ολόκληρη την πόλη (Μαχαίρας, 1986). Η εξέταση των αρχιτεκτονικών ρυθμών στον αστικό χώρο έχει μεγάλη σημασία καθώς ο χαρακτηρισμός του δομημένου περιβάλλοντος, με άλλα λόγια των σταθερών ανθρωπογενών κατασκευών που αφορούν το αρχιτεκτονικό ύφος, δίνει σημαντικές πληροφορίες για τον χαρακτήρα και την ταυτότητα μιας πόλης, στην περίπτωση μας της βιομηχανικής πόλης. Επομένως, η αναδιαμόρφωση τέτοιων κτιρίων διατηρεί και προωθεί τη συγκεκριμένη ταυτότητα της πόλης.

Όπως παρατηρεί ο Rossi A., η αρχιτεκτονική χρησιμεύει ως το σημαντικότερο δομικό στοιχείο του αστικού χώρου, συμβάλλοντας στη δημιουργία μιας πόλης ως τόπου δημόσιας μνήμης. Τα μνημεία αποτελούν στοιχεία που παρουσιάζουν μια μακροχρόνια εικόνα ακόμα κι αν έχουν αλλάξει την αρχική τους χρήση και αποστολή, Rossi,& Webb (2007). Αυτό συμβαίνει και σήμερα με την επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων που, αφενός, θεωρούνται μνημεία, αλλά αφετέρου

αξιοποιούνται και μεταβάλλεται η χρήση τους από αυτή που είχε αρχικά προγραμματιστεί (π.χ. μουσεία, πολιτιστικά κέντρα, δημόσιες υπηρεσίες κ.λπ.).

Όσον αφορά την ελληνική πραγματικότητα, η βιομηχανική ανάπτυξη δεν είχε το μέγεθος ή την επέκταση άλλων ευρωπαϊκών βιομηχανικών πόλεων, σε τέτοιο σημείο που ακόμη και η χρήση του όρου «βιομηχανική επανάσταση» θα μπορούσε να αμφισβητηθεί. Ωστόσο, η εκβιομηχάνιση συνέβη, αλλάζοντας ριζικά τις συνθήκες σε όλους τους τομείς και επηρεάζοντας σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη των πόλεων. Στην πραγματικότητα, η ανάπτυξη του δευτερογενούς τομέα παρουσίασε γεωγραφική αποκέντρωση με τη δημιουργία βιομηχανικών κέντρων όπως η Ερμούπολη, ο Πειραιάς, η Πάτρα, η Θεσσαλονίκη (Καλόγρη κ.ά., 1986) και φυσικά ο Βόλος.

Στις προαναφερθείσες πόλεις, εργοστάσια λόγω του όγκου και του χαρακτηριστικού τους περιγράμματος, χρησίμευαν ως σημεία αναφοράς. Επιπλέον, σύμφωνα με τη θεωρία των Tinsley, R., & Lynch, P. (2001), σχετικά με τη σημειωτική ερμηνεία του χώρου, τα βιομηχανικά κτίρια θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την «ερμηνεία» των βιομηχανικών αστικών κέντρων: από τη μια πλευρά, αποτελούν μνημεία που λειτουργούν ως σύμβολα και σημεία αναφοράς συμβάλλοντας στην εδραίωση της δημόσιας ταυτότητας, ενώ από την άλλη, στα βιομηχανικά κτίρια αποδίδονται έννοιες που ξεπερνούν τη λειτουργικότητα που αρχικά είχαν. Με άλλα λόγια, πέρα από την παραγωγική διαδικασία τα εργοστάσια «κουβαλούν» τον συμβολισμό μιας ολόκληρης βιομηχανικής περιόδου, τη μεγαλοπρέπεια που δημιουργήθηκε λόγω της ραγδαίας οικονομικής ανάπτυξης, συμπεριλαμβανομένου του κοινωνικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, συμβολισμών που αποτυπώνονται στα κτίρια και προφανώς στα εργοστάσια και γενικά για το σύνολο μιας βιομηχανικής πόλης (Carydis P., A. Salí, A. Petsa, 2008).

Ως εκ τούτου, οι βιομηχανικές πόλεις είναι εξαιρετικά ενδιαφέρουσες για μελέτη, και ιδιαίτερα η επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων αποτελεί μια σημαντική εναλλακτική λύση για τη διατήρηση και υποστήριξη της ιστορίας και της ταυτότητας τέτοιων αστικών τόπων.

### 3.3 Επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων ως παράγοντας ανάδειξης της ταυτότητας της πόλης και της βιώσιμης αστικής ανάπτυξης

Οι οικονομικές αλλαγές που συμβαίνουν σε μια πόλη καθώς και η ολοκλήρωση του κύκλου ζωής μιας βιομηχανίας έχουν εμφανείς επιπτώσεις στο χώρο καθώς και στον αστικό ιστό. Αυτό συμβαίνει επειδή τα κτίρια που φιλοξενούν την παραγωγή βρίσκονταν σε πολλές περιπτώσεις εντός του αστικού ιστού, παρέμειναν για μεγάλο χρονικό διάστημα ανενεργά και κατά συνέπεια ανεκμετάλλευτα για διάφορες αστικές χρήσεις.

Τα τελευταία χρόνια, η αποκατάσταση και επαναχρησιμοποίηση εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών περιοχών ήταν ένα από τα προτεινόμενα μέτρα για την προσέλκυση νέων επενδύσεων που θα είχαν ως αποτέλεσμα την οικονομική

ενίσχυση των βιομηχανικών πόλεων. Ήταν επίσης μια πρακτική για να καταδειχθεί η ιδιαίτερη ταυτότητα που χαρακτηρίζει ένα πρώην βιομηχανικό αστικό κέντρο. Επιπλέον, είναι σημαντικό να υπογραμμιστεί ότι ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα που έχουν τα βιομηχανικά συγκροτήματα είναι η εξαιρετική τους θέση εντός της πόλης που τους επιτρέπει να βρίσκονται κοντά σε δημόσιες υπηρεσίες ή δίκτυα συγκοινωνιών (Sousa, B. M., & Alves, G. M., 2019)

Προς αυτή την κατεύθυνση κινείται και η ευρωπαϊκή πολιτική για την αειφόρο ανάπτυξη της πόλης, σε περιπτώσεις που κρίνεται απαραίτητη η αποκατάσταση των χερσαίων εκτάσεων που βρίσκονται μέσα στο αστικό δίκτυο (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 1998). Τέτοιες πρακτικές αποτρέπουν την εξάπλωση των πόλεων και την κακή χρήση της γης και από την άλλη συμβάλλουν στην καλύτερη διεύθυνση των βασικών αστικών λειτουργιών. Επιπλέον, η αναζωογόνηση των υποβαθμισμένων περιοχών, όπου κατά κανόνα βρίσκονται βιομηχανικά κτίρια, επιτυγχάνεται μέσω της επαναχρησιμοποίησης τους,

Παρόμοιες πολιτικές υιοθετεί η παγκόσμια κοινότητα. Σύμφωνα με τον ορισμό του ΟΟΣΑ ([www.oecd.org](http://www.oecd.org)) η επαναχρησιμοποίηση εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών περιοχών (brownfields) αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης προσπάθειας δημιουργίας ευνοϊκών συνθηκών με στόχο την οικονομική ανάπτυξη, την αντιμετώπιση προβλημάτων χρήσης γης σε πυκνοκατοικημένες αστικές περιοχές, τον έλεγχο των αστικών περιοχών, την διάχυση (αστική εξάπλωση), και τέλος τη βελτίωση της κοινωνικής συνοχής (Moore N., 2002).

Γενικά, η αποκατάσταση βιομηχανικών κτιρίων αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην προσπάθεια ανάδειξης της ιδιαίτερης ταυτότητας των μεταβιομηχανικών πόλεων, εφόσον οι χώροι αυτοί αντιμετωπίζονται ως μνημεία βιομηχανικής αρχαιολογίας (Ballesteros E., Ramírez M. 2007). Αναμφίβολα, οποιαδήποτε παρέμβαση δεν πρέπει να αλλάξει την αρχική μορφή (εσωτερική και εξωτερική) των κτιρίων αυτών (Τραγανού – Δεληγιάννη Ο., 2006).

### 3.4 Επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων ως παράγοντας ανάπτυξης της οικονομίας

Στις μέρες μας, η θεώρηση της πόλης ως ενωμένου οργανισμού έχει οδηγήσει την αστική πολιτική σε ολοκληρωμένα προγράμματα αστικής ανάπλασης. Πρακτικά αυτό υποδηλώνει υλοποίηση έργων ανάπλασης, ώστε ως πόλη να αποκτήσει κατάλληλες υποδομές για να προσελκύσει επενδύσεις και να ενισχυθεί οικονομικά. Τα παλιά βιομηχανικά κτίρια θα μπορούσαν να συμβάλουν προς αυτή την κατεύθυνση. Ως εκ τούτου, δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται μόνο ως στοιχεία συλλογικής μνήμης, με άλλα λόγια ως εκθέματα «μουσείου», απομονωμένα από την υπόλοιπη πόλη, αλλά ως σημαντικές ζώνες της πολιτιστικής ταυτότητας της πόλης, που προσφέρουν αξιοσημείωτες προοπτικές για την ανάπλαση του αστικού χώρου μέσα από τις δυνατότητες του αρχιτεκτονικού, πολεοδομικού σχεδιασμού και χωροταξίας. Γοσποδίνη & Μπεριάτος (2006)

Ως εκ τούτου, τα στοιχεία αυτά θα πρέπει να σχετίζονται με την ανανέωση της εικόνας της πόλης και τον προσανατολισμό της αστικής οικονομίας προς τις υπηρεσίες

του τρίτου τομέα, ιδιαίτερα αυτών που αναφέρονται στον αστικό τουρισμό, καθώς αναγνωρίζεται ως αξιόλογος παράγοντας παραγωγής πλούτου που κερδίζει έδαφος, καθώς η τοπικές αρχές στοχεύουν να κάνουν την πόλη τους διάσημο προορισμό.

Ο αστικός τουρισμός είναι ένας τομέας τουρισμού που αναφέρεται στην εκμετάλλευση πολιτιστικών, φυσικών και άλλων πόρων που αποκτά μια πόλη. Με εξαίρεση τους παραδοσιακούς ευρωπαϊκούς αστικούς προορισμούς, προτείνεται ένα νέο είδος τουρισμού: η πόλη θεωρείται ως ένα «συμπαγές» τουριστικό προϊόν που, μέσω κατάλληλου σχεδιασμού και απόκτησης υποδομών (αθλητικό, πολιτιστικό, κ.λπ.) θα οδηγήσει στην ανανέωση της εικόνας της πόλης, στην ανάπτυξη της τουριστικής προσφοράς και στην προσέλκυση νέων οικονομικών δραστηριοτήτων. (Moore N., 2002). Αυτό το σύγχρονο είδος τουρισμού θα μπορούσε να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη, προσφέροντας υπηρεσίες υψηλής ποιότητας σε μια ευρεία τουριστική αγορά, σε άλλα λόγια σε τουρίστες με διαφορετικά είδη ενδιαφερόντων (Russo A., Borg J., 2002).

Με βάση τα προαναφερθέντα, οι πόλεις θα μπορούσαν να εκμεταλλευτούν τη βιομηχανική τους κληρονομιά. Σε μια μεταβιομηχανική εποχή, η στέγαση διαφόρων δραστηριοτήτων σε ανακαινισμένα βιομηχανικά κτίρια σε ένα ευρύτερο πλαίσιο για την προώθηση της ταυτότητας της πόλης, την αναβάθμιση των δημόσιων χώρων και την αξιοποίησή τους για την προσέλκυση τουριστών, η αστική οικονομία θα μπορούσε να ενισχυθεί προς τον τριτογενή τομέα παραγωγής (Xie, 2006).

Η επιτυχής προώθηση μιας πόλης, αυτό που παγκοσμίως αποκαλείται «μάρκετινγκ τόπου/πόλης» (Page S., 1995), έχει αποδειχθεί κρίσιμης σημασίας, δηλαδή η προώθηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος σύμφωνα με συνθήκες ανοιχτής αγοράς και κανόνες μάρκετινγκ όπως η έρευνα αγοράς, τα κανάλια διανομής, η προώθηση του προϊόντος σε πιθανές ομάδες-στόχους (Karagiannis St., Exarhos G. (2006). Το αναμενόμενο αποτέλεσμα μιας τέτοιας οργανωμένης προσπάθειας είναι η αύξηση της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής εικόνας του αστικού χώρου και κατά συνέπεια η αύξηση των επισκεπτών της πόλης. Η βιομηχανική κληρονομιά και η ανάδειξή της κυρίως μέσω της ανάπλασης προσδίδει σημαντική δυναμική στον αστικό χώρο. Οι επισκέπτες θα αντιμετωπίσουν την ιδιαίτερη κουλτούρα και την αίγλη που αποκαλύπτει ένα παλιό βιομηχανικό κέντρο.

## Κεφάλαιο 4 – Η περίπτωση του Βόλου

### 4.1 Αξιοποίηση της βιομηχανικής κληρονομιάς στην πόλη του Βόλου

Έχοντας μεγάλη ιστορία στη βιομηχανική παραγωγή, το κτιριακό απόθεμα που έμεινε από το κλείσιμο των βιομηχανικών μονάδων, καλύπτει μία μεγάλη επιφάνεια στον πολεοδομικό κέντρο της πόλης. Τη δεκαετία του 80 ο Δήμος Βόλου και άλλοι φορείς προχώρησαν σε ενέργειες για τη διάσωση της βιομηχανικής κληρονομιάς της πόλης.

Το σχέδιο του Βόλου του 1992 αναγνώρισε την Παλαιά ως έναν ιστορικό αστικό πυρήνα που απαιτεί ανανέωση και ανάπλαση.



Η πόλη του Βόλου παρουσιάζει παρόμοια οικονομικά και χωροταξικά χαρακτηριστικά με αντίστοιχες ευρωπαϊκές πόλεις αφού η βιομηχανική παρακμή έχει καταστήσει ανενεργές τις παλιές παραγωγικές μονάδες. Η επανασύσταση και επαναχρησιμοποίηση αυτών των εγκαταστάσεων ενσωματώνοντας νέες χρήσεις, αποτελεί μια ξεχωριστή πρωτοβουλία της πόλης σε εθνικό επίπεδο, σε σχετικά αλλά και σε απόλυτα μεγέθη. Είναι η ανάγκη διατήρησης της ιδιαίτερης ιστορικής ταυτότητας της πόλης σε όρους εκβιομηχάνισης, όσο και η ανάγκη κάλυψης σύγχρονων λειτουργιών, σε μια πόλη όπου οι διαθέσιμοι άκτιστοι χώροι είναι σπάνιοι, που πυροδότησε την υλοποίηση αυτού του εγχειρήματος. Τα παλιά εργοστάσια φιλοξενούν νέους δημόσιους χώρους κοινωνικότητας όπως πανεπιστημιακά, εκπαιδευτικά και πολιτιστικά κτίρια καθώς και αθλητικούς χώρους που αποτελούν σημαντικά σημεία αναφοράς του Βόλου.

Η φιλοξενία ποικίλων νέων χρήσεων στα ανακαινισμένα βιομηχανικά κτίρια, έγινε λόγω των πλεονεκτημάτων τους σε μέγεθος και θέση εντός του αστικού ιστού. Ειδικότερα, αφορά εγκαταστάσεις που συχνά καταλαμβάνουν ολόκληρες πλατείες κτιρίων, με ευρύχωρες κατασκευές και εσωτερικούς χώρους χωρίς υποστρώματα, κατάλληλους για τη στέγαση ποικίλων νέων χρήσεων (Χαστάογλου Β., 2007). Επιπλέον, η γεωγραφική εξάπλωσή τους στον αστικό ιστό, ως αποτέλεσμα της έλλειψης πολεοδομικού σχεδιασμού που δεν προβλέπει διαδοχικές οικιστικές επεκτάσεις, «έκλεισε» πρώην περιφερειακά εργοστάσια στο εσωτερικό των περιοχών κατοικίας.

Η παρουσία σημερινών εγκαταλελειμμένων χώρων οφείλεται στη βιομηχανική ύφεση, όταν χρεωμένες και τεχνολογικά απαρχαιωμένες βιομηχανίες περιήλθαν στην ιδιοκτησία των πιστωτικών οργανισμών. Αυτός ήταν ο λόγος για τον οποίο 35 από τα 45 εργοστάσια που λειτουργούσαν στην πόλη διασώθηκαν από την κατεδάφιση. (Χαστάογλου Β., 2007) Οι παρεμβάσεις σε αυτούς τους χώρους είναι ως επί το πλείστον πρωτοβουλία της τοπικής αυτοδιοίκησης και του ιδιωτικού τομέα και όχι της κεντρικής κυβέρνησης (Adamakis K., 2010). Η προσπάθεια αυτή χρονολογείται από το 1980, με την πρόταση για εγκατάσταση του Πανεπιστημίου στον κεντρικό χώρο του αστικού ιστού μέσω της επαναχρησιμοποίησης τεσσάρων παλαιών βιομηχανικών ομίλων.

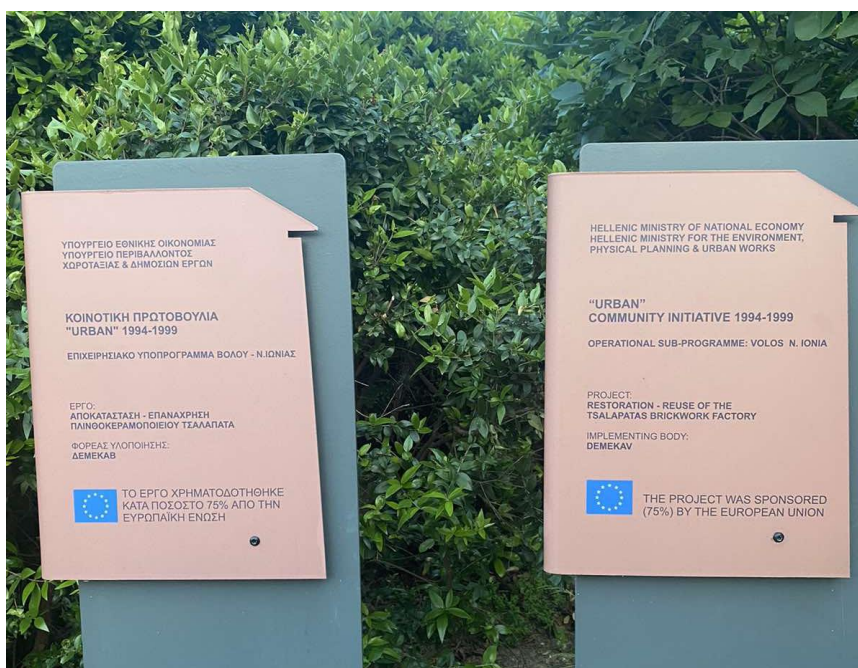
Μετά την επιτυχή υλοποίηση των παραπάνω εγχειρημάτων, η δημοτική κυβέρνηση σε συνεργασία με τοπικούς φορείς (ΤΕΕ, αρχιτεκτονικός σύλλογος, 5ο Συμβούλιο Νεωτέρων Μνημείων, τοπικά ΜΜΕ), ανέλαβε την επέκταση της εκμετάλλευσης παλαιών βιομηχανικών κτιρίων. Συγκεκριμένα, το πρόγραμμα ανάπλασης 13 εργοστασίων από το 1988, όταν έγινε η αποκατάσταση της καπναποθήκης της Spiret, μέσα στη δεκαετία του '90 και απέδωσε στην πόλη περίπου 100 στρέμματα ανανεωμένης επιφάνειας για δημόσια χρήση και περισσότερα από 27.000 m<sup>2</sup> ανακαινισμένα κτίρια για δημόσιες λειτουργίες. (Χαστάογλου Β., 2002)

Οι 28 από τις 42 (70%) βιομηχανικές μονάδες αποκαθίστανται, 6 εργοστάσια βρίσκονται σε διαδικασία αποκατάστασης και για 5 εργοστάσια έχει διασφαλιστεί η συντήρηση, προκειμένου να τεθούν σε εκμετάλλευση στο άμεσο μέλλον. Οι ανανεωμένοι χώροι χρησιμοποιούνται για: 1) πολιτισμό-μουσεία 17%, 2) διοίκηση – (δημόσιες) υπηρεσίες 5%, 3) εκπαίδευση 29%, 4) κατοικία 5%, 5) εμπόριο 5%, 6) συνδυασμένες χρήσεις: πολιτισμός – εμπόριο – ψυχαγωγία 28%, 7) ψυχαγωγία 12%. (Adamakis K., 2010).

## 4.2 Το εργοστάσιο Τσαλαπάτα

Το παλιό εργοστάσιο τούβλων & κεραμιδιών Τσαλαπάτα ιδρύθηκε το 1925 από την Αφοί Τσαλαπάτα και λειτούργησε με επιτυχία μέχρι το 1975, οπότε και σταμάτησε η παραγωγή του. Είκοσι χρόνια αργότερα, το 1995, ο Δήμος Βόλου αγόρασε το εργοστασιακό συγκρότημα, στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Αστικού Προγράμματος. Το εργοστάσιο βρίσκεται στη γειτονιά «Παλαιά» και καταλαμβάνει οικόπεδο 22.650 m<sup>2</sup> εντός του αστικού ιστού. Είναι ένα εξαιρετικό δείγμα βιομηχανικού συγκροτήματος σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Τα βιομηχανικά κτίρια μαζί με τον κλίβανο τύπου Hoffmann, (είναι ο μόνος στην Ευρώπη που σώθηκε στην πρώτη μορφή του και χωρίς να τροποποιηθεί) και τα στοιχεία της αλυσίδας παραγωγής από ατμομηχανές έως σύγχρονους ηλεκτρικούς κινητήρες είναι καλά διατηρημένα. Για το λόγο αυτό το ελληνικό Υπουργείο Πολιτισμού έχει χαρακτηρίσει το «εργοστάσιο Τσαλαπάτα» ως σπάνιο δείγμα διατηρητέου βιομηχανικού συγκροτήματος.

Η χρηματοδότηση του έργου υποστηρίχτηκε ως επί το πλείστον (95%) από την Ευρωπαϊκή Ένωση και συγκεκριμένα από το «URBAN - I», ενώ το υπόλοιπο έργο χρηματοδοτήθηκε από τον Δήμο Βόλου. Υπήρχαν άλλες έξι ελληνικές πόλεις που συμμετείχαν στο πρόγραμμα την περίοδο 1994-1999 μεταξύ των οποίων ήταν και ο Βόλος. Στόχος του προγράμματος για το εργοστάσιο Τσαλαπάτα ήταν η αύξηση του αστικού τουρισμού με την ενσωμάτωση στο αστικό δίκτυο σημαντικής γης για την απόκτηση δημόσιων χώρων, την αναβάθμιση της συγκεκριμένης περιοχής που βρίσκεται το εργοστάσιο και τη μείωση της ανεργίας.



Εικόνα 1.

Όσον αφορά τις αρχιτεκτονικές παρεμβολές, ιδιαίτερη σημασία είχε η διατήρηση της εξωτερικής μορφολογίας των κτιρίων και του εργοστασιακού συγκροτήματος στο σύνολό του χρησιμοποιώντας οικοδομικά υλικά που ταιριάζουν με το ύφος του εργοστασιακού συγκροτήματος (πέτρα, ξύλο, μέταλλο, τούβλα. & πλακάκια).



Επιπλέον, το έργο θεωρήθηκε ως μια πιλοτική περίπτωση για να βοηθήσει στη δημιουργία χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας, μέσω βιοκλιματικών μεθόδων αρχιτεκτονικής, χρησιμοποιώντας p.v. (φωτοβολταϊκά) πάνελ, μέθοδοι φυσικού αερισμού και ελέγχου θερμοκρασίας. Στα πλαίσια των νέων τεχνολογιών που εφαρμόστηκαν έγινε προσπάθεια μεγιστοποίησης της χρήσης της ηλιακής ενέργειας. Η θέση και οι διαστάσεις των παραθύρων (συμπεριλαμβανομένων των ανοιγμάτων οροφής) σχεδιάστηκαν με τρόπο ώστε να μεγιστοποιούν τον φωτισμό κατά τη διάρκεια του χειμώνα και να παρέχουν σκίαση το καλοκαίρι. Επιπλέον, η οροφή είναι κατασκευασμένη με τρόπο ώστε να παρέχει ηλιακή ενέργεια σε p.v. πάνελ, ενώ υπήρχε μόνωση ταράτσας, δαπέδου και τοίχων. Οι καμινάδες αντικαταστάθηκαν με «ηλιακές» καμινάδες –με ηλιακούς συλλέκτες– στο εσωτερικό των οποίων επιτρέπεται ο φυσικός αερισμός. Τα αποτελέσματα των περιοδικών ελέγχων για την κατανάλωση ενέργειας ήταν μείωση 70 %.

Η τρέχουσα χρήση του εργοστασίου περιλαμβάνει: λειτουργία του μουσείου βιομηχανικής ιστορίας όπου παρουσιάζονται οι μέθοδοι παραγωγής καθώς και ο εξοπλισμός του εργοστασίου. Ο χώρος αναψυχής όπως εστιατόρια, μπαρ και αίθουσα πολιτιστικών δραστηριοτήτων καταλαμβάνουν σημαντικό μέρος του αξιοποιημένου χώρου, ενώ λειτουργεί σχολή χορού και κατάστημα κεραμικής χειροτεχνίας. Τέλος, υπάρχουν γραφεία κατασκευαστικής εταιρείας που ασχολείται με τη σημερινή εκμετάλλευση του ανακαινισμένου πολυχώρου καθώς και γραφεία του ερευνητικού κέντρου του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Συμπερασματικά, η αποκατάσταση του παλιού εργοστασίου πλινθοκεραμοποιίας Τσαλαπάτα είναι η πιο εμφανής περίπτωση επαναχρησιμοποίησης βιομηχανικού κτιρίου στην πόλη του Βόλου. Αφού από 2004, το Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς δημιούργησε το πρότυπο Μουσείο Πλινθοκεραμοποιίας στους χώρους του κυρίως εργοστασίου. Οι εργασίες ολοκληρώθηκαν το 2006 και οι πύλες για το κοινό άνοιξαν το 2007 ενισχύοντας με την παρουσία του το τοπικό πολιτισμικό απόθεμα.

Η παρουσία του πολυχώρου Τσαλαπάτα στον αστικό ιστό και η ολότητά του ως προς τις εγκαταστάσεις έχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα ως προς τη βελτιωμένη εικόνα του Βόλου, αφού η στέγαση νέων χρήσεων και η λειτουργία ενός πολυλειτουργικού πολιτιστικού κέντρου συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη της πόλης.



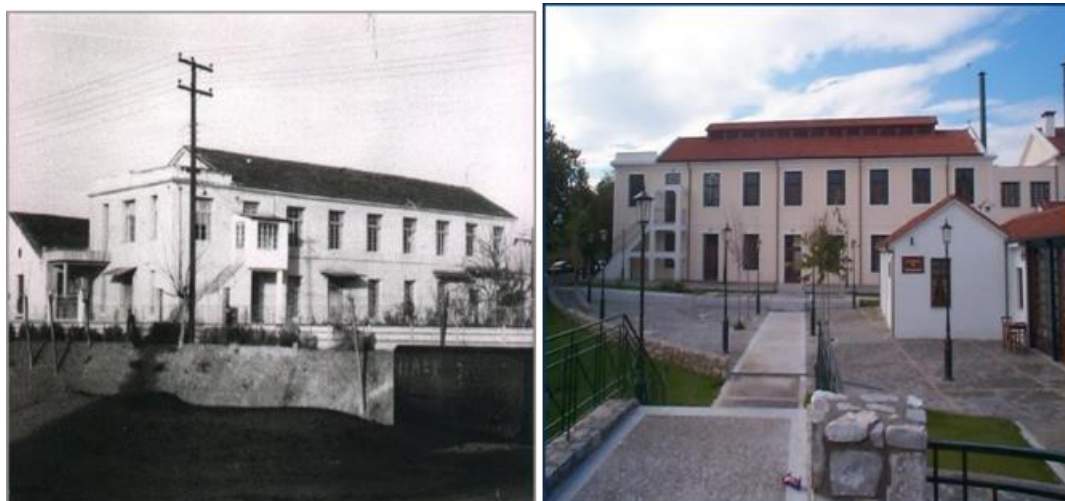
Εικόνα 2. Παλιό εργοστάσιο πλινθοκεραμοποιίας Τσαλαπάτα ([www.demekav.gr](http://www.demekav.gr))

### 4.3 Μεταξουργείο Αφοι Εκμετζόγλου

Το εργοστάσιο αυτό βρίσκεται στο δήμο Ν. Ιωνίας (γειτονικό δήμο του Βόλου που αποτελούν μαζί το αστικό οικισμό του Βόλου), στη δυτική όχθη του ρέματος Κραυσίδωνα. Ιδρύθηκε το 1926 και από το 1930 παράγονταν 150 τόνοι μεταξιού ετησίως και διοχετεύονταν στις αγορές της Ευρώπης, ενώ σταμάτησε να λειτουργεί το 1991 (Δήμογλου Α., 1998). Καταλαμβάνει έκταση 4 στρεμμάτων ενώ τα κτίρια έχουν συνολική επιφάνεια 2.750 m<sup>2</sup>. Το 1995 κηρύχθηκε διατηρητέο μνημείο και το 1996 ήταν στην ιδιοκτησία του δήμου. Για τον σχεδιασμό και την επαναχρησιμοποίηση του εργοστασίου έχει προκηρυχθεί πανελλήνιος αρχιτεκτονικός διαγωνισμός, ενώ η κατασκευή βρισκόταν στη δημοτική επιχείρηση έρευνας και κατασκευής (Χαστάογλου Β., 2002). Η χρηματοδότηση του έργου προήλθε από το ευρωπαϊκό πρόγραμμα URBAN. Το ανακαινισμένο εργοστάσιο επιλέχθηκε για τη δημιουργία πολιτιστικού και επιχειρηματικού κέντρου.

Οι παρούσες χρήσεις περιλαμβάνουν:

- Γραφεία δημοτικής επιχείρησης έρευνας και κατασκευής
- Πολιτιστικός οργανισμός
- Μουσείο Μεταξιού
- Λέσχη κινηματογράφου (οι ταινίες παίζονται κάθε Παρασκευή σε αίθουσα πολλαπλών χρήσεων)
- Πολιτιστικές δραστηριότητες (ζωγραφική και φωτογραφικές εκθέσεις)
- Η αυλή του μεταξουργείου φιλοξενεί ένα εστιατόριο με ένα συγκεκριμένο “couler – local”.



Εικόνα 3. Το μεταξουργείο

### 4.4 Καπναποθήκη Παπαστράτου

Η καπναποθήκη χτίστηκε το 1926 από τους Αδελφούς Παπαστράτου για να επεκτείνουν την επιχείρησή τους και λειτουργήσε μέχρι τον Σεπτέμβριο του 1969

οπότε και ενοικιάστηκε στον Εθνικό Οργανισμό Καπνού. Αυτό το βιομηχανικό μέρος βρίσκεται στην προκουμαία της πόλης και αποτελεί ένα αξιόλογο συγκρότημα κτιρίων από την ίδρυσή του. Αποτελείται από δύο κτίρια, (το παλαιότερο είναι τριπλό αποθήκη και το άλλο έχει πέντε ορόφους και δύο αξιόλογους θόλους) όπου γινόταν η αποθήκευση του καπνού, η μηχανική επεξεργασία και η διάθεση στην αγορά. Η επαναχρησιμοποίηση της αποθήκης συνδέεται με την ίδρυση του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας με έδρα τον Βόλο. Σε συνεργασία με τις τοπικές αρχές αποφασίστηκε ότι το πανεπιστήμιο θα είναι εντός του αστικού ιστού, αποφεύγοντας παλαιότερες πρακτικές, για παράδειγμα στις πόλεις των Ιωαννίνων και της Πάτρας, όπου οι πανεπιστημιούπολεις ήταν κοντά αλλά όχι μέρος του αστικού χώρου. Ωστόσο, το πανεπιστήμιο του Βόλου δημιουργήθηκε από ένα συγκρότημα κτιρίων που βρίσκονταν κυρίως στο κέντρο και δευτερευόντως στην περίμετρο της πόλης (Χαστάογλου Β., 2002). Συγκεκριμένα επιλέχθηκαν οι παρακάτω βιομηχανικοί χώροι:

- Καπναποθήκη Παπαστράτου στην προκουμαία του Βόλου (αγοράστηκε το 1985)
- Συγκρότημα Μαρσαγίου. Πρόκειται για ένα βιομηχανικό κτίριο του 1890, μΤο 1940 αριθμούσε 2.000 άτομα προσωπικό και υπήρξε η μεγαλύτερη βιομηχανία στον ελλαδικό χώρο. Τμήμα του πρώην συγκροτήματος της καπνοβιομηχανίας Μαρσαγίου συνολικής επιφάνειας 3.975,78τ.μ. ανακαινίστηκε και στεγάζει το Τμήμα Οικονομικών Επιστημών.
- 'Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας: Χώροι'

Συνολικά, 75.000 m<sup>2</sup> καλύπτουν τις ανάγκες πανεπιστημιακών καταλυμάτων, εκ των οποίων τα 14.820 m<sup>2</sup> ανήκουν στο παραλιακό συγκρότημα. Η χρηματοδότηση αυτού του έργου προήλθε αρχικά από το πρόγραμμα δημοσίων επενδύσεων και ακολούθησε το 2ο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΡΣ., n.d.), (Τελικό τριμηνιαίο ενημερωτικό δελτίο εποπτείας του 2ου ΚΡΣ, 2002). Αξίζει να αναφερθούν οι αρχιτεκτονικές παρεμβάσεις στο παραλιακό βιομηχανικό συγκρότημα που αποτελείται από την καπναποθήκη, την παρακείμενη τριπλή αποθήκη και τμήμα του επόμενου οικοδομικού τετραγώνου. Η καπναποθήκη διατήρησε το αρχικό της κέλυφος με τους χαρακτηριστικούς τρούλους και μετά την ανακαίνισή της σήμερα στεγάζονται οι διοικητικές υπηρεσίες, καθώς και τα γραφεία της έδρας του πανεπιστημίου. Η τριπλή αποθήκη κατεδαφίστηκε και τη θέση της πήρε ένα πενταόροφο κτίριο όπου βρίσκονται τα εξής: δημοτικό κέντρο, αίθουσες διδασκαλίας και ένα μεγάλο αμφιθέατρο. Τέλος, κτίστηκε ένα οκταόροφο κτίριο. Το χαρακτηριστικό αυτών των νεόκτιστων οικοδομημάτων είναι ότι παρουσιάζουν αφηρημένα χαρακτηριστικά για να τονίσουν την παλιά βιομηχανική και ανακαινισμένη μονάδα.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ο μικρός κάθετος δρόμος που βρισκόταν ανάμεσα στην καπναποθήκη και το κτίριο του όγδοου ορόφου. Ο δρόμος αυτός αποχαρακτηρίστηκε και χρησιμοποιήθηκε ως εσωτερική πλατεία – είσοδος με διακριτικό γυάλινο θόλο πάνω του, λειτουργώντας ως κεντρικό σημείο ενοποίησης των τριών κτιρίων (Χαστάογλου, 2002).



Εικόνα 4. Η καπναποθήκη Παπαστράτου που βρίσκεται στην προκυμαία της πόλης ([www.diki.gr](http://www.diki.gr))

#### 4.5 Κτίριο Σπιρερ

Η καπναποθήκη χτίστηκε σύμφωνα με τα σχέδια της αρχιτεκτονικής Vilanits για να στεγάσει την καπναποθήκη της εταιρείας Herman Spierer. Για πολλά χρόνια απασχολούνταν 500 εργάτες κυρίως από τη Μικρά Ασία (ανατολική ακτή του Αιγαίου). Μετά τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο το κτίριο χρησιμοποιήθηκε από την καπναποθήκη Κοέν, ακολούθησε ο Οργανισμός Καπνού και τελικά περιήλθε στην ιδιοκτησία της Εταιρείας Τοπικών Μεταφορών. Το κτήριο αυτό χαρακτηρίστηκε ιστορικό και διατηρητέο από το Υπουργείο Πολιτισμού το 1985 και το 1988 περιήλθε στην κυριότητα του Δήμου Βόλου. Ήταν η πρώτη από μια σειρά βιομηχανικών μονάδων που ανακαινίστηκαν και στεγάστηκαν δημοτικές υπηρεσίες, ενώ η Τεχνική Υπηρεσία του Δήμου ανέλαβε την αποκατάστασή της. Η πρώτη περίοδος αποκατάστασης ολοκληρώθηκε το 1991 και αφορούσε τη συντήρηση του εξωτερικού κελύφους καθώς και τη διαμόρφωση του εσωτερικού χώρου.

Η συντήρηση της δυτικής πτέρυγας έγινε το 1995, ενώ η ανακαίνιση της ανατολικής πτέρυγας ολοκληρώθηκε το 1997. Το 2002 όλο το κτίριο ήταν έτοιμο προς χρήση. Αυτή η βιομηχανική μονάδα βρίσκεται κοντά στο δημαρχείο, το δημοτικό θέατρο και το Τεχνικό Επιμελητήριο και καταλαμβάνει ένα ολόκληρο οικοδομικό τετράγωνο 4.780 m<sup>2</sup>. Αποτελείται από δύο κτίρια: Το κεντρικό οικοδόμημα είναι τριώροφο με ημιυπόγειο και σοφίτα. Είναι γωνιακό και βρίσκεται στη βορειοδυτική πλευρά του οικοπέδου, ενώ στα νοτιοανατολικά βρίσκεται το κτίριο των γραφείων. Το αρχιτεκτονικό στυλ είναι αυτό των βρετανικών βιομηχανικών κτιρίων της εποχής της βιομηχανικής επανάστασης, επηρεασμένο από νεοκλασικό στυλ (διακοσμητικά σχέδια στην όψη του κτιρίου) κατασκευασμένα όμως με τοπικά υλικά, σύμφωνα με παραδοσιακές μεθόδους (Αδαμάκης Κ., 2007).

Η σημερινή χρήση της βιομηχανικής μονάδας περιλαμβάνει τις ακόλουθες δραστηριότητες:

1. Ανατολική πτέρυγα: δημοτικό ωδείο
2. Κεντρικό – ανατολικό τετράγωνο:
3. Ισόγειο και όροφος: γραφεία δημοτικού κέντρου Ιστορίας και Τεκμηρίωσης
4. 2ος όροφος: Επιτροπή Μεσογειακών Αγώνων 2013
5. Πατάρι: ερευνητικό τμήμα Τεχνικών Υπηρεσιών του Δήμου
6. Υπόγειο:



- Αρχείο πολεοδομικών γραφείων
- Μέρος του αρχείου του Δημοτικού Κέντρου Ιστορίας

7. Δυτική πτέρυγα
8. Ισόγειο: Τεχνικές Υπηρεσίες του Δήμου
9. 1ος όροφος: (ενοικιάζεται στο Πανεπιστήμιο Missouri Druri University)
10. 2ος όροφος (δημοτικό εκπαιδευτικό ίδρυμα)
11. Σοφίτα: γκαλερί έκθεσης.



*Εικόνα 5. Το κτίριο Σπίρερ*

#### 4.6 Κτίριο Παλαιάς Ηλεκτρικής Εταιρείας

Η Ηλεκτρική Εταιρεία Βόλου ήταν ένα από τα μεγαλύτερα εργοστάσια παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας στην Ελλάδα. Το 1926 μια συμφωνία με τον δήμο Παγασών αναλαμβάνει την παροχή αποκλειστικά ηλεκτρικής ενέργειας για την πόλη του Βόλου, η οποία διέθετε για μεγάλο χρονικό διάστημα ένα συνδυασμένο σύστημα (ηλεκτρισμού και φυσικού αερίου). Το 1957 ο Εθνικός Ηλεκτρικός Οργανισμός εξαγοράζει την τοπική επιχείρηση χρησιμοποιώντας τις ηλεκτρικές του εγκαταστάσεις μέχρι τη δεκαετία του '80. Αυτή η βιομηχανική μονάδα βρίσκεται στο κέντρο της πόλης, κατά μήκος του γραμμικού πάρκου της οδού Ρήγα Φεραίου και αποτελείται από τρία βασικά κτίρια συνολικής επιφάνειας 1.185 m<sup>2</sup> σε οικόπεδο 1.774 m<sup>2</sup>. Ειδικότερα, στο ισόγειο βρίσκεται η κύρια παραγωγή, το «εργοστάσιο», το διάωροφο πίσω κτίριο που στεγάζει την έδρα της εταιρείας μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του '80. Αργότερα, το κτίριο καταλήφθηκε για αποθήκευση υλικών. Τα τρία αυτά κτίρια ανακατασκευάστηκαν και

από το 2001 στέγασαν, μετά τις απαραίτητες παρεμβάσεις, νέες χρήσεις έχοντας ως σημαντικότερη το Κέντρο Μουσικού Θεάτρου με σκηνή 300 ατόμων καθώς και τη Δημοτική Σχολή Χορού. Δημόγλου (2005)



Εικόνα 6. Κτίριο Παλαιάς Ηλεκτρικής

#### 4.7 Το τρενάκι του Πηλίου

Το τρένο του Πηλίου ή Μουντζούρης είναι γνωστό ότι είναι τουριστικά αξιοθέατα στα χωριά του Πηλίου. Χτισμένος σε δύο στάδια, μεταξύ 1894 και 1903, ο σιδηρόδρομος αποτελεί σημείο αναφοράς για την περιοχή για 80 χρόνια. Σήμερα, το τρένο συνεχίζει να ανεβαίνει στα χωριά του Πηλίου, με διακοπή μεταξύ 1971 και 1996. Το τρένο συνέδεσε με επιτυχία το εμπορικό και βιομηχανικό κέντρο του Βόλου με το δυτικό τμήμα του Πηλίου, ενώ βοήθησε και στην ανάπτυξη και τη μεταφορά του ανατολικού Πηλίου. Η ανάπτυξη του τοπικού οδικού δικτύου τη δεκαετία του 1960, σε συνδυασμό με την αύξηση της κίνησης στην κεντρική περιοχή του Βόλου, από την οποία διέρχεται το τρένο, οδήγησε στον παροπλισμό του ως μεταφορικού μέσου μέχρι την 1η Αυγούστου 1971, οπότε και σταμάτησε να λειτουργεί. Αυτό οδήγησε σε μια τεράστια προσπάθεια από τους ντόπιους να τον επαναλειτουργήσουν ως τουριστικό σιδηρόδρομο για να αναδείξουν τη φυσική ομορφιά της περιοχής. Κατά τη δεκαετία του '80, ξεκίνησε να εμφανίζεται περιστασιακά στην περιοχή. Το 1994, ο Ο.Σ.Ε. άρχισε εργασίες αποκατάστασης της γραμμής, ώσπου, στις 25 Μαΐου του 1996 έκανε το πρώτο επίσημο δρομολόγιο, 25 χρόνια μετά την απόσυρσή του. Σήμερα, ο Μουντζούρης σ από τους στενότερους σιδηρόδρομους στον κόσμο (εύρους μόνο 60 εκ.) και διαθέτει τεχνικά έργα μεγάλης πολιτισμικής αξίας και θεωρείται παρακαταθήκη βιομηχανικής κληρονομιάς της Ελλάδας



Εικόνα 7. Το τρενάκι του Πηλίου.

<https://e-thessalia.gr/mia-fora-ki-enan-kairo-sto-moyseio-me-to-trenaki-pilioy-ton-moytzoyn/>

## 5. Συμπεράσματα- Προτάσεις.

Η βιομηχανική κληρονομιά έχει αναγνωριστεί ως σημαντικός πόρος για τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη, με έμφαση στην επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων ως παράγοντα που αναδεικνύει την ταυτότητα της πόλης και τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη. Η επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών κτιρίων μπορεί επίσης να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη με τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών, την προώθηση της επιχειρηματικότητας και την ενίσχυση του αστικού περιβάλλοντος. Αυτή η διατριβή έχει καταδείξει τις δυνατότητες της βιομηχανικής κληρονομιάς να υποστηρίξει τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη εξετάζοντας την περίπτωση του Βόλου, Ελλάδα (Ioannides, 2003). Επιπλέον, στόχος των σύγχρονων πόλεων είναι η δημιουργία κατάλληλων υποδομών για την προσέλκυση νέων επενδύσεων που θα έχουν πολλαπλασιαστικά θετικά αποτελέσματα, όχι μόνο στον οικονομικό τομέα αλλά και στους υπόλοιπους τομείς της αστικής ζωής. Η αποκατάσταση των χερσαίων εκτάσεων συμβάλλει στην προστασία και ανάδειξη της ταυτότητας μιας πόλης, ενώ υποβαθμισμένες περιοχές βελτιώνονται αισθητικά και ποιοτικά. Ταυτόχρονα, ο τρίτος τομέας της οικονομίας ενισχύεται μέσω του αστικού τουρισμού (πολιτιστικός, συνεδριακός τουρισμός κ.λπ.) και η επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών χώρων παίζει σημαντικό ρόλο στην λειτουργία της πόλης, καθώς οι ανενεργές περιοχές εντός του αστικού ιστού αξιοποιούνται αποφεύγοντας έτσι την αστική διάχυση.

Κατά συνέπεια, η πρακτική της ανάπλασης εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών χώρων αποτελεί μια πολιτική με σημαντικά πλεονεκτήματα, που υιοθετήθηκε σε σημαντικό αριθμό περιπτώσεων όπου οι τοπικές αρχές αναζήτησαν λύσεις για να

φιλοξενήσουν διάφορες αστικές χρήσεις (οικονομικές, διοικητικές, πολιτιστικές κ.λπ.) μέσα στον αστικό ιστό.

Περιλαμβάνονται όμως και ζητήματα, όπως η διατήρηση της κληρονομιάς, η εξισορρόπηση της εμπορικής χρήσης της κληρονομιάς με τη διατήρηση και η εμπλοκή των τοπικών κοινωνιών στη διαδικασία ανάπτυξης. Από την άλλη πλευρά, οι ευκαιρίες αξιοποίησης της βιομηχανικής κληρονομιάς για την τουριστική ανάπτυξη περιλαμβάνουν τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την προώθηση της πολιτιστικής και περιβαλλοντικής συνείδησης και την τόνωση της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης (Kim & Prideaux, 2005). Υπάρχουν ορισμένες συστάσεις για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και τους επαγγελματίες που εμπλέκονται στην ανάπτυξη του πολιτιστικού και βιομηχανικού τουρισμού. Αυτές οι συστάσεις περιλαμβάνουν την ανάγκη για ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο πολιτικής που θα ενσωματώνει την ανάπτυξη του πολιτιστικού και βιομηχανικού τουρισμού σε μια ευρύτερη στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης, τη δέσμευση των τοπικών κοινωνιών στην αναπτυξιακή διαδικασία, τη διατήρηση και αποκατάσταση της βιομηχανικής κληρονομιάς και την προώθηση πρακτικών αειφόρου τουρισμού (Koens et al., 2018).

Όσον αφορά την περίπτωση του Βόλου κάποιες από τις βιομηχανίες εκείνης της εποχής λειτουργούν έως και σήμερα, όπως το εργοστάσιο παραγωγής τσιμέντου, πρώην εργοστάσιο 'Όλυμπος', που λόγω συγχώνευσης μετονομάστηκε σε ΑΓΕΤ, η γνωστή ΕΨΑ που δημιουργήθηκε το 1924 και η Χαλυβουργία Ελλάδος. Η σημερινή βιομηχανία του Βόλου είναι υπαρκτή, δεν θυμίζει όμως ούτε σε μέγεθος- ούτε σε αίγλη την βιομηχανία της πόλης από την απελευθέρωση της περιοχής το 1881 έως και την έναρξη του Β' παγκοσμίου πολέμου.

Η αξιοποίηση όμως των παλαιών βιομηχανικών κτηρίων είναι σχεδόν υποδειγματική. Σε πολύ μεγάλο βαθμό το πλούσιο βιομηχανικό κτηριάκο απόθεμα της πόλης μετατραπήκε έτσι ώστε να είναι λειτουργικό, να προσελκύει το τουριστικό ενδιαφέρον και να εναρμονίζεται με την σύγχρονη πόλη αλλά και με σεβασμό στην ιστορία της.

Η μελέτη περίπτωσης του Βόλου, στα πλαίσια της Ελλάδας, έχει καταδείξει τις δυνατότητες της βιομηχανικής κληρονομιάς να υποστηρίζει τη βιώσιμη αστική ανάπτυξη παρέχοντας νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, προωθώντας την επιχειρηματικότητα και ενισχύοντας το αστικό περιβάλλον. Ωστόσο, η χρήση της βιομηχανικής κληρονομιάς για την τουριστική ανάπτυξη παρουσιάζει προκλήσεις όπως η εξισορρόπηση της εμπορικής χρήσης της κληρονομιάς με τη διατήρηση και η εμπλοκή των τοπικών κοινοτήτων στη διαδικασία ανάπτυξης (Kim & Prideaux, 2005). Για να αντιμετωπιστούν αυτές οι προκλήσεις και να μεγιστοποιηθούν τα πιθανά οφέλη από την ανάπτυξη του πολιτιστικού και βιομηχανικού τουρισμού, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι επαγγελματίες πρέπει να υιοθετήσουν μια συνολική προσέγγιση που να ενσωματώνει την ανάπτυξη του πολιτιστικού και βιομηχανικού τουρισμού σε μια ευρύτερη στρατηγική αειφόρου ανάπτυξης.

Η επαναχρησιμοποίηση βιομηχανικών μονάδων έχει θετικά αποτελέσματα στην πόλη.

Ειδικότερα, το αστικό δίκτυο του Βόλου περιλαμβάνει μια μεγάλη έκταση που εξασφαλίζει νέους δημόσιους χώρους στον αστικό ιστό και ταυτόχρονα αναβαθμίζονται οι συνοικίες όπου βρίσκονται τα εργοστάσια, ιδιαίτερα η περιοχή «Παλαιά» όπου βρίσκεται ο όμιλος Τσαλαπάτα, η οποία μέχρι σήμερα είχε περιθωριοποιηθεί.



Η επαναχρησιμοποίηση των χερσαίων εκτάσεων και νέων χρήσεων δεν πρέπει να διερευνάται αποσπασματικά αλλά στο πλαίσιο εφαρμογής ενός ευρύτερου στρατηγικού σχεδιασμού, με στόχο την ανάπτυξη του τρίτου τομέα και ιδιαίτερα αυτού του αστικού τουρισμού. Η εφαρμογή στρατηγικού σχεδιασμού προσφέρει το πλεονέκτημα να βλέπει κανείς τον αστικό χώρο ως ολότητα με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξή του. Με άλλα λόγια, η πόλη αντιμετωπίζεται ως ενιαίος οργανισμός και τα προβλήματα ή τα σχέδια ανάπτυξης δεν είναι αποσπασματικά. Ως αποτέλεσμα, τονίζεται ο αναβαθμισμένος ρόλος της αρχιτεκτονικής, πολεοδομίας και χωροταξίας ως τα βασικά εργαλεία για τη βελτίωση του αστικού τοπίου και γενικότερα της ποιότητας ζωής.

Η παρουσίαση των συγκεκριμένων εργοστασίων αναφέρεται σε λίγους από τους πολλούς βιομηχανικούς χώρους που διαθέτει η πόλη. Η συνεργασία τοπικών αρχών και φορέων για τον σχεδιασμό όλων των βιομηχανικών χώρων, η αξιοποίηση και η δημιουργική τους ένταξη στη ζωή της πόλης προς όφελος των πολιτών και των επισκεπτών αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την ανάπτυξη του Βόλου από πλευράς βιωσιμότητας.

Αναφορικά με τη μελέτη περίπτωσης της εκμετάλλευσης του βιομηχανικού ομίλου Τσαλαπάτα, η λειτουργία πολυλειτουργικού πολιτιστικού κέντρου αναμένεται να έχει θετικά αποτελέσματα στην πόλη. Από τη μία πλευρά, διασφαλίζει τους απαραίτητους δημόσιους χώρους που συμβάλλουν στην ανανέωση της εικόνας της πόλης, αναδεικνύοντάς την σε ελκυστικό προορισμό. Από την άλλη, συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ανάδειξη των χώρων αυτών ως σημαντικών σημείων αναφοράς του αστικού χώρου, ως χώρων δημόσιας μνήμης. Εξάλλου, η ανάπτυξη του αστικού τουρισμού είναι αλληλένδετη με την ιστορική και πολιτιστική ταυτότητα των πόλεων, εφόσον επιλέγονται για εκμετάλλευση τα κτίρια που έχουν ιστορική σημασία για την πόλη, συμβάλλοντας στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Επομένως, από αυτή την άποψη, ο χαρακτηρισμός του βιομηχανικού συγκροτήματος του Υπουργείου Πολιτισμού ως διατηρητέου μνημείου τον προστατεύει από πιθανές απαλλοτριώσεις, ενώ η φιλοξενία ήπιων τουριστικών χρήσεων, όπως η λειτουργία του μουσείου βιομηχανικής ιστορίας, διασφαλίζει τη λειτουργία του αποφεύγοντας την εντατικοποίηση της χρήσης αυτού του ιστορικού τόπου της πόλης.

Ωστόσο, η σημαντικότερη πτυχή που παρουσιάζει η μελέτη περίπτωσης, αφορά τη συμβολή του εργοστασίου στην ανάπτυξη του αστικού τουρισμού στο Βόλο που πρόκειται να αποτελέσει σημαντικό άξονα ανάπτυξης για την πόλη, μετά τη στροφή της τοπικής οικονομίας από τον δευτερογενή τομέα, προς όφελος των υπηρεσιών. Το ανακατασκευασμένο πεδίο που λειτουργεί ως πολυχώρος αναμένεται να προκαλέσει θετικά αποτελέσματα που θα σχετίζονται με τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων καθώς και με την αύξηση των επισκεπτών της πόλης.

Τα αναμενόμενα αποτελέσματα από την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού μέσω της επαναχρησιμοποίησης των βιομηχανικών μονάδων θα μπορούσαν να συνοψιστούν ως εξής:

- Παράταση τουριστικής περιόδου με αύξηση της συνολικής επισκεψιμότητας της πόλης από ντόπιους και ξένους τουρίστες.
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

- Βελτίωση της εικόνας της πόλης και συνακόλουθα της ανταγωνιστικότητάς της.
- Βελτίωση των συνθηκών ζωής των κατοίκων μετά την υλοποίηση βασικών υποδομών (π.χ. βελτιωμένο οδικό δίκτυο).
- Αύξηση του εισοδήματος για την πόλη.

Κατά συνέπεια, το κρίσιμο σημείο στη λήψη στρατηγικών αποφάσεων για την ανάπτυξη είναι ότι οποιαδήποτε πρόταση πρέπει να πληροί όρους βιωσιμότητας. Πρακτικά, αυτό σημαίνει σεβασμό και αποτελεσματική διαχείριση των ιστορικών και πολιτιστικών πόρων της πόλης που τους ενσωματώνουν στη σύγχρονη ζωή της πόλης. Ταυτόχρονα, η λήψη αποφάσεων θα πρέπει να είναι μακροχρόνια, λαμβάνοντας υπόψη εξαιρετικούς πόρους που διαθέτουν οι αστικοί χώροι για να διασφαλιστεί η ανανέωσή τους ή τουλάχιστον να αποφευχθεί η κατάρρευσή τους ώστε να διατεθούν στις επόμενες γενιές. Η τοπική αστική οικονομία είναι ήδη προσανατολισμένη στον τριτογενή τομέα, για παράδειγμα την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού, μέσω της εκμετάλλευσης μοναδικών τοπικών χαρακτηριστικών αποφεύγοντας με αυτόν τον τρόπο τη σπατάλη φυσικών πόρων και τη δημιουργία βιώσιμων λύσεων που θα οδηγήσουν περαιτέρω στην αστική ανάπτυξη.

Συμπερασματικά, ο τουρισμός βιομηχανικής κληρονομιάς μπορεί να αποτελέσει έναν παράγοντα διαφοροποίησης του ήδη προσφερόμενου τουρισμού της Ελλάδας με ταυτόχρονη αύξηση της τουριστικής περιόδου (Μοίρα, Π & Παρθένης, Σπ ,2011). Έτσι, οι τουρίστες θα μπορούν να εξερευνήσουν και μια άλλη πτυχή της χώρας. Με τις κατάλληλες πολιτικές ανάπτυξης, ο βιομηχανικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μέρος της οικονομικής άνθισης ακόμα και των πιο απομονωμένων περιοχών συμβάλλοντας στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και στην ανάδειξη της ιστορικής μνήμης.

Η εμπλοκή των τοπικών κοινοτήτων στη διαδικασία ανάπτυξης, η διατήρηση και αποκατάσταση της βιομηχανικής κληρονομιάς και η προώθηση βιώσιμων τουριστικών πρακτικών είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη βιώσιμων και δίκαιων αποτελεσμάτων. Τέλος, μια πρόταση για την αναβάθμιση της εικόνας και της τουριστικής ανάπτυξης στην πόλη του Βόλο αποτελεί η επαναχρησιμοποίηση του πολυ σημαντικού εικονιζόμενου κτηρίου.



Εικόνα 8: Κτήριο Γκλαβάνη.

Η φωτογραφία αφορά το Μηχανουργείο Γκλαβάνη που ιδρύθηκε το 1895 με την ονομασία τότε « Η Σφύρα» και αποτελεί μια από τις πιο παλιές βιομηχανίες του Βόλου. Το όνομα αποτελεί ενά από τα πιο γνωστά ονόματα ευρέως στην πόλη του Βόλου, καθώς ο Κωστής Γκλαβάνης υπήρξε επίσης δημαρχός της πόλης κατά την περίοδο 1908-1925, μαλιστά δε ο μακροβιότερος.

Συμπερασματικά, αυτή η διατριβή συνέβαλε στην κατανόηση των πιθανών πλεονεκτημάτων και προκλήσεων της ανάπτυξης του πολιτιστικού και βιομηχανικού τουρισμού και παρείχε συστάσεις σε υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και επαγγελματίες να αναπτύξουν μια πιο βιώσιμη και ολοκληρωμένη προσέγγιση για την ανάπτυξη του πολιτιστικού και βιομηχανικού τουρισμού.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική βιβλιογραφία

- Αγριαντώνη Χ., Βιομηχανική Αρχαιολογία και Κληρονομιά: Επικοινωνίες και Εντάσεις, περιοδικό «Αρχαιολογία», Τεύχος 89, 2003 ISO 690
- Αδαμάκης, Κ (2007). “Βιομηχανικά κτίρια του Βόλου. Αρχιτεκτονική καταγωγή και πολεοδομικός ρόλος”. Περιοδικό “ΤΙC C I Η”.
- Γοσποντίνη, Α & Μπεριάτος, Η (2006). Τα νέα αστικά τοπία και η ελληνική πόλη, εκδ. Κριτική, Αθήνα
- Δημόγλου, Α (2005). Η βιομηχανία στο Νομό Μαγνησίας από την 19<sup>ο</sup> στον 21<sup>ο</sup> αιώνα, εκδ. Κέρκυρα, Αθήνα.
- Επιτροπή, Ε. (1998). Αειφόρος Αστική Ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση: Πλαίσιο Δράσης. Βρυξέλλες, 28, 1998.
- Καλόγρη, Π., Μαργαρίτη, Φ., Τσοκόπουλος, Β (1986). «Η βιομηχανική αρχαιολογία στον ελληνικό χώρο: μια πρώτη προσέγγιση», Αρχαιολογία & Τέχνες, τεύχος 18, Φεβρουάριος.
- Μαχαίρας, Γ. (1986,) «Βιομηχανική Αρχαιολογία: Η άλλη αρχαιολογία». περιοδικό «Αρχαιολογία», τχ. 18.
- Μοίρα, Π & Παρθένης, Σπ (2011). Πολιτισμικός και Βιομηχανικός τουρισμός, εκδ. Ανοιχτή Βιβλιοθήκη, Αθήνα.
- Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας: Χώροι Ανακτήθηκε από: <https://www.uth.gr/panepistimio/me-mia-matia/horoi>
- Στεφάνου, Ι., & Μητούλα, Ρ. (2005). Οι επιδράσεις της παγκοσμιοποίησης στο ελληνικό αστικό τοπίο. Αειχώρος: Κείμενα Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Ανάπτυξης, (6), 4-19.
- Τραγανού-Δεληγιάννη, Όλ. (2006). «Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Οικομουσείων για την βιομηχανική κληρονομιά», Εν Βόλω, τεύχος 23, Οκτ.-Δεκ., σ. 20-25.

- Χαστάογλου Β., 2007, «Βόλος το Πορτραίτο της πόλης από τον 19ο αιώνα έως σήμερα», Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης Βόλου, Βόλος.

## Ξένη βιβλιογραφία

- Adamakis K (2010). "Exploitation of Volos' industrial heritage", available at: [www.greekarchitects.gr/gr/αρχιτεκτονικες-ματιες/η-αξιοποίηση-της-βιομηχανικήςκληρονομιάς-του-βόλου-id3025](http://www.greekarchitects.gr/gr/αρχιτεκτονικες-ματιες/η-αξιοποίηση-της-βιομηχανικήςκληρονομιάς-του-βόλου-id3025) (in Greek).
- Ballantyne, R., Packer, J., & Falk, J. (2011). Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short-and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling. *Tourism management*, 32(6), 1243-1252.
- Ballesteros, E. R., & Ramirez, M. H. (2007). Identity and community—Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain. *Tourism management*, 28(3), 677-687.
- Beaudet, G., & Lundgren, J. O. (1996). Industrial heritage. *Industrial heritage.*, 15(2).
- Boudhan, B., Vonk, I., & Nelissen, F. (1996). Maatschappelijk ondernemen: dienen en verdienen. SMO, Stichting Maatschappij en Onderneming.
- Carroll A.B., 1979. A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 4, p. 497-505.
- Carydis P., A. Sali, A. Petsa,(2008). "Guidelines for the mitigation of earthquake hazards in industrial facilities", Editorial section of the Documentation and Information centre of the Greek Institute for Hygienic and Security in Laboratory, p.p 240.
- Clarkson, M.B.E., 1995. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20, p. 65-91.
- Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of tourism research*, 6(1), 18-35.
- Dodd, J. E. (1988). Justice and the allocation of health care resources. *The Milbank Quarterly*, 66(1), 128-154. <https://doi.org/10.2307/3350072>
- Du Cros, H., &McKercher, B. (2020). *Cultural tourism*. Routledge.
- Eilbert, H. & Parket, I.R., 1973. The current status of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 16, p. 5-14.
- Falk, J. H., Ballantyne, R., Packer, J., & Benckendorff, P. (2012). Designing for visitors' learning. In J. G. Sandell (Ed.), *Museums, society, inequality* (pp. 237-250). Routledge.
- Feng, R. X., Otgaar, A., Berger, M. C., & van den Berg, L. (2012). *Industrial Tourism: Opportunities for City and Enterprise*. Ashgate Publishing, Ltd..
- Frew, E.A., 2000. *Industrial tourism: a conceptual and empirical analysis*. PhD Thesis, Victoria University.
- Galí-Espelt, N. (2012). Identifying cultural tourism: a theoretical methodological proposal. *Journal of heritage Tourism*, 7(1), 45-58.

- Goyder, J. (1998). *Tourism and Development in Mountain Regions*. Wallingford: CABI Publishing.
- Guccio, C., Lisi, D., Martorana, M., & Mignosa, A. (2017). On the role of cultural participation in tourism destination performance: an assessment using robust conditional efficiency approach. *Journal of Cultural Economics*, 41, 129-154.
- Habisch, A., H. P. Meister & R. Schmidpeter, 2001. *Corporate Citizenship as Investing in Social Capital*. Berlin: Logos-Verlag.
- Hall, C. M., & Weiler, B. (1992). Introduction: Tourism and the environment. In C.
- M. Hall & B. Weiler (Eds.), *Tourism and the environment: Toward a sustainable future* (pp. 1-30). John Wiley & Sons. Harris, C.D. and Ullman, 1945. The nature of cities, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 242, p. 7-17.
- Hewison, R. (1987). *The Heritage Industry: Britain in a Climate of Decline*. Methuen.
- Ioannides, D. (2003). Reinventing industrial heritage: New directions in tourism and memory. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 565-580.
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural tourism: A strategic management guide*. Channel View Publications.
- Karagiannis St., Exarhos G. (2006). *Tourism. Tourist Economy, Development, Policy*. Technical Research Centre of Crete, Greece p. 295.
- Kearns, A. & Paddison, R., 2000. New Challenges for Urban Governance. *Urban Studies*, 37(5-6), p. 845-850.
- Kim, S. S., & Prideaux, B. (2005). Marketing implications arising from a comparative study of industrial tourism in Australia and Korea. *Journal of Vacation Marketing*, 11(2), 133-146.
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). *Tourism and water: Interactions*,
- Kotler, P., Asplund, C., Rein, I. & Haider, D.H., 1999. *Marketing Places Europe*. London: Pearson Education Ltd. ???
- Loulanski, T., & Loulanski, T. (2011). Motivations and benefits of heritage tourists: A quantitative study. *International Journal of Tourism Research*, 13(2), 139-149.
- MacCannell, D. (1976). The past and future of 'symbolic interactionism'.
- .
- Mader, T., 2003. *Produzierende Betriebe als toeristische Attraktionen im Ruhrgebiet. Grundlagen, Erscheinungsformen, Probleme*. Magisterarbeit, Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, Hamburg: Diplomica.
- Madsen, H.; Ulhøi, J.P., 2001. Integrating Environmental and Stakeholder Management. *Business Strategy and the Environment*, 10, p. 77-88.
- Maslow, A.H., 1943. A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), p. 370-396. ???
- Marcon, E., Scotti, R., Bonato, G., Antonioli, F., Baruffi, F., Caffi, A. A., ... & Leonardi, M. (2000). Geomorphic evolution and soil formation in the lower Mincio River valley (northern Italy). *Catena*, 40(4), 373-393.



- McBoyle, G., 1996. Green tourism and Scottish distilleries. *Tourism Management*, 17, 4, p. 255-263.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. NY: The Haworth Hospitality Press
  
- Menzies, A., 1989. *Insights: Industrial Tourism*. London: English Tourist Board.
- Mitchell, M. & Orwig, R.A., 2002. Consumer experience tourism and brand bonding. *Journal of Product and Brand Management*, 11 (1), p. 30-41.
- Moore, N. (2002). From indigenous industry to foreign finance: the changing face of Dublin Docklands. *Land Use Policy*, Vol.19 p.325-331
  
- Murphy, P., Pritchard, M.P. & Smith, B., 2000. The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21, p.43-52.
- Osgood, C. (1958). *Ingalik social culture*.
- Osgood, C. E., & Tzeng, O. (1990). *Language, meaning, and culture: The selected papers of CE Osgood*. Praeger Publishers.
- Paddison, R., 1993. *City Marketing, Image Reconstruction, and Urban Regeneration*. *Urban Studies*, 30(2), p. 339-350, Harlow, UK: Longman.
- Page, S. J. (1995). *Urban tourism*. Routledge.
- Palmer, M., & Neaverson, P. (1998). *Industrial archaeology: principles and practice*. Psychology Press.
- Perrini, F., 2006. *SMEs and CSR Theory: Evidence and Implications from an Italian*
  
- Ponferrada, M. (2015). Social media and cultural tourism: A case study in Spain. *Journal of Vacation Marketing*, 21(1), 57-70.
  
- Post, J.E., Lawrence, A.T. & Weber, J., 1999. *Business and society; corporate strategy, public policy, ethics*. New York: McGraw-Hill.
- Post, S., 2004. 'Metropolitan Area Governance and Institutional Collective Action', in Feiock, R.C. (2004), *Metropolitan Governance: Conflict, Competition and Cooperation*, Washington D.C.: Georgetown University Press, p. 67-92.
- PSA, 2006. A Boom in Industrial Tourism. [Online]. Available at: [http://www.psa-peugeot-citroen.com/en/magazine/magazine\\_doss\\_c2.php?id=260](http://www.psa-peugeot-citroen.com/en/magazine/magazine_doss_c2.php?id=260)
  
- Pulido-Fernández, J. I., & Sánchez-Rivero, M. (2010). Attitudes of the cultural tourist: A latent segmentation approach. *Journal of Cultural Economics*, 34, 111-129.
  
- Richards, G. (2001). *Cultural tourism in Europe*. CABI Publishing.
- Richards, G. & Raymond, C., 2000. Creative tourism. *ATLAS news*, 23, p. 16–20.

- Richards, G. & Wilson, J., 2006. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27 (6), p. 1209- 1223.
- Richards, G., & Munsters, W. (2010). *Cultural tourism research methods*. CABI Publishing.
- Richards, G., & van der Ark, L. A. (2013). Dimensions of cultural consumption among tourists: Multiple correspondence analysis. *Tourism Management*, 37, 71-76.
- Rodrigue, J., Comtois, C. & Slack, B., 2006. *The Geography of Transport Systems*. New York: Routledge.
- Roido, M., Theodoropoulou, E., & Karali, B. SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE CITY OF VOLOS THROUGH REUSE OF INDUSTRIAL BUILDINGS.
- Rosentraub, M.S. & P. Helmke, 1996. Location Theory, a Growth Coalition, and a Regime in the Development of a Medium-sized City. *Urban Affairs Review*, 31, p. 482–507.
- Rossi, A. M., & Webb, R. E. (2007). The consequences of allowing unrestricted tourist access at an Aboriginal site in a fragile environment: The erosive effect of trampling. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 9(4), 219-236.
- Rothenberg, L.S., 1992. *Linking citizens to government : interest group politics at Common Cause*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Rouwendal, J. & van Loon, R., (2017). Travel purpose and expenditure patterns in city tourism: evidence from the Amsterdam Metropolitan Area. *Journal of Cultural Economics*, 41(2), 109-127.
- Ruigrok, W., Wicki, B., & Gibbert, M., 2008. What passes as a rigorous case study? *Strategic Management Journal*, 29 (13), p. 1465-1474.
- Russo, A. & Tencati, A., 2009. Formal vs. Informal CSR Strategies: Evidence from Italian Micro, Small, Medium-sized, and Large Firms. *Journal of Business Ethics*, 85, p. 339-353.
- Russo, M.V., 1999. *Environmental management: readings and cases*. Los Angeles: Sage.
- Salisbury, R.H.,1969. An Exchange Theory of Interest Groups. *Midwest Journal of Political Science*, 13 (1), p. 1-32.
- Sassen, S., 1991. *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- Schneider, M., Teske, P. & Mintrom, M., 1995. *Public entrepreneurs: Agents for change in American government*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Scott, A. & Storper, M. (Eds.), 1986. *Production, work, territory: the geographical anatomy of industrial capitalism*. London: Allen and Unwin.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*,16 (5):361-365).
- Simonson, L.R., 1974. A study of industrial plant tours as important tourist attractions. Unpublished Doctoral Dissertation, Texas, A&M University, 1974.
- Smith, M. K., & Richards, G. (Eds.). (2013). *The Routledge handbook of cultural tourism*. Routledge.
- Sousa, B. M., & Alves, G. M. (2019). The role of relationship marketing in behavioural intentions of medical tourism services and guest experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.
- Soyeze, D. (1986). Industrie tourismus (Industrial Tourism). *Erdkunde*, 105-111.

- Stebbins, Robert A. (1996). Cultural Tourism as Serious Leisure. *Annals of Tourism Research*, 23 (4), 948-950
- Steinecke, A. (2010). Culture—a tourist attraction: importance—expectations—potential. In *Trends and issues in global tourism 2010* (pp. 185-196). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Constructing heritage through place marketing: The case of Lefkosia's (Nicosia) buffer zone. *Journal of Heritage Tourism*, 6(1), 19-33.
- Tinsley, R., & Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *International journal of hospitality management*, 20(4), 367-378.
- Travel Industry Association of America (TIA), 2003. TravelScope survey 2003, "The Historic/Cultural Traveler", TIA and Smithsonian Magazine, from :[http://www.nasaaarts.org/artworks/culture\\_profile.shtml](http://www.nasaaarts.org/artworks/culture_profile.shtml).
- UNESCO, 1982,1-6, World Heritage list from : <http://www.whc.unesco.org>
- UNWTO. (2017). International tourist arrivals reach 1.2 billion in 2016.
- World Tourism Barometer, 15(1), 18.
- World Tourism Organization (2018), *Tourism and Culture Synergies*, UNWTO, Madrid, Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.18111/9789284418978>
- 
- UNWTO. (2018). *UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition*. World Tourism Organization.
- Wheeler, D. Sillanpää, M., 1997. *The stakeholder corporation. The body shop blueprint for maximizing stakeholder value*. London: Pitman.
- World Tourism Organisation & European Travel Commission (2005) *City tourism & culture: The European Experience*. Research Report No 2005/1, Madrid, Brussels στο [http://www.etc-corporate.org//DWL/ETC\\_CityTourism&Culture\\_LR.pdf](http://www.etc-corporate.org//DWL/ETC_CityTourism&Culture_LR.pdf)
- World Tourism Organisation, 1995. *Collection of Tourism Expenditure Statistics*. Technical Manual, No 2.
- Xie, P. F. (2006). Developing industrial heritage tourism: A case study of the proposed jeep museum in Toledo, Ohio. *Tourism management*, 27(6), 1321-1330.