



**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

**ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΡΧΑΙΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ
ΕΩΣ ΤΗΝ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Εισηγητές: ΚΟΣΑΡΗ ΛΕΩΝΗ (Α.Μ.4736)
ΠΟΓΙΑ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ (Α.Μ. 4619)**

Επιβλέπων καθηγητής : ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	Σελ. 1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	Σελ. 2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ	Σελ. 3
▶ ΤΑ ΟΛΥΜΠΙΑΚΑ ΑΓΩΝΙΣΜΑΤΑ	Σελ. 5
▶ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΑΓΩΝΙΣΜΑΤΩΝ ΣΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ	Σελ. 11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΗΜΕΡΑ	Σελ. 12
▶ Η ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΈΝΩΣΗΣ	Σελ. 12
▶ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΤΗ ΛΕΥΚΗ ΒΙΒΛΟ Η ΣΥΝΘΗΚΗ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	Σελ. 14
▶ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΓΚΗ ΝΑ ΚΑΘΟΡΙΣΤΕΙ ΜΙΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	Σελ. 15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	Σελ. 16
▶ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΒΗΜΑΤΑ	Σελ. 16
▶ ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	Σελ. 17
▶ Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	Σελ. 18
▶ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΜΕΙΓΜΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	Σελ. 19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	Σελ. 20
▶ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ	Σελ. 21
▶ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	Σελ. 21
▶ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟ ΓΚΟΛΦ	Σελ. 22
▶ ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ (ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛ. ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ ΠΟΔΗΛΑΣΙΑΣ ΘΑΝΑΣΗ ΤΕΡΖΗ)	Σελ. 23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	Σελ. 24
▶ ΜΙΑ ΝΕΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	Σελ. 24
▶ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	Σελ. 25
▶ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	Σελ. 25
▶ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	Σελ. 26
▶ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	Σελ. 26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο : ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	Σελ. 27
▶ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	Σελ. 28
▶ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	Σελ. 28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο : ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΚΦΑΝΣΕΙΣ	Σελ. 32
▶ Ο ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ	Σελ. 32
▶ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ – ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ	Σελ. 33
▶ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ	Σελ. 35
▶ Η ΧΟΡΗΓΙΑ ΣΤΑ ΣΠΟΡ ΚΑΙ ΟΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ	Σελ. 37
▶ ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ	Σελ. 38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο : ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ: ΤΟ ΚΛΕΙΔΙ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ	Σελ. 38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10^ο : ΓΚΡΙΖΕΣ ΖΩΝΕΣ	Σελ. 40
▶ ΜΙΑ ΝΕΑ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ MARKETING	Σελ. 40
▶ ΟΙ 'ΓΚΡΙΖΕΣ' ΖΩΝΕΣ ΤΟΥ SPORTS MARKETING	Σελ. 41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11^ο : ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΑ	Σελ. 42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12^ο : ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΝΤΟΠΙΝΓΚ	Σελ. 46
▶ ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΦΑΡΜΑΚΟΔΙΕΓΕΡΣΗ (DOPING)	Σελ. 47
▶ ΝΤΟΠΙΝΓΚ: Η ΚΑΤΑΡΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ	Σελ. 48
▶ ΧΤΙΖΟΝΤΑΣ ΣΕ ΕΥΘΡΑΥΣΤΑ ΘΕΜΕΛΙΑ	Σελ. 49
▶ Η ΧΡΗΣΗ ΑΠΑΓΟΡΕΥΜΕΝΩΝ ΟΥΣΙΩΝ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ (ΑΡΘΡΟ ΠΡΟΕΔΡΟ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ Θ. ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ)	Σελ. 54
▶ DNA ΚΑΙ ΓΟΝΙΔΙΑ	Σελ. 58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13^ο : ΚΕΡΔΟΦΟΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΠΟΛΛΩΝ ΔΙΣ. ΔΟΛΑΡΙΩΝ Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	Σελ. 66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14^ο : ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	Σελ. 68
▶ ΛΟΓΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΙ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	Σελ. 69
▶ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	Σελ. 70
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	Σελ. 71

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο **αθλητισμός** είναι η συστηματική σωματική καλλιέργεια δράση με συγκεκριμένο τρόπο, ειδική μεθοδολογία και παιδαγωγική με σκοπό την ύψιστη σωματική απόδοση, ως επίδοση σε αθλητικούς αγώνες, στο αθλητικό και κοινωνικό γίνεσθαι. Παράλληλα, ο αθλητισμός είναι ένας κοινωνικός ο οποίος αντικατοπτρίζει τη δεδομένη κοινωνία και τον πολιτισμό της. Για παράδειγμα στην αρχαία Ελλάδα, ο αθλητισμός στην Αθήνα θεωρούνταν κοινωνικό και πολιτισμικό και είχε παιδαγωγικό χαρακτήρα, ενώ αντίθετα στην Σπάρτη ο αθλητισμός χρησιμοποιούνταν για την στρατιωτική εκπαίδευση. Ωστόσο σημαντική είναι η στρωματική διάσταση του Αθλητισμού στο πέρασμα του χρόνου. Η γενική τάση ήταν τον 18ο και 19ο αιώνα τα κατώτερα κοινωνικά στρώματα να ασχολούνται με τα «λαϊκά παιχνίδια» όπως το ποδόσφαιρο, ενώ ανώτερα κοινωνικά στρώματα με τα «ευγενή αθλήματα» όπως ιππασία, η ξιφασκία.



και
θεσμός
αγαθό
ιδίως
τα
είναι η

Ερμής (μυθολογία), προστάτης του αθλητισμού.

« Ο πόθος του Πιερ ντε Κουμπερτέν ήταν να εντάξει τον Αθλητισμό σε μια σφαιρική, παιδαγωγική και ανθρωπιστική προοπτική. Ο Αθλητισμός δεν ήταν, κατά την άποψη του, αυτοσκοπός, αλλά ένα μέσο στην υπηρεσία του πολίτη».

Ωστόσο στο σημείο αυτό πρέπει να διαχωριστεί η έννοια της άθλησης από την έννοια της άσκησης. Η άσκηση γίνεται άθληση όταν αποκτάει ανταγωνιστικό χαρακτήρα, για παράδειγμα ένας που τρέχει στο δρόμο κάνει άσκηση, ωστόσο εάν έχει κάποιον αντίπαλο ώστε για το ποιος θα τερματίσει 1ος ή ακόμα και αν ανταγωνίζεται τον ίδιο του τον εαυτό ,με το χρονόμετρο κάνει άθληση. Επίσης πρέπει να προστεθεί και η έννοια της κίνηση/κίνησης, η κινητική δράση.Ο αθλητισμός μπορεί να πάρει 5 μορφές είτε ως ερασιτεχνικός, είτε ως επαγγελματικός, είτε ως μαζικός αθλητισμός, είτε ως φυσικές δραστηριότητες, είτε με την μορφή των παιχνιδιών.



Υπάρχουν 3 θεωρίες σχετικά με τη γένεση του αθλητισμού:

1. Όλες οι αθλητικές ασκήσεις έχουν λατρευτικές ρίζες (Carl Diem)
2. Οι σωματικές ασκήσεις είναι φυσική συνέπεια των διαδικασιών της εργασίας και της παραγωγής (Μαρξιστική άποψη, Wolfgang, Eichel, Gerhard Lukas)
3. Η άσκηση είναι μια εκδήλωση ενστικτωδών κινήσεων ή παρορμήσεων (Ηθολογία, Konrad Lorenz, David Sanson, Friedrich Eppensteiner)

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Ο "Αθλητισμός" ως έννοια διαμορφώθηκε στους μετά-ομηρικούς χρόνους, καθώς η λέξη αυτή δεν συναντάται ούτε στην Οδύσσεια ούτε στην Ιλιάδα. Πιθανότατα, η έννοια διαμορφώθηκε με την καθιέρωση των ιερών αγώνων (Ολυμπιακοί αγώνες στην αρχαιότητα Ολύμπια, Πύθι, Νέμεα, Ίσθμια κατά τον 8ο αι. π.Χ. Ο αθλητισμός υπό αυτήν την μορφή είναι καθαρά αγωνιστικός κάτι βέβαια που αλλάζει με την πάροδο του χρόνου και την κατάργηση των Ολυμπιακών Αγώνων το 392/93 μ.Χ. Ο αθλητισμός θα επανεμφανιστεί αργότερα στις αρχές του 19ου αι. στη Μεγάλη Βρετανία ως Sport. Εντούτοις, η λέξη sport είναι γαλλική και χρονολογείται από την εποχή του Μεσαίωνα. Ήταν ταυτόσημη με το παιχνίδι και τη διασκέδαση.

Οι Αρχαίοι Αιγύπτιοι καθιέρωσαν πρώτοι τους αγώνες δρόμου, βάρη και την πάλη, περίπου 3.000 χρόνια π.Χ. Η Ελλάδα όμως στάθηκε η αληθινή κοιτίδα του αθλητισμού, γιατί εκεί ο αθλητισμός πήρε τη μορφή του ελεύθερου ανταγωνισμού και της ευγενικής άμιλλας. Στην Αρχαιότητα, ιεροί αγώνες θεωρούνταν μόνο οι στεφανίτες, οι αγώνες δηλαδή που είχαν ως έπαθλο τον κότινο. Χαρακτηριστική είναι η φράση του γιου του Πέρση πολέμαρχου Αρτάβανου, Τριταντέχμη: "Παπαί, Μαρδόνιε, κοίους επ' άνδρας ήγαγες μαχησομένους ημέας, οι ου περί χρημάτων τον αγώνα ποιούνται, αλλά περί αρετής", όταν λίγο μετά τη νίκη τους στα χρόνια των Περσικών Πολέμων, οι Έλληνες τελούσαν την 7η Ολυμπιάδα.

Οι πρώτοι Ολυμπιακοί Αγώνες έγιναν το 776 π.Χ., για να κατευνάσουν οι Έλληνες την οργή των θεών και να τους ευχαριστήσουν για τις ευεργεσίες τους. Για τη λαϊκή αντίληψη, με τους αγώνες αυτούς θα κέρδιζαν την εύνοια των θεών. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες ετελούντο κάθε τέσσερα χρόνια στον ιερό χώρο της Ολυμπίας Ολυμπίας. Ο αθλητής που κέρδιζε στους Ολυμπιακούς Αγώνες το στεφάνι της αγριελιάς, ξαναγύριζε θριαμβευτής στην πατρίδα του, και οι συμπατριώτες του γκρέμιζαν σ' ένα σημείο τα τείχη της πόλης, για να περάσει από κει ο νικητής -ενέργεια καθαρά συμβολική, που σήμαινε πως η πόλη που αναδείκνυε Ολυμπιονίκες δεν είχε ανάγκη από τείχη για να προασπίσει την ασφάλειά της.

Από τον 4ο αιώνα π.Χ., και κατά την περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, οι αθλητικοί αγώνες εκφυλίστηκαν και μεταβλήθηκαν σε αιματηρούς αγώνες του Ρωμαϊκού Ιπποδρόμου. Οι αγώνες αυτοί ήταν αιματηρές συγκρούσεις μονομάχων, που τους έφερναν αντιμέτωπους μέσα σε τεράστια στάδια.

Ακολουθεί μία εποχή, μετά τον 8ο αι. μ.Χ., όπου ο αθλητισμός ήταν μόνο για τους ευγενείς. Το πιο σημαντικό άθλημα ήταν οι έφιπποι ιπποτικοί αγώνες μέχρι θανάτου. Οι αντίπαλοι, χωρισμένοι σε δύο ομάδες, ρίχνονταν καταπάνω ο ένας στον άλλον, χωρίς να τηρούν κανένα αγωνιστικό νόμο ή κανόνα.

Στο 12ο αι. μ.Χ., οι άνθρωποι άρχισαν να αγωνίζονται μεταξύ τους με πιο ειρηνικό τρόπο. Πετούσαν μεγάλες σφαίρες, όπως ρίχουν σήμερα βάρη. Οι σφαίρες που πετούσαν ήταν από στουπί, τυλιγμένες με δέρμα προβάτου, και τις έριχναν καταπάνω στον τοίχο. Στην αρχή τις πετούσαν με γυμνό χέρι, σιγά-σιγά όμως η σφαίρα αυτή άλλαξε μορφή. Από τον 16ο αι., όταν πρωτοεμφανίστηκαν οι ρακέτες, οι πρωτόγονες εκείνες σφαίρες αποτέλεσαν τις σύγχρονες μπάλες της αντισφαίρισης - τένις.

Με την παγκοσμιοποίηση, ο αθλητισμός πήρε διαστάσεις οικονομικές, πολιτικές και πολιτιστικές. Δημιουργήθηκαν οι κανόνες και κανονισμοί των αθλημάτων, οι λίγκες, καθώς και οι εξειδικεύσεις στον τομέα του αθλητισμού. Τα ΜΜΕ είναι σαφώς ο μοχλός για την παγκοσμιοποίηση του αθλητισμού, ενός προϊόντος μοναδικού καθώς μπορεί να ενώσει τους ανθρώπους ανεξαρτήτως διακρίσεων. Με την παγκοσμιοποίηση αυξάνεται ο αριθμός των αθλητών και των αθλουμένων, δημιουργούνται νέοι κυβερνητικοί

και μη οργανισμοί, ενώ βελτιώνονται και οι αθλητικοί αγώνες. Ως οργανισμοί είναι τα Σωματεία, οι Αθλητικές Ανώνυμες Εταιρείες, οι Ομοσπονδίες, τα Τμήματα Αμειβομένων Αθλητών, η Εθνική Ολυμπιακή Επιτροπή, η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, καθώς και Σύνδεσμοι προπονητών, διαιτητών και κριτών.

ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ

Στη Δυτική Πελοπόννησο, σε μια ειδυλλιακή κοιλάδα ανάμεσα στον Κρόνιο Λόφο και στη συμβολή των ποταμών Αλφειού και Κλαδέου, ιδρύθηκε πριν από χιλιάδες χρόνια το Ιερό της Αρχαίας Ολυμπίας. Στο ιερό αυτό, εκτός από τις θρησκευτικές τελετές, διεξάγονταν κάθε 4 χρόνια, προς τιμή του Δία, οι πιο λαμπροί πανελλήνιοι αγώνες, γνωστοί με το όνομα "Ολύμπια". Τα "Ολύμπια", δηλαδή οι Ολυμπιακοί Αγώνες, ταυτίστηκαν με τα ιδανικά της ευγενούς άμιλλας και της ειρήνης που σφυριλάτησαν για πολλούς αιώνες την εθνική ενότητα του αρχαίου ελληνικού κόσμου. Ο χρόνος που καθιερώθηκαν οι θρησκευτικές τελετές και οι αγώνες δεν είναι γνωστός. Ωστόσο, τα αρχαιολογικά ευρήματα δείχνουν ότι η περιοχή κατοικήθηκε την 3η π.Χ χιλιετία.

Το πρώτο ιερό ήταν το Γαίο, προορισμένο για τη λατρεία της Γης. Αργότερα λατρεύτηκαν ο Κρόνος και η Ρέα. Τέλος, όταν στην Ηλεία εγκαταστάθηκαν δωρικά φύλα, το Ιερό της Ολυμπίας έγινε οριστικά πια Ιερό του Δία. Όπως μαρτυρούν πολλοί τοπικοί μύθοι, η λατρεία του Δία στην Αρχαία Ολυμπία συνδέθηκε με την καθιέρωση των αγώνων. Ένας από αυτούς αναφέρει ότι οι αγώνες διοργανώθηκαν για πρώτη φορά όταν οι πέντε αδερφοί, Ιδαίοι, Δάκτυλοι ή Κουρήτες, έφεραν από την Κρήτη στην Αρχαία Ολυμπία το Δία, νήπιο, για να τον αναθρέψουν οι νύμφες. Τότε ο μεγαλύτερος απ' αυτούς, ο Ηρακλής, έβαλε τους αδερφούς του να τρέξουν και τίμησε το νικητή με στεφάνι αγριελιάς. Οι πλούσιες τοπικές παραδόσεις διηγούνται ότι μετά τον Ιδαίο Ηρακλή αγώνες διοργανώθηκαν από πολλούς βασιλείς των Ηλείων (Αέθλιος, Ενδυμίων κ.α) καθώς και ο πανελλήνιος ήρωας Ηρακλής, ο οποίος λέγεται ότι καθόρισε το μήκος του Σταδίου, μετρώντας το με τα πόδια του. Ακόμη, ο Πέλοπας αφού νίκησε σε αγώνα αρματοδρομίας το βασιλιά της Πίσας Οινόμαο και νυμφεύτηκε την κόρη του Ιπποδάμεια, τέλεσε και αυτός αγώνες προς τιμή του Δία, που ήταν οι αξιολογότεροι από όσους είχαν τελεστεί από τότε. Την ίδια εποχή η Ιπποδάμεια καθιέρωσε τα Ηραία, αγώνες δρόμου παρθένων προς τιμή της Ήρας.

Με την πάροδο του χρόνου οι αγώνες ξεχάστηκαν. Όμως, στις αρχές του 8ου π.Χ αι. , πολύ πιθανόν στα 776 π.Χ., ο βασιλιάς των Ηλείων, Ίφιτος, τους αναδιοργανώνει, ακολουθώντας ένα χρησμό του Μαντείου των Δελφών. Την ίδια εποχή ο Ίφιτος μαζί με άλλους δύο βασιλείς, το Λυκούργο της Σπάρτης και τον Κλεοσθένη της Πίσας, συνάπτει την Ιερή Εκεχειρία. Με τη συνθήκη αυτή η περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας και της Ήλιδας ανακηρύχτηκε χώρα ιερή και απαραβίαστη και θεσμοθετήθηκε να σταματούν οι πόλεμοι και οι εχθροπραξίες κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων. Εκτοτε το Ιερό αποκτά μεγάλη αίγλη, ενώ οι αγώνες χάνουν σιγά σιγά τον τοπικό χαρακτήρα τους και γίνονται πανελλήνιοι.

Το έτος 776 π.Χ αποτελεί αφετηρία της ιστορικής περιόδου των αγώνων. Κατά το έτος αυτό τελέστηκε η 1η ιστορική Ολυμπιάδα στην οποία αναδείχτηκε ο Σταδιονίκης, ο Κόροιβος, ο Ηλείος. Εκτοτε τελούνται ανά τετραετία επί 1168 έτη συνεχώς (776 π.Χ – 393 π.Χ). Κατά τη μακραίωνη αυτή περίοδο διοργανώθηκαν συνολικά 293 Ολυμπιάδες. Η εποπτεία του Ιερού και των αγώνων ανήκε αρχικά στη γειτονική πόλη Πίσα. Όμως, μετά από αιματηρές συγκρούσεις περιήλθε οριστικά στην Ήλιδα. Η Βουλή των Ηλείων, ανώτατο όργανο του κράτους της Ήλιδας, οργάνωνε τους Ολυμπιακούς Αγώνες και για την εύρυθμη διεξαγωγή τους είχε θεσπίσει κανονισμούς που ήταν σεβαστοί από όλους τους Έλληνες. Η διεξαγωγή των αγώνων είχε ανατεθεί σε 10 Ηλείους πολίτες, τους Ελλανοδίκες, που εκλέγονταν με κλήρο. Τα κύρια καθήκοντά τους ήταν

να κρίνουν με δικαιοσύνη τους αθλητές, να απονέμουν έπαθλα στους νικητές και να τιμωρούν τους παραβάτες.

Αυστηροί ήταν οι κανονισμοί για τους αθλητές και τους θεατές. Οι αθλητές για να γίνουν δεκτοί στους αγώνες έπρεπε να έχουν προγυμναστεί επί 10 μήνες, να είναι Έλληνες ελεύθεροι και να μην έχουν διαπράξει φόνο ή ιεροσυλία. Εξάλλου οι δούλοι, οι ιερόσυλοι καθώς και οι γυναίκες ήταν απαγορευμένο να παρακολουθούν τους αγώνες. Ειδικά για τις γυναίκες η παράβαση αυτή τιμωρούνταν με κατακρημνισμό από το όρος Τυπαίο, αλλά δεν αναφέρεται περίπτωση επιβολής τέτοιας ποινής.

Όταν κηρυσσόταν η Ιερή Εκεχειρία, συνέρρεαν στην Ολυμπία χιλιάδες προσκυνητές απ' όλες τις ελληνικές πόλεις. Αυτή η πανελλήνια συνάθροιση επαναλαμβανόταν αδιάκοπα επί πολλούς αιώνες χάρη στην κοινή θρησκεία και την κοινή καταγωγή των Ελλήνων, αλλά και χάρη στην ισχυρή επίδραση που ασκούσαν στον αρχαίο ελληνικό κόσμο τα ιδεώδη των Ολυμπιακών Αγώνων: η ευγενική άμιλλα, η συναδέλφωση και η ειρήνη. Στο πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων περιλαμβάνονται αγωνίσματα γυμνικά και ιππικά. Τα γυμνικά (δρόμος, δίαυλος, δόλιχος, πάλη, πηγή κ.α) τελούνται στο στάδιο και πήραν την ονομασία αυτή επειδή οι αθλητές αγωνίζονταν γυμνοί. Τα ιππικά (αρματοδρομία τεθρίπων, ιπποδρομία κελητών κ.α) τελούνται στον Ιππόδρομο. Οι αγώνες διεξάγονταν το θέρος (Ιούλιο ή Αύγουστο), σε περίοδο που είχε πανσέληνο και συνήθως κάτω από αφόρητο καύσωνα. Αρχικά διαρκούσαν μια μέρα, αργότερα δύο, τρεις και από το 472 π.Χ πέντε μέρες. Την πρώτη μέρα, μετά τις καθιερωμένες θυσίες γινόταν στο Βουλευτήριο η ορκωμοσία των αθλητών, ενώ την τελευταία, στον πρόδομο του ναού του Δία, η λαμπρή τελετή απονομής των επάθλων. Το έπαθλο για το νικητή ήταν ένα στεφάνι αγριελιάς και αποτελούσε υπέρτατη τιμή. Άλλη εξίσου υπέρτατη τιμή ήταν το δικαίωμα του Ολυμπιονίκη να αφιερώνει το άγαλμα του στον ιερό περίβολο της Άλτεως. Μετά την υποταγή της Ελλάδας στους Ρωμαίους (146 π.Χ) οι Ολυμπιακοί Αγώνες συνεχίστηκαν για πολλούς ακόμη αιώνες. Κατά την περίοδο αυτή αναγνωρίστηκε στους Ρωμαίους το δικαίωμα να συμμετέχουν σ' αυτούς, αφού πρώτα θεωρήθηκαν ελληνικής καταγωγής. Έτσι πολλοί αυτοκράτορες και αξιωματούχοι της Ρώμης αναδείχτηκαν Ολυμπιονίκες.

Από τον 3ο μ.Χ αιώνα η ακτινοβολία του Ιερού περιορίζεται όλο και περισσότερο. Είναι φανερό ότι το τέλος πλησιάζει. Στα 393 μ.Χ οι αγώνες τελέστηκαν για τελευταία φορά. Τον επόμενο χρόνο (394) καταργήθηκαν με διάταγμα του Θεοδοσίου του Α'. Στα 426 μ.Χ με διάταγμα του Θεοδοσίου του Β' πυρπολήθηκε ο ναός του Δία. Το απροστάτευτο πια Ιερό καταστράφηκε μέσα σε λίγο χρόνο από το χριστιανικό φανατισμό. Στα 522 και 551 μ.Χ ισχυροί σεισμοί ολοκλήρωσαν την καταστροφή. Κατά των 5ο μ.Χ αι. η περιοχή κατοικήθηκε από χριστιανούς, που έχτισαν τη Βυζαντινή Εκκλησία. Μετά τον 7ο μ.Χ αι. τα ερειπωμένα μνημεία σκεπάστηκαν βαθμιαία με στρώμα χώματος, πάχους 5-7 μ, που προήλθε από τη διάβρωση του Κρονίου Λόφου και τις πλημμύρες των ποταμών Αλφειού και Κλαδέου. Στα 1829 έγιναν πρόχειρες ανασκαφές από ομάδα Γάλλων ερευνητών. Τα ευρήματα μεταφέρθηκαν στο Παρίσι και κοσμούν το Μουσείο του Λούβρου. Ωστόσο, οι πρώτες συστηματικές ανασκαφές έγιναν στα 1875 – 81 από το Γερμανικό Αρχαιολογικό Ινστιτούτο με δαπάνες τους γερμανικού κράτους. Έκτοτε οι ανασκαφές συνεχίζονται από το ίδιο Ινστιτούτο. Η αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων, έργο του Γάλλου Βαρόνου, Πιέρ Ντε Κουπερτέν, πραγματοποιήθηκε στα 1896 με αφετηρία την Αθήνα. Από τότε οι Ολυμπιακοί Αγώνες διοργανώνονται κάθε 4 χρόνια σε διάφορες πόλεις του κόσμου, όπου από το 1936, μεταφέρεται η Ολυμπιακή Φλόγα, ως σύμβολο ειρήνης, φιλίας και συναδέλφωσης των λαών. Η αφή της φλόγας γίνεται από τις ακτίνες του ήλιου με τη βοήθεια μεταλλικού κατόπτρου, μπροστά στο ναό της Ήρας. Στη περιοχή της Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας (ανατολικά του Σταδίου), βρίσκεται ο βωμός της Ολυμπιακής Φλόγας, καθώς και το μνημείο του αναβιωτή των Ολυμπιακών Αγώνων, στο οποίο έχει τοποθετηθεί, ταριχευμένη, η καρδιά του.

Τέλος, είναι αξιοσημείωτο ότι στην κωμόπολη της Ολυμπίας λειτουργεί το Μουσείο των Σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων με σπάνια εκθέματα (δάδες, ολυμπιακά γραμματόσημα κ.α).

ΤΑ ΟΛΥΜΠΙΑΚΑ ΑΓΩΝΙΣΜΑΤΑ

ΔΡΟΜΟΣ



Το παλαιότερο και σημαντικότερο άθλημα των Ολυμπιακών Αγώνων ήταν ο δρόμος. Ο νικητής του σταδίου δρόμου ήταν εκείνος που έδινε και το όνομά του στην Ολυμπιάδα. Εφευρέτες του αγωνίσματος θεωρούνται διάφορα μυθικά πρόσωπα. Ανάμεσά τους ο γνωστός ήρωας Ηρακλής και οι Κουρήτες κ.ά. Στους αγώνες οι δρομείς έτρεχαν με γυμνά πόδια. Αρχικά φορούσαν και ένα περίζωμα, το οποίο όμως αργότερα καταργήθηκε. Σύμφωνα με την παράδοση στη 15η Ολυμπιάδα (720 π.Χ.) ο Όρσιππος από τα Μέγαρα, ενώ έτρεχε άφησε να πέσει το περίζωμα και συνέχισε να τρέχει γυμνός. Ο Όρσιππος μάλιστα νίκησε σε αυτή την Ολυμπιάδα. Από τότε και μετά καθιερώθηκε οι αθλητές να αγωνίζονται γυμνοί. Στους Ολυμπιακούς

Αγώνες υπήρχαν τα παρακάτω είδη δρόμων:

Το στάδιο: δρόμος ταχύτητας ενός σταδίου, δηλαδή 600 ποδιών (αντιστοιχεί στο σημερινό δρόμο των 200 μ.). Το μήκος του σταδίου της Ολυμπίας μεταξύ των δύο βαλβίδων είναι 192,28 μ. Ο νικητής του δρόμου αυτού λεγόταν σταδιονίκης. Πρώτος σταδιονίκης στην Ολυμπία ήταν ο Ηλείος Κόροιβος. Ως τη 13η Ολυμπιάδα (728 π. Χ.) το στάδιο ήταν το μοναδικό αγώνισμα στην Ολυμπία.

Ο δίαυλος: επίσης δρόμος ταχύτητας, με διπλή διαδρομή του σταδίου, απόσταση δηλαδή 1200 ποδιών. Αντιστοιχεί με το σημερινό δρόμο των 400 μ. Ο δίαυλος εισήχθη στους Ολυμπιακούς Αγώνες στη 14η Ολυμπιάδα (724 π.Χ.).

Ο δόλιχος: (= μακρός). Δρόμος αντοχής 7 έως 24 σταδίων. Τις περισσότερες φορές η απόσταση ήταν καθορισμένη στα 20 στάδια, δηλαδή 3550-3800 μ. Το αγώνισμα εισήχθη στην 15η Ολυμπιάδα (720 π.Χ.).

Ο σπλίτης: Εισάγεται στους Ολυμπιακούς Αγώνες το 520 π.Χ., δηλαδή στην 65η Ολυμπιάδα. Πρόκειται για δρόμο ταχύτητας, όπου ο δρομέας έτρεχε φορώντας χάλκινη αμυντική πανοπλία (κράνος, κνημίδες, ασπίδα). Η διαδρομή του σπλίτη δρόμου ήταν 2 έως 4 στάδια (συνήθως 2 στάδια, όπως ο δίαυλος). Ο σπλίτης δρόμος θεωρείται ως επικήδειος αγώνας προς τιμήν κάποιου νεκρού ήρωα. Εκτός των Ολυμπιακών Αγώνων αναφέρεται και στα Νέμεα, Πύθια, Ίσθμια, Παναθήναια και σε άλλες γιορτές. Ο Παιουσανίας αναφέρει ότι στην Ολυμπία, στο ναό του Διός φυλάγονταν 25 χάλκινες ασπίδες τις οποίες μοίραζαν στους σπλιτοδρόμους για την τέλεση των αγώνων.

ΠΕΝΤΑΘΛΟ

Αποτελείτο από πέντε αγωνίσματα: το άλμα, το δρόμο, το ακόντιο, το δίσκο και την πάλη. Από τα αγωνίσματα αυτά τα τρία πρώτα θεωρούντο ελαφρά και τα δύο τελευταία βαρέα. Η παράδοση αναφέρει ότι πρώτος ο Ιάσων δημιούργησε το πένταθλο, την ένωση δηλαδή πέντε διαφορετικών αγωνισμάτων προς τιμήν του φίλου του Παλέα, ο οποίος είχε νικήσει στην πάλη, στους αγώνες που τέλεσαν οι Αργοναύτες στη Λήμνο, αλλά είχε έλθει δεύτερος σε όλα τα υπόλοιπα αγωνίσματα. Το άλμα, το ακόντιο και ο δίσκος αποτελούσαν αγωνίσματα μόνο του πεντάθλου, ενώ ο δρόμος και η πάλη διεξάγονταν και ξεχωριστά με δικό τους έπαθλο.

Ο νικητής του πεντάθλου θεωρείτο και ο πιο σπουδαίος. Μάλιστα ο Αριστοτέλης τον θεωρεί ως «τον κάλλιστον των Ελλήνων». Ωστόσο άγνωστος παραμένει ο τρόπος ανακήρυξης του πενταθλητή.

ΑΛΜΑ



Για πρώτη φορά το άλμα ως αυτόνομο αγώνισμα αναφέρεται στην Οδύσσεια, στους αγώνες των Φαιάκων προς τιμήν του Οδυσσέα (Θ 129). Επίσης στη μυθολογία αναφέρεται στους αγώνες που οργάνωσαν οι Αργοναύτες στη Λήμνο. Στην Ολυμπία το άλμα αποτελούσε πάντα αγώνισμα του πεντάθλου, το οποίο γινόταν στο στάδιο, σε ένα τετράπλευρο σκάμμα μήκους 50 ποδίων (16 μ.), γεμάτο με μαλακό χώμα. Όπως και σήμερα, στη μία πλευρά του σκάμματος υπήρχε ο βατήρ, όπου πατούσαν οι αθλητές. Μετά το άλμα του αθλητή στο σημείο που ακουμπούσαν τα πόδια του, τοποθετούσαν το σημείο, για να ξεχωρίζει η επίδοσή του, την

οποία μετρούσαν με ξύλινο κοντάρι, τον κανόνα. Κατά την εκτέλεση του άλματος οι αθλητές χρησιμοποιούσαν τους αλτήρες, λίθινα ή μολύβδινα βάρη προκειμένου να εξασφαλίσουν οι άλτες καλύτερη επίδοση. Οι αλτήρες ήταν διαφόρων τύπων, ανάλογα με το σχήμα τους: ελλειψοειδείς, αμφίσφαιροι, αμφιβαρείς, κυρίως όμως μακροί και σφαιροειδείς. Οι αλτήρες που διασώθηκαν από την αρχαιότητα έχουν βάρος 1610, 1480 ή 2018 ή ακόμη και 4629 γραμμαρίων. Ανάλογα λοιπόν με τη σωματική τους διάπλαση, οι άλτες χρησιμοποιούσαν και τους κατάλληλους αλτήρες. Ωστόσο φαίνεται ότι οι αλτήρες που έχουν μεγάλο βάρος, κατά πάσα πιθανότητα ήταν αναθηματικοί. Γνωρίζουμε επίσης ότι κατά την εκτέλεση του άλματος, η χρήση των αλτήρων δεν ήταν υποχρεωτική. Οι αλτήρες χρησιμοποιούνται από τους αθλητές όχι μόνο στο άλμα, αλλά και για να γυμνάσουν τα χέρια, τους βραχίονες και τα δάχτυλα, (η λεγόμενη αλτηροβολία) όπως δείχνουν διάφορες απεικονίσεις σε αγγεία. Το άλμα, το οποίο ήταν πάντα εις μήκος, πιθανόν να ήταν απλό, διπλό ή και τριπλό. Σύμφωνα με μαρτυρίες που υπάρχουν, κατά τη διεξαγωγή του άλματος παιζόταν αυλός, και η μουσική βοηθούσε καλύτερα τον άλτη να αποκτήσει ρυθμό στις κινήσεις του.

ΔΙΣΚΟΣ

Στην Ιλιάδα ο Όμηρος αναφέρει το δίσκο ως αγώνισμα, όταν Αχιλλέας διοργάνωσε αγώνες προς τιμήν του νεκρού φίλου του Πάτροκλου. Επίσης στην Οδύσσεια (Θ 186) ο Οδυσσέας νικά αγώνισμα του δίσκου σε αγώνες που οργάνωσαν οι Φαίακες τιμήν του. Στον Όμηρο ο δίσκος λεγόταν σόλος (βάρος που το με λουρί και το πέταγαν όπως η σημερινή σφαιρα). Στους Ολυμπιακούς Αγώνες ο δίσκος εισήχθη το 632 π.Χ. και αποτελούσε πάντα αγώνισμα του πεντάθλου. Οι δίσκοι που χρησιμοποιούσαν οι δισκοβόλοι αρχικά ήταν λίθινοι, αργότερα όμως ήταν από χαλκό, μολύβι ή σίδηρο. Όπως και σήμερα ήταν στρογγυλοί. Οι δίσκοι που διασώθηκαν ως τις μέρες μας, έχουν διάμετρο από 0,17 έως 0,34 μ. και βάρος από 1250 έως 6600 γραμμάρια. Οι μεγαλύτεροι πρέπει να ήταν αφιερώματα (όπως ο δίσκος του Κορίνθιου Ποπλίου Ασκληπιάδη, που φυλάσσεται στο Μουσείο της Ολυμπίας, νικητή στη 255η Ολυμπιάδα το 241 μ.Χ., ο οποίος φέρει εγχάρακτη επιγραφή αφιερωμένη στο Δία). Πάνω στους δίσκους εκτός από επιγραφές χάραζαν και διάφορες παραστάσεις. Συνήθως απεικόνιζαν αθλητές. Άλλες φορές πάλι έγραφαν ωδές ή διάφορες συνθήκες, όπως η συνθήκη της ιερής εκχειρίας στην Ολυμπία. Όπως φαίνεται σε διάφορες παραστάσεις αγγείων αλλά και αγαλμάτων (δισκοβόλος του Μύρωνα), ο τρόπος που έριχναν το δίσκο δεν διέφερε από το σημερινό. Οι



ο
στο
προς
έδεναν

επίδοσεις των δισκοβόλων σημειώνονταν με πασσάλους ή καρφιά, τα σημεία, και έπειτα μετρούσαν το μήκος της ρίψης με κοντάρι ή με σχοινί. Οι αθλητές χρησιμοποιούσαν τον ίδιο δίσκο στους αγώνες. Μάλιστα, ο Πausanias (VI.19.4) αναφέρει ότι στην Ολυμπία, στο Θησαυρό των Σικυωνίων φυλάσσονταν τρεις επίσημοι δίσκοι για το αγώνισμα του πεντάθλου.

ΑΚΟΝΤΙΟ

Αγώνισμα που επίσης αναφέρεται στον Όμηρο και προέρχεται από τον πόλεμο και το κυνήγι. Δύο ήταν τα είδη του ακοντισμού: ο εκήβολος, δηλαδή βολή του ακοντίου σε μήκος, και ο στοχαστικός, δηλαδή βολή σε προκαθορισμένο στόχο. Στην Ολυμπία αγώνισμα του πεντάθλου αποτελούσε ο εκήβολος ακοντισμός. Το ακόντιο ήταν ένα μακρύ ξύλινο κοντάρι μήκους 1,50-2 μ., με μυτερή την άκρη του, χωρίς μεταλλική αιχμή και πιο ελαφρύ από το πολεμικό. Ακόντια με αιχμή χρησιμοποιούσαν στο στοχαστικό ακοντισμό. Μία λουρίδα από δέρμα, η λεγόμενη αγκύλη, μήκους 0,40 μ. σχημάτιζε θηλειά στο κέντρο βάρους του ακοντίου. Στη θηλειά αυτή ο αθλητής περνούσε το δείκτη και το μέσο δάκτυλο του χεριού. Στα υπόλοιπα η τεχνική ρίψης του ακοντίου δεν διέφερε από τη σημερινή.

ΠΑΛΗ

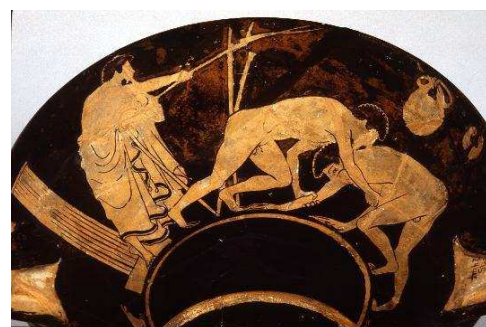
Από τα πιο αγαπημένα αγωνίσματα στην αρχαία Ελλάδα ήταν Ο Όμηρος στα «άθλα επί Πατρόκλω» μας περιγράφει σκηνές. Ως εφευρέτης του αθλήματος αναφέρεται ο Θησέας (στη πάλη τον Κερκύονα), αλλά και ο Ηρακλής (όταν νικά τους γίγαντες Αχελώο, Τρίτωνα και διάφορα τέρατα). Εκτός των δύο μυθικών όμως, και θεοί αναφέρονται ως εφευρέτες της πάλης, όπως ο και η κόρη του Παλαίστρα. Στους Ολυμπιακούς Αγώνες η πάλη ως ανεξάρτητο αγώνισμα στη 18η Ολυμπιάδα (708 π. Χ.), αλλά και ως αγώνισμα του πεντάθλου. Από την 37η Ολυμπιάδα (632 π.Χ) άρχισαν και οι παίδες να αγωνίζονται στην πάλη. Υπήρχαν δύο είδη πάλης : η ορθία πάλη ή ορθοπάλη ή σταδαία πάλη και η αλίνδησις ή κύλισις ή κάτω πάλη. Στην πρώτη αρκούσε ο παλαιστής να ρίξει κάτω τον αντίπαλό του τρεις φορές (οπότε λεγόταν τριακτήρ). Στη δεύτερη μετά την πτώση εξακολουθούσε ο αγώνας μέχρι ο ένας εκ των δύο αντιπάλων να παραδεχτεί την ήττα του, να κάνει δηλαδή την κίνηση του απαγορεύειν (ύψωνε το ένα ή τα δύο δάχτυλα του ενός χεριού). Ο ορισμός των αντιπάλων κατά (5 έως 8) ζεύγη γινόταν με κλήρο. Οι αθλητές της πάλης αγωνίζονταν με το σώμα αλειμμένο με λάδι, γυμνοί μέσα στο σκάμμα. Αρκετές παραστάσεις σε αγγεία μας δίνουν πολλές λεπτομέρειες για την εκτέλεση του αθλήματος, που όπως φαίνεται δεν διέφερε πολύ από το σημερινό. Από τις γραπτές πηγές πληροφορούμαστε τα ονόματα μεγάλων παλαιστών. Από τους πιο φημισμένους ήταν ο Μίλων ο Κροτωνιάτης, που νίκησε πέντε φορές στην Ολυμπία, επτά στα Πύθια, εννέα στα Νέμεα και δέκα στα Ίσθια.



η πάλη.
πάλης.
του με
Ανταίο,
ηρώων,
Ερμής
εισήχθη

ΠΥΓΜΗ

Αγώνισμα που επίσης θεωρείται από τα παλαιότερα, ήδη στη μινωική αλλά και τη μυκηναϊκή εποχή. Η πυγμή αναφέρεται στον Όμηρο ως ένα από τα αγωνίσματα που προς τιμή του Πατρόκλου. Κατά τη μυθολογία την πυγμή ο Απόλλωνας, αλλά και ο Ηρακλής, ο Θησέας και άλλοι Προστάτης, ωστόσο, του αγώνισματος θεωρείτο ο Απόλλωνας. Η πυγμή ως αγώνισμα στην Ολυμπία εισάγεται 23η Ολυμπιάδα (688 π.Χ.), και για τους παίδες στην 41η



γνωστό

έγιναν
εφεύρε
ήρωες.

στην
(616



π.Χ.). Οι αντίπαλοι αγωνίζονταν έως ότου ο ένας από τους δύο πέσει αναίσθητος ή παραδεχτεί την ήττα του. Και στη πυγμή, όπως και στην πάλη, τα ζεύγη των πυκτών καθορίζονταν με κλήρο. Σε παραστάσεις αγγείων που απεικονίζουν σκηνές πυγμαχίας φαίνεται ότι οι αντίπαλοι στέκονταν αντιμέτωποι με το αριστερό πόδι μπροστά και λυγισμένο το δεξί. Τα χτυπήματα γίνονταν κυρίως στο κεφάλι και το πρόσωπο. Δεν

υπήρχε χρονικός περιορισμός στη διάρκεια του αγώνα, και οι αθλητές αγωνίζονταν μέχρις ότου ο ένας από τους δύο αθλητές αναγκαστεί να απαγορεύσει, να παραδεχτεί δηλαδή την ήττα του ή να πέσει αναίσθητος. Οι αθλητές κατά τη διεξαγωγή του αγωνίσματος φορούσαν στα χέρια τους ιμάντες, οι οποίοι μάλιστα ήταν γνωστοί ήδη στη μυκηναϊκή εποχή. Ο Όμηρος, μάλιστα, μας δίνει λεπτομερή περιγραφή των ιμάντων που φορούσαν οι πύκτες: ήταν λουρίδες από λεπτό δέρμα βοδιού, τις οποίες τύλιγαν στα χέρια τους. Αργότερα, στη πρώτη φάλαγγα των δαχτύλων πρόσθεσαν λουρίδες από σκληρό δέρμα και στο εσωτερικό έβαζαν μαλλί. Από τον 4ο αι. π.Χ. και ως τα τέλη του 2ου αι. μ.Χ. οι πύκτες αντί να δένουν τους ιμάντες, φορούσαν ένα είδος γαντιού από έτοιμους περιτυλιγμένους ιμάντες. Τέλος, στα ρωμαϊκά χρόνια οι πυγμαχοί χρησιμοποιούσαν ένα πυγμαχικό γάντι ενισχυμένο με σίδηρο και μολύβι. Από τους ονομαστότερους πυγμαχούς της αρχαιότητας ήταν ο Διαγόρας ο Ρόδιος, πατέρας της Καλλιπάτειρας.

ΠΑΓΚΡΑΤΙΟ

Από τα πιο θεαματικά αγωνίσματα ήταν το παγκράτιο. Ήταν συνδυασμός πυγμής και πάλης. Η παράδοση αναφέρει ότι πρώτος Θησέας συνδύασε πάλη και πυγμή για να σκοτώσει το Μινώταυρο. Στην Ολυμπία εισάγεται στη 33η Ολυμπιάδα (648 π. αιώνας) διακρινόταν στο άνω ή ορθοστάτη παγκράτιο (όταν αθλητές αγωνίζονταν όρθιοι) και στο κάτω παγκράτιο (όταν οι αντίπαλοι έπεφταν και συνέχιζαν κάτω). Στην προπόνηση οι αθλητές χρησιμοποιούσαν συνήθως το ορθοστάτη, ενώ στους αγώνες το κάτω παγκράτιο. Οι παγκρατιαστές έπρεπε να συνδυάζουν ταυτόχρονα προσόντα των παλαιστών και των πυγμαχών, ενώ το αγώνισμα ακολουθούσε αυστηρούς κανόνες τους οποίους έπρεπε να ακολουθούν. Τα ονόματα μεγάλων παγκρατιαστών που διασώθηκαν από τις αρχαίες πηγές είναι του Λύδαμι του Συρακουσίου (πρώτου Ολυμπιονίκη στο παγκράτιο το 648 π.Χ.), του Ευκλή, του Σώστρατου του Σικυώνιου και άλλων.



ο
X.). Το
οι
αθλητές
κάτω
τα
είχε

ΑΡΜΑΤΟΔΡΟΜΙΕΣ

Ο πρώτος αγώνας αρματοδρομίας που αναφέρει η παράδοση είναι αυτός μεταξύ του Πέλοπα και του Οινόμαου, βασιλιά της Πίσας, μύθος που συνδέεται άμεσα με την Ολυμπία. Αρματοδρομίες επίσης αναφέρει και ο Όμηρος, στους αγώνες που οργάνωσε ο Αχιλλέας προς τιμήν του νεκρού φίλου του Πατρόκλου. Προστάτης του αγωνίσματος της αρματοδρομίας θεωρείτο ο θεός Ποσειδώνας. Τα αγωνίσματα αρματοδρομιών στην Ολυμπία ήταν:

Το τέθριππο: το άρμα, ένα μικρό ξύλινο δίτροχο όχημα, συρόταν από τέσσερα άλογα. Το μήκος της διαδρομής ήταν δώδεκα γύροι του ιπποδρόμου. Το τέθριππο εισάγεται στην 25η Ολυμπιάδα (680 π. Χ.) και διεξάγεται έως και το 241 μ.Χ.

Η αφήνη: εισάγεται στους Ολυμπιακούς αγώνες το 500 π.Χ. στην 70η Ολυμπιάδα και καταργήθηκε το 444 π.Χ. στην 84η Ολυμπιάδα. Το άρμα έσερναν δύο ημίονοι.

Η συνωρίδα: άρμα που έσερναν δύο άλογα. Εισάγεται στην 93η Ολυμπιάδα (408 π.Χ.). Το τέθριππο πάλων: εισάγεται στην 99η Ολυμπιάδα (348 π.Χ.). Το μήκος της διαδρομής ήταν οκτώ γύροι του ιπποδρόμου. Η συνωρίδα πάλων: εισάγεται ως αγώνισμα στην 128η Ολυμπιάδα (268 π.Χ.).



ηνίοχος ήταν ο ίδιος ο ιδιοκτήτης, αλλά στους ιστορικούς χρόνους οι ηνίοχοι δεν ήταν οι ιδιοκτήτες των αλόγων. Η νίκη, όμως, ανήκε στους ιδιοκτήτες οι οποίοι μάλιστα στέφονταν νικητές, ενώ για τον ηνίοχο το βραβείο ήταν μια μάλλινη ταινία που ο ιππότροφος (ο ιδιοκτήτης του ίππου) του έδενε στο μέτωπο. Για το λόγο αυτό στην Ολυμπία έχουμε ονόματα γυναικών που αναφέρονται ως νικητές στις αρματοδρομίες

(Κυνίσκα), παιδιών ή και πόλεων. Οι ηνίοχοι κατά την εκτέλεση του αγωνίσματος επεδίωκαν να καταλάβει το άρμα την εσωτερική πλευρά του ιπποδρόμου, προκειμένου να διανύσουν μικρότερη απόσταση. Ονομαστοί ηνίοχοι της αρχαιότητας ήταν ο Κάρρωτος (ηνίοχος του βασιλιά Αρκεσιλάου), ο Φίντις ο Συρακούσιος, ο Νικόμαχος ο Αθηναίος, ο Χρόμιος, ηνίοχος του Ιέρωνα των Συρακουσών κ.ά.

ΙΠΠΙΚΑ ΑΓΩΝΙΣΜΑΤΑ

Τα ιππικά αγωνίσματα εισάγονται για πρώτη φορά στην Ολυμπία 33η Ολυμπιάδα το 648 π.Χ. με τις ιπποδρομίες των τελείων κελήτων, ήταν αγώνισμα με αναβάτη σε άλογο που έκανε έξι φορές το γύρο ιπποδρόμου. Το 469 π.Χ. (71η Ολυμπιάδα) εισάγεται η κάλη (ιπποδρομίες φοράδων) και το 256 π.Χ. (131η Ολυμπιάδα) η ιπποδρομία των πάλων. Στις ιπποδρομίες ο αναβάτης ίππευε γυμνός, εφίππιο και αναβολείς κρατώντας το μαστίγιο και τα ηνία, όπως απεικονίζεται σε διάφορες παραστάσεις αγγείων. Το εφίππιο πιθανότατα χρησιμοποιούσαν μόνο οι πολεμιστές. Τέλος, όπως οι ηνίοχοι έτσι και οι αναβάτες υπηρετούσαν τους ιδιοκτήτες των αλόγων.



στην
το οποίο
του

δίχως

στην
το οποίο
του
δίχως



Είσοδος του σταδίου της Ολυμπίας

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΑΓΩΝΙΣΜΑΤΩΝ ΣΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ

ΟΛΥΜΠΙΑΔΑ	ΧΡΟΝΟΣ	ΑΘΛΗΜΑ	ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΙΑ ΑΘΛΗΜΑΤΟΣ
-----------	--------	--------	--------------------------------------

1 _η	776 π.Χ.	Δρόμος σταδίου	200 μ.
14 _η	724 π.Χ.	Δίαυλος (2 στάδια)	400 μ.
15 _η	720 π.Χ.	Δόλιχος (7-24 στάδια)	2.000 μ.
18 _η	708 π.Χ.	Πένταθλο και πάλη	
23 _η	688 π.Χ.	Πυγμή	
25 _η	680 π.Χ.	Τέθριππο	
33 _η	648 π.Χ.	Παγκράτιο και αγώνας ίππου κέλητος	
37 _η	632 π.Χ.	Δρόμος και πάλη παιδων	
38 _η	628 π.Χ.	Πένταθλο παιδων (μοναδική φορά)	
41 _η	616 π.Χ.	Πυγμή παιδων	
65 _η	520 π.Χ.	Οπλίτης δρόμος (2-4 στάδια)	
70 _η	500 π.Χ.	Απήνη (αρματοδρομία) (444 π.Χ) (84η κατάργηση)	
93 _η	408 π.Χ.	Συνωρίς ίππων	
96 _η	396 π.Χ.	Αγώνας σαλπικτών και κηρύκων	
99 _η	384 π.Χ.	Τέθριππο πώλων	
128 _η	268 π.Χ.	Συνωρίς πώλων	
128 _η	256 π.Χ.	Αγώνας πώλου κέλητος	
145 _η	200 π.Χ.	Παγκράτιο παιδων	

**ΑΘ
ΛΗ**

Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια κοινωνική και οικονομική δραστηριότητα με σημαντική συμβολή στους στρατηγικούς στόχους της αλληλεγγύης και της ευημερίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι μια δραστηριότητα η οποία στηρίζεται στους τομείς του τουρισμού, του αθλητισμού και του πολιτισμού.

Ο αθλητισμός έχει βασικά μια κοινωνική διάσταση αλλά συχνά παρουσιάζει και μια οικονομική διάσταση η οποία υπόκειται στο κοινοτικό δίκαιο (π.χ. η πώληση των δικαιωμάτων μεγάλων αθλητικών γεγονότων). Η συνύπαρξη των κοινωνικών και οικονομικών πτυχών του αθλητισμού είναι ένα δύσκολο έργο, αν λάβουμε υπόψη μας ότι ακόμα δεν υπάρχουν οι κατάλληλες ευρωπαϊκές συνθήκες και γενικότερα ότι δεν έχουμε μια ενιαία ευρωπαϊκή πολιτική για τον αθλητισμό. Η προτεινόμενη σήμερα ευρωπαϊκή συνθήκη για τον αθλητισμό στηρίζει, συντονίζει ή συμπληρώνει τις πολιτικές των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η Λευκή Βίβλος για τον αθλητισμό κάνει ένα σημαντικό βήμα για μια ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική. Η ανάγκη για μια τέτοια πολιτική δεν προέρχεται μόνο από το βασικό ρόλο που διαδραματίζει ο αθλητισμός στην κοινωνία ως αναπόσπαστο τμήμα της εκπαίδευσης, της υγιούς διαβίωσης, της πολιτιστικής ζωής και της ψυχαγωγίας αλλά από την ανάγκη της προώθησης της κοινωνικής συνοχής και ολοκλήρωσης. Σήμερα, το βάρος της

ευρωπαϊκής νομοθεσίας στον αθλητικό τομέα περιορίζεται κατά μεγάλο μέρος στα οικονομικά συμφέροντα, στα πλαίσια του ανταγωνισμού και κανόνων των εσωτερικών αγορών των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μια ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική πρέπει να λάβει υπόψη της μια ολόκληρη σειρά από πολύτιμες κοινωνικές λειτουργίες οι οποίες εκπληρώνονται από τον αθλητισμό.

Η ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΈΝΩΣΗΣ

Οι δραστηριότητες και οι πολιτικές των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ασκούν επίδραση στην πρακτική και στην οργάνωση του αθλητισμού στην Ευρώπη, ιδιαίτερα στην οικονομική του διάσταση. Ο νόμος του ανταγωνισμού και οι κανόνες των εσωτερικών αγορών των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ισχύουν για τον αθλητισμό μέχρι το σημείο που αποτελεί μια οικονομική δραστηριότητα.

Ένα ευρύ φάσμα ζητημάτων τα οποία αναφέρονται ουσιαστικά στην οργάνωση του αθλητισμού (όπως της σύνθεσης των εθνικών ομάδων, των κανονισμών για την κατάσταση και μεταφορά των φορέων, το doping, των δικαιωμάτων τηλεοπτικών μεταδόσεων των αθλητικών εκδηλώσεων, των κυβερνητικών επιδοτήσεων στον αθλητισμό και των χρηματοδοτήσεων του αθλητισμού) εξαρτάται όλο και περισσότερο από το κοινοτικό δίκαιο. Επομένως, η οργάνωση του αθλητισμού στην Ευρώπη εξαρτάται όλο και περισσότερο από τις αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και από τις αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Δικαιοσύνης. Αυτό εισάγει ένα σημαντικό στοιχείο αβεβαιότητας σε κάθε διαδικασία.

Εντούτοις, ο αθλητισμός, λόγω των ουσιαστικών κοινωνικών λειτουργιών που εκπληρώνει, είναι διαφορετικός από πολλές απόψεις από άλλους τομείς. Αναγνωρίζοντας αυτή την ιδιομορφία του οι αρχηγοί των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης εστίασαν την προσοχή τους στην εφαρμογή κοινών πολιτικών υιοθετώντας το Δεκέμβριο του 2000 τη Διακήρυξη της Νίκαιας η οποία αναφέρεται στα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του αθλητισμού και της κοινωνικής λειτουργίας του στην Ευρώπη.

Ο χαρακτηρισμός του έτους 2004, ως ευρωπαϊκό έτος εκπαίδευσης μέσω του αθλητισμού έδωσε έμφαση και προώθησε στα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης την κοινωνική διάσταση του αθλητισμού παρέχοντας οικονομική βοήθεια σε σχετικά αθλητικά προγράμματα στους τομείς της νεολαίας, της εκπαίδευσης, της επαγγελματικής κατάρτισης και της περιφερειακής πολιτικής.

Η Λευκή Βίβλος για τον αθλητισμό είναι ένα σημαντικό βήμα προς τα εμπρός για μια μεταβατική περίοδο. Για τον αθλητισμό είναι το πρώτο πολιτικό έγγραφο που εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στον τομέα του αθλητισμού και έχει ως στόχο να καθορίσει το ρόλο του αθλητισμού στην ευρωπαϊκή κοινωνία, να περιγράψει τις αλληλεπιδράσεις του στις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και να προτείνει στρατηγικές κατευθύνσεις για το μέλλον. Η Λευκή Βίβλος δεν επιλύει όλα τα ζητήματα που συνδέονται με την οργάνωση του αθλητισμού στην Ευρώπη και τη σχέση του με τις πολιτικές των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Δεν ικανοποιεί όλες τις προσδοκίες του αθλητικού τομέα, ιδιαίτερα όσον αφορά την καθιέρωση ενός ρυθμιστικού πλαισίου για τον αθλητισμό στην Ευρώπη. Εντούτοις, είναι ένα σημαντικό βήμα προς τη σωστή κατεύθυνση και περιέχει πολλές θετικές πτυχές:

- Ο αθλητισμός υποστηρίζεται από ένα ευρύ φάσμα κοινοτικών προγραμμάτων και δημιουργεί νέες ευκαιρίες χρηματοδότησης επενδύσεων στον τομέα του αθλητισμού και των αθλητικών δραστηριοτήτων (π.χ. αθλητικός τουρισμός)

- Προετοιμάζει το έδαφος για τη χάραξη πολιτικής στην Ευρωπαϊκή Ένωση για την αθλητική μετακίνηση με την ενθάρρυνση ή την ενίσχυση του διαλόγου μεταξύ των τομεακών αντιπροσώπων και των δημόσιων αρχών, μέσω ποικίλων μορφών και δικτύων (π.χ. δίκτυα αθλητικού τουρισμού).
- Υπογραμμίζοντας την ιδιομορφία του αθλητισμού καθώς επίσης και την ευεργετική επιρροή του στην υγεία, στην εκπαίδευση, στο κοινωνικό περιβάλλον, στον εθελοντισμό κ.λ.π., η Λευκή Βίβλος προχωρεί αρκετά προς την αναγνώριση των κοινωνικών πτυχών του αθλητισμού.

ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΤΗ ΛΕΥΚΗ ΒΙΒΛΟ Η ΣΥΝΘΗΚΗ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ

Στη διακυβερνητική διάσκεψη που διοργανώθηκε στη Λισσαβόνα το 2007, οι αρχηγοί κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενέκριναν μια Συνθήκη μεταρρύθμισης που παρέχει στον αθλητισμό μια νομική βάση η οποία έχει μπει σε ισχύ από την 1η Ιανουαρίου 2009, μετά από επικύρωση από τα κράτη μέλη. Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι πλέον ικανή να αναλάβει την πρωτοβουλία για να υποστηρίξει μια συντεταγμένη δράση ή να συμπληρώσει τις μεμονωμένες πολιτικές των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο τομέα του αθλητισμού.

Η ένταξη του αθλητισμού στη νέα ευρωπαϊκή Συνθήκη σημαίνει ότι μια συγκεκριμένη δημοσιονομική γραμμή θα δίνεται στον αθλητικό τομέα όπως έχει ήδη γίνει στους τομείς της εκπαίδευσης και του πολιτισμού (π.χ. το πρόγραμμα “δια βίου μάθησης” και το πρόγραμμα “πολιτισμός”). Ένα “αθλητικό πρόγραμμα” θα παρείχε οικονομική ενίσχυση για οργανωτικές δραστηριότητες στον αθλητικό κόσμο (π.χ. για να τους βοηθήσει να οργανώσουν ή και να ανταλλάξουν πληροφορίες ευρωπαϊκού επιπέδου και καλές πρακτικές) καθώς επίσης και για αθλητικές δραστηριότητες που στοχεύουν, σύμφωνα με τους στόχους της Λευκής Βίβλου, στη προώθηση του εθελοντισμού, στη μάχη κατά του ρατσισμού, της ξενοφοβίας και των ναρκωτικών, στη βελτίωση της δημόσιας υγείας, στην ενίσχυση του ρόλου του αθλητισμού στην εκπαίδευση και κατάρτιση, στον κοινωνικό αποκλεισμό, κ.λ.π.

Το άρθρο 149 της Συνθήκης της Λισσαβόνας δηλώνει ότι «η Ευρωπαϊκή Ένωση θα συμβάλει στην προώθηση των ευρωπαϊκών αθλητικών ζητημάτων, λαμβάνοντας υπόψη τη συγκεκριμένη φύση του αθλητισμού, τις δομές του με βάση την εθελοντική δραστηριότητα και την κοινωνική και εκπαιδευτική του λειτουργία». Η ύπαρξη μιας νομικής βάσης θα βοηθήσει να αναπτυχθεί πλήρως μια ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική έναντι των κανόνων των εσωτερικών αγορών των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των ανταγωνιστών.

Ο αθλητισμός επομένως θα παρουσιαστεί μέσα στις δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης παράλληλα με τη δημόσια υγεία, την εκπαίδευση, τη βιομηχανία και τον πολιτισμό. Οι τομείς του αθλητισμού και πολιτισμού έχουν πολλά κοινά σημεία:

- Και οι δύο αναγνωρίζονται ως διαφορετικοί από άλλους τομείς. Στη πραγματικότητα οι κεντρικές έννοιες αυτή της “πολιτιστικής εξαίρεσης” και αυτή της “αθλητικής ιδιομορφίας” που τις χαρακτηρίζουν είναι παράλληλες έναντι των άλλων.
- Και οι δύο έχουν ιδιαίτερη οικονομική σημασία: μια μελέτη που έγινε για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (τον Νοέμβριο του 2006) αναφέρει ότι ο πολιτιστικός τομέας συμβάλει με το 2.6% στο Α.Ε.Π. της Ευρωπαϊκής Ένωσης και σύμφωνα με τη Λευκή Βίβλο ο αθλητισμός συμβάλει με το 3.7% στο Α.Ε.Π.

της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά η πραγματική συμβολή του αθλητισμού στην ευρωπαϊκή οικονομία δεν έχει ακόμα μετρηθεί.

- Οι τομείς του πολιτισμού και αθλητισμού αντιμετωπίζουν κοινά ζητήματα σχετικά με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας συμπεριλαμβανομένων των δράσεων για την προστασία των δικαιωμάτων και των αγώνων ενάντια στην πειρατεία
- Ο πολιτισμός και ο αθλητισμός είναι αναπόσπαστο μέρος των ανθρώπων. Καθημερινά ο κόσμος συμμετέχει ενεργά και στις δύο αυτές δραστηριότητες και ουσιαστικά καθεμία περιλαμβάνεται ή έχει ενδιαφέρον και για την άλλη. Ο πολιτισμός και ο αθλητισμός είναι ιδανικά εργαλεία για την προώθηση του διαλόγου και της ολοκλήρωσης και μπορούν να διαδραματίσουν ένα αποφασιστικό ρόλο στην οικοδόμηση μιας ευρωπαϊκής ταυτότητας και να φέρουν την Ευρωπαϊκή Ένωση και τα όργανα της πιο κοντά στους πολίτες.

Η νέα ευρωπαϊκή Συνθήκη τοποθετεί ισότιμα και τους δύο τομείς για τη χάραξη μιας ευρωπαϊκής πολιτικής. Είναι η πρώτη φορά που ο αθλητισμός συμπεριλαμβάνεται σε μια ευρωπαϊκή Συνθήκη, ενώ ο πολιτισμός έχει ήδη συμπεριληφθεί στις δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης από τη Συνθήκη του Μάαστριχτ. Ο κόσμος του αθλητισμού ζητά να αναγνωριστεί η ιδιομορφία του αθλητισμού αλλά και η θέση του, όπως έγινε για τον πολιτισμό.

Λαμβάνοντας υπόψη τις βασικές ομοιότητες μεταξύ του αθλητισμού και του πολιτισμού και την εμπειρία που αποκτήθηκε ήδη στον τομέα του πολιτισμού, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μερικές πτυχές της ευρωπαϊκής πολιτιστικής πολιτικής ως πρότυπο για να αναπτύξουμε μια ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική.

ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΓΚΗ ΝΑ ΚΑΘΟΡΙΣΤΕΙ ΜΙΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Η αλληλεπίδραση μεταξύ του κόσμου του αθλητισμού και της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει ενταθεί σταθερά τα τελευταία χρόνια από τον αυξανόμενο αριθμό των αποφάσεων της Ευρωπαϊκής Δικαιοσύνης και των αποφάσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που ασκούν επίδραση στον αθλητισμό. Υπάρχει ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα αθλητικά ζητήματα εκ μέρους των ευρωπαϊκών οργάνων και συγχρόνως η αθλητική μετακίνηση έχει μεγαλύτερες απαιτήσεις και προσδοκίες από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Οι πρόσφατες και αναμενόμενες εξελίξεις κατευθύνονται προς την ενίσχυση των ευρωπαϊκών πολιτικών στον τομέα αθλητισμού και κατά συνέπεια του αθλητικού τουρισμού.



ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ο αθλητισμός σήμερα ελκύει το ενδιαφέρον σημαντικής μερίδας του πληθυσμού των αναπτυγμένων κοινωνιών. Το ενδιαφέρον αυτό είναι πολύμορφο με κοινό παρανομαστή πάντοτε την οικονομική σημασία του αθλητισμού η οποία, ιδιαίτερα μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, έχει αυξηθεί με ραγδαίους ρυθμούς. Η έμφαση που δίνεται στην αθλητική δραστηριότητα από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, ιδιαίτερα την τηλεόραση, αποδεικνύει κατά τον πιο πιστευτό τρόπο τη μεγάλη σημασία που αποδίδει ο κόσμος στον αθλητισμό. Ο αθλητισμός σήμερα είναι μια σημαντική επιχειρηματική δραστηριότητα γι' αυτό και αποτελεί αντικείμενο μελέτης των επιστημών του μάρκετινγκ και οικονομίας. Η διοίκηση, η διαχείριση και το μάρκετινγκ του αθλητισμού αποτελούν σήμερα καινούργιες αθλητικές επιστήμες, που προήλθαν από την ανάγκη που δημιούργησαν οι μεγάλες απαιτήσεις της σύγχρονης και πολύπλοκης λειτουργίας του αθλητισμού σε όλα τα επίπεδά του. Οι επιστήμες αυτές συνεργάζονται με άλλες επιστήμες και απαιτούν ένα ευρύ φάσμα ικανοτήτων διαφορετικών μεταξύ τους, όπως είναι η δημιουργία μακροπρόθεσμων και μεσοπρόθεσμων πλάνων, η σύνταξη του προϋπολογισμού, η εξεύρεση οικονομικών πόρων, η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού κλπ. Η ανάλυση της αθλητικής δραστηριότητας από τη σκοπιά των παραπάνω επιστημών έχει κοινά σημεία όσον αφορά το περιεχόμενο των εννοιών που χρησιμοποιούνται.

ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΒΗΜΑΤΑ

Η ιστορία του Αθλητικού Μάρκετινγκ είναι πανάρχαια – συνδέεται με τα αθλητικά γεγονότα της Αρχαίας Ελλάδας και Ρώμης. Ακόμη και εκείνα τα γεγονότα είχαν ανάγκη από προώθηση ώστε να γίνουν γνωστά και να προσελκύσουν θεατές, ενώ περιελάμβαναν επίσης χρηματικά βραβεία και χορηγούς που κάλυπταν το κόστος της διοργάνωσής τους. Όσον αφορά το ολυμπιακό κίνημα δεν είναι πολλοί αυτοί που γνωρίζουν ότι ο Κουμπερτέν ο ίδιος ήταν ίσως ο πρώτος που απευθύνθηκε για βοήθεια σε μια εμπορική επιχείρηση, προκειμένου να καλύψει μέρος των δαπανών της ΔΟΕ. Το 1902, ο Βαρόνος έπεισε την εταιρεία που κατασκεύαζε το λικέρ Μπενεντικτίν να βάλει μια ολοσέλιδη καταχώριση για το προϊόν της στο τεύχος του Οκτωβρίου της Ολυμπιακής Επιθεώρησης. (Γραμματικόπουλος Ι. Θεόδωρος 2005) Το 1914, ο Βαρόνος δεν ήξερε ίσως ότι είχε δημιουργήσει ένα πραγματικό χρυσωρυχείο χάρη στους πέντε κύκλους του. Εφόσον η τηλεόραση πρέπει να πληρώνει για το δικαίωμα να μεταδίδει τις ολυμπιακές εκδηλώσεις, τότε και τα καταναλωτικά προϊόντα πρέπει να πληρώνουν για το δικαίωμα να συνδυάζονται με τα Ολυμπιακά πράγματα. Ο γάμος ανάμεσα στο Ολυμπιακό σύμβολο και τα σήματα των διαφόρων καταναλωτικών προϊόντων, τελέστηκε με κάθε μεγαλοπρέπεια. Το Ολυμπιακό σύμβολο ζήτησε μια τεράστια προίκα από το μνηστήρα του. Για ένα καταναλωτικό προϊόν η διασύνδεση με ένα πολιτισμικό φαινόμενο που έχει, κυριολεκτικά, κατακλύσει ολόκληρο τον κόσμο, ήταν μια ευκαιρία που οι μεγιστάνες του εμπορίου και της βιομηχανίας άρπαξαν πρόθυμα, προκειμένου να εξασφαλίσουν ένα πλεονέκτημα έναντι των μεγάλων ανταγωνιστών τους. Ο ένας μετά τον άλλο οι γίγαντες έκαναν ουρά, προσφέροντας μεγάλα ποσά στη ΔΟΕ, για το δικαίωμα να παρουσιάζουν το προϊόν τους πλαισιωμένο από τους πέντε κύκλους που είχε συλλάβει ο Βαρόνος. Οι Kodak, Daimler-Benz, Brother, 3M, Fuji, McDonalds και πάρα πολλές άλλες εταιρείες, σχημάτισαν μια πραγματική παρέλαση εμπορικών μνηστήρων, που συναγωνίζονταν μεταξύ τους για το διεθνές κύρος των κύκλων. Και γιατί όχι; Από τη σχέση αυτή με το μεγαλύτερο αθλητικό υπερθέαμα και τη νεολαία του κόσμου, τους καταναλωτές του σήμερα και του αύριο, οι εταιρείες ήλπιζαν ότι θα απεκόμιζαν τα ίδια οφέλη, από την οικονομική συμμετοχή τους, όσα ήλπιζε να αποκτήσει η ΔΟΕ από τη δική της επένδυση στον Ολυμπισμό. Παρόλο που πολλοί χορηγοί, μέλη του προγράμματος TOP της ΔΟΕ είναι παλιοί και αγαπητοί συνέταιροι, η

Κόκα Κόλα είναι ένας από τους παλαιότερους και ίσως ο πιο αγαπητός. Ο λογότυπος του αναψυκτικού και η γεύση του είναι γνωστά σε ολόκληρο τον κόσμο, από τις αίθουσες συμβουλίου στους ουρανοξύστες του Χονγκ Κονγκ, μέχρι τις ταπεινότερες κατοικίες των Σουαχίλι, στους πρόποδες του Κιλιμάντζαρο στην Κένυα.

Το αθλητικό μάρκετινγκ έλαβε σημαντική ώθηση από το 1971 στις Η.Π.Α., όταν η κυβέρνηση απαγόρευσε τη διαφήμιση τσιγάρων στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Το αθλητικό μάρκετινγκ, ειδικότερα η χορηγία των αγώνων αυτοκινήτου και αντισφαίρισης, πρόσφερε τρόπους για να κρατηθούν οι μάρκες των τσιγάρων στη θέα των θεατών από το στάδιο ή την τηλεόραση, μέσω της τηλεοπτικής κάλυψης των υπό χορηγία γεγονότων. Το 1984, οι Ολυμπιακοί Αγώνες του Λος Άντζελες παρείχαν μεγάλη ώθηση στο αθλητικό μάρκετινγκ και πιστώθηκαν με την έναρξη της τάσης της μετατροπής των αθλητικών γεγονότων σε μια υπό χορηγία επιχείρηση. Αυτοί ήταν οι πρώτοι Αγώνες που εξαρτήθηκαν εξολοκλήρου από χρήματα ιδιωτών, κυρίως από μεγάλες χορηγίες και όχι από το δημόσιο χρήμα. Ενώ παλαιότερες Ολυμπιακές πόλεις υπέστησαν μεγάλες οικονομικές απώλειες, οι Αγώνες του Λος Άντζελες απέφεραν κέρδος. Παρ' όλα αυτά πολλοί έχουν κριτικάρει αυτήν την πρακτική της εισροής της εταιρικής χορηγίας στην Ολυμπιάδα και ακόμη και η Ολυμπιακή Επιτροπή έχει αντιδράσει αρνητικά στο βαθμό αυτό της εμπορευματοποίησης. (Γραμματικόπουλος Ι. Θεόδωρος) Το αθλητικό μάρκετινγκ είναι μία καινούργια περιοχή για επιστημονική μελέτη και διεκδικεί μια ιδιαίτερη επιστημονική και επαγγελματική μεταχείριση, λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών του αθλητισμού ως «προϊόντος προς πώληση». Έτσι, η γνώση των βασικών αρχών και λειτουργιών του μάρκετινγκ, σε συνδυασμό με την γνώση των ειδικών χαρακτηριστικών του αθλητικού προϊόντος, αποτελούν αναγκαία εφόδια τόσο για τα διοικητικά στελέχη του αθλητισμού που ενδιαφέρονται για την ανάπτυξή του, όσο και για τα στελέχη επιχειρήσεων που αξιολογούν τον αθλητισμό ως μέσο προώθησης των επιχειρήσεών τους.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Οι σημερινές δραστηριότητες που σχετίζονται με το αθλητικό μάρκετινγκ_εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τους ειδικούς προώθησης και τους χορηγούς. Ωστόσο, στις μέρες μας έχει προστεθεί και ένας νέος παράγοντας, αυτός των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (Μ.Μ.Ε.), ο οποίος διεκδικεί αναμφίβολα έναν από τους σημαντικότερους ρόλους. Τα ΜΜΕ επιτρέπουν σε θεατές να έχουν πρόσβαση στον αθλητισμό ανεξάρτητα από τον τόπο διαμονής τους, ενώ παράλληλα λειτουργούν ως φορέας προώθησης του αθλητικού προϊόντος μέσω των μη αθλητικών προγραμμάτων τους. Ακόμη, δαπανούν σημαντικούς πόρους, μέσω χορηγιών, προκειμένου να διεκδικούν και να διατηρούν συνεργασίες που αφορούν τη μετάδοση μιας σειράς αθλητικών γεγονότων. Όσο η δημογραφική σύνθεση των καταναλωτών αθλητικών προϊόντων γίνεται πιο σύνθετη – και ο ανταγωνισμός για τον τρόπο ανάλωσης των χρημάτων που διαθέτει ο αθλούμενος ή ο θεατής πιο πιεστικός – τόσο αυξάνεται και η ζήτηση για επαγγελματικές υπηρεσίες αθλητικού μάρκετινγκ. Τα στελέχη του σύγχρονου μάρκετινγκ χρειάζονται ένα λογικό και συνεκτικό σύστημα το οποίο συνδέει τους αθλητικούς καταναλωτές με τα αθλητικά προϊόντα. Θα μπορούσαμε, ενδεχομένως, να αποκαλούμε αυτό το σύστημα αθλητικό μάρκετινγκ. Τι είναι, όμως, το αθλητικό μάρκετινγκ; Ο όρος εμφανίστηκε αρχικά στο περιοδικό Advertising Age το 1978, αναφερόμενος σε όλες εκείνες τις δραστηριότητες του μάρκετινγκ καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων και υπηρεσιών στις οποίες χρησιμοποιείται ο αθλητισμός ως εργαλείο προώθησης. Σήμερα γίνεται πλέον εύκολα αντιληπτό, ακόμη και από τον πλέον αδαή τηλεθεατή, πως οι αθλητικές εικόνες και τα πρόσωπα χρησιμοποιούνται για την προώθηση όπως η μύρα, τα αυτοκίνητα και άλλα. ωστόσο, η συγκεκριμένη προσέγγιση του όρου θεωρείται σήμερα ιδιαίτερα στενή γιατί δεν λαμβάνει υπόψη ένα σημαντικό μέρος του αθλητικού μάρκετινγκ το οποίο αφορά το μάρκετινγκ των

αθλητικών προϊόντων, γεγονότων και υπηρεσιών. Κατά συνέπεια, το αθλητικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει δύο συστατικά μέρη:

1. Το μάρκετινγκ του αθλητισμού (όπως εφαρμόζεται, για παράδειγμα, στις δραστηριότητες μιας επαγγελματικής ομάδας μπάσκετ).

2. Το μάρκετινγκ μέσω του αθλητισμού (όπου ένας χορηγός αναπτύσσει διασυνδέσεις με την παραπάνω ομάδα μπάσκετ για να προωθήσει μια μάρκα μπύρας, ένα μοντέλο αυτοκινήτου, ή τραπεζικές υπηρεσίες).

Με δεδομένη την παραπάνω προσέγγιση της αθλητικής βιομηχανίας και του αθλητικού μάρκετινγκ, οι Mullin, Hardy & Sutton δίνουν τον παρακάτω ορισμό: «Το αθλητικό μάρκετινγκ αποτελείται από όλες εκείνες τις δραστηριότητες που έχουν σχεδιαστεί για να ικανοποιούν τις ανάγκες και τις επιθυμίες των αθλητικών καταναλωτών μέσω της διαδικασίας της συναλλαγής. Το αθλητικό μάρκετινγκ έχει αναπτύξει δύο διαστάσεις: το μάρκετινγκ των αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών απευθείας στους καταναλωτές του αθλητισμού, και το μάρκετινγκ άλλων καταναλωτικών και βιομηχανικών προϊόντων μέσω της αθλητικής προώθησης».(Matthew D.Shank 2004.)

Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ο όρος «αθλητικό μάρκετινγκ» αναφέρθηκε αρχικά στις Ηνωμένες Πολιτείες από την Advertising Age το 1978. Από τότε χρησιμοποιείται για να περιγράψει ποικίλες δραστηριότητες που συνδέονται με την προώθηση του αθλητισμού. Δύο ευδιάκριτα ρεύματα υπάρχουν μέσα στην ευρεία έννοια μάρκετινγκ: το μάρκετινγκ “του” αθλητισμού και το μάρκετινγκ “μέσω” του αθλητισμού. (Γραμματικόπουλος Ι. Θεόδωρος 2005) «Μάρκετινγκ “του” αθλητισμού» Αυτό αναφέρεται στη χρήση των μεταβλητών του μείγματος μάρκετινγκ να διαβιβάσει τα οφέλη της συμμετοχής και παρακολούθησης του αθλητισμού στους πιθανούς καταναλωτές. Τελικά, στόχος είναι να εξασφαλιστεί η επιβίωση του αθλητισμού σε συνθήκες που συνεχώς μεταβάλλονται. Αυτή η πτυχή του μάρκετινγκ μόλις πρόσφατα αναπτύχθηκε στους αθλητικούς οργανισμούς. Η επιβίωση εξαρτάται κατά ένα μεγάλο μέρος από τον κύριο σκοπό του αθλητικού οργανισμού. Οι εθνικοί αθλητικοί οργανισμοί που συνδέονται κυρίως με τους «ελίτ» επαγγελματικούς αθλητικούς αγώνες θα προσπαθήσουν να αναπτύξουν το μείγμα μάρκετινγκ για να εξασφαλίσουν ότι το αθλητικό προϊόν είναι ελκυστικό ως μορφή ψυχαγωγίας και ζωντανής ανταπόδοσης. Οι εθνικοί αθλητικοί οργανισμοί θα είναι επίσης αρμόδιοι να εξασφαλίσουν ότι η συμμετοχή στον αθλητισμό παραμένει υγιείς. Οι συμμετέχοντες είναι η πηγή ενέργειας του αθλητισμού, καθώς γίνονται η επόμενη γενιά των πρωταθλητών αλλά και των θεατών. (David Shilbury-Shayne Quick-Hans Westerbeek-George Costa 2007) «Μάρκετινγκ “μέσω” του αθλητισμού». Ο θεσμός της χορηγίας από εταιρίες είναι ένα παράδειγμα μάρκετινγκ «μέσω» του αθλητισμού. Οι μεγάλες εταιρίες χρησιμοποιούν τον αθλητισμό ως όχημα για να προάγουν και να διαφημίζουν τα προϊόντα τους, συνήθως στις συγκεκριμένα ευπροσδιόριστες δημογραφικές αγορές, που είναι γνωστό ότι παρακολουθούν ή συμμετέχουν σε κάποιο συγκεκριμένο спор. Ο αθλητισμός, με το σημαντικό τηλεοπτικό χρόνο που του διατίθεται, είναι πολύ ελκυστικός στις εταιρίες που επιδιώκουν να προάγουν τα προϊόντα τους. Η ανάπτυξη των προγραμμάτων εγκεκριμένων αγαθών (licensing) είναι ένα άλλο παράδειγμα μάρκετινγκ μέσω του αθλητισμού. Χαρακτηριστικά, σημαντικές επιχειρήσεις πληρώνουν για το δικαίωμα να χρησιμοποιούν ένα αθλητικό λογότυπο και να το βάλουν στα προϊόντα τους για να υποκινήσουν τις πωλήσεις. (David Shilbury-Shayne Quick-Hans Westerbeek-George Costa 2007)

Λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις προοπτικές, και τις πληροφορίες σχετικά με το μάρκετινγκ γενικά, ο ακόλουθος ορισμός για το αθλητικό μάρκετινγκ φαίνεται πιο αντιπροσωπευτικός: «Το αθλητικό μάρκετινγκ

είναι μια κοινωνική και διοικητική διαδικασία από την οποία ο αθλητικός μάνατζερ επιδιώκει να λάβει αυτό που οι αθλητικοί οργανισμοί χρειάζονται και επιθυμούν μέσω της δημιουργίας και της ανταλλαγής προϊόντων και αξίας με άλλους».(Γραμματικόπουλος Ι. Θεόδωρος)

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΜΕΙΓΜΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Παρακάτω παραθέτονται οι στρατηγικές των επτά συστατικών του μείγματος μάρκετινγκ που αποτελούνται από τις τέσσερις παραδοσιακές μεταβλητές του μάρκετινγκ που προαναφέραμε, συν τις τρεις παραμέτρους των υπηρεσιών: διαδικασία, άνθρωποι και φυσικά στοιχεία. Αναλυτικότερα: Προϊόν – διασφαλίζει ότι τα χαρακτηριστικά του προϊόντος παρέχουν οφέλη στον καταναλωτή (συμπεριλαμβάνει τον προσδιορισμό του πραγματικού προϊόντος). Τιμή – διασφαλίζει ότι το προϊόν είναι τιμολογημένο σε ένα επίπεδο που αντικατοπτρίζει την καταναλωτική αξία. Τόπος – διανέμει το προϊόν στο σωστό χώρο και τη σωστή στιγμή επιτρέποντας ευκολία πρόσβασης στην αγορά. Υλικά στοιχεία - είναι τα ορατά και /ή απτά χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως το σχέδιο, η κατασκευή και γενικά η αισθητική προσέλευση. Διαδικασία – αντιπροσωπεύει τη σύγκλιση των λειτουργιών του μάρκετινγκ και έτσι επηρεάζει τη σε πραγματικό χρόνο παράδοση και την ποιότητα. Άνθρωποι – είναι υπεύθυνοι για την παράδοση του γεγονότος και αποτελούν το βασικό παράγοντα διαφοροποίησης της παρεχόμενης ποιότητας κατά τη διαδικασία κατανάλωσης. Διαφήμιση – επικοινωνεί την ικανότητα του προϊόντος να ικανοποιήσει τον καταναλωτή του μέσω της διαφήμισης, των προσωπικών πωλήσεων, της προώθησης πωλήσεων, της χορηγίας, των δημοσίων σχέσεων και της προώθησης εγκεκριμένων προϊόντων κατανάλωσης. Στον αθλητισμό, ο συνδυασμός και η εφαρμογή αυτών των μεταβλητών του μείγματος μάρκετινγκ μεταβάλλονται λόγω των μοναδικών χαρακτηριστικών του αθλητικού προϊόντος. Η πιο ξεχωριστή διαφοροποίηση από τις παραδοσιακές τέσσερις παραμέτρους του μάρκετινγκ είναι όχι μόνο η επέκτασή τους σε 7, αλλά η σειρά που τις συστήνουμε για να αποφασίσουμε τις στρατηγικές μάρκετινγκ για τις αθλητικές εταιρίες αναψυχής, ιδιαίτερα εκείνες που βασίζονται σε εγκαταστάσεις που φιλοξενούν αθλητικά δρώμενα. Αυτή η επέκταση και η ανακατάταξη λαμβάνουν υπόψη, επίσης, τα ειδικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα του αθλητισμού.(David Shilbury-Shayne Quick-Hans Westerbeek-George Costa 2007)

ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΔΙΕΞΟΔΟ ΣΤΟ ΜΟΝΟΔΙΑΣΤΑΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ «ΗΛΙΟΣ- ΘΑΛΑΣΣΑ» ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΕΙ ΤΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΡΩΣΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.

Πάνω από 220 εκατομμύρια τον χρόνο υπολογίζεται ότι είναι οι τουρίστες που ενδιαφέρονται «να κάνουν κάτι» στις διακοπές τους το οποίο να συνδέεται με αθλητικές δραστηριότητες- όπως γκολφ, περιήγηση, ιππασία, ποδηλασία, κατάδυση ή απλώς περπάτημα. Για την Ελλάδα οι ειδικές - εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στις οποίες συγκαταλέγεται ο «αθλητικός τουρισμός αναψυχής», προσφέρουν συγκριτικά πλεονεκτήματα όπως η προοπτική επιμήκυνσης της τουριστικής δραστηριότητας, αλλά και η προσέλευση του «ποιοτικά» επιθυμητού τουρίστα. Στη χώρα ωστόσο δεν έχει εφαρμοστεί ολοκληρωμένη στρατηγική



«Οι τουρίστες του αθλητικού τουρισμού μπορούν να αναπτύξουν τον δωδεκάμηνο τουρισμό» σημειώνει ο κ. Αχ. Τζίμας, ιδρυτής του εγχειρήματος Sports Tourism Greece από το 2004, με στόχο την προώθηση εξειδικευμένης εθνικής στρατηγικής ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού σε όλη την Ελλάδα, αλλά και της Rhodes Windsurfing, Kitesurfing & Sailing Academy (RWA) στη Ρόδο. «Ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής (αθλήματα όπως windsurfing και kitesurfing, ιστιοπλοΐα,

καταδύσεις, γκολφ, ιππασία, mountain bike, αναρρίχηση, κ.ά.) έχει υπολογιστεί ότι προσελκύει το 10% των συνολικών αφίξεων στην Ελλάδα», αν και δεν έχει γίνει επίσημη καταγραφή, σημειώνει. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ), ποσοστό 25% των τουριστών παγκοσμίως επιθυμούν να ασχολούνται παράλληλα με κάποιο σπορ στις διακοπές τους, με τις διεθνείς αφίξεις το 2009 να υπολογίζονται στα 880 εκατομμύρια.

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ

25%

των τουριστών
κάνει σπορ
στις διακοπές

220 εκατ.

οι διεθνείς αφίξεις
για αθλητικό
τουρισμό

15 εκατ.

τουρίστες
ταξιδεύουν
για windsurfing

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια συνειδητή στροφή της τουριστικής κατανάλωσης προς τη ζήτηση των ειδικών-εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η τάση αυτή ωστόσο δεν σημαίνει μετατόπιση της ζήτησης από τον μαζικό τουρισμό σε ειδικές-εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αλλά σηματοδοτεί αύξηση της ζήτησης και για πιο εξειδικευμένα και στοχευμένα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Ειδικότερα σε ό,τι αφορά το windsurfing (ιστιοσανίδα), τουλάχιστον 15 εκατομμύρια άνθρωποι υπολογίζονται στον κόσμο ως δυνητικοί «αθλητικοί τουρίστες» με επιθυμία όταν πηγαίνουν διακοπές να κάνουν το αγαπημένο τους σπορ (windsurfing ή kitesurfing-αετός με σανίδα). Η χώρα κατατάσσεται πρώτη σε παγκόσμιο επίπεδο σε διαθεσιμότητα ανέμων για το άθλημα αυτό οκτώ μήνες κάθε χρόνο, στερείται όμως των υψηλών επιδόσεων ως αθλητικός προορισμός στους «ενεργητικούς» (active) τουρίστες. «Η Ελλάδα δεν έχει επαρκώς προβληθεί ως προορισμός του είδους αυτού» υπογραμμίζει ο κ. Τζίμας, σημειώνοντας ότι «δεν συμμετέχουμε σε διεθνείς εκθέσεις, όπως το Ναυτικό Σαλόνι της Γαλλίας». Ακόμη, αναφέρεται στην έλλειψη υποδομών,

ενώ τονίζει την ανάγκη δημιουργίας «τράπεζας πληροφοριών» για τις αθλητικές δραστηριότητες που προσφέρονται σε όλες τις περιοχές της επικράτειας.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα πρώτα αποτελέσματα της έρευνας παρουσίασε στο Συνέδριο International Conference on Tourism Destination Management Κως 2009, μαζί με τον κ. Χ.



Πετρέα,

σύμβουλο περιφερειακής και τουριστικής ανάπτυξης και εμπειρο- γνώμονα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μεταξύ των συμπερασμάτων προκύπτει ότι οι «αθλητικοί» τουρίστες επιστρέφουν στον προορισμό εάν μείνουν ικανοποιημένοι.

ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟ ΓΚΟΛΦ

Σημαντικές προοπτικές παρουσιάζει και η δημιουργία γηπέδων γκολφ στη χώρα, με το επενδυτικό ενδιαφέρον να εντείνεται καθώς ο αριθμός των γηπέδων αυξάνεται παγκοσμίως κατά 3% κάθε χρόνο και των παικτών κατά 5%. Πάνω από 60 εκατομμύρια υπολογίζονται οι παίκτες του γκολφ που φιλοξενούνται σε 32.000 γήπεδα γκολφ ανά τον κόσμο, ενώ στην Ευρώπη υπάρχουν σχεδόν 7 εκατ. άτομα που ασχολούνται με το άθλημα. Σύμφωνα με έρευνα της KPMG (Golf Benchmark Survey 2007), η επιχειρηματική απόδοση των γηπέδων γκολφ στην περιοχή της Νοτιοανατολικής Μεσογείου αναμένεται να είναι «άριστη» κατά 31% ή «καλή» κατά 69%, σε αντίθεση με την απόδοση στη Δυτική Ευρώπη που κρίνεται «καλή» κατά 56% και «άριστη» κατά 17%.

Καθώς αναμένεται ακόμα η αξιοποίηση του γκολφ Αφάντου της Ρόδου- με τρία επενδυτικά σχήματα να έχουν περάσει στη δεύτερη φάση του διαγωνισμού της Εταιρείας Τουριστικής Ανάπτυξης (ΕΤΑ)- στη χώρα υπάρχουν έξι γήπεδα γκολφ, πέντε 18 οπών στη Γλυφάδα, στην Κέρκυρα, στη Ρόδο (Αφάντου), στη Χαλκιδική (Πόρτο Καρράς) και στη Χερσόνησο της Κρήτης και ένα γήπεδο 9 οπών στην Ελούντα της Κρήτης, τα οποία εξυπηρετούν 1.300 παίκτες. Το 2010 επίσης ξεκίνησε τη λειτουργία του και το γήπεδο γκολφ 18 οπών (το πρώτο signature γήπεδο γκολφ στην Ελλάδα) στις εγκαταστάσεις Navarino Dunes της Costa Navarino, έργο της TEMES AE στη Μεσσηνία, που έχει σχεδιάσει ο πρωταθλητής του γκολφ Μπέρναρντ Λάνγκερ σε συνεργασία με τη European Golf Design και θα διαχειρίζεται η Troon Golf. Η τελευταία θα διαχειρίζεται και το δεύτερο γήπεδο γκολφ που θα λειτουργήσει στο τέλος του 2010 στην περιοχή του Navarino Bay, το οποίο σχεδίασε ο Ρόμπερτ Τρεντ Τζόουνς τζούνιορ.

ΑΠΟΒΑΣΗ ΡΩΣΩΝ ΣΤΗΝ ΑΡΑΧΟΒΑ



Στους «ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥΣ» τουρίστες κατατάσσονται οι Ρώσοι, οι οποίοι παρουσιάζουν σημαντική αύξηση φέτος στη χώρα, σε μια χρονιά που οι παραδοσιακές αγορές της Ευρώπης εμφανίζουν κάμψη. «Οι Ρώσοι θέλουν να κάνουν κάτι στον προορισμό τους» εξηγεί ο κ. Τζίμας, σύμφωνα με τον οποίο η ρωσική αγορά παρουσιάζει αυξημένες προοπτικές για την προσέλκυση τουριστών του είδους. Στη Ρόδο οι αφίξεις από Ρωσία διπλασιάστηκαν σε σχέση με πέρυσι, καθώς υπολογίζονται στις 120.000. Σημαντική δυναμική ως δυνητικές αγορές τουρισμού για windsurfing παρουσιάζουν επίσης η Γαλλία (2 εκατομμύρια τουρίστες), η Πολωνία (2 εκατομμύρια) και η Γερμανία (1,5 εκατομμύριο), αλλά και χώρες όπως οι Ισπανία (1,4 εκατομμύρια), Ιταλία, ΗΠΑ και Αυστραλία (1 εκατομμύριο εκάστη), Ρωσία και Πορτογαλία (περίπου 500.000 κάθε μία).

Το κοινό του windsurfing και kitesurfing «είναι αυτοί που κάνουν σκι και snowboard τον χειμώνα» σημειώνει, λέγοντας ότι παρόμοια έρευνα με της Ρόδου θα διεξαχθεί τους χειμερινούς μήνες στην Αράχοβα. Όπως υπογραμμίζει, υπάρχει ενδιαφέρον από τη ρωσική και την ουκρανική αγορά για να ξεκινήσουν τον χειμώνα οι πρώτες πτήσεις charter στην Αθήνα με προορισμό την Αράχοβα. Το δεκαήμερο πακέτο διαμονής (από Παρασκευή ως Κυριακή) θα περιλαμβάνει τρεις ημέρες στην Αθήνα (city break) και στη συνέχεια μεταφορά στην Αράχοβα και στο Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού με παραμονή τις πέντε ημέρες της εβδομάδας. «Είναι ένας νέος προορισμός που συνδέεται με τη θρησκεία, τον πολιτισμό, τον αθλητισμό και τη διασκέδαση» εξηγεί ο κ. Τζίμας, λέγοντας ότι σε συνεργασία με τον Δήμο Αράχοβας συζητεί την πρόταση αυτή με τέσσερις ταξιδιωτικούς οργανισμούς από τη Ρωσία και την Ουκρανία. «Οι Ρώσοι ταξιδεύουν στο εξωτερικό για να κάνουν σκι και snowboard (και kitesnowboard)» αναφέρει και σημειώνει ότι μεταξύ των προορισμών που επιλέγουν είναι οι Αλπεις, η Βουλγαρία, η Σλοβενία, αλλά και η Τουρκία.

ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ

Τερζής: "Να αναπτύξουμε αθλητισμό και τουρισμό"



Ο πρόεδρος της ελληνικής ομοσπονδίας ποδηλασίας Θανάσης Τερζής, μίλησε στη NET και στην εκπομπή "Συμβαίνει Τώρα" με τη Μαρία Σαράφογλου, για τον 17ο Διεθνή Γύρο Ελλάδας 2011 ΟΠΑΠ. Αναφέρθηκε σ' αυτό το σπουδαίο αθλητικό γεγονός και έδωσε το σύνθημα, προκειμένου ο Γύρος Ελλάδας να αναδείξει την Ελλάδα παγκοσμίως.

Οι δηλώσεις του προέδρου της ελληνικής ομοσπονδίας ποδηλασίας Θανάση Τερζή στη δημόσια τηλεόραση:

"Είναι ένα σπουδαίο αθλητικό γεγονός για τη χώρας μας. Ο ποδηλατικός Γύρος Ελλάδας ΟΠΑΠ, θα αρχίσει στις 13 Απριλίου και θα ολοκληρωθεί στις 17 Απριλίου και στόχος μας είναι να συνδυάσουμε τον αθλητισμό με την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας μας. Μετά από μια μεγάλη διακοπή 6 χρόνων, θεωρήσαμε επιβεβλημένο να διοργανώσουμε εκ νέου τον ποδηλατικό Γύρο, ώστε να αναπτύξουμε τον τουρισμό, βάζοντας πρώτα απ' όλα βέβαια την άρτια διεξαγωγή του αγώνα σε οργανωτικό επίπεδο. Σε μια δύσκολη οικονομική περίοδο παγκόσμιας κρίσης, η ελληνική ομοσπονδία με πολύ μικρό μπάτζετ και με τη βοήθεια της Πολιτείας καλείται να διοργανώσει, ένα αθλητικό γεγονός παγκόσμιας εμβέλειας.

Όπως είπε και στην εκπομπή ο Υφυπουργός Πολιτισμού και Τουρισμού Γιώργος Νικητιάδης, πρέπει η Ελλάδα να αναπτύξει τον τουρισμό και ο Γύρος Ελλάδας είναι μια πρώτης τάξεως ευκαιρία να προβάλλουμε σε όλο τον κόσμο, τις απίστευτες ομορφιές της χώρας μας. Ο ποδηλατικός Γύρος θα αρχίσει από τα Γιάννενα και θα πάρουν μέρος 20 ομάδες. Οι ποδηλάτες θα περάσουν από την Πρέβεζα, το Μεσολόγγι, τους Δελφούς και ο αγώνας θα ολοκληρωθεί στην Αθήνα. Η Ελλάδα συμμετέχει με τρεις επαγγελματικές ομάδες και την Εθνική Ελλάδα και είμαι σίγουρος ότι οι αθλητές μας θα συνεχίσουν την παράδοση των τελευταίων ετών και θα προσφέρουν στους φίλους του ποδηλάτου συγκινητικές στιγμές και διακρίσεις".

ΕΝΔΕΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΜΙΑ ΝΕΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Ανταποκρινόμενη στην διεθνή τάση για διεύρυνση και διαφοροποίηση του τουριστικού της προϊόντος, τα τελευταία χρόνια, η Ελλάδα προσφέρει ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Με την βοήθεια σημαντικών κρατικών επενδυτικών κινήτρων οι επιχειρηματίες δημιουργούν υποδομές και υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό υγείας, τον θρησκευτικό τουρισμό, τον γαστρονομικό τουρισμό, τον αθλητικό τουρισμό και τον οικοτουρισμό και αγροτουρισμό. Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες, ένα σημαντικό ποσοστό (άνω του 25%) ευκατάστατων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο Ευρωπαίων ταξιδιωτών αναζητούν πρωτότυπες βιωματικές εμπειρίες και τουριστικές υπηρεσίες πέρα από το τρίπτυχο ήλιος, θάλασσα, φιλοξενία. Η Ελλάδα μπορεί να προσφέρει πληθώρα τέτοιων εμπειριών εκμεταλλευόμενη την ποικιλότητα των τοπίων της, τους φυσικούς της πόρους, τον πολιτισμικό και ιστορικό της πλούτο, καθώς και την παράδοση, τα ήθη και τα έθιμά της. Όλα τα προηγούμενα, συνδυασμένα με νεωτεριστική επιχειρηματικότητα, μπορούν να αναδείξουν πρωτότυπες κερδοφόρες επενδυτικές ευκαιρίες. Πλεονέκτημα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι η δυνατότητα τους να προσελκύουν τουρίστες καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια σταθερή πηγή εσόδων και απασχόλησης.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

- Ποικίλο φυσικό περιβάλλον εξαιρετικής ομορφιάς.
- Αυξανόμενη ζήτηση για νέες τουριστικές εμπειρίες οδηγούν σε ευοίωνες προοπτικές ανάπτυξης.
- Εξαιρετικός πολιτισμικός και ιστορικός πλούτος.
- Αναπτυγμένη υφιστάμενη τουριστική υποδομή η οποία μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά και να υποστηρίξει προϊόντα εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Ελλάδα: Ένας παγκοσμίως αναγνωρίσιμος προορισμός.

Στόχος της Τουριστικής Στρατηγικής της χώρας μας είναι να μετατρέψει τον πλούτο των πόρων της σε πρότυπα, μοναδικά τουριστικά προϊόντα με την σύμπραξη Ελλήνων και ξένων επενδυτών. Προκειμένου να εξυπηρετήσει την στρατηγική της αυτή, η Ελληνική κυβέρνηση έχει θέσει ως προτεραιότητά της και ενθαρρύνει την ανάπτυξη τουριστικής υποδομής νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες συμπληρώνουν το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν της χώρας. Η Ελλάδα προσελκύει ετησίως περισσότερους από 17 εκατομμύρια επισκέπτες.

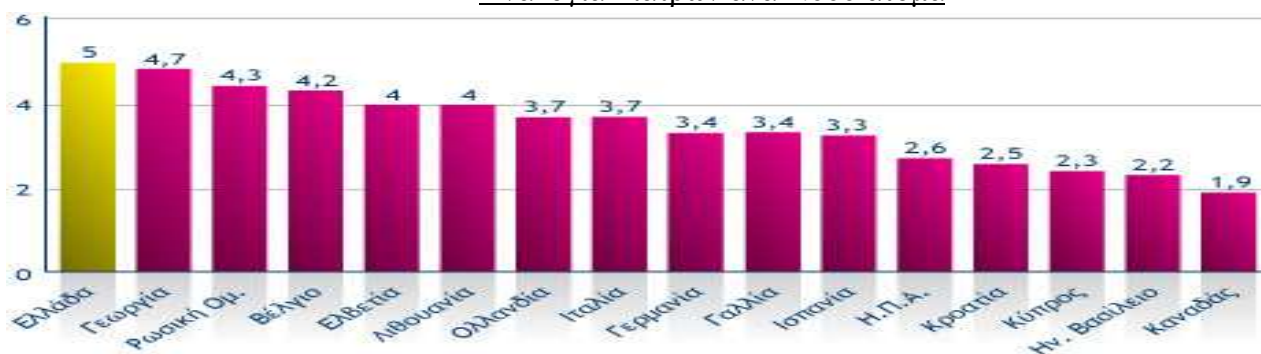
ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Ελλάδα με τα μαγευτικά τοπία της και ένα πλήθος μοναδικών οικοσυστημάτων όπως οι προστατευόμενες περιοχές Ramsar, αγροτικά τοπία, επιβλητικά βουνά και αμόλυντα ποτάμια, παρέχει μοναδικές ευκαιρίες για την ανάπτυξη οικοτουριστικών εμπειριών. Αυτή η ραγδαία αυξανόμενη, αγορά υπόσχεται σημαντικές αποδόσεις και υποστηρίζεται αμέριστα από την Ελληνική κυβέρνηση με την παροχή ελκυστικών κινήτρων.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

Η Ελλάδα φημίζεται για τους άριστους γιατρούς της και τους επαγγελματίες υγείας, που σπουδάζουν και εξειδικεύονται σε μερικά από τα καλύτερα πανεπιστήμια της Ευρώπης και της Βορείου Αμερικής. Το γεγονός αυτό αποτελεί στρατηγικό πλεονέκτημα για τη χώρα, καθώς οι ασθενείς ανακαλύπτουν τα οφέλη της ιατρικής φροντίδας σε χώρους όπου η εξειδίκευση συνδυάζεται με την εξοικονόμηση εξόδων και ένα ελκυστικό περιβάλλον ανάρρωσης. Ο Οργανισμός Παγκόσμιας Υγείας κατατάσσει το σύστημα υγείας της Ελλάδας στη 14^η θέση μεταξύ 191 χωρών παγκοσμίως. Η πλαστική χειρουργική, τα κέντρα αποτοξίνωσης, οι κλινικές γονιμότητας και η αιμοκάθαρση σε ευχάριστο περιβάλλον είναι από τους τομείς που γνωρίζουν επιτυχία στον τομέα του τουρισμού υγείας. Μία από τις πιο ελκυστικές πλευρές της θεραπευτικής αγωγής στην Ελλάδα είναι η δυνατότητα ανάρρωσης σε ένα πανέμορφο περιβάλλον απολαμβάνοντας την ελληνική φιλοξενία. Το 2010, αναμένεται νομοσχέδιο που θα υποστηρίξει τον τουρισμό υγείας.

Αναλογία Γιατρών ανά 1.000 άτομα

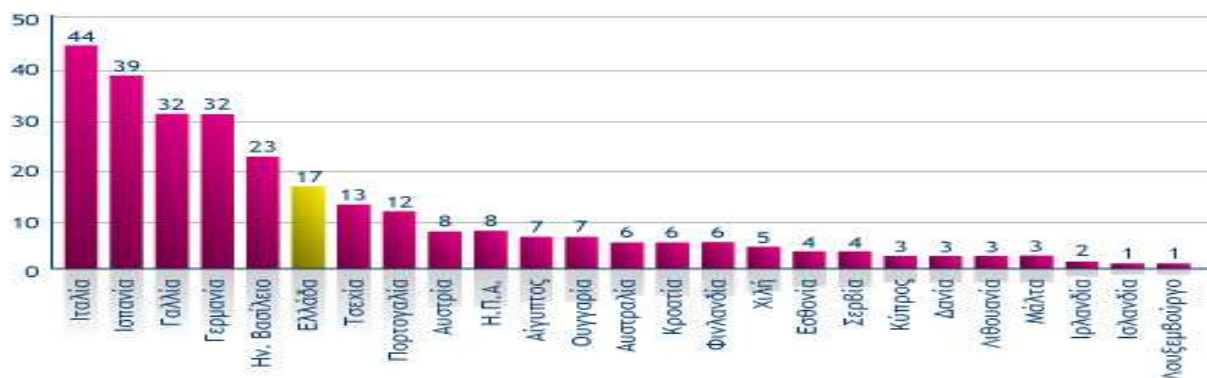


Πηγή: World Travel & Tourism Competitiveness Report 2010

ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η θρησκευτική κληρονομιά της Ελλάδας προσελκύει επισκέπτες από όλο τον κόσμο, οι οποίοι επισκέπτονται εκκλησίες και μοναστήρια σε όλη τη χώρα που συχνά βρίσκονται σε περιοχές με εξαιρετικά τοπία. Ο θρησκευτικός τουρισμός συνδυάζει πνευματικά, πολιτισμικά και ιστορικά θέματα και παράλληλα αναδεικνύει την εθνική ταυτότητα της Ελλάδας. Εκτός από τα ταξίδια σε Χριστιανικά Ορθόδοξα μοναστήρια, όπως του Όρους Άθως και των Μετεώρων, οι επισκέπτες έρχονται στην Ελλάδα για να θαυμάσουν και να μελετήσουν τα μοναδικά Βυζαντινά και μετα-Βυζαντινά αριστουργήματα, όπως εικόνες και εικονογραφίες, μωσαϊκά, τοιχογραφίες και ιερά. Τόποι θρησκευτικής λατρείας, από μικρές εκκλησίες σε νησιά έως επιβλητικοί ναοί, αποτελούν θρησκευτική κληρονομιά αιώνων, της οποίας ο πλούτος χαίρει ευρέως σεβασμού. Για παράδειγμα, χιλιάδες επισκέπτες συρρέουν στο νησί της Πάτμου, προκειμένου να επισκεφθούν το Σπήλαιο της Αποκάλυψης, όπου λέγεται ότι ο Άγιος Ιωάννης, ο Θεολόγος, έγραψε την “Αποκάλυψη”. Τέτοιες εμπειρίες συμπληρώνουν πιο δημοφιλείς και παραδοσιακές μορφές τουρισμού και προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες σε όλη την Ελλάδα.

Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτισμικής Κληρονομιάς



Πηγή: World
Travel &
Tourism

Competitiveness Report 2010

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο αγροτουρισμός εξελίσσεται σε έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της αγοράς του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς οι επισκέπτες σε όλο τον κόσμο εκδηλώνουν ενδιαφέρον για την αειφόρο ανάπτυξη και τις οικολογικές πρακτικές. Ο αγροτουρισμός, βασισμένος στις αγροτικές περιοχές και στον αγροτικό τρόπο ζωής, επικεντρώνεται στην ανάπτυξη και ενίσχυση της σχέσης μας με το φυσικό περιβάλλον αλλά και με τους ανθρώπους και τις κοινότητες που κατοικούν και εξασφαλίζουν τα προς το ζην από την εκμετάλλευση της γης. Οι επισκέπτες στο πλαίσιο του αγροτουρισμού διαμένουν και συχνά εργάζονται μαζί με τους μόνιμους κατοίκους, μαθαίνοντας με αυτό τον τρόπο αγροτικές τεχνικές σε ένα πρακτικό επίπεδο. Πρόκειται για μια εμπειρία που αποφέρει εισοδήματα για τους επαγγελματίες του αγροτουρισμού και παράλληλα προσφέρει εκπαιδευτικές ευκαιρίες για τους επισκέπτες. Ο αγροτουρισμός αποτελεί οικονομικό παράγοντα ανάπτυξης σε συχνά εξαιρετικής ομορφιάς απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας και μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης για τους επισκέπτες σε τοπικές γιορτές και εκδηλώσεις, να ενισχύσει την παραγωγή και πώληση τοπικών προϊόντων και να δημιουργήσει ισχυρούς διαπολιτισμικούς κοινωνικούς δεσμούς. Επίσης, ο αγροτουρισμός μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο αθλητικός, ο θρησκευτικός, ο ιστορικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας.

Η Ελλάδα προσφέρει πλήθος ευκαιριών σε αυτή την αναπτυσσόμενη αγορά, με μοναδικές εμπειρίες διακοπών σε αγροτικά χωριά ή με ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων προϊόντων σύμφωνα με τοπικά ήθη και έθιμα.

Ο Επενδυτικός Νόμος της χώρας καθορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις για τις επενδύσεις στην Ελλάδα και παρέχει τα απαραίτητα επενδυτικά κίνητρα για επενδυτές από την Ελλάδα και το εξωτερικό ανάλογα με τον κλάδο και την περιοχή, στην οποία αφορά η επένδυση. Ο νέος Επενδυτικός Νόμος που ψηφίστηκε από την Ελληνική Βουλή τον Φεβρουάριο του 2011, εισάγει νέες αξίες, νέες διαδικασίες και νέα χρηματοδοτικά εργαλεία. Δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για μια υγιή και εξωστρεφή επιχειρηματική δραστηριότητα.



ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια ειδική μορφή ποιοτικού τουρισμού η οποία μας δίδει την ευκαιρία να επενδύσουμε σε μία τεράστια δυναμική αγορά αλλά και ταυτόχρονα να επιτύχουμε μια προστιθέμενη αξία στο τουριστικό μας προϊόν μέσω της ανάπτυξης, της διαφοροποίησης και της αναβάθμισης του.

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τόπος που έφερε στον κόσμο τους Ολυμπιακούς Αγώνες και το 2004, διοργάνωσε από τους πιο επιτυχημένους Ολυμπιακούς Αγώνες στα χρονικά, είναι ιδανικός για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Από ιστιοπλοΐα και εξερεύνηση σπηλαίων, μέχρι οδοιπορία και αλεξίπτωτο πλαγιάς, η Ελλάδα είναι σε θέση να προσελκύσει λάτρεις των σπορ από όλο τον κόσμο, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να ασχοληθούν με ποικίλες δραστηριότητες, ενώ παράλληλα θα από- λαμβάνουν τα φυσικά θέλγητρα της χώρας, από θαυματικά τοπία μέχρι μαγευτικές παραλίες.

Επιτυχή Παραδείγματα

To Euroleague Final 4 Athens 2007

To 2009 Athens CSI2*-W (Equestrian) international

To WRC Acropolis Rally of Greece (ετήσιο)

To Athens Grand Prix Tsiklitiria (εντάσσεται στο πλαίσιο του IAAF Grand Prix)

Η ετήσια Aegean Regatta

Παγκόσμιοι Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011

Επόμενες Εκδηλώσεις

Μεσογειακοί Αγώνες 2013

ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο Νομός Άρτας όπως αναλυτικά θα διαπιστώσετε παρακάτω προσφέρεται για πολλά είδη αθλητικού τουρισμού:

ΑΕΡΟΠΤΕΡΙΣΜΟΣ

Σε μικρή απόσταση από την πόλη της Άρτας στην περιοχή Γριμπόβου υπάρχουν 3 οργανωμένες πίστες Παρά Πέντε. Επίσης ο επισκέπτης του μπορεί να κάνει Παρά Πέντε γενικότερα στην περιοχή των Τζουμέρκων οργανωμένες πίστες.



Νομού
σε μη

ΠΙΣΤΑ ΜΟΤΟ CROSS



Στην Φιλοθέη της Άρτας, υπάρχει μια οργανωμένη πίστα Moto Cross στην οποία κάθε χρόνο πραγματοποιούνται Πανελλήνιοι Αγώνες.

ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ

Υπάρχουν ενδιαφέρουσες ορειβατικές διαδρομές στους ορεινούς όγκους Τζουμέρκων, Ξηροβουνίου, Γάβρογου



των

ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ



Πολλά είναι τα σημεία όπου ο επισκέπτης του Νομού μπορεί να κάνει πεζοπορία τόσο στον κάμπο της Άρτας όσο και στα ορεινά. Μια μοναδική διαδρομή πεζοπορίας είναι αυτή από Μελισσουργός σε Θεοδώριανα. Οι Μελισσουργοί (μέσω Ροδαυγής) απέχουν 72χλμ. από την Άρτα. Η ορειβατική διαδρομή διαρκεί περίπου 5 ώρες.

ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ

Πολλές οι ομορφιές της Άρτας, πολλά τα μέρη που θα μπορούσε να επισκεφθεί με το ποδήλατό του. Από τα χωριά του κάμπου και Κορωνησία όπου την άνοιξη ευωδιάζουν από τα άνθη των εσπεριδοειδών μέχρι και τα οροπέδια που σχηματίζουν τα Τζουμέρκα. Μια προτεινόμενη διαδρομή με ποδήλατο είναι αυτή Βουργαρέλι (769μ. υψομ.) μέχρι τη Μεσούντα συνολικής απόστασης 21χλμ. και άλλα τόσα για την επιστροφή. Από την Άρτα απαιτούνται 60χλμ. επιπλέον για το Βουργα-ρέλι.



κάνεις
την

από το

ΚΑΥΑΚ & RAFTING



Το νερό του ποταμού Αράχθου είναι «ζωντανό». Όσο κι αν σε προστατεύουν οι στολές, τα σωσίβια και τα κράνη, το ποτάμι παραμένει κυρίαρχος και ο πρώτος κανόνας είναι να μάθεις σέβασαι. Ακολουθείς τη του και τόσο η ταχύτητα και ο τρόπος με τον περνάς κι εσύ μέσα από



να το
ροή
αλλά
οποίο
το

τοπίο σε συναρπάζουν.

Η διαδρομή ξεκινά από την γέφυρα της Πλάκας και είναι περίπου 13χλμ έως το χωριό Σκούπα. Επίσης ο επισκέπτης του Νομού Άρτας μπορεί να κάνει Ράφτινγκ και Καγιάκ στον ποταμό Αχελώο.

ΚΑΝΟ

Οι επισκέπτες στο Νομό της Άρτας μπορούν να κάνουν κανό στην λίμνη Πουρναριού. Πρόκειται για μια άγνωστη τεχνητή λίμνη που δημιουργήθηκε το 1980 με έμφραξη των νερών του Αράχθου. Επίσης μια θαυμάσια διαδρομή κανό είναι στο Νεοχώρι του Δήμου Αράχθου, από το ποτάμι στον Αμβρακικό κόλπο. Βιότοπος, καταφύγιο μεγάλης ποικιλίας πουλιών, πλούσια βλάστηση και δενδρόφυτες όχθες θα σας οδηγήσουν μαγεμένους μέσα από το στόμα του Αράχθου στον Αμβρακικό κόλπο (το Δέλτα του ποταμού).

ΚΑΤΑΔΥΣΗ



Οι λάτρεις του είδους μπορούν να απολαύσουν τις άφθονες υποβρύχιες ομορφιές του Αμβρακικού

ΦΟΥΣΚΩΤΟ ΤΑΧΥΠΛΟΟ ΣΕ ΕΡΗΜΑ ΝΗΣΙΑ

Με φουσκωτό ταχύπλοο οι επισκέπτες του Αμβρακικού μπορούν να προσεγγίσουν σε ειδυλλιακά ερημονήσια και απόμακρες ακρογιαλιές. Να κολυπήσουν σε απομονωμένες εξωτικές παραλίες με γαλαζοπράσινα νερά. Η θέα σου κόβει την Μία γεμάτη μέρα άπειρης ομορφιάς και ηρεμίας. Το ταξίδι αυτό να γίνει και με παραδοσιακό καΐκι.



ανάσα!
μπορεί

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΟΜΑΔΩΝ

Πολλά ορεινά χωριά των Τζουμέρκων έχουν το υψόμετρο όπου προσφέρεται για την καλοκαιρινή προετοιμασία των ομάδων. Ιδιαίτερα στο χωριό Καταρράκτης υπάρχει και η κατάλληλη υποδομή σε εγκαταστάσεις και διαμονή - εστίαση για μια τέτοια δραστηριότητα.

‘Άλλοι προορισμοί.....

ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ

της Δράμας, εκτός από υπαίθρια αναψυχή και περιήγηση που προσφέρουν φυσιολάτρη και οδοιπόρο, παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον και για το ορειβάτη. Πολύωρες αναβάσεις μπορούμε να κάνουμε στο Φαλακρό, και στο ανατολικό και νότιο τμήμα του. Η ανάβαση στην υψηλότερη κορυφή, "Προφήτη Ηλία" (2232 μ.), μπορεί να έχει αφετηρία το οροπέδιο του Αγίου



Τα βουνά
στο
φανατικό
ιδιαίτερα
τον

Πνεύματος όπου βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο (1720 μ.). Ακολουθώντας νότια κατεύθυνση φθάνουμε χωρίς ιδιαίτερα προβλήματα, σε 1 ώρα περίπου, στην κορυφή "Καρτάλκα" (2035 μ.). Η θέα είναι καταπληκτική προς τις απόκρημνες νότιες πλαγιές του Φαλακρού και την άγρια χαράδρα της "Νακεβίσας". Από εκεί, ακολουθώντας την κορυφογραμμή, σε 35 λεπτά περίπου συναντούμε το εντυπωσιακό βράθρο της "Χιονότρυπας". Μετά από 40 λεπτά ανάβασης φθάνουμε στην κορυφή. Εδώ μπορούμε να φθάσουμε επίσης έχοντας ως αφετηρία το χωριό Πύργοι. Διασχίζοντας την εντυπωσιακή χαράδρα της "Σουσίσσας" και την κοιλάδα της "Σίτνας", ανεβαίνουμε στις κορυφές "Οξιά" (1819 μ.) και "Ψευτοδόνη" (2060 μ.). Ακολουθώντας ένα εντυπωσιακά όμορφο μονοπάτι φθάνουμε μετά από 6 ώρες συνολικής πορείας στην κορυφή. Μια άλλη διαδρομή προς το νοτιοδυτικό τμήμα του Φαλακρού (υψηλότερη κορυφή "Άγιος Παύλος" 1769 μ.) έχει ως αφετηρία το Γρανίτη. Είναι πράγματι αλπικό το θέαμα και αξίζει κανείς να διαθέσει 3 ώρες για να χαρεί τη μαγευτική φύση από ψηλά. Το ορειβατικό ενδιαφέρον όμως συνεχίζεται στο όρος Όρβηλος, βορειοδυτικά του νομού Δράμας. Αποτελώντας τη νότια προέκταση του μεγάλου ορεινού συγκροτήματος Πιρίν της Βουλγαρίας, διαθέτει ψηλές κορυφές που προσφέρονται για θερινές και χειμερινές αναβάσεις. Η ανάβαση στην κορυφή "Τσολιάς" (2172 μ.) ξεκινάει από την εκκλησία του Ακρινού (7 χλμ. από το χωριό Κατάφυτο) και είναι διάρκειας 4 ωρών. Ο Όρβηλος διατηρεί το χειμώνα πολύ χιόνι, κατάλληλο για ορειβατικό σκι. Οι όμορφες ορθοπλαγιές του είναι ιδανικές για αναρρίχηση βράχου και πάγου. Το Μενοίκιο όρος, στα δυτικά του νομού Δράμας, μάς προσφέρει μια ακόμη διαδρομή. Ξεκινώντας από το χωριό Μικρόπολη ακολουθούμε το παραδοσιακό λιθόστρωτο μονοπάτι και σε 1 ώρα και 30 λεπτά βρισκόμαστε στο καταφύγιο του ορειβατικού συλλόγου Μικρόπολης στη θέση "Καστανόδασος". Από εδώ συνεχίζουμε τη διαδρομή μας μέχρι το οροπέδιο της Καλλίπολης, ενώ σε 1 ώρα και 30 λεπτά φθάνουμε στην κορυφή "Μαυρομάτα" στα 1963 μ. Σε όλες τις περιπτώσεις πρέπει να προβλέψουμε ένα μικρό σακίδιο με τα απαραίτητα τρόφιμα ορεινής πεζοπορίας (ξηροί καρποί, ελαφρύ γεύμα), ένα καλό αδιάβροχο και οπωσδήποτε νερό.

ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ



το χιονοδρομικό κέντρο του Φαλακρού. Οι ορειβατικοί σύλλογοι Προσοτσάνης και Δράμας θα μας βοηθήσουν με ειδικές πληροφορίες.

Για τους λάτρεις της περιπέτειας και του υψηλού κινδύνου το Φαλακρό αποτελεί ένα από τα συναρπαστικότερα αναρριχητικά πεδία του ελλαδικού χώρου. Τα πεδία αυτά σχηματίζονται από τις ορθοπλαγιές που περικλείονται στις κορυφές (από δυτικά προς ανατολικά) "Καρτάλκα", κορυφή του "Φαραγγιού", "Χιονότρυπα", "Προφήτης Ηλίας", "Ψευτοδόνη", "Βάρδενα" και "Σίτνα", δημιουργώντας ένα πέταλο τριών χιλιομέτρων. Προσφέρουν πολλές δυνατότητες για μεγάλες και δύσκολες μικτές διαδρομές ή ατελείωτα λούκια. Για να επισκεφθούμε τα αναρριχητικά πεδία θα ξεκινήσουμε από το χωριό Πύργοι ή από

Η περιοχή της Δράμας προσφέρει σημαντικές φυσικές όπως αυτές του Φαλακρού, του Μενοικίου και των της Λεκάνης, για την άσκηση του αλεξιπτωτου πλαγιάς αιωροπτερου. Ο αθλητής μπορεί να χρησιμοποιήσει πίστα απογείωσης στην περιοχή Πύργων - Πετρούσας υψόμετρο 1200 μ. με προσανατολισμό νοτιοανατολικό, νότιο, νοτιοδυτικό. Η διαδρομή των 3 από τον οικισμό των Πύργων μέχρι την πίστα απογείωσης είναι βατός χωματόδρομος. Μπορεί να χρησιμοποιήσει την πίστα απογείωσης του Κορύλοβου σε υψόμετρο 650 μ. με προσανατολισμό νοτιοανατολικό, νότιο, νοτιοδυτικό. Εδώ θα φθάσει από το κέντρο της πόλης μετά από μία πεντάλεπτη διαδρομή. Η πεδιάδα της Δράμας αποτελεί ιδανικό τόπο για προσγειώσεις.

ΑΕΡΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ



πίστες, βουνών και του την σε χλμ.

επίσης

ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΚΦΑΝΣΕΙΣ

Είναι γνωστές οι πολλές συγγένειες αλλά και οι καθοριστικές διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των δύο θεσμών του αθλητισμού και του τουρισμού.

Ο ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ

Οι κυριότερες ομοιότητες αθλητισμού και τουρισμού αφορούν την χρησιμοποίηση και στις δύο περιπτώσεις του ελεύθερου χρόνου των ερασιτεχνικά αθλουμένων και του τελικού χρήστη, των προσφερόμενων υπηρεσιών στον τουρισμό. Και στον αθλητισμό όμως όπως και στον τουρισμό υπάρχει ένας στενότερος κύκλος επαγγελματιών οι οποίοι αμείβονται για την παροχή των διάφορων συντελεστών λειτουργίας των δύο θεσμών. Οι ακριβοπληρωμένοι αθλητές, οι προπονητές, οι μάνατζερς, ο αθλητικός τύπος, οι δημοσιογράφοι του αθλητισμού, οι υπάλληλοι των ενώσεων, των Σωματείων των Διεθνών οργανώσεων, όσοι επανδρώνουν τις δημόσιες υπηρεσίες αθλητισμού και τα σχετιζόμενα υπουργεία ανήκουν στην πρώτη δραστηριότητα. Οι επιχειρηματίες και οι εργαζόμενοι στον τουρισμό ξενοδόχοι, πράκτορες, εταιρείες συγκοινωνιών, κρουαζιέρων, ξεναγών, Δημόσιες Υπηρεσίες κ.λ.π. ανήκουν στην δεύτερη δραστηριότητα την τουριστική.

Για αυτούς τους επαγγελματικά ασχολούμενους που αναφέρθηκαν παραπάνω δεν τίθεται θέμα ελεύθερου χρόνου. Ο αθλητισμός και ο τουρισμός είναι καθαρά οικονομικά φαινόμενα τα οποία υπακούουν στις ρυθμίσεις, στους κανόνες και στις προϋποθέσεις λειτουργίας των λοιπών οικονομικών δραστηριοτήτων και των σχετικών επιστημονικών εξειδικεύσεων. Αναπτύσσεται επομένως αθλητικό management, αθλητική κοινωνιολογία, αθλητική ψυχολογία, αθλητικό marketing κ.λ.π. όπως αντίστοιχα υπάρχει το τουριστικό management, τουριστική κοινωνιολογία, τουριστικό marketing κ.λ.π.

Αναφερόμενοι στις ομοιότητες οικονομικής λειτουργίας των δύο θεσμών δεν θα πρέπει να μας διαφύγει και μια κολοσσιαία διαφορά η οποία παρόλο που αποτελεί την διαχωριστική πύλη μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού, έχει χαρακτηριστικά που πολλές φορές υπαγορεύουν ομοειδείς κρατικές επεμβάσεις. Πρέπει λοιπόν να τονιστεί ότι ενώ στον τουρισμό υπάρχουν και λειτουργούν επιχειρηματικές μονάδες με κερδοσκοπικούς σκοπούς και με μετόχους οι οποίοι ακολουθούν τις βασικές οικονομικές αρχές οργάνωσης και διοίκησης των εταιρειών τους, στον αθλητισμό και στις διάφορες ενώσεις προσώπων που τον διοικούν δεν υπάρχει κερδοσκοπικός προϋπολογισμός ούτε μέτοχοι που αποβλέπουν σε κάποιο μέρισμα, δεδομένου ότι τα μέλη των Διοικητικών Συμβουλίων των Σωματείων, Ενώσεων, Διεθνών Οργανισμών κ.λ.π. από καταστατικούς λόγους, ασκούν λειτουργία άμισθο και τιμητικό. Η έλλειψη όμως κέρδους δεν είναι δυστυχώς η μόνη υστέρηση στη διοίκηση του αθλητισμού. Το κύριο χαρακτηριστικό είναι τα μικρά ανταποδοτικά του έσοδα εισητήρια, διαφημίσεις, τηλεοπτικά δικαιώματα, που έχουν ως αποτέλεσμα όχι μόνο να μην παρουσιάζουν κέρδη οι αθλητικές ενώσεις αλλά να διαμορφώνουν και σημαντικές ζημιές στις χρήσεις τους.

Από την άλλη πλευρά υπάρχουν στον τουρισμό δράσεις οι οποίες παρά το ότι συμφέρουν κοινωνικά, πολιτιστικά και εθνικά, πολλές φορές υπερβαίνουν τα μέτρα της ιδιωτικής, οικονομικής πρωτοβουλίας λόγω

των απαιτούμενων μεγάλων κεφαλαίων, υψηλού ποσοστού ρίσκου έλλειψης της απαραίτητης τεχνογνωσίας κ.λ.π.

Στις περιπτώσεις αυτές η ανάληψη των σχετικών πρωτοβουλιών δεν γίνεται επειδή αν πραγματοποιείτο θα ήταν, σύμφωνα με τις επιχειρηματικές προβλέψεις ζημιογόνος. Ποιο είναι λοιπόν το μυστικό λειτουργίας του αθλητισμού αφού τα σωματεία και οι διάφοροι οργανισμοί λειτουργούν χωρίς εξαίρεση με ζημιές και πως προωθούνται σχέδια και δράσεις τουριστικού ενδιαφέροντος τα οποία και η ιδιωτική πρωτοβουλία δεν είναι πρόθυμη να αναλάβει ; Η απάντηση αποτελεί ακριβώς τον τίτλο μιας άλλης ομοιότητας του αθλητισμού και του τουρισμού και είναι αυτό που ονομάζουμε με τα γενικά ονόματα «επιχορηγήσεις» για τον αθλητισμό ή «επιδοτήσεις» για τον τουρισμό.

ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ - ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ

Για την κάλυψη των κενών και των ελλειμμάτων στις διαχειρίσεις των αθλητικών σωματείων, ενώσεων και Διεθνών οργανισμών το κράτος για λόγους κοινωνικούς, πολιτιστικούς και αναπτυξιακούς παρεμβαίνει και με άμεσες ή έμμεσες επιχορηγήσεις ενισχύει τα οικονομικά των παραπάνω οργανώσεων. Οι επιχορηγήσεις αυτές είτε καταβάλλονται με την μορφή μετρητών ή συνίστανται στη χρήση δημόσιων χώρων εκγύμνασης ή διενέργειας αγωνισμάτων ή ακόμα στη χορήγηση δικαιωμάτων, λήψεως ποσοστών από στοιχήματα ή άλλες λαχειοφόρες δραστηριότητες, προπό κ.λ.π.

Οι κρατικές επιχορηγήσεις θεωρούνται από την αθλητική φιλοσοφία ως ευνοϊκός θεσμός γιατί μέσω αυτών το κράτος μπορεί να επεμβαίνει διορθωτικά στη δράση του αθλητισμού, ενισχύοντας επιθυμητές δραστηριότητες ή θέτοντας σε δυσμένεια άλλες κοινωνικά αποδοκιμαστέες. Το αν αυτό επιτυγχάνεται στην πράξη είναι μια άλλη ιστορία η οποία όμως εκφεύγει από τους σκοπούς και τους χρόνους της παρούσας.

Ένας δεύτερος τρόπος κάλυψης εξόδων του αθλητισμού ευρύτατα διαδεδομένος είναι ο θεσμός της χορηγίας .Εταιρείες δηλαδή ή άτομα μεγάλης ή μεσαίας οικονομικής επιφάνειας προσφέρονται να καταβάλλουν οικονομικές ενισχύσεις σε αθλητικά σωματεία ,ενώσεις ή οργανισμούς με μόνη αντιπαροχή τα επικοινωνιακά πλεονεκτήματα τα οποία αποκτούνται από τέτοιου είδους δωρεές. Στην περίπτωση αυτή ,πολλές φορές υπάγονται και οι πρόεδροι ή μέλη των Διοικητικών Συμβουλίων ή οι μεγαλομέτοχοι των διαφόρων αθλητικών σωματείων ή εταιρειών οι οποίοι αντί να αποβλέπουν σε κάποιο κέρδος καταβάλλουν εξ' ιδίων τεράστια, πολλές φορές ποσά για την ενίσχυση της αγαπημένης ομάδας.

Για τις χορηγίες γενικότερα οι οποίες δεν αφορούν μόνο τις ομάδες αλλά και τις μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, η θεωρία του αθλητισμού έχει αναπτύξει πολλές απόψεις άλλες υπέρ και άλλες κατά του χορηγικού θεσμού. Όσες γνώμες υποστηρίζουν την χορηγία έχουν ως κύριο αλλά όχι και μοναδικό επιχείρημα ότι ο αθλητισμός και οι παγκόσμιες διοργανώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι υπόθεση πολύ δαπανηρή και κανένα κράτος δεν θα ήταν διατεθειμένο να αναλάβει εξ' ολοκλήρου τα σχετικά έξοδα. Οι υποστηρικτές αυτών των απόψεων οι οποίοι ονομάζονται «πραγματιστές» θεωρούν ότι οι κοινωνίες βρίσκονται μπροστά στο δίλημμα να λειτουργεί ο αθλητισμός με χορηγίες ή να μην λειτουργεί καθόλου. Οι αντίθετες απόψεις των οποίων οι υποστηρικτές ονομάζονται και αυτοί «αντίθετοι πραγματιστές» πιστεύουν ότι όπως λέει ένα αγγλικό ρητό «εκείνοι οι οποίοι πληρώνουν το μουσικό διαλέγουν και το τραγούδι» ,επομένως ότι σύντομα όλες οι αποφάσεις γύρω από τον αθλητισμό θα λαμβάνονται με επιχειρηματικά κριτήρια ,δημοτικότητας, λαϊκού ενδιαφέροντος, τηλεθέασης κ.λ.π. με αποτέλεσμα να παραβλέπονται οι

ζωτικές αξίες και οι ηθικοπλαστικές αρχές του αθλητισμού, οδηγώντας αυτόν τον τελευταίο προς την στυγνή και πλήρη επαγγελματοποίηση και προς αγώνες τύπου, ρωμαϊκής αρένας κ.λ.π.

Όπως γίνεται αντιληπτό το πρόβλημα είναι πολύ μεγάλο γιατί στην πραγματικότητα πρόκειται για ένα αρχέγονο δίλημμα επιλογής όπως λέει και ο καθηγητής του Πανεπιστημίου του Λονδίνου στις αθλητικές σπουδές Garry Whannel. « Το Ολυμπιακό κίνημα έχει εισέλθει σε μία τροχιά σύγκρουσης ανάμεσα στον υλισμό και στον ιδεαλισμό»

Γυρνώντας πίσω, τώρα, στον Τουρισμό διαπιστώνουμε ότι οι κρατικές επιχορηγήσεις ονομαζόμενες τώρα επιδοτήσεις υπάρχουν και εδώ. Το κράτος για λόγους οικονομικούς, πολιτικούς, κοινωνικούς, πολιτιστικούς κ.λ.π. έχει αποφασίσει να ευνοεί με διάφορους τρόπους τον τουρισμό γενικά αλλά και διάφορες συγκεκριμένες δραστηριότητες.

Η σημαντικότερη ενίσχυση του τουριστικού κλάδου της οικονομίας είναι η ίδρυση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, ο οποίος με την διεθνή του οργάνωση και τα διαφημιστικά του έξοδα προβάλλει τον ελληνικό τουρισμό παγκοσμίως. Άλλες δράσεις όπως η ίδρυση παραδοσιακών ξενώνων, σύγχρονων τουριστικών εγκαταστάσεων, αθλητικών κέντρων τουρισμού, γηπέδων γκολφ, συνεδριακών κέντρων, οικοτουριστικών εγκαταστάσεων, πολιτιστικών εκδηλώσεων τουριστικών επιχειρήσεων κ.λ.π. έχουν επιλεγεί και δέχονται την οικονομική εύνοια του κράτους είτε άμεσα με επιδοτήσεις είτε έμμεσα με φορολογικές διευκολύνσεις. Και για τις επιδοτήσεις αυτές του τουρισμού, δεν λείπουν οι ευνοϊκές ή εχθρικές κριτικές και η καλή ή η κακή χρήση της κρατικής υποστήριξης ή δυσμένειας είναι ένα μεγάλο φιλοσοφικό και κοινωνικό πρόβλημα. Όμως η παρούσα σύντομη προσέγγιση δεν έχει σκοπό να λύσει όλους τους σχετικούς «γόρδιους δεσμούς». Περιορίζεται, μόνο, να επισημάνει ότι στον αθλητισμό η καλπάζουσα επαγγελματοποίηση θα πρέπει κάπου να σταματήσει, πρόβλημα που συνδέεται και με τις χορηγίες, με τις διαδικασίες δημιουργίας θεάματος και την εμπορευματοποίηση του αθλητισμού.

Μόνον έτσι μπορεί ίσως να πραγματοποιθούν οι θεμελιώδεις αρχές του αθλητισμού και του Ολυμπισμού όπως αναφέρονται στον Ολυμπιακό Χάρτη που υιοθετήθηκε από την Διεθνή Ολυμπιακή επιτροπή στις 16 Ιουνίου 1991, αρχές που αποβλέπουν στην « ισόρροπη ανάπτυξη σώματος και πνεύματος και την τήρηση των παγκοσμίων και θεμελιωδών αρχών του κώδικα ηθικής ».

Όσο για τον τουρισμό αντίθετα, θα πρέπει αντί φρεναρίσματος, όπως προτείνεται για τον αθλητισμό, να γίνει επιτάχυνση των διαδικασιών εκείνων που ευνοούν τις δράσεις αναψυχής και κουλτούρας, υποστήριξης αδύνατων ομάδων όπως οικοτουριστική πολιτική, ανάληψης έργων που η ιδιωτική οικονομία είναι απρόθυμη να πραγματοποιήσει, η οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και πνευματικών κέντρων των τουριστικών επιχειρήσεων κ.λ.π.

Οι πολιτικές αυτές θα οδηγήσουν σε μια λεωφόρο σύγκλισης τους δύο θεσμούς σε μία περιοχή όπου οι αθλητικές αξίες, τα ιδεώδη της φιλοξενίας και τα ανθρωπιστικά ιδανικά θα αναπτύσσονται σε ισορροπία με την οικονομική αλλά όχι εμποροκρατική δράση.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

Στον αθλητισμό σε παγκόσμια κλίμακα κυριαρχεί η τάση του αυξανόμενου ανταγωνισμού, της εντονότερης ενασχόλησης με τον τομέα αυτό, καθώς και της αναζήτησης υψηλότερης και καλύτερης

επίδοσης. Η τάση αυτή επιφέρει τη βαθμιαία διάβρωση των στάσεων, αξιών και δομών του αθλητικού ιδεώδους, του "ερασιτεχνισμού", και την υποκατάστασή τους από αξίες και δομές αποκαλούμενες "επαγγελματικές". Ακόμη, σε όλες τις χώρες του κόσμου ο αθλητισμός μετατρέπεται από περιθωριακό και όχι ιδιαίτερα 'αξιακό', σε βασικό και έντονα αξιοδοτημένο θεσμό, αποκτά για πολλούς ανθρώπους θρησκευτικό σχεδόν νόημα, αφού για πολλούς αποτελεί την κυριότερη δραστηριότητα που δίνει νόημα στη ζωή τους, από την οποία αντλούν ευχαρίστηση και βάσει της οποίας συγκροτούν την ταυτότητά τους.

Ο αθλητισμός, ως κοινωνική και φυσική δραστηριότητα, έχει γνωρίσει αυτή την ανάπτυξη κυρίως κατά τις τελευταίες δεκαετίες, με αποτέλεσμα μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα και μεγάλα οικονομικά μεγέθη που συνδέονται με αυτόν. Η επιτυχία των σύγχρονων αθλητικών οργανισμών δεν μπορεί να βασιστεί μόνο στην εκτεταμένη δημοσιότητα, αλλά κυρίως στη σωστή οργάνωση και διοίκηση (management), το marketing, και τη χορηγία (sponsorship) ως τόπους εξασφάλισης οικονομικής ευημερίας, αυτοτέλειας, σταθερής παρουσίας του φίλαθλου κοινού στις αθλητικές και κοινωνικές εκδηλώσεις και τελικής αναγνώρισης για το κοινωνικό προφίλ και το έργο τους.

Ένας από τους χώρους που ευδοκιμεί το αθλητικό marketing είναι η ποδηλασία. Στη φωτογραφία ο περίφημος αμερικανός επαγγελματίας Lance Armstrong Στην Ελλάδα, η σχετική εμπλοκή των επιχειρήσεων στο χώρο του αθλητισμού, καθώς και η ισχυρή παρέμβαση της τηλεόρασης, λειτουργούν ως εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης με επακόλουθο τη συνεχή αποκρο- τικοποίησή του. Ο ανταγωνισμός των διάφορων αθλημάτων για επικράτηση στην αγορά sports, έχει καταστήσει αναγκαία την αξιοποίηση του marketing στους αθλητικούς οργανισμούς και την καθιέρωσή του ως ξεχωριστού, ιδιαίτερου κλάδου, του sports marketing, λόγω της ιδιαιτερότητας του αθλητικού προϊόντος και των συνθηκών ανά τοπική και διεθνή κοινότητα.



η

Ο

των

Με μια πιο προσεκτική ματιά στη μοντέρνα πραγματικότητα, διαπιστώνει κανείς ότι έχει εξελιχθεί σε ένα πολυδιάστατο φαινόμενο, με κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές και πολιτιστικές διαστάσεις. Η παγκόσμια αθλητική βιομηχανία απασχολεί περισσότερους από 4,5 εκατομμύρια εργαζομένους, με εύρος δραστηριοτήτων τέτοιο ώστε να κατατάσσεται στην 25η θέση, ανάμεσα στις υπόλοιπες βιομηχανίες. Το αθλητικό θέαμα αντιπροσωπεύει περίπου το 3% του παγκόσμιου εμπορίου και μοιράζεται σε αθλητικές χορηγίες, τηλεοπτικά δικαιώματα και εισιτήρια. Οι ΗΠΑ αντιπροσωπεύουν το 42% της δαπάνης, η Ευρώπη το 36% και οι υπόλοιπες χώρες το 22%. Το γεγονός αυτό αποδίδεται στην επιρροή που δέχονται μεγάλες κοινωνικές ομάδες από τα αποτελέσματα των αθλητικών γεγονότων.

Ο αθλητισμός δημιουργεί μια απελευθέρωση συναισθημάτων στην οποία βασίζεται και η δουλειά των διαφημιστών που 'εκμεταλλεύονται' αυτά τα δεδομένα για καλύτερα αποτελέσματα. Έτσι, τα MME αφιερώνουν ολοένα και περισσότερο χρόνο ή χώρο κάλυψης αθλητικών γεγονότων, μεταφέροντας ειδήσεις και εικόνες σε όλα τα σημεία της υφής. Τα οικονομικά μεγέθη δραστηριοτήτων άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένων με τον αθλητισμό, έχουν σε αναλογία αυξηθεί ραγδαία τα τελευταία χρόνια. Στην Αμερική πάνω από το 10% του ετήσιου διαφημιστικού budget δαπανάται στο Sport Advertising ενώ σε Γαλλία και Αγγλία οι 2 στις 3 εταιρείες επικοινωνούν μέσω του αθλητισμού.

Μέσα σε αυτό λοιπόν το πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και επιχειρηματικής / εμπορικής αξιοποίησης και διασύνδεσης του αθλητισμού με μεγάλο φάσμα οικονομικών και όχι μόνο συμφερόντων, ήταν αναπόφευκτο να αναπτυχθεί και να εξελιχθεί το αθλητικό μάρκετινγκ. Εξέχουσα θέση και ιδιαίτερη βαρύτητα στις

δραστηριότητες του αθλητικού μάρκετινγκ καταλαμβάνει η αθλητική χορηγία (sports sponsoring). Οι χορηγίες ανά τον κόσμο έχουν αυξηθεί σημαντικά και προβλέπεται πως η ανάπτυξη των σχετικών κονδυλίων θα αυξάνεται συνεχώς καθώς η νέα τεχνολογία κάνει τη χορηγία ακόμα πιο αποτελεσματική. Επιπλέον η ικανότητα της χορηγίας να αγγίζει τους καταναλωτές στον ελεύθερο χρόνο τους δεν μπορεί να ανταγωνιστεί τον παραδοσιακό τρόπο διαφήμισης και αυτό θα οδηγήσει σε ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη της χορηγικής εξάρτησης.

Στην Ελλάδα, την τελευταία δεκαετία, η χορηγία του αθλητισμού από τις επιχειρήσεις έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις. Ενώ όμως ο τζίρος αυτού του είδους προώθησης των επιχειρήσεων μέσα από τον αθλητισμό ανέρχεται σε δισεκατομμύρια δρχ., η προετοιμασία των επιχειρήσεων γι' αυτήν την επένδυση δεν φαίνεται να είναι ανάλογη.

Η ΧΟΡΗΓΙΑ ΣΤΑ ΣΠΟΡ ΚΑΙ ΟΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ

Η χορηγία αθλητικών ομάδων, αθλητών, αθλητικών γεγονότων έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις στις μέρες μας. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των δαπανών που επενδύονται στις χορηγίες αφορά στην αθλητική χορηγία. Το 1987 στις ΗΠΑ, 3.700 εταιρείες επένδυσαν 1,75 δισ. δολάρια για χορηγία στον αθλητισμό, πέντε φορές περισσότερα χρήματα από το 1983. Το 1991 το νούμερο αυτό έγινε 4,1 δισ. Στη Γαλλία το 1990, δύο στις τρεις εταιρείες αναμείχθηκαν σε χορηγίες. Ποιες όμως είναι οι διαφορές που διέπουν την αθλητική χορηγία από τις άλλες μορφές χορηγικής επένδυσης?

Η αθλητική χορηγία διαφοροποιείται από την κοινωνική χορηγία.

- Αποτελεί μία μορφή χρηματοδότησης με αντιπαροχή προβολής, μεταξύ κερδοσκοπικών επιχειρήσεων ή και επαγγελματιών σε επιχειρηματικό, εμπορικό ή επικοινωνιακό επίπεδο.
- Απουσιάζει κάθε στοιχείο κοινωνικότητας εκτός και αν υπάρξουν συνέργιες κοινωνικής ευθύνης.
- Η προβολή του χορηγού είναι ιδιαίτερα έντονη.
- Απευθύνεται στον οικονομικό άνθρωπο, αυτόν που αγοράζει και πουλά.

Η χορηγία στα σπορ χαρακτηρίζεται από τις ιδιαιτερότητες του αθλητικού "προϊόντος".

1. Οι αθλητικοί οργανισμοί πρέπει ταυτόχρονα να ανταγωνίζονται και να συνεργάζονται.
2. Για την παραγωγή του αθλητικού προϊόντος (του θεάματος) είναι αναγκαία η συνεργασία του "ανταγωνισμού" με την άλλη ομάδα - αθλητή
3. Το αθλητικό προϊόν δεν αγγίζεται και είναι υποκειμενικό.
4. Το αθλητικό προϊόν μπορεί κανείς μόνο να το νιώσει μέσα από μία υποκειμενική αντίληψη και εμπειρία.
5. Το αθλητικό προϊόν είναι ασυνεπές και απρόβλεπτο. Κανένας δεν μπορεί να περιμένει από μία ομάδα / αθλητή να αγωνίζεται πάντοτε το ίδιο καλά και να κερδίζει κάθε αγώνα.
6. Ο marketeer του αθλητισμού δεν έχει έλεγχο πάνω στη σύνθεση του αθλητικού προϊόντος. Ενώ σε κάθε επιχείρηση η παραγωγή του προϊόντος περνάει πάντα από τον έλεγχό του, στην παραγωγή του αθλητικού προϊόντος αυτός δεν έχει κανένα έλεγχο και λόγο.
7. Το αθλητικό προϊόν δεν αποθηκεύεται. Όπως όλες οι υπηρεσίες έτσι και το αθλητικό προϊόν δεν αποθηκεύεται. Για παράδειγμα ο μαραθώνιος της Κυριακής είναι αδύνατο να αποθηκευτεί και να

επαναληφθεί ακριβώς ο ίδιος. Ο αθλητικός οργανισμός έχει μόνο μία ευκαιρία να "πουλήσει" έναν συγκεκριμένο αγώνα και γι' αυτό συνήθως τον πουλάει από πριν.

8. Ο αθλητισμός καταλαμβάνει ένα πολύ μεγάλο μέρος των ΜΜΕ. Ο κοινωνικός ρόλος του αθλητισμού και η θεαματικότητά του έχουν δώσει μία προνομιακή θέση στα ΜΜΕ.
9. Το αθλητικό προϊόν είναι συγχρόνως καταναλωτικό και βιομηχανικό. Η αξιοποίηση του αθλητισμού τόσο από το φίλαθλο κοινό (καταναλωτής) όσο και από άλλες επιχειρήσεις (βιομηχανία) ως μέσο προώθησης των δικών τους προϊόντων (χορηγία) κάνει τον αθλητισμό να είναι ταυτόχρονα και καταναλωτικό και βιομηχανικό προϊόν.

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

Οι κυριότεροι λόγοι που κάνουν την αθλητική χορηγία αποτελεσματική μέθοδο προώθησης προϊόντων είναι οι παρακάτω:

1. Υπάρχει ένας διαφημιστικός κορεσμός του καταναλωτή που προέρχεται από τον όλο και πιο σύντομο "κύκλο ζωής" των νέων προϊόντων και τον διαρκώς μικρότερο χρόνο των διαφημιστικών μηνυμάτων. Έτσι η διαφήμιση ATL (Above the Line = διαφήμιση κλασσικού τύπου σε τηλεόραση, τύπο κλπ) που στοιχίζει ακριβιά και δεν είναι πια τόσο ανταποδοτική δεν μπορεί από μόνη της να καλύψει τις ανάγκες τους για προώθηση.

2. Η δημιουργία πολλών τηλεοπτικών καναλιών είχε σαν επακόλουθο το φαινόμενο του zapping το οποίο αχρηστεύει μεγάλο μέρος του διαφημιστικού προϋπολογισμού των επιχειρήσεων. Συνεπώς η άμεση διαφήμιση δεν επαρκεί και απαιτεί πολλά χρήματα για να είναι αποδοτική.

3. Μετά την απαίτηση του καταναλωτικού κοινού και των κοινωνικών κινημάτων, οι κυβερνήσεις επιβάλλουν συνεχώς καινούργιους περιορισμούς τόσο στο περιεχόμενο των διαφημιστικών μηνυμάτων όσο και στη παραγωγή τους. Έτσι οι επιχειρήσεις ψάχνουν για τρόπους προώθησης που διαφεύγουν των κυβερνητικών περιορισμών.

4. Η ανάγκη εξεύρεσης δαπανών για κοινωνικές, πολιτιστικές και αθλητικές δραστηριότητες, σε συνδυασμό με τις συχνές οικονομικές κρίσεις σε πολλές χώρες, οδήγησε στη νομοθέτηση φορολογικών απαλλαγών για χορηγούς τέτοιων δραστηριοτήτων. Αυτή η κατάσταση έδωσε ακόμη ένα κίνητρο στις επιχειρήσεις που πάντα ψάχνουν για οικονομικότερους τρόπους προώθησης.

5. Τέλος, η διαφήμιση εικόνας σε μία μεγάλη σειρά από προϊόντα, η ανάγκη για ολοκληρωμένη επικοινωνία με τον καταναλωτή ή έμπορο και η απαίτηση της κοινωνίας για μεγαλύτερη υποστήριξη των κοινωνικών δραστηριοτήτων από τον επιχειρηματικό κόσμο.

ΑΘΛΗΤΙΚΟ MARKETING: ΤΟ ΚΛΕΙΔΙ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

Ο Αθλητισμός έχει γνωρίσει αισθητή ανάπτυξη τις τελευταίες δεκαετίες, με αποτέλεσμα μια σημαντική Οικονομική Δραστηριότητα και μεγάλα Οικονομικά Μεγέθη που συνδέονται με αυτόν. Η επιτυχία των σύγχρονων Αθλητικών Οργανισμών δεν μπορεί να βασιστεί μόνο στην εκτεταμένη δημοσιότητα, αλλά χρειάζεται σωστή Οργάνωση και Διοίκηση, Μάρκετινγκ και Χορηγίες, προκειμένου να εξασφαλίσει οικονομική ευημερία, αυτοτέλεια, σταθερή παρουσία του φίλαθλου κοινού στις αθλητικές εκδηλώσεις και αναγνώριση.

Στην Ελλάδα η εμπλοκή των επιχειρήσεων στο χώρο του αθλητισμού καθώς και η ισχυρή παρέμβαση της τηλεόρασης λειτουργούν ως εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης. Ο ανταγωνισμός των διάφορων αθλημάτων για επικράτηση στην αγορά έχει καταστήσει αναγκαία την αξιοποίηση του Μάρκετινγκ στους αθλητικούς οργανισμούς και την καθιέρωσή του ως ξεχωριστού, ιδιαίτερου κλάδου. Εξέχουσα θέση και ιδιαίτερη βαρύτητα στις δραστηριότητες του Αθλητικού Μάρκετινγκ καταλαμβάνει η αθλητική χορηγία. Από εκεί και πέρα, όμως, υπάρχει μια σειρά από άλλους παράγοντες που θα καθορίσουν το επίπεδο της ανάπτυξης που αυτή τη στιγμή εξελίσσεται για το Αθλητικό Μάρκετινγκ. Και αυτοί είναι η εξειδίκευση, το επίπεδο παροχής υπηρεσιών, η δυνατότητα σχεδιασμού νέων δράσεων, οι νέες ιδέες, η δυνατότητα υλοποίησης, το πελατολόγιο, οι δημόσιες σχέσεις και η οργανωτική δομή.

Η χορηγία στα σπορ χαρακτηρίζεται από τις ιδιαιτερότητες του αθλητικού «προϊόντος».

1. Οι αθλητικοί οργανισμοί πρέπει ταυτόχρονα να ανταγωνίζονται και να συνεργάζονται.
2. Για την παραγωγή του αθλητικού προϊόντος (του θεάματος) είναι αναγκαία η συνεργασία του «ανταγωνισμού» με την άλλη ομάδα/αθλητή.
3. Το αθλητικό προϊόν δεν αγγίζεται και είναι υποκειμενικό.
4. Το αθλητικό προϊόν μπορεί κανείς μόνο να το νιώσει μέσα από υποκειμενική αντίληψη και εμπειρία.
5. Το αθλητικό προϊόν είναι ασυνεπές και απρόβλεπτο. Κανένας δεν μπορεί να περιμένει από μία ομάδα/αθλητή να αγωνίζεται πάντοτε το ίδιο καλά και να κερδίζει κάθε αγώνα.
6. Ο marketeer του αθλητισμού δεν έχει έλεγχο πάνω στη σύνθεση του αθλητικού προϊόντος, όπως συμβαίνει με την παραγωγή του δικό του προϊόντος.
7. Το αθλητικό προϊόν δεν αποθηκεύεται. Όπως όλες οι υπηρεσίες έτσι και το αθλητικό προϊόν δεν αποθηκεύεται. Για παράδειγμα, ένας μαραθώνιος είναι αδύνατο να αποθηκευτεί και να επαναληφθεί ακριβώς ο ίδιος. Ο αθλητικός οργανισμός έχει μόνο μία ευκαιρία να «πουλήσει» ένα συγκεκριμένο αγώνα και γι' αυτό συνήθως τον πουλάει από πριν.
8. Ο αθλητισμός καταλαμβάνει πολύ μεγάλο μέρος των ΜΜΕ. Ο κοινωνικός ρόλος του αθλητισμού και η θεαματικότητά του έχουν δώσει μία προνομιούχα θέση στα ΜΜΕ.
9. Το αθλητικό προϊόν είναι συγχρόνως καταναλωτικό και βιομηχανικό. Η αξιοποίηση του αθλητισμού τόσο από το φίλαθλο κοινό (καταναλωτής) όσο και από άλλες επιχειρήσεις (βιομηχανία) ως μέσο προώθησης των δικών τους προϊόντων (χορηγία) κάνει τον αθλητισμό να είναι ταυτόχρονα και καταναλωτικό και βιομηχανικό.

Ένα από τα θέματα που έχει να αντιμετωπίσει η χορηγία στη σύγχρονη εποχή είναι το ambush marketing. Μέσα από αυτό οι εταιρείες προσπαθούν να συσχετιστούν με ένα γεγονός χωρίς να είναι χορηγοί του. Το ambush marketing μπορεί να έχει τις εξής μορφές:

1. Χορηγία της αναμετάδοσης του γεγονότος.
2. Χορηγία υποκατηγορίας μέσα στο γεγονός (π.χ., χορηγία μιας μεγάλης ομάδας σε σχέση με τη χορηγία όλου του πρωταθλήματος ή χορηγία ενός αθλητή σε σχέση με όλο το άθλημα).
3. Δημιουργία σημαντικού προωθητικού γεγονότος, χρονικά και τοπικά παράλληλο με το μεγάλο γεγονός.

Ο όρος Sports Marketing ή κατά το ελληνικότερον ‘Αθλητική Αγοραγνωσία’ μόλις την τελευταία δεκαετία άρχισε να γίνεται γνωστός στην Ελλάδα και να αποτελεί ένα εναλλακτικό τρόπο επικοινωνίας. Από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, όταν η χώρα μας βίωσε από τη μια πλευρά μια σημαντική βελτίωση της ποιότητας του αθλητικού προϊόντος και τις μεγάλες αλλά προσφάτως ‘αμφισβητούμενες’ επιτυχίες του ελληνικού αθλητισμού (φαινόμενα φαρμακοδιέγερσης) και από την άλλη τον κορεσμό στους τρόπους επικοινωνίας, η εξέλιξη αυτή έδωσε μια ώθηση στο χώρο, με τη δημιουργία των πρώτων εταιρειών αθλητικού marketing. Ήταν ωστόσο φανερό ότι η αγορά δεν είχε ακόμη την ωριμότητα να στηρίξει τέτοιες πρακτικές σε ευρύτερο πλαίσιο. Ο χρόνος όμως μετρούσε υπέρ της καθιέρωσης του αθλητικού marketing, μέχρι που φθάσαμε στο 2004 όταν η χώρα μας ανέλαβε και υλοποίησε με επιτυχία τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Η νέα πραγματικότητα έδωσε το έναυσμα για την ταχύτατη ανάπτυξη του κλάδου, η οποία αποτυπώθηκε μέσα από τη δημιουργία νέων εταιρειών, την εισαγωγή στην ελληνική αγορά πολυεθνικών δικτύων αθλητικού marketing, την περαιτέρω βελτίωση του αθλητικού προϊόντος και την έκρηξη δημιουργίας νέων ΜΜΕ. Εκπληκτικό είναι ότι μέχρι το 1990 το ‘αθλητικό marketing’ στην Ελλάδα αντιπροσωπεύονταν από ελάχιστες εταιρείες, από τις οποίες οι περισσότερες είχαν ως βασική απασχόληση την περιμετρική διαφήμιση (πινακίδες) στους αθλητικούς χώρους.

Σήμερα το μέγεθος της ελληνικής αγοράς εκτιμάται περί τα 35 εκατ. ευρώ, ποσό που μέχρι πριν λίγα χρόνια ακουγόταν παράλογο. Τα τελευταία 3 χρόνια δημιουργήθηκαν σημαντικές εταιρείες αθλητικού marketing, πολλές από τις οποίες είναι θυγατρικές μεγάλων ομίλων επικοινωνίας ή θυγατρικές διαφημιστικών ομίλων. Όλες αυτές οι εταιρείες μαζί με τις παλαιότερες και καθιερωμένες εταιρείες αθλητικού marketing και άλλες που δημιουργήθηκαν χωρίς να έχουν άμεση σχέση με διαφημιστικούς ομίλους συνθέτουν σήμερα ένα πάζλ εταιρειών που δραστηριοποιούνται με ιδιαίτερη επιτυχία στην ελληνική αγορά.

ΜΙΑ ΝΕΑ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ MARKETING

Το αθλητικό marketing σήμερα βρίσκεται σε στάδιο ανάπτυξης με μακροπρόθεσμη προοπτική. Ο αθλητισμός αναμφισβήτητα αποτελεί σήμερα ένα ισχυρότατο εργαλείο marketing, το οποίο δίνει τη δυνατότητα σε εταιρείες και προϊόντα να ενδυναμώσουν τα brand names τους. Η στροφή των διαφημιζόμενων προς οτιδήποτε αθλητικό, είναι πλέον πασιφανής και δεν μπορεί παρά να αποτελεί σημαντικό όπλο για τη συνέχεια. Η παγκόσμια αθλητική βιομηχανία απασχολεί σήμερα περισσότερα από 4,5 εκατ. στελέχη, με εύρος δραστηριοτήτων τέτοιο που να κατατάσσεται στην 25η θέση ανάμεσα στις υπόλοιπες βιομηχανίες και το αθλητικό προϊόν αποτελεί το 2,6% του διεθνούς εμπορίου.

Αυτά τα στοιχεία είναι γνωστά στους Έλληνες διαφημιζόμενους και διαφημιστές, οι οποίοι δεν είναι διατεθειμένοι να αγνοήσουν αυτή τη δυναμική και σίγουρα θα εξακολουθήσουν να επενδύουν στο αθλητικό marketing και τα προσεχή χρόνια. Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας που συνηγορεί προς αυτή την κατεύθυνση, είναι το γεγονός ότι η ανάπτυξη του επιπέδου των αθλημάτων στη χώρα μας συνεχίζεται παρά τα προβλήματα και το θόρυβο με τα σκάνδαλα doping, ενώ η διεύρυνση του τηλεοπτικού ορίζοντα με την δημιουργία των δορυφορικών ψηφιακών δικτύων έφερε το αθλητικό προϊόν πολύ κοντά στις μάζες.

Από εκεί και πέρα όμως, υπάρχει μια σειρά από άλλους παράγοντες που θα καθορίσουν το επίπεδο της ανάπτυξης που αυτή τη στιγμή εξελίσσεται για το αθλητικό marketing. Και αυτοί είναι η εξειδίκευση, το

επίπεδο παροχής υπηρεσιών, η δυνατότητα σχεδιασμού νέων δράσεων, οι φρέσκιες ιδέες και η δυνατότητα υλοποίησης, το πελατολόγιο, οι δημόσιες σχέσεις και η οργανωτική δομή.

ΟΙ 'ΓΚΡΙΖΕΣ' ΖΩΝΕΣ ΤΟΥ SPORTS MARKETING

Όπως σε κάθε τομέα της ανθρώπινης δραστηριότητας, πάντα υπάρχει και η άλλη όψη του νομίσματος. Η πρώτη γκριζα ζώνη αφορά στην αθλητική χορηγία και το πρόβλημα της οριοθέτησης της οργανωτικής δομής του χορηγούμενου "φορέα". Η προβολή μέσω της αθλητικής χορηγίας προσφέρει σημαντικά επικοινωνιακά οφέλη για τις εταιρείες χορηγούς, όμως υπάρχουν περιπτώσεις που τεράστιες επενδύσεις εταιρειών σε αθλητικές χορηγίες "χάνονται" είτε λόγω έλλειψης εμπειρίας, είτε λόγω της άγνοιας των ανθρώπων που αποφασίζουν για την αθλητική χορηγία. Οι εταιρείες θα πρέπει να εναρμονίσουν την εικόνα της εταιρείας με τη δημόσια εικόνα του αθλητή λαμβάνοντας υπόψη όχι μόνο το πόσο δημοφιλής είναι αλλά και την προσωπικότητά του, γεγονός που ενέχει ρίσκο και περιθώρια δημιουργίας κρίσεων (περίπτωση Cosmote / Κεντέρη-Θάνου).

Ένα από τα θέματα που έχει να αντιμετωπίσει η χορηγία στη σύγχρονη εποχή είναι το ambush (ενέδρα) marketing. Χρησιμοποιώντας το, οι εταιρείες προσπαθούν να δημιουργήσουν την αντίληψη ότι συσχετίζονται με ένα γεγονός χωρίς να είναι χορηγοί του. Μετά από έρευνα που πραγματοποιήθηκε στους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες στο Ναγκάνο το 1998 διαπιστώθηκε ότι οι καταναλωτές θυμήθηκαν περισσότερο τα προϊόντα του 'παγιδευτικού' μάρκετινγκ παρά των επίσημων χορηγών.

Το ambush marketing μπορεί να έχει τις εξής μορφές:

1. Χορηγία της αναμετάδοσης του γεγονότος.
2. Χορηγία υποκατηγορίας μέσα στο γεγονός (π.χ. χορηγία μιας μεγάλης ομάδας σε σχέση με τη χορηγία όλου του πρωταθλήματος ή χορηγία ενός αθλητή σε σχέση με όλο το άθλημα).
3. Δημιουργία σημαντικού προωθητικού γεγονότος, χρονικά και τοπικά παράλληλο με το μεγάλο γεγονός.

Ποια είναι όμως τα προβλήματα και οι κίνδυνοι που μπορεί να αντιμετωπίσει μία εταιρεία χορηγός; Η συμπεριφορά του πρωταγωνιστή αθλητή καθώς και η οργάνωση του γεγονότος παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο για την επιτυχή έκβαση της χορηγικής ανταπόδοσης προς το χορηγό. Τα κυριότερα προβλήματα εντοπίζονται:

Στα στελέχη των επιχειρήσεων: Η άγνοια για το αντικείμενο και η έλλειψη ενημέρωσης, η αβεβαιότητα για την επένδυση σε χορηγία, η κακή νοοτροπία και η έλλειψη προγραμματισμού και επαγγελματισμού των αθλητών και παραγόντων, τα υπέρογκα ποσά που ζητούνται από αθλητικούς φορείς, η κακή οργάνωση των αθλητικών φορέων και η έλλειψη υποδομής για τέτοιου δραστηριότητα.

Στους αθλητικούς παράγοντες: Η άγνοια για το αντικείμενο και η έλλειψη ενημέρωσης, η κακή νοοτροπία, η ασυνέπεια, η αναξιοπιστία και ο "ψευτοερασιτεχνισμός" των αθλητικών παραγόντων, η κακή οργάνωση των αθλητικών σωματείων και η έλλειψη υποδομής για τέτοιου δραστηριότητα, τα ΜΜΕ και η μη προβολή όλων των αθλημάτων, η μικρή αγορά για τις επιχειρήσεις που προκαλεί αδιαφορία και διστακτικότητα για τη χρήση της χορηγίας.

Στα στελέχη της διαφήμισης: Το υψηλό κόστος της χορηγίας για τη μικρή αγορά των ελληνικών επιχειρήσεων, η έλλειψη μέτρησης για την αποτελεσματικότητα της χορηγίας, η έλλειψη γνώσης και επαφής των στελεχών με το αθλητικό αντικείμενο, η "κακή" χρήση της χορηγίας, η υπερκατανάλωση αθλητικών γεγονότων και η έλλειψη προγραμματισμού.

ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΑ

Ο αθλητισμός είναι ο χώρος της ευγενούς άμιλλας στον οποίο ο αθλητής γυμνάζει το σώμα, το μυαλό και καλλιεργεί τις δεξιότητές του σε διάφορα αθλήματα. Δε έχει σχέση με την τυφλή βία, το έγκλημα, και την άνομη συμπεριφορά και είναι δραστηριότητα ή οποία προσδιορίζεται με τους κανόνες που θέτει το κοινωνικό σύνολο.

Τόσο ο οργανωμένος επαγγελματικός αθλητισμός όσο και ο μαζικός αθλητισμός προσφέρει στους θεατές και αθλητές ποικίλα συναισθήματα, όπως χαρά, αγωνία, ενθουσιασμό. Όταν τηρούνται οι κανόνες που έχουν θεσπιστεί για τα αθλήματα και δεν μεταβάλλεται ο χώρος του αθλητισμού σε πεδίο εκτόνωσης των κοινωνικών συγκρούσεων και έκφρασης των κοινωνικών ανισοτήτων και των αδιεξόδων περιθωριοποιημένων ομάδων, τότε μιλάμε για υγιή αθλητισμό σε μια υγιή κοινωνία.

Μπορούμε να χωρίσουμε τα αθλήματα σε ατομικά, κυρίως του στίβου, όπως είναι οι αγώνες ταχύτητας διαφόρων αποστάσεων, η σφαιροβολία, το άλμα επί κοντό, το άλμα εις ύψος, ή σε ομαδικά αγωνίσματα όπως το ποδόσφαιρο, η καλαθοσφαίριση, το βόλεϊ.

Ο συναγωνισμός και ανταγωνισμός σε αξιοκρατικό περιβάλλον δίνει ώθηση και κίνητρο για να αυξήσει ο αθλητής της ικανότητές του και να απολαύσει ο θεατής καλύτερο θέαμα. Επιπλέον προβάλλεται η αξία του ανταγωνισμού η οποία προσδιορίζεται από τα όρια και τους κανόνες που ορίζει το κοινωνικό σύνολο σε μια ευνομούμενη και δημοκρατική κοινωνία. Ο μαζικός αθλητισμός, ή καλύτερα η αθλητική δραστηριοποίηση του κοινωνικού συνόλου είναι σημαντικός θεσμός γιατί οι πολίτες μπορούν να γυμναζονται, να ασκούνται και να γεύονται τη χαρά της άσκησης και του ομαδικού παιχνιδιού. Σκοπός του μαζικού αθλητισμού είναι η συμμετοχή στον αγώνα ή το παιχνίδι και η ομαλή κοινωνικοποίηση μέσα από ομαδικά κυρίως αθλήματα. Ο πολίτης αθλούμενος μέσα από αυτή την διαδικασία νιώθει ενεργό μέλος του κοινωνικού συνόλου, εντάσσεται ομαλά στο κοινωνικό σύνολο και ικανοποιεί την ανάγκη του για συμμετοχικό παιχνίδι, επικοινωνία, και ανάπτυξη των ικανοτήτων και δεξιοτήτων του. Η χαρά στον μαζικό αθλητισμό δεν πηγάζει μόνο από τη νίκη αλλά από την συμμετοχή στον αγώνα, την εκτόνωση μέσα στο παιχνίδι, την ευγενή άμιλλα και την άσκηση σώματος και μυαλού. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του μαζικού αθλητισμού είναι σωστός σχεδιασμός και προγραμματισμός, η υλική υποδομή και το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό.

Είναι απαραίτητα τα γήπεδα ποδοσφαίρου και μπάσκετ σε κάθε περιοχή σε πόλεις και χωριά, τα γυμναστήρια και κολυμβητήρια με ειδικούς προπονητές και γυμναστές και χώροι άθλησης στα σχολεία. Από αυτούς τους χώρους του μαζικού αθλητισμού μπορούμε να βγάλουμε και τους αυριανούς πρωταθλητές του επαγγελματικού αθλητισμού. Βία δεν παρατηρείται στον μαζικό αθλητισμό γιατί δεν υπάρχουν οργανωμένοι οπαδοί ούτε αντικρουόμενα οικονομικά συμφέροντα ή πολιτικά παιχνίδια και παρασκήνιο. Οι αθλητές, δεν είναι πρωταθλητές, αθλούνται για τη χαρά της συμμετοχής στο παιχνίδι, στον αγώνα και για να ασκηθούν. Στον οργανωμένο επαγγελματικό αθλητισμό κυρίως στο ποδόσφαιρο στο οποίο υπάρχουν οργανωμένοι οπαδοί των ομάδων και λειτουργεί η ψυχολογία της μάζας στα γήπεδα, ο ανώνυμος φανατισμένος οπαδός που πολλές φορές είναι περιθωριοποιημένος και αποκλεισμένος κοινωνικά εκφράζει με τη βία την αντίδραση του στην απομόνωση.

Με τη συνεχή προπαγάνδα από τα μέσα ενημέρωσης, τα οποία συχνά ελέγχονται από τους αθλητικούς παράγοντες, οι οπαδοί μπορούν να γίνουν όργανα των συμφερόντων των ανωνύμων εταιρειών ποδοσφαίρου, οι οποίες μπορούν να πιέζουν πολιτικά τις εκάστοτε κυβερνήσεις. Αν για παράδειγμα οι ανώνυμες ποδοσφαιρικές εταιρίες αποφασίσουν αποχή για ένα χρονικό διάστημα από τους αγώνες του πρωταθλήματος θα προκαλέσουν κοινωνική αναταραχή και οι οπαδοί των ομάδων θα στραφούν κατά της κυβέρνησης και του κράτους.

Η βία είναι απόρροια της νοοτροπίας του οπαδού και της ψυχολογίας της μάζας μέσα στο γήπεδο. Η μάζα επιζητεί τη χαρά και την ικανοποίηση μόνο από την νίκη της ομάδας της σαν να πρόκειται για νίκη δική της και το άτομο πλέον ξεχνάει τα δικά του προβλήματα και νιώθει πληρότητα με την συμμετοχή στη νίκη της ομάδας του. Ο οπαδός χαίρεται κυρίως τη νίκη ενώ το θέαμα και ο αγώνας έρχεται σε δεύτερη μοίρα. Είναι έτοιμος να αποδοκιμάσει την αντίπαλη ομάδα ακόμα και αν παίζει καλύτερα από την δική του, και την θέση της λογικής παίρνει ή φανατική υποστήριξη έστω και αναξιοκρατικά της δικής του ομάδας που έχασε το παιχνίδι. Θεωρεί την νίκη ή την ήττα της ομάδας, προσωπική του νίκη ή ήττα.

Η προσωπικότητα του ατόμου διαμορφώνεται από το κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο βρίσκεται. Ανάλογα με το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται ένα άτομο αναπτύσσονται ή αποδυναμώνονται και ατονούν συγκεκριμένες ροπές και τάσεις που προϋπάρχουν στην δομή της προσωπικότητας του. Η προπαγάνδα, η παιδεία οι κοινωνικές αξίες, οι κοινωνικοί κανόνες και οι κοινωνικές συνθήκες παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της προσωπικότητας. Η προσπάθεια των οπαδών να βρουν διέξοδο στα προσωπικά τους προβλήματα μέσα από την βία στα γήπεδα δείχνει την έλλειψη πολιτικής βούλησης και σχεδιασμού για την αντιμετώπιση χρόνιων κοινωνικών προβλημάτων από την πολιτεία.

Η ανεργία, η περιθωριοποίηση, τα ναρκωτικά, οι μεγάλες κοινωνικές ανισότητες, η φτώχεια, το χαμηλό βιοτικό επίπεδο, η έλλειψη ιδανικών, οραμάτων και η έκπτωση των αξιών είναι το κατάλληλο περιβάλλον εκκόλαψης της εγκληματικότητας και βίας. Σε χώρους που ο άνθρωπος αποκτά συνείδηση μάζας όπως στα γήπεδα αρκεί μια δυνατή κραυγή ή ένα μεμονωμένο επεισόδιο για να ξεσπάσουν ευρύτερες συγκρούσεις ανάμεσα στις αντίπαλες παρατάξεις των οπαδών των ομάδων.

Τα αυστηρά αστυνομικά μέτρα μπορούν να αποτρέψουν τα αιματηρά γεγονότα στα γήπεδα και θα πρέπει να εφαρμοστούν άμεσα ώστε να υπάρχει έλεγχος της συμπεριφοράς των οπαδών. Τα ονομαστικά εισιτήρια με αριθμημένη θέση μέσα στο γήπεδο, η στενή αστυνομική παρακολούθηση, η χρησιμοποίηση κάμερας για καταγραφή επεισοδίων, η διακοπή των παιχνιδιών εάν παρατηρηθούν επεισόδια και ο αποκλεισμός φιλάθλων και ομάδων που ευθύνονται για τις βίαιες συγκρούσεις θα περιόριζαν σημαντικά τα έκτροπα και τις αιματοχυσίες. Η αυστηρή αστυνόμευση ωστόσο δεν λύνει και τα κοινωνικά προβλήματα των περιθωριοποιημένων ομάδων ούτε αλλάζει τις κοινωνικές δομές ώστε να περιορισθούν οι βαθιές κοινωνικές ανισότητες που προκαλούν κοινωνική ανομία και οξύνουν τις βίαιες συγκρούσεις που εκφράζονται σε διάφορους μαζικούς χώρους μέσα στην κοινωνία.

Η μετάθεση της βίαιων συγκρούσεων εκτός των γηπέδων μεταθέτει το πρόβλημα αλλά δεν το λύνει. Επειδή το πρόβλημα θα είναι εκτός του αθλητικού χώρου και δεν θα συνδέεται με το θεσμό του αθλητισμού άμεσα δεν σημαίνει ότι δεν θα υπάρχει και δεν θα συνεχίζει ως καρκίνωμα να βλάπτει ολόκληρο το κοινωνικό σώμα. Η αλλαγή των κοινωνικό-οικονομικών δομών και η καλύτερη παιδεία είναι η δύσκολη και επίπονη λύση την οποία προφανώς δεν επιθυμούν τα ισχυρά ανεξέλεγκτα οικονομικά συμφέροντα των λίγων επιχειρηματιών που κρατούν στα χέρια τους την παραγωγή και την οικονομία και λειτουργούν με βάση το ατομικό τους συμφέρον εις βάρος του κοινωνικού συνόλου.

Η ελεύθερη οικονομία δεν μπορεί να ταυτίζεται με την υποδούλωση της αγοράς στους λίγους οικονομικά ισχυρούς παράγοντες και στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό. Είναι απαραίτητος ο κοινωνικός έλεγχος και η θέσπιση κανόνων με τους οποίους θα επιτευχθεί ο υγιής ανταγωνισμός. Είναι αναγκαία η ανάπτυξη νέων θεσμών διεύρυνσης της δημοκρατίας με τους οποίους θα διασφαλίζεται η συμμετοχή όλων των πολιτών στην πολιτικοοικονομική εξουσία ώστε να υπάρχει δίκαιη διανομή του πλούτου που παράγει η κοινωνία για να μην καταντάει η ελευθερία φενάκη.

Παράλληλα η ανθρωπιστική παιδεία και όχι μόνο η εκπαίδευση με παροχή εξειδικευμένων γνώσεων, θα δώσουν το υπόβαθρο στον πολίτη να κρίνει και να ενεργεί ελεύθερος από δεσμεύσεις και πάθη, με γνώμονα το κοινωνικό συμφέρον. Η καλλιέργεια της αγάπης προς τον πλησίον, της αλληλεγγύης, της αυτοθυσίας, του αλτρουισμού, των αξιών του χριστιανισμού χωρίς υποκρισία, που θα αποδεικνύεται καθημερινά από τη δική μας υποδειγματική συμπεριφορά θα οδηγήσει σε μια καλύτερη κοινωνία.

Το σχολείο, η οικογένεια, το κράτος, το φιλικό και εργασιακό περιβάλλον θα πρέπει να γίνουν θερμοκήπια καλλιέργειας των αξιών που προκαλούν τον σεβασμό στην ανθρώπινη προσωπικότητα. Δεν μπορούμε να αποποιηθούμε τις προσωπικές μας ευθύνες ως πολίτες και πρέπει να απαιτούμε από την πολιτεία και τους φορείς που διαπαιδαγωγούν και διαμορφώνουν συνειδήσεις να λειτουργούν υπεύθυνα σεβόμενοι τους νόμους, το σύνταγμα, το ανθρώπινο πρόσωπο και την ανάγκη όλων των πολιτών για αξιοπρεπή διαβίωση. Ιδιαίτερα μεγάλη ευθύνη έχουν οι πολιτικοί ιθύνοντες, τα κόμματα και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης τα οποία διαμορφώνουν την κοινή γνώμη με τα πρότυπα και τις αξίες που προβάλλουν και την πολιτική που ασκούν. Τα ΜΜΕ εξυπηρετούν τα συμφέροντα των λίγων ισχυρών επιχειρηματιών όταν δεν ελέγχονται από την πολιτεία. Τα συμφέροντα αυτά καθοδηγούν την κοινή γνώμη ανάλογα με τις οικονομικές τους επιδιώξεις διαμορφώνοντας την κυρίαρχη ιδεολογία. Τα κρατικά κανάλια από την άλλη πλευρά δεν αποφεύγουν τον στενό εναγκαλισμό τους με την εκάστοτε κυβέρνηση η οποία τα ελέγχει για να διατηρηθεί στην εξουσία.

Η καλή παιδεία, η αλλαγή των κοινωνικών δομών και η έγκυρη ενημέρωση είναι το ζητούμενο αν θέλουμε έναν ενεργό πολίτη που θα δραστηριοποιηθεί για την επίλυση των προβλημάτων που τον αφορούν και για τη διαμόρφωση του κοινωνικοπολιτικού γίνεσθαι. Σε αυτό το πλαίσιο θα ευελπιστούμε για μια κοινωνία με λιγότερη βία, με καλύτερη παιδεία, με ελεύθερο και φίλαθλο πνεύμα, δηλαδή διψασμένο για άθλους, στους πνευματικούς και αθλητικούς στίβους.

ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΝΤΟΠΙΝΓΚ

Από τότε που ο Αθλητισμός αναγνωρίστηκε ως επάγγελμα από τη ΔΟΕ (1988), ήταν αναμενόμενο ο αθλητής να γίνει εμπόρευμα, δηλ. προϊόν προς αγορά και πώληση με όλες τις συνέπειες που είναι σύμφυτες με το εμπόριο (απάτη, εκμετάλλευση κ.λ.π.). Όλα αυτά, εννοείται, αφορούν μόνο στην υψηλότερη βαθμίδα του Αθλητισμού, του Πρωταθλητισμού, ο οποίος πολύ σύντομα εξελίχτηκε σε υπερθέαμα (σούπερ-σόου), που παρά τις αδυναμίες του και τα φανερά σημάδια παρακμής που παρουσιάζει, ενδιαφέρει και συγκινεί δισεκατομμύρια ανθρώπους σ' ολόκληρη τη γη. Ήταν, λοιπόν, πολύ φυσικό να σπεύσουν οι επιχειρήσεις (και όχι μόνο) να εκμεταλλευτούν το μεγάλο αυτό κοινωνικό φαινόμενο, επενδύοντας τεράστια κεφάλαια με τη μορφή χορηγιών (η Nike π.χ. επένδυσε 200 εκατ. δολ.), με σκοπό την αύξηση των κερδών.

Σ' αυτό συνέβαλε τα μέγιστα η προπαγάνδα με την αχαλίνωτη δημοσιότητα και προβολή των αθλητικών κατορθωμάτων με έναν τρόπο υπερβολικά δυσανάλογο με την αξία τους. Μ' αυτή την προβολή κατασκευάστηκαν οι αθλητικοί «ήρωες» ή «ημίθεοι» και οι «θεοί», καθώς και τα «σύμβολα». Όπως όλοι οι επαγγελματίες κάνουν τα πάντα για να αυξήσουν τα κέρδη τους, έτσι ακριβώς και οι επαγγελματίες αθλητές και όλοι οι εμπλεκόμενοι (προπονητές, παράγοντες, κ.λ.π.), χρησιμοποιούν κάθε μέσο και μέθοδο, για να κάνουν το προϊόν τους ελκυστικό. Και αυτό που έλκει και συγκινεί τις μάζες είναι τα μετάλλια, τα κύπελλα και προπαντός τα ρεκόρ. Πρωταθλητισμός χωρίς ρεκόρ είναι τράπεζα χωρίς χρήματα. Και επειδή τα ρεκόρ έχουν φτάσει σε ύψη δυσθεώρητα, στα όρια των δυνατοτήτων της ανθρώπινης φύσης, γι' αυτό χρησιμοποιούν κάθε είδους ουσίες (σήμερα), νόμιμες και παράνομες και ποιος ξέρει τι θα εφεύρουν αύριο (γονιδιακές μεθόδους).

Λένε, πως δεν ανταγωνίζονται σήμερα οι αθλητές μεταξύ τους, αλλά οι χημικοί, οι βιολόγοι, οι γενετιστές και άλλοι ειδικοί επιστήμονες. Το ποιές επιπτώσεις έχουν όλα αυτά στην ανθρώπινη υγεία, είναι μια πολύ μεγάλη ιστορία. Δεδομένου ότι ο πρωταθλητισμός αποτελεί την ακραία μορφή υπερβολής, ισχύει η ρήση του Ιπποκράτη, «παν το πολύ τη φύσει πολέμιον».

Δεν είναι μόνο οι απαγορευμένες χημικές ουσίες που ευθύνονται για την εκτροπή, το ξεστράτισμα του Αθλητισμού (Ντόπινγκ), είναι και όλα εκείνα τα πρωτοφανή (παγκοσμίως) υπερπρονόμια που απολαμβάνουν όλοι οι εμπλεκόμενοι, άμεσα ή έμμεσα, στον πρωταθλητισμό (αθλητές, προπονητές, παράγοντες κ.ά.). Τεράστιες οικονομικές παροχές, δημόσιες θέσεις, άνευ εξετάσεων εισαγωγή στα Α.Ε.Ι., διαμερίσματα, άδειες πρακτορείων τυχερών παιχνιδιών κ.ά., κάνουν, αυτούς που ονειρεύονται να τα αποκτήσουν, να ρισκάρουν τα πάντα, μεταχειριζόμενοι κάθε μέσο. Τα υπερπρονόμια που αποτελούν μέχρι τώρα κοινωνική πρόκληση, δεν είναι μόνο αυτά που νοθεύουν τον αθλητικό θεσμό. Είναι και η πολιτική ανάμειξη, όπως π.χ. η θρασύτατη εκμετάλλευση των Ολυμπιακών Αγώνων του Βερολίνου (1936) από το χιτλερικό καθεστώς, το μπούκοτάζ των Ολυμπιακών Αγώνων της Μόσχας από 60 χώρες (1980) κ.λ.π. Είναι, ακόμη, και η αδίστακτη εκμετάλλευση του Αθλητισμού από τα κόμματα.

Όλοι οι αρμόδιοι παράγοντες (πολιτικοί, αθλητικοί, οικονομικοί), είχαν αντιληφθεί ότι τα ρεκόρ και τα μετάλλια ήταν εμπορεύσιμο και εκμεταλλεύσιμο προϊόν, γι' αυτό στράφηκαν, από το 1997, στον πρωταθλητισμό εις βάρος του «Αθλητισμού για όλους», τον Αθλητισμό δηλ. που υπηρετεί την υγεία, την ψυχαγωγία και την κοινωνικότητα των πολλών και κυρίως των νέων. Όλα τα υπέταξαν στη συλλογή μεταλλίων και ρεκόρ, ξοδεύοντας αφειδώς το χρήμα των φορολογουμένων για το θεαθήναι. Είναι αφελής η άποψη να αξιολογήσουμε την Ελλάδα με κριτήριο πόσα μετάλλια εισπράττει κάθε φορά στους Ολυμπιακούς και τους άλλους διεθνείς αγώνες. Και είναι ακόμη αφελέστερη η άποψη ότι τα ρεκόρ και οι νίκες των ολίγων πρωταθλητών μας, αποδεικνύουν την ψυχοφυσική ρωμαλαιότητα του λαού μας, καθών και τη μαζική ασχολία των νεοελλήνων με την άθληση. Όταν μάλιστα είναι γνωστό το αντίθετο. Το ότι δηλ. είμαστε ο πιο ανάσκητος λαός της Ευρώπης (μόλις 3% ασκείται) και με τα παιδιά μας να είναι πρωταθλητές στο άθλημα της παχυσαρκίας, πράγμα που σημαίνει ότι αν δεν αλλάξουμε τρόπο ζωής και νοοτροπίας απέναντι στη σωματική άσκηση, ο εκφυλισμός της φυλής μας δεν είναι μακριά.

Είναι καιρός πλέον να στηρίζουμε το «εθνικό μας γόητρο» και την «εθνική μας υπερηφάνεια» όχι σ' αυτά που λάμπουν, αλλά σ' αυτά που εξασφαλίζουν και προάγουν την ψυχοσωματική υγεία και ευεξία ολόκληρου του λαού μας και κυρίως των νέων μας. Και ας αφήσουμε το δικαίωμα, σε όσους το επιθυμούν, να είναι «εθνικά υπερήφανοι» με το να βλέπουν κάποιους συνέλληνες (ακόμη και ελληνοποιημένους) να σηκώνουν, ντοπαρισμένοι ή αντοπαριστοι, ένα σίδερο πάνω από το κεφάλι τους.

Οι στόχοι των φαρμάκων είναι η θεραπεία ατόμων που πάσχουν από ασθένειες. Όταν χρησιμοποιούνται ορθολογικά, είναι σε θέση να σώσουν ζωές. Παρόλα αυτά οποιοδήποτε φάρμακο μπορεί να αποβεί

επικίνδυνο, ειδικά όταν χρησιμοποιείται για μεγάλο χρονικό διάστημα και σε υψηλές δόσεις. Η καταχρηστική λήψη φαρμάκων μπορεί να αποβεί επιζήμια για την υγεία του ίδιου του αθλητή ή για τους συναθλητές του. Οι σημερινοί αθλητές είναι υποχρεωμένοι να προπονούνται σκληρότερα, για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα και από όσο το δυνατό μικρότερη ηλικία. Προκειμένου να ικανοποιήσουν τις αθλητικές τους φιλοδοξίες, ορισμένοι δεν διστάζουν να καταφύγουν σε παράνομα μέσα, όπως είναι η λήψη μιας απαγορευμένης ουσίας.

Τέλος, φρονούμε πως έτσι όπως έχουν διαμορφωθεί τα πράγματα με τα κολοσσιαία οικονομικά και άλλα συμφέροντα και το έντονο ενδιαφέρον πολλών συνελλήνων, η επιλογή του (ντοπο)πρωταθλητισμού είναι μονόδρομος. Αρκεί ΟΛΟΙ αυτοί (αθλητές, προπονητές, παράγοντες κ.λ.π.) να αποκτήσουν σωστή επαγγελματική συνείδηση, τηρώντας τα απαιτούμενα βιβλία της εφορίας, να υπαχθούν στο υπουργείο εμπορίου (αντί του πολιτισμού) και η πολιτεία να κλείσει, επιτέλους, τις στρόφιγγες των κάθε είδους προνομίων, τα οποία είναι η πληγή όλων των κακών.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΦΑΡΜΑΚΟΔΙΕΓΕΡΣΗ (DOPING)

Ως φαρμακοδιέγερση (doping) ορίζεται:

1. Η χρήση ενός μέσου (ουσίας ή μεθόδου), η οποία είναι ενδεχομένως βλαβερή για την υγεία τους και/ή είναι ικανή να αυξήσει την απόδοση των αθλητών, ή
2. Η ανεύρεση στο σώμα ενός αθλητή μιας Απαγορευμένης Ουσίας ή απόδειξη της χρήσης από αυτόν ή απόδειξη της χρήσης Απαγορευμένης Μεθόδου.
3. Το ντόπινγκ αντικρούει τις θεμελιώδεις αρχές του Ολυμπισμού, των αθλημάτων και της ιατρικής ηθικής. Απαγορεύεται η σύσταση, πρόταση, έγκριση, εμπορία, παράβλεψη ή διευκόλυνση της χρήσης οποιασδήποτε ουσίας ή μεθόδου που καλύπτεται από τον ορισμό του ντόπινγκ.
4. Αυτό που πρέπει να γνωρίζει ένας αθλητής, είναι ότι **το ντόπινγκ μπορεί να τον σκοτώσει, σε κάθε περίπτωση πάντως σκοτώνει τον αθλητισμό**. Το ντόπινγκ καταλύει όλες τις αρχές του αθλητισμού. Τραυματίζει ανεπανόρθωτα τη χαρά του παιχνιδιού, δεν σέβεται τους αθλητικούς κανόνες, τους υπόλοιπους αθλητές και τους φιλάθλους. Πέρα από την καταστρατήγηση της κάθε προσωπικής ή αθλητικής ηθικής, το ντόπινγκ είναι πάνω απ'όλα επικίνδυνο για την υγεία, έχει προσωρινά αποτελέσματα και καθιστά αβέβαιο το μέλλον του αθλητή, γιατί μπορεί να προκαλέσει μόνιμες βλάβες στον οργανισμό. Είναι λοιπόν ανούσιο να ρισκοκινδυνεύει κανείς τα πάντα, από τη στιγμή που μια καλά σχεδιασμένη προπόνηση, μια σωστή και ισορροπημένη διατροφή σε συνδυασμό με μια επαρκή αξιοποίηση των προσωπικών δεξιοτήτων, είναι σε θέση να κάνει πραγματικότητα τα όνειρα και τις φιλοδοξίες ενός αθλητή.

Επίπεδα συγκέντρωσης ουσιών στα ούρα πάνω από τα οποία υφίσταται παράπτωμα doping

Καθίνη	> 5 µg/ml	Διεγερτικό
Εφεδρίνη	> 10 µg/ml	Διεγερτικό
Μεθυλοεφεδρίνη	> 10 µg/ml	Διεγερτικό
Σαλβουταμόλη	> 100 ng/ml	β2 αγωνιστής
Λόγος Τεστοστερόνης / Επιτεστοστερόνη	> 4	

ΝΤΟΠΙΝΓΚ: Η ΚΑΤΑΡΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

Από τις εποχές της Αρχαίας Ολυμπίας, όπου το μόνο από έπαθλο ήταν ο κότινος από ελιά, η δόξα του νικητή ήταν υπέρλαμπρη. Τόσο, που να αναγκάσει, σύμφωνα με ορισμένες πληροφορίες, ακόμη και τους προγόνους μας να καταφύγουν σε παράτυπες τεχνικές βελτίωσης των δυνατοτήτων τους. Ένα μείγμα κρασιού και στρυκνίνης, ενός δηλητηρίου που σε μικρές δόσεις λειτουργεί σαν διεγερτικό, λέγεται πως ήταν το μυστικό μερικών νεαρών αθλητών στις αρχαίες Ολυμπιάδες. Τα χρόνια πέρασαν, τα μεγέθη έχουν μεγαλώσει πέρα από κάθε φαντασία, αλλά ο διακαής πόθος πολλών αθλητών για νίκη με οποιοδήποτε αντίτιμο έχει παραμείνει αναλλοίωτος μέσα στους αιώνες.

Ακόμα και μια τόσο λαμπρή γιορτή, όπως ήταν οι Ολυμπιακοί αγώνες της Αθήνας κατάφερε να σκιαστεί έστω και λίγο από τα κρούσματα ντόπινγκ σε αθλητές, αποδεδειγμένα ή όχι. Μετάλλια αφαιρέθηκαν, αθλητές αποκλείστηκαν, μεγάλα ονόματα από πολλές χώρες δεν έλαβαν τελικά μέρος στους αγώνες με τις υποψίες περί χρήσης απαγορευμένων ουσιών να πλανώνται πάνω από τα κεφάλια τους. Μα τι είναι τελικά οι ουσίες αυτές και γιατί κάνουν τόσο κακό στον ανθρώπινο οργανισμό;

Σήμερα άλλωστε ο αθλητισμός έχει αλλάξει. Πέρα από τη δεδομένη δόξα του νικητή σε μια Ολυμπιάδα, υπάρχουν και πολλά συνεπακόλουθα που κάνουν το δέλεαρ της επιτυχίας ακόμη μεγαλύτερο. Συναντήσεις στίβου με μεγάλα χρηματικά έπαθλα, χορηγοί, διαφημίσεις, όλα αυτά καταλήγουν στα κέρδη. Και όταν η ζωή ενός αθλητή είναι γεμάτη στερήσεις, συνεχή προσπάθεια, αλλά παράλληλα και αγώνα για επιβίωση με πενιχρά μέσα, αφού οι διακρίσεις απαιτούν πλήρη αφοσίωση στο άθλημα και κατά συνέπεια καμία άλλη επαγγελματική ενασχόληση, η καταξίωση και οι μεγάλες διακρίσεις γίνονται έως και αναγκαίες.

Έτσι, ορισμένοι αθλητές υποκύπτουν στον πειρασμό και προσπαθούν να ενισχύσουν τον οργανισμό τους και να ανεβάσουν τις επιδόσεις τους με τη χρήση διαφόρων φαρμακευτικών σκευασμάτων. Εδώ να ξεκαθαρίσουμε πως δεν είναι όλες οι ουσίες που χρησιμοποιούνται στο ντόπινγκ ίδιες, ούτε και χρησιμοποιούνται για τον ίδιο σκοπό. Ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε αθλητή, υπάρχουν ουσίες που αυξάνουν το μυϊκό όγκο και τη δύναμη του αθλητή, διεγείρουν, χαλαρώνουν, προκαλούν απώλεια βάρους, καλύπτουν τον πόνο ή απλά κρύβουν τη χρήση άλλων ουσιών. Στη συνέχεια θα ρίξουμε μια ματιά στην κάθε κατηγορία αναβολικών, αναλύοντας τι ακριβώς κάνουν, ποια είναι τα αποτελέσματα αλλά και ποιές είναι οι βλάβες που προξενούν στον οργανισμό.

ΧΤΙΖΟΝΤΑΣ ΣΕ ΕΥΘΡΑΥΣΤΑ ΘΕΜΕΛΙΑ

Ίσως η πιο γνωστή κατηγορία απαγορευμένων ουσιών είναι τα αναβολικά στεροειδή, που είναι η πιο γνωστή κατηγορία ουσιών ντόπινγκ, έχοντας μάλιστα γίνει σχεδόν συνώνυμη με το ντόπινγκ, αφού πολλές φορές έχουμε ακούσει τη φράση «έκανε χρήση αναβολικών», ακόμη κι αν αναφέρεται σε άλλες ουσίες. Τα στεροειδή είναι μια χημική ουσία που προέρχεται από τη χοληστερόλη. Υπάρχουν διάφορες στεροειδείς ορμόνες στο ανθρώπινο σώμα, από την αντρική τεστοστερόνη μέχρι τα γυναικεία οιστρογόνα.

Τα περισσότερα αναβολικά στεροειδή μάλιστα περιέχουν τεστοστερόνη και τα παράγωγά της, ενώ λαμβάνονται είτε μέσω χαπιών είτε ενέσιμα. Ρόλος τους είναι να χτίζουν μυϊκό ιστό και οστική μάζα και γι' αυτό το λόγο χρησιμοποιούνται από αθλητές, καθώς πέρα από τη δεδομένη ενδυνάμωση του αθλητή,

επιτρέπουν ακόμη την εντατικότερη και μεγαλύτερης διάρκειας άσκηση. Φυσικά, όπως όλες οι ανάλογες ουσίες, τα αναβολικά στεροειδή προκαλούν σοβαρές μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες παρενέργειες στον οργανισμό, όπως βλάβες στο συκώτι και πιθανή στειρότητα, αλλά και αλλαγές στη διάθεση, επιθετικότητα και κατάθλιψη. Ειδικά στους άντρες η παρατεταμένη χρήση αναβολικών μπορεί να προκαλέσει τριχόπτωση και ανάπτυξη του στήθους, ενώ στις γυναίκες προκαλεί ανάπτυξη τριχοφυΐας στο πρόσωπο και το σώμα, κάνει τη φωνή πιο μπάσα, ενώ σε περίπτωση εγκυμοσύνης απειλείται άμεσα το έμβρυο.

Υπάρχει και μια σειρά άλλων ουσιών που βοηθούν στην παρά φύση ανάπτυξη της μυϊκής μάζας και δύναμης, με ακριβό βέβαια τίμημα για την υγεία του αθλητή που θα επιλέξει να τα χρησιμοποιήσει. Σε αυτές περιλαμβάνονται από ουσίες με δύσκολο όνομα, όπως «B-2 Αγωνιστές», αλλά και πιο γνωστές ουσίες, όπως η αυξητική ορμόνη και η ινσουλίνη.

Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ ΟΞΥΓΟΝΟΥ

Μια άλλη μέθοδος αύξησης της μυϊκής μάζας και ενδυνάμωσης είναι η αύξηση του ποσοστού του οξυγόνου στους ιστούς. Τρεις είναι οι κύριες μέθοδοι για να γίνει κάτι τέτοιο εφικτό. Ένας τρόπος είναι η χρήση ορμονών, όπως η ερυθροποιητίνη, που παράγεται από τα νεφρά σε συνθήκες στέρησης οξυγόνου. Η ορμόνη αυτή αναγκάζει τον οργανισμό να αυξήσει την παραγωγή ερυθρών αιμοσφαιρίων για τη μεταφορά περισσότερου οξυγόνου στο νεφρό. Με αυτό τον τρόπο, ειδικά οι αθλητές αντοχής (δρόμοι μεγάλων αποστάσεων, μαραθωνοδρόμοι, ποδηλάτες κ.τ.λ.) μπορούν να αυξήσουν την παροχή οξυγόνου στον οργανισμό ακόμη και κατά 10%. Βέβαια, ένα από τα συμπτώματα της χρήσης ερυθροποιητίνης είναι και το γεγονός πως το αίμα γίνεται πιο παχύρρευστο, με αποτέλεσμα η καρδιά να χρειάζεται να εργαστεί πιο σκληρά προκειμένου να το αντλήσει. Έτσι, οι κίνδυνοι εμφράγματος ή εγκεφαλικού επεισοδίου είναι σαφώς μεγαλύτεροι. Μια άλλη μέθοδος είναι η χρήση τεχνητών φορέων οξυγόνου στον οργανισμό που επιτελούν το ρόλο της αιμοσφαιρίνης (γνωστή και ως αιμογλοβίνη), της πρωτεΐνης που μεταφέρει το οξυγόνο από τους πνεύμονες στους ιστούς και το διοξείδιο του άνθρακα από τους ιστούς στους πνεύμονες. Η κανονική επιστημονική τους χρήση γίνεται σε πρόωρα νεογνά, πάσχοντες από τη νόσο των δυτών και ασθενείς με σοβαρά πνευμονικά προβλήματα. Η κατάχρησή τους προκαλεί βλάβες στο ανοσοποιητικό σύστημα, τα νεφρά και την καρδιά.

ΤΟ ΝΤΟΠΙΝΓΚ ΕΙΧΕ ΤΗΝ ΔΙΚΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΡΙΑ...

Όπως είπαμε, από την αρχαιότητα οι αθλητές έβρισκαν τρόπους να ενισχύσουν την απόδοσή τους κατά τη διάρκεια των αγώνων, με πολύ πιο αθώα, βέβαια, μέσα σε σχέση με τη σημερινή εποχή. Αλλά δεν ήταν οι μόνοι. Ο όρος "doping" εμφανίστηκε για πρώτη φορά σε ένα αγγλικό λεξικό, το 1889, και πιστεύεται πως από τους πρώτους σύγχρονους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1896 υπήρχαν ντοπαρισμένοι αθλητές! Μάλιστα, το 1904 ο νικητής του μαραθωνίου Τόμας Χικς κατέρρευσε μετά τον τερματισμό και ανακαλύφθηκε πως είχε καταναλώσει στρυχνίνη με μπράντι, προκειμένου να διεγείρει τον οργανισμό του! Το ντόπινγκ εδραιώθηκε, όσο απίστευτο κι αν φαίνεται, τις δεκαετίες του 1920 και 1930, αν και ήδη υπήρχαν αναφορές για αθλητές που έκαναν χρήση ουσιών προκειμένου να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους. Το 1935 Γερμανοί επιστήμονες απομόνωσαν την τεστοστερόνη και την χρησιμοποίησαν για να αυξήσουν τη μυϊκή δύναμη και την επιθετικότητα τόσο των στρατιωτών του Χίτλερ, όσο και των αθλητών της χώρας στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Βερολίνου το 1936, όπως λέγεται. Μια ακόμη ανακάλυψη ήρθε το 1955, όταν δημιουργήθηκαν

τα πρώτα αναβολικά στεροειδή, τα οποία χρησιμοποιήθηκαν κατά κόρον από χώρες του ανατολικού μπλοκ, κατά τη διάρκεια του επονομαζόμενου «Ψυχρού Πολέμου». Με κάθε επιτυχία Ανατολικών αθλητών να γίνεται αντικείμενο προπαγάνδας, η χρήση ουσιών από Ανατολικούς (κυρίως) αθλητές έγινε γνωστή μετά την ενοποίηση της Γερμανίας, ενώ από την πλευρά των Δυτικών πιο διαδεδομένη ήταν η διαδικασία προσθήκης αίματος στους αθλητές.

Μετά από τη γενική παραφιλολογία αλλά και μερικούς θανάτους αθλητών που σχετίστηκαν με τη χρήση απαγορευμένων ουσιών, η Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή δημιουργεί το 1967 επίσημη ιατρική επιτροπή, ενώ οι έλεγχοι ντόπινγκ εμφανίστηκαν για πρώτη φορά στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Μεξικού το 1968, αλλά περιορίστηκαν μόνο για τη διάρκειά τους. Τα αναβολικά στεροειδή απαγορεύτηκαν τελικά το 1975, αλλά τίποτα δεν εμπόδιζε τους αθλητές να τα χρησιμοποιούν άφοβα κατά την προετοιμασία τους και να τα σταματούν λίγο πριν τους αγώνες για να μην πιαστούν.

Τελικά, και μετά τον πάταγο που προκάλεσε η υπόθεση του Καναδού σπριντερ Μπεν Τζονσον (στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1988 στη Σεούλ, όταν βρέθηκε ντοπαρισμένος μετά τη θριαμβευτική του νίκη στα 100 μέτρα, η Διεθνής Επιτροπή Αθλητισμού (IAAF) επέβαλε από το 1989 και το δειγματοληπτικό έλεγχο σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Δέκα χρόνια μετά, το 1999, ιδρύεται η WADA, η παγκόσμια υπηρεσία ενάντια στο ντόπινγκ, με αρμοδιότητα να διεξάγει έρευνες αλλά και ελέγχους πάνω στο αντικείμενο.

Τέλος, η πιο γνωστή μέθοδος είναι αυτή της προσθήκης αίματος στους αθλητές. Ο αθλητής αποθηκεύει το αίμα του πριν τη διάρκεια των αγώνων και το προσθέτει στον οργανισμό του την κατάλληλη στιγμή. Έτσι, περισσότερο αίμα στον οργανισμό σημαίνει φυσιολογικά και μεγαλύτερη παροχή οξυγόνου στους ιστούς. Όμως, η ξαφνική υπερφόρτωση του οργανισμού με περισσότερο αίμα, από όσο έχει ο ίδιος προγραμματίσει, οδηγεί σε καρδιοαναπνευστικά προβλήματα και μπορεί να προκαλέσει θρόμβους, καρδιακή προσβολή ή εγκεφαλικά επεισόδια. Αν ο αθλητής δεν χρησιμοποιήσει δικό του αίμα αλλά μεταμοσχεύσει ξένο, κινδυνεύει επιπλέον και από τις μολύνσεις που απειλούν όσους κάνουν μεταγγίσεις.

ΜΠΡΟΣ ΣΤΗ ΝΙΚΗ, ΤΙ ΕΙΝΑΙ Ο ΠΟΝΟΣ!

Κάπως έτσι σκέφτονται πολλοί αθλητές που καταπονούν για εκατοντάδες ώρες το κορμί τους στις ατέλειωτες προπονήσεις. Φανταστείτε άλλωστε τόσους μήνες προετοιμασίας για ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός να πηγαίνουν χαμένοι επειδή ο αθλητής δεν μπορεί να αγωνιστεί λόγω πόνων. Έτσι, υπάρχει μια ξεχωριστή κατηγορία σκευασμάτων που χρησιμοποιείται για να καλυφθεί ο πόνος και να μπορέσει ο αθλητής να αγωνιστεί, τα οποία βέβαια δεν είναι όλα απαγορευμένα. Τα σκευάσματα αυτά χωρίζονται σε διάφορες κατηγορίες. Η πιο ανώδυνη είναι αυτή των τοπικών αναισθητικών όπως, η λιδοκαΐνη και η νοβοκαΐνη, και συνήθως χρησιμοποιούνται τοπικά προκειμένου ο ασθενής να συνεχίσει να αγωνίζεται, με μόνο ρίσκο την υποτροπή στην τραυματισμένη περιοχή. Πιο ισχυρές ουσίες είναι οι πρωτεϊνικές ορμόνες, όπως η αδρενοκορτικοτροπίνη (ACTH), που κανονικά εκκρίνεται από την υπόφυση και προκαλεί τη δημιουργία ορμονών από το επινεφρίδιο, που περιορίζουν τις φλεγμονές στα τραύματα. Σε αυτές τις ορμόνες μάλιστα υπάγεται και η γνωστή μας κορτιζόνη. Έτσι, η εξωγενής χορήγησή τους μπορεί να περιορίσει τον πόνο ενός τραυματισμού. Στις παρενέργειές τους υπάγονται στομαχικοί ερεθισμοί, έλκος, καθώς και μακροπρόθεσμες βλάβες στους μυς και τα κόκαλα. Τέλος, οι πιο ισχυρές, και φυσικά απαγορευμένες, ουσίες είναι οι ναρκωτικές. Ουσίες όπως η μεθαδόνη, η μορφίνη, ή ακόμα και η ηρωίνη είναι γνωστές για τις δυνατότητες αντιμετώπισης του πόνου. Προκαλούν όμως εθισμό και μη αναστρέψιμες βλάβες στον οργανισμό, ενώ ζημιώνουν και τη διανοητική ικανότητα του αθλητή.

ΟΥΤΕ ΣΤΗΝ ΤΣΙΤΑ, ΟΥΤΕ ΧΑΛΑΡΑ

Η πίεση είναι μεγάλη και ο αθλητής πρέπει να ρυθμίζει το σώμα και το πνεύμα τού σαν μια ενιαία καλοκουρδισμένη μηχανή, ώστε να παίρνει το μάξιμουμ από αυτά όταν το χρειάζεται στους αγώνες, αλλά και να μπορεί να χαλαρώνει για να ξεκουραστεί όταν χρειάζεται. Διαδικασία καθόλου εύκολη, μια και δεν είμαστε ρομπότ και το στρες πολλές φορές μας κρατά σε υπερένταση, ενώ άλλες φορές η κούραση μας καταβάλλει. Για να καταπολεμηθούν όλα αυτά, μερικοί αθλητές καταφεύγουν στα ανάλογα σκευάσματα, ειδικά για την κάθε περίπτωση. Όταν το σώμα δεν μπορεί να φτάσει στην κορυφή των δυνατοτήτων του, μια λύση είναι η εξωγενής διέγερσή του. Ουσίες που μπορεί να είναι αθώες, όπως η καφεΐνη, αλλά και πιο επιζήμιες, όπως η κοκαΐνη και οι αμφεταμίνες, έχουν τα ίδια αποτελέσματα: Εγρήγορση, τόνωση του οργανισμού και υπερδιέγερση. Έχουν όμως, ειδικά η δεύτερη κατηγορία, και σοβαρές παρενέργειες, καθώς υψηλή πίεση, νευρικότητα, καρδιακές αρρυθμίες είναι μερικά μόνο από τα συμπτώματά τους. Το αντίθετο των διεγερτικών είναι οι χαλαρωτικές ουσίες, που επιτρέπουν στον αθλητή να χαλαρώσει από το στρες. Και εδώ υπάρχει ένα ευρύ φάσμα ουσιών που καλύπτει από τις καθημερινές αλκοολούχες ουσίες μέχρι τις φαρμακευτικές συνταγές αλλά και τις ουσίες που περιέχουν καννάβι. Το αλκοόλ είναι λίγο πολύ γνωστό πως χαλαρώνει τον άνθρωπο, καθώς επιδρά στο νευρικό σύστημα και στον εγκέφαλο, ελαττώνοντας το βαθμό λειτουργίας τους. Έχει όμως και επιπτώσεις στη διανοητική κατάσταση του ατόμου, ενώ συνεχής χρήση αλκοολούχων ουσιών προκαλεί εθισμό, γι' αυτό και πρέπει να αποφεύγεται. Από την άλλη υπάρχουν συνταγές φαρμάκων που είναι φτιαγμένα για να βοηθούν υπερτασικούς ασθενείς με το να ρίχνουν τους σφυγμούς της καρδιάς. Υπάρχουν αθλητές, ειδικά εκείνοι που χρειάζονται αυτοσυγκέντρωση και σταθερότητα στο άθλημα τους (π.χ. τοξοβολία ή σκοποβολή), που καταφεύγουν σε τέτοια φαρμακευτικά σκευάσματα, αγνοώντας τις παρενέργειες που περιλαμβάνουν υπόταση, αδυναμία και αίσθημα κόπωσης.

Τέλος, ουσίες όπως η μαριχουάνα, οι οποίες είναι και ποινικά απαγορευμένες, έχουν τις ίδιες περίπου επιπτώσεις στον ανθρώπινο οργανισμό, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις βοηθούν και στην ανακούφιση του πόνου. Έτσι, μια μικρή μερίδα αθλητών καταφεύγουν σε ουσίες που περιέχουν καννάβι προκειμένου να χαλαρώσουν. Οι ουσίες όμως αυτές, ειδικά σε συχνή χρήση, προκαλούν σημαντικότερες βλάβες στον οργανισμό, όπως μόνιμη διανοητική βλάβη, πρόκληση παραισθήσεων και υπέρταση.

ΤΟ... ΒΑΡΟΣ ΤΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Εκτός, όμως, από την ανάγκη για διέγερση ή χαλάρωση, υπάρχουν και αθλητές που χρειάζεται να ρυθμίσουν σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα το βάρος τους, καθώς τα αθλήματα τους (όπως η άρση βαρών και η πάλη, μεταξύ άλλων) έχουν περιορισμούς στο σωματικό βάρος. Έτσι, μερικές φορές καταφεύγουν σε διουρητικά φάρμακα που υπό κανονικές συνθήκες χορηγούνται σε ασθενείς με υψηλή πίεση. Αυτά τα φάρμακα επιδρούν στα νεφρά και αυξάνουν τα ούρα που αποβάλλει ο οργανισμός, με αποτέλεσμα την άμεση απώλεια βάρους. Πέρα από αυτό, όμως, τα διουρητικά μερικές φορές χρησιμοποιούνται και ως «μάσκες», καλύπτουν δηλαδή τη χρήση άλλων απαγορευμένων ουσιών στον οργανισμό, με έναν πολύ απλό τρόπο: Αφού αυξάνουν τη δημιουργία ούρων του οργανισμού, αυτομάτως διαλύουν και την ποσότητα των όποιων απαγορευμένων ουσιών ανιχνεύονται στα ούρα. Για να το εξηγήσουμε πιο απλά, είναι σαν να ρίχνουμε μια

μεζούρα μελάνι σε ένα ποτήρι με νερό και την ίδια μεζούρα μελάνι σε μια λεκάνη γεμάτη νερό. Το μελάνι σχεδόν θα χαθεί στη μεγαλύτερη ποσότητα νερού, ενώ θα είναι αρκετά εμφανές στο ποτήρι. Βέβαια, όπως είναι αυτονόητο, αυτή η όχι φυσική αύξηση των ούρων του οργανισμού έχει ουκ ολίγες παρενέργειες, που σχετίζονται κυρίως με την έλλειψη υγρών. Έτσι, οι επιπτώσεις κυμαίνονται από σχετικά αθώα συμπτώματα, όπως ζαλάδα και κράμπες, σε πιο σοβαρά όπως η αφυδάτωση, ενώ εκτεταμένη χρήση τέτοιων ουσιών μπορεί να προκαλέσει σημαντικές βλάβες στην καρδιά και τα νεφρά.

ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΑΣΚΕΣ

Αναφέραμε λίγο πριν τη χρήση των διουρητικών σαν «μάσκα» για άλλες ουσίες. Τι είναι όμως αυτές οι «μάσκες»; Πρόκειται για ουσίες που δεν βοηθούν τον αθλητή με κάποιο τρόπο, αλλά χρησιμοποιούνται μόνο και μόνο για να καλύψουν την ύπαρξη κάποιων άλλων απαγορευμένων ουσιών στον οργανισμό του αθλητή. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η επιτεστοστερόνη, η οποία είναι μια βιολογική «έκδοση» της τεστοστερόνης που δεν ενισχύει τον οργανισμό. Επειδή όμως τα τεστ ενάντια στο ντοπάρισμα λειτουργούν μετρώντας το λόγο της τεστοστερόνης προς την επιτεστοστερόνη, ένας αθλητής που έχει κάνει χρήση τεστοστερόνης είναι πιθανό να εισαγάγει στον οργανισμό του επιπλέον επιτεστοστερόνη, προκειμένου να μεγαλώσει τον παρονομαστή και να μικρύνει το αποτέλεσμα του κλάσματος. Παρόμοια αποτελέσματα, υπό συνθήκες, μπορεί να έχει και η χρήση ειδικών φαρμάκων που επιδρούν στα νεφρά. Οι περισσότερες ουσίες στον οργανισμό παίρνουν τη μορφή οργανικών οξέων, τα οποία αποβάλλονται μέσω των ούρων χάρη σε μια πρωτεΐνη που υπάρχει στα νεφρά. Αν με κάποια ειδικά φάρμακα η πρωτεΐνη αυτή μπλοκαριστεί, τότε τα δείγματα ύπαρξης των ουσιών στο σώμα δεν θα αποβληθούν μέσω των ούρων και δεν θα είναι ανιχνεύσιμα στον έλεγχο ντόπινγκ. Έτσι, καθώς η δόξα και η φήμη του νικητή μιας μεγάλης διοργάνωσης εξαπλώνεται σε παγκόσμιο επίπεδο, διογκώνεται και ο πειρασμός χρήσης πιο αποτελεσματικών και λιγότερο ανιχνεύσιμων ουσιών. Και δυστυχώς υπάρχει μια μερίδα αθλητών, ευτυχώς μικρή, που προτιμούν να χρησιμοποιήσουν αθέμιτα μέσα για αυτή τη δόξα, θέτοντας όμως σαν αντίτιμο σε άμεσο κίνδυνο την ίδια την υγεία τους. Ένα τίμημα πολύ μεγάλο, καθώς η υγεία είναι ένα αγαθό που πρέπει όλοι να θυμόμαστε πως είναι ανεκτίμητο και πολύ πιο πολύτιμο από οποιαδήποτε μετάλλια, κέρδη και τιμές.

ΚΑΙ ΟΙ ΚΑΛΟΙ ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ;

Η αλήθεια είναι πως, εκ των πραγμάτων, οι έλεγχοι για τυχόν ντοπαρισμένους αθλητές είναι μόνιμα πίσω από τα νέα σκευάσματα που ενισχύουν τον οργανισμό και ρίχνουν στον κάλαθο των αχρήστων το «ευ αγωνίζεσθε». Τουλάχιστον, όμως, με τις προόδους της σύγχρονης τεχνολογίας αλλά και με τα πιο αυστηρά μέτρα που λαμβάνονται από τις διεθνείς ομοσπονδίες, η απόσταση ολοένα και μικραίνει. Έτσι, στα ήδη υπάρχοντα και εξελιγμένα τεστ ούρων, αλλά και αίματος όπου χρειαστεί, έρχονται να προστεθούν νέα, πιο σύγχρονα τεστ που εξετάζουν και άλλες παραμέτρους του οργανισμού. Για παράδειγμα, ένα νέο τεστ που ετοιμάζεται για να ανιχνεύει την ερυθροποιητίνη στον οργανισμό βασίζεται στον έλεγχο των ερυθρών αιμοσφαιρίων του αθλητή.

Καθώς έχει αποδειχθεί πως η χρήση συνθετικής ερυθροποιητίνης δημιουργεί ερυθρά αιμοσφαίρια μικρότερα σε μέγεθος και με μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε σίδηρο, οι επιστήμονες προσανατολίζονται προς αυτή την κατεύθυνση προκειμένου να διαγνώσουν αν ένας αθλητής έχει κάνει χρήση της ουσίας. Όπως είναι τα πράγματα σήμερα, η επιστήμη βρίσκεται σε ένα διαρκή φαύλο κύκλο: Όλο και πιο εξελιγμένες ουσίες κυκλοφορούν, παίζοντας κρυφτούλι με τους ελέγχους μέσα στον οργανισμό του αθλητή, μέχρι να βρεθεί ο

τρόπος να εντοπιστούν, οπότε και μια άλλη, πιο εξελιγμένη ουσία θα πάρει τη θέση της. Έτσι, και καθώς δεν φαίνεται ορατή λύση στον ορίζοντα, η μάχη θα συνεχίσει να μαίνεται, μέχρι ίσως να συνειδητοποιήσουμε όλοι πως η πραγματική αξία της νίκης κρύβεται στις δικές μας δυνάμεις και όχι σε κάποια επιζήμια για την υγεία φάρμακα. Αγαπητοί Friends είχα σκεφτεί από καιρό να παρουσιάσω ένα τόσο σοβαρό θέμα στην κοινότητα μας, γιατί λίγο ή πολύ υπήρχε μία ασάφεια και ένας μύθος γύρω από το θέμα του ντόπινγκ που έπρεπε να γίνει πιο ξεκάθαρο και κατανοητό. Έτσι για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα συνέλεξα πληροφορίες τις επεξεργάστηκα και σας τις μεταδίδω με τη σειρά μου. Σίγουρα είναι αρκετά αυτά που έγραψα και ίσως κουράσουν, αλλά πιστέψτε με υπήρχαν ακόμη περισσότερα που θα μπορούσαν να ειπωθούν για αυτό και η προσπάθεια μου επικεντρώθηκε στα απολύτως βασικά. Η γνώμη μου είναι να εκτυπώσετε το άρθρο και να το μελετήσετε με την ησυχία σας όσες φορές και αν χρειαστεί.

Η ΧΡΗΣΗ ΑΠΑΓΟΡΕΥΜΕΝΩΝ ΟΥΣΙΩΝ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ (ΝΤΟΠΙΝΓΚ)

Από τον καθηγητή Γεώργιο Θ. Παπαϊωάννου Πρόεδρο του Τμήματος Φαρμακευτικής:

Με αφορμή την Ολυμπιάδα του 2004, την Ολυμπιάδα της Αθήνας, το πρόβλημα της χρήσης των απαγορευμένων ουσιών παρουσιάσθηκε και πάλι στο προσκήνιο. Οι Ολυμπιακοί αγώνες είναι η κορυφαία στιγμή της ανάδειξης της ανθρώπινης θέλησης, της ανάδειξης της προσωπικότητας των αθλητών και της δημιουργίας των συνθηκών για την επικοινωνία, τη γνωριμία και συμφιλίωση των λαών και των νέων από ολόκληρη την Οικουμένη.



Ο εμπνευστής των σύγχρονων Ολυμπιακών αγώνων Πιερ ντε Κουμπερτέν είπε:

«Ο Ολυμπισμός επιδιώκει τη δημιουργία τρόπου ζωής ο οποίος θα βασίζεται στην προσπάθεια, την εκπαιδευτική αξία του παραδείγματος προς μίμηση και τον σεβασμό των παγκόσμιων ηθικών αξιών».

Πόσο όμως στις ημέρες μας και ιδιαίτερα στους Ολυμπιακούς αγώνες οι αξίες του Ολυμπισμού αλλά και οι Βικτοριανές αντιλήψεις για τάξη και ηθική στους χώρους του αθλητισμού ικανοποιούνται; Πόσο οι Ολυμπιακοί αγώνες σήμερα προσφέρουν την ηθική βάση για να καθοδηγήσουν τη νεολαία και να προσφέρουν ένα σύστημα αξιών στους νέους ανθρώπους; Η δημιουργία της Παγκόσμιας Υπηρεσίας Αντιντόπινγκ (WADA), στην ηγεσία της οποίας είναι ο πρώην Ολυμπιονίκης Ντικ Πάουντ, αποτελεί παγκόσμια προσπάθεια για την καταπολέμηση της χρήσης των απαγορευμένων ουσιών στον αθλητισμό.

Είναι πλέον γενικά αποδεκτό ότι η χρήση απαγορευμένων ουσιών (ντόπινγκ) βλάπτει. Βλάπτει πρώτα από όλα την υγεία των αθλητών και επίσης βλάπτει ό,τι αντιπροσωπεύει το πνεύμα του Ολυμπισμού δηλ. την ευγενή άμιλλα. Είναι φανερό ότι η χρήση απαγορευμένων ουσιών έχει καταστρεπτικές συνέπειες στην υγεία των αθλητών και είναι γνωστές οι περιπτώσεις ακόμα και θανάτων αθλητών από τη χρήση αυτών των ουσιών. Πολλά φάρμακα τα οποία χρησιμοποιούνται είχαν καταστρεπτικές συνέπειες, όπως ακόμα και εκφυλισμού των χαρακτηριστικών του φύλου των αθλητών.



Οι αντιδράσεις από τη χρήση των ουσιών αυτών διεθνώς οδήγησαν στην κατά το δυνατόν επαγρύπνηση των Υπηρεσιών Ελέγχου και της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής (ΔΟΕ) ιδιαίτερα για τους Ολυμπιακούς αγώνες της Αθήνας. Η Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία (ΕΠΟ) στο πλαίσιο της αντιμετώπισης της χρήσης απαγορευμένων ουσιών ενημερώνει με καταλόγους τις ομοσπονδίες, τυπώνοντας εγχειρίδια με τις απαγορευμένες ουσίες και αναφορές στους κανονισμούς ελέγχου της ΦΙΦΑ. Η παρασκευή νέων ουσιών οι οποίες δύσκολα ανιχνεύονται θα χρησιμοποιηθούν στο μέλλον και αυτή ήταν και η άποψη του προϊσταμένου της Αντιτόπιγκ Υπηρεσίας των ΗΠΑ (USADA) και αφορούσε τους Ολυμπιακούς αγώνες της Αθήνας. Η δυσκολία για την ανάπτυξη μεθόδων για την ανίχνευση των απαγορευμένων ουσιών φαίνεται και από το γεγονός ότι για την ουσία hGh, η οποία χρησιμοποιείται για την ανάπτυξη των μυών, και η οποία είναι στη λίστα των απαγορευμένων ουσιών από το 1989, απαιτήθηκαν πάνω από 10 χρόνια για την ανάπτυξη της μεθόδου ανάλυσης, η οποία και εφαρμόστηκε στην Ολυμπιάδα της Αθήνας.

Ποια είναι όμως τα κριτήρια που καθορίζουν την απαγόρευση ενός φαρμάκου από την WADA;

1. Η βελτίωση της αθλητικής επίδοσης
2. Η δημιουργία προβλημάτων υγείας στον αθλητή
3. Η σύγκρουση με το πνεύμα του «ευ αγωνίζεσθαι»

Αν πληρούνται δύο από τα τρία αυτά κριτήρια τότε η ουσία χαρακτηρίζεται ως απαγορευμένη για τους αθλητές και περιλαμβάνεται στον κατάλογο των απαγορευμένων ουσιών. Αλλά ποιες είναι οι ουσίες εκείνες οι οποίες ανήκουν στις απαγορευμένες για χρήση από τους αθλητές;

ΟΥΣΙΕΣ ΓΙΑ ΧΡΗΣΗ ΠΡΙΝ ΤΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ

- **Στεροειδή αναβολικά.** Αυξάνουν τη δύναμη και τον όγκο των μυών ενώ μειώνουν την κόπωση κατά τη διάρκεια της προπόνησης. Χρησιμοποιούνται στην Άρση Βαρών και σε αγωνίσματα ταχύτητας.
- **Πεπτίδια.** Οι χρησιμοποιούμενες ουσίες αναπτύσσουν τους μύες, αυξάνουν την οξυγόνωση του αίματος και βοηθάνε στην μεγαλύτερη διάρκεια της απόδοσης των αθλητών. Τέτοιες ουσίες είναι η ερυθροποιητίνη, η ανθρώπινη αυξητική ορμόνη (hGH), η ινσουλίνη. Χρησιμοποιούνται από αθλητές κωπηλασίας, κολύμβησης και δρόμων αντοχής.

ΟΥΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

- **Ουσίες διεγερτικές,** όπως αμφεταμίνες, κοκαΐνη, εφεδρίνη. Χρησιμοποιούνται σε αθλήματα που απαιτείται δύναμη. Οι κίνδυνοι από τη χρήση των ουσιών αυτών μπορούν να οδηγήσουν σε εθισμό και αύξηση της αρτηριακής πίεσης.
- **Γλυκοκορτικοειδή.** Η υδροκορτιζόνη ανήκει σε αυτή την κατηγορία. Χρησιμοποιούνται σε αθλήματα όπως η πάλη, η γυμναστική, ενώ η χρήση τους μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια μυϊκής μάζας και διαβήτη.
- **Ναρκωτικά.** Ουσίες όπως η μορφίνη, μαριχουάνα κ.ά χρησιμοποιούνται για την αντοχή στον πόνο ενώ λειτουργούν και σαν μυοχαλαρωτικά. Χρησιμοποιούνται για δρόμους αποστάσεων και αθλήματα αντοχής.

Υπάρχουν και άλλες ουσίες οι οποίες χρησιμοποιούνται π.χ. για να μειώνουν τον καρδιακό σφυγμό (προπρανολόλη) και την πίεση του αίματος. Χρησιμοποιούνται από αθλητές της Τοξοβολίας, της πάλης, κολύμβησης. Επίσης ουσίες για τη γρήγορη απώλεια βάρους όπως τα διουρητικά. Ο έλεγχος για την ανίχνευση αυτών των ουσιών γίνεται σε δείγματα ούρων που φυλάσσονται σε ξεχωριστές φιάλες. Επίσης το αίμα ελέγχεται για αυξημένα επίπεδα ερυθροποιητίνης ή ερυθρών αιμοσφαιρίων.

Οι μέθοδοι ανάλυσης των δειγμάτων των αθλητών για την ανίχνευση των απαγορευμένων ουσιών γίνεται με χρωματογραφικές αναλυτικές τεχνικές αλλά και ανοσοβιολογικές μεθόδους. Στις χρωματογραφικές τεχνικές μπορούμε να αναφέρουμε την Αέριο Χρωματογραφία με ανιχνευτή Ιονισμού Φλογός ή και Φασματογράφο μάζας (GC/FID, GC/MS). Την Υγρή Χρωματογραφία Υψηλής Απόδοσης (HPLC) με διάφορους ανιχνευτές (ηλεκτροχημικό Υπεριώδους –ορατού), την Υγρή Χρωματογραφία συνδεδεμένη με ανιχνευτή Φασματογράφο Μάζας (LC/MS).

Ποια είναι όμως η μελλοντική εξέλιξη του ντοπινγκ; Εκείνο το οποίο πιστεύουν ότι θα συμβεί στο όχι και πολύ μακρινό μέλλον, είναι το Γενετικό ντόπινγκ. Αυτό έχει σαν στόχο την εισαγωγή συνθετικών γονιδίων στον οργανισμό των αθλητών και τα οποία δεν θα είναι ανιχνεύσιμα από τις αιματολογικές και ουρολογικές εξετάσεις.

ΑΠΑΓΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΟΥΣΙΕΣ:

ΔΙΕΓΕΡΤΙΚΑ: Abrafinil, amfepramone, amiphenazole, amphetamine και παράγωγα, bromantan, carphedon, cathine, clobenzorex, cocaine, ephedrine και παράγωγα, etilefrine, fencamfamin, fenetylline, fenfluramine, fenproporex, furfenorex, mefenorex, mephentermine, mesocarb, modafinil, niketamide, norfenfluramine, pemoline, phendimetrazin, phenmetrazine, phenterrmine, prolintane, selegiline, strychnine, κ.λπ.

ΝΑΡΚΩΤΙΚΑ: Buprenorphine, dextromoramide, diamorphine (heroin), hydroporphine, methadone, morphine, oxycodone, oxymorphone, pentazocine, pethidine

ΚΑΝΝΑΒΙΝΟΕΙΔΗ: Χασίς, μαριχουάνα

ΑΝΑΒΟΛΙΚΑ: Αναβολικά ανδρογονικά στεροειδή (ΑΑΣ: ενδογενή και εξωγενή), Άλλα αναβολικά (Clenbutenol, zeranol)

ΠΕΠΤΙΔΙΚΕΣ ΟΡΜΟΝΕΣ: Ερυθροποιητίνη (EPO), Αυξητικές ορμόνες (hGH, IGF-1), Χορινική γοναδοτροφίνη (hCG), Ινσουλίνη, Κορτικοτροφίνες

ΒΗΤΑ-2 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ: Επιτρέπεται ελεγχόμενη χρήση για ιατρικούς λόγους

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΜΕ ANTI-OΙΣΤΡΟΓΟΝΙΚΗ ΔΡΑΣΗ: Αναστολείς αρωματάσης, Clomiphene, cyclophenil, tamoxifen

ΚΑΛΥΠΤΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ (MASKING AGENTS): Διουρητικά, Epitestosterone, probenecid,

ΔΙΟΓΚΩΤΙΚΑ ΠΛΑΣΜΑΤΟΣ (PLASMA EXPANDERS): dextran, hydroxyethyl starch

ΓΛΥΚΟΚΟΡΤΙΚΟΣΤΕΡΟΕΙΔΗ

ΑΠΑΓΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΜΕΘΟΔΟΥΣ:

ΕΠΑΓΩΓΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΟΞΥΓΟΝΟΥ: Χρήση αίματος, προϊόντων αίματος και ουσιών που επάγουν την πρόσληψη, τη μεταφορά ή παροχή οξυγόνου στους ιστούς

ΦΑΡΜΑΚΟΛΟΓΙΚΟΣ, ΧΗΜΙΚΟΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΟΣ ΧΕΙΡΙΣΜΟΣ: Χρήση ουσιών ή και μεθόδων που μπορεί να αλλοιώσουν την αξιοπιστία των δειγμάτων που συλλέγονται για έλεγχο. **ΓΟΝΙΔΙΑΚΟ**

ΝΤΟΠΙΝΓΚ: Χρήση γονιδίων ή γενετικού υλικού που έχουν την ικανότητα να αυξάνουν τις αθλητικές επιδόσεις, για μη θεραπευτικούς σκοπούς.

DNA ΚΑΙ ΓΟΝΙΔΙΑ



Τον τελευταίο καιρό όλο και πιο συχνά τα μέσα ενημέρωσης αναφέρονται σε μια σχετικά νέα και ελπιδοφόρα ιατρική τεχνική που αναπτύχθηκε για να θεραπεύσει σοβαρές ή ανίατες ασθένειες, τη γονιδιακή θεραπεία. Έτσι, ενώ οι επιστήμονες ανέπτυξαν αυτή τη θεραπευτική προσέγγιση για να απαλύνουν τον ανθρώπινο πόνο, δεν μπόρεσαν να αποτρέψουν τη διαρροή της στα αδίστακτα κυκλώματα της χρήσης αναβολικών ουσιών (ντόπινγκ), τα οποία επιθυμούν να την εφαρμόσουν σε αθλητές με σκοπό τη βελτίωση των επιδόσεών τους.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΓΟΝΙΔΙΑ:

Οι γενετικές πληροφορίες κάθε ανθρώπου είναι "γραμμένες" σε 23 ζευγάρια χρωμοσωμάτων που βρίσκονται στον πυρήνα των κυττάρων του οργανισμού. Τα χρωμοσώματα περιέχουν DNA (δεσοξυριβονουκλεϊκό οξύ) το οποίο έχει διάταξη διπλής περιελιγμένης έλικας. Τα γονίδια είναι τμήματα γενετικού υλικού (DNA) που περιέχουν τις πληροφορίες για τη σύνθεση των πρωτεϊνών, οι οποίες αποτελούν δομικά στοιχεία του οργανισμού ή βοηθούν στη ρύθμιση των βιολογικών του λειτουργιών.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΓΟΝΙΔΙΩΝ

Πρόσφατα οι ειδικοί ερευνητές κατάφεραν να αποκρυπτογραφήσουν τις γενετικές πληροφορίες που είναι κωδικοποιημένες στα χρωμοσώματα και να καταγράψουν 20-25.000 ενεργά γονίδια, ανοίγοντας νέους δρόμους στη διάγνωση και τη θεραπευτική αντιμετώπιση παραπάνω από 5.000 νοσημάτων, τα οποία βρέθηκε ότι οφείλονται σε συγκεκριμένες γενετικές αλλαγές (μεταλλάξεις).

ΤΑ ΓΟΝΙΔΙΑ ΣΤΗΝ ΑΘΛΗΣΗ

Δεν είναι δύσκολο να διαπιστώσει κάποιος, παρατηρώντας τα σωματικά χαρακτηριστικά και τις επιδόσεις αθλητών από διάφορες περιοχές του κόσμου, ότι δεν γεννιούνται όλοι με τις ίδιες βιολογικές δυνατότητες. Οι επιστήμονες έχουν ανακαλύψει τουλάχιστον 90 γονίδια που σχετίζονται με την αθλητική επίδοση, γεγονός που μπορεί να χρησιμοποιηθεί αφενός για την πρώιμη εύρεση ταλέντων σε διάφορα αγωνίσματα και αφετέρου για την εξατομίκευση της προπόνησης, ανάλογα με τη γενετική προδιάθεση κάθε αθλητή.



Η ΓΟΝΙΔΙΑΚΗ ΘΕΡΑΠΕΙΑ

ΟΡΙΣΜΟΣ

Ως γονιδιακή θεραπεία ορίζεται η επέμβαση στα γενετικά χαρακτηριστικά ενός οργανισμού, με σκοπό τη θεραπεία ή την πρόληψη κάποιας ασθένειας. Η θεραπευτική αυτή προσέγγιση εφαρμόζεται κυρίως για την αποκατάσταση της λειτουργίας κάποιου γονιδίου που είναι ελαττωματικό και δημιουργεί προβλήματα στον οργανισμό. Το γενετικό υλικό μεταφέρεται στον πυρήνα των κυττάρων και κωδικοποιεί την παραγωγή κάποιας θεραπευτικής πρωτεΐνης. Η γονιδιακή θεραπεία στις μέρες μας εξελίσσεται ραγδαία και αναμένεται στο μέλλον να αποτελέσει τον σημαντικότερο, ίσως, τρόπο θεραπευτικής αντιμετώπισης πολλών ασθενειών που βασανίζουν την ανθρωπότητα.

ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΓΟΝΙΔΙΑΚΗΣ ΘΕΡΑΠΕΙΑΣ

Στη γονιδιακή θεραπεία επιδιώκεται η μεταφορά στον ασθενή ενός φυσιολογικού γονιδίου, που έχει παρασκευαστεί στο εργαστήριο, το οποίο θα αντικαταστήσει το παθολογικό γονίδιο που προκαλεί την ασθένεια. Η μεταφορά του γονιδίου επιχειρείται με δύο μεθόδους: εξωσωματικά, με την αφαίρεση κυττάρων από τον πάσχοντα ιστό, τη γενετική τους επιδιόρθωση και την επανεισαγωγή τους στον ασθενή και ενδοσωματικά, με τη χρήση ειδικών “οχημάτων” τα οποία μπορεί να είναι συγκεκριμένοι ιοί (αδενοϊοί, ρετροϊοί, ερπητοϊοί) ή σφαιρίδια από λίπος (λιπιδώματα). Οι ιοί, δηλαδή, που έχουν αδρανοποιηθεί ώστε να μην προκαλούν ασθένειες, παίζοντας το ρόλο του “Δούρειου Ίππου” μεταφέρουν το γονίδιο μέσα στον πυρήνα του κυττάρου, όπου και ενσωματώνεται στο δικό του γενετικό υλικό, καθοδηγώντας την παραγωγή της ζητούμενης πρωτεΐνης.

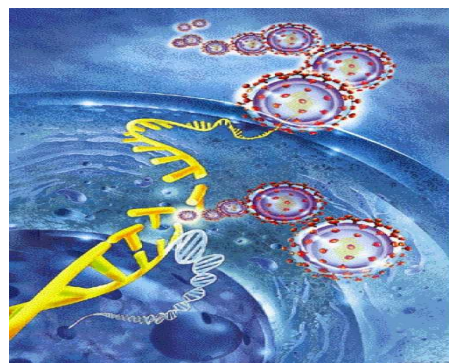
ΓΟΝΙΔΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΓΟΝΙΔΙΑΚΟ ΝΤΟΠΙΝΓΚ

Ως γονιδιακό ντόπινγκ ορίζεται η μη θεραπευτική χρήση κυττάρων, γονιδίων ή γονιδιακών στοιχείων, που έχουν τη δυνατότητα να αλλάξουν τη γενετική δομή των αθλητών, ώστε το σώμα τους να παράγει ορμόνες ή άλλες φυσικές ουσίες που μπορούν να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους.

Η ΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Στη συνέλευση της Ιατρικής Επιτροπής της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής τον Ιούνιο του 2001, μετά τη ανάπτυξη που παρουσίασαν οι τεχνικές της Μοριακής Βιολογίας και Γενετικής, συζητήθηκε για πρώτη φορά το πιθανής ύπαρξης γονιδιακού ντόπινγκ, αλλά και τέθηκε επιτακτικά η ανάγκη λήψης μέτρων για την αντιμετώπιση του φαινομένου. Τελικά, τον Ιανουάριο του 2003 το γενετικό συμπεριελήφθη στη λίστα των απαγορευμένων μεθόδων βελτίωσης της αθλητικής επίδοσης, ενώ η Παγκόσμια Ομοσπονδία Αντιντόπινγκ (WADA), τοποθετεί το 2004 για πρώτη φορά τις γονιδιακές τεχνικές στη διεθνή λίστα μεθόδων ντοπαρίσματος. Επιπλέον, αν και οι παράγοντες της WADA πιστεύουν ότι η ύπαρξη γενετικά υποβοηθούμενων αθλητών στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Πεκίνου το 2008 δεν είναι απίθανη, αναμφίβολα το 2012 στο Λονδίνο το πρόβλημα θα έχει πάρει ανησυχητικές διαστάσεις. Συγκεκριμένα ο R. Round, πρόεδρος της WADA, δήλωσε πρόσφατα: “Γνωρίζουμε ότι η απειλή του γενετικού ντόπινγκ είναι αληθινή. Πρέπει να αρχίσουμε τον αγώνα ενάντια σε αυτήν την απειλή τώρα, πριν να γίνει πραγματικότητα. Είναι ευκολότερο να προλάβουμε ένα πρόβλημα, παρά να προσπαθήσουμε να το λύσουμε”.



ραγδαία
θέμα της
αυτού
ντόπινγκ

πρώτη

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΓΟΝΙΔΙΑΚΟΥ ΝΤΟΠΙΝΓΚ

Οι γονιδιακές παρεμβάσεις στον αθλητισμό γίνονται με τη βοήθεια γονιδίων που ελέγχουν τη σύνθεση διαφόρων πρωτεϊνών, οι οποίες σχετίζονται τόσο με την αθλητική επίδοση, όσο και με την ταχύτερη αποκατάσταση πιθανών τραυματισμών.

Ερυθροποιητίνη (Epo) Το γονίδιο της ερυθροποιητίνης εισάγεται στην κυκλοφορία του αίματος με σκοπό την αύξηση της παραγωγής της. Η συγκεκριμένη ορμόνη παράγεται από τους νεφρούς και διεγείρει την παραγωγή νέων ερυθρών αιμοσφαιρίων από το μυελό των οστών, τα οποία μεταφέρουν έτσι περισσότερο οξυγόνο, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η αεροβική ικανότητα των αθλητών. Η τεχνική αυτή αναπτύσσεται για θεραπευτική χρήση σε ασθενείς με καρκίνο, AIDS ή νεφρική ανεπάρκεια που πάσχουν από σοβαρή αναιμία και μπορεί να χρησιμοποιηθεί παράνομα κυρίως σε αγωνίσματα που απαιτούν αντοχή, αφού ο αυξημένος αριθμός ερυθρών αιμοσφαιρίων οδηγεί σε αύξηση της οξυγόνωσης των ιστών και επομένως στην ενίσχυση των δυνάμεων του οργανισμού. Η είσοδος του γονιδίου της ερυθροποιητίνης στα κύτταρα έχει ήδη πραγματοποιηθεί σε πιθήκους και ποντίκια, στα οποία ο αιματοκρίτης σχεδόν διπλασιάστηκε!

Ινσουλινομιμητικός αυξητικός παράγοντας (IGF-1) Τεχνικά φαίνεται να έχει τελειοποιηθεί η εισαγωγή γονιδίων που οδηγούν σε αύξηση της μυϊκής μάζας, μέσω του γενετικού υλικού του ινσουλινομιμητικού αυξητικού παράγοντα-1 (IGF-1). Η διαδικασία αυτή εφαρμόστηκε αρχικά με απευθείας ένεση του γονιδίου στους μύες, με σκοπό τη θεραπεία μιας σπάνιας νόσου που οδηγεί σε απώλεια μυϊκής μάζας, της μυϊκής δυστροφίας. Η γονιδιακή μεταφορά IGF-1 θα μπορούσε να οδηγήσει σε υπεραποδόσεις σε αθλήματα όπως την άρση βαρών, τις ρίψεις και την πυγμαχία, στα οποία οι επιδόσεις βελτιώνονται με την αύξηση της μυϊκής μάζας. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στο Πανεπιστήμιο της Πενσυλβάνια, στις Ηνωμένες Πολιτείες, που είναι πρωτοπόρο στη γονιδιακή έρευνα, χορηγήθηκε με ένεση το συγκεκριμένο γονίδιο στα πίσω πόδια ποντικών, με αποτέλεσμα να εμφανίσουν αύξηση της μυϊκής τους μάζας κατά 300% και διπλασιασμό της δύναμης ανύψωσης ειδικά σχεδιασμένων βαρών.

Αγγειακός ενδοθηλιακός αυξητικός παράγοντας (VEGF) Μια άλλη ερευνητική εφαρμογή αναφέρεται στην εισαγωγή του γονιδίου του αγγειακού ενδοθηλιακού παράγοντα που μπορεί να βοηθήσει στην δημιουργία νέων αιμοφόρων αγγείων, η οποία αναπτύχθηκε για να βοηθήσει ασθενείς με περιφερική αρτηριακή νόσο και ισχαιμική μυοκαρδιοπάθεια. Η διαδικασία αυτή έχει τη δυνατότητα να οδηγήσει σε αυξημένη τροφοδοσία των ιστών με οξυγόνο και θρεπτικά συστατικά, με αποτέλεσμα όργανα όπως οι μύες, οι πνεύμονες και η καρδιά, να παρουσιάζουν εξαιρετικές και απρόσμενες επιδόσεις, αγγίζοντας το μέγιστο των δυνατοτήτων τους.

Μυοστατίνη Είναι μια πρωτεΐνη που καθυστερεί την ανάπτυξη των μυών με κάποιο μηχανισμό που δεν είναι πλήρως ξεκαθαρισμένος. Ως εφαρμογή γονιδιακής θεραπείας αναπτύχθηκε για την αντιμετώπιση σοβαρών νόσων, όπως είναι η μυϊκή δυστροφία Duchenne και Decker. Στην πρακτική χρήση αυτής της μορφής γονιδιακού ντόπινγκ, θα μπορούσαν να χορηγηθούν ουσίες που παρεμποδίζουν τη δράση της μυοστατίνης, με αποτέλεσμα την υπερβολική ανάπτυξη της μυϊκής μάζας, εξαιτίας της μεγάλης αύξησης του αριθμού και του μεγέθους των μυϊκών ινών.

Ενδορφίνες-εγκεφαλίνες Είναι φυσικές ουσίες (πεπτίδια) που εκκρίνονται από τον οργανισμό για την καταστολή του πόνου. Η χορήγηση των γονιδίων που ελέγχουν την παραγωγή τους φαίνεται να βοηθά τους αθλητές με πολλαπλές αγωνιστικές υποχρεώσεις ή με σύνδρομο υπερπροπόνησης να ξεπερνούν ευκολότερα τον πόνο και να συμμετέχουν συχνότερα σε αγώνες.

ΕΠΟΥΛΩΣΗ ΤΡΑΥΜΑΤΙΣΜΩΝ

Είναι η μόνη ίσως αποδεκτή από την αθλητική κοινότητα χρήση γονιδιακής τεχνικής. Η ένεση γενετικά τροποποιημένων γονιδίων αυξητικών παραγόντων (όπως ο IGF-1) σε τραυματισμένους ιστούς, (τένοντες, συνδέσμους, χόνδρους, μύες, οστά) φαίνεται σε πειραματόζωα να έχει ως αποτέλεσμα τη γρηγορότερη επούλωση και αποκατάστασή τους. Σημειώνεται ότι ακόμη και σε περιπτώσεις συνηθισμένης προπόνησης, παρατηρείται περιορισμένης έκτασης απώλεια μυϊκής μάζας, λόγω της έντονης καταπόνησης του μυϊκού συστήματος, γι' αυτό και είναι πολύ ωφέλιμη η άμεση αναπλήρωσή της.

ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ

Οι κίνδυνοι για την υγεία απορρέουν από το γεγονός ότι ενώ οι συμβατικές γονιδιακές θεραπείες είναι απόλυτα ελεγχόμενες από εξειδικευμένους ιατρούς και άλλους επιστήμονες, στην περίπτωση του γονιδιακού ντόπινγκ οι εφαρμοζόμενες τεχνικές αναπτύσσονται σε παράνομα και ανεξέλεγκτα εργαστήρια, με άγνωστης προέλευσης πρώτες ύλες, που ενδέχεται να είναι επιμολυσμένες και χωρίς να έχουν περάσει από τη διαδικασία των επίσημων κλινικών μελετών. Επίσης, η χρήση δυνητικά λοιμογόνων ιών όχι μόνο μπορεί να βλάψει την υγεία των ίδιων των αθλητών, αλλά εμπεριέχει και σοβαρό κίνδυνο επιμόλυνσης των ατόμων που τους συναναστρέφονται.

Συγκεκριμένα, μετά την υπερβολική παραγωγή ερυθροποιητίνης αυξάνεται κατακόρυφα η πιθανότητα πρόκλησης εγκεφαλικού επεισοδίου ή καρδιακής προσβολής. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το αίμα, λόγω του αυξημένου αριθμού ερυθρών αιμοσφαιρίων, γίνεται πιο πυκνό και έτσι κυκλοφορεί πιο δύσκολα κατά μήκος των αγγείων, σχηματίζοντας ευκολότερα θρόμβους. Σε πειράματα χορήγησης του γονιδίου της ερυθροποιητίνης σε πιθήκους, αναπτύχθηκε μια σοβαρή μορφή αυτοάνοσης αναιμίας, αφού ο οργανισμός κατέστρεψε ανεξήγητα όχι μόνο τη νέα ερυθροποιητίνη, αλλά και αυτή που παρήγαγε φυσιολογικά ο οργανισμός. Επίσης, στην περίπτωση της υπερβολικής αύξησης της μυϊκής μάζας, οι μύες γίνονται δυσανάλογα ογκώδεις και ισχυροί σε σχέση με τους τένοντες και τα οστά, τα οποία παραμένουν αμετάβλητα, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η πιθανότητα πρόκλησης κακώσεων και καταγμάτων.

Ανησυχία, ακόμη, προκαλούν στους επιστήμονες ορισμένες άγνωστες παρενέργειες των γονιδιακών τεχνικών. Το 1999 ένας 18χρονος ασθενής που έκανε γονιδιακή θεραπεία για μια σπάνια ασθένεια του ήπατος, πέθανε ξαφνικά και αναίτια από πολλαπλή οργανική ανεπάρκεια, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις αναπτύχθηκε μια μορφή λευχαιμίας, λόγω έντονης ανοσολογικής αντίδρασης του οργανισμού ή παρουσιάστηκαν συμπτώματα που μοιάζουν με αυτά της γρίπης, αναζωπυρώνοντας τους προβληματισμούς για τις απρόβλεπτες επιδράσεις των γονιδιακών παρεμβάσεων.

Η ΑΝΙΧΝΕΥΣΗ ΤΟΥ ΓΟΝΙΔΙΑΚΟΥ ΝΤΟΠΙΝΓΚ

Η ανίχνευση των γονιδιακών μεθόδων ντόπινγκ είναι πολύ δύσκολη, διότι μετά από τη χορήγηση των τεχνητών γονιδίων ο οργανισμός των αθλητών παράγει πρωτεΐνες όμοιες με τις φυσιολογικές. Ένδειξη χρήσης γονιδιακής τεχνικής προκύπτει μόνο με την εξέταση των αποτελεσμάτων της, όπως είναι η μέτρηση του αιματοκρίτη μετά τη χορήγηση του γονιδίου της ερυθροποιητίνης. Ο αγώνας, όμως, μεταξύ παρανόμων τεχνικών και ιατρικών επιτροπών ελέγχου ντόπινγκ δεν τελειώνει τόσο εύκολα, αφού έχουν ήδη αναπτυχθεί φάρμακα που κατεβάζουν τεχνητά το επίπεδο του αιματοκρίτη, αποκρύπτοντας τις γενετικές παρεμβάσεις στην ερυθροποιητίνη σε πιθανό έλεγχο αντιντόπινγκ.

Ως πιθανή λύση έχει προταθεί η συνεχής μέτρηση της συγκέντρωσης συγκεκριμένων πρωτεϊνών των αθλητών για μακρύ χρονικό διάστημα, ώστε να γίνεται αντιληπτή ενδεχόμενη αλλαγή στη φυσιολογία και τη λειτουργικότητα του οργανισμού. Η διαδικασία, όμως, αυτή θα πρέπει να περιλάβει εκατοντάδες πρωτεΐνες για ένα μεγάλο αριθμό αθλητών διαφόρων αγωνισμάτων, γεγονός που καθιστά πρακτικά ανέφικτη την πραγματοποίησή της.

Ένας ασφαλέστερος τρόπος ελέγχου του προβλήματος είναι η πίεση των εταιρειών βιοτεχνολογίας και των επιστημόνων που εργάζονται στον συγκεκριμένο τομέα να αναπτύξουν κάποια τεχνική σήμανσης του γενετικού υλικού, των φορέων του αλλά και των χημικών ουσιών που χρησιμοποιούνται στη γονιδιακή θεραπεία νοσημάτων, ώστε, ακόμη και αν καταλήξουν στα κυκλώματα του ντόπινγκ, να είναι εφικτή η ανίχνευσή τους. Το πρόβλημα, στη συγκεκριμένη περίπτωση, είναι ότι οι χημικές ουσίες και οι ιικοί φορείς που μεταφέρουν το γενετικό υλικό είναι δυνατό να εντοπιστούν μόνο αμέσως μετά την εφαρμογή της τεχνικής, αφού εξαφανίζονται εύκολα από την κυκλοφορία του αίματος. Επίσης, μελετάται η εφαρμογή της βιοψίας μυϊκού ιστού για την ανάλυση της σύστασης της μυϊκής μάζας των ύποπτων για ντόπινγκ αθλητών,

που όμως είναι πιθανό να προκαλέσει σοβαρές αντιδράσεις στον αθλητικό κόσμο, επειδή λαμβάνεται με, έστω και απλή, χειρουργική τεχνική.

ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ

Οι κυριότερες ομάδες-στόχοι που είναι πιθανόν να ενδιαφερθούν για τη γονιδιακή θεραπεία είναι οι πρωταθλητές και οι προπονητές τους σε όλα τα αγωνίσματα, καθώς και άτομα που γυμνάζονται σε γυμναστήρια, τα οποία ενδιαφέρονται για την εύκολη αύξηση της μυϊκής τους μάζας. Ένας σημαντικός τομέας, στον οποίο θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή, είναι η χρηματοδότηση ερευνών για τη συνεχή βελτίωση και εξειδίκευση των τεχνικών ανίχνευσης κάθε πτυχής των γονιδιακών παρεμβάσεων, αλλά και η παραδειγματική τιμωρία όσων παρασκευάζουν και διακινούν τις πρώτες ύλες, αλλά και εφαρμόζουν στους αθλητές αυτές τις παράνομες τεχνικές.

Τέλος η παράλογη και παράνομη χρήση των γονιδιακών τεχνικών μπορεί να συγκριθεί σχηματικά με την πυρηνική ενέργεια, η οποία ενώ μπορεί να λύσει το ενεργειακό πρόβλημα του πλανήτη, έχει χρησιμοποιηθεί καταχρηστικά για την κατασκευή βομβών και την αφάνιση ανθρώπινων πληθυσμών. Ο αθλητικός κόσμος πολύ σύντομα θα κληθεί να αντιμετωπίσει και να λάβει αυστηρά μέτρα για το θέμα του γονιδιακού ντόπινγκ, αφού από την πλευρά της βιοτεχνολογίας έχουν ήδη δοκιμαστεί με επιτυχία διάφορα γονίδια για την αντιμετώπιση σοβαρών νοσημάτων, τα οποία θα μπορούσαν να βελτιώσουν την αθλητική επίδοση. Επιπροσθέτως, επειδή η πίεση για τη νίκη και τη συνακόλουθη οικονομική, επαγγελματική και κοινωνική καταξίωση είναι τεράστια, δεν είναι απίθανο να υπάρξουν εταιρείες βιοτεχνολογίας, οι οποίες, όπως έπραξαν και με τις συνηθισμένες αναβολικές ουσίες, θα αναζητήσουν προπονητές και αθλητικούς παράγοντες χωρίς ηθικούς φραγμούς, οι οποίοι θα είναι έτοιμοι να θυσιάσουν στο βωμό του χρήματος και της εφήμερης δόξας το πολύτιμο αγαθό της υγείας εύπιστων και φιλόδοξων νέων ανθρώπων. Για τους λόγους αυτούς θα πρέπει να συνεργαστούν όλοι οι εμπλεκόμενοι, δηλαδή προπονητές, αθλητικοί παράγοντες, ομοσπονδίες, ειδικοί επιστήμονες, καθώς και στελέχη εταιρειών βιοτεχνολογίας, ώστε να γίνει πράξη η ενημέρωση των τελικών αποδεκτών των ανορθόδοξων μεθόδων που είναι οι αθλητές, η βελτίωση των μεθόδων ανίχνευσης του γενετικού ντόπινγκ, αλλά και η ολοκλήρωση της απαραίτητης θεσμικής θωράκισης, με τη θέσπιση σαφών νομικών κανόνων για την ασφαλή χρήση και την αποτροπή της κατάχρησης των γενετικών τεχνικών.

ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΙΣΗ ΤΟΥ ΝΤΟΠΙΝΓΚ

ΈΝΑ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗΣ ΤΟΥ ΝΤΟΠΙΝΓΚ

Ο αθλητισμός αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο κάθε πολιτισμού και κοινωνίας πάνω στη γη. Ελάχιστοι είναι οι άνθρωποι που, σε κάποια στιγμή της ζωής τους, δεν έχουν αισθανθεί ενθουσιασμό για μια αθλητική επίδοση, την οποία είτε έχουν επιτύχει οι ίδιοι είτε έχουν παρακολουθήσει ως θεατές. Θεωρούμε τον αθλητισμό σημαντικό και ουσιαστικό, ίσως ως μεταφορά της ίδιας της ζωής, με τις προκλήσεις της που πρέπει να αντιμετωπισθούν, τις επιτυχίες και τις αποτυχίες της. Δυστυχώς, ο αθλητισμός αντανακλά επίσης και την σκοτεινή πλευρά της ανθρώπινης φύσης, με τη μορφή της εξαπάτησης. Το ντόπινγκ είναι μια μέθοδος εξαπάτησης, γνωστή επί αιώνες, ίσως δε και χιλιετίες, καθώς περιστατικά καταγράφονται ήδη από τον τρίτο αιώνα προ Χριστού, κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων της Αρχαιότητας. Τα τελευταία χρόνια, ο αθλητισμός, η διασκέδαση και η αναψυχή έχουν αναδειχθεί σε έναν από τους σημαντικότερους τομείς ανάπτυξης όσον αφορά στην οικονομία και στην απασχόληση σε παγκόσμια κλίμακα, με αποτέλεσμα την συνεχή αύξηση των προσόδων αθλητών και οργανωτών, αλλά και την ενίσχυση των κινήτρων και των μέσων για τους απατεώνες.

Η ΕΚΘΕΣΗ HARDOP

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αναλάβει δέσμευση για τη στήριξη της καταπολέμησης του ντόπινγκ στο χώρο του αθλητισμού. Το προκαταρκτικό σχέδιο "Εναρμόνιση μεθόδων και μετρήσεων για την καταπολέμηση του ντόπινγκ" (σχέδιο Hardop), που χρηματοδοτήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 1998, έχει σα στόχο να προσδιορίσει την έρευνα που απαιτείται για τη βελτίωση της καταπολέμησης του ντόπινγκ στο χώρο του αθλητισμού. Η τελική έκθεση του σχεδίου, η οποία δημοσιεύθηκε το 1999, τονίζει την ανάγκη για καινοτομίες, όχι μόνο σχετικές με τις τεχνολογίες μετρήσεων και δοκιμών, αλλά και σχετικές με δραστηριότητες συντονισμού και εκπαίδευσης.

Η ΠΡΟΟΔΟΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΜΕΤΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΟΚΙΜΩΝ

Οι ευρωπαϊκές αρχές αντιμετωπίζουν την καταπολέμηση της χρήσης ουσιών για τη βελτίωση των επιδόσεων των αθλητών ως ένα εξαιρετικά σοβαρό ζήτημα. Ταυτόχρονα, η παραγωγή και η διακίνηση απαγορευμένων ουσιών, όπως οι στεροειδείς ορμόνες, γίνεται ολοένα και πιο επικερδής, η δε πρόοδος που σημειώνεται στις μεθόδους παραγωγής καθιστά ολοένα και πιο δύσκολη την ανίχνευσή τους. Σε συμφωνία με προτάσεις της έκθεσης Hardop, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αυτή τη στιγμή χρηματοδοτεί έναν αριθμό ερευνητικών προγραμμάτων που αποσκοπούν στη βελτίωση της ικανότητάς μας να ανιχνεύουμε τη χρήση τέτοιων ουσιών.

ISOTRACE

Η ανάπτυξη συνθετικών στεροειδών με χημική δομή ίδια με εκείνη των φυσικών δυσχεραίνει κατά πολύ την ανίχνευσή τους. Στο πλαίσιο του σχεδίου Isotracer αναπτύσσεται νέα τεχνολογία φασματομετρίας μαζών αναλογίας ισοτόπων (IRMS) για την ανίχνευση της ειδικής περιεκτικότητας σε ισότοπα των απαγορευμένων συνθετικών ορμονών. Στη συνέχεια θα επιδιωχθεί η εφαρμογή της εν λόγω τεχνολογίας σε μελλοντικούς Ολυμπιακούς Αγώνες.

SGLC/MS

Η κακή χρήση από αθλητές αναβολικών ανδρογόνων στεροειδών αποτελεί μακροχρόνιο και οξυνόμενο πρόβλημα. Το ερευνητικό πρόγραμμα SGLC/MS έχει δύο στόχους. Πρώτον, αναπτύσσει μεθόδους για τη σύνθεση αναβολικών ανδρογόνων στεροειδών, τα οποία στη συνέχεια μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως ουσίες αναφοράς για δοκιμασίες φαρμάκων. Δεύτερον, αναπτύσσει νέες τεχνικές υγρής Χρωματογραφίας Υγρών/φασματομετρίας μάζας (LC/MS) για την ταχεία ανίχνευση των εν λόγω ουσιών.

ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ALADIN

Ο έλεγχος της χρήσης φαρμάκων από αθλητές έχει αποδειχθεί ως ένα από τα πλέον αποτελεσματικά μέσα για την πρόληψη της χρήσης φαρμάκων στο χώρο του αθλητισμού. Ωστόσο, η ποιότητα των αποτελεσμάτων των αναλύσεων μπορεί να παρουσιάζει διακυμάνσεις και, σύμφωνα με τους ισχύοντες κανονισμούς, τα εργαστήρια ελέγχου πρέπει να είναι αναγνωρισμένα και εναρμονισμένα με τους κανόνες της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής (ΔΟΕ). Στο εγγύς μέλλον, τα εργαστήρια θα πρέπει επίσης να διαθέτουν πιστοποίηση σύμφωνα με το διεθνές πρότυπο ποιότητας ISO 17025 προτού επιδιώξουν τη αναγνώρισή τους από τη ΔΟΕ. Αυτό θα απαιτήσει τη συμμετοχή σε εξωτερικές μελέτες αξιολόγησης της ποιότητας, με σκοπό να ελέγχεται η ικανότητα των εργαστηρίων να παρέχουν αξιόπιστα αποτελέσματα.

Σήμερα, το σχέδιο Aladin 2002, αναπτύσσει, με ευρωπαϊκή χρηματοδότηση, pηlcqalla δοκιμών καταλληλότητας προς εφαρμογή από τα διαπιστευμένα στην ΔΟΕ ευρωπαϊκά εργαστήρια. Συμμορφούμενο με τις κατευθυντήριες γραμμές ISO/IEC, το σχέδιο θα δημιουργήσει επίσης και θα διαπιστεύσει ένα δίκτυο κέντρων ως εγκεκριμένους παρόχους προγραμμάτων δοκιμών καταλληλότητας. Πολλά κέντρα θα εξειδικευθούν, παρέχοντας υλικά αναφοράς για περίπου 100 απαγορευμένες ουσίες. Θα δημιουργηθεί δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών που θα συνδέει τα διαπιστευμένα στην ΔΟΕ ευρωπαϊκά εργαστήρια προκειμένου

να διασφαλίζεται η δέουσα, ταχεία, συνεκτική και απόρρητη διάδοση πληροφοριών που απαιτείται για το διεργαστηριακό πρόγραμμα δοκιμών. Στο δίκτυο θα μπορούν να συμμετέχουν και εργαστήρια από χώρες εκτός Ευρώπης, εφόσον αυτά επιθυμούν να συμμετάσχουν. Οι συμμετέχοντες στο σχέδιο είναι βέβαιοι ότι η εναρμόνιση των μεθόδων και η εφαρμογή ενός προγράμματος εξωτερικού ποιοτικού ελέγχου θα έχει σημαντική συμβολή στη διασφάλιση της εξάλειψης του ντόπινγκ από το χώρο του αθλητισμού κατά τα προσεχή έτη.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΛΙΜΑΚΑ - Ο ΠΟΦΔ ΚΑΙ Η ΔΟΕ

Μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει το κίνημα κατά του ντόπινγκ είναι ο παγκόσμιος συντονισμός των προσπαθειών. Αν και οι πάντες αναγνωρίζουν την καλή θέληση και τις θαρραλέες προσπάθειες των πολυάριθμων επιμέρους φορέων, η αρμοδιότητά τους περιορίζονταν συνήθως σε συγκεκριμένα αθλήματα και σε συγκεκριμένα διαστήματα του έτους, παρέχοντας τρόπους παράκαμψης σε ευρηματικούς απατεώνες.

Μέσω μιας συλλογικής πρωτοβουλίας με επικεφαλής την ΔΟΕ και ύστερα από την παγκόσμια Διάσκεψη της με θέμα τα αναγωγικά φάρμακα, τον Νοέμβριο του 1999 συστάθηκε ο Παγκόσμιος Οργανισμός κατά της φαρμακοδιέγερσης (ΠΟΦΔ) για την υποστήριξη και την προώθηση των θεμελιωδών αξιών στον τομέα του αθλητισμού. Με τη σύσταση του εν λόγω φορέα, οργανισμοί και κυβερνήσεις σε ολόκληρο τον κόσμο καταβάλλουν πλέον συντονισμένες προσπάθειες για την εξάλειψη του ντόπινγκ στο χώρο του αθλητισμού.

CAFDIS

Εντωμεταξύ, ένα σχέδιο, γνωστό ως Cafdis, που δρομολογήθηκε με πρωτοβουλία εθνικών Ολυμπιακών Επιτροπών και διεθνών αθλητικών ομοσπονδιών με ευρωπαϊκή χρηματοδότηση, εφαρμόζεται για την υποστήριξη των προσπαθειών της ΔΟΕ και του ΠΟΦΔ. Το σχέδιο Cafdis αποσκοπεί να δημιουργήσει ένα παγκόσμιο δίκτυο δραστήριων εταιρών και προηγμένων πλατφόρμων πληροφόρησης για την ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με την καταπολέμηση του ντόπινγκ. Μια ιστοθέση θα συμβάλλει στη συλλογή και στη διάδοση πληροφοριών σε τέσσερις τομείς: εκπαίδευση, μελλοντικές τάσεις, έρευνα και ανάπτυξη, καθώς και εργαστηριακά ζητήματα.

Το δίκτυο Cafdis θα παρέχει πληροφορίες σύμφωνα με την αρχή της "ανάγκης γνώσης". Το πρώτο επίπεδο των χρηστών θα περιλαμβάνει αθλητές και το ευρύτερο κοινό. Ένα δεύτερο επίπεδο θα περιλαμβάνει αθλητικούς παράγοντες, προπονητές και μάντζερ. Το τρίτο επίπεδο θα παρέχει πληροφορίες σε εργαστήρια, κριτές και ιατρικό προσωπικό. Τέλος, ενεργοί συνεργάτες του σχεδίου θα είναι φαρμακευτικοί, δικαστικοί και αστυνομικοί οργανισμοί.

ΈΡΕΥΝΑ – ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ – ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Με τη ραγδαία εξέλιξη των τεχνικών ντόπινγκ, συμπεριλαμβανομένων της ολοένα και πιο πολύπλοκης οργάνωσης της διακίνησης των ουσιών και των αυξανόμενων χρηματοοικονομικών πόρων που διατίθενται για τις εν λόγω δραστηριότητες, τα εργαστήρια ελέγχου πρέπει να αξιολογούν συνεχώς τις μεθόδους και τα μέσα εργασίας που διαθέτουν. Αυτή η εξελικτική διαδικασία θα απαιτήσει την τακτικότερη και στενότερη συνεργασία μεταξύ των εργαστηρίων, της φαρμακευτικής βιομηχανίας και όσων εμπλέκονται στη βασική έρευνα. Το στοιχείο που στην έκθεση Hardop περιγράφεται ως ένα είδος επιστημονικής "επαγρύπνησης", θα επιτρέψει στους ειδικούς σε θέματα καταπολέμησης του ντόπινγκ να προβλέπουν νέες τάσεις στον τομέα του ντόπινγκ προτού αυτές τεθούν σε εφαρμογή. Τα γεγονότα που συντάραξαν το χώρο της ποδηλασίας το 1998 καταδεικνύουν το ρόλο που διαδραματίζουν οι αστυνομικές, οι δικαστικές και οι τελωνειακές αρχές. Η αντιμετώπιση της εξάπλωσης του ντόπινγκ μεταξύ ερασιτεχνών, η οποία πλέον πλήττει ολοένα και περισσότερο έναν πληθυσμό μικρότερων ηλικιών, είναι απλά πέραν των δυνατοτήτων των αθλητικών αρχών. Είναι πλέον σαφές ότι απαιτείται συντονισμός μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων. Σημαντικό προβληματισμό

προκαλεί επίσης η ελλιπής γνώση σχετικά με το *marketing* στον αθλητισμό. Σήμερα, δρομολογούνται ορισμένες ενημερωτικές εκστρατείες με ιδιαίτερη έμφαση στους νέους.

Σ. ΔΟΛΑ
Σ



Ο αθλητικός τουρισμός καταλαμβάνει μια κύρια θέση στην στρατηγική των χωρών στην προσέλκυση αθλητικών γεγονότων όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου. Έτσι η Αυστραλία διέθεσε 1,7 δισ. δολάρια της κυβέρνησης για τους Ολυμπιακούς το 2000 και σαν ανταμοιβή κέρδισε για τα επόμενα 10 χρόνια έναν τεράστιο αριθμό τουριστών, που επισκέφτηκαν την χώρα. Μάλιστα, η διοργάνωση των Ολυμπιακών οδηγεί μία χώρα και σε περαιτέρω βελτιώσεις των υποδομών της, όπως για παράδειγμα του συστήματος μεταφορών, και κυρίως των αερομεταφορών, αλλά και στον καθαρισμό της πόλης.

Ο αθλητικός τουρισμός παθιάζει και προσελκύει πολύ κόσμο, είναι πολυέξοδος, αλλά προσφέρει και μοναδικές, αξέχαστες εμπειρίες όχι μόνο στους θεατές των εκδηλώσεων αλλά και σε όλους τους συμμετέχοντες. Το άμεσο όφελος για έναν τόπο, που διοργανώνει αγώνες φαίνεται γρήγορα και είναι σε μετρητά, ενώ το έμμεσο όφελος, που είναι και μεγαλύτερο, φαίνεται μετά από αρκετά χρόνια, αφού όλο και περισσότεροι τουρίστες επισκέπτονται την περιοχή. Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα εργαλείο, το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να αποφέρει μεγάλα κέρδη, να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, ακόμη και να συνεισφέρει στην πολιτιστική κουλτούρα των ανθρώπων.

Σήμερα ο αθλητισμός και ο τουρισμός αποτελούν δύο μεγάλους κοινωνικούς θεσμούς, που έχουν σε πολλές περιπτώσεις άμεσες αλληλεπιδράσεις. Οι δύο αυτοί θεσμοί γιγαντώθηκαν ειδικότερα μετά το 1960 και αποτελούν σήμερα δύο κερδοφόρες βιομηχανίες που αποφέρουν τεράστια κέρδη. Ο συνδυασμός που προκύπτει από τις τουριστικές και τις αθλητικές δραστηριότητες και η ταύτιση του χρόνου των διακοπών με το χρόνο της πραγματοποίησης των μεγάλων αθλητικών γεγονότων αποτέλεσαν τη γενεσιουργό αιτία του αθλητικού τουρισμού.

Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, αρκεί η γενεσιουργός αιτία πραγματοποίησης του ταξιδιού, καθώς και η δράση του τουρίστα στον τόπο διαμονής να σχετίζεται με τον αθλητισμό. Για να θεωρηθεί κάποιος αθλητικός τουρίστας, θα πρέπει να ταξιδεύει είτε για εργασία είτε για αναψυχή, με στόχο να συμμετάσχει παθητικά ή ενεργητικά με οργανωμένο και ανεξάρτητο τρόπο σε μεμονωμένα ή πολλαπλά αθλήματα.

Με βάση αυτό τον ορισμό, αθλητικός τουρίστας μπορεί να θεωρηθεί και ο κοινός τουρίστας του ξενοδοχείου διακοπών, που όμως επιλέγει το θέρετρο γιατί παρέχει τις απαραίτητες αθλητικές υποδομές και προγράμματα στα οποία είναι διατεθειμένος να αφιερώσει ένα σημαντικό τμήμα του χρόνου του

Οι τουρίστες που εντάσσονται στον αθλητικό τουρισμό ανήκουν σε 7 κατηγορίες ανάλογα με τον βαθμό εμπλοκής τους στην αθλητική δραστηριότητα και είναι:

1. Οι πρωταθλητές.
2. Οι αθλητές.
3. Οι νέοι αθλητές.
4. Οι «ερασιτέχνες» αθλητές.
5. Τουρίστες οι οποίοι αθλούνται συχνά.
6. Τουρίστες οι οποίοι αθλούνται όταν ταξιδεύουν.
7. Οι θεατές

Οι μορφές που προκύπτουν από τον αθλητικό τουρισμό και συναντώνται στην Ελλάδα είναι: Προπονητικός τουρισμός με επαγγελματικές ομάδες. Εδώ συγκαταλέγονται οι επαγγελματίες, ομάδες ή αθλητές και όλοι οι παράγοντες - συνοδοί κ.λ.π. που έρχονται για εγκλιματισμό ή προπόνηση σε έναν προορισμό και δημιουργούν τουριστική κίνηση. Αυτό συμβαίνει συνήθως έναν χρόνο πριν από ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός στον προορισμό όπου έχει προγραμματιστεί ή σε άλλο προορισμό με παρόμοιες κλιματολογικές κυρίως συνθήκες. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής προϋποθέτει:

- * Έρευνα και εκτίμηση αναγκών
- * Εξασφάλιση προδιαγραφών και μακροπρόθεσμο σχεδιασμό μάρκετινγκ
- * Επενδύσεις σε ειδικές υποδομές - κύριες και βοηθητικές
- * Εκπαίδευση λειτουργών και διαρκή τεχνική υποστήριξη
- * Επαναπροσδιορισμό αναγκών και θέσεων
- * Παρακολούθηση - θέαση γεγονότων. Φίλαθλοι επισκέπτες που με κεντρικό άξονα την παρακολούθηση του αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν τουριστική δραστηριότητα.
- * Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν μικρότερης έκτασης αθλητικά γεγονότα, όπως οι μαραθώνιοι πόλεων, τα τοπικά αθλητικά τουρνουά, οι πολυήμερες εκδηλώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων, οι δρόμοι προσανατολισμού στα δάση, όπου η συμμετοχή είναι συνήθως ανοιχτή και μαζική, κ.α.
- * Υπαίθριες δραστηριότητες. Αφορά σε εκδρομείς του σαββατοκύριακου, κυρίως ανθρώπους της πόλης, που εξορμούν για πολλαπλά σπορ και οικο-πολιτιστικές δραστηριότητες. Συνήθως πηγαίνουν σε προστατευόμενες φυσικές περιοχές για σκι και ορειβασία σε χειμερινά θέρετρα το χειμώνα ή για μάνιο, σέρφ κ.λ.π. σε παραθαλάσσια θέρετρα το καλοκαίρι.
- * Άθληση - ψυχαγωγία ξενοδοχείων. Ο αθλητισμός αναψυχής ή αθλητική αναψυχή αφορά στις ειδικές δραστηριότητες που διοργανώνουν οι μεγάλες κυρίως ξενοδοχειακές μονάδες. Στην Ελλάδα συνδυάζεται σε μεγάλο ποσοστό με πολιτιστικές, επιμορφωτικές αλλά και περιβαλλοντικές δραστηριότητες. Δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν ενεργητικά άτομα διάφορων ηλικιών, των οποίων όμως η ενασχόληση δεν εμπίπτει στις κατηγορίες του επαγγελματικού και ερασιτεχνικού αθλητισμού .

Στην Ελλάδα αναπτύσσονται αρκετές εταιρίες που ασχολούνται με τον αθλητικό τουρισμό όπως α) Εταιρείες υπαίθριων δραστηριοτήτων, με μεγάλη πρόοδο και υιοθέτηση συστημάτων συνεργασίας franchising.. Επίσης εταιρείες που ειδικεύονται σε ταξίδια κινήτρων και σε εταιρικά ταξίδια για στελέχη επιχειρήσεων.

β) Εταιρείες θαλάσσιων σπορ και αθλημάτων περιπέτειες (λειτουργούν εποχικά με άδεια από το Λιμεναρχείο και εξυπηρετούν τις ανάγκες των παραθεριστών και πελατών ξενοδοχείων).

γ) Λουτροπόλεις και ξενοδοχεία με κέντρα θαλασσοθεραπείας, όπου λειτουργούν εξοπλισμένα γυμναστήρια με ειδικευμένο προσωπικό.

δ) Εταιρείες που εκπονούν προγράμματα φιλοξενίας και προετοιμασίας ομάδων και αθλητών. Επίσης προπόνητικά κέντρα, κ.α.

Τις τελευταίες πέντε δεκαετίες έχει καθιερωθεί στην Ελλάδα ο σημαντικός ρόλος της τουριστικής αγοράς, από οικονομικοκοινωνικής άποψης και ως φορέας παραγωγής θέσεων εργασίας για τους Έλληνες πολίτες. Η τουριστική αγορά αποτελεί περίπου το 10% του ΑΕΠ της χώρας και προσφέρει περίπου 800.000 θέσεις εργασίας σε Έλληνες, σύμφωνα με τα στοιχεία των επίσημων ελληνικών τουριστικών φορέων. Οι αναφορές των διεθνών οργανισμών τουρισμού σημειώνουν τη συνεχή αύξηση της τουριστικής κίνησης και των ταξιδιών σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ για την Ελλάδα προβλέπουν σταθερά μικρή αύξηση των εισερχόμενων τουριστών.

Παρά την παρατεταμένη οικονομική κρίση και στις ευρωπαϊκές χώρες, αυτή η δυναμική ανάπτυξης του τουρισμού και των ταξιδιών δεν φαίνεται ότι αναστρέφεται. Η Ελλάδα οφείλει να επενδύσει στην ανάπτυξη της τουριστικής αγοράς, αφού είναι ξεκάθαρο σε όλους πλέον, ότι ο τουρισμός και η ναυτιλία είναι οι μόνες υγιείς πηγές εσόδων στην ελληνική κοινωνία και Πολιτεία.

Ο αθλητισμός σε όλες του τις μορφές ήταν πάντα σημαντικός στην Ελλάδα, ενώ τα τελευταία χρόνια έχει γίνει ευρέως αποδεκτή η επίδραση της άσκησης και της αθλητικής δραστηριότητας στη βελτίωση της υγείας των Ελλήνων πολιτών. Το ίδιο αποδεκτή είναι και η θετική επιρροή των αθλητικών διοργανώσεων ως ένα μέσο για την ψυχαγωγία των Ελλήνων. Μετά τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα, έχουν αναγνωριστεί ως ένα βαθμό, οι προοπτικές ανάπτυξης του Αθλητικού Τουρισμού.

Τι ορίζεται αθλητικός τουρισμός; οι εκδρομές και γκρουπ (που περιλαμβάνουν τουλάχιστον μια διανυκτέρευση στον προορισμό του ταξιδιού) με κίνητρα: την συμμετοχή σε οργανωμένες αθλητικές υπηρεσίες και ελεύθερες δραστηριότητες, την παρακολούθηση – συμμετοχή σε αθλητικούς αγώνες, προπονητικά προγράμματα.



ατόμων

τα

Εάν λάβουμε υπόψη τη διεθνή εικόνα της Ελλάδας ως γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων και της παγκόσμιας αθλητικής ιστορίας, σημαίνει ότι έχει να επιδείξει συγκριτικά πλεονεκτήματα σε αυτή τη νέα μορφή τουρισμού. Επιπλέον, αυτή η εικόνα έχει βοηθηθεί από τα σύγχρονα επιτεύγματα Ελλήνων αθλητών και ομάδων, όπως η Εθνική ομάδα Ποδοσφαίρου με την κατάκτηση του EURO 2004, η Εθνική ομάδα Καλαθοσφαίρισης και οι σύλλογοι που είναι συνεχόμενα στην κορυφή διεθνώς εδώ και αρκετά χρόνια, οι επιτυχίες και παγκόσμιες πρωτιές αθλητών σε ατομικά αθλήματα, όπως η κωπηλασία, ιστιοπλοΐα, κ.ά. Η διεθνής αθλητική οικογένεια εμπιστεύεται την Ελλάδα και της αναθέτει την οργάνωση μεγάλων διοργανώσεων, όπως οι Παγκόσμιοι Αγώνες Special Olympics στην Αθήνα το 2011 και οι Μεσογειακοί Αγώνες στο Βόλο και τη Λάρισα το 2013. Αυτό το γεγονός δεν είναι αρκετό από μόνο του για να καθιερώσει την Ελλάδα ως ένα αναγνωρίσιμο προορισμό αθλητικού τουρισμού - γεγονός που θα προκαλεί έσοδα σε σταθερή βάση - αφού δεν υποστηρίζεται η φήμη της χώρας από

συγκεκριμένη στρατηγική ανάπτυξης, ούτε από στοχευμένες ενέργειες διαφήμισης στο εξωτερικό και τα γραφεία ταξιδιών, αλλά ούτε και από συγκεκριμένη εσωτερική οργανωτική δομή που θα αναδείξει τις αθλητικές υποδομές της χώρας ενταγμένες στο πλαίσιο των τουριστικών υποδομών και του συνολικού προϊόντος.

Λόγος για να επενδύσουμε ως χώρα συνολικά στον Αθλητικό Τουρισμό, είναι το γεγονός ότι αυτή η μορφή τουρισμού λειτουργεί αμφίπλευρα και είναι κινητήριο μοχλός ανάπτυξης. Λειτουργεί ως ανταγωνιστικό κριτήριο επιλογής από τους τουρίστες του κόσμου να επισκεφτούν την Ελλάδα (με άμεσα οφέλη την αύξηση του αριθμού των εισερχόμενων τουριστών άρα και των εσόδων των ελληνικών επιχειρήσεων που παρέχουν τις υπηρεσίες και την παράλληλη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, που εξυπηρετούν τις αυξανόμενες ανάγκες) και την ίδια στιγμή λειτουργεί ως κίνητρο για τους Έλληνες πολίτες και επιχειρήσεις να ενισχύσουν την ενασχόλησή τους με αθλητικές δράσεις (με οφέλη τη βελτίωση της υγείας των πολιτών και την παράλληλη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, που εξυπηρετούν τις ανάγκες των αθλούμενων).

ΛΟΓΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΣΧΕΔΙΑΣΤΕΙ Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αποτελεί η συνεχώς αυξανόμενη δημοτικότητα των αθλητικών διοργανώσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, όπως και η συνεχώς αυξανόμενη ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου (εργαζόμενου και συνταξιούχου) για συμμετοχή (ενεργητική και παθητική) σε αθλητικές δραστηριότητες, με ζητούμενο την υγεία και την ψυχαγωγία του. Το σύνολο των τουριστικών επαγγελματικών ενώσεων της Ελλάδας, οι κρατικοί οργανισμοί και οι φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης έχουν συμφωνήσει ότι για να είναι ανταγωνιστικό το τουριστικό προϊόν της χώρας, οφείλει να στραφεί σε ειδικές μορφές τουρισμού, αφού το κεκτημένο του προορισμού διακοπών αναψυχής με κύριο συστατικό τον ήλιο και τη θάλασσα, έχει πλέον κάνει τον κύκλο του στην Ελλάδα και οι ανταγωνίστριες χώρες (Ισπανία, Τουρκία, Αίγυπτος, Μαρόκο, Κροατία) μας έχουν ξεπεράσει σε ρυθμό ανάπτυξης και σε αριθμό τουριστών.

ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης της προηγούμενης κυβέρνησης, αλλά και το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού της παρούσας κυβέρνησης δεν έχουν συμπεριλάβει τον Αθλητικό Τουρισμό στις θεματικές μορφές τουρισμού που προωθούνται από το επίσημο πλάνο διαφήμισης και προβολής της χώρας στο εξωτερικό. Θα ήταν πρόωρο εάν τον είχαν συμπεριλάβει; ή για άλλους θα ήταν αναμενόμενο, μετά τη διοργάνωση πετυχημένων Ολυμπιακών Αγώνων και των τόσων πολλών που έχουν λεχθεί για την αξιοποίηση της κληρονομιάς των Αγώνων;

Ελάχιστες μελέτες και έρευνες έχουν διεξαχθεί ως σήμερα με συστηματικό τρόπο και επαναλαμβανόμενη συνέπεια, ώστε να προκύψουν ασφαλή συμπεράσματα για τα βασικά ερωτήματα που χρειάζονται απάντηση, τα οποία είναι: ποια είναι η θέση της χώρας μας στο διεθνή χάρτη της αγοράς του αθλητικού τουρισμού; πόσο ανταγωνιστική είναι σε σχέση με τις άλλες χώρες; ποιο το μέγεθος της ζήτησης; ποιες είναι οι προτεραιότητες σε αθλητικές τουριστικές δραστηριότητες/προϊόντα; ποιες οι χώρες στόχοι εισερχόμενων τουριστών; ποιες αθλητικές διοργανώσεις πρέπει να προωθηθούν και γιατί; πώς γίνεται η διαχείριση των επιχειρηματικών

ευκαιριών ώστε να προκύψουν νέες θέσεις εργασίας; πως περνάει το μήνυμα στην τοπική κοινωνία που φιλοξενεί τα προγράμματα αθλητικού τουρισμού, για ενίσχυση του ενεργητικού τρόπου ζωής της; ποια είναι η σωστή συμπεριφορά της τοπικής κοινωνίας και των επαγγελματιών της απέναντι στους αθλητικούς τουρίστες; Η ενδεδειγμένη μελέτη, είναι το πρώτο βήμα.

Από τα συμπεράσματα, θα είναι σε θέση οι αρμόδιοι κυβερνητικοί φορείς και οι επαγγελματικές ενώσεις να καλλιεργήσουν τη στρατηγική ανάπτυξης του Αθλητικού Τουρισμού και να δώσουν το όραμα σε όλη την αγορά, αυτό είναι και το δεύτερο βήμα. Το τρίτο βήμα είναι η δημιουργία συνδυαστικών κρίκων μεταξύ των επιχειρήσεων και οργανισμών του τουρισμού και αυτών του αθλητισμού. Ένα δίκτυο επιχειρήσεων και οργανισμών. Μια καταγραφή είναι απαραίτητη και θα αποδειχθεί σημαντικό εργαλείο για όσες επιχειρήσεις επιθυμούν να αναγνωρίζονται ως μέρος της αγοράς του Αθλητικού Τουρισμού, αλλά και για όσες επιθυμούν να επεκτείνουν τις πωλήσεις τους, ως προμηθευτές υπηρεσιών και εξοπλισμού. Εάν οι αρμόδιοι φορείς δώσουν την απαραίτητη τεχνογνωσία στους επαγγελματίες, τότε οι φυσικές δυνάμεις της αγοράς, δηλαδή η προσφορά και η ζήτηση, θα ορίσουν τη συνέχεια και θα προκύψουν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες και η ανάπτυξη.

Το τέταρτο βήμα και μια μεγάλη πρόκληση, είναι η καθιέρωση ενός μεσοπρόθεσμου στόχου δεκαετίας, αφού πρώτα θα έχουν γίνει σε όλους φανερά και πειστικά τα οφέλη της στρατηγικής ανάπτυξης του Αθλητικού Τουρισμού. Έτσι, από κει και πέρα, θα μπορούμε να έχουμε περαιτέρω βήματα ανάπτυξης, που περιλαμβάνουν την καθιέρωση δικτύων και συνεργιών, ώστε να είναι αναγνωρίσιμα τα κοινά οφέλη, να διαχέεται η τεχνογνωσία και πληροφόρηση σε όσους ενδιαφέρονται να επενδύσουν, να προκύψουν συγκεκριμένοι μηχανισμοί για τη μεγιστοποίηση των τουριστικών οφελών που σχετίζονται με αθλητικές δραστηριότητες και να γίνει αποδεκτός ένας νέος φορέας που να έχει το ρόλο του συντονιστή. Αυτό το εγχείρημα είναι ικανό να αποτελέσει όχημα ανόδου του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων, προκαλώντας χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας και αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό.

Θα μπορούσε μέσα σε 5 χρόνια να προσελκύσει περί τα 5.000.000 εισερχόμενους αθλητικούς τουρίστες, δηλαδή να δεκαπλασιάσει τους υφιστάμενους αριθμούς. Θα μπορούσε να προκαλέσει αυτή η ανάπτυξη περίπου 100.000 νέες θέσεις εργασίας και έσοδα δισεκατομμυρίων. Άραγε, είναι αυτό εφικτό;

Η απάντηση πρέπει να είναι, ότι αξίζει να προσπαθήσουμε. Τα οφέλη είναι αναπόφευκτα έτσι και αλλιώς. Ποιος μπορεί να ισχυριστεί το αντίθετο;



ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Λίγους μήνες μετά τους Ολυμπιακούς της Αθήνας οι έλληνες φίλαθλοι και διαφημιζόμενοι ανοίγουν τα μάτια μετά το «όνειρο» με διαφορετικά στάνταρτ και προσδοκίες για το αθλητικό θέαμα και μάρκετινγκ. Ο τόπος έχει αποκτήσει μερικά από τα ωραιότερα ανοικτά και κλειστά στάδια του κόσμου. Το θέμα είναι κατά πόσο οι εταιρείες του Αθλητικού Μάρκετινγκ μπορούν να διαμορφώσουν, μέσω στρατηγικής σκέψης και εξασφάλισης πόρων, το περιζήτητο θέαμα προς όφελος των υγιών φιλάθλων. Η ελεύθερη αγορά μπορεί και πρέπει να διαμορφώσει το προϊόν που "πουλάει". Όμως τις παραμέτρους μέσα στις οποίες μπορεί να κινηθεί η αγορά τις οριοθετεί το κράτος που ευθύνεται άμεσα για την σημερινή απαξίωση του αθλητισμού και του αθλητικού θεάματος. Εάν το κράτος δείξει την ίδια αφοσίωση που έδειξε στην δημιουργία της απαραίτητης υποδομής για την επιτυχή διοργάνωση των Αγώνων του 2004 καθώς και στην τήρηση των νόμων από τους διαχειριστές του αθλητικού προϊόντος/θεάματος, τότε το πέρασμα των Ολυμπιακών από την Αθήνα θα αποκαλύψει την πραγματική και ουσιαστική μετα-ολυμπιακή προοπτική.

Τελευταία μελέτη του WORLD ECONOMIC FORUM κατατάσσει την Ελλάδα στην 24η θέση μεταξύ 124 χωρών, με βάση το δείκτη ταξιδιωτικής και τουριστικής ανταγωνιστικότητας, ανταγωνιστικότητα που δεν εξαρτάται μόνο από τις τιμές αλλά και από τις επιδόσεις των τουριστικών επιχειρήσεων σε επίπεδο ποιοτικών παρεχόμενων υπηρεσιών με ικανοποίηση τόσο του εσωτερικού πελάτη όσο και του εξωτερικού πελάτη.

Η έννοια του μάρκετινγκ στον τουρισμό εισάγεται τη δεκαετία του '50 και συνιστά τις συστηματικές και συντονισμένες ενέργειες που απορρέουν από την εκτέλεση του προγράμματος επιχειρησιακής πολιτικής στην τουριστική μονάδα. Η πρόκληση για το μέλλον της ελληνικής τουριστικής αγοράς είναι να κατανοήσει τον καταναλωτή τουρίστα και μέσω αυτού τον ανταγωνισμό. Η αγορά γίνεται ολοένα και πιο πελατοκεντρική. Η επιχείρηση που θέλει να διακριθεί, θα πρέπει να διερευνά τις ανάγκες του καταναλωτή συνεχώς.

Ο πελάτης σήμερα δεν αρκείται στην αγορά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας, αλλά θέλει την αίσθηση ικανοποίησης από την αγορά. Αυτό σημαίνει για τις επιχειρήσεις που θέλουν να επιβιώσουν στο σημερινό ανταγωνισμό, να αντιλαμβάνονται τα μηνύματα της αγοράς και να προσαρμόζουν ανάλογα τα προϊόντα τους. Τούτο απαιτεί συνεχή έρευνα αγοράς.

Η σημασία λοιπόν του μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών γίνεται καθοριστική για την επιβίωση των τουριστικών περιοχών καθώς και η αναζήτηση νέων προτύπων ποιότητας στα προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα που γίνεται παράγων ανταγωνισμού.

Πλησιάζοντας στο τέλος μιας ιδιαίτερης χρονιάς, όπου η Ελλάδα βρέθηκε στο επίκεντρο του παγκόσμιου του παγκοσμίου ενδιαφέροντος λόγω των δυσμενών οικονομικών συγκυριών, το Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού δεν θα μπορούσε παρά να στρέψει την προσοχή του στην Ελλάδα και στην αναζήτηση ενός νέου μοντέλου για τον Τουρισμό. Ένα μοντέλο ανάπτυξης, ανταγωνιστικότητας και παραγωγικότητας που θα φέρει άμεσα αποτελέσματα και θα οδηγήσει την οικονομία της χώρας έξω από την κρίση. Ένα μοντέλο που θα μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς και πρότυπο για την σύγχρονη τουριστική βιομηχανία σε όλη την Ευρώπη και όχι μόνο.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ (INTERNET)

Info@ifet.gr

www.olympic.org

www.wada-ama.org

www.ebusiness-lab.gr

TRAVEL DAILY NEWS.GR

ΠΗΓΕΣ

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΙ ΘΕΣΣ/ΝΙΚΗΣ: ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ-ΠΟΥΛΑΡΙΝΟΣ ΔΗΜΟΣ.

ΑΡΘΡΟ ΚΑΘΗΓΗΤΗ ROBERT K. BARNEY (ΚΑΝΑΔΑΣ) – ΔΙΕΘΝΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΚΑΔΗΜΙΑ 1997.

ΑΡΘΡΟ DANID SHILBURY, SHANE QUICK, HANS WESTERBBEK, GEORGE COSTA 2007.