itn GREECE&CYPRUS

Ελληνικός Τουρισμός

ΚΑΘΕ 15 ΜΕΡΕΣ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ, ΚΥΠΡΟ & ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

• ΔΕΚΑΠΕΝΘΗΜΕΡΗ ΔΩΡΕΑΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ • ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 2 • ΠΕΜΠΤΗ 6 ΜΑΪΟΥ 2021 •

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΑΝΤΖΕΛΑ ΓΚΕΡΕΚΟΥ – ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΟΤ

«Είμαστε αισιόδοξοι για τη φετινή σεζόν»

ΣΕΛ.8-11

Εξανεμίστηκαν έσοδα 4,2 δισ. Δολάρια

Χάθηκαν 62 εκατομμύρια θέσεις εργασίας διεθνώς

Απαραίτητη η συνεργασία δημόσιου - ιδιωτικού τομέα σε παγκόσμιο επίπεδο

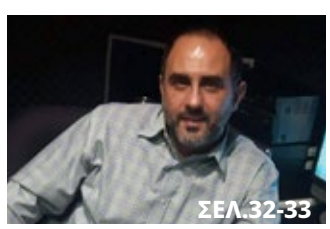
Ο ΤΡΑΓΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ 2020 ΚΑΙ Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΗΣ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΛΠΙΔΟΦΟΡΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΣΤΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΣΥΝΟΔΟ ΤΟΥ WTTC

ΕΥΡΩΒΟΥΛΗ

Απογειώνει... τα ταξίδια με το Πιστοποιητικό EU Covid-19

ΣΕΛ.28-29



ΣΕΛ.32-33

ΑΝ. ΧΑΤΖΗΘΕΟΦΑΝΟΥΣ

Η «ψυχή» της εταιρείας που κατάφερε να γίνει η «φωνή» της ομογένειας

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ Α. ΦΙΟΡΕΝΤΙΝΟΣ

Χρειάζονται συνέργειες και οργάνωση

ΣΕΛ.12-13

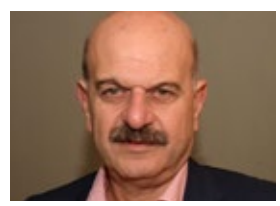
Τηλεδιάσκεψη Τσίπρα με φορείς του τουρισμού

ΣΕΛ.20-21

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ Κ. ΚΩΤΣΟΓΛΟΥ

Ο τουρισμός μοχλός ανάπτυξης της Κρήτης

ΣΕΛ.16-17



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΛΥΣ. ΤΣΙΛΙΔΗΣ

Να κοιτάμε στο μέλλον

ΣΕΛ.24-25

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ Γ. ΝΙΚΗΤΙΑΔΗΣ

Ανάγκη για εθνικό σχέδιο

ΣΕΛ.26-27

Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της «itn Ελληνικός Τουρισμός»

Να αποφύγουμε τα λάθη, να ενισχύσουμε τις συνέργειες

Είμαστε πλέον στην τελική ευθεία πριν από το άνοιγμα της τουριστικής σεζόν, σαν τυπική ημερομηνία τουλάχιστον. Διότι στο μέτωπο των κρατήσεων τα πράγματα δεν βρίσκονται στο σημείο που θα επιθυμούσαμε.

Η πανδημία ακόμη καλά κρατεί και η εικόνα της χώρας δυστυχώς ακόμη δεν είναι η καλύτερη. Αγορές στις οποίες ελπίζουμε όπως η βρετανική φαίνεται πως μας βάζουν σε πορτοκαλί λίστες και οι τουρίστες που θα επιστρέφουν θα πρέπει να μπαίνουν σε καραντίνα.

Ας ελπίσουμε πως στην πορεία οι παραπάνω πληροφορίες θα διαψεύδονται ή έστω αυτές οι προθέσεις των ευρωπαϊκών κυβερνήσεων θα ανατρέπονται. Γιατί και το Βερολίνο διαμήνυσε στον κύριο Θεοχάρη πως θα εξετάσει αν θα αποφύγουμε την καραντίνα των εμβολιασμένων Γερμανών που θα επιστρέφουν, αλλά σίγουρη απάντηση δεν έδωσε. Οψόμεθα δηλαδή.

Για να αποφύγουμε νέα παρατράγουδα, πρέπει οπωσδήποτε να βελτιωθεί η επιδημιολογική εικόνα της χώρας. Το έχουν τονίσει επανειλημμένα και σημαντικοί εκπρόσωποι τουριστικών φορέων. Αν δεν «πρασινίσει» ο χάρτης στην πορεία, δύσκολα θα έχουμε σημαντικά αποτελέσματα, όπως ο στόχος που έχει τεθεί για το 50% των εσόδων του 2019.

Χρειάζεται να γίνουν προσεκτικά βήματα, να έχουμε καλή οργάνωση και συνέργειες, όπως επισημαίνει στο παρόν τεύχος και ο υπεύθυνος του Τομέα Τουρισμού της ΝΔ και καλός φίλος Ανδρέας Φιορεντίνος. Να γνωρίζουν επιχειρηματίες, επαγγελματίες και εργαζόμενοι τις διαδικασίες και τα μέτρα και να αποφύγουμε διασπορά του κορονοϊού.

Ας μη γελιόμαστε το διακύβευμα δεν είναι μικρό. Ο ελληνικός τουρισμός δεν αντέχει άλλη μια χαμένη χρονιά. Ο κίνδυνος του αφελληνισμού του κλάδου καραδοκεί. Ήδη ελέω μνημονίων δόθηκαν σε ξένα χέρια μια σειρά από σημαντικές υποδομές της χώρας. Δεν πρέπει να επιτρέψουμε να φύγουν εκτός της χώρας οι ιδιοκτησίες των τουριστικών επιχειρήσεων. Είναι ένα ζήτημα εξαιρετικά κρίσιμο, όχι μόνο για τον τουριστικό κλάδο, αλλά συνολικά για την οικονομία της χώρας.

Ο τουρισμός μας έβγαλε από τη δίνη των μνημονίων, ο τουρισμός μπορεί να ανακάμψει και πάλι και να μας οδηγήσει στην έξοδο και από τη νέα κρίση. Με τα σωστά βήματα και με όλες τις ενδείξεις να δείχνουν ότι η φετινή σεζόν θα είναι πολύ καλύτερη, μπορούμε όχι απλώς να τα καταφέρουμε, αλλά να αφήσουμε τους πάντες έκπληκτους!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

itn Ελληνικός Τουρισμός

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ: **MACT MEDIA GROUP**
ΕΚΔΟΤΗΣ: **ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟΣ**
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ: **ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟΣ**
ΣΥΝΤΑΞΗ: **ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ ITN NEWS**

ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΟΥΝ:
ΧΡΗΣΤΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΟΠΟΥΛΟΣ, ΘΟΔΩΡΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ, ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΥ, LENA KYROPOULOS, ΜΙΧΑΛΗΣ ΜΑΡΚΟΥ, ΘΟΔΩΡΗΣ ΣΔΡΟΥΛΙΑΣ, ΓΙΩΡΓΟΣ ΤΖΙΑΛΛΑΣ, ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΗΣ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:
E-MAIL: **info@mact.gr**
ΤΗΛΕΦΩΝΟ: **2110129575**
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: **ΛΕΩΦ. ΑΝΔΡΕΑ ΣΥΓΓΡΟΥ 72, ΑΘΗΝΑ 117 42**

ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΘΕ 15 ΗΜΕΡΕΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ MACT MEDIA GROUP ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΟΜΟΓΕΝΕΙΑ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ BCI MEDIA INC

ΑΠΑΓΟΡΕΥΕΤΑΙ Η ΑΝΑΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ, ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΟΛΙΚΗ, Η ΜΕΡΙΚΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ, ΧΩΡΙΣ ΤΗΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΑΔΕΙΑ ΤΟΥ ΕΚΔΟΤΗ

BCI media

BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK

BCI 24

NEWS NETWORK

www.bci24news.com

info@bci24news.com

Ο γύρος των... ΕΙΔΗΣΕΩΝ σε λέξεις

Παίρνει «σάρκα και οστά» ο Τουρισμός Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ

«Σάρκα και οστά» παίρνει, μετά από δύο και πλέον χρόνια, το εγχείρημα της Συνομοσπονδίας Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ) για τον Τουρισμό Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ, με στόχο αφενός τη διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος της χώρας μας και αφετέρου την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Ο κλάδος των μικρών τουριστικών καταλυμάτων εισέρχεται πλέον σε μια νέα εποχή με την πιστοποίηση και προώθηση της νέας υπηρεσίας της ΣΕΤΚΕ «Alternative Holiday Experiences by SETKE» (Τουρισμός Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ).

Αυτή η νέα υπηρεσία θα δώσει ώθηση στα μικρά τουριστικά καταλύματα να δημιουργήσουν ένα νέο, ανταγωνιστικό είδος φιλοξενίας. Στόχος βέβαια της νέας, καινοτόμου, τόσο σε εθνικό, όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, υπηρεσίας της Συνομοσπονδίας είναι η δημιουργία ενός νέου είδους εξειδικευμένων και ποιοτικά αναβαθμισμένων τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία θα απευθύνονται σε συγκεκριμένο κοινό και θα προσελκύουν επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα. Οι τέσσερις πρώτες εξειδικευμένες προτάσεις διακοπών της ΣΕΤΚΕ, οι οποίες σύντομα θα εμπλουτιστούν με νέες, είναι διαθέσιμες για την πιστοποίηση των καταλυμάτων.

Πρόκειται για το Nature by SETKE (Περιπατητικός – Περιηγητικός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ), το Cycling by SETKE (Ποδηλατικός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ), το Family by SETKE (Οικογενειακός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ) και τέλος το Gastronomy by SETKE (Γνωριμία με την Ελληνική Κουζίνα από τη ΣΕΤΚΕ). Την πιστοποίηση έχει αναλάβει η εταιρία Eurocert, ενώ τη σχεδίαση και υλοποίηση των αντίστοιχων λογοτύπων επιμελήθηκε η εταιρία Marketing HighLight.

Τα συνολικά πέντε λογότυπα, ένα βασικό Alternative Holiday Experiences by SETKE (Τουρισμός Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ), και ένα για κάθε εξειδικευμένη πρόταση διακοπών, ακολουθούν τη φιλοσοφία «less is more», με χρώματα που το καθένα αντανακλά την ξεχωριστή ταυτότητά του και αποτυπώνονται εύκολα στο μυαλό του ταξιδιώτη. Κάθε τουριστικό κατάλυμα ανάλογα με την πρόταση διακοπών στην οποία εξειδικεύεται και πιστοποιείται θα λαμβάνει και το αντίστοιχο λογότυπο.

Nature by SETKE

Ο Περιπατητικός – Περιηγητικός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ προσφέρει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να πραγματοποιήσει περιπατητική εκδρομή σε περιοχές αξιόλογης αισθητικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας. Τα καταλύματα που θα πιστοποιούνται και θα δραστηριοποιούνται στον Περιπατητικό – Περιηγητικό Τουρισμό από τη ΣΕΤΚΕ, θα μπορούν να προσφέρουν στους επισκέπτες τους χρήσιμες πληροφορίες, χάρτες, εξοπλισμό και υπηρεσίες που αφορούν στην περιήγησή τους σε δημοφιλή μονοπάτια και αξιοθέατα της περιοχής.

Cycling by SETKE

Ο Ποδηλατικός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ, σκοπό έχει την «ανακάλυψη» του προορισμού με ποδήλατο.
Τα καταλύματα που θα πιστοποιούνται και θα δραστηριοποιούνται στον Ποδηλατικό Τουρισμό από τη ΣΕΤΚΕ θα παρέχουν σε όλους τους επισκέπτες τους ποδήλατα και θα έχουν τη δυνατότητα με τις αναβαθμισμένες υποδομές και υπηρεσίες τους, να δέχονται όλο τον χρόνο επισκέπτες ποδηλάτες και να τους ενημερώνουν με το πλέον κατάλληλο υλικό είτε για διαδρομές σε ασφαλή μονοπάτια στη φύση, είτε για διαδρομές εντός πόλης, συνδυάζοντας την ποδηλασία με την επίσκεψη σε αξιοθέατα.

Family by SETKE

Ο Οικογενειακός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ προέκυψε από την ανάγκη πολλών οικογενειών να ταξιδέψουν σε έναν προορισμό, στον οποίο θα ανταποκρίνονται οι ανάγκες τους σε επίπεδο ασφάλειας και αυτονομίας.
Τα πιστοποιημένα καταλύματα στον Οικογενειακό Τουρισμό από τη ΣΕΤΚΕ, θα καλύπτουν αυτές τις ανάγκες.

Gastronomy by SETKE

Η Γνωριμία με την Ελληνική Κουζίνα από τη ΣΕΤΚΕ έχει ως στόχο οι επισκέπτες να γνωρίσουν την παραδοσιακή τοπική κουζίνα με την εκμάθηση τοπικών συνταγών και συμμετέχοντας σε δραστηριότητες σχετικές με την τοπική γαστρονομία. Τα καταλύματα που θα πιστοποιούνται και θα δραστηριοποιούνται στην Γνωριμία με την Ελληνική Κουζίνα από τη ΣΕΤΚΕ, αποκτούν άμεσα αναβαθμισμένες παρεχόμενες υπηρεσίες αναδεικνύοντας την ιστορία των γαστρονομικών παραδόσεων του τόπου τους.
Την ικανοποίησή του για την ολοκλήρωση της πρωτοβουλίας της ΣΕΤΚΕ, εξέφρασε με δηλώσεις του, ο πρόεδρος της Συνομοσπονδίας κ. Παναγιώτης Τοκούζης, τονίζοντας πως με τη νέα υπηρεσία τα τουριστικά καταλύματα θα μπορούν να προσφέρουν περισσότερες υπηρεσίες ακόμη πιο εξειδικευμένες στον πελάτη, στοχεύοντας στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. «Με την πανδημία του κορωνοϊού να διαμορφώνει μία νέα τάξη πραγμάτων στην τουριστική-ταξιδιωτική βιομηχανία -η οποία σημειωτέον έχει υποστεί τη μεγαλύτερη κρίση που έχει καταγραφεί ποτέ σε καιρό ειρήνης-, ο προσανατολισμός σε μία νέα μορφή εξειδικευμένων, μικρών καταλυμάτων αποτελεί πρωταρχικής σημασίας για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Και, φυσικά, κερδίζουμε το στοίχημα για την ενίσχυση της θέσης του ελληνικού, τουριστικού προϊόντος στην ευρωπαϊκή και εν γένει την παγκόσμια τουριστική αγορά» σημείωσε ο κ. Τοκούζης.
Παράλληλα, υπογράμμισε πως όταν υποχωρήσει η υγειονομική κρίση και το βλέμμα της παγκόσμιας τουριστικής κοινότητας είναι στραμμένο στους τουριστικούς προορισμούς, τότε «εμείς θα είμαστε έτοιμοι να προσφέρουμε στον επισκέπτη αυθεντικές εμπειρίες, με άξονα τον πολυθεματικό τουρισμό». «Ο Τουρισμός Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ δημιουργεί μια νέα εποχή για τον κλάδο των μικρών τουριστικών καταλυμάτων και ο ελληνικός τουρισμός αλλάζει σελίδα» τόνισε ο κ. Τοκούζης.
Αξίζει να σημειωθεί πως μετά την προώθηση του προγράμματος «Καλάθι Πρωινού της ΣΕΤΚΕ», το οποίο ήδη έχει εξαιρετικά αποτελέσματα και την παρουσίαση του «Τουρισμού Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ», η Συνομοσπονδία, στο επόμενο διάστημα, θα παρουσιάσει τη νέα, φιλόδοξη δράση της, με τίτλο «SMOTEL». Με αυτό το νέο brand name θα μπορεί να πιστοποιείται κάθε τουριστικό κατάλυμα, ανεξαρτήτως κατηγορίας και μεγέθους, που όμως θα προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες και διαφοροποιημένες παροχές προς τους πελάτες του όπως π.χ. το Καλάθι Πρωινού της ΣΕΤΚΕ και τον Τουρισμό Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ.

ΕΟΤ

Προβολή της Αστυπάλαιας και του ελληνικού Πάσχα στην Κίνα

Live streaming προβολή της Αστυπάλαιας και των τοπικών εορτασμών και εθίμων του ελληνικού Πάσχα διοργάνωσε η Υπηρεσία ΕΟΤ Κίνας στο κινεζικό Wechat, το μεγαλύτερο και δημοφιλέστερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης της Ασίας με περισσότερους από 1,2 δις ενεργούς χρήστες. Η δράση με τίτλο «Greek Easter in Astypalaia Island» πραγματοποιήθηκε την ημέρα του Πάσχα (2 Μαΐου) σε συνεργασία με τις Πρέσβειρες του Ελληνικού Τουρισμού στην Κίνα, Μαριάννα και Σοφία Ερωτοκρίτου, και διήρκεσε συνολικά 6,5 ώρες. Κατά τη διάρκεια της μετάδοσης, προβλήθηκαν δημοφιλή σημεία της Αστυπάλαιας, όπως το Κάστρο και η Χώρα, παρουσιάστηκαν τα έθιμα εορτασμού του Πάσχα με το ψήσιμο αρνιού, ελληνικοί παραδοσιακοί χοροί και τοπικά προϊόντα, ενώ παράλληλα οι δύο παρουσιάστριες συνομίλησαν με εκπρόσωπο της δημοτικής αρχής και πολλούς κατοίκους. Το live streaming παρακολούθησαν 107.000 χρήστες και παρέμεινε καθ' όλη τη διάρκειά του στην κορυφή των προτεινόμενων μεταδόσεων από το Wechat σε όλη την Κίνα.

Η FedHATTA στο 1ο Διεθνές Φόρουμ της TÜRSAB

Στο 1ο Διεθνές Τουριστικό Φόρουμ της Ένωσης Τουριστικών Γραφείων Τουρκίας, TÜRSAB (1st TÜRSAB International Tourism Forum), που πραγματοποιήθηκε στις 20 Απριλίου συμμετείχε ο πρόεδρος της Ομοσπονδίας Ελληνικών Συνδέσμων Γραφείων Ταξιδίων & Τουρισμού (FedHATTA) κ. Λ. Τσιλίδης, εκπροσωπώντας την χώρα μας. Το Forum διοργανώθηκε από την TURSAB και πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά. Στο πάνελ του Forum που είχε τίτλο «Race is starting up» και το οποίο συντόνισε ο πρόεδρος της TÜRSAB, κ. F. Baklikaya, συμμετείχαν ο πρόεδρος της Ένωσης Ταξιδίων Γερμανίας (DRV), κ. Norbert Fiebig, ο γενικός διευθυντής της Ένωσης Βρετανικών Τουριστικών Γραφείων (ABTA), κ. Mark Tanzer, ο πρόεδρος της Ομοσπονδίας FedHATTA, κ. Λύσανδρος Τσιλίδης και η πρόεδρος της Ιταλικής Ομοσπονδίας Ενώσεων Ταξιδίων και Τουρισμού (FIAVET), κ. Ivana Jelinic. Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να μοιραστούν την τουριστική πραγματικότητα στη χώρα τους, τις τελευταίες τάσεις στο ταξιδιωτικό κοινό αλλά και τις πρακτικές που ακολούθησε και θα ακολουθήσει κάθε χώρα εν όψει της τουριστικής περιόδου, όπως επίσης και τις απόψεις τους για την όσο το δυνατόν γρηγορότερη και καλύτερη επανεκκίνηση του τουρισμού στη μετά covid-19 εποχή.

Εβδομάδα Ναυτικής Κληρονομιάς - 10ο Διεθνές Συνέδριο European Maritime Heritage

Η υλική και η άυλη κληρονομιά όλων των λαών της οικουμένης, είναι οι μνήμες, η προσωπική και κοινωνική ταυτότητα, οι ιστορίες ανθρώπων και τόπων, ήθη, έθιμα, παραδοσιακά επαγγέλματα. Παράγοντες, που μαζί με τον άνθρωπο, κρατούν ζωντανή τη γνώση που έρχεται από το παρελθόν, για να τροφοδοτήσει το παρόν και κυρίως, να στηρίξει το μέλλον. Έχοντας ως γνώμονα τη διάδοση και διατήρηση της ναυτικής κληρονομιάς της πατρίδας μας, ο πανελλήνιος σύλλογος για τη διάσωση, διαφύλαξη και ανάδειξη της ναυπηγικής και ναυτικής μας παράδοσης και κληρονομιάς, «Πρωτέας», εθνικό μέλος του πανευρωπαϊκού οργανισμού European Maritime Heritage (EMH), σε συνεργασία με τη μη κερδοσκοπική εταιρία Ελληνική Ναυτική Κληρονομιά «Ο Άργος» Α.Μ.Κ.Ε., διοργανώνουν την Εβδομάδα Ναυτικής Κληρονομιάς, μια πολυθεματική εκδήλωση που θα λάβει χώρα στον Δήμο Πύλου-Νέστορος, μεταξύ 11-19 Σεπτεμβρίου 2021.

Γρ. Τάσιος: Ελληνικός Τουρισμός χωρίς Ελληνικά Ξενοδοχεία δεν υπάρχει

Επιστολή προς τον υπουργό Ανάπτυξης Αδ. Γεωργιάδη και τον υπουργό Εργασίας Κ. Χατζηδάκη απέστειλε ο πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων (ΠΟΞ) Γρ. Τάσιος στην οποία αναφέρει τα έντονα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα ξενοδοχεία λίγες μέρες πριν την πρεμιέρα του τουρισμού. Συγκεκριμένα ο κύριος Τάσιος στην επιστολή του αναφέρει: Βρισκόμαστε 15 ημέρες περίπου πριν το επίσημο άνοιγμα του τουρισμού και δεν
βλέπουμε πώς ακριβώς θα μπορέσουν τα μέλη μας να επαναλειτουργήσουν, ούτε γνωρίζουμε με ποιους όρους αυτό θα συμβεί. Η ρευστότητα των επιχειρήσεων μας έχει φτάσει στο κόκκινο. Εδώ και ένα χρόνο τα μοναδικά έσοδα μας προέρχονται επί της ουσίας από τις Επιστρεπτέες Προκαταβολές. Μάλιστα τα περισσότερα μέλη μας δεν έλαβαν κάποια ενίσχυση μετά από την Επιστρεπτέα Προκαταβολή 4. Πρόκειται για ποσά που δόθηκαν για να καλύψουν υποχρεώσεις του 2020 και σε αυτές εξαντλήθηκαν.
Όσες λίγες εποχικές επιχειρήσεις επαναλειτούργησαν την προηγούμενη τουριστική περίοδο το έπραξαν με ζημία τους, οι δε συνεχούς λειτουργίας επιχειρήσεις που παραμένουν ανοικτές συνεχίζουν να αυξάνουν τις απώλειές τους. Είναι δεδομένο πως τα περισσότερα μέλη μας δεν θα μπορέσουν να ενισχυθούν ούτε από το μέτρο της επιδότησης παγίων δαπανών, καθώς από την ενίσχυση αυτή αφαιρείται

τόσο το σύνολο των Επιστρεπτέων Προκαταβολών που έχουν λάβει (ως προς το επιστρεπτέο και μη επιστρεπτέο ποσό), όσο και η επιδότηση τόκων. Προκαταβολές εννοείται δεν υπάρχουν. Φθάσαμε ήδη στον Μάιο και οι κρατήσεις είναι μηδενικές. Αν βελτιωθούν τα επιδημιολογικά δεδομένα στη χώρα μας ίσως να ξεκινήσουμε να λειτουργούμε τον Ιούλιο, αν βελτιωθούν τα επιδημιολογικά δεδομένα στις βασικές χώρες – αγορές (Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Βέλγιο, Ολλανδία, Πολωνία, ΗΠΑ κλπ) ίσως να ξεκινήσουμε να έχουμε πληρότητες από τον Αύγουστο.
Με ποια χρήματα θα μπορέσουν οι επιχειρήσεις μας να καλύψουν τις ιδιαίτερα αυξημένες δαπάνες που απαιτούνται για την εκ νέου τη λειτουργία τους; Πώς θα μπορέσουν με άδεια ταμεία να ανταποκριθούν στις νέες υποχρεώσεις που δημιούργησαν, δανειοδοτούμενες μέσω του ΤΕΠΙΧ και του Ταμείου Εγγυοδοσίας για να πληρώσουν τα πάγια έξοδα τους, τις δανειακές τους υποχρεώσεις, τις οφειλές τους σε προμηθευτές, υποχρεώσεις στις οποίες δεν μπορούσαν να ανταποκριθούν με μηδενικούς τζίρους; Πώς θα αποφασίσουν οι εποχικές επιχειρήσεις να επαναλειτουργήσουν, αν γνωρίζουν πως είναι υποχρεωμένες να επαναπροσλάβουν και να απασχολήσουν όλο το εποχικό προσωπικό τους χωρίς να έχουν αντικείμενο εργασίας;
Ήδη θα έπρεπε να έχει δημοσιευθεί το πρόγραμμα που έχει ανακοινωθεί για την ενίσχυση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ενόψει της επαναλειτουργίας τους.
Ήδη θα έπρεπε να έχουν εξευρεθεί λύσεις για τη κάλυψη των υποχρεώσεων των μελών μας προς το ΤΕΠΙΧ και το Ταμείο Εγγυοδοσίας, υποχρεώσεις οι οποίες δεν μπορούν να ενταχθούν στο πρόγραμμα Γέφυρα ΙΙ.
Ήδη θα έπρεπε να έχει επεκταθεί και στις εποχικές επιχειρήσεις το μέτρο της αναστολής των συμβάσεων εργασίας για το εποχικό προσωπικό τους. Ήδη θα έπρεπε να έχει διευκρινισθεί πως και αυτές θα έχουν το δικαίωμα να χρησιμοποιήσουν το πρόγραμμα ΣΥΝ-ΕΡΓΑΣΙΑ με τους ίδιους όρους που ίσχυαν πέρυσι.
Η φετινή χρόνια είναι για τα μέλη μας ακόμα πιο δύσκολη από το 2020. Οι υποχρεώσεις όλο και αυξάνονται και αντοχές πλέον δεν υπάρχουν. Ασφαλώς και αναγνωρίζουμε τις προσπάθειες που έχετε καταβάλει να βοηθήσετε τις επιχειρήσεις μας. Ωστόσο το έτος 2020 μιλούσαμε για μια μείωση τζίρου της τάξεως του 78%, ενώ σήμερα βρισκόμαστε στο απόλυτο 0! Μένουν λίγες ημέρες πριν το επίσημο άνοιγμα του τουρισμού και αν δεν επιλύσετε άμεσα τα ανωτέρω προβλήματα πολλά ξενοδοχεία, ιδίως οι μικρές μονάδες που αποτελούν και τη ραχοκοκαλιά της Ελληνικής Ξενοδοχίας, δεν θα μπορέσουν να λειτουργήσουν ξανά. Επανεκκίνηση του τουρισμού με κλειστά ξενοδοχεία δεν μπορεί να γίνει. Ελληνικός Τουρισμός χωρίς Ελληνικά Ξενοδοχεία δεν υπάρχει», καταλήγει στην επιστολή του ο κύριος Τάσιος.

Περιοδεία Θεοχάρη σε ΗΠΑ και Γερμανία

Νέες πτήσεις από τις Ηνωμένες Πολιτείες για την Ελλάδα και δέσμευση της γερμανικής κυβέρνησης να εξετάσει σοβαρά το ενδεχόμενο της άρσης του μέτρου της υποχρεωτικής καραντίνας για τους εμβολιασμένους Γερμανούς τουρίστες οι οποίοι επιστρέφουν από την Ελλάδα, στα αποτελέσματα των συναντήσεων του υπουργού Τουρισμού

Σημαντικά αποτελέσματα προέκυψαν από τις επισκέψεις που πραγματοποίησε ο υπουργός Τουρισμού Χάρης Θεοχάρης σε ΗΠΑ και Γερμανία το προηγούμενο διάστημα. Ο υπουργός Τουρισμού κατά την επίσκεψή του στις Ηνωμένες Πολιτείες είχε σειρά επαφών με ταξιδιωτικούς παράγοντες της χώρας, ωστόσο οι θετικότερες εξελίξεις σημειώθηκαν στο κομμάτι των αερομεταφορών.

Συγκεκριμένα σε συναντήσεις που είχε ο κύριος Θεοχάρης με στελέχη αεροπορικών εταιρειών ανακοινώθηκε σε πρώτη φάση η «επιστροφή» της Delta Air Lines στην Αθήνα με τρεις απευθείας πτήσεις σε καθημερινή βάση, δύο από το Διεθνές Αεροδρόμιο John F. Kennedy της Νέας Υόρκης (JFK) και μία από το Διεθνές Αεροδρόμιο Hartsfield-Jackson (ATL) της Ατλάντα. Αυτό ανακοινώθηκε κατά τη συνάντηση που είχε ο υπουργός στην Ατλάντα, με τον πρόεδρο της Delta Air Lines κ. Glen Hauenstein και ανώτατα στελέχη της εταιρείας.

Η σύνδεση της Αθήνας με τη Νέα Υόρκη αναμένεται να ξεκινήσει στις 28 Μαΐου, παρέχοντας μάλιστα τη δυνατότητα 44 ανταποκρίσεων με πόλεις των ΗΠΑ. Παράλληλα, στις 2 Ιουλίου, προγραμματίζεται η έναρξη της αεροπορικής σύνδεσης με έναν από τους μεγαλύτερους διεθνείς επιβατικούς κόμβους, το διεθνές αεροδρόμιο της Ατλάντα, η οποία είχε διακοπεί το 2011. Αξίζει να σημειωθεί ότι το συγκεκριμένο αεροδρόμιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως συνδετικός κρίκος με 143 προορισμούς των ΗΠΑ.

«Καλωσορίζουμε την Delta Air Lines στην Αθήνα. Διαχρονικά οι ΗΠΑ αποτελούν βασικό ζωοδότη του ελληνικού τουρισμού και υποδεχόμαστε με θέρμη την απόφαση της εταιρείας να ενισχύσει ακόμη περισσότερο την παρουσία της στη χώρα μας, με δύο πτήσεις ημερησίως από Νέα Υόρκη και Ατλάντα», δήλωσε σχετικά ο υπουργός, ενώ από την πλευρά της Delta Air Lines ο κ. Joe Esposito, S.V.P. – Network Planning, σημείωσε, μεταξύ άλλων, «ιλικοί προορισμοί του εξωτερικού, όπως είναι η Ελλάδα, εμφανίζουν ιδιαίτερα υψηλή ζήτηση». Οι πτήσεις θα πραγματοποιούνται με Airbus A330, με 293 θέσεις.

Ο κύριος Θεοχάρης είχε εκτενείς συζητήσεις και με στελέχη των αεροπορικών εταιρειών «American Airlines» και «United Airlines» Οι εκπρόσωποι των δύο εταιρειών διαβεβαίωσαν τον Υπουργό Τουρισμού ότι έχουν ήδη προγραμματίσει την αύξηση των απευθείας πτήσεων προς τη χώρα μας, από διάφορες πόλεις των ΗΠΑ.

Οι εκπρόσωποι των αμερικανικών αεροπορικών εταιρειών επεσήμαναν ότι η Ελλάδα παρουσιάζει το μεγαλύτερο ποσοστό ανάκαμψης από όλες τις ευρωπαϊκές χώρες

Πιο συγκεκριμένα, η «American Airlines» είναι η μόνη αεροπορική εταιρεία η οποία συνδέει την Αθήνα με τρία διαφορετικά αεροδρόμια των ΗΠΑ (Νέα Υόρκη, Σικάγο, Φιλαδέλφεια). Η δε «United Airlines» δηλώνει ιδιαίτερα ικανοποιημένη, καθώς η πτήση από Washington DC, που είναι μία καινούρια πτήση, μαζί με αυτή από το Newark, παρουσιάζουν πολύ καλή κινητικότητα σε σχέση με τις πωλήσεις.

Αξίζει να σημειωθεί πως οι εκπρόσωποι των αεροπορικών εταιρειών επεσήμαναν ότι η Ελλάδα παρουσιάζει το μεγαλύτερο ποσοστό ανάκαμψης από όλες τις ευρωπαϊκές χώρες. Μετά το τέλος των επαφών ο υπουργός Τουρισμού δήλωσε πως «οι εκπρόσωποι αμφοτέρων των αμερικανικών αερομεταφορέων μεταφέρουν μια εικόνα έντονου ενδιαφέροντος εκ μέρους του επιβατικού τους κοινού για ταξίδια στην Ελλάδα, με μεγάλο αριθμό κρατήσεων για το αμέσως επόμενο διάστημα».

Η επίσκεψη στο Βερολίνο

Μετά τις ΗΠΑ, επόμενος σταθμός του κυρίου Θεοχάρη ήταν η Γερμανία. Στο πλαίσιο της συνάντησής του με τον κ. Thomas Bareiß, Υφυπουργό Οικονομίας και Ενέργειας της Γερμανίας, υπεύθυνο για θέματα Τουρισμού, ο κ. Θεοχάρης πήρε τη διαβεβαίωση ότι η γερμανική κυβέρνηση εξετάζει σοβαρά το ενδεχόμενο της άρσης του μέτρου της υποχρεωτικής καραντίνας για τους εμβολιασμένους Γερμανούς τουρίστες οι οποίοι επιστρέφουν από την Ελλάδα.

Παράλληλα ο υπουργός είχε συνάντηση με τα κορυφαία στελέχη του TUI Group και συγκεκριμένα με τον κ. Sebastian Ebel, μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου και

Η εκτίμηση της TUI είναι ότι η χώρα μας αναμένεται να έχει την καλύτερη καλοκαιρινή επίδοση, μαζί με την Ισπανία και την Κύπρο

τον κ. Thomas Ellerbeck, μέλος της εκτελεστικής επιτροπής του Ομίλου. Για το 2021, η TUI ξεκινά τις δραστηριότητές της στην Ελλάδα από τις 14 και 15 Μαΐου με πτήσεις προς τα αεροδρόμια Ηρακλείου, Αράξου, Κέρκυρας, Ρόδου και Κω.

Όπως τονίστηκε στις συζητήσεις βάσει των μέχρι στιγμής κρατήσεων, η εκτίμηση της TUI είναι ότι η χώρα μας αναμένεται να έχει την καλύτερη καλοκαιρινή επίδοση, μαζί με την Ισπανία και την Κύπρο. Οι εκπρόσωποι του TUI Group εξήραν επίσης τον τρόπο με τον οποίο η Ελλάδα αντιμετώπισε την πανδημία, χαρακτηρίζοντας τη χώρα μας «πρότυπο».

Ακολούθησε συνάντηση του κ. Θεοχάρη με εκπροσώπους του Γερμανικού Ταξιδιωτικού Συνδέσμου (Deutscher Reiseverband, DRV) και συγκεκριμένα με τους κ.κ. Norbert Fiebig, Πρόεδρο του DRV, Dirk Inger, CEO και Volker Adams, Διευθυντή Πολιτικής. Οι συμμετέχοντες αναφέρθηκαν στο προσεχές συνέδριο του DRV με περίπου 700 συμμετέχοντες, το οποίο είναι προγραμματισμένο για το τέλος Οκτωβρίου και θα φιλοξενηθεί στις εγκαταστάσεις του Costa Navarino.

Τέλος ο υπουργός Τουρισμού παραχώρησε συνεντεύξεις σε μεγάλα ΜΜΕ της Γερμανίας, σημειώνοντας ότι «φέτος έχουμε περισσότερες γνώσεις και περισσότερα εργαλεία. Αυτά είναι τα προγράμματα εμβολιασμού, τα rapid test αλλά και τα self test. Γι' αυτό είναι πολύ ουσιώδες το να συντονίσουμε τις προσπάθειές μας, όλες οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις μαζί, συμπεριλαμβανομένης και της Γερμανίας ώστε να υποστηρίξουμε το Πράσινο Ψηφιακό Πιστοποιητικό, μαζί με το προτεινόμενο «πακέτο εργαλείων».

Επίσκεψη της Σοφίας Ζαχαράκη σε Ιθάκη και Κεφαλονιά

Η υφυπουργός Τουρισμού Σοφία Ζαχαράκη πραγματοποίησε επίσκεψη στα νησιά της Ιθάκης και της Κεφαλονιάς το διάστημα 23 με 26 Απριλίου, όπου είχε σειρά επαφών και συναντήσεων με τοπικούς φορείς και συζήτησε για θέματα που άπτονται του τουρισμού.

Στην Κεφαλονιά η υφυπουργός, πραγματοποίησε αναλυτική σύσκεψη με την Περιφερειάρχη Ιονίων Νήσων και τους αρμόδιους Αντιπεριφερειάρχες όπως επίσης και τους δημάρχους Αργοστολίου, Ληξουρίου και Σάμης. Παρουσιάστηκε η στρατηγική προώθησης του τόπου αλλά και ανάδειξης και αποτελεσματικής αξιοποίησης των πολλαπλών δυνατοτήτων του, τόσο σε περιφερειακό όσο και δημοτικό επίπεδο, ενώ συζητήθηκαν προτάσεις για την βελτίωση των υποδομών και υπηρεσιών, ιδίως μετά και το πέρασμα της πρωτοφανούς κακοκαιρίας ΙΑΝΟΣ.

Δόθηκε έμφαση στις ειδικές μορφές τουρισμού με στόχο τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος του νησιού και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου καθώς και την ανάγκη εξειδικευμένων σεμιναρίων επιμόρφωσης για τους εργαζομένους αλλά και τους επιχειρηματίες του τουρισμού, ανάλογα με τις τοπικές ανάγκες της αγοράς και τα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής.

Την Κυριακή 25 Απριλίου μετέβη στην Ιθάκη, όπου, μεταξύ άλλων πραγματοποιήθηκε εκτενής συζήτηση με εκπροσώπους φορέων του τουριστικού κλάδου της Ιθάκης στον χώρο εκδηλώσεων του νησιού, στην διάρκεια της οποίας αναδείχθηκαν ιδιαίτερα ζητήματα του νησιού και κατατέθηκαν προτάσεις για την γρήγορη ανάκαμψη του τουρισμού αλλά και την προώθηση της Ιθάκης ως τουριστικού προορισμού. Δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση σε θέματα υποδομών και πρόσβασης αλλά και σε πρωτοβουλίες που έχουν ληφθεί για την χάραξη στρατηγικού σχεδιασμού για τον τουρισμό με έμφαση στις ειδικές μορφές, όπως στην ανάπτυξη του περιπατητικού τουρισμού με την χάραξη μονοπατιών και την ψηφιακή αποτύπωσή τους, τον καταδυτικό και θρησκευτικό τουρισμό, την διοργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων και τοπικών φεστιβάλ αλλά και την επικείμενη δημιουργία του Οδυσσειακού Κέντρου Δήμου Ιθάκης.

Στα δύο νησιά συζητήθηκαν προτάσεις για τη βελτίωση υποδομών και μεταφορών, ενώ δόθηκε έμφαση στις ειδικές μορφές τουρισμού

Πριν την αναχώρησή της για την Αθήνα, επισκέφθηκαν το εμβολιαστικό κέντρο στο Βαθύ όπου ταχύτατα προχωρά ο εμβολιασμός όλων των κατοίκων και αναμένεται να έχει σχεδόν ολοκληρωθεί αρχές Ιουνίου. Κατά την περιήγησή τους στο γραφικό Βαθύ της Ιθάκης, η Υφυπουργός συνομίλησε με κατοίκους και καταστηματάρχες του νησιού. Η προσμονή για το άνοιγμα του τουρισμού, η ικανοποίηση για την ταχύτητα στους εμβολιασμούς και η θετική αποτίμηση των μέτρων που έλαβε η κυβέρνηση για την αντιμετώπιση της υγειονομικής κρίσης καθώς και την επούλωση των πληγών του Ιανού ήταν κοινός τόπος όλων.

Συνέντευξη
ΑΝΤΖΕΛΑ ΓΚΕΡΕΚΟΥ*
*Πρόεδρος του ΕΟΤ

«Είμαστε αισιόδοξοι ότι φέτος θα πάμε πολύ καλύτερα»

«Μια αλλαγή, προς το καλύτερο, στα υγειονομικά δεδομένα θα μπορούσε να αποτυπωθεί άμεσα στις αφίξεις», τονίζει η πρόεδρος του ΕΟΤ και σημειώνει τα βήματα που πρέπει να γίνουν για να καταστεί η Ελλάδα προορισμός υψηλού τουριστικού προφίλ

Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Για τις αναμενόμενες φετινές αφίξεις, για τις καμπάνιες θεματικού τουρισμού, για την ανάδειξη των αυθεντικών εμπειριών και της Ελλάδας ως τη χώρα του «Ευ ζην» μας μίλησε η πρόεδρος του ΕΟΤ Άντζελα Γκερέκου στην εφ' όλης της ύλης συνέντευξη που μας παραχώρησε. Αναλυτικά η συνέντευξη της κυρίας Γκερέκου έχει ως εξής:

-Κυρία Γκερέκου να σας ευχαριστήσουμε καταρχάς για την τιμή που μας κάνετε να σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Να ξεκινήσουμε ρωτώντας για τα μηνύματα που έχετε λάβει μέχρι στιγμής εντός και εκτός συνόρων για τη φετινή σεζόν. Τι να περιμένουμε φέτος;

Το 2020 στην Ελλάδα ταξίδεψαν 7,4 εκατ. τουρίστες. Φέτος, στοχεύουμε να έχουμε αφίξεις που θα αγγίζουν περίπου το 50% του 2019, όταν είχαμε το ρεκόρ αφίξεων, με 31,3 εκατ. ταξιδιώτες.
Βέβαια το να μιλάμε για νούμερα, όταν στην εξίσωση υπάρχει ένας άγνωστος Χ, μια μεταβλητή, που λέγεται covid είναι μάλλον άτοπο. Η κρίση άλλωστε αυτή, μην ξεχνάμε, είναι ξεκάθαρα υγειονομική και είναι πολυπαραγοντική. Μια αλλαγή, προς το καλύτερο, στα υγειονομικά δεδομένα θα μπορούσε να αποτυπωθεί άμεσα στις αφίξεις, επιτυγχάνοντας τον στόχο της επαναφοράς του 50% της κίνησης του 2019. Σε κάθε περίπτωση όμως, είμαστε αισιόδοξοι ότι θα πάμε πολύ καλύτερα από την περσινή χρονιά. Έχουμε περισσότερα υγειονομικά όπλα στη φαρέτρα μας: Διαγνωστικά τεστ, φάρμακα και φυσικά το Πράσινο Ψηφιακό Πιστοποιητικό. Και μην ξεχνάμε κάτι σημαντικό: η χώρα μας, όπως και όλοι οι τουριστικοί προορισμοί, δοκιμάστηκε το 2020 άρα έχουμε πλέον πολύ μεγαλύτερη εμπειρία. Τα πρωτόκολλα υγιεινής και η όλη προετοιμασία ήδη υπάρχει άρα θα είναι πιο εύκολο το '21.
Στην Ελλάδα η υγεία των επισκεπτών και των Ελλήνων έρχεται πρώτη. DESTINATION GREECE HEALTH FIRST. Όπως λέμε και στην αντίστοιχη καμπάνια ενημέρωσης που «τρέχει» εδώ και πολύ καιρό από τον ΕΟΤ. Η διεθνής κοινότητα το έχει αναγνωρίσει αυτό.
Πριν λίγες μέρες μάλιστα η Ελλάδα απέσπασε το Global Champion Award for COVID-19 «Crisis Management» από το WTTC. Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού ανέδειξε λοιπόν τη χώρα μας σε υπόδειγμα εφαρμογής των υγειονομικών πρωτοκόλλων και ασφαλούς ανοίγματος του τουριστικού κλάδου εν καιρώ πανδημίας και το 2021.
Όλα αυτά λοιπόν σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η Ελλάδα κατάφερε ήδη από το 2020 να διασφαλίσει τη θέση της ως top of mind προορισμός μας κάνουν αισιόδοξους. Μιλώντας πιο συγκεκριμένα, η Ελλάδα παραμένει ανάμεσα στους top προορισμούς ειδικά για τις παραδοσιακές αγορές μας.
Σύμφωνα με τους Tour Operators και τις ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες οι χώρες της ΕΕ: Γερμανία, Γαλλία, Σκανδιναβικές Χώρες, η Αυστρία η Ελβετία, Βέλγιο, η Ολλανδία αλλά και η Ρουμανία, η Πολωνία, που αποτελούν μεγάλες αγορές μας τα τελευταία χρόνια, «ψηφίζουν» σταθερά Ελλάδα. Οι Ρώσοι, οι τουρίστες με το μεγαλύτερο κατά κεφαλή τουριστικό συνάλλαγμα μετά τους Αμερικάνους είναι έτοιμοι επίσης να ταξιδέψουν.
Στην Αμερική η Ελλάδα αποτελεί τον πρώτον προορισμό στην Ευρώπη ενώ 3 αεροπορικές ανοίγουν με περισσότερες πτήσεις προς Ελλάδα. Το πιο ενδιαφέρον όμως στοιχείο είναι το εξής: παρατηρείται αύξηση των τουριστών υψηλού επιπέδου, που επιθυμούν να έρθουν στη χώρα μας. Και ξέρετε κάτι, ήρθε η ώρα να γίνουμε από προορισμός με υψηλά ρεκόρ αφίξεων, προορισμός υψηλού τουριστικού προφίλ. Παρατηρείται επίσης αύξηση των δυνητικών επισκεπτών με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα. Ο θεματικός βιωματικός τουρισμός είναι στην αιχμή του δόρατος. Το all inclusive θα υπάρχει πάντα, όπως και οι διαφορές μορφές πιο μαζικού τουρισμού. Όμως ο εναλλακτικός, ο αγροτουρισμός, ο γαστρονομικός, ο θαλάσσιος, ο πολιτιστικός τουρισμός, όλη η τεράστια παλέτα αυθεντικών βιωματικών εμπειριών που μπορεί να προσφέρει η Ελλάδα, επιτέλους ανοίγει. Και αυτό σημαίνει ότι ανοίγουν και τα οφέλη για τις επιχειρήσεις γύρω από αυτές τις δράσεις. Ανοίγουν και τα οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες που αναπτύσσουν τέτοιες δράσεις. Βέβαια, ξαναλέω ότι τα υγειονομικά δεδομένα, σε παγκόσμιο επίπεδο, θα καθορίσουν στο τέλος τα μεγέθη.
Η διάθεση για ταξίδια δεν σημαίνει πως αυτομάτως μετουσιώνεται και σε κρατήσεις. Και αυτό διότι η πανδημία και η οικο-

νομική κρίση που αυτή επέφερε, έχουν πλήξει σημαντικά την καταναλωτική εμπιστοσύνη αλλά και το διαθέσιμο εισόδημα όσων θέλουν να επισκεφθούν τη χώρα.
Γι' αυτό και πιστεύω ότι οι last minute κρατήσεις, λόγω των συνθηκών, θα έχουν μεγάλο ποσοστό και φέτος, τόσο για τους καλοκαιρινούς άσο και για τους χειμερινούς μήνες.

-Κυρία πρόεδρε είχαμε ακούσει πως έχετε στον προγραμματισμό του Οργανισμού και κάποιες ειδικές καμπάνιες θεματικού τουρισμού. Συγκεκριμένα για τον τουρισμό ευεξίας, τον θαλάσσιο τουρισμό και την γαστρονομία αν δεν κάνουμε κάποιο λάθος. Σε τι φάση βρίσκεται αυτή η προσπάθεια;

«Οι last minute κρατήσεις, λόγω των συνθηκών, θα έχουν μεγάλο ποσοστό και φέτος, τόσο για τους καλοκαιρινούς όσο και για τους χειμερινούς μήνες»

Πολύ σωστά. Μόνο που οι ειδικές καμπάνιες θεματικού τουρισμού αφορούν τον τουρισμό ευεξίας, τον θαλάσσιο τουρισμό, την γαστρονομία και τον τουρισμό υπαίθρου& αγροτουρισμού να προσθέσω.
Διεθνείς έρευνες αποτέλεσαν τον οδηγό μας σε αυτό τον σχεδιασμό. Έρευνα του World Travel Monitor, για λογαριασμό της ITB δείχνει ότι τα προγραμματισμένα ταξίδια διακοπών στο εξωτερικό για το 2021, εκτός από το ενδιαφέρον για ήλιο-θάλασσα, χαρακτηρίζονται, για πρώτη φορά, από το πολύ έντονο ενδιαφέρον για διακοπές στη φύση. Και αυτό εμφανίζεται με ιδιαίτερη ένταση σε σχέση με την περίοδο προ κορωνοϊού. Οι άνθρωποι θέλουν περισσότερο από ποτέ να ταξιδέψουν. Και να ταξιδέψουν σε προορισμούς πιο εναλλακτικούς, λιγότερο μαζικούς. Επιθυμούν ταξίδια που θα ισορροπήσουν αρμονικά το σώμα, το πνεύμα και την ψυχή τους. Ειδικά μετά τα όσα περάσαμε και περνάμε. Ταξίδια που θα τους πλουτίσουν με αυθεντικές, βιωματικές εμπειρίες. Η επαφή με τη φύση, τις αγροτικές εργασίες, τις λαϊκές τέχνες, τις τοπικές κουζίνες και κουλτούρες. Οι επισκέπτες θα επιβραβεύουν προορισμούς «πράσινους» που σέβονται το περιβάλλον. Θα θέλουν να γευθούν τοπικά, ποιοτικά προϊόντα, γιατί πλέον φροντίζουν πολύ περισσότερο την υγεία τους, ειδικά μετά την πανδημία. Η οικονομία του βιώματος αποτελεί τη νέα, απόλυτη τάση στα ταξίδια. Με αυτά τα διεθνή δεδομένα λοιπόν δεν μπορούμε να πάμε μακριά μόνο με το δίπτυχο ΗΛΙΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ, όσο κι αν τα διαθέτουμε απλόχερα. Το τουριστικό μοντέλο της χώρας λοιπόν μετασχηματίζεται πάνω σε νέα βιώσιμη αειφόρα κατεύθυνση.
Νέοι προορισμοί, λιγότερο προβεβλημένοι «ανοίγονται» στον επισκέπτη. Η θαυμάσια ενδοχώρα μας και λιγότερο προβεβλημένα νησιά μας έρχονται στο προσκήνιο. Το NATIONAL GEOGRAPHIC σε συνεργασία με τον ΕΟΤ Ην. Βασιλείου, είχε πριν 2 μήνες περίπου πολυσέλιδο αφιέρωμα στις ομορφιές της ηπειρωτικής Ελλάδας. Η ανταπόκριση ήταν απίστευτη.
Ανοίγοντας νέους προορισμούς, ανοίγουμε όλη την γκάμα των μοναδικών θεματικών εμπειριών που κρύβει κάθε γωνιά της Ελλάδας. Όλη η χώρα, κάθε γωνιά της, είναι ένα καλειδοσκόπιο εμπειριών. Αυτές τις εμπειρίες που αναζητά ο σύγχρονος ταξιδιώτης, όπως σας είπα και πριν. Ο επισκέπτης μας θέλει να νιώσει για λίγο αγρότης, χειροτέχνης, αρχαιολόγος. Θέλει μα μπει στις ντόπιες κουζίνες να μάθει να δημιουργήσει. Θέλει να ζήσει λίγο σαν ντόπιος.
Αυτές τις ανάγκες καλύπτουν και αυτές τις μορφές τουρισμού προβάλλουν οι συγκεκριμένες θεματικές καμπάνιες, που είναι μόνο η αρχή. Να τονίσω εδώ ότι πέρα από τις 4 θεματικές καμπάνιες, όλα τα ψηφιακά εργαλεία του ΕΟΤ έχουν τεθεί στη υπηρεσία της προβολής των αυθεντικών εμπειριών που προσφέρει η χώρα.
Το VISIT GREECE με τα αντίστοιχα social media, το VISIT GREECE AP, όπου ο επισκέπτης ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του μπορεί να βρει πληροφορίες για κάθε γωνιά της χώρας. Τα digital media του ΕΟΤ στοχεύουν επίσης , βάσει των media plan μας, στο κοινό των millenials, δυναμικό κοινό, που αναζητάει αυθεντικές εμπειρίες, τις οποίες αναρτά και μοιράζεται στο διαδίκτυο λειτουργώντας έτσι ως πολλαπλασιαστής προβολής της χώρας.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

«Μονίμως σε κατάσταση crisis management ο ΕΟΤ»

Είναι γεγονός πως παρά τις καλές προθέσεις και τις προσδοκίες που υπάρχουν σε όλο τον τουριστικό κλάδο για έχουμε καλύτερα αποτελέσματα το καλοκαίρι του '21, δυστυχώς η κατάσταση με την πανδημία, είναι λογικό να δημιουργεί επιφυλάξεις. Αν, υποθετικά πάντα, δούμε πως η κατάσταση δεν βαίνει όπως θα το επιθυμούσαμε, ο ΕΟΤ έχει κάποιο plan B για τη σεζόν; Υπάρχει κάποιο σχέδιο ή κάποια σκέψη έστω για το πώς θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί ένα τέτοιο, απευκταίο μεν, αλλά πιθανό ενδεχόμενο;

Από το 2020 που ξέσπασε η πανδημία, το Υπουργείο και ο ΕΟΤ είμαστε μονίμως σε κατάσταση crisis management. Έχουμε διαρκή ενημέρωση των εξελίξεων σε παγκόσμιο επίπεδο. Θα σας το έλεγα κάπως σχηματικά: αν ο ιός μεταλλάσσεται, μεταλλάσσεται ανάλογα και η στρατηγική μας, ώστε να είμαστε ένα βήμα πιο μπροστά. Το πλάνο προβολής του ΕΟΤ και πέρυσι και φέτος είναι πολύ διαφορετικό από άλλες χρονιές. Το νέο αυτό διαφημιστικό πρόγραμμα είναι δομημένο κατά τέτοιο τρόπο, που θα μπορεί να προσαρμόζεται στις εκάστοτε συνθήκες, όσον αφορά την πανδημία.
Για παράδειγμα η καμπάνια προβολής της Ελλάδας δεν θα είναι δίμηνη και τρίμηνη, όπως στο παρελθόν, αλλά θα είναι εξάμηνη και οκτάμηνη, ώστε να μπορεί να μετατεθεί χρονικά το πλάνο επικοινωνίας. Στο δε διαδίκτυο, που έχει τον μεγαλύτερο ρόλο στην προβολή μας φέτος, η επικοινωνία της χώρας θα τρέχει όλο το έτος μέχρι τέλους του χρόνου. Αυτό το γεγονός σε συνδυασμό με την προώθηση του θεματικού τουρισμού θα συντελέσει και στην επιμήκυνση της περιόδου που ούτως ή άλλως αποτελεί ζητούμενο.
Και να πω κάτι εδώ: πιστεύετε ότι η βράβευση της Ελλάδας στα WORLD TRAVEL AWARDS ήρθε τυχαία; Η αναγνώριση της από το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών, πριν λίγες μέρες, ως πρότυπο για ασφαλές άνοιγμα εν μέσω πανδημίας, όπως σας ανέφερα πιο πριν , ήρθε τυχαία; Όχι βέβαια. Και σε κάθε περίπτωση θα ήθελα να διαβεβαιώσω τις Ελληνίδες και τους Έλληνες ότι ο Ελληνικός Τουρισμός είναι πολύ ανθεκτικός, πολύ ισχυρός για πεθάνει από τον covid!

Συνέντευξη
ΑΝΤΖΕΛΑ ΓΚΕΡΕΚΟΥ

«Μονόδρομος η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη»

«Μετά την πανδημία, οι αρχές που θέτει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού «Travel, enjoy, respect» αλλά και support, ένα μοντέλο τουρισμού, που θα βασίζεται στον ίδιο τον άνθρωπο και θα στηρίζει τον άνθρωπο, είναι πιο αναγκαίο από ποτέ»

Συνέχεια από την προηγούμενη σελίδα

-Συχνά αναφέρεστε στο θέμα της εμπειρίας και της αναβάθμισης αυτής για τους επισκέπτες της χώρας. Να πούμε πως συμφωνούμε απολύτως με την προσέγγισή σας και ουσιαστικά με αυτό τον τρόπο μπαίνει και το ζήτημα της αλλαγής του τουριστικού μοντέλου της χώρας. Ποια βήματα πρέπει να γίνουν, τι χρειάζεται για να προσφέρει η χώρα πραγματικά αυθεντικές εμπειρίες;

Πολύ σωστά συνδέεται την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού, βιωματικού τουρισμού με ένα εκ βάθρων νέο μοντέλο στον ελληνικό τουρισμό. Μόνο που αυτό δεν πρέπει να εκλαμβάνεται ως απλή μετάβαση από ένα μονοδιάστατο μοντέλο «ΗΛΙΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ» σε ένα πολυθεματικό προϊόν. Μιλάμε λοιπόν για μια ριζική και βαθύτερη αλλαγή. Μια αλλαγή που άπτεται της συνολικής εθνικής οικονομικής πολιτικής, στα πλαίσια της αειφόρας πορείας της χώρας προς το 2030

Όπως σας ανέφερα και πριν η πανδημία λειτούργησε σαν επιταχυντής. Στην δεκαετία του make it or break it, ειδικά μετά τον covid η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη είναι μονόδρομος για τον πλανήτη, την Ευρώπη, την Ελλάδα.

Πως θα μιλήσεις για θεματικό τουρισμό, πως θα προσφέρεις και πως θα ζήσεις μοναδικές , αυθεντικές εμπειρίες αν δεν σέβεσαι το περιβάλλον, τον πολιτιστικό πλούτο, τις τοπικές κοινωνίες; Μετά την πανδημία, οι αρχές που θέτει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού «Travel, enjoy, respect» αλλά και support, ένα μοντέλο τουρισμού, που θα βασίζεται στον ίδιο τον άνθρωπο και θα στηρίζει τον άνθρωπο, είναι πιο αναγκαίο από ποτέ.

Μετά την πανδημία είναι πιο ξεκάθαρο από ποτέ ότι μια εθνική πολιτική για τον τουρισμό πρέπει να συνδυάζει:

- Υπηρεσίες και διαδικασίες, που σέβονται τον μοναδικό φυσικό πλούτο της χώρας και την τοπική ταυτότητα, σε όλη τη διαδικασία της ταξιδιωτικής εμπειρίας.
- Την προσέλκυση υπεύθυνων επισκεπτών σε σταθερά αυξανόμενο ρυθμό, συνυπολογίζοντας την φέρουσα ικανότητα των προορισμών.

Ο βιώσιμος τουρισμός είναι ανάγκη για τον πλανήτη, είναι ανάγκη για τη χώρα, είναι ανάγκη για την υγιή ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών. Στα πλαίσια λοιπόν της αειφόρας ανάπτυξης, στο δρόμο της δημιουργίας αυθεντικών εμπειριών οι μεγάλες επενδύσεις, που βασίζουν την πολιτική τους στην αειφορία και στην πράσινη ανάπτυξη, οι οποίες σέβονται το περιβάλλον, τον πολιτισμό, την κουλτούρα του τόπου, αποτελούν προτεραιότητες του νέου οικονομικού υποδείγματος της χώρας και του ελληνικού τουρισμού.

Πόροι άνω των 10 δις από το Ταμείο Ανάκαμψης θα διατεθούν για επενδύσεις δημοσίου συμφέροντος και για την υλοποίηση 16 εμβληματικών «πράσινων» επενδύσεων και ψηφιακής αναβάθμισης και στον τομέα του τουρισμού.

Όλα αυτά τα έργα είναι έργα ζωής, έργα υποδομών που θέτουν σε νέα θεμέλια και την ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα.

Πέρα όμως από το γενικό πλαίσιο που είναι «εκ των ων ου άνευ» για τον πραγματικό μετασχηματισμό της τουριστικής οικονομίας, θα ήθελα να τονίσω ότι ο θεματικός τουρισμός είναι πολυπαραγοντικό project.

Ανα θέμα και ανά περιοχή απαιτεί Συνέπεια, Συνεργασία, Συντονισμό ανάμεσα στα συναρμόδια Υπουργεία, τις Περιφερειακές Δημοτικές Αρχές τους λοιπούς εμπλεκόμενους φορείς και βέβαια την Κοινωνία των Πολιτών, στο σύνολό της.

Με χαρά σας ανακοινώνω ότι για πρώτη φορά αισθάνομαι να βρισκόμαστε όλοι στην ίδια πλευρά. Θα σταθώ σε μια τεράστια προσπάθεια που γίνεται αυτή τη στιγμή.

Το Υπουργείο Τουρισμού της Ελλάδας, ο ΕΟΤ, το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης, και όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς εργαζόμαστε από κοινού για την σύζευξη του ελληνικού τουρισμού, με την πρωτογενή παραγωγή.

Το τεράστιο αναξιοποίητο κεφάλαιο που λέγεται ελληνική μεσογειακή διατροφή, τα κορυφαία τοπικά προϊόντα μας, συνδέονται άμεσα με το τουριστικό προϊόν και μπαίνουν στην προμετωπίδα της προβολής της χώρας.

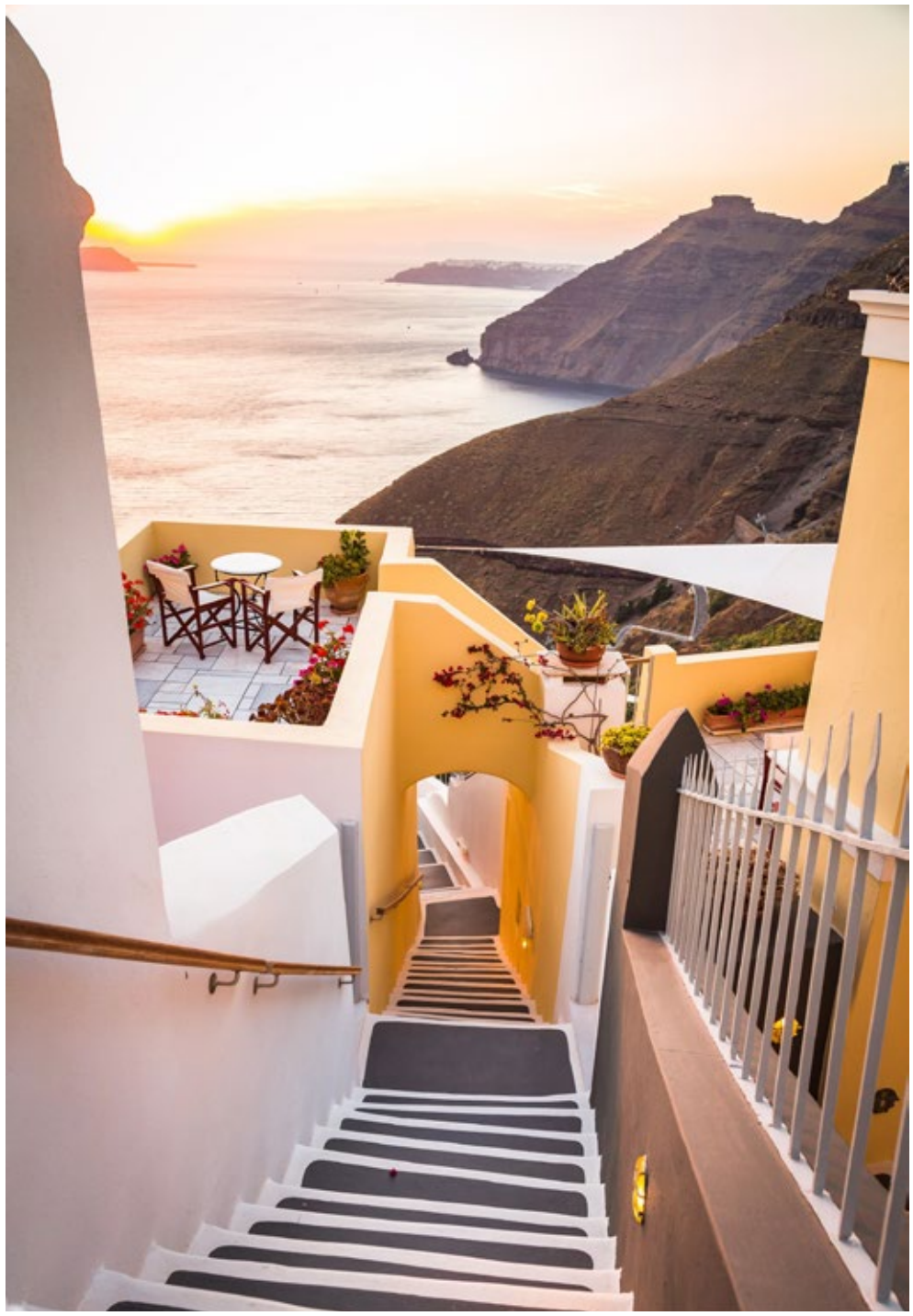
Το τουριστικό brand name GREECE ενδυναμώνεται με τον πλούτο της ελληνικής γης και αυτό θα αλλάξει όχι μόνο τον γαστρονομικό τουρισμό αλλά το σύνολο του βιωματικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Να αναφέρω μάλιστα ότι αποτελεί και προσωπικό μου στοίχημα η δυναμική σύζευξη του Τουρισμού με το ευρύτερο τρίπτυχο ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ-ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ-ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΑ

Ενέργειες σε αυτή την κατεύθυνση: Επιτροπή Γαστρονομικού Τουρισμού από το Υπουργείο, Εξέλιξη του Γαστρονομικού Χάρτη της χώρας, ενδυνάμωση των πιστοποιημένων σημάτων «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ», «ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ», σε αυτήν την κατεύθυνση έρχονται και άλλες κατοχυρώσεις σημάτων, όπως για τα τυροκομικά μας προϊόντα και όχι μόνο.

Εγώ προσωπικά έχω συνεργασία με την AGROXENIA για την ανάπτυξη και προβολή μέσω ΕΟΤ του Αγροτουρισμού. Είμαι επίσης σε επαφή με το Δίκτυο Aegean Cuisine, προκειμένου το know how αυτού του επιτυχημένου case study του Ν. Αιγαίου να εφαρμοστεί και σε άλλες περιοχές της χώρας.

Να αναφέρω επίσης μια ατυπη μεν, εξαιρετική δε, ομάδας εργασίας στο ΕΟΤ, που αποτελείται από καταξιωμένες προσωπικότητες. Όπως ο κος Μιχάλης Κεφαλογιάν-



νης, η πρωτοβουλία Ελλα-δικά μας, ο κος Σταμάτης και η εξαιρετική κυρία Καμηλάκη, η καθηγήτρια Λαογραφίας. Στόχος της: η ενίσχυση των παραγωγών, η προώθηση των τοπικών προϊόντων και της ελληνικής - μεσογειακής διατροφής.

Την άλλη εβδομάδα μάλιστα η συγκεκριμένη ομάδα θα παρουσιάσει τα αποτελέσματα των ερευνών που έχει διεξάγει. Η δημιουργία πετυχημένων local brands, ανά περιοχή της χώρας, είναι ξέρετε το επικοινωνιακό κλειδί για την ανάπτυξη βιωματικού τουρισμού σε κάθε γωνιά της Ελλάδας.

Η περίπτωση της διατροφής και της γαστρονομίας που σας ανέφερα είναι μια πτυχή, πολύ σημαντική, για το πολυδύναμο local identity που πρέπει να έχουν οι διάφορες περιοχές μας.

Βέβαια, για να προχωρήσει ο μετασχηματισμός του τουριστικού μοντέλου θα πρέπει πέρα από τις δράσεις των φορέων να μετασχηματιστεί και η κουλτούρα των τοπικών κοινωνιών, απέναντι σε αυτό που λέγεται τουρισμός και τουριστικό επιχειρείν. Η αειφόρα ανάπτυξη, ο βιωματικός τουρισμός δεν είναι αφηρημένες νεφελώδεις θεωρίες. Είναι ξεκάθαρα οι πιο επιτυχημένες επιχειρηματικές κινήσεις, στο προσεχές μέλλον.

Και απαραίτητη προϋπόθεση για την αξιοποίηση των κονδυλίων του Ευρωπαϊκού Ταμείου Ανάκαμψης. Ας μην το ξεχνάμε και αυτό…

-Να κλείσουμε με το πάγιο και διαχρονικό πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού. Όλοι το εντοπίζουμε, πολιτεία, φορείς, επιχειρήσεις, εργαζόμενοι, αλλά λύση δεν έχει υπάρξει. Μιλάμε φυσικά για την εποχικότητα. Διακαής πόθος ο τουρισμός όλο το έτος στην Ελλάδα, τι φταίει και δεν τα καταφέρνουμε;

Το θέμα της επέκτασης της τουριστικής περιόδου αποτελεί μέρος της εθνικής προσπάθειας, αρκετά χρόνια τώρα. Όμως δεν αρκεί να πεις απλά στον άλλο «έλα στην Ελλάδα όλο το χρόνο». Δεν αρκεί να δείξεις τα πανέμορφα ορεινά, χειμωνιάτικα και φθινοπωρινά τοπία μας. Σίγουρα είναι και αυτό ένα πρώτο βήμα. Αλλά δεν αρκεί για να «ανοίξεις» την εικόνα μιας χώρας που έχει εγγραφεί παγκόσμια ως «ΗΛΙΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ» ως «απέραντο Γαλάζιο».

Ναι είμαστε απέραντο, πανέμορφο, μοναδικό στον κόσμο μπλε, γαλάζιο και τουρκουάζ. Αλλά αυτό το ευλογημένο απέραντο γαλάζιο «καταπίνει» άλλες πλευρές μας, άλλες ομορφιές μας, δεν τις αφήνει να αναπνεύσουν.

«Το τεράστιο αναξιοποίητο κεφάλαιο που λέγεται ελληνική μεσογειακή διατροφή, τα κορυφαία τοπικά προϊόντα μας, συνδέονται άμεσα με το τουριστικό προϊόν και μπαίνουν στην προμετωπίδα της προβολής της χώρας»

Τα κλειδιά και εδώ είναι:

- Ενίσχυση του βιωματικού, αυθεντικού, πολυθεματικού τουρισμού στην κατεύθυνση όμως, που είπαμε παραπάνω.
- Ο Πολιτισμός, ο Αθλητισμός, η Γαστρονομία, η Ευεξία και τόσες άλλες εμπειρίες που προσφέρει η χώρα μας δεν έχουν εποχή και εποχικότητα.
- Ποιος θα είχε αντίρρηση για αποδράσεις στα ελληνικά βουνά όταν αυτές συνοδεύονται με γαστρονομικές εμπειρίες της ορεινής Ελλάδας;
- Όσο κι αν λατρεύει τις θάλασσες μας, ποιος θα είχε αντίρρηση να επισκεφτεί την καταπράσινη, πολυμορφική ενδοχώρα απολαμβάνοντας εμπειρίες κοντά στην ύπαιθρο σε συνδυασμό με παραμονή σε κάποια πολυλειτουργική αγροτική φάρμα;

Ήρθε λοιπόν η ώρα να σχεδιάσουμε «πακέτα» πολυθεματικά, που η κορύφωση της εμπειρίας θα είναι το χειμώνα, το φθινόπωρο, την άνοιξη.

Διαδρομές στην ενδοχώρα αλλά και τα νησιά μας που θα αποκαλύπτουν στον επισκέπτη έναν άγνωστο μέχρι τώρα θησαυρό εμπειριών. Και να υπογραμμίσουμε ότι όλα αυτά τα βρίσκει κάποιος σε μια χώρα με γλυκό, εύκρατο μεσογειακό κλίμα και ηλιοφάνεια τις περισσότερες μέρες του χρόνου.

Πιστέψτε με, όταν η Ελλάδα προσφέρει τέτοιο καλειδοσκόπιο εμπειριών είναι στο χέρι μας να τις συνδυάσουμε, ανάλογα με το τι προσφέρει κάθε περιοχή και να προεκτείνουμε την τουριστική μας σεζόν.

Αντίστοιχα βέβαια θα πρέπει να αποφασίσουμε και σε επίπεδο επικοινωνίας τα εξής: αυτό που συμβαίνει τώρα, εκτάκτως λόγω covid, το να προβάλλουμε δηλαδή τη χώρα διαφημιστικά όλο το χρόνο, θα ισχύει από δω και στο εξής.

Αν θέλουμε ανάπτυξη του τουρισμού all year round το ίδιο πρέπει να ισχύει και για το διαφημιστικό budget μας, με μεγαλύτερη έμφαση βέβαια τους θερινούς μήνες.

Τέλος θα ήθελα να σας πω το εξής: όλα όσα είπαμε παραπάνω είναι βέβαια θέματα πολιτικής βούλησης, ανασχεδιασμού του τουριστικού προϊόντος, επικοινωνιακής στρατηγικής. Όμως νομίζω μερικές φορές ότι το πρόβλημα είναι και βαθύτερο. Τι εννοώ…

Νομίζω πως οι Έλληνες είμαστε βαθιά ερωτευμένοι με τον Ήλιο, τη Θάλασσα και το ευλογημένο Καλοκαίρι μας. Απόλυτα σεβαστό και κατανοητό. Με τέτοια δώρα του Θεού και της Φύσης ποιος δε θα ήταν.

Όμως αν θέλουμε να πείσουμε τους άλλους ότι είμαστε πολύ περισσότερα, θα πρέπει να το πιστέψουμε πρώτα εμείς οι ίδιοι. Η εκπαίδευση των τοπικών κοινωνιών, από πολύ νεαρή ηλικία θα έλεγα είναι και εδώ το κλειδί. Η Ελλάδα μας δεν είναι μόνο SEA&SUN.

Προσωπική μου θέση ήταν πάντα ότι η Ελλάδα είναι η χώρα του αληθινού ευζην. Είναι ο μοναδικός, αυθεντικός, ελληνικός τρόπος ζωής.

Η πανάρχαια φιλοσοφία που διέπεται από τις έννοιες του μέτρου και της αρμονίας. Η ολιστική προσέγγιση ζωής που αγκαλιάζει συνολικά και φροντίζει το σώμα, το πνεύμα και την ψυχή του ανθρώπου, προσφέροντας έτσι στον επισκέπτη ανεπανάληπτες προσωπικές εμπειρίες.

Όσα χρειάζεται, ό,τι χρειάζεται ο σύγχρονος ταξιδιώτης, ο εξασθενημένος από την πανδημία, μπορεί να τα βρει στην Ελλάδα. Σε κάθε περιοχή της Ελλάδας, σε κάθε εποχή του χρόνου.

ALL YOU WANT IS GREECE. Όπως πολύ εύστοχα λέει και το μήνυμα της νέας διαφημιστικής καμπάνιας της Ελλάδας.

Συνέντευξη
ΑΝΔΡΕΑΣ ΦΙΟΡΕΝΤΙΝΟΣ*
*Ξενοδόχος - Υπεύθυνος Τομέα Τουρισμού της Νέας Δημοκρατίας

«Υπάρχει ολιστικό σχέδιο για τη φετινή τουριστική περίοδο»

«Φέτος έχουμε κάθε λόγο να είμαστε αισιόδοξοι», υπογραμμίζει ο Ανδρέας Φιορεντίνος, υπενθυμίζοντας με έμφαση πως χρειάζονται συνέργειες και οργάνωση για να έχουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα

Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Την εκτίμηση πως φέτος τα πράγματα θα είναι σαφώς καλύτερα, μοιράζεται ο Ανδρέας Φιορεντίνος, υπεύθυνος του Τομέα Τουρισμού της ΝΔ και ξενοδόχος που δραστηριοποιείται επαγγελματικά στη Μύκονο. Σημειώνει πως χρειάζονται συνέργειες και οργάνωση, ώστε να γνωρίζουν οι επιχειρηματίες σε κάθε προορισμό τις διαδικασίες και τα μέτρα, ενώ τονίζει ότι η βιώσιμη ανάπτυξη είναι μονόδρομος για τον τουρισμό. Αναλυτικά η συνέντευξη του κυρίου Φιορεντίνου έχει ως εξής:

-Κύριε Φιορεντίνε χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Ο τουρισμός ανοίγει σε λίγες ημέρες και επίσημα. Ποια είναι η εικόνα που έχετε για τη φετινή σεζόν;

Για την φετινή τουριστική περίοδο έχουμε κάθε λόγο να είμαστε αισιόδοξοι. Η επιστημονική κοινότητα γνωρίζει καλύτερα τον ιό, υπάρχουν εμβόλια και η κυβέρνηση έχει καταρτήσει ένα ολιστικό σχέδιο για την προστασία των τουριστών, εργαζομένων, προορισμών και των υπόλοιπων εμπλεκόμενων. Πέρυσι καταφέραμε να λειτουργήσουμε μέσα σε πρωτόγνωρες συνθήκες και διαδικασίες το οποίο ήταν προς όφελος όλων μας που ασχολούμαστε με τον τουρισμό. Φέτος θα είναι σαφώς καλύτερα τα πράγματα αλλά μην ξεχνάμε ότι χρειάζονται συνέργειες και οργάνωση ώστε όλοι οι επιχειρηματίες ανά προορισμό να είναι ενήμεροι, να γνωρίζουν τις διαδικασίες και τα μέτρα που θα ακολουθήσουν για την προστασία των ανθρώπων και των τόπων.

-Από πολλές πλευρές ζητείται -με πρώτο τον ίδιο τον υπουργό Τουρισμού κύριο Θεοχάρη- να γίνει με προτεραιότητα ο εμβολιασμός των ανθρώπων του τουρισμού για ευνόητους λόγους. Η βούληση υπάρχει σίγουρα, πρακτικά θα τα καταφέρουμε; Ποια είναι η εκτίμησή σας;

Σωστά το διατυπώνεται «η βούληση υπάρχει» και η εκτίμηση μου είναι ότι ναι, θα καταφέρουμε να εμβολιάσουμε κατά προτεραιότητα τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό. Μην ξεχνάτε ότι σε ικανοποιητικό βαθμό ήδη εμβολιάζονται οι κάτοικοι των νησιών και απομένει ο συντονισμός για τον τελικό οριζόντιο εμβολιασμό των ανθρώπων του τουρισμού.

-Η Ελλάδα έχει τις ιδανικές αντικειμενικές συνθήκες, χιλιάδες νησιά, χιλιάδες χιλιόμετρα ακτογραμμής για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και όμως δεν τα έχουμε καταφέρει τόσο καλά, όσο άλλες χώρες. Τι φταίει; Υπάρχει κάποιος σχεδιασμός;

Δεν θα έλεγα ότι η Ελλάδα των 10 εκ κατοίκων η οποία είχε περί τα 15 εκ επισκέπτες και 10 δις έσοδα πριν 10 χρόνια και σήμερα έχει 33 εκ επισκέπτες και 18.2 δις έσοδα δεν τα έχει καταφέρει καλά. Ασφαλώς ο εχθρός του καλού είναι το καλύτερο. Είναι γεγονός ότι η κρίση γεννά ευκαιρίες. Οι επαγγελματίες στον τουρισμό γνωρίζουμε ότι επηρεάζεται από τις κρίσεις. Τώρα όμως νομίζω ότι πρέπει να σκεφτούμε σοβαρά ότι η βιώσιμη ανάπτυξη είναι μονόδρομος.

-Οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν πληγεί σφοδρά από τους αναγκαίους περιορισμούς των ταξιδιών, των μετακινήσεων κλπ. Πιστεύετε πως τα μέτρα που έχουν ληφθεί μέχρι στιγμής για την στήριξη των επιχειρήσεων αρκούν; Τι παραπάνω θα μπορούσε να γίνει;

Θεωρώ ότι η κυβέρνηση με δεδομένο τα δημοσιονομικά της χώρας πράττει ότι είναι εφικτό αυτή την στιγμή για να στηρίξει την τουριστική επιχειρηματικότητα για να μπορέσει και αυτή (τουρισμός) με την σειρά της να στηρίξει τους εργαζομέ-

«Εμβληματικός προορισμός η Μύκονος»

Επαγγελματικά δραστηριοποιείστε στη Μύκονο έναν ισχυρό προορισμό, υψηλής ζήτησης. Οι κραδασμοί από την πανδημία έχουν διακυμάνσεις ανά προορισμό; Υπάρχουν προορισμοί που η κατάσταση είναι πιο δύσκολη σε σύγκριση με άλλες;

Η Μύκονος είναι ένας εμβληματικός τουριστικός προορισμός. Έχει άρτια τουριστική υποδομή (ιδιωτική- ξενοδοχεία εστιατόρια και δημόσια- λιμάνια αεροδρόμια κλπ.) Αυτό σημαίνει ότι και στην δύσκολη περσινή περίοδο το μίγμα παραθεριστών-τουριστών μπόρεσε και κράτησε ξενοδοχεία και αγορά ζεστή. Καθολική καθίζηση είχαμε στο τομέα της κρουαζιέρας. Ναι λοιπόν, μεταξύ προορισμών υπάρχει διαφοροποίηση της τουριστικής κίνησης.

> *Η Ελλάδα μπορεί να αποδείξει ότι είναι ο ιδανικός τουριστικός προορισμός. Ανθρωποκεντρικός και ανθεκτικός διαθέτει όλα τα προαπαιτούμενα για να καταστεί παράδειγμα βιωσιμότητας*

Θάλασσα», θα είναι πάντα παρών, αλλά όλα δείχνουν πως το τουριστικό προϊόν της χώρας πρέπει να εμπλουτιστεί. Προς τα ποια κατεύθυνση πιστεύετε πως πρέπει να κινηθούμε;

Τα νέα μοντέλα ανάπτυξης θέλουν τον τουρίστα μέλος της κοινότητος την οποία επισκέπτεται με ότι αυτό συνεπάγεται. Ως άνθρωποι αμιγώς εμπλεκόμενοι με τον τουρισμό οφείλουμε να αφουγκραστούμε τα κελεύσματα των καιρών και να ενεργήσουμε. Η κλιματική αλλαγή επίσης συμβάλει στην αλλαγή των δεδομένων μας.

Η βιώσιμη ανάπτυξη, η προστασία των φυσικών πόρων, η άυλη πολιτιστική κληρονομιά, η φέρουσα ικανότητα, η ενσυναίσθηση πρέπει πλέον να αποτελέσουν την αιχμή του δόρατος και προσδιορίσουν την προσέγγισίν μας στο μέλλον, αναφορικά με την τουριστική ανάπτυξη. Η Ελλάδα μπορεί να αποδείξει ότι είναι ο ιδανικός τουριστικός προορισμός. Ανθρωποκεντρικός και ανθεκτικός διαθέτει όλα τα προαπαιτούμενα για να καταστεί παράδειγμα βιωσιμότητας.

Είναι κοινή παραδοχή ότι ο τουρισμός δεν ευδοκιμεί όταν υπάρχουν αντιπαραθέσεις. Τώρα είναι η καταλληλότερη στιγμή να βρεθούμε αλληλέγγυοι , ενωμένοι και να δουλέψουμε με γνώμονα το κοινό συμφέρον.

νους στον τουρισμό και κατά επέκταση την εθνική οικονομία. Η κυβέρνηση έλαβε μέτρα όπως Επιστρεπτέα προκαταβολή, αναστολές συμβάσεων εργασίας, το πρόγραμμα Συν -Εργασία, η επιδότηση των εργοδοτικών εισφορών, το πρόγραμμα Γέφυρα ΙΙ και άλλα τα οποία βοήθησαν ουσιαστικά τους εργαζομένους και τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα.

-Να κλείσουμε με το θέμα του τουριστικού μοντέλου. Το «Ήλιος και

Γράφει ο
Ευάγγελος Κυριακού
Ειδικός Διαχείρισης Προορισμών

Εναλλακτικός... Προορισμός

Ψάχνοντας όαση...

> *Είναι ώρα για επιστροφή στις ρίζες της κλασσικής Ελλάδας, στους τόπους των περιηγητών, στους μύθους που γαληνεύουν την διάθεση, με παράλληλη και συνεχή ρίψη άγκυρας έλξης στο... μέλλον*

Σαν το καμηλιέρη που ψάχνει στην έρημο να βρει την όασή του, νοιώθουμε όλοι. Και τώρα τι κάνω; Προς τα πού να πάω; Μήπως εάν κινηθώ θα είναι χειρότερα; Μήπως αν πάω προς τα εκεί είναι καλύτερα; Πότε θα έρθουν επιτέλους οι «βάρβαροι»;

Ο τουρισμός είναι αλήθεια ότι είναι η επιτομή της κινητικότητας. Χωρίς αυτή δεν νοείται περιήγηση και η περιήγηση θέλει στόχευση, αγωνία, όραμα, σχεδιασμό, στοχασμό, αναβρασμό. Είναι αλήθεια ότι είχαμε καλομάθει στην ευκολία ... «Θωμά είσαι σπίτι τότε ετοιμάσου για Χαβάη. Πάμε κάπου που δεν έχουμε πάει μόνο μην κάτσουμε άλλο σπίτι.» λέει το άσμα.

Κινητικότητα και για τους επισκέπτες αλλά και για τους οικοδεσπότες. Όταν δεν κινούνται οι επισκέπτες, δεν σημαίνει ότι οι οικοδεσπότες είναι ακίνητοι. Σκέφτονται εναλλακτικά και κινητοποιούνται. Είναι ανάγκη λοιπόν να επανασχεδιάσουμε τον προορισμό μας, τώρα που έχουμε χρόνο, αρκετό χρόνο για εμάς, τους φίλους μας, την δουλειά μας, την κοινότητα ανθρώπων που ζούμε και λειτουργούμε. Αυτό θα μας εξασφαλίσει την κινητικότητα, θα ενεργοποιήσει την ανθεκτικότητα μας στο μεθοδικό χτίσιμο μιας νέας υβριδικής κατάστασης, εφόσον όμως είμαστε ψύχραιμοι. Όχι ψυχροί, όχι θερμόαιμοι.

Πρέπει να μάθουμε να ζούμε με την κατάρα του καιρού μας, αναδιοργανώνοντας ότι κάναμε, με την δική μας ενσυναίσθηση για το μέλλον, χωρίς ψευδαισθήσεις σειρήνων και κυματισμών στην άμμο της άγνοιας. Η επόμενη ημέρα σύμφωνα με το ταμείο ανάκαμψης της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα έχει πράσινες αντανακλάσεις, ψηφιακές επιστρώσεις και αλλεπάλληλες κοινωνικές παρεμβάσεις ισορροπίας.

Στόχος είναι να μην χάσουμε τον προορισμό, με εναλλακτικό σύστημα πλοήγησης όπου τα πάντα προσαρμόζονται, όπως οι εμπειρίες και οι συνήθειες. Κάποια ωστόσο μένουν ως σταθερές αξίες, σαν τις ανθρώπινες παραδόσεις του κύκλου της ζωής που με μεγάλη επιμέλεια, πρέπει να διατηρούμε και να ενθαρρύνουμε, ακριβώς διότι μας εμπνέουν όπως ο μεθοδικός σχεδιασμός και οι ουσιαστικές επαγγελματικές συνεργασίες. Είναι ώρα για επιστροφή στις ρίζες της κλασσικής Ελλάδας, στους τόπους των περιηγητών, στους μύθους που γαληνεύουν την διάθεση, με παράλληλη και συνεχή ρίψη άγκυρας έλξης στο ... μέλλον. Αυτές θα μας ισορροπήσουν.

Ο εναλλακτικός προορισμός δεν χρειάζεται τίποτε άλλο από τον φωτεινό μας εαυτό. Τον πραγματικό μας εαυτό!

Η «επέλαση» των μονοπατιών

Ο Περιηγητικός Τουρισμός κερδίζει όλο και μεγαλύτερο κοινό σε διεθνές επίπεδο σε συνδυασμό με την ισχυρή τάση υγείας και ευεξίας που υπάρχει σε όλα τα κοινωνικά επίπεδα και επιπλέον δίνει ώθηση στη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου

ΘΕΜΑ: ΠΕΡΙΗΓΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πολλές φορές η ίδια η ζωή οδηγεί τα πράγματα προς την κατεύθυνση που επιθυμεί, όχι γιατί οι άνθρωποι δεν μπορούν να καθορίσουν τη μοίρα τους, αλλά γιατί οι αντικειμενικές συνθήκες, η πραγματικότητα και η καθημερινότητα επιβάλλουν τους όρους τους. Κάπως έτσι ή σχεδόν έτσι φαίνεται να εξελίσσονται τα πράγματα με τον Περιηγητικό Τουρισμό για μια σειρά από λόγους.

Το πρώτο στοιχείο είναι πως ο τουρισμός πεζοπορίας κερδίζει όλο και μεγαλύτερο κοινό σε διεθνές επίπεδο σε συνδυασμό με την ισχυρή τάση υγείας και ευεξίας που υπάρχει σε όλα τα κοινωνικά επίπεδα. Η τάση αυτή, μάλιστα, έγινε ακόμη ισχυρότερη μετά το ξέσπασμα της πανδημίας.

Αποτέλεσμα όλο και περισσότεροι ταξιδιώτες να επιζητούν δραστηριότητες που συνδυάζουν την άσκηση, την ευζωία και την επαφή με τη φύση. Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικές ομορφιές που μπορεί να καλύψει αυτές τις ανάγκες, όσο λίγα μέρη στον κόσμο.

Πρωτιά της Ανδρου

Το δεύτερο είναι η εμπειρία. Δοκιμάστηκε και πέτυχε με πολύ καλά αποτελέσματα και πολλοί προορισμοί πλέον ακολουθούν κατά πόδας. Από τους πρωτοπόρους σε αυτή την προσπάθεια ήταν το νησί της Άνδρου. Η Άνδρος το 2015 εξασφάλισε το σήμα πιστοποίησης για τα μονοπάτια της από την Ευρωπαϊκή Συνομοσπονδία Πεζοπορικών Συλλόγων. Το σήμα της πιστοποίησης ήρθε ως φυσική συνέπεια της συστηματικής προσπάθειας καταγραφής των διαδρομών και ανάδειξης των μονοπατιών από το δίκτυο «Διαδρομές Άνδρου».

Πιστοποιημένα μονοπάτια υπάρχουν και σε πολλές ορεινές περιοχές της ηπειρωτικής χώρας, αλλά η Άνδρος ήταν το πρώτο νησί που ενώ αποτελούσε ήδη τουριστικό προορισμό του καλοκαιριού, προχώρησε σε αυτή την κίνηση.

Ο τουρισμός στο νησί αυξήθηκε την άνοιξη και το φθινόπωρο και μάλιστα με ταξιδιώτες από μακρινούς διεθνείς προορισμούς. Οι λάτρεις της πεζοπορίας έδειχναν και δείχνουν να προτιμούν τις περιόδους που δεν επικρατούν πολύ υψηλές θερμοκρασίες και το περπάτημα γίνεται σε πιο ευχάριστες συνθήκες. Έτσι έχει επιτευχθεί η άνοδος της τουριστικής κίνησης και η πολυπόθητη επιμήκυνση της σεζόν. Αυτό με μία μόνο μορφή θεματικού τουρισμού.

Το γεγονός αυτό δεν έμεινε απαρατήρητο και στο πρόσφατο αφιέρωμα του ITN News Web TV για τα ελληνικά νησιά και την τουριστική ανάπτυξή τους, σχεδόν το σύνολο των φορέων που τοποθετήθηκαν δήλωσαν πως ήδη σχεδιάζουν τα μονοπάτια και έχουν προχωρήσει τις διαδικασίες για τις σχετικές χρηματοδοτήσεις και πιστοποιήσεις.

Ακολουθούν και άλλες περιοχές

Ανάλογες κινήσεις έχουν γίνει πολλές και στην ηπειρωτική χώρα και κυρίως στους ορεινούς όγκους που βρίσκονται σε όλη την Ελλάδα, ενώ βαρύτητα στο θέμα έχει δοθεί και στην Κρήτη. Δίκτυα μονοπατιών βρίσκουμε στην Πελοπόννησο, στη Θεσσαλία, στην Ήπειρο, στη Μακεδονία, στη Θράκη και ο κατάλογος συνεχώς αυξάνεται με θετικά αποτελέσματα για την τουριστική κίνηση, ακόμα και σε περιοχές που μέχρι πρόσφατα δεν ήταν γνωστές.

Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικές ομορφιές που μπορεί να καλύψει τις ανάγκες του Περιηγητικού Τουρισμού, όσο λίγα μέρη στον κόσμο

Προσφάτως, όπως αναφέρεται και σε άλλο ρεπορτάζ της «itn Ελληνικός Τουρισμός» και η ΣΕΤΚΕ προχώρησε στη δημιουργία σήματος πιστοποίησης για τον Περιηγητικό Τουρισμό. Οι πιστοποιήσεις, όπως αναφέρει το «Paths of Greece» στην ιστοσελίδα του είναι τρεις. Η πρώτη είναι η κρατική πιστοποίηση, η οποία είναι υποχρεωτική εκ του νόμου. Στην ουσία πρόκειται για την εγγραφή του μονοπατιού στο Εθνικό Μητρώο Μονο-

πατιών. Η εθνική αυτή πιστοποίηση μονοπατιών είναι καθαρά τεχνική και δεν έχει να κάνει με την προσέλκυση τουρισμού.

Οι άλλες δύο πιστοποιήσεις είναι διεθνείς και προαιρετικές. Η μία ονομάζεται "Leading Quality Trails – Best of Europe" και ανήκει στον φορέα "European Ramblers Association" (ομοσπονδία πεζοπορικών συλλόγων της Ευρώπης). Η άλλη ονομάζεται Green Flag Trails και ανήκει στο "World Trails Network" (Παγκόσμιο Δίκτυο Μονοπατιών"). Οι διεθνείς πιστοποιήσεις εντάσσονται στις δράσεις προβολής μονοπατιών, και ως ένα βαθμό εξυπηρετούν και την ορθή διαχείρισή τους.

Οι λάτρεις της πεζοπορίας έδειχναν και δείχνουν να προτιμούν τις περιόδους που δεν επικρατούν πολύ υψηλές θερμοκρασίες

Πιστοποίηση "Leading Quality Trails – Best of Europe" διαθέτει η Άνδρος, ενώ δύο διαδρομές στα Κύθηρα έχουν πιστοποίηση και ανήκουν στο "World Trails Network".

Οι συγκεκριμένες πιστοποιήσεις αν και νομικά προαιρετικές, είναι διεθνείς, έχουν κύρος και αποτελούν πολύ σημαντικό εργαλείο μάρκετινγκ για την τουριστική προώθηση του περιηγητικού τουρισμού.

Η περιήγηση και στην Κοινωνική Οικονομία

Μια σημαντική επιχειρηματική πρωτοβουλία που δραστηριοποιείται στον Περιηγητικό Τουρισμό είναι το «Paths of Greece». Πρόκειται για μια Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση, ένα συνεργατικό εγχείρημα δηλαδή που ανήκει στην Κοινωνική και Αλληλέγγυα Οικονομία, η οποία ξεκίνησε τη διαδρομή της πριν από 10 περίπου χρόνια με όραμα να γίνει η Ελλάδα ένας από τους 10 κορυφαίους πεζοπορικούς προορισμούς στον κόσμο. Η «itn Ελληνικός Τουρισμός» συνομίλησε με τον Φοίβο Τσαραβόπουλο, ο οποίος έχει τη γενικότερη εποπτεία της λειτουργίας της Paths of Greece και ασχολείται με το σχεδιασμό δικτύων και τις δράσεις προβολής. Όπως μας ανέφερε ο κύριος Τσαραβόπουλος σήμερα το «νερό έχει μπει στο αυλάκι» και η Ελλάδα έχει κάνει σημαντικά βήματα στο θέμα του Περιηγητικού Τουρισμού.

Η «Paths of Greece» πλέον έχει διευρύνει τους ορίζοντές της, έχει ενταχθεί σε ευρωπαϊκά προγράμματα και θα υλοποιήσει και εκπαιδευτικό πρόγραμμα σε συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας για να έρθει η νέα γενιά, οι μαθητές με τις χαρές και τα οφέλη της πεζοπορίας, της ποδηλασίας και της επαφής με τη φύση. Απώτερος στόχος να διευρυνθεί η βούληση και θέληση για τον Περιηγητικό Τουρισμό στον ελληνικό πληθυσμό. Πρόκειται για μια πραγματικά εξαιρετική πρωτοβουλία και διδακτική επίσης για το τι σημαίνει μεσομακροπρόθεσμος σχεδιασμός και επένδυση. Η ομάδα επιχειρεί την δημιουργία Ακαδημίας Μητροπολιτικών Μονοπατιών εντός των πόλεων με την αρχή της προσπάθειας να γίνεται στην Αττική. Επίσης παρέχει και η ίδια πιστοποιήσεις για Hiker Friendly ξενοδοχεία και καταλύματα.

Ο Διαχειριστής Περιβάλλοντος της «Paths of Greece» Φοίβος Τσαραβόπουλος

Συνέντευξη
ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΚΩΤΣΟΓΛΟΥ*

**Εντεταλμένος Σύμβουλος Τουρισμού & Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης e-Gov - Μέλος της Οικονομικής Επιτροπής Περιφέρειας Κρήτης*

Ο Τουρισμός είναι εξ΄ ορισμού ο μοχλός ανάπτυξης της Κρήτης

«Η Κρήτη είναι απόλυτα έτοιμη για τη σεζόν» μας λέει ο Εντεταλμένος Σύμβουλος Τουρισμού της Περιφέρειας, επισημαίνει τα σεμινάρια που έχουν παρακολουθήσει δεκάδες χιλιάδες άνθρωποι του τουρισμού για την αντιμετώπιση της πανδημίας, τις δυσκολίες που έχει η τρέχουσα σεζόν, αλλά και την αισιοδοξία που υπάρχει στον τουριστικό κλάδο

Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Η φετινή σεζόν είναι από δύσκολη έως και προκλητική, αισιόδοξη έως και απαισιόδοξη», λέει χωρίς να κρύβει τα λόγια του ο Κυριάκος Κώτσογλου στη κουβέντα εφ΄ όλης της ύλης που είχαμε μαζί του, ενώ τονίζει πως ο στόχος της Κρήτης για φέτος είναι το 50% των εσόδων του 2019. Αναλυτικά η συνέντευξη έχει ως εξής:

-Κύριε Κώτσογλου, χαιρόμαστε ιδιαίτερα που μας κάνετε την τιμή να σας φιλοξενήσουμε στην «ΙΤΝ Ελληνικός Τουρισμός». Να ξεκινήσουμε με το Συνέδριο για τον Τουρισμό που διεξάχθηκε 22-23 Απριλίου. Πείτε μας λίγο για τα συμπεράσματα που προέκυψαν, ποια είναι η εικόνα που υπήρχε; Δεδομένου ότι είμαστε και σε μια δύσκολη περίοδο.

Πράγματι ήταν ένα σπουδαίο συνέδριο, με την σφραγίδα του ΕΛΜΕΠΑ, τη συνδιοργάνωση της Περιφέρειας και τη συνεργασία των Τουριστικών φορέων της Κρήτης. Πριν από όλα ανέδειξε μια σύμπνοια μεταξύ του συνόλου των εμπλεκομένων στον τουρισμό και αυτό είναι πολύ σημαντικό. Ενωμένος ο κλάδος μπορεί και θα πετύχει πολλά! Θίχθηκαν πάρα πολλά θέματα, σχεδόν τόσο σε επίπεδο αγοράς όσο και σε ακαδημαϊκό επίπεδο, από το Ψηφιακό Μάρκετινγκ ως το Παρατηρητήριο Τουρισμού της Κρήτης. Για το τελευταίο έγινε και στρογγυλό τραπέζι, με σκοπό, οι ίδιοι οι χρήστες του, να μας δώσουν μια ανατροφοδότηση του τι χρειάζονται, ώστε να συμπεριληφθεί στον προγραμματισμό του. Φάνηκε πόσο σημαντική είναι η έννοια της μέτρησης στον Τουρισμό, άλλη μια φορά. Αναλύθηκε τόσο η τρέχουσα κατάσταση όσο και η μετά-CoViD-19 εποχή, αν και τα χαρακτηριστικά της δεύτερης δεν είναι εύκολο να προσδιοριστούν από τώρα, θα αναλύονται για αρκετές σαιζόν στη συνέχεια. Αυτός είναι και ο λόγος να κινηθούμε με την δέουσα προσοχή, τόσο σε κεντρικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο. Να λαμβάνουμε δηλαδή τις κατάλληλες πρωτοβουλίες, αλλά και παράλληλα να μην προβαίνουμε σε ίσως άστοχες, βιαστικές πρωτοβουλίες. Η έννοια που ακούστηκε περισσότερο ήταν αειφορία κι η ανάγκη να θωρακιστεί ο Τουρισμός, στις προκλήσεις που ήρθαν ή έρχονται.

-Να επιμείνουμε λίγο στο θέμα του συνεδρίου. Τουρισμός & Ανάπτυξη. Τι είναι αυτό που μπορεί να κάνει τη διαφορά τελικά; Θα μπορούσε ο Τουρισμός να γίνει και ο ίδιος μοχλός ανάπτυξης;

> *Η φετινή σεζόν είναι από δύσκολη έως και προκλητική, αισιόδοξη ως απαισιόδοξη, κρίσιμη αλλά και μεταβατική. Θετικά και αρνητικά μηνύματα, όλα αυτά «αραδιασμένα» στον ίδιο «πάγκο»*

Σε μια Περιφέρεια που το Α.Ε.Π. της εξαρτάται σε ένα ποσοστό κοντά στο 50%, επηρεάζοντας ωστόσο συνολικά πάνω από το 80%, ο Τουρισμός είναι εξ' ορισμού ο μοχλός ανάπτυξης της. Από την άλλη, γι αυτό αποδώσαμε στο συνέδριο τον τίτλο «Από τη θεωρία, στην Πράξη». Οι πολλές εκφάνσεις του τουρισμού της Κρήτης, ή διαφορετικά, η τύχη να μπορείς να υποστηρίξεις όλες τις θεματικές μορφές του, καθιστούν εξαιρετικά δύσκολη την ταυτόχρονη ανάπτυξή τους. Υπάρχουν υφιστάμενες αδυναμίες ή ανέτοιμες ομάδες για την υποστήριξη κάθε μορφής αλλά και χάσμα στην αντίληψη των επιτυχημένων και μεγάλων επιχειρήσεων, με τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα του τουρισμού. Θετικό σε κάθε περίπτωση είναι ότι υπάρχει ισχυρή κινητοποίηση

προς τις σύγχρονες μορφές διοίκησης, από το σύνολο της επιχειρηματικότητας. Όμως είναι πραγματικά πολύ μονοσήμαντη αυτή η ανάπτυξη για το νησί και ο τουρισμός είναι ευαίσθητος σε κρίσεις και αλλαγές κι αυτό ισχύει ιδιαίτερα στην περίπτωση που δεν υπάρχει συμπόρευση αλλά αντίρροπες δυνάμεις στον τουρισμό. Ενδεχομένως ο τουρισμός να πρέπει να κατηγοριοποιηθεί και για κάθε κατηγορία να υπάρχει διαφορετική στρατηγική ανάπτυξης, γεωγραφικά ή θεματικά. Σημαντική παράμετρος για την ανάπτυξη, η πολυπόθητη από όλη την αγορά, επέκταση της τουριστικής περιόδου. Οι παραδοσιακές αγορές του τουρισμού αλλάζουν χωρίς να έχουν μελετηθεί επαρκώς οι νέες. Ο ευφυής αλλά περισσότερο ο βιώσιμος τουρισμός, σε συνδυασμό με την αυθεντικότητα, φαίνεται ότι είναι η «ομπρέλα» για να θωρακιστεί ο Τουρισμός και μαζί του η ανάπτυξη της Κρήτης.

-Δηλώσατε προ ημερών πως η Κρήτη είναι ασφαλής και έτοιμη για τη σεζόν. Η ετοιμότητα αφορά και το υγειονομικό κομμάτι; Μπορεί να αντέξει η Κρήτη τυχόν έκτακτα περιστατικά;

Η Κρήτη είναι απόλυτα έτοιμη για τη σεζόν κι αυτό, όχι γιατί το λέει ο Εντεταλμένος Σύμβουλος Τουρισμού της, αλλά γιατί το λέει ο κάθε άνθρωπος της κοινωνίας της και εν τέλει, γιατί το λέει κάθε Κρητικός από όπου και να προέρχεται. Θα ξεκινήσω από την πιο ανθρωποκεντρική μας ενέργεια, εκείνη που αφορά τα σεμινάρια για την πρόληψη της CoViD-19 σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Κρήτης και την Ιατρική του Σχολή. Σεμινάρια τα οποία γίνονται για 2η χρονιά, μετά από αίτημα των εργαζομένων του τουρισμού, απαίτηση της κοινωνίας και χρηματοδότηση και συνδιοργάνωση της Περιφέρειας Κρήτης. Είναι πολύ κρίσιμο για μια κοινωνία που πιστοποίησε με το κύρος της Ιατρικής Σχολής 40.000 ανθρώπους του τουρισμού, να ζητάει και φέτος το ανάλογο, για όσους δεν πιστοποιήθηκαν, για όσους θέλουν να επικαιροποιήσουν τις γνώσεις τους, αλλά πλέον να κάνει άνοιγμα στους υπαλλήλους του εμπορίου, της παροχής υπηρεσιών, τους υπαλλήλους των φορέων και της αυτοδιοίκησης και τον απλό οικογενειάρχη, τη μαμά, τη γιαγιά ή το νέο που θέλει ενημέρωση, όλη η Κρήτη ένα σεμινάριο 600.000 ανθρώπων. Από κει και πέρα, υπάρχουν οι αριθμοί και οι μελέτες που μιλάμε για την Κρήτη. Σε μελέτη αξιοπιστίας την οποία διενέργησε η Περιφέρεια Κρήτης, με τον τίτλο Reliable Crete, το 90,2% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι θεωρεί την Κρήτη, ποιοτικό και αξιόπιστο προορισμό, το 74% την θεωρεί το ίδιο καλή με άλλους παγκόσμιους προορισμούς, ενώ το 18.9% την θεωρεί την καλύτερη!! Από κει και πέρα, στο εσωτερικό, σε ανάλογη έρευνα του 2020, από την πρώτη χρονιά, το 66% του Ελληνικού πληθυσμού θεωρεί ότι τα σεμινάρια για την πρόληψη της CoViD-19 θεωρούνται ως πλεονέκτημα για την επιλογή του προορισμού, παράλληλα με τη φύση, τη γαστρονομία, τον πολιτισμό και την κουλτούρα φιλοξενίας που ανέκαθεν χαρακτηρίζει την Κρήτη.

Τέλος, η Κρήτη φιλοξενεί κάθε χρόνο το δεκαπλάσιο του πληθυσμού της σε επισκέπτες και μπορεί άλλο τόσο! Η Κρήτη των (4) νοσοκομείων (τα (2) αναφοράς), των (14) κέντρων υγείας με ιατρεία CoViD-19, των (6) ξενοδοχείων καραντίνας, των 7.500 επαγγελματιών υγείας, των 233 κλινών CoViD-19 και των 63 κλινών ΜΕΘ, των 73 εμβολιαστικών γραμμών σε ανάπτυξη, των 350.000 εμβολιασμένων μέχρι τον Αύγουστο του 2021, δεν είναι η απόλυτα έτοιμη Περιφέρεια;

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

Οι παραδοσιακές αγορές του τουρισμού αλλάζουν χωρίς να έχουν μελετηθεί επαρκώς οι νέες. Ο ευφυής αλλά περισσότερο ο βιώσιμος τουρισμός, σε συνδυασμό με την αυθεντικότητα, φαίνεται ότι είναι η «ομπρέλα» για να θωρακιστεί ο Τουρισμός και μαζί του η ανάπτυξη της Κρήτης

Θεματικός Τουρισμός με Αρχιτεκτονική σχεδίαση

Υπάρχουν άλλες μορφές θεματικού τουρισμού που σκέφτεστε ή σκοπεύετε να εστιάσετε στην Κρήτη;

Θα μπορούσαμε να μιλάμε μέρες, για τη Θεματική Αρχιτεκτονική της Κρήτης, αντ' αυτού θα προτιμούσαμε να σας την δείξουμε σχηματικά, για να δείτε πως σκέφτεται η Περιφέρεια Κρήτης.

Από κει και πέρα, ακόμα κι αυτή η αρχιτεκτονική δεν μας περιορίζει, ο άξονας «Δραστηριότητες – Περιπέτεια» περιλαμβάνει δράσεις όπως οι καταδύσεις ή / και το yachting, ο άξονας «Ήλιος – Θάλασσα – Ξεκούραση» περιλαμβάνει την Κρουαζιέρα και την θαλάσσια περιήγηση, ο άξονας «Τουρισμός και Εργασία» τους Ψηφιακούς Νομάδες και τα Ψηφιακά Χωριά, στο άμεσο μέλλον.

Συνέντευξη
ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΚΩΤΣΟΓΛΟΥ

Κρίσιμη και μεταβατική η φετινή σεζόν

Η Κρήτη θα συνθέσει τον δικό της Στρατηγικό Σχεδιασμό, αλλά αφού καταστεί σοφότερη, λίγο μετά τον απολογισμό των τριών βασικών κρίσεων που χαρακτήρισαν την τριετία 2019-2021

Συνέχεια από την προηγούμενη σελίδα

-Μιας και πιάσαμε αυτό το θέμα, γνωρίζετε καλά και τα θέματα της ΕΕ. Θα μπορέσει ο κλάδος να βρει στηρίγματα με χρηματοδότηση από την Ευρώπη; Και πως σχολιάζετε όλη αυτή τη δυστοκία στην ΕΕ που υπήρξε για τα ταξίδια, μέχρι να καταλήξουμε επιτέλους στο Πράσινο Ψηφιακό Πιστοποιητικό.

Θα πρέπει στην ίδια απάντηση να κολακεύσω και να κριτικάρω την Ευρωπαϊκή Ένωση. Το ΕΣΠΑ του Τουρισμού που «τρέχει» αυτή την στιγμή στην Κρήτη μέχρι 31.12.2023 καθώς και κάθε επόμενο ανάλογο πρόγραμμα, αποτελεί Ευρωπαϊκή στήριξη του κλάδου και μάλιστα με ύψος επενδύσεων 25.000 – 400.000 € αποτελεί στήριγμα για το Μικρομεσαίο επιχειρηματία.
Ανάλογη στήριξη υπάρχει και σε Περιφερειακό Επίπεδο, η Περιφέρειά μας «τρέχει» ένα Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής που φτάνει τα 3.000.000 € μέχρι και το 2024. Τα χρηματοδοτικά εργαλεία κατά τη διάρκεια της Πανδημίας (επιστρεπτέες ή μη προκαταβολές, δάνεια με επιδότηση του Ελληνικού Δημοσίου, επιδότηση τόκων, ΤΕΠΙΧ κ.λπ.) είχαν, λιγότερο ή περισσότερο άρωμα Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακόμα και έργα με παράπλευρες θετικές επενέργειες στον Τουρισμό, όπως Leader και ΟΠΑΧ, στηρίζονται σε ένα συνδυασμό Ευρωπαϊκών και Εθνικών κονδυλίων. Στην ίδια βάση, το Ταμείο Ανάκαμψης έχει όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά, αποτελεί τεράστια ευκαιρία για την Ελλάδα και την Κρήτη, ιδιαίτερα σε επίπεδο υποδομών, θα αποτελέσει πολύ σημαντική χρηματοδότηση αλλά χρειάζεται να είμαστε και εμείς αποδοτικοί για να γίνει Στήριξη.
Για το Πράσινο Ψηφιακό Πιστοποιητικό ο Πρωθυπουργός έκανε την πρόταση του στις 12 Ιανουαρίου. Πιστεύετε ότι καθυστέρησε; Το ότι η Ευρώπη καθυστέρησε και ακόμα καθυστερεί, με τον «φόβο» μιας υποκρύπτουσας διάκρισης κάτω από τον όρο «Υγειονομικό Διαβατήριο», δείχνει τα μάλλον αργά αντανακλαστικά της, πράγμα που θα σχολιαστεί πολύ τα επόμενα χρόνια. Το ότι προηγήθηκε εμβολιαστικά το μέλος που αποχώρησε, η Μ. Βρετανία, ή το γεγονός ότι η - πρώτη σε αριθμούς στην Ε.Ε. – Γερμανική κυβέρνηση δεν έχει συναντήσει ακόμα την οργανωτική εμβολιαστική πληρότητα που θα την χαρακτήριζε σε άλλα project, δείχνει, ότι το καλύτερο που θα μπορούσε να γίνει θα ήταν να ακολουθηθεί η Ελληνική πρόταση από την αρχή!

> *Το ότι η Ευρώπη καθυστέρησε και ακόμα καθυστερεί, με τον «φόβο» μιας υποκρύπτουσας διάκρισης κάτω από τον όρο «Υγειονομικό Διαβατήριο», δείχνει τα μάλλον αργά αντανακλαστικά της, πράγμα που θα σχολιαστεί πολύ τα επόμενα χρόνια*

-Πείτε μας ποια είναι τα μηνύματα για τη φετινή σεζόν. Οι ξενοδόχοι της Κρήτης προσδοκούν έσοδα στο 50% του 2019. Πιστεύετε είναι εφικτός αυτός ο στόχος;

Η φετινή σεζόν είναι από δύσκολη έως και προκλητική, αισιόδοξη ως απαισιόδοξη, κρίσιμη αλλά και μεταβατική. Θετικά και αρνητικά μηνύματα, όλα αυτά «αραδιασμένα» στον ίδιο «πάγκο». Στα θετικά, το Brand Name «Κρήτη», που φέρνει τον προορισμό πρώτο στη Μεσόγειο, η φέ-

ρουσα ικανότητά του όπως παρουσιάστηκε και παραπάνω, η διάθεση των αεροπορικών εταιρειών να κάνουν την Κρήτη και πάλι βάση τους και πάντα η φιλοξενία στο DNA μας. Στα αρνητικά, η ρευστότητα της χρονιάς και το αβέβαιο της έκβασης της Πανδημίας, ο τεράστιος ανταγωνισμός που θα βρούμε μπροστά μας, η δυσκολία που ήδη αντιμετωπίζουν παραδοσιακές αγορές της Κρήτης όπως οι Σκανδιναβικές, τα υψηλά κόστη του PCR Test στις χώρες πηγές αλλά και οι πραγματικές διαθέσεις των αρχηγών κρατών να αφήσουν τον κόσμο να ταξιδέψει. Όλα αυτά συνθέτουν μια δύσκολη χρονιά, θα είμαστε σε θέση να προσδιορίσουμε με ακρίβεια και εκτός απροόπτου τα δεδομένα τον Ιούλιο, αλλά φυσικά και είμαστε αισιόδοξοι. Ίσως το 50% να είναι λίγο φιλόδοξο, αλλά αν δεν το βάζαμε ως στόχο μας, εγώ, ίσως θα έπρεπε να παραιτηθώ.

-Να κλείσουμε ρωτώντας το εξής. Τελικά, συνολικά προς τα πού πρέπει να στραφεί το τουριστικό μοντέλο της χώρας; Ποιες είναι οι κινήσεις που πρέπει να γίνουν;

Οφείλουμε να ομολογήσουμε ότι είναι τιμητικό να ερωτόμαστε, ως Περιφέρεια, για το Τουριστικό μοντέλο της χώρας, δείχνει αυτό που μας χαρακτηρίζει ως την ατμομηχανή του Ελληνικού Τουρισμού. Η χώρα θα σκεφτεί σοβαρά για το μοντέλο της τα επόμενα χρόνια και η Κρήτη σε συνέχεια και με συνέπεια στον Εθνικό σχεδιασμό, θα συνθέσει τον δικό της Στρατηγικό Σχεδιασμό, αλλά αφού καταστεί σοφότερη, λίγο μετά τον απολογισμό των τριών βασικών κρίσεων που χαρακτήρισαν την τριετία 2019-2021, την χρεωκοπία μεγάλων tour operator, τις προκλήσεις του μεταναστευτικού έστω κι αν απασχόλησαν ελάχιστα την Κρήτη και την CoViD-19.

Πέραν του παραπάνω Στρατηγικού σκεπτικού, πρέπει να μας απασχολήσει η έννοια της αειφορίας και της αυθεντικότητας. Η Κρήτη πρέπει να ισορροπήσει, ανάμεσα στην διασημότητα του Ελαφονησίου και την μαγεία του Ξηρόκαμπου, ανάμεσα στον κοσμοπολίτικο και μαζικό βορά της και την ανεξερεύνητη γοητεία του νότου της, ανάμεσα στο δασώδη χαρακτήρα της δυτικής πλευράς και τον αιγαιοπελαγίτικο της ανατολικής, την απαράμιλλη ακτογραμμή και τις 500+ παραλίες της αλλά και την ενδοχώρα της, με τις παραδόσεις και τους θρύλους αιώνων της.

Πάνω απ' όλα, το τουριστικό μας μοντέλο χρειάζεται μια ισορροπία ανάμεσα στον οργανωμένο και τον αυθόρμητο, τον μαζικό και τον μεμονωμένο τουρισμό, αλλά πάνω από όλα να διατηρήσει την αυθεντικότητά της, ώστε ποτέ να μη γίνει, απλά ένας από όλους τους παγκόσμιους προορισμούς αλλά να μείνει η εκπληκτική, ανεξερεύνητη, μαγευτική, ιστορική, αυθεντική Κρήτη.

Τεράστια τα περιθώρια στον **γαστρονομικό τουρισμό**

-Προσφάτως, δημοσίευμα της Daily Telegraph τοποθετούσε την Κρήτη στην λίστα των καλύτερων προορισμών, αλλά επιπλέον την παρουσίαζε και ως τον κορυφαίο γαστρονομικό προορισμό. Θα θέλατε να μας μιλήσετε για αυτό; Και για τους στόχους που υπάρχουν όσον αφορά τον γαστρονομικό τουρισμό;

Στο ερώτημα του επισκέπτη του κόσμου «Πείτε μου, γιατί η Κρήτη είναι ένας προορισμός που πρέπει οπωσδήποτε να επισκεφθώ στη ζωή μου;», η γαστρονομία αποτελεί μια από τις κορυφαίες απαντήσεις μας. Η Κρήτη έχει τεράστια περιθώρια στον τομέα αυτό. Ήδη, αυτή τη στιγμή ετοιμαζόμαστε για το National Geographic Traveler Food Festival στο Λονδίνο τον Ιούλιο, συμμετείχαμε με μεγάλη επιτυχία στα Greek Alternative Tourism & Gastronomy Workshops σε Λονδίνο, Παρίσι και Κοπεγχάγη, θα συμμετέχουμε σε εκείνα της Μόσχας και των ΗΑΕ. Δεν ξεχνάμε ότι πέρυσι, τέτοιο καιρό, αν δεν ήταν η Πανδημία, θα προσφέραμε Κρητική Διατροφή σε 4.000 εργαζόμενους του Ο.Η.Ε. στην Βιέννη. Αν προσθέσει κανείς και την ύπαρξη της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης στην Περιφέρεια Κρήτης, αλλά και την στήριξη μας στην μεγάλη προσπάθεια του Δήμου Ηρακλείου να γίνει ο πρώτος Δημιουργικός Δήμος της Ελλάδας για την Γαστρονομία – Creative Cities - στην UNESCO, τις δράσεις μας με τα δίκτυα οινοποιών και τα γαστρονομικά φεστιβάλ μας, αντιλαμβάνεσθε την σημασία του στόχου να γίνουμε παγκόσμιος γαστρονομικός προορισμός, παράλληλα με την αναβίωση της Κρητικής Διατροφής ως μιας Ιπποκρατικής θεωρίας για την ποιότητα ζωής, θησαυρό της Κρήτης, που πρέπει να διασώσουμε!

ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΗ ΤΣΙΠΡΑ ΜΕ ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Εθνικό στοίχημα η επιτυχία του Τουρισμού

Ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ – ΠΣ τόνισε ότι δεν πρέπει να επαναληφθούν τα περσινά λάθη και επέμεινε σε σειρά μέτρων για την υγειονομική θωράκιση της χώρας, την ενίσχυση επιχειρήσεων και εργαζομένων, καθώς και σε ένα γενναίο πρόγραμμα εσωτερικού τουρισμού

Σε τηλεδιάσκεψη με φορείς του Τουρισμού συμμετείχε την Τετάρτη 5 Απριλίου ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ – ΠΣ Αλέξης Τσίπρας μαζί με την τομεάρχη Τουρισμού Κατερίνα Νοτοπούλου και τον τομεάρχη Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής Νεκτάριο Σαντορινιό. Κατά την εισήγησή του ο κύριος Τσίπρας επισήμανε ότι το άνοιγμα του τουρισμού πρέπει να πετύχει. «Για εμάς αυτό δεν αποτελεί μια ευχή, αλλά ένα εθνικό στοίχημα και για αυτό - όπως όλο το προηγούμενο διάστημα που έχει μεσολαβήσει - ακούμε προσεκτικά τους προβληματισμούς σας», τόνισε προς τους εκπρόσωπους των τουριστικών φορέων ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ – ΠΣ.

Ο Αλ. Τσίπρας επαναδιατύπωσε τις προτάσεις του κόμματός του για το υγειονομικά ασφαλές άνοιγμα του τουρισμού, σημειώνοντας ότι δεν πρέπει να επαναληφθούν τα περσινά λάθη, που κόστισαν, όπως υποστήριξε, στον ελληνικό τουρισμό.

«Υγειονομικά πρωτόκολλα στο «και» πέντε, ο Τουρισμός άνοιξε και ξενοδοχεία καραντίνας ακόμη δεν υπήρχαν, ο υπουργός Τουρισμού να κατηγοριοποιεί τα νησιά σε κατηγορίες υγειονομικής ετοιμότητας και να τον διαψεύδει ο υφυπουργός του, σύνορα που ανοιγόκλειναν χωρίς ενημέρωση παρά πέντε και πολλά άλλα.

Κυρίως όμως είχαμε την επιμονή στην άρνηση για τεστ. Επιμονή όμως που μας οδήγησε από το Ηλιοβασίλεμα της Σαντορίνης, στο πρόωρο κλείσιμο της σεζόν και την αύξηση των απωλειών.

Φέτος, όμως η έναρξη της τουριστικής περιόδου, έρχεται μετά από μια χρονιά με πρωτοφανή πτώση των αφίξεων και του τζίρου – με τα τελευταία στοιχεία της ΤτΕ να μιλούν για μειωμένες αφίξεις το 2020 κατά 78,2% και κατά 76,2% στις εισπράξεις (4,3 δισ. €.). Και με ένα παρατεταμένο λοκντάουν που κατά τον κ. Σταικούρα κόστιζε 2,5-3 δις το μήνα… Το τουριστικό ταμείο με λίγα λόγια θα ξεκινήσει τη σεζόν με μηδέν ταμείο.

Και δυστυχώς οι προβλέψεις σε επίπεδο κρατήσεων δεν είναι πολύ ενθαρρυντικές, καθώς σύμφωνα με όσα μας λέτε οι κρατήσεις είναι στο Ναδίρ, ενώ η σεζόν για τους περισσότερους προορισμούς δεν θα αρχίσει πριν τέλος Ιούνη», επισήμανε, μεταξύ άλλων, ο πρόεδρος του ΣΥΡΙΖΑ.

Έθεσε τρία κεντρικά ζητούμενα για το άνοιγμα του τουρισμού και για την επόμενη μέρα του κλάδου:

- Πώς θα διασφαλίσουμε την υγειονομικά ασφαλή επανεκκίνηση του τουρισμού.
- Πώς θα καταφέρουμε να σωθούν οι επιχειρήσεις και να επανεκκινήσουν με όρους βιωσιμότητας.
- Πώς θα θωρακίσουμε το τουριστικό μας προϊόν για την επόμενη μέρα με τη μετάβαση σε ένα νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης.

Ο αρχηγός της αξιωματικής αντιπολίτευσης τόνισε ότι δύο είναι τα βασικά ζητήματα τα οποία θα πρέπει να απαντηθούν άμεσα και να δρομολογηθούν αποφάσεις. «Το πρώτο αφορά στην υγειονομικά ασφαλή επανεκκίνηση της τουριστικής περιόδου. Όλοι αντιλαμβανόμαστε ότι ο τουρισμός προφανώς είναι θέμα ποιότητας παροχής υπηρεσιών, φυσικού περιβάλλοντος, εγκαταστάσεων, αλλά και θέμα εμπιστοσύνης. Άρα το να διαμορφωθεί κλίμα εμπιστοσύνης απέναντι στους ανθρώπους που θα έρθουν να επισκεφθούν τη χώρα μας και τα τουριστικά καταλύματα μας είναι το πρώτιστο που πρέπει να μας ενδιαφέρει».

Παράλληλα αναφέρθηκε στη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. «Για να μπορέσει όμως να επανεκκινήσει ο τουρισμός, χρειάζονται επιχειρήσεις που θα έχουν αφενός την οικονομική δυνατότητα να ανοίξουν, αφετέρου να υπάρξει η ανάλογη κινητικότητα ώστε να διατηρήσουν τη βιωσι-

ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΝΟΤΟΠΟΥΛΟΥ

«Χρειάζεται σχέδιο και ευελιξία»

Από την πλευρά της η τομεάρχης Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ – ΠΣ κατά την τηλεδιάσκεψη με τους φορείς του κλάδου σημείωσε πως «χρειαζόμαστε ένα συντεταγμένο σχέδιο, συγκεκριμένα άμεσα μέτρα για την ασφαλή και την βιώσιμη επανεκκίνηση του τουρισμού, έτσι ώστε να μην βρεθούμε σε ένα πρόωρο λοκντάουν όπως πέρσι». Πρόσθεσε πως υπάρχει άμεση ανάγκη για ορθολογικά πρωτόκολλα. «Δεν υπάρχουν πρωτόκολλα για μια σειρά από τουριστικές δραστηριότητες ενώ τα περσινά ήταν ανεδαφικά και ανεφάρμοστα».

«Ασφαλώς, επιμένουμε πάρα πολύ στον εσωτερικό τουρισμό. Γιατί, παρά το ότι δεν φέρνει χρήματα, σε στρατηγικό επίπεδο μπορεί να αξιοποιηθεί για την κάλυψη της αβεβαιότητας των επιχειρήσεων, προκειμένου να γεμίσουν τα κενά που υπάρχουν από αλλοδαπούς τουρίστες», υπογράμμισε η κυρία Νοτοπούλου για να καταλήξει πως «το κλειδί σε κάθε περίπτωση είναι πλέον η εμπιστοσύνη στον προορισμό».

«Για να μπορέσει να επανεκκινήσει ο τουρισμός, χρειάζονται επιχειρήσεις που θα έχουν αφενός την οικονομική δυνατότητα να ανοίξουν, αφετέρου να υπάρξει η ανάλογη κινητικότητα ώστε να διατηρήσουν τη βιωσιμότητα τους»

μότητα τους. Τα μέτρα οικονομικής στήριξης που εφάρμοσε η κυβέρνηση είναι μη αποδοτικά και ανεπαρκή» και επανέλαβε τις προτάσεις που έχει καταθέσει ο ΣΥΡΙΖΑ ΠΣ για ρύθμιση του πανδημικού χρέους των επιχειρήσεων με πρόβλεψη και διαγραφής μέρους του, μέτρα ρευστότητας, έκτακτα μέτρα μείωσης της φορολογίας, μέτρα για την ενίσχυση ενός προγράμματος εσωτερικού τουρισμού, που το 2020 είχε απορρίψει η κυβέρνηση. «Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε, την πρόταση που είχα καταθέσει πέρσι για ένα γενναίο πρόγραμμα εσωτερικού τουρισμού για όλους, για 3 εκατομμύρια συμπολίτες μας. Και είναι ακόμα πιο επίκαιρη σήμερα, όσο η ανάκαμψη των διεθνών μετακινήσεων φαίνεται να καθυστερεί. Ένα πρόγραμμα 700 εκατ. (με το μεταφορικό ισοδύναμο) με προοπτική να γίνει και μεγαλύτερο, ως έναν τρόπο για να αναπληρωθούν σε έναν βαθμό οι τεράστιες απώλειες, από τον εισερχόμενο τουρισμό, αλλά και να κινηθεί και η οικονομία», τόνισε.

Ιδιαίτερη βαρύτητα έδωσε στο θέμα της υγειονομικής ασφάλειας της χώρας υπογραμμίζοντας πως επιμένουμε στη διαμόρφωση ενός πακέτου μέτρων για: κοινά υγειονομικά πρωτόκολλα, ενιαία διαχείριση σε όλες τις χώρες της Ευρώπης και σε τρίτες χώρες άμεσου ενδιαφέροντος, αξιολόγηση και επικαιροποίηση των συστημάτων ιχνηλάτησης, επιτάχυνση διαδικασίας εμβολιασμού και εκτεταμένη χρήση των διαγνωστικών τεστ, παράλληλα με ενίσχυση του ΕΣΥ». Τέλος ο Αλ. Τσίπρας σημείωσε ότι οι εργαζόμενοι του τουρισμού «ζουν εδώ και ένα χρόνο το μαρτύριο της σταγόνας».

Από πλευράς φορέων στην τηλεδιάσκεψη συμμετείχαν ο πρόεδρος της Γενικής Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ) Γιώργος Καββαθάς, ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ), Αλέξανδρος Βασιλικός, ο πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), Γιάννης Ρέτσος, ο πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων (ΠΟΞ), Γρηγόρης Τάσιος, ο πρόεδρος της Συνομοσπονδίας Επιχειρήσεων Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδας (ΣΕΤΚΕ), Παναγιώτης Τοκούζης, ο πρόεδρος (και μέλος ΔΣ ΗΑΤΤΑ) της FEDHATTA - Ομοσπονδία Ελληνικών Συνδέσμων Γραφείων Ταξιδίων & Τουρισμού, Λύσανδρος Τσιλίδης, ο πρόεδρος της Ένωσης Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού (ΕΠΕΣΤ), Αντώνης Στελλιάτος, ο πρόεδρος του Συνδέσμου Ιδιοκτητών Τουριστικών Επαγγελματικών Σκαφών Άνευ Πληρώματος (ΣΙΤΕΣΑΠ), Πάρις Λουτριώτης, ο πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Εργαζομένων Επισιτισμού και Υπαλλήλων Τουριστικών Επαγγελμάτων (ΠΟΕΕΤ) Γιώργος Χότζογλου.

ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΙΟΣ

«Κίνητρα για ενίσχυση της σεζόν»

«Με το σκοπό της προστασίας του εποχικά εργαζόμενου κόσμου, η κυβέρνηση οφείλει να επιδοτήσει το μη μισθολογικό κόστος των επιχειρήσεων και μέρος του μισθού, με την προϋπόθεση της διατήρηση των θέσεων εργασίας και του ύψους των αποδοχών», τόνισε ο τομεάρχης Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής Νεκτάριος Σαντορινιός στην διάρκεια της τηλεδιάσκεψης, ενώ σημείωσε ότι πρέπει άμεσα να ενισχυθούν τα Περιφερειακά προγράμματα ενίσχυσης επιχειρήσεων, αφού από τα μέχρι στιγμής δεδομένα, πχ. της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, φαίνεται ότι μόνο 1 στις 3 επιχειρήσεις έχουν ενταχθεί.

Παράλληλα ο κύριος Σαντορινιός τόνισε πως χρειάζεται άμεσα η εφαρμογή ενός επιθετικού προγράμματος επέκτασης της τουριστικής περιόδου, πέραν του Νοεμβρίου, με ισχυρά κίνητρα και πρωτοβουλίες, όπως η επιδότηση του μη μισθολογικού κόστους και των δαπανών ΔΕΚΟ, συμφωνίες με Διεθνείς τουριστικούς πράκτορες και στήριξη των τουριστικών καταστημάτων σε συγκεκριμένους προορισμούς να παραμείνουν ανοιχτά.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΣΥΝΟΔΟΣ WTTC:

Ο τραγικός απολογισμός και ο δρόμος προς την ανάκαμψη

Το 2020, ο παγκόσμιος τομέας ταξιδιών και τουρισμού έχασε σχεδόν 4,5 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, ενώ χάθηκαν πάνω από 62 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Υπουργοί Τουρισμού από όλο τον κόσμο και οι ηγέτες των Ταξιδιών και Τουρισμού συμφώνησαν ότι είναι ανάγκη για μεγαλύτερη συνεργασία του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα σε παγκόσμιο επίπεδο

Γράφει ο
ΓΙΩΡΓΟΣ ΤΖΙΑΛΛΑΣ

Για πάνω από 30 χρόνια, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) ερευνά τον οικονομικό αντίκτυπο του Travel & Tourism σε 185 χώρες και συζητά θέματα όπως ο υπερπληθυσμός, η φορολογία, η χάραξη πολιτικής κλπ. για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία του τουρισμού, έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς τομείς στον κόσμο. Τα μέλη του WTTC περιλαμβάνουν περισσότερους από 200 διευθύνοντες συμβούλους και προέδρους των κορυφαίων εταιρειών ταξιδιών και τουρισμού παγκοσμίως.

Την περασμένη εβδομάδα έγινε στο Κανκούν, Μεξικό, με ταυτόχρονη διαδικτυακή μετάδοση ως virtual εκδήλωση σε όλον τον κόσμο, η Σύνοδος Κορυφής του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) για το 2021. Η Διάσκεψη αυτή είναι η πιο σημαντική εκδήλωση Travel and Tourism για τον ιδιωτικό τομέα και είναι η πρώτη μεγάλη συγκέντρωση παγκόσμιων ηγετών του τουρισμού στον κόσμο μετά το ξέσπασμα της πανδημίας.

Η Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος του WTTC, Gloria Guevara, επαίνεσε τον ιδιωτικό τομέα του τουρισμού για τη σταθερή και ενωμένη προσέγγισή του κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19 και είπε ότι μαζί θα οδηγήσουν το δρόμο για την ανάκαμψη του τομέα.

Εκατοντάδες διευθύνοντες σύμβουλοι, ηγέτες επιχειρήσεων και υπουργοί τουρισμού συγκεντρώθηκαν για πρώτη φορά σε σχεδόν ένα χρόνο, με χιλιάδες περισσότερους να συμμετέχουν στην υβριδική εκδήλωση.

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), που εκπροσωπεί τον παγκόσμιο ιδιωτικό τομέα του τουρισμού, ήταν στην πρώτη γραμμή των παγκόσμιων προσπαθειών για την αποκατάσταση ασφαλών διεθνών ταξιδιών στην εποχή του COVID-19.

Στην ομιλία της, η Gloria Guevara εστίασε στον τρομερό ανθρώπινο αντίκτυπο της πανδημίας και των ταξιδιωτικών περιορισμών που κατέστρεψαν τον τομέα και τα μέσα διαβίωσης εκατοντάδων εκατομμυρίων ανθρώπων σε όλο τον κόσμο.

Μεταξύ αυτών, δυσανάλογος ήταν ο αριθμός των γυναικών που επλήγησαν σοβαρά από την πανδημία. Οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν το 54% της απασχόλησης του κλάδου, και αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο το WTTC επέλεξε τη Σύνοδο για να ξεκινήσει μια Πρωτοβουλία υπέρ των Γυναικών, υπογράφοντας τη σχετική Διακήρυξη για την υποστήριξη των γυναικών, εστιάζοντας σε πολιτικές που μπορούν να βοηθήσουν στην ενδυνάμωσή τους.

Το WTTC συνεργάστηκε επίσης με περισσότερες από 150 κυβερνήσεις για να υποστηρίξουν πολιτικές και μέτρα που θα προστατεύουν και θα διασφαλίζουν την επιβίωση του παγκόσμιου τομέα ταξιδιών και τουρισμού και του εργατικού δυναμικού του.

Συνάντηση για τον τουρισμό

Το WTTC συμμετείχε επίσης σε μια ιστορική συνάντηση του G20 για τον τουρισμό και παρουσίασε ένα φιλόδοξο σχέδιο για την ανάκτηση 100 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας. Για πρώτη φορά, η σημασία του ιδιωτικού τομέα του τουρισμού συμπεριλήφθηκε στη δήλωση των ηγετών.

Η έρευνα οικονομικών επιπτώσεων του WTTC το 2021 δείχνει ότι το 2020, ο παγκόσμιος τομέας ταξιδιών και τουρισμού έχασε σχεδόν 4,5 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ με πάνω από 62 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Η συνεισφορά του στο ΑΕΠ μειώθηκε σε 4,7 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2020 από σχεδόν 9,2 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το προηγούμενο έτος, δηλαδή μείωση 49%.

Η συμβολή του κλάδου στην παγκόσμια οικονομία μειώθηκε από 10,4% σε μόλις 5,5% πέρυσι. Οι δαπάνες αναψυχής μειώθηκαν κατά 49,4% ενώ οι επιχειρηματικές δαπάνες κατά 61%. Η κρίση εξαιτίας της πανδημίας ήταν 18 φορές μεγαλύτερη από την παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008.

Εκατοντάδες κορυφαίοι επιχειρηματικοί ηγέτες στον κόσμο, υπουργοί κυβερνήσεων και βασικοί υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων από ολόκληρο τον τουριστικό τομέα σε παγκόσμιο επίπεδο συγκεντρώθηκαν στο Μεξικό για να συζητήσουν το δρόμο προς την ανάκαμψη.

Υπουργοί Τουρισμού από όλο τον κόσμο και οι ηγέτες των Ταξιδιών και Τουρισμού συμφώνησαν ότι είναι ανάγκη για μεγαλύτερη συνεργασία του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο τομέας πρέπει να αντιμετωπίσει τα πιεστικά ζητήματα της προστασίας των θέσεων εργασίας, της σωτηρίας των επιχειρήσεων και της στήριξης της παγκόσμιας οικονομίας μέσω της ασφαλούς αναβίωσης των διεθνών ταξιδιών.

Η αυξανόμενη σημασία της χρήσης ψηφιακής τεχνολογίας, όπως η βιομετρική τεχνολογία, μια σημαντική τεχνολογική εξέλιξη μετά το COVID-19, αναγνωρίστηκε ως κρίσιμη για τη διενέργεια ενός ταξιδιού χωρίς επαφή, ασφαλούς και απρόσκοπτου.

Κατά τη Διάσκεψη Κορυφής υπεγράφη η Διακήρυξη Πρωτοβουλίας Γυναικών του WTTC, η οποία αναγνώρισε τη συμβολή των γυναικών σε όλο τον κόσμο και τη σημασία ενός ισότιμου περιβάλλοντος για τις γυναίκες ώστε να πετύχουν ως ηγέτες, επιχειρηματίες και επαγγελματίες καινοτόμου τουρισμού.

Οι κορυφαίοι παράγοντες του τουρισμού στον κόσμο δεσμεύθηκαν να εργαστούν για την ισότητα των γυναικών και

Κατά τη Διάσκεψη Κορυφής υπεγράφη η Διακήρυξη Πρωτοβουλίας Γυναικών του WTTC, η οποία αναγνώρισε τη συμβολή των γυναικών σε όλο τον κόσμο και τη σημασία ενός ισότιμου περιβάλλοντος για τις γυναίκες

να ενισχύσουν την εκπροσώπηση των γυναικών σε ηγετικούς ρόλους.

Το WTTC υποστηρίζει τη συνεργασία δημόσιου-ιδιωτικού-ακαδημαϊκού χώρου για την προώθηση της διαφορετικότητας και την προώθηση της συμμετοχής που θα συμβάλει στην επίτευξη ισότητας για τις γυναίκες σε όλο το φάσμα του τουρισμού.

Με τη Διακήρυξη που υπεγράφη, ο ιδιωτικός τομέας του τουρισμού δεσμεύθηκε για την παροχή ίσων ευκαιριών για τις γυναίκες με την άρση των εμποδίων, τη διασφάλιση δίκαιης μεταχείρισης και την ενθάρρυνση μεγαλύτερης οικονομικής, επαγγελματικής και κοινωνικής ανεξαρτησίας. Επίσης, δεσμεύθηκε να αυξήσει τη γυναικεία εκπροσώπηση των ηγετικών θέσεων κατά 30-50% και να στοχεύσει στην αύξηση κατά ένα τρίτο, την εκπροσώπηση των γυναικών σε υψηλές διοικητικές θέσεις έως το 2030.

Κατά τη διάρκεια της Συνόδου, Υπουργοί Τουρισμού απ' όλο τον κόσμο, με τη συμμετοχή και του Έλληνα Υπουργού κ. Χάρη Θεοχάρη, παρότρυναν το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα να συνεργαστούν για την επανεκκίνηση του τουρισμού, συζήτησαν δε το πώς ο τουρισμός μπορεί να αναβιώσει με ασφάλεια τα διεθνή ταξίδια και να συμβάλει στη δημιουργία της παγκόσμιας οικονομικής ανάκαμψης.

Οι Υπουργοί που παρευρέθηκαν στην εκδήλωση με ανώτερους επιχειρηματίες του τουρισμού συμφώνησαν ότι η στενή δημόσια και ιδιωτική συνεργασία θα είναι καθοριστικής σημασίας για τον τομέα που μπορεί να υποστηρίξει την ανάκαμψη της παγκόσμιας οικονομίας στην μετα-Covid εποχή.

Μετά την τεράστια επιτυχία της τριήμερης παγκόσμιας συνόδου κορυφής του Κανκούν, το WTTC ανακοίνωσε ότι η Μανίλα, πρωτεύουσα των Φιλιππίνων, θα είναι ο οικοδεσπότης της επόμενης παγκόσμιας συνόδου, εντός του 2022, με ημερομηνίες που θα ανακοινωθούν κατά το επόμενο διάστημα.

Συνέντευξη

ΛΥΣΑΝΔΡΟΣ ΤΣΙΛΙΔΗΣ*

**Πρόεδρος της Ομοσπονδίας Ελληνικών Συνδέσμων Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (FedHATTA)*

Να έχουμε στραμμένα τα μάτια μας στο μέλλον

«Όπως συμβαίνει στη ζωή, και στον τουρισμό έρχονται περίοδοι όπου το μόνο που έχεις να κάνεις είναι να σηκώσεις τα μανίκια και να δουλέψεις», σημειώνει ο πρόεδρος της FedHATTA, ενώ συμπληρώνει ότι ακόμη δεν έχουμε σαφή εικόνα για τη σεζόν

Στον **ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ**

«Ετοιμαζόμαστε με όλες μας τις δυνάμεις για δυναμικό άνοιγμα της τουριστικής περιόδου, μετά από συνθήκες που δεν έχουμε ξαναβιώσει», λέει ο πρόεδρος της FedHATTA Λύσανδρος Τσιλίδη, ενώ τονίζει ότι η οικονομική στήριξη του κράτους στα τουριστικά γραφεία είναι ειδική περίπτωση και πρέπει να ληφθούν υπόψη οι εξειδικευμένοι παράμετροι που τα αφορούν συν τα λειτουργικά έξοδα που έχουν. Ειδικότερα η συνέντευξη του προέδρου της FedHATTA έχει ως εξής:

-Θα θέλαμε να ξεκινήσουμε με μια αποτίμηση των όσων έχουν συμβεί με την πανδημία. Πόσο μεγάλη είναι η ζημιά για τα μέλη της FedHATTA;

Η πρωτοφανής κατάσταση την οποία βιώνει όλος ο κόσμος από τον Φεβρουάριο του 2020, δυστυχώς συνεχίζεται. Η αποτίμηση είναι μια δύσκολη αλλά και ανούσια συζήτηση. Θα έλεγα πως είναι καλύτερο να μην μιλήσουμε με νούμερα αυτή την χρονική στιγμή – δεν είναι κάτι που θα βοηθήσει κανέναν, ειδικά τώρα που ετοιμαζόμαστε με όλες μας τις δυνάμεις για δυναμικό άνοιγμα της τουριστικής περιόδου, μετά από συνθήκες που δεν έχουμε ξαναβιώσει, αλλά με πολλή αισιοδοξία.

Το ζήτημα είναι να έχουμε τα μάτια μας στραμμένα στο μέλλον και να τηρούμε αυστηρά τα μέτρα υγιεινής και ασφάλειας για να μπορέσουμε να σταθούμε γερά στα πόδια μας. Αν σας απαντούσα με αρνητικά ποσοστά, αυτό θα μεγέθυνε αυτομάτως και τα ποσοστά απαισιοδοξίας. Όπως συμβαίνει στη ζωή, και στον τουρισμό έρχονται περίοδοι όπου το μόνο που έχεις να κάνεις είναι να σηκώσεις τα μανίκια και να δουλέψεις.

-Γενικότερα οι πρωτοβουλίες στήριξης των επιχειρήσεων που έχουν ληφθεί θεωρείτε πως είναι επαρκείς ή απαιτούνται και επιπλέον μέτρα;

Τα μέλη των Ενώσεων της Ομοσπονδίας είναι τουριστικά γραφεία από όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων και όλων των μεγεθών, από τα πιο μικρά μέχρι τα πιο μεγάλα. Απασχολούν μικρό ή μεγάλο αριθμό προσωπικού, έχουν επιχειρηματική δραστηριότητα και συναλλαγές με ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, ακτοπλοϊκές – όπως αντιλαμβάνεστε, για να δημιουργηθεί ένα τουριστικό πακέτο, το οποίο απευθύνεται σε έναν ταξιδιώτη ή σε ένα γκρουπ, το τουριστικό γραφείο χρειάζεται να επενδύσει κάποια χρηματικά ποσά, χωρίς τα οποία δεν νοείται «τουριστική επιχειρηματική δραστηριότητα».

Η οικονομική στήριξη του κράτους στα

τουριστικά γραφεία λοιπόν, είναι μια ειδική περίπτωση. Θα πρέπει να ληφθούν υπόψη αυτές οι εξειδικευμένες παράμετροι, μαζί με τα λειτουργικά έξοδα. Φυσικά, το ανθρώπινο δυναμικό, που αποτελεί αναντικατάστατο στοιχείο του τουρισμού μας, επίσης χρειάζεται στήριξη για να συνεχίσει να υπάρχει και να παράγει έργο για την ισχυρή «βιομηχανία» της Ελλάδας. Παρακολουθούμε από την πρώτη μέρα τα γεγονότα, και τις πολιτικές συζητήσεις, συμμετέχουμε σε αυτές εκπροσωπώντας τον κλάδο μας και έχουμε κάνει πολλές παρεμβάσεις και αιτήσεις. Έχουμε πετύχει πολλά και είμαστε ακόμα σε αναμονή.

-Η εικόνα για τη φετινή σεζόν είναι «θολή» προς το παρόν, αν και από αρκετές πλευρές έρχονται αισιόδοξα μηνύματα και σίγουρα οι περισσότεροι εμπλεκόμενοι στον τουριστικό κλάδο περιμένουν πως τα πράγματα θα είναι καλύτερα φέτος, τουλάχιστον σε σύγκριση με πέρυσι. Ποια είναι η δική σας εκτίμηση; Τι λένε τα δεδομένα από την αγορά μέχρι στιγμής;

Η εικόνα είναι θολή προς το παρόν, καθώς οι διεθνείς τουριστικές αγορές ανοίγουν δειλά-δειλά τα σύνορά τους αυτή την χρονική περίοδο. Για τον λόγο αυτό δεν μπορούμε να έχουμε σαφή εικόνα ακόμη – αυτό είναι κάτι που θα προκύψει στο επόμενο χρονικό διάστημα. Βαδίζουμε με προσοχή, λαμβάνουμε μηνύματα από τους συνεργάτες μας στο εξωτερικό και τα επεξεργαζόμαστε προσεκτικά, και σχεδιάζουμε τα επόμενα βήματά μας. Για παράδειγμα, οι προσπάθειές μας με το Ισραήλ αποδίδουν καρπούς σε άμεσο χρόνο, οι επαφές μας με την Ινδία και τις ΗΠΑ αναμένεται να είναι προσοδοφόρες για την Ελλάδα στο αμέσως επόμενο διάστημα.

Οι προσπάθειές μας με το Ισραήλ αποδίδουν καρπούς σε άμεσο χρόνο, οι επαφές μας με την Ινδία και τις ΗΠΑ αναμένεται να είναι προσοδοφόρες για την Ελλάδα στο αμέσως επόμενο διάστημα

Η Ευρώπη όμως είναι μια τεράστια τουριστική αγορά από την οποία θα δούμε αμεσότερα αποτελέσματα, καθώς αυτή την συγκεκριμένη χρονική στιγμή οι ταξιδιώτες προτιμούν τα πιο κοντινά ταξίδια εκτός συνόρων.

Εστίαση σε θεματικό και πολιτιστικό τουρισμό

-Προτού καν ξεσπάσει η πανδημία είχε ξεκινήσει η συζήτηση για την ανάγκη διαφοροποίησης του τουριστικού μοντέλου. Πού πιστεύετε πως θα πρέπει να εστιάσει το τουριστικό προϊόν της χώρας στην μετά Covid περίοδο.

Όπως δείχνουν οι τάσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς, οι οποίες διαμορφώθηκαν εκ των πραγμάτων λόγω της πανδημίας, οι προτιμήσεις των ταξιδιωτών εστιάζονται σε συγκεκριμένες παραμέτρους. Μία εξ' αυτών είναι οι δραστηριότητες στην φύση. Δεν είναι καθόλου τυχαίο που ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υπογραμμίζει την ανάγκη επαναπροσδιορισμού του αγροτουρισμού. Έμφαση επίσης δίνεται στα ταξίδια πολιτιστικού περιεχομένου. Αυτές οι τάσεις δεν βρίσκουν την Ελλάδα απροετοίμαστη, όπως αντιλαμβάνεστε. Ο θεματικός τουρισμός από την μία, και ο πολιτιστικός τουρισμός από την άλλη, είναι δύο μορφές που η Ελλάδα υποστηρίζει επαρκώς αποτελώντας ιδανικό προορισμό για μια ευρεία γκάμα ταξιδιωτών από όλο τον κόσμο.

Συνέντευξη
ΓΙΩΡΓΟΣ ΝΙΚΗΤΙΑΔΗΣ*

*τ. Υφυπουργός Τουρισμού, Γραμματέας του Τομέα Τουρισμού του ΚΙΝΑΛ

Χωρίς εθνικό αναπτυξιακό σχέδιο για τον Τουρισμό θα παραμείνουμε ερασιτέχνες

«Θα έπρεπε ήδη να βρίσκεται σε στάδιο ολοκλήρωσης ο εμβολιασμός των κατοίκων του συνόλου των νησιών της χώρας, ενώ θα έπρεπε ήδη να έχει προγραμματιστεί και ο εμβολιασμός του συνόλου των ατόμων που απασχολούνται στον τουρισμό», σημειώνει ο κύριος Νικητιάδης για τη φετινή σεζόν

Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

«Για να ορθοποδήσει ο τουριστικός κλάδος απαιτούνται σοβαρές διαρθρωτικές παρεμβάσεις μια και όλοι γνωρίζουμε ότι ένας πολύ μεγάλος αριθμός ξενοδοχείων, ή βρίσκονται στο κόκκινο ή δυσκολεύονται πάρα πολύ να ανταποκριθούν στις στοιχειώδεις επιχειρηματικές τους υποχρεώσεις» μας λέει ο Γραμματέας του Τομέα Τουρισμού του ΚΙΝΑΛ Γιώργος Νικητιάδης, ενώ σημειώνει πως για να οργανωθεί σωστά ο τουρισμός μας, απαιτείται η κατάρτιση ενός δεκαπενταετούς αναπτυξιακού εθνικού σχεδίου. Αναλυτικά η συνέντευξη του κυρίου Νικητιάδη έχει ως εξής:

-Κύριε Νικητιάδη χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Σε λίγες μέρες ανοίγει επίσημα η τουριστική περίοδος. Η κυβέρνηση και συγκεκριμένα ο υπουργός Τουρισμού κύριος Θεοχάρης έχει ανακοινώσει, όπως γνωρίζετε, πέντε γραμμές άμυνας για τη διαχείριση της κατάστασης με την πανδημία. Θεωρείτε πως είναι επαρκή τα μέτρα που έχουν ληφθεί;

Επιτρέψτε μου κατ' αρχήν, πριν προχωρήσω στα ερωτήματά σας, να ευχηθώ κάθε επιτυχία στην εκδοτική σας προσπάθεια και να σας ευχαριστήσω που με τιμάτε φιλοξενώντας τη συνέντευξή μου.
Ας έρθουμε τώρα στα ερωτήματά σας ξεκινώντας από το πρώτο που σχετίζεται με το αν θεωρώ επαρκή τα μέτρα που έχουν ληφθεί για μία ασφαλή τουριστική περίοδο και τις πέντε γραμμές άμυνας που ανακοίνωσε ο κ. Θεοχάρης, απαντώντας σε σχετική ερώτηση για τον τουρισμό στη βουλή.
Σε ότι λοιπόν σχετίζεται με τα μέτρα, θεωρώ ότι χρειάζεται ακόμη μεγαλύτερη προσπάθεια, έτσι ώστε να περάσουμε προς τα έξω σε κάθε δυνάμει επισκέπτη μας την πεποίθηση ότι είμαστε μία ασφαλέστατη από υγειονομικής πλευράς χώρα. Θα έπρεπε δηλαδή, κατά την άποψή μου, ήδη να βρίσκεται σε στάδιο ολοκλήρωσης ο εμβολιασμός των κατοίκων του συνόλου των νησιών της χώρας καθότι αν θέλουμε να είμαστε ρεαλιστές γύρω στο 90% του τουρισμού μας κατευθύνεται στις νησιωτικές περιοχές μας.

Χωρίς σχέδιο πάντοτε θα έχουμε υπουργούς Τουρισμού που θα ακροβατούν και ποτέ δεν θα πετύχουμε τους δύο στρατηγικούς στόχους. Την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου αλλά και την κατάκτηση νέων πλουσιότερων αγορών

Παραπέρα θεωρώ ότι θα έπρεπε ήδη να έχει προγραμματιστεί ο εμβολιασμός του συνόλου των ατόμων που απασχολούνται στον τουρισμό σε κάθε είδους τουριστική επιχείρηση. Αυτά, ούτε έχουν προγραμματιστεί ακόμη, ούτε βλέπω να οργανώνονται σύντομα.
Σε ότι αφορά τώρα τις πέντε γραμμές άμυνας του κυρίου Θεοχάρη, θεωρώ ότι τα όσα ανακοίνωσε στη βουλή θα έπρεπε να τα θεωρούμε δεδομένα και όχι εξαγγελίες για πράγματα που είναι ούτως ή άλλως αναγκαία. Ας ελπίσουμε ωστόσο τα πράγματα να εξελιχθούν ομαλά.

-Από πλευράς αποδόσεων ποια είναι η δική σας εκτίμηση; Τι μπορούμε να περιμένουμε από τη φετινή σεζόν;

Πρέπει να βρεθεί ένας κοινός τόπος για τις ΑΠΕ

-Θα θέλαμε να σας απευθύνουμε ερώτημα για τις ΑΠΕ. Από τη μία πλευρά οι Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας είναι απαραίτητες και ουδείς το αμφισβητεί. Από την άλλη σε πολλές περιοχές διαμαρτύρονται για τα αιολικά πάρκα, υποστηρίζοντας ότι και το περιβάλλον καταστρέφεται και υποβαθμίζονται οι περιοχές, με ό,τι σημαίνει αυτό για τους κατοίκους και τελικά για τον τουρισμό σε κάθε περιοχή. Ποια είναι η άποψή σας;

Σχετικώς με τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (ΑΠΕ) είναι προφανές ότι πρέπει να βρεθεί ένας κοινός τόπος. Όπως προανέφερα, η κλιματική αλλαγή πρέπει να αποτελέσει το πρώτο θέμα στην καθημερινή μας ατζέντα. Τι σημαίνει αυτό; Πολύ απλά σημαίνει ότι είναι επιτακτικό για κάθε πολίτη στον κόσμο να επιδιώξει να πιέσει τις κυβερνήσεις του, έτσι ώστε η ενέργεια που χρειαζόμαστε και καταναλώνεται καθημερινώς να λαμβάνεται από τη φύση. Είναι απαράδεκτο στην Ελλάδα με τόσο ήλιο, με τόσες θάλασσες γύρω μας, με τόσους ευνοϊκούς ανέμους σε πολλές περιοχές μας να μην εκμεταλλευόμαστε τις ΑΠΕ. Χρειάζεται συνεπώς μέτρο. Μέτρο έτσι ώστε και το περιβάλλον να προστατεύουμε και τις όμορφες περιοχές της πατρίδας μας να μην υποβαθμίζουμε, αλλά και να εκμεταλλευτούμε τον πλούτο που απλόχερα μας χαρίζει η φύση για να προστατευτούμε και από την κλιματική αλλαγή.

-Άπαντες συμφωνούν πως το ελληνικό τουριστικό προϊόν πρέπει να εμπλουτιστεί, να αναδιαμορφωθεί, να πάρει νέα χαρακτηριστικά που θα επιτρέψουν και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Ποια είναι τα βήματα που πρέπει να γίνουν και πού θα ήταν προτιμότερο να εστιάσουμε;

Απαντώντας στο τελευταίο σας ερώτημα, θα σας πω αυτό που αποτελεί πάγια προσωπική μου θέση για πολλά χρόνια τώρα, αλλά ταυτοχρόνως και θέση του Κινήματος Αλλαγής. Για να οργανωθεί σωστά ο τουρισμός μας και για να αναπτυχθεί περισσότερο ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ και το υπογραμμίζω αυτό, η κατάρτιση ενός δεκαπενταετούς αναπτυξιακού εθνικού σχεδίου για τον τουρισμό της χώρας. Χωρίς ένα τέτοιο σχέδιο πάντοτε θα έχουμε Υπουργούς Τουρισμού που θα ακροβατούν και ποτέ δεν θα πετύχουμε τους δύο στρατηγικούς στόχους που θα έπρεπε να έχουμε. Δηλαδή, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου αλλά ταυτοχρόνως και την κατάκτηση νέων πλουσιότερων αγορών που θα μας φέρουνε τουρίστες που θα δαπανούν πολύ περισσότερα χρήματα ημερησίως, από ότι οι τουρίστες που έχουμε σήμερα. Παραλλήλως, κάθε τουριστικός προορισμός της χώρας, θα πρέπει να καταρτίσει ένα δικό του αναπτυξιακό σχεδιασμό για τον τουρισμό, που να κουμπώνει με το Εθνικό Σχέδιο. Χωρίς ένα παρόμοιο Εθνικό και Τοπικό σχεδιασμό, θα παραμένουμε πάντα ερασιτέχνες και έρμαια των αποφάσεων των μεγάλων tour operators.

Σχετικώς με τις φετινές αποδόσεις, δυστυχώς φοβάμαι ότι δεν θα πλησιάσουν στο ήμισυ των αποδόσεων του 2019. Μακάρι να καταφέρουμε να ξεπεράσουμε τις αποδόσεις του 2020 γεγονός που θα εξαρτηθεί κατά την άποψή μου, από το πόσο θα επεκταθεί η περίοδος για να φθάσει μέχρι και 20 Νοεμβρίου, αφού ήδη όπως φαίνεται ο Ιούνιος δεν θα μας φέρει ότι αναμέναμε.

-Μόλις προ ημερών ο πρόεδρος της ΠΟΞ κύριος Τάσιος παρομοίασε τα μέτρα στήριξης των τουριστικών επιχειρήσεων με «διασωλήνωση ασθενή για να μην πεθάνει από ασφυξία». Για το θέμα έχει παρέμβει και το ΚΙΝΑΛ με ερωτήσεις στη Βουλή. Ποιες είναι οι θέσεις σας; Τι χρειάζεται για να ορθοποδήσει ο κλάδος;

Ο κύριος Τάσιος ως πρόεδρος των ξενοδόχων λογικό είναι να τραγικοποιεί τα πράγματα χαρακτηρίζοντας τις τουριστικές επιχειρήσεις ως «διασωληνομένους ασθενείς για να μην πεθάνουν από ασφυξία». Εμείς στο ΚΙΝΑΛ προσπαθούμε με ρεαλιστικό τρόπο να προσεγγίζουμε τα προβλήματα του τουρισμού και βεβαίως αναδεικνύουμε διαρκώς και τα θέματα που απασχολούν τις τουριστικές επιχειρήσεις. Ο αγώνας μας, ωστόσο, εστίασε σε πολύ μεγάλο βαθμό κυρίως στη προστασία των εργαζομένων στον τουρισμό. Μιλάμε για εκατοντάδες χιλιάδες συμπολίτες μας που θα έπρεπε να στηριχθούν. Θεωρώ ότι το Κίνημα Αλλαγής έκανε σημαία του τον αγώνα των εργαζομένων, πράγμα που θα συνεχίσουμε να κάνουμε δεδομένου ότι τουρισμός χωρίς ανθρώπινο δυναμικό στην ουσία είναι σώμα χωρίς καρδιά. Εντέλει για να ορθοποδήσει ο κλάδος απαιτούνται σοβαρές διαρθρωτικές παρεμβάσεις μια και όλοι γνωρίζουμε ότι ένας πολύ μεγάλος αριθμός ξενοδοχείων, ή βρίσκονται στο κόκκινο ή δυσκολεύονται πάρα πολύ να ανταποκριθούν στις στοιχειώδεις επιχειρηματικές τους υποχρεώσεις.

-Το τουριστικό προϊόν είναι ένα ευάλωτο προϊόν. Αυτό το γνωρίζαμε, αλλά η πανδημία μας το υπενθύμισε με τον χειρότερο δυνατό τρόπο. Υπάρχει τρόπος να θωρακιστούμε -κατά το δυνατόν- από ανάλογα φαινόμενα στο μέλλον;

Δεν θα συμφωνήσω ακριβώς μαζί σας για το ότι το τουριστικό προϊόν, ο τουρισμός γενικότερα, είναι ευάλωτος στις διάφορες κρίσεις που προκαλούνται, ή από οικονομικά κραχ, ή από φυσικές καταστροφές. Θα σας υπενθυμίσω μόνο, ότι μέχρι το ξέσπασμα της πανδημίας, παγκοσμίως ο τουρισμός σημείωνε διαρκώς σημαντική αύξηση και η αύξηση αυτή ελάμβανε χώρα σε μία περίοδο που είχαμε φαινόμενα τόσο φυσικών γεγονότων όπως η γρίπη των πτηνών, η νόσος των χοίρων, των τρελών αγελάδων κ.ά., αλλά και κοινωνικών καταστροφών όπως δεκάδες τρομοκρατικές ενέργειες σε τουριστικές περιοχές, κατάρρευση των δίδυμων πύργων, βόμβες σε τρένα κλπ. κλπ. Σε όλα αυτά ο τουρισμός άντεξε, και όπως σας είπα κάθε χρόνο είχε αύξηση. Ο κορωνοϊός μόνο κατάφερε, όχι απλώς να λυγίσει, αλλά να καταβαραθρώσει τον τουρισμό παγκοσμίως. Πώς να θωρακιστούμε από τέτοιου είδους φαινόμενα; Είναι δύσκολο να θωρακιστείς από κάτι που δεν μπορείς να προβλέψεις. Ποιος θα μπορούσε προ διετίας να προβλέψει τι θα γινόταν με τον κορωνοϊό για να μπορέσει να θωρακιστεί; Αν θα μπορούσαμε να αναφερθούμε σε μια στοιχειώδη θωράκιση που αφορά όλο τον πλανήτη αυτή δεν μπορεί παρά να σχετίζεται με την κλιματική αλλαγή και την ενεργοποίηση κάθε πολίτη του κόσμου για να την αντιμετωπίσουμε.

Σήμα... απογείωσης το Πιστοποιητικό EU Covid-19

Θετική εξέλιξη για τα ταξίδια στην Ευρώπη η απόφαση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για το πιστοποιητικό μετακινήσεων. Δηλώσεις και από ντε Λάιεν για ταξίδια χωρίς περιοριστικά μέτρα από ΗΠΑ των εμβολιασμένων ταξιδιωτών

Θετική και άκρως ενθαρρυντική χαρακτήρισε η Διεθνής Ενωση Αερομεταφορών (ΙΑΤΑ) τη δήλωση της προέδρου της Κομισιόν Ούρσουλα Φον ντερ Λάιεν, ότι η Ευρωπαϊκή Ενωση θα επιτρέψει τα ταξίδια χωρίς περιοριστικά μέτρα για τους ταξιδιώτες από ΗΠΑ που έχουν εμβολιαστεί.

Η ΙΑΤΑ ωστόσο παρά το γεγονός ότι καλωσόρισε τις δηλώσεις της Λάιεν, συμπλήρωσε πως το θέμα του εμβολιασμού δεν πρέπει να αποτελεί τη μοναδική προϋπόθεση για τα ταξίδια. Ανάλογα θα πρέπει να αντιμετωπίζονται και οι ταξιδιώτες με αρνητικά μοριακά τεστ. Αυτό θα μπορούσε να δώσει πραγματική ώθηση στις διεθνείς πτήσεις και να αναθερμάνει την ταξιδιωτική δραστηριότητα που βρίσκεται σε τέλμα αυτή τη στιγμή λόγω της πανδημίας.

Προτού όμως φθάσουμε στα διεθνή ταξίδια, ας δούμε την εικόνα που επικρατεί σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Παρά το γεγονός ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα ανοίγει στις 14 Μαΐου, δυστυχώς οι κινήσεις που γίνονται για το θέμα των πτήσεων μπορούν να συνοψιστούν στο «πολύ λίγο, πολύ αργά», με το αργά να αναφέρεται όχι μόνο στους χρόνους, αλλά και στους ρυθμούς με τους οποίους κινήθηκαν τα πράγματα στην Ευρώπη γύρω από το θέμα των ταξιδιών. Η απροθυμία που υπήρξε από κάποια κράτη μέλη για τη θέσπιση κοινών κανόνων έπαιξε και αυτή το ρόλο της, μαζί με τις διαδικασίες που υπάρχουν έτσι και αλλιώς στα όργανα της ΕΕ, που δε φημίζονται για τις ταχύτητές τους.

Έτσι φτάσαμε στο παρά πέντε να ψηφιστεί στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο στις 28 Απριλίου το Ψηφιακό Πράσινο Πιστοποιητικό το οποίο έλαβε νέο όνομα και πλέον αποκαλείται «Πιστοποιητικό EU Covid-19», καθώς θεωρήθηκε πως με αυτό το όνομα θα είναι πιο σαφές στους Ευρωπαίους πολίτες για το τι αφορά. Μετά την ψηφοφορία μια σειρά από διεθνείς και ευρωπαϊκούς ταξιδιωτικούς και τουριστικούς φορείς ζήτησαν την ταχεία ευθυγράμμιση όλων των θεσμικών οργάνων της ΕΕ για την αποκατάσταση της ελεύθερης κυκλοφορίας των πολιτών της ΕΕ έως το καλοκαίρι.

Αυτό διότι όπως επεσήμανε σε πρόσφατη εκδήλωση για το ευρωπαϊκό πιστοποιητικό η Ευρωβουλευτής και πρώην υπουργός Τουρισμού Έλενα Κουντουρά η ψηφοφορία στην Ευρωβουλή δεν έχει κάποιο δεσμευτικό χαρακτήρα για τα κράτη μέλη. Όπως χαρακτηριστικά τόνισε το «Πιστοποιητικό EU Covid-19» έχει βασικό στόχο να διευκολύνονται τα κράτη – μέλη στις πολύπλοκες γραφειοκρατικές διαδικασίες πιστοποίησης κατά την άφιξη στα σύ-

Τα αιτήματα της ΙΑΤΑ για ασφαλείς πτήσεις

Με φόντο την απόφαση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου η ΙΑΤΑ έθεσε από την πλευρά της τις δικές της προτάσεις για την ασφαλή επανέναρξη των ταξιδιών. Το πρώτο πράγμα που ζητά είναι η ελευθερία στα ταξίδια, χωρίς περιοριστικά μέτρα να μην αφορά μόνο τους εμβολιασμένους πολίτες, αλλά και αυτούς που διαθέτουν αρνητικά μοριακά τεστ. Μάλιστα θα πρέπει να σημειωθεί πως τα τεστ θεωρούνται πιο ασφαλή για τη μη μετάδοση της πανδημίας, καθώς ο εμβολιασμένος προστατεύεται μόνο ο ίδιος, ενώ μπορεί κάλλιστα και να νοσήσει ελαφρά ή ασυμπτωματικά και να μεταδώσει τη νόσο.

Δεύτερον καλεί τις κυβερνήσεις να εργαστούν από κοινού με τον κλάδο των αερομεταφορών, ώστε να επιβληθεί μια σειρά μέτρων που θα επιτρέψει την επανασύνδεση των προορισμών και θα ελαχιστοποιήσει τους κινδύνους κατά το δυνατόν.

Τρίτον και αυτό είναι πολύ σημαντικό η ΙΑΤΑ ζητά να μειωθεί το κόστος των ελέγχων για τους ταξιδιώτες. Τα τεστ αν μια οικογένεια πρέπει να τα πληρώσει μόνη της συνιστούν ένα υψηλό κόστος και σε πολλές περιπτώσεις είναι απαγορευτικό ένα ταξίδι. Στο αίτημα αυτό δίνει «πράσινο φως» και η Ευρωβουλή που ζητεί να παρέχονται δωρεάν τεστ για τις μετακινήσεις. Μένει αυτό να υλοποιηθεί και από τις κυβερνήσεις της ΕΕ.

Τέταρτον ζητεί να εμβολιαστεί το ταχύτερο δυνατόν το προσωπικό των αεροπορικών εταιρειών και κυρίως τα πληρώματα των αεροσκαφών, που έρχονται σε επαφή εντός του αεροσκάφους με τους ταξιδιώτες.

νορα των ταξιδιωτών, που είτε έχουν εμβολιαστεί με τις δυο δόσεις του εμβολίου κατά του COVID-19, είτε φέρουν αρνητικό μοριακό τεστ, είτε έχουν νοσήσει από τον COVID-19 και έχουν αντισώματα. Ωστόσο, όπως ξεκαθάρισε η κα Κουντουρά, εναπόκειται στα ίδια τα κράτη-μέλη να καθορίσουν τις προϋποθέσεις εισόδου στα σύνορά τους.

Συνολικά η απόφαση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου ζητεί εμβόλια για όλους, δωρεάν τεστ σε όλους τους ταξιδιώτες και ισχυρές δικλείδες ασφαλείας στην προστασία των προσωπικών δεδομένων είναι οι όροι στη χρήση του «Πιστοποιητικού EU COVID-19». Πρόκειται για πλήρη σχεδόν εναρμόνιση με τα αιτήματα των ταξιδιωτικών φορέων και το μόνο που χρειάζεται είναι η εναρμόνιση των κρατών μελών με την απόφαση, ώστε να υπάρξει ανάκαμψη της τουριστικής κίνησης αυτό το καλοκαίρι, σε σχέση τουλάχιστον με πέρυσι.

Ανάγκη για άνοιγμα των συνόρων

Από πλευράς υγειονομικής προστασίας ο Καθηγητής Μικροβιολογίας του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής και Μέλος της Επιτροπής Εμπειρογνωμόνων, Αλκιβιάδης Βατόπουλος, πρόσφατα σε εκδήλωση για το θέμα των ταξιδιών στην ΕΕ τόνισε πως καμιά από τις τρεις προϋποθέσεις που ορίζονται στο «Πιστοποιητικού EU COVID-19» δεν εξασφαλίζει πλήρως τους πολίτες, ωστόσο όπως είπε ο κ. Βατόπουλος οι τρεις προϋποθέσεις θέτουν το πλαίσιο των χαμηλών πιθανοτήτων μετάδοσης του COVID-19. Συγκεκριμένα, όπως ανέφερε ο κ. Βατόπουλος η απόφαση για το άνοιγμα των συνόρων είναι πολιτικο-οικονομική και βασίζεται στην ισορροπία της υγειονομικής ασφάλειας και της ανάγκης

Μια σειρά από διεθνείς και ευρωπαϊκούς ταξιδιωτικούς και τουριστικούς φορείς ζήτησαν την ταχεία ευθυγράμμιση όλων των θεσμικών οργάνων της ΕΕ για την αποκατάσταση της ελεύθερης κυκλοφορίας των πολιτών της ΕΕ έως το καλοκαίρι

να ανοίξει η Οικονομία που είναι κάτι αδιαμφισβήτητο να συμβεί.

Όπως υπογράμμισε ο κ. Βατόπουλος «είναι λάθος το Πιστοποιητικό να χρησιμοποιείται για ψυχολογικούς λόγους διότι θα δημιουργήσει ψευδώς το αίσθημα της ασφάλειας». Ο κ. Βατόπουλος στο δεύτερο κομμάτι της συζήτησης, ανέφερε πως οι αποφάσεις που λαμβάνονται από την Επιτροπή των Εμπειρογνωμόνων πρέπει να μην προσκρούουν στην λογική και να μην δημιουργούν το αίσθημα της ανισότητας στους ανθρώπους ενώ ανέφερε για την κυβέρνηση ότι πολλές φορές «κρύβεται» πίσω από τις αποφάσεις των Ειδικών όταν δεν συμφωνούν οι προτάσεις των Ειδικών με τις δικές της και επεσήμανε πως το ζήτημα των προσωπικών δεδομένων αποτελεί αμφιλεγόμενο παράγοντα από την απαρχή της Δημόσιας Υγείας.

ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΝΗΣΙΩΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Το Mact Expo Center στο δρόμο για την παρθενική του έκθεση έχει να παρουσιάσει σημαντικές βελτιώσεις στην οπτική και στις λειτουργίες του, θέλοντας να καταστήσει το εκθεσιακό event για τα νησιά, εφάμιλλο με μια φυσική έκθεση

Θερμή ανταπόκριση για την έκθεση των νησιών

Με «πυρετώδεις» ρυθμούς συνεχίζονται οι προετοιμασίες για την έκθεση των νησιωτικών προορισμών, ενώ τις εντυπώσεις κλέβει το νέο Ψηφιακό Εκθεσιακό - Συνεδριακό Κέντρο της Mact Media Group

Με γοργούς ρυθμούς και θερμή ανταπόκριση από τους νησιωτικούς προορισμούς συνεχίζονται οι προετοιμασίες για την έκθεση Πανόραμα Νησιωτικών Προορισμών που θα διεξαχθεί στις 28 με 30 Μαΐου στο νέο Ψηφιακό Εκθεσιακό – Συνεδριακό Κέντρο της Mact Media Group, την οποία υποστηρίζει με την αιγίδα της και η Κεντρική Ένωση Δήμων Ελλάδας (ΚΕΔΕ).

Το Mact Expo Center στο δρόμο για την παρθενική του έκθεση έχει να παρουσιάσει σημαντικές βελτιώσεις στην οπτική και στις λειτουργίες του, θέλοντας να καταστήσει το εκθεσιακό event για τα νησιά, εφάμιλλο με μια φυσική έκθεση. Τα περίπτερα έχουν πλέον αναβαθμιστεί, διαθέτουν πολλές μορφές και παρέχουν δυνατότητες υψηλής τεχνολογίας για ενημέρωση των επισκεπτών και την B2B συναντήσεων σε πραγματικό χρόνο. Οι επισκέπτες μπορούν να περιηγηθούν διαδικτυακά στους διαδρόμους της έκθεσης, να μεταβούν σε συνέδρια που θα διεξαχθούν και να μεταβούν σε χώρους συναντήσεων και διεξαγωγής σεμιναρίων. Το lobby και ο εξωτερικός χώρος διαθέτουν νέα εμφάνιση που στόχο έχει την προσομοίωση κατά το δυνατόν με μια φυσική εκδήλωση.

Το Πανόραμα Νησιωτικών Προορισμών έχει στόχο να δώσει βήμα σε όλα τα νησιά της χώρας, να προβάλλουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα, τις ομορφιές τους, τα αξιοθέατα, τις υπηρεσίες που προσφέρονται στο κάθε νησί, τις δυνατότητες θεματικού τουρισμού που έχουν και να τα κοινωνήσουν στο εγχώριο και διεθνές κοινό με στόχο την ενίσχυση της τουριστικής κίνησης στην περιοχή τους και την ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών. Πραγματοποιείται σε συνεργασία με το Ελληνικό Δίκτυο Μικρών Νησιών.

Η πανδημία και οι περιορισμοί που έφερε στις κοινωνικές επαφές οδήγησε την Mact Media Group να δημιουργήσει το Mact Expo Center για την διοργάνωση εκθέσεων και συνεδρίων μέσω Διαδικτύου. Ένας επιπλέον λόγος είναι και το γεγονός πως και μετά το πέρας της πανδημίας θεωρείται βέβαιο πως όλες πλέον οι ανάλογες εκδηλώσεις θα διοργανώνονται με υβριδικό τρόπο, με φυσική, αλλά και με την παροχή δυνατότητας για ψηφιακή παρουσία. Στο πλαίσιο της διεξαγωγής της πρώτης έκθεσης για τα νησιά το Mact Expo Center έχει εντυπωσιάσει με τις δυνατότητες που παρέχει για την προβολή των εκθετών και για τις δυνατότητες παρακολούθησης συνεδρίων και επαγγελματικών συναντήσεων.

Μοναδικός τρόπος προβολής

Το Πανόραμα Νησιωτικών Προορισμών αποτελεί μοναδική ευκαιρία προβολής για τα νησιά, καθώς αναμένεται να επισκεφθούν την έκθεση χιλιάδες επαγγελματίες και τουριστικοί φορείς από την Ελλάδα και το εξωτερικό καθώς και ιδιώτες. Σε μια περίοδο που ο τουρισμός έχει πληγεί σφόδρα από την πανδημία η έκθεση της Mact Media Group δίνει τη δυνατότητα προώθησης των τουριστικών προορισμών της χώρας σε ένα ευρύ διεθνές κοινό, τη δυνατότητα σύναψης συνεργασιών για το άμεσο και απώτερο μέλλον. Το ψηφιακό εκθεσιακό κέντρο της Mact Media Group είναι το πρώτο αυτής της μορφής στην Ελλάδα.

Παρέχει μοναδικές δυνατότητες προβολής και πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών, διοργάνωσης συνεδρίων, διεξαγωγής B2B συναντήσεων, ενώ η υψηλά καταρτισμένη ομάδα τεχνικών σε συνδυασμό με την μακρόχρονη εμπειρία της εταιρείας στη διοργάνωση εκθέσεων αποτελούν εγγύηση επιτυχίας.

Θαλάσσιος ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ημερίδα του Περιφερειακού Συμβουλίου Τουρισμού για τον θαλάσσιο τουρισμό

Σύσσωμη η πολιτική ηγεσία του υπουργείου Τουρισμού έδωσε το παρόν για τον θαλάσσιο τουρισμό, τονίζοντας τις προοπτικές ανάπτυξης του κλάδου

Οι προοπτικές ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού (κρουαζιέρα, γιότινγκ και καταδύσεις) απασχόλησαν την 1η Δια-περιφερειακή Ημερίδα του Περιφερειακού Συμβουλίου Τουρισμού. Στην Ημερίδα συμμετείχαν ο υπουργός Τουρισμού κ. Χάρης Θεοχάρης, η υφυπουργός Τουρισμού κυρία Σοφία Ζαχαράκη, η Γενική Γραμματέας Τουριστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης κυρία Βίκυ Λοΐζου, Περιφερειάρχες και Αντιπεριφερειάρχες.

Ο κ. Θεοχάρης ανέφερε πως «με τη σημερινή 1η Δια-περιφερειακή Ημερίδα του Περιφερειακού Συμβουλίου Τουρισμού υλοποιούμε τη νέα στρατηγική προσέγγιση της Κυβέρνησης στην ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού. Με τους φίλους Περιφερειάρχες και Αντιπεριφερειάρχες από την Κεντρική Μακεδονία, την Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, αλλά και τη Θεσσαλία, ξεκινά η γόνιμη επεξεργασία ζητημάτων που αφορούν στον θαλάσσιο τουρισμό -με ιδιαίτερη έμφαση στην κρουαζιέρα, στο γιότινγκ και στις καταδύσεις. Στόχος μας είναι να διαμορφώσουμε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης για την απελευθέρωση των δυνάμεων και τη βέλτιστη δυνατή αξιοποίηση μορφών τουρισμού οι οποίες ανέκαθεν παρέμεναν παραμελημένες».

Ο υπουργός αναφέρθηκε επίσης στο εν εξελίξει άνοιγμα του Ελληνικού Τουρισμού, τονίζοντας ότι «ο θαλάσσιος τουρισμός εντάσσεται στη γενικότερη στρατηγική της Κυβέρνησης για το άμεσο μέλλον. Μια στρατηγική, η οποία, όπως γνωρίζετε, εστιάζει κατ' απόλυτη προτεραιότητα στο ασφαλές άνοιγμα του Ελληνικού Τουρισμού το 2021».

Ο κ. Χάρης Θεοχάρης υπογράμμισε ότι «η Ελλάδα από τις 14 Μαΐου, όπως έχουμε ανακοινώσει, ανοίγει τα σύνορά της και υποδέχεται τουρίστες από το εξωτερικό. Η Ελληνική Κυβέρνηση και το Υπουργείο Τουρισμού προχωρούν με προσεκτικά, μεθοδικά αλλά και αποφασιστικά βήματα στην επανεκκίνηση του τουριστικού κλάδου. Προσδοκούμε ότι το 2021 θα είναι πολύ καλύτερο από το 2020, από την άποψη των αφίξεων και των εσόδων για τις ελληνικές επιχειρήσεις και τους εργαζομένους».

Ευκαιρία παρά την κρίση

Στο πλαίσιο της εισήγησής της στην Ημερίδα, η υφυπουργός Τουρισμού κυρία Σοφία Ζαχαράκη είπε μεταξύ άλλων ότι «το Υπουργείο προωθεί σημαντικές επενδύσεις στις τουριστικές υποδομές, βελτιώνει την προσβασιμότητα των ελληνικών ακτών και ενισχύει συστηματικά νέες, εναλλακτικές μορφές θαλάσσιου και παράκτιου τουρισμού. Πάρα τις δεδομένες αντιξοότητες, η χώρα μας έχει την ευκαιρία και στο πεδίο του θαλάσσιου και παράκτιου τουρισμού να μετατρέψει την κρίση σε ευκαιρία. Και σε αυτή την κατεύθυνση το Υπουργείο ήδη διαμορφώνει μία καινούργια στρατηγική ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού για τη νέα, μετά-COVID εποχή. Ο θαλάσσιος και παράκτιος τουρισμός αποτελούν χώρο στον οποίο, εύλογα, η χώρα μας μπορεί να αξιώνει έναν πρωταγωνιστικό αλλά και καινοτόμο ρόλο. Στρέφοντας το βλέμμα μας στην επόμενη ημέρα μετά την πανδημία, έχουμε τη μοναδική ίσως ευκαιρία, μέσα από αυτήν τη δοκιμασία, να βγούμε ακόμα πιο δυνατοί».

Η Γενική Γραμματέας Τουριστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης κυρία Βίκυ Λοΐζου παρουσίασε για πρώτη φορά τις βασικές κατευθύνσεις της νέας εθνικής στρατηγικής για την ανάπτυξη των τουριστικών λιμένων. Η κυρία Λοΐζου ανέδειξε τη σημασία των υποδομών και την ανάγκη βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Αναφέρθηκε περαιτέρω σε ένα συνολικό σχέδιο που περιλαμβάνει την αναθεώρηση του θεσμικού πλαισίου, καθώς και σε ένα νέο μοντέλο διαχείρισης το οποίο θα επιτρέψει την προσέλκυση επενδύσεων αλλά και τελικά περισσότερων επισκεπτών με σημαντική κατά κεφαλή δαπάνη.

Νέος Γενικός Γραμματέας Αιγαίου και Νησιωτικής Πολιτικής ο Μανώλης Κουτουλάκης

Νέος Γενικός Γραμματέας Αιγαίου και Νησιωτικής Πολιτικής ορίσθηκε ο μηχανικός χωροταξίας, πολεοδομίας και περιφερειακής ανάπτυξης κ. Μανώλης Κουτουλάκης.

Ο υπουργός Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής κ. Γιάννης Πλακιωτάκης σε δήλωση του εξέφρασε την ιδιαίτερη ικανοποίηση του για τον ορισμό του κ. Κουτουλάκη στην θέση του Γενικού Γραμματέα Αιγαίου και Νησιωτικής Πολιτικής υπογραμμίζοντας τα εξής:

«Ο κ. Μανώλης Κουτουλάκης γνώστης σε βάθος των θεμάτων του Υπουργείου Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, ο αποτελεί σπάνιο κράμα τεχνοκράτη, που γνωρίζει να σχεδιάζει σωστά, διοικητικού στελέχους, που μπορεί να μετουσιώνει τους σχεδιασμούς σε έργο χειροπιαστό, συνεργάτη, με ορθή κρίση, και τεκμηριωμένη άποψη.

Ήδη, ως ειδικός σύμβουλος μου, έχει συνεισφέρει σημαντικά στη συνολική δράση του Υπουργείου μας και ειδικότερα στη μεγάλη νομοθετική πρωτοβουλία, που άλλαξε το τοπίο για τα νησιά και τους νησιώτες μας, με τη θεσμοθέτηση ολοκληρωμένης στρατηγικής για το νησιωτικό χώρο».

Συνέντευξη
ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΧΑΤΖΗΘΕΟΦΑΝΟΥΣ*
*Ιδρυτής CEO BCI Media Inc

Η ψυχή της ενημέρωσης για την απανταχού ομογένεια

«Στόχος μας είναι να μη λείψουν τα προγράμματα μας από κανένα ελληνικό σπίτι ομογενή», λέει ο κύριος Χατζηθεοφάνους, ενώ περιγράφει τα πολύ ενδιαφέροντα και σημαντικά επόμενα βήματα της εταιρείας

Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Για πορεία, την ιστορία και τα μελλοντικά σχέδια της BCI Media Inc μας μίλησε ο Αναστάσιος Χατζηθεοφάνους, ιδρυτής και διευθυντής της εταιρείας που είναι η «φωνή» της ομογένειας απανταχού της γης. Η συνέντευξη του κυρίου Χατζηθεοφάνους έχει ως εξής:

-Πείτε μας για τα πρώτα βήματα και το όραμα που είχατε όταν ξεκινήσατε...

Ξεκινώντας το ράδιο μελωδία Τορόντο , το όνειρό μου ήταν να έχω τη δυνατότητα να μπορώ να δίνω ψυχαγωγία και διασκέδαση όπου υπάρχει ελληνισμός . Έτσι για μένα ήταν πιο εύκολο να αρχίζω κάτι διαδικτυακό. Από μικρό παιδί ασχολούμουν με το ραδιόφωνο σαν ραδιοερασιτέχνης των fm το αγαπούσα και το αγαπώ είναι η ψυχή μου. Η ηλεκτρονική με την ψηφιακή τεχνολογία δυστυχώς απέχουν πάρα πολύ και αυτό μου δημιούργησε πρόβλημα στο να μπορέσω να καταλάβω το πως θα μπορέσω να συνδεθώ διαδικτυακά με όλους τους Έλληνες απανταχού της γης. Στην αρχή με την βοήθεια ενός φίλου κατάφερα το Radio Melodia Toronto, να έχει μια μεγάλη γκάμα ακροατών έτσι μου γεννήθηκε η ιδέα το 2012 να αρχίσω το τηλεοπτικό πρόγραμμα της NETV Toronto πάντα διαδικτυακά. Σήμερα το Radio Melodia Toronto, η NETV Toronto το Cannali Music HD, το bci24news, το Health Channel, το Food Channel και το Travel Channel ανήκουν στην ομπρέλα της BCI Media Inc. (Broadcast Canadian & International TV Network) με έδρα το Τορόντο του Καναδά. Σήμερα η BCI Media Inc αντιπροσωπεύεται στην Ελλάδα, Κύπρο, Ιταλία, Ρωσία, Τουρκία, Αμερική από ανθρώπους αξιόλογους και με εμπειρία στη δημοσιογραφία. Στόχος μας είναι να μη λείψουν τα προγράμματα μας από κανένα ελληνικό σπίτι ομογενή απανταχού της γης τα κανάλια της BCI σε ψυχαγωγία και ενημέρωση όπως φυσικά και σε άλλες εθνικότητες. Σκοπός μας είναι να εξελισσόμαστε με σταθερά και στέρεα βήματα. Η αγάπη του κόσμου μας έδωσε τη δυνατότητα να μπορούμε να είμαστε σε όλο τον πλανήτη. Μπορείτε να μας βρείτε:

- **www.netvtoronto.com**
- **www.bcimedia.net**
- **www.bci24news.com**

-Υπάρχουν κάποια καινούρια projects που ετοιμάζετε για τη νέα σεζόν;

Βγαίνει σε λίγους μήνες η νέα παγκόσμια ψηφιακή πλατφόρμα go|SMART επίσης μέσα στο 2021, θα ξεκινήσει η παραγωγή ενός ντοκιμαντέρ, πολύ ιδιαίτερο- δεν μπορώ να πω περισσότερα σε αυτή την φάση. Παράλληλα, είμαστε συμπαραγωγοί σε διάφορα τηλεοπτικά Project. Ένα άλλο κομμάτι που δώσαμε ιδιαίτερη έμφαση, είναι οι νέες εκπομπές που προγραμματίζουμε, έρχονται νέες συνεργασίες.

-Η BCI Media Inc ετοιμάζει μια νέα παγκόσμια ψηφιακή πλατφόρμα. Τι θα περιλαμβάνει; Και που θα απευθύνεται;

Μέσα από τη go|SMART θα δίνουμε τη δυνατότητα στον τηλεθεατή με ένα εύχρηστο και λειτουργικό μενού να μπορεί να επιλέγει το τηλεοπτικό πρόγραμμα που τον ενδιαφέρει. Θα είναι ο πιο εύκολος και άμεσος τρόπος να μπει κανείς στον κόσμο της go|SMART, να επιλέξει τις υπηρεσίες που τον ενδιαφέρουν, ή ακόμη και να δημιουργήσει τις δικές του. Θα υπάρχει δυνατότητα ο τηλεθεατής μέσα από οπτικοακουστικό υλικό να έχει πρόσβαση σε ταινιοθήκη, audiobooks, sports, και πολλές άλλες κατηγορίες , με ένα σύγχρονο αποκωδικοποιητή που είμαι σίγουρος ότι δεν θα αποχωρίζεται κανένας. Θα σας ενημερώσουμε με περισσότερες λεπτομέρειες μέσα στο επόμενο διάστημα...

> *Βγαίνει σε λίγους μήνες η νέα παγκόσμια ψηφιακή πλατφόρμα go|SMART. Μέσα από τη go|SMART θα δίνουμε τη δυνατότητα στον τηλεθεατή με ένα εύχρηστο και λειτουργικό μενού να μπορεί να επιλέγει το τηλεοπτικό πρόγραμμα που τον ενδιαφέρει*

-Ποιες είναι οι προκλήσεις της ψηφιακής συνδρομητικής τηλεόρασης παγκόσμια σήμερα;

Η ψηφιακή τεχνολογία έχει εξελιχθεί με γοργά βήματα και είναι το αυριανό μέλλον. Φέρνει μαζί της νέες προκλήσεις, ειδικά για το οικιακό δίκτυο. Σε γενικές γραμμές, η ψηφιακή εποχή όσον αφορά τους τηλεοπτικούς φορείς σηματοδοτεί σημαντικές προκλήσεις με φοβερές δυνατότητες επέκτασης και παράλληλα προσφέρει πολλές και ασύλληπτες δυνατότη-

τες. Αυτό όχι μόνο στην παγκόσμια ψηφιακή τηλεόραση αλλά και σε πολλούς κλάδους, όπως για παράδειγμα η επεμβάσεις ρομποτικής μέσο του 5G

-Πως βλέπετε αυτή τη στιγμή την τηλεόραση σε παγκόσμιο επίπεδο;

Στην τηλεόραση υπάρχει μια τάση, μετά από χρόνια να σκεφτόμαστε με τον ίδιο τρόπο και αυτό ίσως αν μου επιτρέπεται η λέξη να ιδρυματοποιείται . Υπάρχουν φυσικά και αξιόλογες δουλειές, διαφοροποιημένες από τα τετριμμένα και νέες ιδέες από φρέσκα μυαλά που θα πρέπει να δοθεί χώρος.

-Θα θέλατε να μας πείτε δυο λόγια για το νέο σας ειδησεογραφικό site;

Το bci24news , δημιουργήθηκε με πολύ αγάπη, μεράκι και επαγγελματισμό, με νέα από όλη την Ελλάδα και τον Κόσμο και πολλές κατηγορίες ενημέρωσης. Προσφέρει μια ολοκληρωμένη και έγκυρη ενημέρωση σε συνεργασία με τα κορυφαία και μεγαλύτερα Ελληνικά και ξένα, ειδησεογραφικά πρακτορεία και με συνεργάτες αξιόλογους. Στις επόμενες ημέρες θα προστεθεί και κάτι το οποίο μελλοντικά θα έχει μεγάλη εξέλιξη...

-Υπάρχει μια νέα συνεργασία στην Ελλάδα θα θέλατε να μας μιλήσετε για αυτή;

Χαίρομαι πολύ για αυτή την συνεργασία, η οποία έχει πολλές προοπτικές εξέλιξης. Επίσης είμαι ιδιαίτερα χαρούμενος για την κάθε έκδοση «itn Ελληνικός Τουρισμός» την αξιόλογη αυτή προσπάθεια που παράλληλα μέσο της BCI Media Inc θα διανέμεται και στην ομογένεια σε όλο τον πλανήτη.
Να επισημάνουμε τέλος ότι θα υπάρξει ακόμη μία σημαντική συνεργασία με την Mact Media Group που θα αφορά στο κομμάτι Γαστρονομίας και Οίνου, για την οποία θα ανακοινωθούν περισσότερες λεπτομέρειες το επόμενο διάστημα.

Γράφει ο
Θοδωρής Βασιλείου

Τουρισμός Υπαίθρου

Νέες τεχνολογίες και τουρισμός

Σήμερα όλοι μιλάνε για το άνοιγμα του Τουρισμού και τις προϋποθέσεις του. Ωστόσο ελάχιστα έως καθόλου γίνεται συζήτηση για το άνοιγμα του κουτιού της Πανδώρας, μιας σειράς τεχνολογιών αιχμής που επιταχύνεται η ελευση τους στην καθημερινή μας ζωή.
Χρησιμοποιούμε το smartphone μας συνεχώς, στο μετρό, στο τρένο, στο αυτοκίνητο (κακώς), αδιάκοπα όλη την ημέρα.
Αγοράζουμε καφέ με ανέπαφη χρήση της κάρτας μας στο POS, διαβάζουμε άρθρα και μηνύματα, παρακολουθούμε τους φίλους μας στην καθημερινότητα τους. Ψωνίζουμε on line, αναρτούμε φωτογραφίες, κάνουμε τζόκινγκ και ένα app καταγράφει τις επιδόσεις μας και την κατάσταση μας, βλέπουμε σειρές στο Netflix βάσει των επιλογών που μας αρέσουν.
Επίσης επιλέγουμε ψηφιακά με λίγα κλίκ το ξενοδοχείο που θα μείνουμε καθώς και το εισιτήριο μετάβασης μας στον τουριστικό μας προορισμό.
Η ελαχιστοποίηση της διαδικασίας προκύπτει απο το αποθηκευμένο προφίλ μας στις μεγάλες βάσεις δεδομένων των κολοσσών της πληροφορικής.
Έτσι, λοιπόν, μέσω των Big Data και της τεχνητής νοημοσύνης ένα απλό σερφάρισμα π.χ. στα social media να εξελίσσεται σε εργαλείο διαδικτυακού marketing και ο χρήστης κατακλύζεται από στοχευμένες διαφημίσεις που τον αφορούν. Το 47% των θέσεων εργασίας διατρέχουν υψηλό κίνδυνο αυτοματοποίησης.
Το έξυπνο ξενοδοχείο του πολύ κοντινού αύριο θα αυτοπροβάλλεται στο διαδίκτυο , θα διεκπεραιώνει αυτόματα κρατησεις και πληρωμές, με δεκάδες εσωτερικούς αυτοματισμούς στις εσωτερικές υπηρεσίες προς τους πελάτες, στον φωτισμό, τον κλιματισμό, τις ιατρικές υπηρεσίες, την ψυχαγωγία κ.λ.π. .

> *Μέσω των Big Data και της τεχνητής νοημοσύνης ένα απλό σερφάρισμα, π.χ. στα social media, να εξελίσσεται σε εργαλείο διαδικτυακού marketing*

Τα έξυπνα τουριστικά αξιοθέατα που θα αυτοπαρουσιάζονται όταν πλησιάζεις και θα σου παρέχουν εξατομικευμένες πληροφορίες μέσω εικονικής πραγματικότητας, καταργώντας τα γκρουπ επισκεπτών και τα σχετικά .επαγγέλματα, δεν είναι πολύ μακριά.
Το έξυπνο εστιατόριο θα σου εμφανίζει το μενού της ημέρας και θα σου προτείνει πιάτα με βαση τις προγενέστερες διατροφικές επιλογές σου και πολλά άλλα.
Ας ελπίσουμε ότι ο άνθρωπος θα αποδειχθεί αρκετά σοφός ώστε να ενσωματώσει στην χρήση αυτών των εξωτικών τεχνολογιών μια νέα ηθική, αειφορίας ισορροπίας και κοινωνικής δικαιοσύνης , ώστε να αρχίσουμε να μιλάμε για την έναρξη μιας νέας εποχής επιστημονικού διαφωτισμού.

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ & ΟΙΝΟΣ

Γεύσεις Ελλάδας

Γράφει η Lena Kyropoulos
Journalist & Poet

Ελληνικά πιάτα στην Κολωνία

Η στήλη ταξιδεύει σήμερα στην άλλη πλευρά του χάρτη κάπου στην πανέμορφη Κολωνία. Εκεί θα συναντήσει τον Γιάννη Τικάλα. Σαμοθράκη και Αλεξανδρούπολη δίνουν τα διαπιστευτήριά τους για το ποια είναι η βασίλισσα της καρδιάς του. Όταν τον ρωτήσεις τι επαγγέλλεται απαντά: «Είμαι γαστρονόμος και Έλληνας Ελευθέρας Βοσκής».

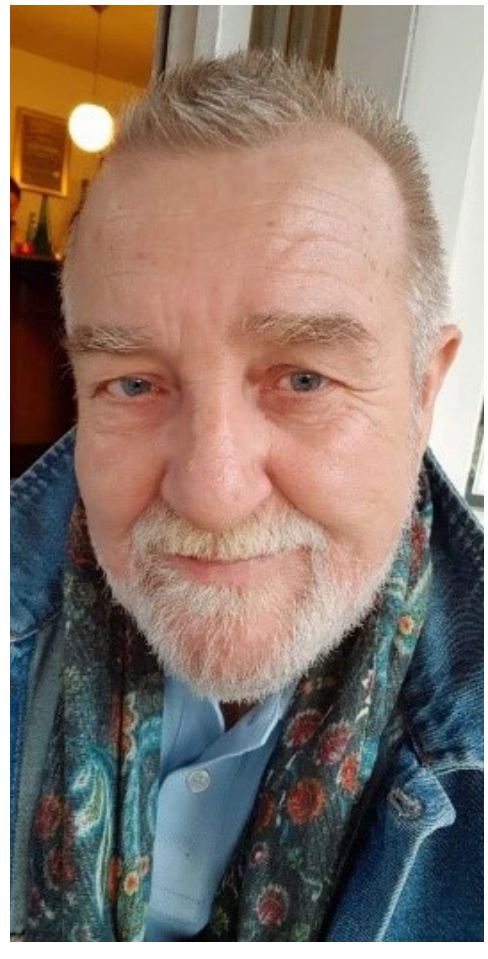
Ο κ. Τικάλας, ήταν από τους πρώτους που εισήγαγε τους μεζέδες στη Γερμανία και μύησε την ελίτ της Κολωνέζικης κοινωνίας στα εκλεπτυσμένα ελληνικά πιατάκια με τις παραδοσιακές γεύσεις συνοδευόμενες από εκλεκτά αποστάγματα. Το εστιατόριο του, Πλωμάρι άφησε εποχή. Λόγω της πανδημίας αποφάσισε να ασχοληθεί εκ νέου με τη μαγειρική τέχνη, συστήνοντας στη Γερμανική γευστική νοημοσύνη και νοοτροπία την Ελληνική σπιτική κουζίνα. 10 παραδοσιακά πιάτα, από επιλεγμένες πρώτες ύλες αυθεντικών συνταγών, μαγειρεμένα με μεράκι.

Ο Γιάννης Τικάλας ταξίδεψε πολύ, έγραψε πολύ, εργάστηκε πολύ, ονειρεύτηκε πολύ, δεν υπάρχει τίποτα λίγο σε αυτόν εδώ τον άνθρωπο… Στο μυαλό μου τον παρομοιάζω με ένα γερό κατάρτι που όσο και να το έφαγε η αλμύρα, αυτό εκεί αντιστέκεται!

Μεγάλες του αγάπες η μαγειρική και η ποίηση. Το παρακάτω ποίημα είναι αφιερωμένο στη μούσα του, στη «Βουλίτσα» του.

Ο Γιάννης Τικάλας ήταν από τους πρώτους που μύησε την ελίτ της Κολωνέζικης κοινωνίας στα ελληνικά παραδοσιακά πιάτα

ΣΤΗ ΓΥΝΑΙΚΑ ΜΟΥ
σαράντα χρόνια μαζί!...
πρωί και βράδυ
μέρα και νύχτα.
Κάποτε... Σκληρές κολόνες πάγου,
Τυλιγμένες σφιχτά με μια λινάτσα.
σαράντα χρόνια αγιασμένες παγοσταλές
αγάπης κι' ευτυχίας.
Όπου ν'άναι θα μείνη μόνο... η λινάτσα!
φοβάμαι μην μείνω μόνος.
Θ'άθελα ν'άχω την πρωτιά...
μη μου τη σκάσης
θα τρελαθώ Αγαπημένη μου!..
Κολωνία 23.04.2013



Γεύση από... Θράκη

Θα ταξιδέψουμε στη Θράκη για μία συνταγή που μόνο οι βέροι θρακιώτες γνωρίζουν και αναγνωρίζουν, τους Γκιουζλεμέδες.

ΥΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗ ΖΥΜΗ

1/2 κιλό αλεύρι για όλες τις χρήσεις
1 ποτήρι χλιαρό νερό περίπου
1/2 ποτήρι ελαιόλαδο
1 κ.γ. αλάτι
1/2 φακελάκι μαγιά
ελαιόλαδο για το τηγάνισμα

ΓΙΑ ΤΗ ΓΕΜΙΣΗ

2 αβγά
1½ κιλό τυρί φέτα
πιπέρι

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ

Σε μία μεγάλη λεκάνη ανακατεύουμε με την κάτωθι σειρά τα υλικά:
-Νερό το προσθέτουμε λίγο λίγο
-Μαγιά
-Λάδι
-Αλάτι
-Αλεύρι

- Αφού δημιουργήσουμε μία χαρακτηριστικά ελαστική ζύμη , την σκεπάζουμε με διαφάνεια και έπειτα με πετσέτα και την αφήνουμε να «ξεκουραστεί» για 1.5 ώρα
- Λιώνουμε τη φέτα με το πηρούνι, προσθέτουμε τα αυγά και το πιπέρι.
- Επάνω σε αλευρωμένη επιφάνεια, κόβουμε τη ζύμη σε μπαλίτσες και στη συνέχεια τις ανοίγουμε σε λεπτό φύλλο με πλάστη.
- Βάζουμε λίγη από τη γέμιση και διπλώνουμε τους γκιουζλεμέδες στα τέσσερα, τετράγωνη μορφή σα φάκελος.
- Ρίχνουμε ελαιόλαδο στο τηγάνι και μόλις ροδίσουν και από τις δύο πλευρές σε σχετικά ελεγχόμενη δυνατή φωτιά ,τους στραγγίζουμε 2 φορές τοποθετώντας τους σε απορροφητικό χαρτί.

Σερβίρονται ζεστοί και με χαμόγελο!

Μετακινούμενη κτηνοτροφία

Μια ενέργεια αμφίπλευρη δύο φορές το χρόνο, με πρωταγωνιστές τους κτηνοτρόφους που ακόμη και σήμερα φυλούν Θερμοπύλες στην οικονομία της χώρας μας, παλεύοντας με αντίξοες συνθήκες.

Γράφει ο
Θοδωρής Σδρούλιας

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που ως επί το πλείστον είναι γεωργοκτηνοτροφική. Η κτηνοτροφία ειδικά έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην οικονομία της χώρας. τα τελευταία χρόνια με τις σημαντικές αλλαγές που γίνονται στην Ελλάδα έχει μπει σε μια φθίνουσα κατάσταση. έχουν διαφοροποιηθεί πολλά πράγματα. Πολλές διαδικασίες του παρελθόντος όπως το κούρεμα , η κατασκευή ρούχων από μαλλί η μετακίνηση των κτηνοτρόφων από τα πεδινά στα ορεινά και αντίστροφα έχει μηδενισθεί. Εκτός από ένα συγκεκριμένο αριθμό κτηνοτρόφων που μετακινούνται ακόμη και σήμερα με τα πόδια .Ειδικά η μετακίνηση των κτηνοτρόφων στο πέρασμα του χρόνου είχε μια έννοια ουσιαστική. Οι οικογένειες ακολουθούσαν τα κοπάδια δεδομένου δεν υπήρχαν δρόμοι και τα αυτοκίνητα ήταν ανύπαρκτα .

Σήμερα ακόμη και τώρα κάποιοι κτηνοτρόφοι ακολουθούν την παλιά στράτα.

Ως επι το πλείστον τα κοπάδια με τα πρόβατα είχαν τον πρώτο λόγο, αλλά και τα γελάδια όμως είχαν τη δική τους διαδρομή.

Κατά την διάρκεια της διαδρομής διαπιστώσαμε για μια ακόμη φορά μια απίστευτη Ελλάδα, πανέμορφα τοπία που συνθέτουν Ελλάδα και Θεσσαλία, ενας απέραντος πλούτος, αλλά ταυτόχρονα μια κληρονομιά που χάνεται. Και εδώ πρέπει να τονίσουμε ότι η Μετακινούμενη κτηνοτροφία θα μπορεί να είναι ένα άριστο τουριστικό προϊόν διαφοροποιημένο και ιδιαίτερο.

Τα θεσσαλικά άλογα θα μπορούν να συνοδεύον γελάδια, βέβαια μην περιμένετε κάτι από τη Ελληνική πολιτεία ,αλλά όσοι θα θέλετε να ασχοληθείτε με αυτή τη μορφή εναλλακτικού τουρισμού θα το κάνετε με τις δικές σα δυνάμεις. Αυτή είναι η μια παράμετρος η άλλη είναι ότι κατά την διάρκεια της διαδρομής.

Από τα πεδινά στα ορεινά και από τα ορεινά στα πεδινά. Ακόμη και σήμερα ένας αρχέγονος τρόπος ζωής. Υπάρχουν ακόμη και σήμερα κάποιοι που τηρούν ευλαβικά τις παραδόσεις μας

Για εμάς που πήγαμε μαζί τους διαπιστώνουμε ότι υπάρχουν τεράστιες δυνατότητες να αναδεχθεί όλη αυτή η κληρονομιά.

Η κτηνοτροφία δημιουργεί σύστημα οικονομίας, αρκεί να το αντιληφθούμε σωστά και να κάνουμε τις σωστές ενέργειες.

Ο χώρος υπάρχει, η δομή υπάρχει, ακόμη υπάρχουν άνθρωποι που θα μας διδάξουν αυτή τη τεχνική, άρα δεν απομένει να γνωρίσουμε αυτή την κληρονομιά, αυτά είναι τα στοιχεία μας και αυτό μας κληροδοτούν οι πρόγονοί μας, αρκεί να το κάνουμε καλά. Και αυτό μας διαφοροποιεί από τους φίλους μας και εταίρους Ευρωπαίους.

Έχει ένα ένδοξο παρελθόν, ένα δύσκολο παρών , και με τις συνθήκες που επικρατούν ένα αβέβαιο μέλλον.

Παρ όλο αυτά όμως η κτηνοτροφία συνεχίζει, όπως επίσης και κάποιες προσπάθειες ανθρώπων που θέλουν να στηρίξουν την πρωτογενή παραγωγή, λιγες ομάδες παραγωγών και συνεταιρισμοί με εν α διαφορετικό πνεύμα προσπαθούν να αντιμετωπίσουν τις αντικειμενικές δυσκολίες.

Πάντως η Μετακινούμενη κτηνοτροφία είναι ένας τρόπος ζωής που συνυπήρξε με τους κτηνοτρόφους από αρχαιοτάτων χρόνων μέχρι και σήμερα. Μελετώντας τον τρόπο ζωής διαπιστώνουμε ότι ένας ολόκληρος κόσμος κινείται και δραστηριοποιείται μια κοινωνία σε ρυθμούς ασύλληπτους.

Τρόπος ζωής, αναχώρηση των κτηνοτρόφων, υλικός βίος ,πνευματικός βίος , κοινωνικός βίος, όλα αυτά συνθέτουν την εικόνα της μετακινούμενης κτηνοτροφίας.

Θεωρώ ότι σε επόμενο φύλλο μας θα πρέπει να δούμε πως αξιοποιείται ολη αυτή η παραγωγή που λέγεται γάλα, πως μεταποιείται, και πως φθάνει στον καταναλωτή που είναι ο τελικός αποδέκτης όλης αυτής της προσπάθειας που λέγεται, γάλα, τυρί, γιαούρτι, κασέρι, κεφαλοτύρι, γραβιέρα κλπ

Αποτελεί για το μέλλον μια τεράστια εναλλακτική μορφή τουρισμού,

Γιατί έχουμε ακόμη ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΑ ΝΑ ΣΑΣ ΔΙΗΓΗΘΟΥΜΕ.

Επωνύμως

Τι μάθαμε ... και τι όχι, από το WTTC

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Αναμένοντας το δικό μας άνοιγμα του τουρισμού σε λίγες μέρες, όπου έχουμε δικαίως εναποθέσει την ελπίδα της συνολικότερης ανάκαμψης της οικονομίας μας για φέτος, ας δούμε λίγο τι συμβαίνει παγκοσμίως. Διεξήχθη λοιπόν με επιτυχία, όπως θα διαβάσετε σε άλλη στήλη της εφημερίδας, στην πόλη Κανκούν στο Μεξικό, η Παγκόσμια Διάσκεψη του WTTC για το 2021, η πρώτη μεγάλη συγκέντρωση ηγετών του τουρισμού μετά το ξέσπασμα της πανδημίας.

Τι μάθαμε λοιπόν;

Θυμηθήκαμε κάτι που ξέραμε ήδη, ότι δηλαδή πριν από την πανδημία τα ταξίδια και ο τουρισμός το 2019 αντιπροσώπευαν 1 στις 4 από όλες τις νέες θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν σε ολόκληρο τον κόσμο, πάνω από 1 στις 10 συνολικές θέσεις εργασίας και πάνω από 10% του παγκόσμιου ΑΕΠ (9,2 τρισεκατομμύρια δολάρια).

Επιβεβαιώθηκε όμως δυστυχώς ότι ο παγκόσμιος τουρισμός υπέστη απώλεια περίπου 4,5 τρισεκατομμυρίων δολαρίων το 2020, με τη συμβολή του στο παγκόσμιο ΑΕΠ να μειώνεται σχεδόν στο μισό συγκριτικά με το 2019.

Το 2020, 62 εκατομμύρια θέσεις εργασίας χάθηκαν σε σχέση με το 2019, αφήνοντας μόλις 272 εκατομμύρια απασχολούμενους σε ολόκληρο τον τομέα, οι δε διεθνείς δαπάνες επισκεπτών υπέστησαν μια άνευ προηγουμένου μείωση σχεδόν 70%.

Μάθαμε ακόμη, κάτι που επίσης γνωρίζουμε, ότι ο ιδιωτικός τομέας του τουρισμού είναι αυτός που θα οδηγήσει το δρόμο για την ανάκαμψη και αυτός που πρέπει να αντιμετωπίσει τα πιεστικά ζητήματα της προστασίας των θέσεων εργασίας, της σωτηρίας των επιχειρήσεων και της στήριξης της παγκόσμιας οικονομίας μέσω της ασφαλούς επανεκκίνησης των διεθνών ταξιδιών.

> *Στη χώρα μας πρέπει να πορευτούμε με σχέδιο και τη δέουσα προσοχή στο άνοιγμα του τουρισμού μας, οι τουριστικές επιχειρήσεις πιστεύω θα σταθούν στο ύψος των περιστάσεων, και οι τουρίστες θα προτιμήσουν την ασφαλή Ελλάδα φέτος το καλοκαίρι*

Οι ηγέτες του τουρισμού, αλλά και υπουργοί από όλο τον κόσμο, συμφώνησαν ότι είναι ανάγκη για μεγαλύτερη συνεργασία του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα σε παγκόσμιο επίπεδο, ότι δηλαδή η στενή δημόσια και ιδιωτική συνεργασία θα είναι καθοριστικής σημασίας για τον τομέα ώστε να υποστηρίξει την ανάκαμψη της παγκόσμιας οικονομίας στη μετα-Covid εποχή.

Στα καλά νέα είναι επίσης η υπογραφή Διακήρυξης, η οποία αναγνώρισε τη συμβολή των γυναικών στον τουρισμό σε όλο τον κόσμο και τη σημασία ενός ισότιμου περιβάλλοντος γι' αυτές ώστε να πετύχουν ως ηγέτες και επαγγελματίες του τουρισμού.

Αυτό όμως που δεν μάθαμε, είναι το πότε επί της ουσίας θα ολοκληρωθούν και θα εφαρμοστούν πρωτόκολλα ασφαλείας για τα ταξίδια διεθνώς, καθώς σε ευρωπαϊκό επίπεδο ακόμη συζητήσεις γίνονται χωρίς αποτέλεσμα, σε παγκόσμιο δε επίπεδο ας μη το συζητάμε καλύτερα.

Αυτό δηλαδή που δεν πληροφορηθήκαμε με εγκυρότητα είναι με τι θα πρέπει να εφοδιαστούμε πριν μπούμε στο αεροπλάνο (πιστοποιητικό πράσινο εμβολιασμού, πιστοποιητικό αρνητικό 72 ωρών, διαβατήριο υγείας;) και τι καραντίνα θα μας βρει αν, μακριά από μας, μας βρει πρώτα ο covid.

Μένει επίσης να μάθουμε και να δούμε επί της ουσίας πώς θα υλοποιηθεί αυτή η πολυπόθητη συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, πώς δηλαδή θα στηρίξουν οι κυβερνήσεις με θεσμικά και οικονομικά μέτρα τις επιχειρήσεις που θα επανεκκινήσουν τον τουρισμό.

Εμείς εδώ στη χώρα μας πρέπει να πορευτούμε με σχέδιο και τη δέουσα προσοχή στο άνοιγμα του τουρισμού μας, οι τουριστικές επιχειρήσεις πιστεύω θα σταθούν στο ύψος των περιστάσεων, και οι τουρίστες θα προτιμήσουν την ασφαλή Ελλάδα φέτος το καλοκαίρι.

Όλα αυτά με σύνεση και ασφάλεια βεβαίως, για να μην πούμε για τον τουρισμό μας, από Μάρτη καλοκαίρι (λόγω της προσδοκίας του ανοίγματος του τουρισμού) κι από Αύγουστο ... χειμώνα (όπως πέρυσι).

** Ο Γιώργος Τζιάλλας είναι Εμπειρογνώμονας Τουρισμού, Τεχνικός Σύμβουλος Τουρισμού της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου, πρώην Γενικός Γραμματέας στο Υπουργείο Τουρισμού*

Ξεκινάει τη Δευτέρα το Οικονομικό Φόρουμ των Δελφών

Τη Δευτέρα, 10 Μαΐου, στο Ζάππειο Μέγαρο ξεκινάει τις εργασίες του το 6ο Οικονομικό Φόρουμ των Δελφών και θα διαρκέσει μέχρι το Σάββατο, 15 Μαΐου. Το Φόρουμ θα πραγματοποιηθεί σε υβριδική μορφή, καθώς περισσότεροι από 1.000 καλεσμένοι ομιλητές από 42 χώρες θα πάρουν μέρος στις εκδηλώσεις με φυσική και διαδικτυακή συμμετοχή, όπως αναφέρουν οι διοργανωτές.

Τις εργασίες του Φόρουμ θα ανοίξει με ομιλία της η Πρόεδρος της Δημοκρατίας Κατερίνα Σακελλαροπούλου, υπό την αιγίδα της οποίας πραγματοποιείται το Φόρουμ των Δελφών, ενώ στη συνέχεια οι Πρόεδροι της Εσθονίας, Κέρστι Κάλιουλαϊντ και της Σλοβακίας, Ζουζάνα Τσαπούτοβα, θα απευθύνουν στο κοινό του Φόρουμ των Δελφών διαδικτυακό χαιρετισμό.

Το φετινό Οικονομικό Φόρουμ των Δελφών θα φιλοξενήσει υψηλούς προσκεκλημένους που θα ταξιδέψουν στην Αθήνα, προκειμένου να παρευρεθούν και να συζητήσουν ζωντανά στα ειδικά διαμορφωμένα στούντιο του Ζαππείου.

Το πρόγραμμα του 6ου Οικονομικού Φόρουμ των Δελφών θα μεταδίδεται ζωντανά σε 4 ταυτόχρονα live streams και είναι δομημένο σε 10 θεματικούς πυλώνες:

- 200 Χρόνια από την Ελληνική Επανάσταση: 1821-2021
- Γεωπολιτική και Διεθνής Ασφάλεια
- Παγκόσμια Οικονομία
- Το Μέλλον της Ευρώπης
- Βιωσιμότητα και Κλιματική Αλλαγή
- Άνθρωποι, Οργανώσεις και Κοινωνία
- Τεχνολογία και το Μέλλον της Ανάπτυξης
- Ελλάδα: Διαρθρωτικές Μεταρρυθμίσεις και Βιώσιμη Ανάπτυξη
- Υγεία
- Παιδεία και Εκπαίδευση

Στην ιστοσελίδα του Φόρουμ (www.delphiforum.gr) παρατίθεται το πρόγραμμα του Φόρουμ, καθώς και οι 1.000 και πλέον επιβεβαιωμένοι ομιλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Η παρακολούθηση του online Φόρουμ είναι ελεύθερη με εγγραφή στο **delphiforum.gr/register**.

Ανάπτυξη πάνω από 4% με όχημα τον τουρισμό

Ανάπτυξη άνω του 4% από το 2021 και για τα επόμενα χρόνια θα επιτύχει η χώρα, με τη συμβολή και του τουρισμού ήδη από φέτος, εκτίμησε ο διευθύνων σύμβουλος της Τράπεζας Πειραιώς Χρήστος Μεγάλου, σε συνέντευξή του στο CNBC με αφορμή την πρόσφατη επιτυχημένη αύξηση μετοχικού κεφαλαίου ύψους 1,4 δισ. ευρώ που πραγματοποίησε η Τράπεζα Πειραιώς, όπως αναμετέδωσε το ΑΠΕ-ΜΠΕ.

Ο κ. Μεγάλου επισήμανε ότι μια σειρά από θετικοί παράγοντες συνηγορούν προς την επίτευξη ισχυρής ανάπτυξης: πρώτον, η πρόσφατη και μη αναμενόμενη αναβάθμιση από τον οίκο αξιολόγησης S&P με θετικό outlook για την οικονομία, δεύτερον, ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής που αποτυπώνει τις προσδοκίες για το επόμενο διάστημα και τρίτον, το γεγονός ότι η Ελλάδα έχει εκπονήσει ένα φιλόδοξο αλλά πολύ στοχευμένο σχέδιο για την αξιοποίηση των πόρων του Ταμείου Ανάκαμψης και των Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων, οι οποίοι φθάνουν τα 75 δισ. ευρώ.

Η Ελλάδα έχει επιτύχει την τελευταία διετία υψηλό ρυθμό απορρόφησης ευρωπαϊκών κονδυλίων ώστε υλοποιώντας το σχεδιασμό της, θα έχει την ευκαιρία να διοχετεύσει πόρους σε τομείς όπως η ψηφιακή, η πράσινη οικονομία, οι εξαγορές και συγχωνεύσεις, ανέφερε ο κ. Μεγάλου.

Ειδικότερα για τον τουρισμό, ο διευθύνων σύμβουλος της Τράπεζας Πειραιώς εξέφρασε την εκτίμηση ότι τα έσοδα θα ανέλθουν φέτος στο 50% των εσόδων του 2019, επισημαίνοντας ότι θετικά στην επανεκκίνηση του τουρισμού θα λειτουργήσει η ροή των εμβολιασμών στη χώρα, καθώς ως το τέλος Ιουνίου αναμένεται να έχει εμβολιαστεί το 70% του πληθυσμού.

Περί Τουρισμού... ο λόγος

Η Δυναμική του Αγροτουρισμού

Γράφει ο
Χρήστος Αναστασόπουλος
Οικονομολόγος, MSc

Ο Αγροτουρισμός, υπό τη διευρυμένη του έννοια και στην ολιστική του διάσταση, προβάλλει ως βασική συνιστώσα του νέου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης που χρειάζεται η χώρας μας.

Αναπτύσσεται σε μη αστικό περιβάλλον, παρέχοντας υπηρεσίες φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους ενοποιημένους ή γειτνιάζοντες με αγροτικές εγκαταστάσεις. Ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τη φύση, με τον πολιτισμό, με τα τοπικά ήθη και έθιμα, την τοπική γαστρονομία. Αξιοποιεί τη δυνατότητα συμμετοχής σε αγροτικές και κτηνοτροφικές ασχολίες, σε αθλητικές δραστηριότητες, σε πολιτιστικά δρώμενα και σε γευσιγνωσίες. Επισκέπτεται αρχαιολογικούς χώρους, μοναστήρια, μουσεία και οινοποιεία. Παρακολουθεί μαθήματα τοπικής μαγειρικής, παραδοσιακών χορών και κατασκευής προϊόντων χειροτεχνίας.

Συνταιριάζοντας ιδανικά τον αγροδιατροφικό τομέα με τον τουρισμό ο Αγροτουρισμός απαντά στο πρόβλημα της ανισόρροπης διάρθρωσης της οικονομίας μας και δημιουργεί τις προϋποθέσεις συγκράτησης του αγροτικού πληθυσμού στις εστίες του αλλά και επανάκαμψης κατοίκων από τα αστικά κέντρα. Έτσι, προσφέρεται, ταυτόχρονα, ως λύση στο απαραίτητο, σύμφωνα με τον Ο.Η.Ε., εγχείρημα ανάσχεσης έως το 2050 της εντεινόμενης αστικοποίησης και της αποτροπής του κινδύνου της συνεπαγόμενης επισιτιστικής επισφάλειας, λόγω εγκατάλειψης της πρωτογενούς παραγωγής.

Αναδεικνύει, προβάλλει και προστατεύει, το φυσικό, αρχιτεκτονικό, λαογραφικό και πολιτισμικό κεφάλαιό μας. Παράλληλα, συνδυάζεται ιδανικά με τις υπόλοιπες μορφές εναλλακτικού-θεματικού τουρισμού και δύναται να αποτελέσει τη βάση ανάπτυξής τους, μέσω ολοκληρωμένου σχεδιασμού για κάθε τόπο με γνώμονα τη μοναδικότητα του τουριστικού του προϊόντος.

Επεκτείνει σημαντικά τα όρια του χώρου όπου αναπτύσσεται η τουριστική δραστηριότητα και επενεργεί διασταλτικά στη χρονική διάρκεια της τουριστικής περιόδου, αφορώντας τελικά και τις τέσσερις εποχές του χρόνου, και τις 365 ημέρες του.

> *Ο Αγροτουρισμός απαντά στο πρόβλημα της ανισόρροπης διάρθρωσης της οικονομίας μας και δημιουργεί τις προϋποθέσεις συγκράτησης του αγροτικού πληθυσμού στις εστίες του αλλά και επανάκαμψης κατοίκων από τα αστικά κέντρα*

Συνεπάγεται την ενεργοποίηση του ενδογενούς δυναμικού της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται και έχει ως θετική κοινωνική επίδραση την ανάπτυξη στα μέλη της κοινότητας του αισθήματος της συμμετοχής στα κοινά και της συλλογικότητας μεταξύ τους.

Συμπερασματικά, ο Αγροτουρισμός διασφαλίζει μια ήπια, βιώσιμη, πράσινη και δίκαιη ανάπτυξη είτε θεωρηθεί ένα μεθοδολογικό εργαλείο ανάπτυξης μικρών και μειονεκτικών τόπων είτε μια μοναδική ευκαιρία μιας εναλλακτικής θεώρησης της συνολικής τουριστικής μας πολιτικής (Παπακωνσταντινίδης, 1993).

Destination branding

Το brand ενός προορισμού είναι πάνω απ ‹όλα ένας κοινωνικός κρίκος, μια ιδέα που συμμερίζονται όλοι οι παράγοντες του προορισμού και ιδιαίτερα οι κάτοικοί του. Είναι ένα λάβαρο πολέμου που πρέπει πρώτα να γίνει αποδεκτό από τους ντόπιους πριν στραφούμε στους επισκέπτες

Γράφει ο
Δημήτρης Τριανταφυλλίδης
CEO Meliortempus Development Ltd

Στην μόδα από το 1977 και το περίφημο I LOVE NY, αρκετές πόλεις σε όλο τον κόσμο έχουν ξεκινήσει τη δημιουργία του δικού τους brand ακολουθώντας τη λογική ότι μια πόλη και ένας προορισμός μπορούν να πουληθούν με τον ίδιο τρόπο και τα καταναλωτικά προϊόντα.

Επειδή το branding ενός προορισμού είναι πολύ περισσότερο από ένα όνομα, μια οπτική ταυτότητα και ένα ωραίο λογότυπο.

Ωστόσο, αυτή είναι η πραγματικότητα σε πολλές περιπτώσεις. Όμορφα λογότυπα, ιστοσελίδες και φυλλάδια... άδεια ουσίας, μακριά από τις αξίες, απλά τεχνάσματα, μακιγιάζ που εξαφανίζεται με τη φθορά του χρόνου.

Για να είμαστε σύντομοι και ακριβείς λέμε ότι ένα brand χαρακτηρίζει τον τρόπο που οι άλλοι μιλούν για σας όταν δεν είστε στο ίδιο χώρο.

Το brand ενός προορισμού είναι πάνω απ ‹όλα ένας κοινωνικός κρίκος, μια ιδέα που συμμερίζονται όλοι οι παράγοντες του προορισμού και ιδιαίτερα οι κάτοικοί του. Είναι ένα λάβαρο πολέμου που πρέπει πρώτα να γίνει αποδεκτό από τους ντόπιους πριν στραφούμε στους επισκέπτες. Αρκετές διεθνείς πόλεις έχουν επιτύχει. Πολλοί ντόπιοι φορούν περήφανα το brand του προορισμού τους, επειδή τους αντιπροσωπεύει.

Επειδή η εμπορική προσαρμογή είναι μια πολύπλοκη διαδικασία για :

- **Να ενώσουμε** όλους τους συμπολίτες μας πίσω από αυτήν την ιδέα
- **Να προωθήσουμε** την πόλη μας με σεβασμό για το περιβάλλον της
- **Να αυξήσουμε** τα εισοδήματα των επιχειρήσεων
- **Να παρατείνουμε** την καλοκαιρινή σαιζόν.
- **Να προσελκύσουμε** επενδυτές
- **Να υποδεχτούμε** νέους κατοίκους και να σταματήσουμε την απερήμωση των πόλεων μας

Πρόκειται για μια πραγματική στρατηγική διαφοροποίησης.

Αυτή η διαφοροποίηση είναι δυνατή μόνο εάν ο προορισμός είναι προικισμένος με συγκεκριμένους πόρους με αυθεντικά χαρακτηριστικά. Πρέπει να μπορούμε να απαντήσουμε στο ερώτημα: γιατί να έρθουν και να επενδύσουν ή να ζήσουν στον προορισμό μας και όχι στο γείτονα μας.

Η Ελλάδα μπήκε αργά σε αυτόν τον διαγωνισμό, το brand της που δεν είναι branded, υπάρχει μόνο από μια φήμη που την συνδέει με το ιστορικό παρελθόν της και ιδιαίτερα με τις ρίζες της δημοκρατίας, πριν την θάλασσα, τον ήλιο και τον ελληνικό τρόπο ζωής.

Παρά το γεγονός αυτό και για περισσότερα από είκοσι χρόνια έχει αποτύχει να οικοδομήσει ένα ισχυρό και ανταγωνιστικό brand. Δεν ήταν λόγω έλλειψης φιλοδοξίας ή αξιών, αλλά μάλλον επειδή δεν το χρειαζόταν πραγματικά, λόγω των συνεχών αλλαγών στον προσανατολισμό και την πολιτική, επειδή η τουριστική επιχείρηση έγινε στο αυτόματο πάνω στην έννοια της θάλασσας και του ήλιου. Ο συγκεντρωτισμός και η εξάρτηση του τουρισμού από το κράτος-πατέρα την εμπόδισαν επίσης να αναπτύξει τοπικά brand, εκτός εξαιρέσεων.

Όλα πηγαίνανε καλά μέχρι την κρίση του Covid που δεν δημιούργησε το πρόβλημα από μόνη της, αλλά έσκασε τη αναπτυξιακή φούσκα.

Ας είμαστε συγκεκριμένοι. Είπαμε ότι το brand είναι ο τρόπος που μιλάνε οι άλλοι για μας.

Οι « άλλοι » είναι οι επισκέπτες, οι οποίοι δεν βλέπουν τα πράγματα με τον ίδιο τρόπο όπως εμείς, οι οποίοι δεν αποκωδικοποιούν τα μηνύματα ή τα χρώματα με τον ίδιο τρόπο όπως εμείς.

Η απουσία αυτής της εξωτερικής όψης μας οδηγεί στο να χτίζουμε τα brand των προορισμών μας μέσα από την φούσκα μας, με την συνηθισμένη εσωστρέφεια που μας χαρακτηρίζει. Βεβαίως, δεν μπορούμε να ζητήσουμε από τους επαγγελματίες του τουρισμού να έχουν αυτό το διπλό όραμα, διότι λίγοι έχουν συνεργαστεί με διεθνή εμπορικά σήματα ή προϊόντα σε ανταγωνιστικές αγορές. Αυτό μας τιμωρεί πάρα πολύ.

Μετά έχουμε το «εμείς» – που όπως είπαμε – είναι οι ρίζες του κάθε προορισμού, αλλά όχι απαραίτητα όλες, μόνο αυτές που μας επιτρέπουν να είμαστε αυθεντικοί και διαφορετικοί από τους γείτονές μας. Δεν χρειαζόμαστε δέκα λόγους! Ένας θα μπορούσε να είναι αρκετός για να μας διαφοροποιήσει και να μας επιτρέψει να επιλεγούμε.

Έτσι, αυτός ο συνδυασμός από « εμάς και αυτούς » κάνει αυτό το brand έναν επιτυχημένο προορισμό ή όχι.

Εάν το όνομα του προορισμού σας είναι ισχυρό και γνωστό, θα σας βοηθήσει να γίνετε ένα εμπορικό σήμα γρηγορότερα, εάν κατορθώσετε να το τοποθετήσετε καλά στην τοπική και διεθνή αγορά.

Τέλος, η απλότητα, το μέτρο και αυτό το εξωτερικό βλέμμα, μιλώντας την ίδια γλώσσα με τους επισκέπτες σας ... θα σας φέρουν τα καλύτερα αποτελέσματα.

Δεν είναι ένας εύκολος δρόμος, αλλά είναι αποτελεσματικός.

Γιατί σήμερα περισσότερο από χθες είναι μια υποχρέωση και ένας μονόδρομος.

ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙΤΕ για τα ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΝΕΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ μέσα από το site του itnnews.gr και την σελίδα μας στο facebook @itnnews.gr

ITN

NEWS

International Tourism News

Εργατική Πρωτομαγιά με το βλέμμα στο 8ωρο

Το νομοσχέδιο του υπουργείου Εργασίας βρέθηκε στο επίκεντρο των φετινών απεργιακών κινητοποιήσεων για την Πρωτομαγιά, καθώς συνδικάτα, σωματεία και κόμματα της αντιπολίτευσης βρίσκονται επί ποδός πολέμου για τις διατάξεις που αφορούν την επέκταση του ωραρίου εργασίας

Οι νομοθετικές πρωτοβουλίες της κυβέρνησης που, όπως τονίζουν σωματεία και συνδικάτα, θέτουν σε αμφισβήτηση το 8ωρο και βασικές κατακτήσεις των εργαζομένων βρέθηκαν στο επίκεντρο των απεργιακών κινητοποιήσεων που πραγματοποιήθηκαν σήμερα 6 Μαΐου και την 4η Μαΐου για τον εορτασμό της Εργατικής Πρωτομαγιάς.

Το νομοσχέδιο αφορά ιδιαίτερα τον κλάδο τουρισμού – επισιτισμού αφού σύμφωνα με τα όσα προβλέπονται οι επιχειρήσεις θα μπορούν να απασχολούν εργαζομένους ως 10 ώρες ημερησίως χωρίς πρόσθετη αμοιβή, εφόσον εντός του ίδιου 6μήνου, «εξοφλούν» τις ώρες, με αντίστοιχη μείωση ωρών ή ρεπό ή ημέρες άδειας.

Ο εργοδότης θα έρχεται σε ατομική συμφωνία με τον εργαζόμενο, που θα προβλέπει την επιπλέον εργασία (2 ώρες) για τον εργαζόμενο, για μια περίοδο αναφοράς, με την δυνατότητα, του εργαζομένου να δουλέψει λιγότερες ώρες, σε άλλη περίοδο. Η επιχείρηση, θα πρέπει να αποδείξει ότι, έχει αυξημένο κύκλο εργασιών, μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο και ως εκ τούτου, έχει ανάγκη να απασχολήσει περισσότερες ώρες τους εργαζόμενους. Για το λόγο αυτό, κλάδοι όπως ο τουρισμός και ο επισιτισμός, οι μεταφορές κλπ. θα είναι οι πρώτοι στους οποίους θα εφαρμοστεί το μέτρο. Έπειτα, θα ακολουθήσουν η βιομηχανία τροφίμων, η κονσερβοποιία, η υφαντουργία κ.α.

Δεν είναι λίγοι αυτοί που επισημαίνουν πως αυτός ο όρος για περισσότερες ώρες εργασίας μια περίοδο και λιγότερες μια άλλη θα καταστρατηγηθεί στην πράξη από τις επιχειρήσεις και οι εργαζόμενοι ουσιαστικά είτε θα δουλεύουν συνεχώς περισσότερες ώρες, είτε δεν θα εργαστούν ποτέ με μειωμένο ωράριο για να ισοσκελίσουν τις περισσότερες ώρες εργασίας μιας έντονης εργασιακά περιόδου. Ουσιαστικά, όπως τονίζεται από τα σωματεία αυτή η διάταξη ανοίγει την πόρτα πρακτικά για την κατάργηση των υπερωριών.

Θα πρέπει βεβαίως να αναφερθεί πως ήδη με το υφιστάμενο πλαίσιο, (αρ. 42 του ν. 3986/2011), ο εργαζόμενος επιτρέπεται για μία χρονική περίοδο (περίοδος αυξημένης απασχόλησης) να εργάζεται ημερησίως περισσότερες ώρες (έως 10 ώρες) και σε άλλη χρονική περίοδο (περίοδος μειωμένης απασχόλησης) να εργάζεται λιγότερες ώρες αντίστοιχα, ή να χορηγείται στον εργαζόμενο ανάλογη ημερήσια ανάπαυση (ρεπό) ή συνδυασμός μειωμένων ωρών εργασίας και ημερών ανάπαυσης.

Προϋπόθεση όμως εφαρμογής του συστήματος αυτού σήμερα, είναι η ύπαρξη συμφωνίας μεταξύ του εργοδότη και των εκπροσώπων των εργαζομένων. Η διευθέτηση χρόνου μπορεί να καθορίζεται, μόνο με επιχειρησιακές συλλογικές συμβάσεις εργασίας ή με συμφωνία του εργοδότη και του επιχειρησιακού σωματείου που αφορά τα μέλη του ή με συμφωνία με το συμβούλιο εργαζομένων ή με ένωση προσώπων.

Στην πράξη

Το υπάρχον σύστημα δεν εφαρμόστηκε εκτενώς. Τα συνδικάτα δεν προχώρησαν σε αντίστοιχες συμφωνίες, με αποτέλεσμα, το μέτρο να «ατονήσει» στην πράξη. Αυτός είναι και ο λόγος που σήμερα η κυβέρνηση επιδιώκει να ξεπεράσει τον «σκόπελο» των συνδικάτων και να θεσπίσει την συμφωνία με ατομική σύμβαση εργαζομένου και εργοδότη προκειμένου να υπερβεί το οκτάωρο.

Η τηλεργασία ήρθε για να μείνει

Στην πανδημία υπήρξαν μεγάλες ανατροπές για τις εργασιακές συνήθειες, με πρώτη την εφαρμογή της τηλεργασίας, χωρίς να υπάρχει πλαίσιο, που δέχθηκε θετικές και αρνητικές κρίσεις, τόσο από τους εργαζόμενους όσο και από την εργοδοσία. Από την πλευρά των επιχειρήσεων σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το περασμένο φθινόπωρο οι περισσότεροι εργοδότες έδειξαν δυσπιστία, ως προς τη συνέπεια των εργαζομένων κατά την τηλεργασία και δήλωσαν πως δεν επιθυμούν τη συνέχισή της μετά την άρση των μέτρων. Επίσης πολλοί εργαζόμενοι τόνισαν πως με την τηλεργασία «χάνεται» η αίσθηση του χρόνου και του ωραρίου και καταλήγεις να εργάζεσαι σχεδόν όλη τη μέρα. Υπήρξαν ωστόσο επιχειρήσεις, αλλά και εργαζόμενοι που είδαν θετικά την τηλεργασία και υποστήριξαν πως επιθυμούν να συνεχίσουν αυτόν τον τρόπο εργασίας και συνεργασίας και μετά τη λήξη των μέτρων.

Να πούμε εδώ πως το υπουργείο Εσωτερικών έθεσε σε δημόσια διαβούλευση νομοσχέδιο για τη θέσπιση της τηλεργασίας στον Δημόσιο Τομέα και πέραν των έκτακτων συνθηκών, όπως η τρέχουσα πανδημία. Κοινώς θα θεσπιστεί η δυνατότητα τηλεργασίας στο δημόσιο σε μόνιμη βάση. Από πολλές πλευρές θεωρείται πως το συγκεκριμένο νομοσχέδιο θα αποτελέσει οδηγό για τη θέσπιση τηλεργασίας σε μόνιμη βάση και στον ιδιωτικό τομέα. Στο σχέδιο νόμου προβλέπεται, μεταξύ άλλων, ανώτατο πλαφόν 40 ημερών τηλεργασίας ανά τρίμηνο με εξαίρεση του διμήνου Ιουλίου – Αυγούστου, ενώ οι εργαζόμενοι διατηρούν τα ίδια δικαιώματα και υποχρεώσεις χωρίς μισθολογικές ή ασφαλιστικές διακυμάνσεις.

Δεν είναι λίγοι αυτοί που επισημαίνουν πως αυτός ο όρος για περισσότερες ώρες εργασίας μια περίοδο και λιγότερες μια άλλη θα καταστρατηγηθεί στην πράξη από τις επιχειρήσεις, σε βάρος των εργαζομένων

Όλοι όμως γνωρίζουμε πως η όποια διαπραγμάτευση του εργαζόμενου με την επιχείρηση ή τον εργοδότη δεν είναι μεταξύ ίσων μερών.

Θεωρείται βέβαιο πως οι απαιτήσεις και διλήμματα θα τεθούν εκβιαστικά από πλευράς επιχειρήσεων, τη στιγμή μάλιστα που η ανεργία φαίνεται να παίρνει και πάλι την ανιούσα, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης που έχει προκληθεί από την πανδημία.

ΠΟΕΕΤ

Δεν θίγεται το δικαίωμα υποχρεωτικής επαναπρόσληψης, όσων ήταν σε αναστολή σύμβασης

Η ΠΟΕΕΤ εξέδωσε ανακοίνωση με την οποία τονίζει πως κατόπιν συναντήσεων που είχε η Ομοσπονδία με τον υπ. Εργασίας Κ. Χατζηδάκη εκδόθηκε ερμηνευτική εγκύκλιος, η οποία αποσαφηνίζει πως δεν θίγεται το δικαίωμα υποχρεωτικής επαναπρόσληψης σε όσους εργαζόμενους του τουρισμού – επισιτισμού ήταν σε αναστολή σύμβασης, είτε μονομερή, είτε από τον εργοδότη. Αναλυτικά η ανακοίνωση αναφέρει: «Στις 10 Μαρτίου 2021 η Εκτελεστική Επιτροπή της Ομοσπονδίας μας συναντήθηκε με τον Υπουργό Εργασίας κ. Χατζηδάκη και την Γ.Γ. του Υπουργείου Εργασίας κα. Στρατινάκη. Μεταξύ άλλων τότε είχαμε ζητήσει να μην θίγεται το δικαίωμα υποχρεωτικής επαναπρόσληψης σε όσους συναδέλφους ήταν σε αναστολή σύμβασης είτε μονομερή είτε από τον εργοδότη.

Εχθές λοιπόν το απόγευμα βγήκε η ερμηνευτική εγκύκλιος που το αποσαφηνίζει αυτό. Σίγουρα μια θετική εξέλιξη για τους συναδέλφους μας, αποτέλεσμα της πίεσης από την Ομοσπονδία μας. Σίγουρα υπάρχουν σημεία στην εγκύκλιο που πρέπει να εξεταστούν με το Υπουργείο Εργασίας, όμως η χθεσινή εξέλιξη αποδεικνύει πως όταν αγωνίζεσαι τότε σίγουρα έχεις αποτελέσματα», καταλήγει η ανακοίνωση της ΠΟΕΕΤ.

Γράφει ο
Μιχάλης Μάρκου
MBA* Διευθυντικό Στέλεχος -Σύμβουλος Επιχειρήσεων & Καθηγητής Διοίκησης Επιχειρήσεων/Marketingd

Η σημασία των διαπροσωπικών και επικοινωνιακών δεξιοτήτων

Η επικοινωνία μπορεί να οριστεί ως η διαδικασία αμφίδρομης ανταλλαγής πληροφοριών, μηνυμάτων, σκέψεων, ιδεών, κρίσεων, αντιλήψεων, συναισθημάτων, συμπεριφορών μεταξύ δυο ή περισσότερων προσώπων με τη χρήση λεκτικών (προφορικό και γραπτό λόγο) και μη λεκτικών συμβόλων (χειρονομίες, εκφράσεις, στάσεις σώματος) με στόχο την αλληλοκατανόηση και την ανάπτυξη σχέσεων, αποσκοπώντας σε αποτελεσματικές συνεργασίες προς όφελος των ατόμων και των επιχειρήσεων/οργανισμών.

Οι επιχειρήσεις/οργανισμοί, έχουν ανάγκη την επικοινωνία και τα στελέχη/managers παίζουν σημαίνοντα ρόλο σε αυτή την προσπάθεια επικοινωνίας μιας και μέσω αυτών θα μεταβιβαστούν πληροφορίες, ιδέες και σκέψεις με στόχο να προκαλέσουν στους δέκτες των μηνυμάτων αντίστοιχα ιδέες, πράξεις, συμπεριφορές και συναισθήματα. Και η διαδικασία της επικοινωνίας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τις ανθρώπινες σχέσεις και επηρεάζει την όλη συμπεριφορά των μελών μιας ομάδας. Οπότε, η ικανότητα των διαπροσωπικών και επικοινωνιακών δεξιοτήτων των στελεχών είναι βαρύνουσας σημασίας για τις επιχειρήσεις ειδικά σε περιόδους κρίσεων και έντονων αλλαγών.

Οι διαπροσωπικές και επικοινωνιακές δεξιότητες περιλαμβάνουν την ικανότητα να ακούμε προσεκτικά και να παρατηρούμε προκειμένου να κατανοούμε πραγματικά, να συζητάμε, να μεταφέρουμε αποτελεσματικά τις σκέψεις και τις ιδέες μας προφορικά ή γραπτά, να συσχετίζουμε και να εκφράζουμε ιδέες με ξεκάθαρο και αποτελεσματικό τρόπο, να αξιοποιούμε στρατηγικές και δεξιότητες για να συνεργαστούμε με τους άλλους, να πείσουμε ή να επηρεάσουμε, να ενθαρρύνουμε για συμμετοχή, να πείθουμε, να διαπραγματευόμαστε, να δίνουμε και να παίρνουμε.

Η επικοινωνία και οι καλές διαπροσωπικές σχέσεις είναι ζωτικής σημασίας σε όλο το φάσμα των επιχειρήσεων, όχι μόνο για λόγους παρακίνησης του προσωπικού, ή πειθούς, αλλά και για να επιτευχθούν οι επιχειρηματικοί στόχοι ενός οργανισμού. Για να μπορέσει το προσωπικό να κάνει τη δουλειά του σωστά, αποτελεσματικά και με ακρίβεια, χρειάζεται να αντιλαμβάνεται σωστά τόσο το δικό του ρόλο, όσο και των άλλων, όπως επίσης και να μπορεί να συνεργάζεται αποτελεσματικά και να λειτουργεί σαν μέλος μιας ομάδας. Αυτό επιτυγχάνεται μόνο μέσω της καλής επικοινωνίας και των διαπροσωπικών σχέσεων. Είναι αναγκαίο η προφορική και η οπτική επικοινωνία να είναι σε επίπεδα τέτοια που όχι μόνο να βοηθούν στη μεταφορά μηνυμάτων και στη συνεννόηση, αλλά και στη βελτίωση της κατανόησης και της συνεργασίας μέσα σε μια επιχείρηση/οργανισμό.

Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητα soft skills στον εργασιακό χώρο αλλά και σχεδόν σε κάθε πτυχή της καθημερινής ζωής. Το να διαθέτεις καλές επικοινωνιακές δεξιότητες σου επιτρέπει να δημιουργείς και να διατηρείς σχέσεις, οι οποίες είναι πάντα σημαντικές όταν εργάζεσαι μαζί με άλλα άτομα και μάλιστα πολλοί εργοδότες δίνουν μεγάλη έμφαση στην κατοχή αυτών των δεξιοτήτων μιας και ταιριάζουν σε ένα μεγάλο φάσμα θέσεων εργασίας και κλάδων.

ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΝΗΣΙΩΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

28-30 ΜΑΪΟΥ 2021

VIRTUAL MACT EXPO CENTER

ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΝΗΣΙΩΤΙΚΩΝ
ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

28 - 30 ΜΑΙΟΥ 2021
VIRTUAL MACT EXPO CENTER

MACT MEDIA GROUP

2110129575 info@mact.gr