

Από τη
Μαρία Μαθιοπούλου

mmathiopoulos@dimokratianews.gr

Μέχρι πριν από μερικά χρόνια η προ του Αθω περιοχή στο τρίτο πόδι της Χαλκιδικής, ήταν απλά ο... δρόμος για να φτάσει κανείς στο Άγιον Όρος. Η αναγνωρισιμότητά της στις αγορές του εξωτερικού ήταν περιορισμένη και αντιστρόφως ανάλογη του πλούτου της, τόσο σε φυσικό περιβάλλον όσο και σε ιστορία. Χρειάζονταν απλά μια έξυπνη και στοχευμένη κίνηση αλλά και η πρωτοβουλία των ντόπιων που αγαπούσαν τον τόπο τους, ώστε όλα αυτά να αλλάξουν. Οι τοπικοί επιχειρηματίες ανέλαβαν δράση για να προβάλουν την περιοχή τους μακριά από γραφειοκρατικές αγκυλώσεις, ακολουθώντας θεματική προσέγγιση, αυτό δηλαδή από το οποίο πάσχει ο τουρισμός στη χώρα, που μένει ακόμα προσκολλημένος στο δίπτυχο ήλιος - θάλασσα. Στις αρχές του 2010, 11 επιχειρήσεις της περιοχής, στην πλειονότητά τους τουριστικές, από ξενοδοχεία και εστιατόρια μέχρι τοπικούς παραγωγούς, αποφάσισαν να δημιουργήσουν τον Οργανισμό Τουριστικής Ανάπτυξης προ του Αθω, που έκανε δειλά δειλά τα πρώτα του βήματα.

Σημείο αναφοράς

Στόχος του ήταν να αναδείξει την περιοχή προ του Αθω, που ήταν λιγότερο προβεβλημένη τουριστικά από την υπόλοιπη Χαλκιδική αν και βρισκόταν σε απόσταση αναπνοής από το Άγιον Όρος, ένα παγκόσμιο σημείο αναφοράς. Η πρωτοβουλία ξεκίνησε από ξενοδόχους, για να συμπεριλάβει στη συνέχεια τουριστικά γραφεία, οινοποιεία, πολιτιστικούς φορείς και άλλες επιχειρήσεις. Σήμερα καλύπτει όλο το τρίτο πόδι, από την Αρναία, τον Χολομώντα και την Ιερισσό έως την Ουρανούπολη, τα Πυργαδίκια, τα Στάγειρα, την Ολυμπιάδα και την Αμμουλιανή.

Οι πρώτες διαπιστώσεις του νεότευκτου τότε οργανισμού ήταν απογοητευτικές. Ναι μεν οι ξένες αγορές γνώριζαν τη Χαλκιδική, ελάχιστοι όμως ήξεραν και προτιμούσαν αυτό το κομμάτι της. «Πηγαίναμε στις διεθνείς τουριστικές



Πανοραμική άποψη του χωριού Πυργαδίκια στη Χαλκιδική. Κάτω αριστερά: Ο μοναχός Επιφάνιος ο Μυλοποταμινός. Δεξιά: Η Μονή Σίμωνος Πέτρος

Πώς η προ του Αθω περιοχή έπαψε να είναι (μόνο) αυτή που οδηγεί στο Άγιον Όρος!

Ο συνασπισμός που δημιούργησαν στις αρχές του 2010 («επενδύοντας» στο τουριστικό όραμα) 11 τοπικές επιχειρήσεις (από ξενοδοχεία και εστιατόρια μέχρι παραγωγούς) σήμερα έχει μεγαλώσει (αριθμεί πλέον 104 μέλη) και ανοίγει αγορές σε όλη την Ευρώπη!



Οι στοχευμένες ιδέες προβολής

Οι ιδέες προβολής της περιοχής ήταν από την πρώτη στιγμή έξυπνες, πιασάρικες και στοχευμένες. Είτε επρόκειτο για ένα σεμινάριο μαγειρικής επί της μοναστηριακής κουζίνας από τον μοναχό Επιφάνιο τον Μυλοποταμινό στον πολυκώρο Recipese του φιμισμένου σεφ Jamie Oliver στο Notting Hill είτε για δημιουργική γαλλική κουζίνα από τους σεφ της γαλλικής πρεσβείας με πρώτη ύλη τα μύδια Ολυμπιάδας, όλες οι προτάσεις έφταναν στον στόχο τους. Δράσεις όπως η διαδρομή «Δρόμοι της ευλογημένης ελιάς και του λαδιού», από τα Πυργαδίκια, το Δεβελίκι, αλλά και το Μετόχι της Χρωμίτσας στην Αθωνική Πολιτεία, όπου υπάρχουν ελαιώνες, ή οι «Δρόμοι του κρασιού και των συμποσίων» μέσα από τα οινοποιεία της Αρναίας, τα ρακοκάζανα της Μεγάλης Παναγίας και του Γοματίου, και τελικό προορισμό τα οινοποιεία του Αγίου Όρους, έφεραν νέου τύπου τουρισμό στην περιοχή. Κάπως έτσι εμφανίστηκαν ξαφνικά τουρίστες που ούτε απέξω δεν περνούσαν.



εκθέσεις και γυρνούσαμε απογοητευμένοι. Και δεν καταλαβαίναμε γιατί, αφού το υλικό που είχαμε στα χέρια μας ήταν τουλάχιστον αξιοζήλευτο» σημειώνει στην «κυριακάτικη δημοκρατία» η διευθύντρια μάρκετινγκ του οργανισμού Μαρία Πάππα.

Σήμερα οι επιχειρήσεις μέλη του Οργανισμού είναι 104, με αυξητικές τάσεις, ενώ πλέον οι κρούσεις για συνεργασία από τουριστικά πρακτορεία του εξωτερικού εί-

ναι καθημερινές. Εποίως ο οργανισμός επισκέπτεται περισσότερες από 20 ευρωπαϊκές χώρες, με στοχευμένες δράσεις, ανοίγοντας συνεχώς νέους δρόμους για την προσέλκυση τουριστικών ροών, ενώ κάθε πρώτη του μήνα 1.200 e-mails φεύγουν από τα γραφεία του σε ευρωπαϊκά τουριστικά πρακτορεία.

Η χρηματοδότηση του οργανισμού καλύπτεται κατά κύριο λόγο από τις συνδρομές των μελών

του, αλλά και από τη συμμετοχή τους σε... είδος σε δράσεις φιλοξενίας, ενώ η δυναμική του προσέλυσε το ενδιαφέρον και τη στήριξη σε επίσημο στάδιο τόσο από τον ΕΟΤ όσο και από την Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Σε διάστημα τεσσάρων ετών τα στελέχη του οργανισμού ταξίδεψαν την περιοχή σε όλη την Ευρώπη, με εργαλεία τις προσκυνηματικές και αμπελοοινολογικές περιηγήσεις εντός και εκτός του Αγίου

Όρους, τις παραδοσιακές γεύσεις και τις εντυπωσιακές ακτές, αλλά και τις οκτώ ιστορικές χαρτογραφημένες περιπατητικές διαδρομές της περιοχής.

Μία από αυτές είναι ο Αριστοτελικός Περίπατος, που ξεκινά από το Άλσος του Αριστοτέλη και τα οθωμανικά Σιδηροκαύσια και καταλήγει στα Αρχαία Στάγειρα, γενέτειρα του αρχαίου φιλοσόφου, γεμάτος ιστορία, γνώση και φύση που κόβει την ανάσα.

«Πακέτα» για ομογενείς, για άνω των 55, αλλά και για μελλονύμφους

Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ έφτιαξε και ειδικά τουριστικά πακέτα για διάφορες κατηγορίες και βαλάντια, ανοίγοντας την πόρτα αγορών που μέχρι τότε η περιοχή άφηνε ανεκμετάλλευτες. Το «διακοπές στην πατρίδα» ήταν ένα πρωτότυπο τουριστικό πακέτο που ετοίμασε ο οργανισμός με αποδέκτη την ελληνική ομογένεια ανά την υφήλιο. Στόχος του ήταν να προσελκύσει στην περιοχή Έλληνες του εξωτερικού, με δέλεαρ προνομιακές τιμές, χαμηλότερες έως και 20%. Το πρόγραμμα πρόσφερε δύο πακέτα: τη χαλάρωση στα ξενοδοχεία της περιοχής και τις ξεναγήσεις στον πλούσιο θρησκευτικό και πολιτιστικό θησαυρό της, με κορυφαίο προορισμό το Άγιον Όρος.

Η προώθηση του προγράμματος ξεκί-

νησε από την Ολλανδία και συνεχίστηκε σε Γερμανία, Ηνωμένες Πολιτείες και Αυστραλία. Το οικονομικό τουριστικό πακέτο «για τους πάνω από 55 ετών» ήταν ένα ακόμα ελκυστικό εργαλείο και κατάφερε να προσελκύσει το ενδιαφέρον των Ιταλών, των Γερμανών, αλλά και των Ελλήνων τουριστών.

Θέση όμως στην περιοχή είχαν και οι μελλονύμφες. Ο οργανισμός στράφηκε και σε αυτή την αγορά, προσκαλώντας ερωτευμένα ζευγάρια να κάνουν τον γάμο τους στα ξωκλήσια και στις εκκλησίες των παραδοσιακών οικισμών, σε μικρά εκκλησάκια στις μύτες των παραλιών, στα παρεκκλήσια βουνοπλαγιών που αγνάντευαν τον Αθωνα και τον αγιορείτικο Κόλπο.

Μενού με γεύσεις μοναστηριακές και αγνά προϊόντα από τα γύρω χωριά!

ΕΝΑ ΑΠΟ τα βασικά εργαλεία του οργανισμού υπήρξε από την πρώτη στιγμή η γαστρονομία. Ξεκινώντας από τη δράση «Mount Athos Area Gourmet», που σύστησε στο κοινό τη μοναστηριακή, την αγιορείτικη, τη μεσογειακή και την προσφυγική κουζίνα, και συνεχίζοντας με τη «Mount Athos Area Kouzina», τα προϊόντα της τοπικής παραγωγής έγιναν η καλύτερη πρώτη ύλη για γευστικά πιάτα που διαφήμισαν την περιοχή παντού.

Λεμονάτο ψάρι μαγιάντικο, μπακαλιάρος αγιορείτικος με λαχανικά, χταπόδι με κριθαράκι, πατάτες γιαχνί, τυρόπιτα με φέτα Αρναίας, μύδια Ολυμπιάδας με μπουκοβο και μουντοβίνα, τσάι τριαντάφυλλο από το Παλαιοχώρι, τραχανάς, λουκου-

μάδες και κρουασάν με μέλι και καρύδια ήταν μόνο μερικές από τις γευστικές προτάσεις που έφτασαν στις ευρωπαϊκές αγορές, δελεάζοντας τους ξένους τουρίστες.

Μενού εμπνευσμένα από την αγιορείτικη διατροφή, πιάτα μυρωδάτα, βασισμένα στην παραγωγή του αγιορείτικου Κόλπου και του Αθω, οίνοι βιολογικοί, φτιαγμένοι από τα ευλογημένα χέρια των Αγιορειτών, συνταγές λιτές που αναδεικνύουν τη δύναμη της αγνής πρωτογενούς παραγωγής, φωτιές που σιγομαγειρεύουν ψάρια με λαχανικά στους νταβάδες και στα αγιορείτικα σινιά έμαθαν στον κόσμο τη μοναστηριακή κουζίνα που κατά κοινή ομολογία κλέβει τις εντυπώσεις σε όλες τις δράσεις του οργανισμού.