



ΝΕΟΣ ΥΠΟΥΡΓΟΣ Ο ΒΑΣΙΛΗΣ ΚΙΚΙΛΙΑΣ - ΤΙ ΔΗΛΩΣΕ Ο ΧΑΡΗΣ ΘΕΟΧΑΡΗΣ

Η «αλλαγή φρουράς» στο Υπουργείο Τουρισμού

ΣΕΛ.8-9

Κατακόρυφη η άνοδος
της τουριστικής κίνησης

Ξεπέρασαν τις προσδοκίες
οι αφίξεις, λένε οι φορείς

ΕΡΕΥΝΑ: Αλλάζει το προφίλ
των τουριστών στην Κρήτη

Στα αρνητικά η απώλεια
140.000 θέσεων εργασίας

ΣΕΛ.10-13

Ιούλιος και Αύγουστος ΜΟΙΡΑΣΑΝ ΧΑΜΟΓΕΛΑ



Ελληνική
Μικροζυθοποιία
Ζυμώσεις για μια
αναβαθμισμένη εμπειρία

ΑΦΙΕΡΩΜΑ
ΜΙΚΡΟΖΥΘΟΠΟΙΑ
Ζυμώσεις
για... έσοδα
Χρ. Δημτσούδης:
Θέτουμε βάσεις για
τον ζυθοτουρισμό

ΣΕΛ.25-41



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
Ν. ΛΕΙΒΑΔΑΡΑΣ
Η Σύρος επενδύει
στον εναλλακτικό
τουρισμό

ΣΕΛ.20-21



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
Π. ΛΟΥΤΡΙΩΤΗΣ
Άνοδος έως
και 20% φέτος
για το yachting

ΣΕΛ.48-49



Ο πύρινος
εφιάλτης,
και η ζημιά για
τον τουρισμό

ΣΕΛ.14-15



Απογειώνεται
το Σάββατο
η **Athens
Flying Week**

ΣΕΛ.18-19



**CYCLADES
YACHTING
FESTIVAL AND
GASTRONOMY**
SYROS
9-10-11
OCTOBER 2021

Ανοίγουν
πανιά
τα **Yachting
Festivals**

ΣΕΛ.22-23



**YACHTING
& GASTRONOMY**
VOLOS
14-15-16-17
OCTOBER 2021



Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της
«itn Ελληνικός Τουρισμός»

Τα θετικά μηνύματα και οι αδήριτες ανάγκες

Τα μηνύματα από τις τουριστικές περιοχές αναφέρουν πως η τουριστική κίνηση το δίμηνο Ιουλίου – Αυγούστου ξεπέρασε τις προσδοκίες που υπήρχαν για τη φετινή χρονιά. Οι πληρότητες τον Αύγουστο φαίνεται πως ξεπέρασαν σε κάποιες περιπτώσεις το 80%. Στα τέλη του μήνα θα έχουμε τα συνολικά στοιχεία που θα μας δείξουν με περισσότερη ακρίβεια πως ακριβώς πήγε η χρονιά και τι μπορούμε να ελπίζουμε για το μέλλον.

Το σίγουρο, πάντως είναι πως δεν πρέπει να εφησυχάζουμε. Η πανδημία ακόμη καλά κρατεί και θα κρίνει κατά πόσο θα καταφέρει να διευρυνθεί η τουριστική περίοδος και τους επόμενους μήνες. Επιπλέον ήδη γνωρίζουμε πως χάθηκαν 140.000 θέσεις εργασίας στον τουρισμό, με τους απασχολούμενους να έχουν κατευθυνθεί σε άλλους τομείς, ενώ δεν είναι καθόλου ευκαταφρόνητος ο αριθμός των ξενοδοχείων προς πώληση, καθώς δεν κατόρθωσαν να ανταπεξέλθουν στις οικονομικές πιέσεις που προκάλεσε η πανδημία.

Σαν να μην έφθναν αυτά οι φωτιές τερμάτισαν πρόωρα τη σεζόν στις πληγείσες περιοχές. Αγροτουριστικές μονάδες εξαφανίστηκαν από τον χάρτη, ενώ και οι υπόλοιπες που διασώθηκαν είναι ένα ερώτημα πώς θα καταφέρουν να προσελκύσουν επισκέπτες σε ένα αποτεφρωμένο περιβάλλον.

Άλλο ένα κρίσιμο ζήτημα είναι ο χειμερινός τουρισμός, ο οποίος πέρυσι εκμηδενίστηκε εξαιτίας του πολύμηνου lockdown και δεν έχει αντοχές για να αντιμετωπίσει και τον επερχόμενο χειμώνα μία ανάλογη κατάσταση. Φέτος τα πράγματα πρέπει να είναι διαφορετικά και να ληφθούν από τώρα μέτρα για την ενίσχυση των χειμερινών προορισμών και με προγράμματα εσωτερικού τουρισμού.

Η τουριστική κίνηση δικαίως έφερε χαμόγελα, αλλά η

συνολικότερη κατάσταση δεν επιτρέπει πανηγυρισμούς. Όχι μόνο γιατί θα χρειαστεί χρόνος για να καλυφθούν οι απώλειες της πανδημίας, αλλά και γιατί εξαιτίας της έχουν μεταβληθεί οι ταξιδιωτικές συνήθειες, ενώ δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις που φέτος κατάφεραν απλώς να σταθούν στα πόδια τους και να παραμείνουν ενεργές. **Να μην ξεχνούμε επίσης** την εστίαση που πήρε μεν και αυτή τα πάνω της το τελευταίο διάστημα, αλλά έχει αντιμετωπίσει και αντιμετωπίζει ουσιαστικά προβλήματα λόγω κορονοϊού.

Σήμερα είναι ακόμη πιο σημαντικό να δώσουμε ώθηση στις θεματικές μορφές τουρισμού. Να οργανώσουμε ένα σχεδιασμό που θα οδηγήσει σε επισκεψιμότητα όλη τη διάρκεια του χρόνου. Να εκμεταλλευτούμε τα μεγάλα «όπλα» της χώρας μας. Τον πολιτισμό, την γαστρονομία, τα εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα, το περιβάλλον και τις φυσικές καλλονές, τις οποίες επιτέλους πρέπει να κατανοήσουμε πως οφείλουμε να τις προστατεύουμε με κάθε τρόπο.

H Mact Media Group θέλοντας να συμβάλει σε αυτή την προσπάθεια, στο ποσοστό που της αναλογεί, διοργανώνει σημαντικά events το επόμενο διάστημα για τον Θεματικό και τον Θαλάσσιο Τουρισμό. Στόχος μας τα yachting festivals και η πρώτη διεθνής έκθεση ttgw να αποτελέσουν τομή για την εγχώρια τουριστική αγορά. Παράλληλα, όπως ήδη έχουμε γνωστοποιήσει, η ομάδα DMO της εταιρείας ετοιμάζεται να αναλάβει δράση προτείνοντας λύσεις και ανοίγοντας νέους δρόμους στους τουριστικούς προορισμούς.

Να πούμε τέλος πως στο παρόν φύλλο φιλοξενούμε, όπως πάντα σημαντικές συνεντεύξεις, αλλά και ένα εκτενές αφιέρωμα για την ελληνική μικροζυθοποιία, το οποίο ελπίζουμε να το βρείτε ενδιαφέρον.

Καλή ανάγνωση!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ



CYCLADES **YACHTING** **FESTIVAL AND** **GASTRONOMY**

SYROS
9-10-11
OCTOBER 2021



Ο γύρος των...
ΕΙΔΗΣΕΩΝ
σε λέξεις



Συνεργασία Περιφέρειας Αττικής με το Εθνικό Αστεροσκοπείο Αθηνών

Η Περιφέρειας Αττικής ξεκίνησε συνεργασία με το Εθνικό Αστεροσκοπείο Αθηνών (ΕΑΑ) με στόχο την προτεραιοποίηση επεμβάσεων που απαιτούνται σε περιοχές επικίνδυνες για πλημμυρικά φαινόμενα μετά τις πρόσφατες πυρκαγιές, στο πλαίσιο της σχετικής Προγραμματικής Σύμβασης που έχουν υπογράψει. Σε πλήρη και εξειδικευμένη χαρτογράφηση των σημείων υψηλής επικινδυνότητας για την εκδήλωση πλημμυρικών φαινομένων, με αφορμή τα νέα δεδομένα που δημιουργήσαν οι πυρκαγιές του φετινού καλοκαιριού, προχωρά η Περιφέρεια Αττικής σε συνεργασία με το Κέντρο BEYOND του ΕΑΑ, στο πλαίσιο και της σχετικής Προγραμματικής Σύμβασης που υπέγραψε πριν λίγους μήνες η Περιφέρεια με το ΕΑΑ, αλλά και το ΕΚΠΑ, με αντικείμενο την εκπόνηση μελέτης για την εκτίμηση κινδύνων από φυσικές καταστροφές στην Αττική. Στόχος, όπως ανέφερε ο Περιφερειάρχης Γ. Πατούλης κατά τη σημερινή του συνάντηση στα γραφεία της Περιφέρειας Αττικής με τον Διευθυντή Ερευνών του ΕΑΑ Δρ. Χ. Κοντοέ και μέλη της επιστημονικής ομάδας του Αστεροσκοπείου, είναι να γίνει άμεσα μία προτεραιοποίηση των επεμβάσεων που απαιτούνται βάσει των επιστημονικών χαρτογραφήσεων, για την αποτελεσματικότερη προστασία των πολιτών.



«Έφυγε» από κοντά μας ο σπουδαίος Μίκης Θεοδωράκης

Σε ηλικία 96 ετών απεβίωσε ο Έλληνας συνθέτης, Μίκης Θεοδωράκης. Το έργο του αλλά και οι προσωπικότητά του συνδέθηκαν με τις πιο σημαντικότερες στιγμές της σύγχρονης ιστορίας της. Υπήρξε ένας αιώσιος αγωνιστής, τεράστιος μουσικοσυνθέτης και σύμβολο για τον ελληνικό πολιτισμό αφήνοντας πίσω του ανεκτίμητη παρακαταθήκη.

Ο Μίκης Θεοδωράκης γεννήθηκε στην Χίο στις 29 Ιουλίου 1925 έχοντας όμως κρητική και μικρασιάτικη καταγωγή. Ο Έλληνας συνθέτης, στιχουργός, διευθυντής ορχήστρας και πολιτικός, θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους σύγχρονους Έλληνες μουσικοσυνθέτες. Ως πολιτικός υπήρξε υπουργός και τέσσερις φορές εκλεγμένος βουλευτής του ελληνικού κοινοβουλίου ενώ παράλληλα ήταν ακτιβιστής τιμημένος με το Βραβείο Ειρήνης Λένιν το 1983. Το 2000 προτάθηκε για βραβείο Νόμπελ Ειρήνης.

Είχε ασχοληθεί με όλα τα είδη της μουσικής, ενώ είχε συνθέσει τον ίσως πιο αναγνωρίσιμο ελληνικό ρυθμό διεθνώς,

το συρτάκι «Ζορμπάς» (1964), βασισμένο σε παραδοσιακή κρητική μουσική. Επίσης είχε ασχοληθεί με την κλασική μουσική γράφοντας συμφωνίες, ορατόρια, μπαλέτα, όπερες και μουσική δωματίου.

Ο Έλληνας συνθέτης έχει λάβει μεγάλη αναγνώριση στο εξωτερικό. Καλλιτέχνες παγκοσμίου φήμης έχουν ερμηνευτεί συνθέσεις του. Οι Beatles, η Σίρλεϊ Μπάσεϊ, η Τζόαν Μπάτζ και η Εντίθ Πιάφ είναι κάποιοι από αυτούς.

Έχει γράψει μουσική για γνωστές ταινίες όπως: Φαίδρα (1962), Αλέξης Ζορμπάς (1964), Ζ (1969) και Σέρπικο (1973). Το 1970, για τη μουσική στη ταινία Ζ, του απονεμήθηκε το βραβείο BAFTA για πρωτότυπη μουσική, ενώ ήταν υποψήφιος στην ίδια κατηγορία του 1974, για την ταινία State of Siege και το 1975 για την ταινία Serpico. Επίσης ήταν υποψήφιος για Γκράμι το 1966 και το 1975 για το μουσικό θέμα των ταινιών Ζορμπάς και Serpico αντίστοιχα.

Το πιο σημαντικό του έργο θεωρείται η μελοποιημένη ποίηση, χρησιμοποιώντας ως στίχους ποιήματα βραβευμένων

ποιητών ελληνικής και ξένης καταγωγής, όπως οι Γιάννης Ρίτσος (Βραβείο Ειρήνης Λένιν 1976), Γιώργος Σεφέρης (Νόμπελ 1963), Πάμπλο Νερούδα (Νόμπελ 1971), Οδυσσέας Ελύτης (Νόμπελ 1979).

Τελευταία του επιθυμία όπως έχει εκφράσει μεταφέρει στον Δημήτρη Κουτσούμπα, τη γραμματέα του, Ρένα Παρμενίδου, και τον πρόεδρο του «Παγκρητίου Συλλόγου Φίλων Μίκη Θεοδωράκη», Γιώργο Αγοραστάκη, ήταν η νεκρώσιμη ακολουθία και η ταφή του να πραγματοποιηθούν στην ιδιαίτερη πατρίδα του, τον Γαλατά Χανίων Επιπλέον ο Μίκης Θεοδωράκης είχε στείλει επιστολή στον Δημήτρη Κουτσούμπα, στην οποία αναφέρει ότι θέλει να αφήσει αυτό τον κόσμο σαν κομμουνιστής.

«Τώρα στο τέλος της ζωής μου, την ώρα των απολογισμών, σβήνουν απ' το μυαλό μου οι λεπτομέρειες και μένουν τα «Μεγάλα Μεγέθη». Έτσι βλέπω ότι τα πιο κρίσιμα, τα δυνατά και τα ώριμα χρόνια μου τα πέρασα κάτω από τη σημαία του ΚΚΕ. Για το λόγο αυτό θέλω να αφήσω αυτόν τον κόσμο σαν κομμουνιστής».

Νοτοπούλου: Στοιχείμα η παράταση της σεζόν

«Τα στοιχεία της εισερχόμενης κίνησης και των εισπράξεων που παρέχει η Τράπεζα της Ελλάδος είναι άμεσα προσβάσιμα και οι συγκρίσεις αναπόφευκτες. Οι εξελίξεις του ταξιδιωτικού ισοζυγίου πληρωμών με βάση τα αντίστοιχα ισοζυγία της Τράπεζας της Ελλάδος για το εξάμηνο του 2021 και το αντίστοιχο του 2019, δείχνουν ότι έχουν δημιουργηθεί τεράστια κενά στην οικονομία που προκαλούν αδυναμία βιωσιμότητας στην πλειοψηφία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Δεν αφήνουν κανένα περιθώριο για πανηγύρια. Ευελπιστούμε, τα επίσημα στοιχεία του Ιουλίου και του Αυγούστου να αποτυπώσουν ένα πιο θετικό κλίμα», τόνισε με ανακοίνωσή της η βουλευτής Θεσσαλονίκης και τομεάρχης Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ – ΠΣ Κατερίνα Νοτοπούλου.

«Είναι κρίσιμο τώρα που αναθάρρησε ο τουρισμός, να διασφαλιστεί η ομαλή συνέχιση της σεζόν. Τα επαναλαμβανόμενα τοπικά lockdown, οι νέοι ταξιδιωτικοί περιορισμοί όπως η καραντίνα από



την Γερμανία, αποτέλεσμα των τραγικών χειρισμών της κυβέρνησης και της μη στήριξης του ΕΣΥ, εγείρουν φόβους και ανησυχία για πρόωπο κλείσιμο.

Προκαλούν αγωνία στον κόσμο του

τουρισμού, που εναποθέτει τις ελπίδες του στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Αυτό είναι και το μεγάλο στοιχείμα για τον ελληνικό τουρισμό σήμερα», κατέληξε η κυρία Νοτοπούλου.

Greek Maritime Golf Event 2021: Το κορυφαίο ναυτιλιακό τουρνουά γκολφ

Greek Maritime Golf Event, το σπουδαίο ναυτιλιακό τουρνουά γκολφ που θα διεξαχθεί για 7η χρονιά στις 3-5 Σεπτεμβρίου 2021, στην Costa Navarino, στη Μεσσηνία, με εγκεκριμένο υγειονομικό πρωτόκολλο από τη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού. Η διοργάνωση τελεί υπό την αιγίδα της Ελληνικής Ομοσπονδίας Γκολφ. Η διοργάνωση τελεί υπό την αιγίδα της Ελληνικής Ομοσπονδίας Γκολφ. Αποτελεί πρωτοβουλία του αναγνωρισμένου Έλληνα PGA



golfer, Θάνου Καραντζιά και διοργανώνεται από την Birdie Events.

Το Greek Maritime Golf Event, θα συγκεντρώσει διακεκριμένα στελέχη της ελληνικής ναυτιλίας που θα αγωνιστούν στον απόλυτα ασφαλή προορισμό της Costa Navarino, με ένα αυστηρό υγειονομικό πρωτόκολλο το οποίο θέσπισε η διοργάνωση και έλαβε την έγκριση της Υγειονομικής Επισημονικής Επιτροπής της Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού. Το Σάββατο 4 Σεπτεμβρίου, οι συμμετέχοντες θα λάβουν μέρος σε έναν αγώνα shotgun scramble που θα πραγματοποιηθεί στο The Dunes Course, σε ένα πανέμορφο τοπίο με ελαιόδεντρα εκατοντάδων ετών. Αντίστοιχα, την Κυριακή 5 Σεπτεμβρίου, οι γκολφέρ θα λάβουν προαιρετικά μέρος στον αγώνα two (2) ball better ball (3/4 hcp) που θα διεξαχθεί στο The Bay Course, με εξαιρετική θέα στον ιστορικό κόλπο του Ναυαρίνου και στο γραφικό λιμάνι της Πύλου. Οι μη συμμετέχοντες στο τουρνουά θα έχουν την ευκαιρία να κάνουν μαθήματα γκολφ το Σάββατο 4 Σεπτεμβρίου και να λάβουν μέρος στο putting competition που θα πραγμα-

τοποιηθεί στο The Dunes Course. Για πρώτη φορά σε συνεργασία με το μοναδικό πρακτορείο στην Ευρώπη που ασχολείται με το εμπόριο αθλητικών καρτών και αναμνηστικών Trace 'n Chase, θα πραγματοποιηθεί silent auction, στο οποίο θα δημοπρατηθούν αντικείμενα θρύλων του γκολφ όπως οι Gary Player, Tiger Woods, Roy McIlroy και αθλητών παγκόσμιας κλάσης, όπως μεταξύ άλλων του πρωταθλητή & MVP των τελικών του NBA, Γιάννη Αντετοκούνμπο, του NFL, Tom Brady και του τένις, Serena Williams. Η ναυτιλιακή κοινότητα, αναμένεται για ακόμα μία χρονιά να «αγκαλιάσει» και να στηρίξει έμπρακτα τον καλό σκοπό της διοργάνωσης με το ποσό που θα συλλέξει συνολικά η διοργάνωση θα διατεθεί στην Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία KAPKI-NAKI που διεκδικεί παρέμβαση στην προσπάθεια ο καρκίνος παιδικής και εφηβικής ηλικίας να πάψει να είναι θέμα ταμπού, αλλά και να βρεθούν όσο το δυνατό περισσότεροι σύμμαχοι ώστε κάθε παιδί που νοσεί να έχει πρόσβαση σε υψηλού επιπέδου νοσηλεία, αποτελεσματική θεραπεία και, τελικά, δικαίωμα στη ζωή.



WTTC: Η Βρετανία πρέπει να καταργήσει το σύστημα χρωματικής κωδικοποίησης

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), που εκπροσωπεί τον παγκόσμιο ιδιωτικό κλάδο ταξιδιών και τουρισμού καλεί τη Βρετανική κυβέρνηση να δώσει τέλος στο σύστημα χρωματικής κωδικοποίησης για τα ταξίδια. Το κάλεσμα του WTTC έρχεται μετά την τελευταία ανανέωση προορισμών του συστήματος, σύμφωνα με την οποία μόνο επτά χώρες προστέθηκαν στην πράσινη λίστα αφήνοντας σε δυσμενή θέση γνωστούς προορισμούς όπως οι Φιλιππίνες και η Τουρκία. Καταδικάζει δε τις ατελείωτες αλλαγές στην χρωματική κωδικοποίηση χωρών, κάτι που προκαλεί μεγάλη σύγχυση και ωφελεί μόνο την αγορά των ακριβών τεστ. Το WTTC δήλωσε ότι τόσο οι καταναλωτές όσο και οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν χάσει την εμπιστοσύνη του στο σύστημα. Σύμφωνα με το WTTC αυτός ο τρόπος προγραμματισμού μόνο σύγχυση προκαλεί σε επιχειρήσεις και τουρίστες. Μετά τις τελευταίες ανακοινώσεις έχει έρθει η ώρα να μπει ένα τέλος στις αλλαγές αυτές και να επιτραπεί η ελευθερία στα ταξίδια για όσους έχουν εμβολιαστεί πλήρως, εκτός κι αν πρόκειται για ταξίδι σε κόκκινη χώρα. Τα ταξίδια θα πρέπει να επιτρέπονται με τα τεστ για όσους δεν έχουν εμβολιαστεί, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι δεν γίνονται διακρίσεις για όσους δεν μπορούν να εμβολιαστούν. Τα τεστ PCR θα πρέπει να αντικατασταθούν από πιο οικονομικά τεστ αντιγόνου, όμως εάν η βρετανική κυβέρνηση συνεχίσει να επιμένει για τα ακριβά και μη αναγκαία τεστ PCR θα πρέπει να καλύπτει το κόστος τους και όχι να το μεταβιβάζει στους καταναλωτές, κάτι που αποτρέπει τους Βρετανούς να ταξιδέψουν.



Την στιγμή που η Κομισιόν πανηγυρίζει, ο ΠΟΥ προβλέπει 236.000 θανάτους

Η Κομισιόν ανακοίνωσε ότι το 70% του ενήλικου πληθυσμού της ΕΕ έχει εμβολιαστεί πλήρως για την αντιμετώπιση του κορωνοϊού, επιτυγχάνοντας το στόχο που είχε θέσει στις αρχές της χρονιάς. Η πρόεδρος της Κομισιόν, Ursula von der Leyen, μάλιστα σε ανάρτησή της στο Twitter εξέφρασε τις ευχαριστίες της στους ανθρώπους που, όπως αναφέρει, «έκαναν αυτό το μεγάλο επίτευγμα εφικτό». Τον Ιανουάριο, η Επιτροπή είχε ανακοινώσει ότι μέχρι το καλοκαίρι του 2021 τα κράτη-μέλη θα είχαν εμβολιάσει τουλάχιστον το 70% του ενήλικου πληθυσμού τους.

Την ίδια στιγμή, ωστόσο, που η Κομισιόν πανηγυρίζει, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ) τονίζει πως ο συνδυασμός μιας αύξησης στα ποσοστά μετάδοσης του νέου κορωνοϊού τις τελευταίες δύο εβδομάδες στην Ευρώπη και τα χαμηλά επίπεδα εμβολιασμού σε ορισμένες χώρες δημιουργούν μια ιδιαίτερα ανησυχητική συνθήκη. Ο ΠΟΥ κρίνει «αξιόπιστη» την πρόβλεψη για 236.000 επιπλέον θανάτους από την Covid-19 στην Ευρώπη έως την 1η Δεκεμβρίου, εκφράζοντας μεγάλη ανησυχία για την πρόσφατη στασιμότητα του ρυθμού εμβολιασμού στην ήπειρο.

Από τα 53 κράτη-μέλη της περιοχής, τα 33 κατέγραψαν μια αύξηση άνω του 10% στην εμφάνιση κρουσμάτων σε δύο εβδομάδες, υπογράμμισε, την ώρα που ο ρυθμός εμβολιασμού επιβραδύνθηκε. «Τις έξι τελευταίες εβδομάδες, μειώθηκε κατά



14% λόγω έλλειψης πρόσβασης σε εμβόλια σε ορισμένες χώρες και έλλειψης αποδοχής των εμβολίων σε άλλες», υπογράμμισε ο Κλούγκε, περιφερειακός διευθυντής Ευρώπης ζητώντας να αυξηθεί η ικανότητα παραγωγής και να ξεπεραστούν οι εθνικιστικοί πειρασμοί, μοιράζοντας τις δόσεις.

Αν και τα τρία τέταρτα των εργαζομένων στον τομέα της υγειονομικής περιθαλψής στο σύνολο της Ευρώπης έχουν εμβολιαστεί, σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες η

αναλογία αυτή είναι μόνον ένας στους δέκα. Σύμφωνα με τα στοιχεία του οργανισμού, σε οκτώ μήνες, σχεδόν 850 εκατομμύρια δόσεις χορηγήθηκαν στην περιοχή, η οποία εκτείνεται ως την κεντρική Ασία, επιτρέποντας σε σχεδόν τον μισό πληθυσμό να έχει εμβολιαστεί πλήρως. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το 58,7% των κατοίκων, ήτοι 262,3 εκατομμύρια άνθρωποι, έχουν εμβολιαστεί πλήρως, σύμφωνα με σημερινή καταμέτρηση του AFP.

Ο Κλούγκε σημείωσε παράλληλα ότι

«δεν είναι πολυτέλεια» μια τρίτη ενισχυτική δόση των εμβολίων κατά της Covid-19, αλλά ένας τρόπος να παραμείνουν ασφαλείς οι πιο ευάλωτοι. Ο παγκόσμιος οργανισμός είχε ανακοινώσει αυτόν τον μήνα ότι τα στοιχεία δεν δείχνουν να υπάρχει ανάγκη για ενισχυτικές δόσεις, ενώ η συμπληρωματική κάλυψη ανθρώπων που είναι ήδη πλήρως εμβολιασμένοι θα διευρυνε περαιτέρω ένα κενό διαθεσιμότητας εμβολίων μεταξύ των πλούσιων και των χαμηλότερου εισοδήματος χωρών.



Κρήτη, η Μύκονος και η Σαντορίνη: Ιδανικοί προορισμοί για πολυτελείς διακοπές

Η λίστα Luxury vacation αναφέρεται στις προτιμήσεις ενός κοινού που απαρτίζεται από επιχειρηματίες, χρηματιστές και διεθνείς οικονομικούς παράγοντες. Κρήτη, η Μύκονος και η Σαντορίνη είναι τα τρία ελληνικά νησιά που κάθε χρόνο προσελκύουν εκατοντάδες εύπορους ξένους επιχειρηματίες και επενδυτές, που θέλουν να απολαύσουν διακοπές πολυτελείας σε προορισμούς που συνδυάζουν τη χλιδή με την παραδεισένια ομορφιά. Τα τρία νησιά βρέθηκαν στην λίστα με τους ιδανικότερους καλοκαιρινούς προορισμούς για πλούσιους επενδυτές, που καταρτίζει η

εταιρεία συμβούλων Nomad Capitalist με έδρα το Χονγκ Κονγκ. Η εταιρεία συνέκρινε και βαθμολόγησε προορισμούς που φημίζονται για τις παραλίες τους και συγχρόνως ταιριάζουν απόλυτα σε επιχειρηματίες, επενδυτές, χρηματιστές ή άτομα με μεγάλη οικονομική άνεση που αναζητούν να επενδύσουν, να μετεγκατασταθούν ή/και να αποκτήσουν εκεί μια κατοικία. Αντίστοιχοι προορισμοί του εξωτερικού αποτελούν Νησιά Κέιμαν στην Καραϊβική (φορολογικός παράδεισος), η Αντίγκουα και η Μπαρμπούντα, ο Άγιος Χριστόφορος και Νέβις, η Αγία Λουκία κτλ.

Ο Υπουργός Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής Γ. Πλακιωτάκης ανακοίνωσε τη χρηματοδότηση 44 έργων για την αναβάθμιση λιμενικών υποδομών σε νησιά και 47 ακτοπλοϊκών γραμμών, μέσω πολυετών συμβάσεων. Ο σχεδιασμός του Υπουργείου Ναυτιλίας και Νησιωτικής πολιτικής, αξιοποιεί με αποτελεσματικότητα εθνικούς και ευρωπαϊκούς πόρους (ΕΣΠΑ 2021 – 2027, Ταμείο Ανάκαμψης), δίνοντας έμφαση σε δύο παράλληλες κατευθύνσεις. Αφενός τη βελτίωση της διασυνδεσιμότητας των νησιών, τόσο με την ηπειρωτική Ελλάδα, όσο και μεταξύ τους, με αυξημένη ασφάλεια και μείωση του χρόνου και του κόστους μεταφορών. Αφετέρου, την αναβάθμιση λιμενικών υποδομών και τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό των λιμένων, για την καλύτερη και ασφαλέστερη εξυπηρέτηση των επιβατών.

Ο Κ. Πλακιωτάκης δήλωσε με σωστό σχεδιασμό και συστηματική δουλειά καταρτίσαμε και υλοποιούμε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την υλοποίηση κρίσιμων έργων και τη διασφάλιση κρίσιμων συνδέσεων στο νησιωτικό και ευρύτερα θαλάσσιο χώρο της Ελλάδας. Η θεσμοθέτηση της Ολοκληρωμένης Θαλάσσιας Πολιτικής στο νησιωτικό χώρο και η εξειδίκευση της Εθνικής Στρατηγικής για τα νησιά μας, αποδίδουν ήδη καρπούς. Διασφαλίστηκαν πόροι περίπου 1 δις ευρώ, που θα διατεθούν για την ακτοπλοΐα και τα λιμάνια των νησιών μας, δίνοντας λύσεις σε δυο κρίσιμα ζητήματα που αφορούν τη νησιωτικότητα: τις επαρκείς και ποιοτικές ακτοπλοϊκές συνδέσεις και τις σύγχρονες και ασφαλείς λιμενικές υποδομές.

Γ. Πλακιωτάκης: 1 δις ευρώ για τη θαλάσσια συγκοινωνία και τις λιμενικές υποδομές



Μ. Κόνσολας: Μέτρα στήριξης των εργαζομένων του τουρισμού

Τον σχεδιασμό και την ενεργοποίηση στοχευμένων μέτρων στήριξης για τους εργαζόμενους στον τουρισμό και στην εστίαση, προτάσσει ο Μ. Κόνσολας με παρέμβασή του προς τους Υπουργούς Οικονομικών και Εργασίας. Ο Βουλευτής Δωδεκανήσου επισημαίνει ότι οι συνθήκες που επιβάλλουν τη λήψη μέτρων στήριξης δεν έχουν μεταβληθεί, αφού ο τομέας του τουρισμού εξακολουθεί να υφίσταται τις συνέπειες της πανδημίας. Ο κ. Κόνσολας επικεντρώνεται σε τρεις περιπτώσεις, για τις οποίες πρέπει να υπάρξει άμεση μέριμνα:

1ον: Την εμφάνιση στο σύστημα «ΕΡΓΑΝΗ» των ενσήμων των εργαζομένων που τέθηκαν σε αναστολή στους τομείς του τουρισμού και του επισιτισμού, κάτι που αποτελεί απαραίτητα προϋπόθεση για να λαμβάνουν όλες τις σχετικές παροχές και τα επιδόματα.

2ον: Την επέκταση και για φέτος της ισχύος του μέτρου της μείωσης του απαιτούμενου αριθμού ενσήμων για το επίδομα ανεργίας

3ον: Τη στήριξη των ανθρώπων που δεν εργάστηκαν τη θερινή περίοδο, λόγω του ότι αρκετά ξενοδοχεία δεν άνοιξαν και ως εκ τούτου δεν έχουν καμία εισοδηματική κάλυψη. Ο κ. Μ. Κόνσολας προτείνει την ένταξη τους σε επιδοτούμενα προγράμματα κατάρτισης και εκπαίδευσης.



Η «αλλαγή φρουράς» στο Υπουργείο Τουρισμού

Οι απόψεις δίστανται για τους λόγους που οδήγησαν στην απομάκρυνση του Χάρη Θεοχάρη και στην αντικατάστασή του από τον Βασίλη Κικίλια. Πολλά και κρίσιμα τα μέτωπα που ζητούν τάχιστα πρωτοβουλίες και λύσεις από τον νέο υπουργό

Ο ανασηματισμός του κυβερνητικού σχήματος επεφύλασσε αλλαγή ηγεσίας και στο Υπουργείο Τουρισμού με την απομάκρυνση του Χάρη Θεοχάρη και την τοποθέτηση στη θέση του Υπουργού του πρώην Υπ. Υγείας Βασίλη Κικίλια. Πολλά γράφτηκαν αυτές τις μέρες για τους λόγους που προχώρησε ο Κυριάκος Μητσοτάκης σε αυτή την επιλογή.

Σύμφωνα με φιλικά προς την κυβέρνηση μέσα ενημέρωσης στον κ. Θεοχάρη χρεώ-

νεται το «άγαρμπο» και χωρίς σχέδιο άνοιγμα του τουρισμού, κυρίως πέρυσι, που οδήγησε κατόπιν σε ραγδαία άνοδο των κρουσμάτων κορωνοϊού και στο πολύμηνο lockdown. Ο ισχυρισμός προκαλεί εντύπωση -και μάλιστα από τα συγκεκριμένα μέσα-, καθώς η κυβέρνηση έχει επανειλημμένα υποστηρίξει, και όχι μόνο μέσω του κυρίου Θεοχάρη, αλλά και από τον ίδιο τον πρωθυπουργό, ότι ο τουρισμός δεν ήταν ο καταλυτικός παράγοντας και δεν ευθύνεται για την εξάπλωση των κρουσμάτων.

Γεγονός είναι πως πέρυσι ειδικά υπήρξαν πολλά προβλήματα με το άνοιγμα του τουρισμού, χιλιάδες επισκέπτες ταλαιπωρήθηκαν και χιλιάδες επαγγελματίες βρέθηκαν σε απόγνωση από μέτρα και οδηγίες που άλλαζαν κάθε τρεις και λίγο. Ωστόσο να θυμίσουμε πως είχαν προηγηθεί και άλλες αλλαγές στην κυβέρνηση και αν το Μαξίμου επιθυμούσε να απομακρύνει τον Χάρη Θεοχάρη από το πόστο του θα μπορούσε ήδη να το έχει πράξει. Αντιθέτως η κυβέρνηση συνολικά επαί-

ρεται για τις επιτυχημένη διαχείριση του τουρισμού, ιδίως φέτος που η σεζόν πήγε καλύτερα.

Άλλες πληροφορίες υποστηρίζουν ότι ο Χάρης Θεοχάρης... δεν «χωρούσε» στο νέο κυβερνητικό σχήμα, καθώς αποτελούσε προτεραιότητα η εξεύρεση νέου χαρτοφυλακίου για τον Βασίλη Κικίλια. Τα ίδια δημοσιεύματα υποστηρίζουν ότι στη ΝΔ αναζητούν τώρα ένα τρόπο για να «χρυσώσουν» το χάπι της απομάκρυνσης στον κύριο Θεοχάρη.



● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Η μετακίνηση του κυρίου Θεοχάρη προκάλεσε «περίεργα» συναισθήματα και στην Εύβοια, καθώς μόλις προ ολίγων ημερών και συγκεκριμένα στις 26 Αυγούστου ο πρώην, πλέον, υπουργός Τουρισμού είχε μεταβεί στην περιοχή και είχε συμμετάσχει σε ευρεία σύσκεψη

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Πέραν του παρασκήνιου την περασμένη Τρίτη το απόγευμα πραγματοποιήθηκε η τελετή παράδοσης – παραλαβής στο Υπουργείο Τουρισμού από τον απερχόμενο υπουργό κ. Χ. Θεοχάρη στον νέο υπουργό Τουρισμού κ. Βασίλη Κικίλια.

Ο κ. Βασίλης Κικίλιας αναφέρθηκε στην σημασία του τουριστικού τομέα για την ελληνική οικονομία, και τόνισε ότι στόχος είναι να συνεχιστεί η εξέλιξη που έχει επιτευχθεί και να αξιοποιηθεί η υποδομή που υπάρχει ώστε να δομηθεί με όρους μέλλοντος το νέο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας.

Τόνισε την αγαστή συνεργασία που είχε με τον κ. Θεοχάρη στο επίπεδο διαχείρισης της πανδημίας. Πρόσθεσε ότι για το μέλλον και για την εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού δεν περισσεύει κανείς και κάθε συνεισφορά στην κοινή προσπάθεια είναι καλοδεχούμενη.

Κατά την τελετή ο κ. Θεοχάρης, ενώ συγκινημένος, αναφέρθηκε στην πρόοδο του ελληνικού τουρισμού ο οποίος, όπως τόνισε, ακόμα και υπό τις συνθήκες της πανδημίας κατόρθωσε να βρίσκεται στην κορυφή των προορισμών σε παγκόσμιο επίπεδο.

Απευθυνόμενος στον κ. Κικίλια είπε: «εκ μέρους όλων των συνεργατών μου, έχω την τιμή να παραδώσω σήμερα σε εσένα κάτι πραγματικά πολύτιμο: Το brand Ελλάδα, που είναι πιο δυνατό από ποτέ.

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Ένα ζητούμενο που προκύπτει με την αλλαγή ηγεσίας είναι η τύχη που θα έχει το νομοσχέδιο που έχει καταθέσει σε διαβούλευση από τον περασμένο Ιούνιο, ο απερχόμενος υπουργός, το οποίο περιλαμβάνει διατάξεις για τους DMO, τις ιαματικές πηγές και το Ναυάγιο Ζακύνθου

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Πονέσαμε και δουλέψαμε γι' αυτό, με κάθε ικμάδα δύναμης που μπορεί να είχαμε μέσα μας. Είμαι σίγουρος ότι θα συνεχίσετε με το ίδιο πνεύμα ανιδιοτελούς προσφοράς, με το ίδιο πάθος».

Ακόμα ο κ. Θεοχάρης επισήμανε το νο-

μοθετικό έργο το οποίο έγινε και συντέλεσε στην πρόοδο και εξήρε την συλλογική εργασία που πραγματοποιήθηκε όλο το διάστημα της υπουργίας του. Τόνισε ότι υπάρχει και επιπλέον νομοθετικό έργο το οποίο εξελίσσει περαιτέρω το ελληνικό τουριστικό προϊόν και παραδίδεται στον νέο υπουργό ώστε και με τις δικές του επιλογές να συνεχίσει την προσπάθεια ανάπτυξης του κλάδου. Επίσης αναφέρθηκε στο πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη και τον ευχαρίστησε για την ενεργή συμβολή του στην αναγνωρίσιμη πρόοδο που σημείωσε το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Επιπρόσθετα ο κ. Θεοχάρης αναφέρθηκε στο έργο και την συνεργασία που είχε με τις παριστάμενες στην τελετή, υφυπουργό κ. Σοφία Ζαχαράκη, την Γενική Γραμματέα κ. Βίκυ Λοϊζου, την Υπηρεσιακή Γραμματέα κ. Σταυρούλα Μηλιάκου, με τα στελέχη και τους εργαζόμενους στο υπουργείο Τουρισμού καθώς και τους φορείς του τουρισμού λέγοντας ότι οι επιτυχίες που σημειώθηκαν είναι το αποτέλεσμα της συνεργασίας που υπήρχε και των συλλογικών προσπαθειών που έγιναν.

Ένα ζητούμενο που προκύπτει με την αλλαγή ηγεσίας είναι η τύχη που θα έχει το νομοσχέδιο που έχει καταθέσει σε διαβούλευση από τον περασμένο Ιούνιο, ο απερχόμενος υπουργός και περιλαμβάνει τις διατάξεις για την ίδρυση των Οργανισμών

Διαχείρισης Τουριστικών Προορισμών (DMO), τη σύσταση της ΙΠΕ ΑΕ για τις ιαματικές πηγές και τη σύσταση της «Ναυάγιο Ζακύνθος ΑΕ» για τη διαχείριση του διάσημου αξιοθέατου στο νησί του Ιονίου.

Να θυμίσουμε πως τα δύο τελευταία τμήματα του νομοσχεδίου έχουν προκαλέσει ουκ ολίγες αντιδράσεις στις τοπικές κοινωνίες. Η «itn Ελληνικός Τουρισμός» έχει πραγματοποιήσει μακροσκελή αφιερώματα για όλα τα θέματα αυτά σε προηγούμενα φύλλα.

Η μετακίνηση του κυρίου Θεοχάρη προκάλεσε «περίεργα» συναισθήματα και στην Εύβοια, καθώς μόλις προ ολίγων ημερών και συγκεκριμένα στις 26 Αυγούστου ο, πρώην πλέον, υπουργός Τουρισμού είχε μεταβεί στην περιοχή και είχε συμμετάσχει σε ευρεία σύσκεψη με παράγοντες του τουριστικού κλάδου και φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Στη σύσκεψη είχαν συζητηθεί ενδελεχώς τα μέτρα που χρειάζεται να λάβει η κυβέρνηση για την στήριξη της περιοχής, των επιχειρήσεων και των εργαζομένων. Παράγοντες της τουριστικής αγοράς στην Εύβοια έκαναν λόγο για μάταιη συνάντηση που εκ των πραγμάτων τώρα θα πρέπει να επαναληφθεί με τον νέο Υπουργό Τουρισμού, τον οποίο, όπως μας έλεγαν, θα τον καλέσουν το συντομότερο να μεταβεί στην περιοχή.



**ΦΑΚΕΛΟΣ:
ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ
ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Κατακόρυφη η άνοδος στη φετινή σεζόν

Η τουριστική κίνηση φαίνεται πως ξεπέρασε τις προσδοκίες στους δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς το δίμηνο Ιουλίου και Αυγούστου. Ελπίδες για διεύρυνση της σεζόν αν το επιτρέψει η πανδημία



Η ετικάμηνύματαεκπέμπουν οι προορισμοί από τη φετινή τουριστική κίνηση, με τους αρμόδιους φορείς να επισημαίνουν καταρχάς πως η εικόνα είναι σαφώς πολύ βελτιωμένη σε σχέση με πέρυσι, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις οι αφίξεις και τα έσοδα ξεπέρασαν τις προσδοκίες.

Σε Νότιο Αιγαίο και Κρήτη, αλλά και στις Σποράδες το δίμηνο Ιουλίου και Αυγούστου η συνολική κίνηση έφθασε μέχρι και το 80% του 2019. Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία από την Τράπεζα της Ελλάδας για τον μήνα Ιούνιο, καταγράφηκε άνοδος κατά 317,1% στις αφίξεις τουριστών, καθώς ξεπέρασαν το 1 εκατ., με τις πρώτες θέσεις να έχουν οι Γερμανοί (237.000) και

οι Γάλλοι (85.000). Στο μεταξύ, οι τουριστικές εισπράξεις, πάντα σύμφωνα με στοιχεία που ανακοίνωσε η Τράπεζα της Ελλάδας για το πρώτο εξάμηνο του 2021, αυξήθηκαν κατά 51% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2020 και διαμορφώθηκαν στα 1,1 δισ. ευρώ. Γενικότερα οι πληροφορίες που έρχονται από τους τουριστικούς προορισμούς δείχνουν πως καταγράφεται μια γενικότερη αύξηση της μέσης τουριστικής δαπάνης.

Ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ, Δημήτρης Φραγκάκης, δήλωσε στο ΑΠΕ πώς «η σεζόν ξεκίνησε αναγνωριστικά τον Ιούνιο, αλλά, όπως είχαμε εκτιμήσει, οι τουριστικές ροές κινήθηκαν εξαιρετικά καλά και τον Ιούλιο και τον Αύγουστο». Ο κ. Φραγκάκης τόνισε πως το ζήτημα της ασφάλειας παραμένει

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●
**Στα σημαντικά
της φετινής
τουριστικής χρονιάς
για την ξενοδοχειακή
βιομηχανία της χώρας
παραμένει το γεγονός
ότι χάθηκαν 140.000
θέσεις εργασίας από τα
ξενοδοχεία της χώρας**
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

προτεραιότητα, ώστε να υπάρξουν αντίστοιχα καλές ροές τον Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο. «Η τήρηση των μέτρων, η ενίσχυση των εμβολιασμών και η υπευθυνότητα από όλους τους εμπλεκόμενους, μπορούν να φέρουν ένα καλό «ταμείο» για τον τουρισμό μας στο τέλος της φετινής σεζόν».

Ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας, Αλέξανδρος Βασιλικός, σε παρουσίαση για τα Βασικά Ξενοδοχειακά Μεγέθη τονίζει ότι τον Ιούνιο η μέση πληρότητα των ξενοδοχείων, στο σύνολο των ξενοδοχείων, ανήλθε σε 30,4%, τον Ιούλιο έφθασε το 58,4% και τον Αύγουστο, το διάστημα 1-15, προσέγγισε το 80%, φτάνοντας το 78,4%. Επιπλέον η αντιπρόεδρος του ΞΕΕ, Χριστίνα Τετράδη κάνει λόγο για «ελληνικό άρωμα», αφού οι Έλληνες επι-

Αλλάζει το προφίλ των τουριστών στην Κρήτη

Φαίνεται πως η Κρήτη κερδίζει την «μάχη» με τον κορονοϊό. Αύξηση κατά 345% σε σχέση με το 2020 στη κίνηση του αεροδρόμιου Χανίων, ενώ σημαντικά είναι τα ευρήματα έρευνας για την «ταυτότητα» των επισκεπτών φέτος

Ιδιαίτερα ενδιαφέροντα είναι τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο αεροδρόμιο Χανίων με συντονιστές επιστήμονες από το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο, το Πολυτεχνείο, το Πανεπιστήμιο Κρήτης και το Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο. Η έρευνα έδειξε πως η κίνηση στο αεροδρόμιο είχε αύξηση κατά 345% σε σχέση με το 2020. Εκτός από τη σημαντική αύξηση, παρατηρείται ότι αλλάζει το μίγμα των εθνικοτήτων. Οι Σκανδιναβοί επισκέπτες είναι τρεις στους δέκα ενώ στο ίδιο ποσοστό ανέρχονται και οι Γερμανοί, καταλαμβάνοντας τη δεύτερη θέση, αντίστοιχα επί των συνολικών αφίξεων.

Ακολουθούν οι Πολωνοί που αποτελούν ποσοστό έκπληξε αφού η παρουσία τους άρχισε να γίνεται αισθητή μόλις τα τελευταία χρόνια και σήμερα έχουν καταφέρει να αποτελούν ένα υπολογίσιμο τμήμα των επισκεπτών. Στην τέταρτη και πέμπτη θέση οι Γάλλοι και επισκέπτες από το Ην. Βασίλειο. Οι τουρίστες από το Ην. Βασίλειο αναμένεται να φτάσουν στην κορυφή των αφίξεων στο τέλος της σεζόν με βάση τις καταγε-

γραμμένες αφίξεις του Αυγούστου. Αξιοσημείωτο είναι το πολύ χαμηλό ποσοστό των Νορβηγών και Φιλανδών φέτος, για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά, οπισθοχωρώντας προς τις τελευταίες θέσεις επί των συνολικών αφίξεων, τη στιγμή που τα περασμένα έτη, πριν την εποχή του κορονοϊού, κατείχαν πάντα τις πρώτες θέσεις.

Επίσης, στην έρευνα καταγράφεται αυξημένο το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται τη Δυτική Κρήτη για πρώτη φορά.

Με βάση τα στοιχεία της έρευνας, έξι στους δέκα αλλοδαπούς τουρίστες είναι ηλικίας έως 34 ετών, σημειώνοντας αύξηση αυτής της νεαρής ηλικιακής ομάδας, ενώ οι ηλικιακές κατηγορίες άνω των 55 ετών παρουσιάζουν για ακόμη μία χρονιά, αισθητή μείωση. Οι οικογενειακές διακοπές παραμένουν στην πρώτη θέση όμως λόγω της έλευσης περισσότερων νέων ατόμων καταγράφεται μια αύξηση τουριστών που επιλέγει διακοπές με τον/την σύντροφο ή με φιλική παρέα.

Η έρευνα έδειξε πως οι προτιμήσεις των τουριστών σε θέματα επιλογής καταλύματος, τρόπος κράτησης και περιοχών έχει αλλάξει αισθητά. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει μείωση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στις περιοχές Αγίας Μαρίνας και Πλατανιά, ενώ αντίθετα παρουσιάζεται πολύ μεγάλη αύξηση στα καταλύματα της πόλης των Χα-



νίων. Σημειώνεται αύξηση στις προτιμήσεις όλων των άλλων τύπων καταλυμάτων, όπως είναι βίλες, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα/δωμάτια, ιδιόκτητα σπίτια κυρίως εντός πόλης Χανίων, αλλά και σε περιοχές της ενδοχώρας και κυρίως της περιοχής Κισσάμου. Μεγάλο είναι το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που προτιμούν τις βραχυχρόνιες ενοικιάσεις ενώ επτά στους δέκα αλλοδαπούς τουρίστες προτίμησαν να προβούν στις σχετικές ενέργειες διεκπεραίωσης του ταξιδιού μόνοι τους και όχι μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου και πράκτορα.

Σε σχέση με τις διάφορες προσφερόμενες υπηρεσίες στους χώρους φιλοξε-

νίας και εστίασης καθώς και την συμπεριφορά και φιλοξενία των ντόπιων κατοίκων, οι αλλοδαποί τουρίστες δηλώνουν απόλυτα ικανοποιημένοι. Όπως ικανοποιημένοι μένουν και από τα τοπικά αγροτικά προϊόντα με την πρωτιά να κερδίζει το ελαιόλαδο ακολουθώντας το κρασί, η τσικουδιά, τα τοπικά τυριά και ο φρέσκος χυμός πορτοκαλιού. Δυσσάρεσκεια όμως προκάλεσε η κακή κατάσταση του οδικού δικτύου και το ζήτημα της καθαριότητας στον αστικό ιστό. Έντονα παράπονα επίσης εξέφρασαν οι αλλοδαποί τουρίστες σχετικά με τη δυσκολία εύρεσης διαθέσιμων ενοικιαστικών οχημάτων αλλά και ταξί. Πληροφορίες ΑΠΕ-ΜΠΕ.

σκέπτες συνέβαλαν στην τόνωση των τουριστικών ροών στα ελληνικά νησιά και όχι μόνο. Η κ. Τετράδη εξηγεί πως αυτό οφείλεται στην ανταπόκριση που είχαν στο ελληνικό κοινό τα προγράμματα του υπουργείου Τουρισμού και Εργασίας, για διακοπές στην Ελλάδα.

Στα σημαντικά της φετινής τουριστικής χρονιάς για την ξενοδοχειακή βιομηχανία της χώρας παραμένει το γεγονός ότι χάθηκαν 140.000 θέσεις εργασίας από τα ξενοδοχεία της χώρας, ενώ το επόμενο διάστημα αναμένεται να τεθεί στο επίκεντρο της ατζέντας των φορέων των ξενοδόχων, το ζήτημα της βραχυχρόνιας μίσθωσης και των γενικότερων αρρυθμιών που παρουσιάζει η τουριστική αγορά.

Επίσης στα δυσάρεστα της φετινής σεζόν

είναι οι περιοχές που επλήγησαν από τις φωτιές, στις οποίες πέραν της γενικότερης καταστροφής, η τουριστική σεζόν ενώ πήγαινε καλά, έληξε ξαφνικά άδοξα και πρόωρα, καθώς υπήρξε μπαράζ ακυρώσεων και εσπευσμένων αποχωρήσεων, ενώ υπήρξαν και καταλύματα που υπέστησαν σημαντικές ζημιές.

Τα ακριβή στοιχεία για την τουριστική κίνηση φέτος αναμένονται στα τέλη Σεπτεμβρίου, ενώ στους περισσότερους προορισμούς υπάρχει η πεποίθηση ότι θα συνεχιστεί η καλή εικόνα μέχρι και τα τέλη Οκτωβρίου, εφόσον το επιτρέψει η πανδημία. Για το λόγο αυτό τονίζεται από όλες τις πλευρές πως είναι κρίσιμη η αυστηρή τήρηση των υγειονομικών πρωτοκόλλων και των μέτρων προστασίας.



**ΦΑΚΕΛΟΣ:
ΟΙ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ
ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ****ANNA ΚΑΛΟΓΕΡΟΠΟΥΛΟΥ** ΑΝΤΙΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΡΧΗΣ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Αναμφισβήτητα καλύτερη η εικόνα του 2021

Η έκτακτη υγειονομική κατάσταση έπληξε την τουριστική δραστηριότητα σε παγκόσμιο επίπεδο. Αναμφισβήτητα, η εικόνα που έχουμε έως σήμερα για το 2021 είναι πολύ καλύτερη από αυτή του 2020.

Σε γενικές γραμμές ο τουριστικός προορισμός «Πελοπόννησος» επλήγη σε μικρότερο βαθμό από το αναμενόμενο λόγω του τουρισμού ημεδαπών. Τόσο κατά το έτος 2019 όσο και κατά την τρέχουσα τουριστική περίοδο οι ημεδαποί τουρίστες ανταποκρίθηκαν στα πλεονεκτήματα του προορισμού μας, όπως η ευχερής οδική πρόσβαση και οι όμορφοι αλλά μη πολυσύχναστοι επιμέρους προορισμοί, στη δυνατότητα για καλές last minute οργανωμένες διακοπές και στην κατά κανόνα καλή υγειονομική εικόνα της Περιφέρειάς μας, η οποία τηρουμένων των αναλογιών συντηρήθηκε και κατά τις περιόδους αυξημένης τουριστικής δραστηριότητας. Σε αυτό συνέδραμαν όλοι και πρωτίστως οι επαγγελματίες της Πελοποννήσου, τηρώντας τα υγειονομικά πρωτόκολλα και λειτουργώντας με αίσθημα ευθύνης απέναντι στον προορισμό και τους επισκέπτες του.

Αναφορικά με την αεροπορική κίνηση στον Κρατικό Αερολιμένα Καλαμάτας



«Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος» έχουμε κάθε λόγο να αισιοδοξούμε, αν και δεν έχουμε πλήρη απολογιστικά στοιχεία. Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες της τρέχουσας περιόδου έχει ήδη καταγραφεί σχεδόν απόλυτη ανάκαμψη των αφίξεων ημεδαπών (αφίξεις Ιουλίου μόνο -7% με έτος βάσης το 2019) και κρίσι-

μη ανάκαμψη των αφίξεων αλλοδαπών (αφίξεις Ιουλίου -39,2% με έτος βάσης το 2019).

Η αρχική πεποίθησή μας ήταν πως η τουριστική δραστηριότητα των μηνών Σεπτεμβρίου και Οκτωβρίου θα ήταν ιδιαίτερα αυξημένη. Η πεποίθησή μας είχε ως αφετηρία τις αλλαγές που έφερε η

πανδημία της Covid-19 στις ταξιδιωτικές προτιμήσεις για μη πολυσύχναστους προορισμούς με εύκολη πρόσβαση και, ως εκ τούτου, προσαρμόσαμε τις ενέργειες προβολής προς αυτή την κατεύθυνση. Γι' αυτό άλλωστε η καμπάνια μας «Peloponnese: Greece Beyond The Obvious» έχει μεγαλύτερη ένταση τους μήνες Αύγουστο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο, έχοντας ως δευτερεύοντα στόχο να συνδράμουμε στην παράταση της θερινής τουριστικής περιόδου, με πρωτεύοντα στόχο την ενίσχυση του brand awareness του προορισμού.

Οι πιο πρόσφατοι δείκτες προβλέψεων του InSete Recovery Tracker για τις αναζητήσεις πτήσεων και ξενοδοχείων δείχνουν θετικοί.

Παράλληλα με την ανάκαμψη της παγκόσμιας αγοράς τουρισμού, η οποία σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού θα λάβει χώρα έως το 2024, θα υπάρξει και επαναδιαμόρφωση της με όρους οι οποίοι ευνοούν την Πελοπόννησο. Είναι στο χέρι όλων μας να βελτιώσουμε την επανατοποθέτηση του τουριστικού μας προϊόντος και η Περιφερειακή Αρχή ήδη εφαρμόζει το σχετικό σχεδιασμό όχι μόνο σε επίπεδο Marketing αλλά και σε επίπεδο υποδομών.

ΓΙΑΝΝΗΣ ΜΠΟΥΤΙΝΑΣ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙΦ. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Υψηλές επιδόσεις τον Ιούλιο και τον Αύγουστο

Το 2019 ήταν μια πολύ καλή χρονιά. Με την έναρξη της πανδημίας το 2020 δημιουργήθηκε ένα παγκόσμιο lockdown στον τουρισμό και έπρεπε από πλευράς μας να βρούμε τρόπους να στηρίζουμε τους επαγγελματίες και εργαζόμενους στον τουριστικό κλάδο και παράλληλα να αναδιαμορφώσουμε το πρόγραμμα τουριστικής προβολής στοχεύοντας σε αγορές

που ακόμη παρέμειναν ανοικτοί και παράλληλα να τονώσουμε τον εσωτερικό τουρισμό. Πιστεύω σε ένα επιθυμητό επίπεδο το καταφέραμε και το 2021 σε μεμονωμένους μήνες, όπως Ιούλιο και Αύγουστο ζήσαμε επίπεδα που άγγιξαν το 80% του 2019 στους περισσότερους προορισμούς.

Τα επίπεδα του εσωτερικού τουρισμού αυξήθηκαν σε σχέση με τον εισερ-

χόμενο. Όμως στον εισερχόμενο άλλαξαν πολλά. Συγκεκριμένα αυξήθηκε πολύ το ποσοστό των μεμονωμένων εναντι του μαζικού τουρισμού και αυξήθηκε κατά πολύ η κατηγορία του εναλλακτικού τουρισμού. Πιστεύω ότι θα υπάρξει μια επιμήκυνση της σεζόν μέχρι τον οκτώβριο και σε κάποιους προορισμούς της ενδοχώρας της Θεσσαλίας και μέχρι τον Νοέμβριο.



ΚΥΡΙΑΚΟΣ Γ. ΚΩΤΣΟΓΛΟΥ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
& ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ

Στην Κρήτη θα λέγαμε «δεν πέφτει καρφίτσα»

Αν θα έπρεπε με κάποιον τρόπο να χαρακτηρίσουμε την τουριστική κίνηση στην Κρήτη θα χρησιμοποιούσαμε τη ρήση «Δεν πέφτει καρφίτσα!». Παρότι ο Ιούνιος δεν πήγε όπως θα θέλαμε προοιωνίζοντας αρνητικά για τη σεζόν, αποτέλεσε το πρόπλασμα ώστε να φτάσουμε τον Ιούλιο στο 80% των αφίξεων του 2019 στην Ανατολική και το 77% στη Δυτική Κρήτη, ενώ ο Αύγουστος κινείται πάνω από το 90% του 2019 παρότι δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί η συλλογή των στοιχείων την ώρα που γράφονται αυτές οι γραμμές. Σε γενικές γραμμές θα μπορούσαμε να πούμε ότι για το δίμηνο αυτό, ο Κρητικός τουρισμός επανήλθε και ξεκινάει για νέα ρεκόρ ελπίζουμε ξεκινώντας από το 2022, προέχει όμως η ομαλή συνέχεια, για το 2021.

Είδαμε πολύ μεγάλες διαφορές, θα μπορούσε να πει κανείς ότι το προφίλ του επισκέπτη της Κρήτης έχει διαφοροποιηθεί αρκετά, τόσο ως προς τις εθνικότητες του εισερχόμενου τουρισμού, αλλά και του εσωτερικού τουρισμού. Μερικά χαρακτηριστικά δείγματα που τεκμηριώνουν αυτό είναι ότι πλέον, στην Δυτική Κρήτη μόνο 3 στους 10 επισκέπτες είναι Σκαν-



διναβοί αντιστρέφοντας το 7 στους 10 του 2008, ενώ χαρακτηριστική είναι η είσοδος νέων αγορών όπως οι Μεσογειακές χώρες, η Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη, οι Κάτω Χώρες, Βαλκάνιοι, Ουκρανοί. Ελβετοί, Ισραηλινοί, Αμερικάνοι, μαζί φυσικά με τους Γερμανούς που αποτελούν την πρώτη δύναμη, έκαναν πολύ πιο αισθητή την παρουσία τους. Οι ηλικίες 16-34 αποτελούν

πάνω από το 50% του εισερχόμενου τουρισμού, ενώ στην Δυτική Κρήτη 2 στους 3 επισκέπτες την επισκέπτονται για 1η φορά φέτος (Έρευνα ΜΑΙΧ, Πολυτεχνείου, Ένωσης Ξενοδόχων, Επιμελητηρίων, Περιφέρειας Κρήτης) μένοντας εκτός ξενοδοχείων σε ποσοστό κοντά στο 50% και δηλώνοντας την πολύ υψηλή εφαρμογή των πρωτοκόλλων. Και ο εσωτερικός του-

ρισμός που ελλείπει αυτοκινητόδρομο δεν αποτελούσε σημαντικό ποσοστό τα προηγούμενα χρόνια φέτος μας προτίμησε κι όλα αυτά πρέπει να διατηρηθούν, μελλοντικά.

Είμαι σίγουρος ότι η σεζόν θα επεκταθεί, είναι κάτι που όλοι το θέλουν, εάν φυσικά υπάρξει μια πιο συνετή διαχείριση της Πανδημίας στην Κρήτη. Όμως, δεν ξέρω αν η υπόθεση που μόλις έγινε θα ισχύσει. Από τους επισκέπτες μέχρι τις αεροπορικές εταιρείες και από τους ξενοδόχους μέχρι τους επαγγελματίες εστίασης, όλοι θέλουν την επέκταση της σεζόν που σε επίπεδο Κρήτης, αλλά και Ελλάδας είναι ένα ζητούμενο χρόνων και ενδέχεται να μπουν σε αμφισβήτηση λόγω της υγειονομικής κατάστασης που επικρατεί στην Κρήτη και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας. Σε 25.000 τυχαία Rapid Test στο Αεροδρόμιο Ηρακλείου, έως το τέλος Ιουλίου, είχαν βρεθεί 20 κρούσματα επισκεπτών, ποσοστό 0,8 τοις χιλίοις. Αντιλαμβάνεσθε ποιος «ευθύνεται» για τα κρούσματα στην Κρήτη, πόσο σημαντικός είναι ο εμβολισμός και ποιος εν τέλει «απειλεί» την επέκταση της σεζόν, που διαφορετικά θα φάνταζε τόσο σίγουρη!



ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΧΡΥΣΟΧΟΪΔΗΣ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Υπερδιπλασιάστηκαν οι αφίξεις από πέρυσι

Το Νότιο Αιγαίο αναδεικνύεται πρωταθλητής στη δυναμική ανάκαμψη του ελληνικού Τουρισμού. Πλησιάζουν τα 2 εκατομμύρια οι επισκέπτες σε Κυκλάδες και Δωδεκάνησα μόνο μέσω των απευθείας διεθνών αφίξεων, χωρίς να συνυπολογίζονται οι επιβάτες που μετακινούνται μέσω του Ελευθέριος Βενιζέλος και του ακτοπλοϊκού δικτύου, ενώ πριν καλά καλά μπει ο Αύγουστος προορισμοί του Ν. Αιγαίου είχαν σπάσει το φράγμα των συνολικών επιδόσεων του 2020. Με το τέλος του Αυγούστου, νησιά όπως η Μύκονος, η Κάρπαθος, η Σαντορίνη έχουν ήδη υπερδιπλασιάσει τις αφίξεις όλης της προηγούμενης τουριστικής χρονιάς.

Επιπλέον, τα μηνύματα από τον θαλάσσιο τουρισμό είναι στην ίδια ελπιδοφόρα κατεύθυνση, με επιδόσεις που ξεπερνούν και την εξαιρετική σε αποτελέσματα χρονιά προ της πανδημίας. Τα ξενοδοχεία στα νησιά μας έχουν ανοίξει σε ένα ποσοστό της τάξης του 97,3%-από αρχές Ιουλίου δε είχε ήδη ανοίξει πάνω από το 90% του ξενοδοχειακού δυναμικού-με πληρότητες στα μέσα του Αυγούστου που φτάνουν και το 85%. Η αγορά τολμά ακόμα να μιλάει και για αύξηση της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι.

Τα θετικά μηνύματα δεν σταματούν με το τέλος του Αυγούστου. Οι κρατήσεις του Σεπτεμβρίου επιβεβαιώνουν ότι τα νησιά του Ν. Αιγαίου κέρδισαν το στοίχημα και

την εμπιστοσύνη των ταξιδιωτών. Ο Σεπτέμβριος ίσως όμως είναι και ο μήνας που θα κρίνει τελικά την σεζόν. Γι' αυτό η τήρηση των υγειονομικών μέτρων ειδικά στις τουριστικές περιοχές πρέπει να συνεχίσει να είναι πρώτη προτεραιότητα.

Τα νησιά μας πρωταγωνιστούν στο success story του ελληνικού τουρισμού και την δύσκολη χρονιά του 2021, όπως διαμορφώνεται από την πανδημία. Όμως, αυτό δεν συνέβη με κάποιον αυτόματο ή τυχαίο τρόπο. Κρύβει από πίσω δουλειά, σχεδιασμό και συστηματικές ενέργειες για να παραμείνει η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου στην πρώτη θέση της καρδιάς αυτών που επιλέγουν να ταξιδέψουν.

Σοκ, θλίψη και οργή προκάλεσαν οι καταστροφικές πυρκαγιές που έπληξαν την Εύβοια, την Πελοπόννησο και την Αττική και αποτέφρωσαν πάνω από 1,2 εκατομμύρια στρέμματα δασικών εκτάσεων, αλλά και σπίτια, καλλιέργειες και τους κόπους μιας ζωής πολλών συνανθρώπων μας που βρέθηκαν ξαφνικά να ζουν ξεσπιτωμένοι σε συνθήκες προσφυγιάς μέσα στην ίδια τους τη χώρα.

Το ακόμα πιο δυσάρεστο είναι πως αυτή η πρωτοφανής καταστροφή συντελέστηκε στην κορύφωση της τουριστικής περιόδου στις αρχές Αυγούστου, με ό,τι αυτό σημαίνει για τη διεθνή εικόνα της χώρας και το τουριστικό προϊόν της. Όπως τόνισαν στην «itn Ελληνικός Τουρισμός» παράγοντες της τουριστικής αγοράς, η σεζόν στις περιοχές που επλήγησαν έληξε πρόωρα και απότομα. «Στις 3 Αυγούστου ξέσπασε η φωτιά, στις 7 Αυγούστου είχε αδειάσει η Εύβοια από τουρίστες», λέει η κυρία Όλγα Βογιατζή πρόεδρος των Ενοικιαζόμενων Διαμερισμάτων Εύβοιας και πρόεδρος της Ομοσπονδίας Στερεάς Ελλάδας. «Χάθηκε το δεκαήμερο του Αυγούστου», λέει και ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Λακωνίας Δημήτρης Πολλάλης. «Οι ζημιές είναι μεγάλες, σκεφτείτε πως οι τουριστικές επιχειρήσεις είχαν ήδη πληγεί από την πανδημία. Οι φωτιές έφεραν ακυρώσεις και μειώθηκε ακόμη περισσότερο η σεζόν», περιγράφει η κυρία Ακριβή (Βίβιαν) Μανωλέσου γραμματέας της Ομοσπονδίας Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Πελοποννήσου, η οποία μας ενημέρωσε πως χθες θα έστελνε η Ομοσπονδία επιστολή προς τα συναρμόδια υπουργεία με αιτήματα για την στήριξη της περιοχής. «Κάηκε όλη η Πελοπόννησος αν το σκεφτείτε. Οι καταστροφές στις καλλιέργειες είναι τεράστιες. Θα πρέπει να υπάρξει κάποιο βοήθημα για τα καταλύματα και για τους εργαζόμενους», υπογράμμισε.

«Το κράτος ήταν απών, η Πολιτική Προστασία απλά δεν υπήρχε», τονίζει η κυρία Βογιατζή, «το καλοκαίρι φαινόταν πως θα ήταν φουλ και τώρα είμαστε μόνοι μας. Το κάμπινγκ στην Αγία Άννα κάηκε ολοσχερώς, μεγάλες ζημιές έχουν υποστεί καταλύματα στη Λίμνη», συμπληρώνει, ενώ μας ενημέρωσε πως αύριο 3 Σεπτεμβρίου στις 2 το μεσημέρι θα πραγματοποιηθεί στην Αιδηψό συνάντηση με όλους τους τοπικούς βουλευτές -μαζί και ο υπουργοποιημένος πλέον κύριος Κεδίκογλου-, προκειμένου να αποφασιστούν τα επόμενα βήματα για την περιοχή. Επιπλέον στις 6 Σεπτεμβρίου αναμένεται η άφιξη του Σταύρου Μπένου στην Εύβοια, ο οποίος θα προχωρήσει στη σύσταση Επιτροπής για την αντιμετώπιση των συνεπειών της καταστροφικής πυρκαγιάς.

Τις τραγικές στιγμές και τις κρατικές παλινωδίες περιγράφει και ο Δημήτρης Πετροπουλάκης ιδιοκτήτης τουριστικής

επιχείρησης στη Λακωνία. «Δεν υπάρχει κράτος. Μας έδωσαν άνευ λόγου εντολή εκκένωσης, χωρίς κανένα σχεδιασμό. Εγώ είχα τουρίστες, οι οποίοι αναγκάστηκαν να φύγουν από το κατάλυμα άρον άρον και μετά δεν μπορούσαν να επιστρέψουν οι άνθρωποι να πάρουν τα πράγματά τους και τα διαβατήριά τους για να επιστρέψουν στη χώρα τους. Ανεκδιήγητες καταστάσεις. Εμένα δεν μου επέτρεψαν να πάω σε χωράφι να ανοίξω το ποτιστικό σύστημα. Είχε ρεύμα, θα το πότιζα και θα το έσωζα. Τώρα κάηκε», περιγράφει εμφανώς εκνευρισμένος ενώ μας τόνισε πως «ακόμα πέφτουν αποκαΐδια, ποιος θα θελήσει να έρθει διακοπές στα καμένα; Οι συνέπειες θα είναι μακροπρόθεσμες. Συνήθως στην περιοχή μας όσοι ασχολούνται με τον τουρισμό, έχουν παράλληλα και αγροτική

δραστηριότητα. Όλα έχουν καταστραφεί. Υπάρχει κίνδυνος να ερημώσει ο τόπος».

Από όλες τις πληγείσες περιοχές και από όλους όσους συνομιλήσαμε μας εξέφρασαν την ανησυχία τους για πλημμύρες τον χειμώνα και σημείωσαν πως θα πρέπει τάχιστα να ληφθούν μέτρα για το θέμα αυτό.

Η κυβέρνηση απέδωσε την καταστροφή στην κλιματική αλλαγή, όμως η κακή οργάνωση και οι απαράδεκτες ελλείψεις είναι τόσο εξόφθαλμες που σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να αποτελέσει δικαιολογία η κλιματική αλλαγή από μόνη της. Σαφώς το πρόβλημα υπάρχει. Όπως επίσης υπάρχει εδώ και δεκαετίες το πρόβλημα με τις καλοκαιρινές πυρκαγιές στη χώρα μας. Τι έχουμε κάνει γι' αυτό; Τι κάνουμε σήμερα για να αντιμετωπίσουμε τις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής;

Ο Περιφερειάρχης Στερεάς Ελλάδας Φ. Σπανός δήλωσε ευθέως -για να ανασκευάσει αργότερα- ότι υπήρχε εντολή μη κατάσβεσης στην Εύβοια. Είναι πολλές οι μαρτυρίες από την περιοχή που επιμένουν σε αυτή την καταγγελία. Το λιγότερο που αντιμετωπίζουμε εδώ είναι μια κάκιστη και απαράδεκτη διαχείριση της φωτιάς στην Εύβοια από τον κρατικό μηχανισμό. Ανάλογες διαμαρτυρίες υπήρξαν και στην Πελοπόννησο και στην Αττική. Όλοι είδαμε στις τηλεοράσεις μας τον δήμαρχο Αχαρνών Σπύρο Βρεττό να ζητεί απεγνωσμένα βοήθεια στην πλατεία της Βαρυμπόμης, όταν οι φλόγες ήδη την είχαν περικυκλώσει και όπως τόνιζε ο δήμαρχος δεν υπήρχε, εκείνη τη στιγμή, ούτε ένα πυροσβεστικό όχημα.

Στην Εύβοια, ομολογουμένως οι εξελίξεις



Ο πύρινος εφιάλτης και το... εκκενωμένο κράτος

Η πρωτοφανής καταστροφή συντελέστηκε στην κορύφωση της τουριστικής περιόδου στις αρχές Αυγούστου, με ό,τι αυτό σημαίνει για το διεθνές προφίλ της χώρας και το τουριστικό προϊόν της. Δραματική η εικόνα που μεταφέρουν οι παράγοντες των πληγέντων περιοχών



λίγες ημέρες προτού ξεσπάσει η πυρκαγιά, βοήθησαν στην ανάπτυξη σεναρίων, τα οποία βεβαίως σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να επιβεβαιωθούν. Συγκεκριμένα η ΡΑΕ είχε δημοσιοποιήσει την έγκριση σχεδίων για την τοποθέτηση ανεμογεννητριών στην Βόρεια Εύβοια. Οι δήμοι της περιοχής προχώρησαν αμέσως σε αποφάσεις και ψηφίσματα με τα οποία εκδίλωναν την αντίθεσή τους στους σχεδιασμούς για τα αιολικά πάρκα. Αμέσως μετά ήρθαν οι φλόγες, χωρίς να σημαίνει πως συνδέονται οπωσδήποτε τα παραπάνω γεγονότα.

Το ζητούμενο όμως αυτή τη στιγμή δεν είναι η απόδοση ευθυνών, αλλά να αναλογιστούμε τι πρέπει να γίνει εφεξής και πως θα διασφαλίσουμε ότι δεν θα ξανασυμβεί τέτοια καταστροφή στη χώρα. Το περιβάλλον είναι πολύτιμο για την ομαλή διαβίωσή μας, δεν μπορούμε να ζήσουμε έξω από αυτό και οφείλουμε να το προσέχουμε ως κόρη οφθαλμού.

Την ίδια ώρα, στη χώρα που ο τουρισμός καταλαμβάνει το 20% του ΑΕΠ, το περιβάλλον είναι και πολύτιμος πόρος που συμβάλλει καταλυτικά στο τουριστικό προϊόν της χώρας. Κανείς δεν θέλει να επισκεφθεί καμένα δάση, δύσοσμους ποταμούς, θάλασσες με πετρελαιοκηλίδες ή σκουπιδοτόπους.

Το 2018 μετά την πολύνεκρη τραγωδία στο Μάτι - η οποία ειρήσθω εν παρόδω είχε επίσης αποδοθεί στην κλιματική αλλαγή - η επιτροπή Γκολντμέρ είχε παραδώσει ένα σημαντικό πόρισμα για το πώς μπορούμε να προστατευθούμε από ανάλογες καταστροφές. Το πόρισμα αυτό είχε γίνει δεκτό και από την Νέα Δημοκρατία. Δυστυχώς, όμως για ακόμη μία φορά οι προτάσεις

Οι τουριστικοί φορείς των πυρόπληκτων περιοχών έχουν καταθέσει σειρά αιτημάτων προς την κυβέρνηση για τη στήριξη των επιχειρήσεων και για την ταχύτερη ανάκαμψη

σωστές, όλοι συμφωνούν, αλλά δεν υλοποιούνται.

Δεν ξεχνούμε πως η χώρα βρισκόταν και βρίσκεται σε δημοσιονομική μέγγενη, η οποία πρόσκαιρα έχει «χαλαρώσει» ελέω πανδημίας. Ωστόσο θα πρέπει οπωσδήποτε να ληφθεί μέριμνα για την προστασία του περιβάλλοντος και την διαχείριση των δασών. Το κυρίαρχο ζητούμενο είναι η στήριξη των πυρόπληκτων περιοχών και τα μέτρα που θα ληφθούν για την ταχύτερη αναζωογόνησή τους περιβαλλοντικά και οικονομικά.

Στις 21 Αυγούστου η Ένωση Ξενοδόχων Εύβοιας απέστειλε επιστολή στους συναρμόδιους υπουργούς καταθέτοντας τα παρακάτω αιτήματα για τις πυρόπληκτες περιοχές:

Καταρχήν, η Ένωση Ξενοδόχων Εύβοιας

υιοθέτησε τα αιτήματα της Ένωσης Ξενοδόχων Λουτρών Αιδηψού που έχουν ως εξής:

- Αναπλήρωση των εσόδων μηνών Αυγούστου Σεπτεμβρίου 2021 λόγω ακυρώσεων.
- Επέκταση του μέτρου αναστολών συμβάσεων εργασίας, για τα 12μηνες λειτουργίας τουριστικά καταλύματα έως τον Μάιο 2022.
- Αναστολή για 12 μήνες και παράταση του χρόνου αποπληρωμής του επιστρεπτέου μέρους της επιστρεπτέας προκαταβολής.
- Διπλασιασμό του επιδόματος λουτροθεραπείας για το 2021-2022.
- Διπλασιασμό των ημερών διανυκτερεύσεων για τους δικαιούχους ΟΠΕΚΑ και Τουρισμός για Όλους.
- Απαλλαγή και όχι μόνο αναστολή, από την καταβολή των ασφαλιστικών εισφορών για το εξάμηνο.

Επιπροσθέτως, το Διοικητικό Συμβούλιο της Ένωσης Ξενοδόχων Εύβοιας ζητάει για τους δύο πυρόπληκτους Δήμους τα εξής:

- Την απαλλαγή από τον ΕΝΦΙΑ για τα έτη 2021 και 2022.
- Έκδοση voucher διάρκειας 2 ετών για τον συμψηφισμό των προκαταβολών από κρατήσεις που έχουν γίνει στα καταλύματα.
- Ανακαίνιση και αναβάθμιση του Υδροθεραπευτηρίου Λουτρών Αιδηψού.
- Βελτίωση σήμανσης οδικού δικτύου Β. Εύβοιας πρωτίστως και συνολικά όλης.
- Τέλος, για ολόκληρη την Εύβοια ζητείται η λήψη των εξής μέτρων:
- Ενίσχυση με μη επιστρεπτέα προκαταβολή όλων των επιχειρήσεων για τους

μήνες Αύγουστο – Σεπτέμβριο, εφόσον υπάρξει για το δίμηνο αυτό πτώση μεγαλύτερη από το 20% από το αντίστοιχο του 2019.

- Αύξηση του ποσοστού επιδότησης κατά 10% στην Εύβοια σε όλους τους αναπτυξιακούς νόμους την επόμενη 5ετία.
- Παράταση όλων των υπο εκτέλεση προγραμμάτων ΕΣΠΑ των επιχειρήσεων, που λήγουν στις 31/10/2021 κατά 1 έτος.
- Δημιουργία Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών στην Εύβοια.
- Δωρεάν συμμετοχή της Εύβοιας στις τουριστικές εκθέσεις για τα επόμενα 5 χρόνια.

Επέκταση χρονικά του προγράμματος Κοινωνικού Τουρισμού με αύξηση των διανυκτερεύσεων και πλήρη επιδότηση της ίδιας συμμετοχής των δικαιούχων στα πρότυπα των παραμεθόριων νησιών του Αιγαίου που επλήγησαν από το μεταναστευτικό.

Εντατική προβολή και διαφήμιση της Εύβοιας στο εξωτερικό και εσωτερικό για τα επόμενα 3 χρόνια.

Στις 26 Αυγούστου μετέβη στην περιοχή ο πρώην υπουργός Τουρισμού Χάρης Θεοχάρης, ο οποίος και χαρακτήρισε τα αιτήματα ρεαλιστικά και δεσμεύτηκε για «την άμεση και ολόπλευρη αρωγή της Κυβέρνησης για την αποκατάσταση των ζημιών από τις πρόσφατες καταστροφικές πυρκαγιές και την ταχύτερη δυνατή ανάκαμψη, ειδικά των τουριστικών επιχειρήσεων της περιοχής».

Βεβαίως το θέμα είναι πως υπουργός είναι πλέον ο κύριος Κικίλιας, ωστόσο ελπίζουμε πως οι δράσεις στήριξης των πυρόπληκτων θα ολοκληρωθούν ανεξαρτήτως των προσώπων.

Πυρκαγιές και Τουρισμός

Είναι ανάγκη να συνειδητοποιήσουμε πως χάθηκε ένα τμήμα ή και το σύνολο του τουριστικού προϊόντος κάποιων περιοχών, πως χάθηκε ένα τμήμα του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας



Γράφει ο
**Χρήστος
Αναστασόπουλος**
Οικονομολόγος, MSc

Περί
Τουρισμού...
ο λόγος

Πάνω από 1,2 εκατομμύρια στρέμματα αγροτικής και δασικής γης στη Βόρεια Εύβοια, στη Νότια Πελοπόννησο και στην Αττική δεν υπάρχουν πια, προκαλώντας δραματικές επιπτώσεις σε περιβαλλοντικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο. Η χλωρίδα και η πανίδα στις πληγείσες περιοχές εξαφανίστηκε, το ευρύτερο οικοσύστημά τους διαταράχθηκε, καλλιέργειες, οικίες, επιχειρήσεις, χωριά ολόκληρα παραδόθηκαν στις αδηφάγες φλόγες μαζί με όνειρα, ελπίδες και κόπους συνανθρώπων μας, που επένδυσαν σε μια ζωή κοντά στη φύση. Απογοήτευση, οργή και απόγνωση διακατέχει τους πληγέντες. Πως και που θα ζήσουν, σε ποιο περιβάλλον, πως θα «κρατηθούν» οι νέοι στις περιοχές αυτές, πόσα χρόνια θα περάσουν για να υπάρξει μια υποτυπώδης βελτίωση; Αλήθεια, πόσο κυνική να ακούγεται η πρόθεση καταβολής αποζημιώσεων όταν πολλά από όσα χάθηκαν είναι ανεκτίμητα και δεν πρόκειται να αποκατασταθούν ποτέ και πόσο υποκριτική να φαντάζει η χρήση της λέξης «αειφορία» από όσους ευθύνονται για την κατάφωρη καταπάτησή της;

Ναι, η κλιματική κρίση (επιλέγεται η λέξη «κρίση» αντί της «αλλαγής» ως πιο δόκιμη να αποτυπώσει το πρόβλημα και να ευαισθητοποιήσει) αυξάνει τον κίνδυνο πυρκαγιών, όμως δεν μπορεί να χρησιμοποιείται ως άλλοθι, όταν αποδεδειγμένα σε επίπεδο πρόληψης αλλά και σε επίπεδο αντιμετώπισης τα περιθώρια βελτίωσης είναι τεράστια. Ιδιαίτερα όταν η, από το 2019 κατατεθειμένη, σχετική έκθεση της ανεξάρτητης επιτροπής, υπό τον καθηγητή Οικολογίας των Πυρκαγιών και επικεφαλής του Κέντρου Παγκόσμιας Παρακολούθησης Πυρκαγιών Goldammer, αγνοήθηκε. Ναι, η πρόληψη κοστίζει, όμως η πολιτεία, εκφράζοντας



την κοινωνία, πρέπει να θέτει προτεραιότητες και να κατευθύνει ανάλογα τους σε στενότητα οικονομικούς πόρους. Και το ερώτημα που προκύπτει είναι το κατά πόσο η κατεύθυνση των πόρων από την πολιτεία αντανάκλα τις προτεραιότητες της κοινωνίας μας. Αναμφίβολα, οι απαιτούμενοι για την καταστολή των πυρκαγιών πόροι, οι αποζημιώσεις προς τους πληγέντες, το κόστος των αντιπλημμυρικών και λοιπών έργων αποκατάστασης και η διακοπή της οικονομικής δραστηριότητας στις πληγείσες περιοχές – με επακόλουθα τη μείωση των εισοδημάτων και κατ' επέκταση του ΑΕΠ της χώρας, καθώς και της φοροδοτικής ικανότητας μερίδας πολιτών – έχουν πολύ μεγαλύτερο οικονομικό αντίκτυπο, έναντι αυτού που έχουν οι απαιτούμενοι για την πρόληψη πόροι, οι οποίοι αντικειμε-

νικά, πέρα από τη σύγκριση αυτή, είναι ελάχιστοι μπροστά σε αυτό που διακυβεύεται, πτυχές του οποίου μάλιστα είναι ανεκτίμητες.

Εστιάζοντας στην επίπτωση των καταστροφικών πυρκαγιών στον Τουρισμό, είναι προφανές πως το ισχυρό πλήγμα που δέχθηκε δεν αφορά μόνο τις πληγείσες περιοχές αλλά ολόκληρη τη χώρα, δεν αφορά μόνο το παρόν αλλά και το μέλλον του. Είναι ανάγκη να συνειδητοποιήσουμε πως χάθηκε ένα τμήμα ή και το σύνολο του τουριστικού προϊόντος κάποιων περιοχών, πως χάθηκε ένα τμήμα του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας. Πρόωρες αναχωρήσεις επισκεπτών, ακυρώσεις κρατήσεων, αποτροπή νέων κρατήσεων και δυσφήμιση της χώρας διαμορφώνουν ένα άκρως αρνητικό τοπίο. Για άλλη μια φορά το κύρος της χώ-

ρας μας τραυματίστηκε. Εικόνες όπως αυτές της επιβίβασης επισκεπτών και κατοίκων σε πλοία για να απομακρυνθούν από τα πύρινα μέτωπα της Εύβοιας αλλά και αυτών που αφορούν τον αρχαιολογικό χώρο της Ολυμπίας, που για δεύτερη φορά μετά το 2007 κινδύνευσε, κάνουν το γύρο του κόσμου.

Μετά την πανδημία που «υπέδειξε» ποικιλοτρόπως την αναγκαιότητα αλλαγής του τουριστικού μοντέλου, οι πυρκαγιές, ως αποτέλεσμα και της κλιμακούμενης κλιματικής κρίσης, ενισχύουν την αναγκαιότητα αυτή. Στο πλαίσιο αυτό, ο ειδικός στην αντιμετώπιση ακραίων καιρικών φαινομένων, καθηγητής και ακαδημαϊκός, Κώστας Συνολάκης αναφέρει σε συνέντευξή του στην Handelsblatt πως για να γίνει βιώσιμος ο τουριστικός κλάδος θα πρέπει να τύ-



χει μετασχηματισμού. Ενώ, ο καθηγητής Goldammer, σε συνέντευξή του στην Deutsche Welle, προσθέτει στους παράγοντες που αυξάνουν τον κίνδυνο δασικών πυρκαγιών και αυτόν της συνεχιζόμενης αστυφιλίας, τονίζοντας πως η εγκατάλειψη της υπαίθρου συνεπάγεται τη μείωση των καλλιεργούμενων εκτάσεων και των βοσκότοπων με αποτέλεσμα την αύξηση της ποσότητας της καύσιμης ύλης που επιτείνει το πρόβλημα. **Ο Αγροτουρισμός**, υπό τη διευρυμένη του έννοια και στην ολιστική του διάσταση, ως ενδεδειγμένη βασική συνιστώσα του νέου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης που χρειάζεται η χώρας μας, σε μια κατεύθυνση ήπιας, βιώσιμης, πράσινης και δίκαιης ανάπτυξης, προβάλλει ως λύση στα παραπάνω. Εκτός των άλλων θετικών επιδράσεων, συ-

Απαιτείται μια ριζική αναθεώρηση του τρόπου αντιμετώπισης του ζητήματος των πυρκαγιών, με την πρόληψη να τίθεται σε προτεραιότητα. Βέλτιστες πρακτικές υπάρχουν πολλές

νταιριάζει ιδανικά τον αγροδιατροφικό τομέα με τον Τουρισμό και δημιουργεί τις προϋποθέσεις συγκράτησης του αγροτικού πληθυσμού στις εστίες του αλλά και επανάκαμψης κατοίκων από τα αστικά κέντρα. Παράλληλα, αναδεικνύει, προβάλλει αλλά και προστατεύει, εν είδει θεματοφύλακα, το φυσικό, αρχιτεκτονικό, λαογραφικό και πολιτισμικό κεφάλαιό μας. Οι πυρκαγιές όμως «επιτίθενται» παντοιοτρόπως στο μοντέλο του Αγροτουρισμού καταστρέφοντας το περιβάλλον μέσα στο οποίο ήδη αναπτύσσεται, στο μικρό έστω βαθμό που αυτό συμβαίνει, ή δύναται να αναπτυχθεί, ωθώντας τους πολίτες προς τα αστικά κέντρα και λειτουργώντας αποτρεπτικά σε όσους έχουν την πρόθεση να το υπηρετήσουν μεν αλλά διστάζουν να αναλάβουν το ρίσκο λόγω της προ-

κληθείσας από αυτές ανασφάλειας. **Συμπερασματικά**, απαιτείται μια ριζική αναθεώρηση του τρόπου αντιμετώπισης του ζητήματος των πυρκαγιών, με την πρόληψη να τίθεται σε προτεραιότητα. Βέλτιστες πρακτικές υπάρχουν πολλές. Οι προτάσεις του πορίσματος της Επιτροπής με επικεφαλής τον καθηγητή Goldammer δύνανται να αποτελέσουν έναν εξαιρετικό οδηγό στην κατεύθυνση μείωσης επέλευσης του κινδύνου ή περιορισμού των συνεπειών του όταν αυτός επέρχεται. Οι δραματικές επιπτώσεις των πυρκαγιών σε τόσα πολλά επίπεδα, μεταξύ των οποίων και σε αυτό του Τουρισμού, παρέχουν μια ευκαιρία στην κοινωνία μας για αναστοχασμό. Είναι αδήριτη ανάγκη πλέον να συνειδητοποιήσουμε την κατάσταση και να πράξουμε αναλόγως.

Έτοιμη για απογείωση η Athens Flying Week

Το ερχόμενο Σαββατοκύριακο στις **4 & 5 Σεπτεμβρίου 2021** θα πραγματοποιηθεί για 9η φορά το φαντασμαγορικό Airshow, στην Αεροπορική Βάση Τανάγρας!



Γράφει η **ΔΩΡΑ ΧΡΗΣΤΟΥ**

Η Athens Flying Week 2021, η μεγαλύτερη αεροπορική επίδειξη της Ελλάδας, επιστρέφει για 9η φορά το Σάββατο 4 και την Κυριακή 5 Σεπτεμβρίου. Οι επισκέπτες θα έχουν την δυνατότητα να παρακολουθήσουν από απόσταση αναπνοής, την άσκηση "COMBAT EVAC" από τις ελληνικές Ένοπλες Δυνάμεις, τις διελεύσεις των πτητικών μέσων της Πολεμικής Αεροπορίας, του Στρατού Ήφρας και του Πολεμικού Ναυτικού αλλά και τα πυροσβεστικά Canadair CL-415 και PZL. Όσοι παραβρεθούν στην φετινή έκθεση θα απολαύσουν από κοντά τις μοναδικές πτητικές δυνατότητες του γαλλικού Rafale Solo Display, την γοητεία της πτήσης ενός αυθεντικού Warbird και τις εντυπωσιακές εναέριες «χορογραφίες» του ελληνικού Spitfire, των Patrouille de France και Saudi Hawks.

Οι «κεραυνοί» του F-16 «Ζευς» της Πολεμικής Αεροπορίας με ταχύτητες που αγγίζουν το 1 Mach και ελιγμούς από +9,5G έως -3G, θα είναι καθηλωτικοί. Με αφορμή την επέτειο των 200 χρόνων από την Ελληνική Επανάσταση θα υπάρχουν ειδική σχηματισμοί και μοναδικές διελεύσεις.

Στην έκθεση θα παραβρίσκεται η Aegean με A320 NEO, αλλά και η 114 Πτέρυγα

Η έκθεση προσελκύει χιλιάδες επισκέπτες κάθε χρόνο. Στην τελευταία εκδήλωση που έλαβε μέρος το 2019, οι θεατές ήταν 80.000 από την Ελλάδα και 5.000 από όλο τον κόσμο

Μάχης μαζί με την ΕΑΒ που παρέχουν τις φιλόξενες εγκαταστάσεις τους. Όσοι το επιθυμούν θα μπορούν να φωτογραφηθούν στην στατική έκθεση δίπλα στο γαλλικό Rafale, τα Tornado και τα F-15 της Βασιλικής Αεροπορίας της Σαουδικής Αραβίας, τα ιταλικά M-346, το C-130 από το Βέλγιο, τα αυστριακά PC-7 και φυσικά το Eurofighter Typhoon και το Tornado από τη Γερμανία. Μια μοναδική εμπειρία για μικρούς και μεγάλους.

Η έκθεση προσελκύει χιλιάδες επισκέπτες κάθε χρόνο. Στην τελευταία εκδήλωση που έλαβε μέρος το 2019, οι θεατές

ήταν 80.000 από την Ελλάδα και 5.000 από όλο τον κόσμο. Παραβρέθηκαν παραπάνω από 50 χορηγοί, πάνω από 30 εκθέτες και έμποροι, καθιστώντας την ιδανική επιλογή για όσους επιθυμούν να προωθήσουν την εμπορική τους ταυτότητα, να προβάλουν την επιχείρησή τους και ψάχνουν τρόπους για να πετύχουν την ιδανική δικτύωση.

Η Mact Media Group, εταιρεία με πάνω από 20 χρόνια εμπειρίας που συμμετέχει ως βασικός παράγων στην εμπορική διαχείριση, προσφέρει στην κάθε επιχείρηση μία ευρύτατη γκάμα διαδραστικών ευκαιριών με το κοινό και σημαντικές εμπορικές ευκαιρίες.

Πρόκειται για μια τεράστια καμπάνια στην οποία θα βρίσκονται μεγάλες εταιρίες - χορηγοί με προοπτικές σύναψης συμφωνιών με τους εμπορικούς επισκέπτες. Η εκδήλωση της Athens Flying Week αποτελεί ιδανική ευκαιρία για κάθε επιχείρηση που διαθέτει προϊόν ή υπηρεσίες που απευθύνονται προς τον τελικό καταναλωτή.

Εισιτήρια

Όλα τα εισιτήρια θα εκδίδονται ΜΟΝΟ ηλεκτρονικά, μέσω της vina.gr και του επίσημου δικτύου μεταπωλητών από 15 ευρώ για ενήλικες και 7,5 ευρώ για ανηλίκους. Καθώς δεν πραγματοποιείται έκδοση εισιτηρίων στο χώρο του event, όσοι προσέλθουν πρέπει να έχουν ΗΔΗ εκδώσει ηλεκτρονικά το εισιτήριό τους! Λόγω

των υγειονομικών πρωτοκόλλων ο χώρος είναι διαχωρισμένος σε ζώνες.

Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΗ ΖΩΝΗ 1 επιτρέπεται αποκλειστικά και μόνο με την επίδειξη:

- Πιστοποιητικού Εμβολιασμού ή
- Πιστοποιητικού ανάρρωσης από COVID-19
- Βεβαίωση self-test για τις ηλικίες 12 έως 18, δηλωμένο στο self-testing.gov.gr
- Από τα παραπάνω εξαιρούνται οι ανήλικοι έως 12 ετών (γεννημένοι μετά την 01/07/2009)

Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΤΗ ΖΩΝΗ 2 επιτρέπεται αποκλειστικά και μόνο με την επίδειξη:

- PCR / Rapid Test ή
- Πιστοποιητικού Εμβολιασμού ή
- Πιστοποιητικού ανάρρωσης από COVID-19
- Βεβαίωση self-test για τις ηλικίες 12 έως 18, δηλωμένο στο self-testing.gov.gr
- Από τα παραπάνω εξαιρούνται οι ανήλικοι έως 12 ετών (γεννημένοι μετά την 01/07/2009)

Πρόσβαση

Στο Air Show μπορείτε να έρθετε με 3 τρόπους:

1. Οδικώς
 2. Με τρένο από τη στάση Οινόη και περίπου 30 λεπτά περπάτημα μέχρι την είσοδο του event
 3. Δρομολόγια Πούλμαν «Δουκίσσης Πλακεντίας» - Τανάγρα και Επιστροφή
- Για όσους θέλουν μια εύκολη, άνετη και οικονομική μετακίνηση όπως κάθε χρόνο



υπάρχει διαθέσιμο λεωφορείο για την μεταφορά των θεατών από και προς την αεροπορική βάση της Τανάγρας. Τιμή εισιτηρίου: Προς και από την Αεροπορική Βάση Τανάγρας και επιστροφή: 20€

Δρομολόγια

Σάββατο 4 Σεπτεμβρίου:
ΑΝΑΧΩΡΗΣΗ από το Σταθμό Μετρό «Δουκίσσης Πλακεντίας» προς την Αεροπορική Βάση Τανάγρας: 12:00, 13:30

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ από την Αεροπορική Βάση Τανάγρας προς το Σταθμό Μετρό «Δουκίσσης Πλακεντίας»: 18:00, 20:00

Κυριακή 5 Σεπτεμβρίου:
ΑΝΑΧΩΡΗΣΗ από το Σταθμό Μετρό «Δουκίσσης Πλακεντίας» προς την Αεροπορική Βάση Τανάγρας: 10:00, 11:00

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ από την Αεροπορική Βάση Τανάγρας προς το Σταθμό Μετρό «Δουκίσσης Πλακεντίας»: 16:00, 17:00

Η είσοδος σας επιτρέπεται αποκλειστικά και μόνο με την επίδειξη:

- PCR / Rapid Τεστ ή
- Πιστοποιητικού Εμβολιασμού ή
- Πιστοποιητικού ανάρρωσης από COVID-19
- Βεβαίωση self-test για τις ηλικίες 12 έως 18, δηλωμένο στο self-testing.gov.gr
- Από τα παραπάνω εξαιρούνται οι ανήλικοι έως 12 ετών (γεννημένοι μετά την 01/07/2009)

ΑμεΑ AFW

Η παρουσία των ανθρώπων με ειδικές

ανάγκες σε αυτό το φαντασμαγορικό αεροπορικό γεγονός τιμά την Athens Flying Week. Προσφέρεται:

- Δωρεάν είσοδο όσων κατέχουν κάρτα ΑΜΕΑ και ενός συνοδού τους.
- Είσοδο στο χώρο του event από την πύλη VIP, για την ευκολότερη και γρηγορότερη πρόσβαση τους.
- Στάθμευση του αυτοκινήτου στο VIP Parking, που βρίσκεται ακριβώς πίσω από το VIP Area!
- Δωρεάν πρόσβαση τους στο VIP Area, για την καλύτερη εξυπηρέτησή τους και για να παρακολουθήσουν το Air Show με άνεση! (Τα υπόλοιπα μέλη θα πρέπει να προσκομίσουν το αντίτιμο που αντιστοιχεί στη κατηγορία του εισιτηρίου που θα εισέλθουν).

Εθελοντισμός

Η Athens Flying Week προσφέρει την δυνατότητα σε όσους επιθυμούν τα βιώσουν αυτή την μοναδική εμπειρία από κοντά, να γίνουν μέλος της ομάδας των εθελοντών.

Η ομάδα της Athens Flying Week γνωρίζει πολύ καλά πως οι μεγαλύτερες διοργανώσεις, προκειμένου να στεφθούν με επιτυχία, χρειάζονται τη συμμετοχή εθελοντών!

Όποιος δεν θέλει να μείνει μόνο θεατής, είναι ευπρόσδεκτος να γίνει κομμάτι της μεγαλύτερης αεροπορικής διοργάνωσης. Μπες στα παρασκήνια, γνώρισε τους παγκοσμίως φήμης και «απογειώσου».

ATHENS
FLYING
WEEK

PROGRAM

2021
4-5 SEPTEMBER
TANAGRA
AIR FORCE BASE

SATURDAY 04 SEPTEMBER				
TIME SLOT	THEME	PARTICIPANT	COUNTRY	AERIAL EVENT
1500	General Aviation	RC KAVALA ACRO TEAM (GR)	GR	FLYING DISPLAY
1510		LUCA BERTOSSIO (IT)	IT	FLYING DISPLAY
1520	Hellenic Air Force	TECNAM P-2002JF (HELLENIC AIR FORCE)	GR	FLYBY
		CL-415 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	WATER DROP (SUBJECT TO OPERATIONAL NEEDS)
1530	Hellenic Army	CH-47, KIOWA, UH-1 (HELLENIC ARMY)	GR	COMBAT EVAC
		APACHE AH-64 (HELLENIC ARMY)	GR	
1600	Hellenic Navy	S-70B AEGEAN HAWK (HELLENIC NAVY)	GR	FLYING DISPLAY
1630	Hellenic Air Force Show Of Force	MIRAGE 2000 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	SCRAMBLE
		F-4, F-16, MIRAGE 2000 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	FLYBY
		MIRAGE 2000 Vs F-16 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	DOGFIGHT
		SUPER PUMA (HELLENIC AIR FORCE)	GR	COMBAT SEARCH AND RESCUE
		PHANTOM F-4 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	AIRFIELD ATTACK
1700	International Teams	F-15 (UNITED STATES AIR FORCE)	US	TAKEOFF
		F-16 DISPLAY TEAM (ROYAL DANISH AIR FORCE)	DK	FLYING DISPLAY
		SAUDI HAWKS (ROYAL SAUDI AIR FORCE)	SA	FLYING DISPLAY
		RAFALE SOLO DISPLAY TEAM (FRENCH AIR FORCE)	FR	FLYING DISPLAY
		F-15 (UNITED STATES AIR FORCE)	US	FLYBY
1810	Aegean Airlines	AEGEAN AIRLINES (GR)	GR	FLYBY - LAND
1821	200 Years	ZEUS F-16 DEMO TEAM (HELLENIC AIR FORCE)	GR	FLYING DISPLAY
		SPITFIRE (HELLENIC AIR FORCE)	GR	FLYING DISPLAY
		PATROUILLE DE FRANCE (FRENCH AIR FORCE)	FR	FLYING DISPLAY
1940	Sunset Show	LUCA BERTOSSIO (IT)	IT	TWILIGHT FLYING DISPLAY

SUNDAY 05 SEPTEMBER				
TIME SLOT	THEME	PARTICIPANT	COUNTRY	AERIAL EVENT
1205	General Aviation	RC KAVALA ACRO TEAM (GR)	GR	FLYING DISPLAY
		LUCA BERTOSSIO (IT)	IT	FLYING DISPLAY
1230	Hellenic Air Force	TECNAM P-2002JF (HELLENIC AIR FORCE)	GR	FLYBY
		CL-415 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	WATER DROP (SUBJECT TO OPERATIONAL NEEDS)
1240	Hellenic Army	CH-47, KIOWA, UH-1 (HELLENIC ARMY)	GR	COMBAT EVAC
		APACHE AH-64 (HELLENIC ARMY)	GR	
1310	Hellenic Navy	S-70B AEGEAN HAWK (HELLENIC NAVY)	GR	FLYING DISPLAY
1340	Hellenic Air Force Show Of Force	MIRAGE 2000 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	SCRAMBLE
		F-4, F-16, MIRAGE 2000 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	FLYBY
		MIRAGE 2000 Vs F-16 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	DOGFIGHT
		SUPER PUMA (HELLENIC AIR FORCE)	GR	COMBAT SEARCH AND RESCUE
		PHANTOM F-4 (HELLENIC AIR FORCE)	GR	AIRFIELD ATTACK
1412	International Teams	F-15 (UNITED STATES AIR FORCE)	US	TAKEOFF
		PATROUILLE DE FRANCE (FRENCH AIR FORCE)	FR	FLYING DISPLAY
		RAFALE SOLO DISPLAY TEAM (FRENCH AIR FORCE)	FR	FLYING DISPLAY
		F-16 DISPLAY TEAM (ROYAL DANISH AIR FORCE)	DK	FLYING DISPLAY
		F-15 (UNITED STATES AIR FORCE)	US	FLYBY
1525	200 Years	ZEUS F-16 DEMO TEAM (HELLENIC AIR FORCE)	GR	FLYING DISPLAY
		SPITFIRE (HELLENIC AIR FORCE)	GR	FLYING DISPLAY
1555	Saudi Hawks	SAUDI HAWKS (ROYAL SAUDI AIR FORCE)	SA	FLYING DISPLAY
	Saudi Hawks & Aegean Airlines	SAUDI HAWKS (ROYAL SAUDI AIR FORCE) & AEGEAN AIRLINES (GR)	GR	FLYBY

* Schedule might be subject to change due to the availability of air show participants, inclement weather, or other operational factors.



Η Σύρος επενδύει στον εναλλακτικό τουρισμό

«Η τουριστική σεζόν στη χώρα μας είναι διάρκειας τουλάχιστον 6 μηνών και μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα δεν είναι δυνατόν να κινούμαστε μονοδιάστατα, παρέχοντας στους επισκέπτες μόνο το κλασικό δίπτυχο «ήλιος - θάλασσα», σημειώνει ο Δήμαρχος Σύρου, ενώ τονίζει πως φέτος η τουριστική κίνηση στο νησί συνολικά έπιασε το 55% του 2019



Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

«**Η** σεζόν αναμένεται να ολοκληρωθεί περί τα τέλη Οκτώβρη και ήδη λαμβάνουμε αισιόδοξα μηνύματα για τους επόμενους δύο μήνες. Όσο για το πρώτο μισό της σεζόν, δηλαδή Μάιος - Ιούνιος - Ιούλιος, είμαστε πολύ ευχαριστημένοι», τονίζει ο δήμαρχος Σύρου Νικόλαος Λειβαδάρας, ενώ μας εξηγεί σε βάθος τις πρωτοβουλίες που έχουν ληφθεί για τις θεματικές μορφές τουρισμού στο νησί. Αναλυτικά η συνέντευξη έχει ως εξής:

- Κύριε δήμαρχε είναι χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Να ρωτήσουμε αρχικά πώς πήγε φέτος η σεζόν; Πήγαν καλύτερα τα πράγματα σε σχέση με πέρυσι;

Δική μου η χαρά και σας ευχαριστώ για τη φιλοξενία. Αρχικά να αναφέρω ότι η σεζόν αναμένεται να ολοκληρωθεί περί τα τέλη Οκτώβρη και ήδη λαμβάνουμε αισιόδοξα μηνύματα για τους επόμενους δύο μήνες. Όσο για το πρώτο μισό της σεζόν, δηλαδή Μάιος - Ιούνιος - Ιούλιος, είμαστε πολύ ευχαριστημένοι, καθώς κινήθηκε σε υψηλά επίπεδα και ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες μας, ξεπερνώντας το 80% της προσέλευσης του 2019, ένα έτος ορόσημο καθώς σημειώσαμε τη μεγαλύτερη τουριστική προσέλευση των τελευταίων ετών. Ο Αύγουστος, παρ' όλο που αυτή τη στιγμή δεν έχουμε επίσημα στοιχεία, έχει κινήσει εξαιρετικά, έχοντας πλησιάσει τα επίπεδα του 2019.

Σε σχέση με πέρυσι, σαφώς και τα πράγματα πήγαν καλύτερα. Συγκεκριμένα, η προσέλευση του 2020, με όλες τις ιδιαιτε-



ρότητες, κινήθηκε καθ' όλη τη διάρκεια της σεζόν, σε ποσοστό του 55% του 2019, γεγονός που βοήθησε σε μεγάλο βαθμό τις τοπικές επιχειρήσεις, ώστε να κρατηθούν ζωντανές.

- Πιστεύετε πως θα χρειαστούν μέτρα στήριξης οι τουριστικές επιχειρήσεις;

Βεβαίως και θα χρειαστούν μέτρα στήριξης, καθώς δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η σεζόν του 2020 ήταν στο σύνολό της πολύ μικρότερη σε σχέση με αυτή που είχαμε συνηθίσει. Επιπλέον, τουριστικοί κλάδοι με σημαντικό οικονομικό αποτύπωμα στην τοπική κοινωνία, όπως αυτός της κρουα-

ζιέρας, έμειναν σε αδράνεια. Δεν πρέπει, επίσης, να ξεχνάμε ότι οι συνθήκες της πανδημίας, αλλά και η κατά τόπους επιβολή περαιτέρω περιοριστικών μέτρων, λειτούργησε ανασταλτικά για τον τουρισμό. Ως εκ τούτου, η Κεντρική Διοίκηση θα πρέπει να βρει τρόπους να στηρίξει την τουριστική βιομηχανία, η οποία είναι και η ναυαρχίδα της οικονομίας της χώρας μας, καθ' όλη τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης.

- Η Σύρος έχει πολλές δυνατότητες ανάπτυξης θεματικού τουρισμού. Ποιες προσπάθειες γίνονται προς αυτή την κατεύθυνση;

Στόχος μας είναι να αξιοποιήσουμε τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Σύρου με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, ούτως ώστε να επιτύχουμε την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη προσέλευση επισκεπτών και τους μήνες, οι οποίοι σήμερα δεν παρουσιάζουν υψηλές πληρότητες. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η τουριστική σεζόν στη χώρα μας είναι διάρκειας τουλάχιστον 6 μηνών και μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα δεν είναι δυνατόν να κινούμαστε μονοδιάστατα, παρέχοντας στους επισκέπτες μόνο το κλασικό δίπτυχο «ήλιος - θάλασσα».

Για τον λόγο αυτό, η Δημοτική μας Αρχή επενδύει και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως στον περιπατητικό - γεωλογικό τουρισμό, αξιοποιώντας το μοναδικό γεωλογικό απόθεμα του νησιού αλλά και το δίκτυο μονοπατιών, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Επενδύει, επίσης, και στον θαλάσσιο τουρισμό και το yachting, εκμεταλλευόμενοι τις υποδομές του τόπου μας στον τομέα αυτό, αλλά και στον γαστρονομικό τουρισμό, αξιοποιώντας τη μοναδικότητα των τοπικών μας προϊόντων. Δεν αφήνουμε αναξιοποίητο και τον μαθητικό τουρισμό, ο οποίος διαχρονικά εμπιστεύεται το νησί μας χάρη στα συγκριτικά του πλεονεκτήματα, δίνοντας πνοή στις επιχειρήσεις μας σε μια περίοδο χαμηλής επισκεψιμότητας.

Επιπλέον, επικεντρωνόμαστε και στον προσβάσιμο τουρισμό, βελτιώνοντας συνεχώς τις υποδομές μας (αναβατόριο, ράμπες, sea tracks κ.ά) για προσβασιμότητα των ΑμεΑ τόσο σε παραλίες όσο και στα περισσότερα σημεία ενδιαφέροντος του νησιού μας. Μάλιστα, πρόσφατα αποσπασαμε το πρώτο βραβείο (Platinum) στην κατηγορία Sustainability με την υποψηφιότητα «Η Σύρος φιλικός προορισμός σε ΑμεΑ» στα Tourism Awards 2021. Τέλος, η θρησκευτική ιδιαιτερότητα της Σύρου, με τη συνύπαρξη του ορθόδοξου και του καθολικού στοιχείου, μας επιτρέπει να ασχοληθούμε με την περαιτέρω ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.



Με τη διοργάνωση του Φεστιβάλ Yachting, θέλουμε να επικοινωνήσουμε καλύτερα στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον συγκεκριμένο χώρο τα προτερήματα του νησιού, με σκοπό η Σύρος να καταστεί το κέντρο του Yachting στις Κυκλάδες

- Τον Οκτώβριο θα πραγματοποιηθεί στο νησί το Yachting Festival. Ο θαλάσσιος τουρισμός φαίνεται να προσφέρει πολλές ευκαιρίες για τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος. Ποιες είναι οι κινήσεις που πρέπει να γίνουν;

Κινούμενοι, λοιπόν, στην κατεύθυνση της επέκτασης της τουριστικής σεζόν και αξιοποιώντας τα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα, οραματιστήκαμε και φέτος υλοποιούμε το πρώτο Φεστιβάλ Yachting και Γαστρονομίας. Η Σύρος διαθέτει δύο πολύ ασφαλείς λιμένες πρόσδεσης τουριστικών σκαφών στην Ερμούπολη και στον Φοίνικα και μπορεί να αποτελέσει, με αυτό τον τρόπο, έναν κόμβο μεταξύ των νησιών. Επίσης, έχουμε παρατηρήσει ότι σημαντικός αριθμός σκαφών επιλέγει τη Σύρο ως σταθμό ανεφοδιασμού, αλλά και αναζητώντας μια ιδιαίτερη εμπειρία κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Με τη διοργάνωση του Φεστιβάλ Yachting, όλο αυτό εμείς θέλουμε να το επικοινωνήσουμε καλύτερα στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον συγκεκριμένο χώρο, με σκοπό η Σύρος να καταστεί το κέντρο του Yachting στις Κυκλάδες. Για τον λόγο αυτό και σε συνεργασία με το Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Σύρου, επενδύουμε και αναβαθμίζουμε συνεχώς τις εγκαταστάσεις μας, ούτως ώστε να παρέχουμε τη βέλτιστη ποιότητα υπηρεσιών.

- Η γαστρονομία μπορεί να βοηθήσει στη σύνδεση του τουρισμού με την αγροδιατροφή. Στις Κυκλάδες υπάρχει μια σημαντική πρωτοβουλία με

το Aegean Cuisine. Πώς εξελίσσεται αυτή η προσπάθεια;

Το Aegean Cuisine είναι μια οραματική πρωτοβουλία του Επιμελητηρίου Κυκλάδων, το οποίο με πολύ επαγγελματισμό κατάφερε να συνδέσει τον τουρισμό με τη γαστρονομία. Είναι μια πρωτοβουλία, η οποία παρά τη υγειονομική κρίση, που βρίσκεται σε εξέλιξη, έχει ήδη καταστήσει τις Κυκλάδες τον πρώτο γαστρονομικό προορισμό της Ελλάδας. Στη Σύρο βλέπουμε τα τελευταία χρόνια μια στροφή της επιχειρηματικής κοινότητας προς το γαστρονομικό τουρισμό, καθώς οι επαγγελματίες αξιοποιούν τα μοναδικά τοπικά μας προϊόντα για να δημιουργήσουν νέες γαστρονομικές τάσεις και εμπειρίες.

- Στο νησί σας πραγματοποιούνται και σημαντικές πολιτιστικές εκδηλώσεις. Θα υπάρξει συνέχεια, αν φυσικά το επιτρέψει η πανδημία;

Η Σύρος αποτελεί από τους πρώτους προορισμούς που συνέδεσαν τον τουρισμό με τον πολιτισμό, διοργανώνοντας πληθώρα και ποικιλία πολιτιστικών εκδηλώσεων καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Πιο συγκεκριμένα, ο Δήμος μας πραγματοποιεί ετησίως το «Σύρος - Πολιτισμός», ένα πλούσιο πολιτιστικό πρόγραμμα, στο οποίο πρωτοστατούν τα καθιερωμένα Φεστιβάλ, τα οποία καλύπτουν όλα τα ενδιαφέροντα. Εδώ και δύο χρόνια, λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών, το πρόγραμμα «Σύρος - Πολιτισμός» πραγματοποιείται σύμφωνα με τα υγειονομικά πρωτόκολλα, όπως αυτά ορί-

ζονται από την Κεντρική Διοίκηση και ομολογουμένως, μέχρι σήμερα, κρατούν το νησί μας σε υψηλό πολιτιστικό επίπεδο. Φέτος, μάλιστα, προγραμματίστηκαν πάνω από 100 εκδηλώσεις, μουσικές, θεατρικές και εικαστικές, ενώ ξεχωριστή θέση είχαν οι επετειακές εκδηλώσεις για τα 200 χρόνια από την έναρξη της Ελληνικής Επανάστασης. Ειδικότερα, φιλοξενήσαμε δύο σπουδαίες εικαστικές εκθέσεις, η μία του Ιδρύματος Αντώνιος Ε. Κομνηνός με έργα από τη Φιλελληνική συλλογή του και η άλλη της Βουλής των Ελλήνων με τίτλο «Από τις φλόγες του Αγώνα. Αθήνα - Ερμούπολη: η αναγέννηση της Ελλάδας», η οποία είναι ακόμη σε εξέλιξη. Αξίζει να αναφέρω ότι οι συγκεκριμένες εκθέσεις έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον του κοινού και έχουν σημειώσει μεγάλη επισκεψιμότητα.

- Ποιες είναι οι επενδύσεις που χρειάζεται η Σύρος, όχι μόνο για τον τουρισμό, αλλά συνολικά για την βελτίωση της καθημερινότητας και των τοπικών ρυθμών ανάπτυξης;

Ίσως, σημαντικότερο όλων είναι η εξεύρεση νέων χώρων στάθμευσης περιφερειακά του ιστορικού κέντρου της Ερμούπολης. Σήμερα, ο Δήμος μας ενοικιάζει χώρους που χρησιμοποιούνται για τη στάθμευση οχημάτων. Στόχος της Δημοτικής Αρχής είναι να εξασφαλίσει την αγορά τέτοιων χώρων, προκειμένου να επιλύσει το πρόβλημα. Επιπλέον, γίνονται προσπάθειες για τη βελτιστοποίηση του προβλήτα πρόσδεσης των κρουαζιερόπλοιων ώστε να μπορούν να καταπλεύσουν στο νησί μας περισσότε-

ρα και μεγαλύτερα πλοία, γεγονός που θα συμβάλει στην καθιέρωση της Σύρου στον τουρισμό κρουαζιέρας. Αξιοποιώντας, επίσης, τα χρηματοδοτικά εργαλεία που παρέχονται από την Κεντρική Διοίκηση, προχωράμε στη δημιουργία τοπικών πολεοδομικών σχεδίων στην περιφέρεια του νησιού. Αποτελεί μια πρωτοβουλία που θα δώσει νέα πνοή σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής των δημοτών, καθώς με τα τοπικά πολεοδομικά σχέδια ορίζονται οι χρήσεις γης εντός των οριοθετημένων οικισμών, προβλέπεται η δημιουργία κοινόχρηστων χώρων σε αυτούς, αλλά και διασφαλίζεται ο πρωτογενής τομέας, που όλοι γνωρίζουμε πόσο σημαντικός είναι τόσο για την τοπική κοινωνία όσο και για τη χώρα μας εν γένει. Πολύ σημαντικά για τη Δημοτική μας Αρχή είναι φυσικά και η αναβάθμιση των πυλών εισόδου στο νησί μας. Γίνονται, επομένως, σοβαρές προσπάθειες για τη βελτίωση της ακτοπλοϊκής διασύνδεσης τόσο με το λιμάνι του Πειραιά όσο και με τα υπόλοιπα νησιά του Αιγαίου και κυρίως με τη Μύκονο που διαθέτει τον διεθνή αερολιμένα, ενώ παράλληλα βρίσκεται σε εξέλιξη του έργου αναβάθμισης του αεροδρομίου μας, ώστε να δέχεται μεγαλύτερα αεροσκάφη. Τέλος, στον τομέα της ύδρευσης και αποχέτευσης, επιδίωξή μας είναι να ολοκληρωθεί το αποχετευτικό δίκτυο του νησιού μας που θα καλύψει και τις νότιες περιοχές της Σύρου, αλλά και να εκσυγχρονιστεί το εργοστάσιο αφαλάτωσης της Ερμούπολης. Οφείλω να ομολογήσω ότι βρίσκόμαστε σε πολύ καλό δρόμο, καθώς έχουν ήδη συμβασιοποιηθεί οι μελέτες για τα συγκεκριμένα έργα.

Ανοίγουν πανιά τα Yachting Festivals

Η Mact Media Group διοργανώνει
τρεις μεγάλες εκθέσεις για το yachting
και τη γαστρονομία σε Σύρο, Βόλο και Άλιμο,
τα οποία θα πραγματοποιηθούν
τον Οκτώβριο και τον Νοέμβριο

Η Mact Media Group, εταιρεία με χρόνια εμπειρίας στο κλάδο του τουρισμού, προχωράει σε μια σειρά σημαντικών εκθέσεων με επίκεντρο την ανάδειξη του θαλάσσιου και Θεματικού Τουρισμού. Με δεδομένες τις δύσκολες στιγμές που πέρασε και περνάει ο τουριστικός κλάδος από την πανδημία, η Mact Media Group με τις πρωτοβουλίες και δράσεις που αναλαμβάνει, επιχειρεί να συμβάλει στο μέγιστο δυνατό βαθμό για την ταχύτερη ανάκαμψη και για δημιουργία νέας προοπτικής στο τουριστικό μοντέλο της χώρας.

Οι εκθέσεις έχουν προγραμματιστεί να υλοποιηθούν μέσα στο φθινόπωρο, συγκεκριμένα τρία Yachting Festivals σε Σύρο, Βόλο και Άλιμο θα πραγματοποιηθούν τον Οκτώβριο και τον Νοέμβριο. Οι εκδηλώσεις θα επικεντρώνονται στον θαλάσσιο τουρισμό, αλλά και τη διασύνδεσή του με τη γαστρονομία.

Το μοντέλο «Ηλιος και Θάλασσα», ήταν, είναι και θα είναι το κυρίαρχο για το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας, ωστόσο, ιδιαίτερα σήμερα, είναι εξαιρετικά κρίσιμος ο εμπλουτισμός του τουρισμού, με νέες εμπειρίες και νέες δυνατότητες για

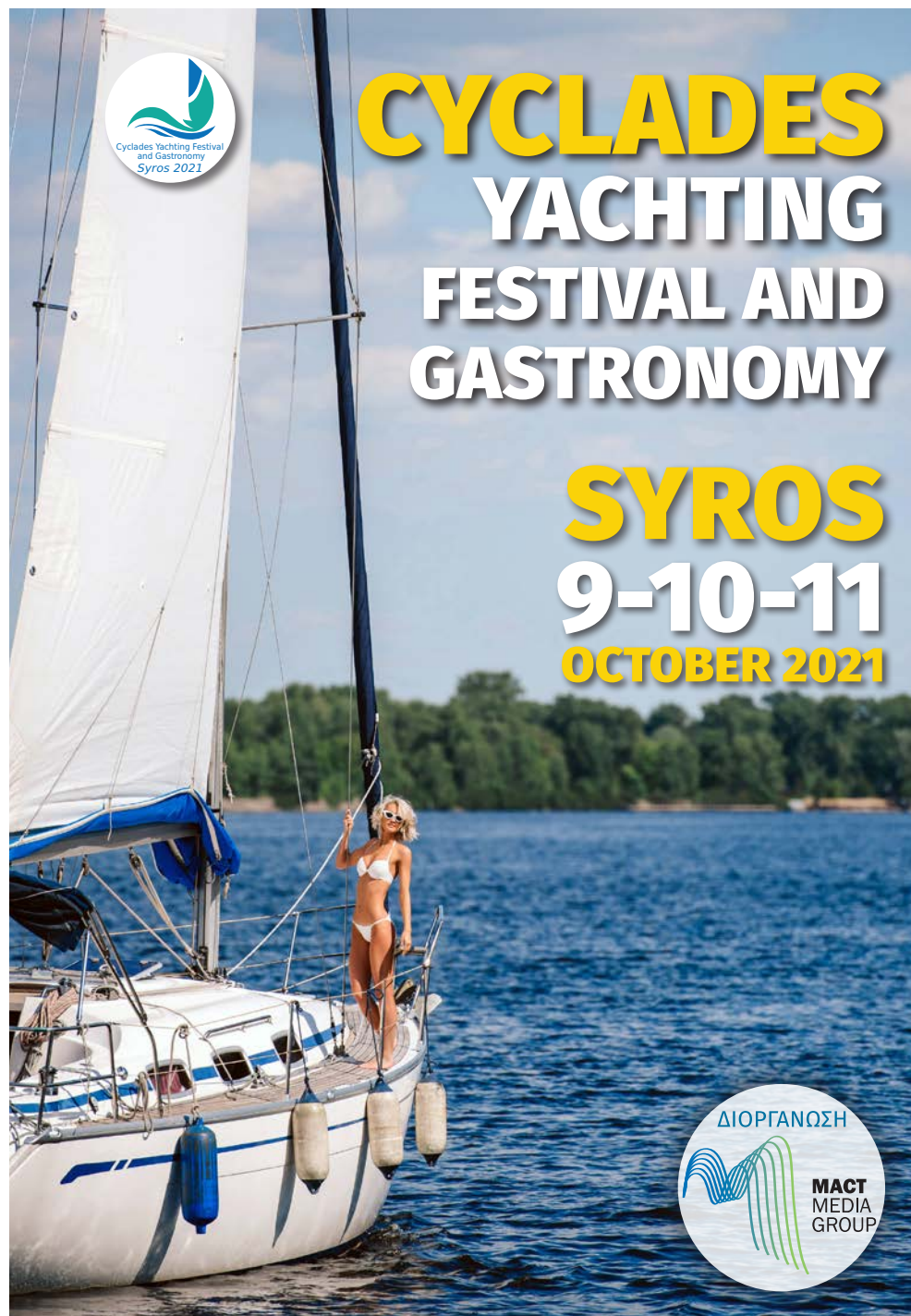
τους επισκέπτες. Η Ελλάδα έχοντας μια ακτογραμμή άνω των 16.000 χλμ και χιλιάδες νησιά, αποτελεί ιδανική τοποθεσία για το yachting.

1st Cyclades Yachting Festival and Gastronomy

Η αρχή γίνεται με το 1st Cyclades Yachting Festival and Gastronomy που θα πραγματοποιηθεί στη Σύρο 9 με 11 Οκτωβρίου με στόχο να γίνει μια ετήσια συνάντηση του κλάδου με επαγγελματίες και υποψήφιους πελάτες, όπου χιλιάδες επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες των εκθετών.

Πρωταρχικός σκοπός του Φεστιβάλ είναι να προωθήσει τη Σύρο και να αναδείξει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τον θαλάσσιο πλούτο και την περιβαλλοντική φυσιογνωμία των Κυκλάδων. Στόχος είναι να γίνει θεσμός για τα επόμενα χρόνια και προοδευτικά να αποτελέσει ορόσημο και σημείο αναφοράς του θαλάσσιου τουρισμού σε όλο το κόσμο.

Το Cyclades Yachting Festival & Gastronomy – Syros θα πραγματοποιηθεί στη Μαρίνα της Σύρου, ενώ θα πραγματοποιηθούν και παράλληλες εκδηλώσεις στην περιοχή του Φοίνικα. Στη διάρκεια του



3ημερου Φεστιβάλ θα πραγματοποιηθούν συνέδρια, παρουσιάσεις νέων προϊόντων, θαλάσσιες δραστηριότητες, παρουσιάσεις τοπικών προϊόντων και παράλληλες εκδηλώσεις. Το Syros Yachting Festival & Gastronomy θα φιλοξενήσει περισσότερους από 10.000 επισκέπτες, πάνω από 70 εκθέτες και 50 σκάφη. Το δεύτερο κομμάτι της έκθεσης θα είναι ο γαστρονομικός τουρισμός. Η Γαστρονομία είναι ένα αλληλένδετο κομμάτι με τον Θαλάσσιο Τουρισμό και θα δώσει την ευκαιρία στους επισκέπτες να γευθούν παραδοσιακά προϊόντα της περιοχής.

Yachting Volos: Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία

Ακολουθεί το Yachting Volos: Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία στις 14 με 17 Οκτωβρίου 2021. Η έκθεση θα πραγματοποιηθεί στο λιμάνι του Βόλου, θέλοντας να συμβάλει στην ενίσχυση της προβολής της περιοχής αλλά και στην τόνωση

της επιχειρηματικότητας. Παρά τα εμπόδια και τις δυσκολίες που επέφερε η πανδημία αφού ήταν σχεδιασμένο να πραγματοποιηθεί αρχικά τον Μάιο του 2020 και φυσικά αναβλήθηκε λόγω των περιοριστικών μέτρων για την ανάσχεση της μετάδοσης του κορονοϊού, η έκθεση Yachting Volos: Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία βρίσκεται εδώ έχοντας λάβει θερμή υποδοχή από εκπροσώπους Τύπου, φορείς, επιχειρήσεις αλλά και την τοπική κοινωνία.

Οι επισκέπτες του Yachting Volos: Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία θα έχουν την ευκαιρία να επιβιβαστούν σε σκάφη, κάθε λογής, να ενημερωθούν για τις λεπτομέρειες είτε απόκτησης ιδιόκτητου σκάφους, είτε ναύλωσης επαγγελματικού σκάφους, με ή χωρίς πλήρωμα, να γνωρίσουν νέα προϊόντα, να γευθούν τοπικά προϊόντα και να συμμετέχουν στις εκδηλώσεις που διοργανώνονται στα πλαίσια της έκθεσης με κεντρικό σκοπό



**YACHTING
& GASTRONOMY**

VOLOS

**14-15-16-17
OCTOBER 2021**

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ
MACT MEDIA GROUP



30

**Yachting
Festival
Athens**

**6-7-8-9
NOΕΜΒΡΙΟΥ
2021**

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ
ΣΙΤΕΣΑΠ MACT MEDIA GROUP

την τουριστική ανάδειξη της περιοχής.

Θα παρουσιαστούν εταιρείες Θαλάσσιου Τουρισμού και Yachting, εταιρείες με προϊόντα που συνεργάζονται με το Yachting, εταιρείες με παραδοσιακά τοπικά προϊόντα. Θα υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένοι χώροι για B2B συναντήσεις με επιχειρηματίες και Bloggers που θα συναντηθούν με τους επαγγελματίες του Yachting. Τις ημέρες της εκδήλωσης θα πραγματοποιηθεί συνέδριο με θέμα «Θαλάσσιος Τουρισμός – Γαστρονομία και Προοπτικές Ανάπτυξης στην Θεσσαλία».

Επίσης σχεδιάζεται να πραγματοποιηθεί και συνέδριο με θέμα «Συγκριτικά πλεονεκτήματα της Γαστρονομίας και του Οίνου της Θεσσαλίας και η μετεξέλιξή της σε γαστρονομικό προορισμό».

30 Yachting Festival Athens

Η συνέχεια στα events της Mact Media Group θα δοθεί με το 30 Yachting Festival Athens που θα πραγματοποιηθεί στον

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

**Ιδιαίτερα σήμερα, είναι
εξαιρετικά κρίσιμος
ο εμπλουτισμός
του τουρισμού, με νέες
εμπειρίες και νέες
δυνατότητες για τους
επισκέπτες. Η Ελλάδα
έχοντας μια ακτογραμμή
άνω των 16.000 χλμ
και χιλιάδες νησιά,
αποτελεί ιδανική τοπο-
θεσία για το yachting**

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Αλιμο 6 με 9 Νοεμβρίου. Διοργανώνεται για 3η χρονιά σε συνεργασία με τον ΣΙΤΕΣΑΠ (Σύνδεσμο Ιδιοκτητών Τουριστικών Επαγγελματικών Σκαφών Άνευ Πληρώματος), με σκοπό να αναδείξει τους επαγγελματίες του χώρου του Yachting.

Το 30 Yachting Festival αναδεικνύει τις ευκαιρίες και προκλήσεις για επενδύσεις στο Θαλάσσιο Τουρισμό, προβάλλοντας τις δυνατότητες των μαγευτικών ελληνικών θαλασσών και απολαυστικών θαλάσσιων σπορ ενώ παράλληλα ενισχύει τις εμπορικές σχέσεις μεταξύ επαγγελματιών του YACHTING. Κατόπιν, πλούσιες προωθητικές δράσεις στο Athens Yachting Festival αναδεικνύουν τους Παράκτιους & Νησιωτικούς Προορισμούς, τις ποικίλες μορφές Θαλάσσιου Τουρισμού και τα θαλάσσια σπορ.

Στην Έκθεση θα συμμετέχουν πάνω από 200 motor/sailing Yachts, monohulls, catamarans και όλων των ειδών σκάφη

άνευ πληρώματος (bareboats). Οι Επαγγελματίες υποδέχονται το κοινό στα περίπτερα και τους ειδικά διαμορφωμένους χώρους, πρόθυμοι να ενημερώσουν τους επισκέπτες για τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

Κατά την διάρκεια του Festival, οι επισκέπτες θα έχουν την δυνατότητα να δουν τα εκθεσιακά σκάφη, να ενημερωθούν για την αγορά ή ναύλωση αυτών και να γνωρίσουν και άλλες δραστηριότητες που μπορούν να συνδυαστούν με τις διακοπές με σκάφος, να πραγματοποιήσουν B2B συναντήσεις και να παρακολουθήσουν ειδικά συνέδρια.

Επιπλέον μπορούν να ενημερωθούν σχετικά με παράκτιους και νησιωτικούς προορισμούς, να παρακολουθήσουν επιχειρηματικές, ψυχαγωγικές κ.ά. εκδηλώσεις Θαλάσσιου Τουρισμού και να νιώσουν την εμπειρία μίας μεγάλης γκάμας από δραστηριότητες που συνδυάζονται με Yachting.



*Γενικός Γραμματέας ΣΕΤΚΕ,
ΓΓ Ομοσπονδίας Πρέβεζας



Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Μας κράτησε όρθιους ο Κοινωνικός Τουρισμός

«Τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού είναι αυτά που συνέβαλαν στο να χαμογελάσουν και πάλι οι συνάδελφοί μου», τονίζει ο κύριος Ευθυμίου και σημειώνει ότι το 2021, ήταν πολύ καλύτερο από το 2020

Βελτιωμένη ήταν φέτος η τουριστική κίνηση στην Πρέβεζα, όπως τονίζει ο Γενικός Γραμματέας της ΣΕΤΚΕ κύριος Δημήτρης Ευθυμίου, ο οποίος επισημαίνει τον σημαντικό ρόλο που έπαιξαν τα προγράμματα του Κοινωνικού Τουρισμού. Αναλυτικά η συνέντευξη έχει ως εξής:

- Κύριε Ευθυμίου είναι χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Τον περασμένο Απρίλιο εκφράζατε την συγκρατημένη αισιοδοξία σας για τη φετινή σεζόν. Επιβεβαιώθηκαν οι εκτιμήσεις σας, με τα δεδομένα που υπάρχουν μέχρι σήμερα;

Σας είχα δηλώσει ότι η εικόνα των κρατήσεων δεν ήταν καθόλου ενθαρρυντική αλλά ότι διακρίναμε μία κινητικότητα, η οποία και επιβεβαιώθηκε. Οι μήνες Ιούλιος και Αύγουστος ήτανε αρκετά καλοί για την περιοχή μας και επιβεβαιώθηκαν οι εκτιμήσεις μου.

- Πιστεύετε πως θα καταφέρουμε να έχουμε διεύρυνση της σεζόν και τους επόμενους μήνες;

Ήδη φαίνεται από τις κρατήσεις που έχουν γίνει ότι θα έχουμε μία διεύρυνση της σεζόν τον Σεπτέμβριο, στην περιοχή μας πάντα.

- Πόσο σημαντικό ρόλο έπαιξαν τα προγράμματα Κοινωνικού Τουρισμού; Συνέβαλαν στην ανάκαμψη της τουριστικής κίνησης;

Τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού είναι αυτά που συνέβαλαν στο να χαμογελάσουν και πάλι οι συνάδελφοί μου. Πραγματικά η κίνηση αυτή του Υπουργείου Τουρισμού έφερε χαμόγελα και χρήματα στους μικροεπιχειρηματίες του κλάδου. Σας πληροφορώ ότι περιοχές όπου οι συνάδελφοι δεν προτιμούσαν τον κοινωνικό τουρισμό, τώρα ευλογούν όσους



είχαν την σκέψη και την πρόνοια να εφαρμόσουν αυτά τα προγράμματα.

- Έχετε σημειώσει στο παρελθόν τη σημασία του εσωτερικού τουρισμού. Από την πλευρά μας και εμείς στα ρεπορτάζ που έχουμε πραγματοποιήσει, διαπιστώσαμε ότι οι προορισμοί που έχουν εσωτερικό τουρισμό τα πήγαν καλύτερα πέρυσι που ήταν δύσκολη χρονιά για τον κλάδο. Επαναλήφθηκε και φέτος αυτό το σκηνικό;

Και πάλι χάρη στα προγράμματα του κοινωνικού τουρισμού την περσινή χρονιά σταθήκαμε όρθιοι. Για αυτά τα προγράμματα θα πρέπει να ευχαριστήσουμε αυτούς που είχαν την σκέψη και την τόλμη να τα εφαρμόσουν. Να σκεφτείτε ότι στήθηκαν

σε πολύ λίγο χρόνο και απέδωσαν. Η αύξηση του Εσωτερικού τουρισμού θα αναγκάσει τα διάφορα τουριστικά Γραφεία και πρακτορεία να δώσουν καλύτερες τιμές στα καταλύματα που συνεργάζονται. Ναι το σκηνικό επαναλήφθηκε και το 2021 είναι πολύ καλύτερο από το 2020.

- Στη ΣΕΤΚΕ έχετε λάβει σημαντικές πρωτοβουλίες για την σύνδεση του τουρισμού με την τοπική παραγωγή με το «Καλάθι του Πρωινού» και με τις πιστοποιήσεις για τον θεματικό τουρισμό. Πώς εξελίσσονται αυτές οι προσπάθειες στην περιοχή σας;

Στην ΣΕΤΚΕ πράγματι με σκέψεις και προτάσεις του προέδρου Παναγιώτη Τοκούζη έχουν γίνει σημαντικά πράγματα όπως το καλάθι πρωινού όπως αναφέρατε και

εσείς και οι πιστοποιήσεις για τον θεματικό τουρισμό. Οι δράσεις αυτές δυστυχώς όχι μόνο στην περιοχή μου αλλά γενικά δεν έχουν ακόμα αγκαλιαστεί από τους συναδέλφους όσο θα έπρεπε. Πρέπει να κάνουμε προσπάθεια να τους δώσουμε να καταλάβουν ότι όσοι πιστοποιηθούν θα αυξήσουν ενδεχομένως το πελατολόγιο τους με πελάτες που δεν θα προτιμούσαν σε άλλη περίπτωση το κατάλυμα τους, παρά μόνο επειδή είναι κάτι διαφορετικό, και προσφέρουν κάτι παραπάνω από τον συνάδελφο γείτονά τους.

- Ποιες μορφές θεματικού τουρισμού κερδίζουν έδαφος στην Πρέβεζα;

Στην Πρέβεζα μπορεί να κερδίσουν έδαφος ο περιπατητικός Τουρισμός (υπάρχουν δύο διαδρομές) έτοιμες στο ποταμό Αχέροντα μέχρι και τις πηγές, καθώς και ο ποδηλατικός Τουρισμός λόγω και της μορφολογίας της περιοχής.

- Ο χειμερινός τουρισμός έχει υποστεί τις μεγαλύτερες απώλειες συγκριτικά, δεδομένου ότι πέρυσι ήταν απαγορευμένες οι μετακινήσεις εκτός νομού. Κρίνετε πως φέτος θα είναι καλύτερα τα πράγματα;

Πιστεύω ότι αυτό θα συμβεί. Πρέπει οπωσδήποτε να είναι καλύτερα τα πράγματα. Μην ξεχνάτε ότι όσοι ασχολούνται με τον καλοκαιρινό τουρισμό θέλουν ξεκούραση, και αυτό γίνεται κάνοντας και αυτοί διακοπές σε χειμερινούς προορισμούς. Τα πράγματα θα είναι σαφώς καλύτερα.

- Θα χρειαστούν επιπλέον μέτρα στήριξης των τουριστικών επιχειρήσεων;

Οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις όπως είναι τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα χρειάζονται μέτρα στήριξης. Η πλειοψηφία δεν ωφελήθηκε από τις Επιστρεπτές Προκαταβολές και όσες τα κατάφεραν το όφελος ήτανε μόνο έως 2.000€ το ανώτερο.

Ελληνική Μικροζυθοποιία

*Γευστικές απολαύσεις
που μπορούν να κάνουν
τη διαφορά για τους επισκέπτες
και τα έσοδα των επιχειρήσεων
του τουρισμού και της εστίασης*

Ζυμώσεις για μια
αναβαθμισμένη εμπειρία



Το μεγάλο «μπουμ» έγινε την περασμένη δεκαετία και ο απόηχος του ακόμη καλά κρατεί. Εκεί στις αρχές της δημοσιονομικής κρίσης -από την οποία ακόμη δεν έχουμε απαλλαγή πλήρως- ξεκίνησε ένα κίνημα θα λέγαμε από ζυθοποιούς που δημιουργούσαν και πρόσφεραν στο κοινό craft μπύρες. Η κρίση δεν ήταν ο μοναδικός, ίσως ούτε καν ο κύριος, παράγοντας για αυτή την εξέλιξη. Ήταν και οι καταναλωτές που αναζητούσαν πιο ποιοτικές, πιο εκλεπτυσμένες και ιδιαίτερες γεύσεις μπύρας, σε σύγκριση με τις μπύρες ευρείας κατανάλωσης που κυκλοφορούν στην αγορά.

Η μικροζυθοποιία έκτοτε έχει γνωρίσει σημαντική ανάπτυξη στη χώρα, εκπρόσωποι της έχουν καταφέρει να αποσπάσουν διεθνείς διακρίσεις και τα περιθώρια επέκτασης αυτής της αγοράς διαγράφονται μεγάλα, εφόσον το επιτρέψουν οι συνθήκες. Δεν αναφερόμαστε μόνο στη πανδημία και στα κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα που έχει επιφέρει, αλλά και στο γεγονός ότι καλώς ή καλώς στην ελληνική αγορά μπύρας έχουν κυρίαρχη παρουσία πολυεθνικές εταιρείες που σίγουρα δεν θα δουν με καλό μάτι την απώλεια μεριδίων της αγοράς.

Η κρίση που προαναφέραμε έπαιξε ακριβώς ρόλο σε αυτό το κομμάτι. Με τις βόρειες χώρες να μας λοιδορούν, μέσω των ΜΜΕ και τις κυβερνήσεις να μας τιμωρούν με εξοντωτικά μέτρα, σε πολλούς καταναλωτές αναπτύχθηκε αυτό που θα λέγαμε «οικονομικός πατριωτισμός». Το κοινό αναζητούσε και αναζητεί ελληνικά προϊόντα, που παράγονται στη χώρα και ενισχύουν το ΑΕΠ.

Η αγορά μπύρας δεν έμεινε έξω από αυτό το ρεύμα. Οι Έλληνες άρχισαν να αναζητούν μπύρες ελληνικές και οι μεγάλες εταιρείες βρέθηκαν να αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά της παρουσίας τους στη χώρα για να αντιστρέψουν το κλίμα. Είναι γεγονός, θα πρέπει να ομολογήσουμε πως ναι μεν συζητούμε για πολυεθνικές, ωστόσο οι παραγωγικές δομές βρίσκονται εντός της Ελλάδας, ενώ σε κάποιες



Craft γεύσεις για ευτυχείς ουρανίσκους

Την τελευταία δεκαετία η μικροζυθοποιία γνωρίζει μεγάλη άνθηση στην Ελλάδα, προσφέροντας γεύσεις και εμπειρίες που μπορούν να προσφέρουν και στο τουριστικό προϊόν



● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Σε κάποιες περιπτώσεις, όπως στη Ρόδο και στην Κρήτη, δημιουργήθηκαν ζυθοποιίες αποκλειστικά για την τροφοδοσία του τουριστικού κλάδου

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

περιπτώσεις προχωρούν τώρα και σε προγράμματα Συμβολαιακής Γεωργίας μια πρακτική που ξεκίνησε πρώτη η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης το 2006.

Όπως και να έχει δεν θα πρέπει να συγχέουμε την μικροζυθοποιία με τις μεγάλες βιομηχανίες παραγωγής μπίρας. Τα μικροζυθοποιεία στη συντριπτική τους πλειονότητα έχουν περιορισμένη παραγωγή, επικεντρώνουν στην ποιότητα και στις μοναδικές γεύσεις και τα προϊόντα τους έχουν αρκετά υψηλότερη τιμή από τις μπίρες μαζικής παραγωγής. Το αν κάποια από αυτά καταφέρουν να πάνε καλύτερα και να αποκτήσουν άλλα μεγέθη είναι άλλη

ιστορία, άλλωστε σε ένα βαθμό ήδη έχει συμβεί αυτό σε κάποιες περιπτώσεις, όπως της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης και της Ελληνικής Ζυθοποιίας Αταλάντης.

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί πως σε κάποιες περιπτώσεις, όπως στη Ρόδο και στην Κρήτη, δημιουργήθηκαν ζυθοποιίες αποκλειστικά για την τροφοδοσία του τουριστικού κλάδου. Στην αρχή μόνο με βαρέλι και κατόπιν προχώρησαν σε εμφιάλωση προωθώντας τα προϊόντα τους στην ευρύτερη αγορά. Αυτή τη στιγμή δεν υπάρχει περιοχή στην Ελλάδα που να μην έχει το δικό της μικροζυθοποιείο. Κυριολεκτικά σε κάθε γωνιά της χώρας παράγονται μπίρες εξαιρετικές ποιότητας.

Πρόκειται για προϊόντα που μπορούν να κάνουν τη διαφορά και στις τουριστικές επιχειρήσεις, επιτρέποντας νέες γευστικές απολαύσεις και εμπειρίες στους επισκέπτες τους που ξεφεύγουν από τα συνηθισμένα. Η σύνδεση αυτή δεν είναι καθόλου τυχαία, καθώς ιδιαίτερα στους τουριστικούς προορισμούς η παραγωγή craft μπίρας γνωρίζει ιδιαίτερη άνθηση. Κάποιοι μάλιστα μικροζυθοποιοί έχουν ξεκινήσει και εξαγωγές χάρη σε αυτήν. Το στοιχείο αυτό δείχνει πως όχι μόνο οι τουρίστες έμειναν ικανοποιημένοι από αυτό που δοκίμασαν, αλλά έφθασαν πλέον να το αναζητούν και στη χώρα τους, στόχος που πρέπει να υπάρχει συνολικά για την αγροδιατροφή στη χώρα.





Η έννοια του ζυθοτουρισμού

Αντίστοιχα με τον οινoturισμό καταβάλλονται προσπάθειες και για τον ζυθοτουρισμό. Πολλά μικροζυθοποιία δηλώνουν πως οι πόρτες τους είναι ανοικτές για τους επισκέπτες, ώστε να δουν τη διαδικασία παραγωγής, να δοκιμάσουν τις μπίρες και φυσικά να αγοράσουν αυτές που επιθυμούν.

Οπωσδήποτε αυτή η προσπάθεια έχει μέλλον, καθώς η μικροζυθοποιία στην Ελλάδα υπολείπεται ποσοτικά σε σύγκριση με άλλες χώρες και σίγουρα δεν μπορεί να συγκριθεί ούτε στο ελάχιστο με την οينوποιία.

Ένα βασικό πρόβλημα είναι χαμηλή κατανάλωση μπίρας στην Ελλάδα. Σύμφωνα με όσα έχουν γίνει γνωστά η κατανάλωση στην Ελλάδα είναι 36 λίτρα ετησίως κατ' άτομο, όταν σε άλλες χώρες ξεπερνάει τα 70 λίτρα και ακόμη και στην Κύπρο είναι στα 55 λίτρα κατ' άτομο. Οι craft μπίρες με τις ξεχωριστές γεύσεις τους μπορούν σαφώς να βοηθήσουν να αυξηθεί η κατανάλωση μπίρας, ακόμη και τους χειμερινούς μήνες.

Ποικιλία σε είδη

Τα μικροζυθοποιεία αν και δεν αγνοούν την κυρίαρχη Lager, επικεντρώνουν σε άλλους τύπους μπίρας, όπως τις Ale, τις Weiss, τις Stout, τις IPA και άλλες, χαρίζοντας στους λάτρεις της μπίρας ιδιαίτερες δημιουργίες. Ακόμη όμως και στις «κοινές» Lager οι διαφορές στην ποιότητα και στη γεύση είναι хаοτικές σε σχέση με τις γεύσεις που έχουμε συνηθίσει.

Το σίγουρο είναι πως η προσθήκη ετικετών craft μπίρας σε μια τουριστική επιχείρηση μόνο οφέλη μπορεί να έχει, με την προϋπόθεση φυσικά ότι και το ζυθοποιείο θα μπορεί να καλύψει μια προσυμφωνήμενη ποσότητα χωρίς προβλήματα. Διότι υπάρχει δυστυχώς και αυτή η πλευρά.

Αναζητώντας τα ζυθοποιεία στην Ελλάδα, ένα σημαντικό μέρος των οποίων παρουσιάζουμε παρακάτω, υπήρξαν και ζυθοποιοί που μας ζήτησαν να μην τους συμπεριλάβουμε στο αφιέρωμα «γιατί δεν μπορούμε να καλύψουμε ποσότητες αν μας ζητηθεί», όπως μας είπαν χαρακτηριστικά.

Ωστόσο αυτός δεν είναι ο κανόνας, κάθε άλλο. Τα περισσότερα μικροζυθοποιεία και σοβαρά παίρνουν τη δουλειά τους και τη δυναμικότητα παραγωγής φροντίζουν να βελτιώνουν και η αλληλεπίδραση με τον τουρισμό, όπως ήδη διαπιστώνεται σε πολλές περιπτώσεις, φέρνει εξαιρετικά αποτελέσματα και για τους δύο κλάδους.



Πράμα δύσκολο να κλείσεις τα Χανιά σε ένα μπουκάλι.
Εμείς εδώ στην οικογενειακή ζυθοποιία Λαύκας
προσπαθούμε να κάνουμε ακριβώς αυτό με την παραγωγή
τοπικής, φρέσκιας, αφιλτράριστης μπύρας.

Στο επισκέψιμο ζυθοποιείο μας στα Χανιά εδώ
και περισσότερα από 4 χρόνια παράγουμε τις μπύρες
«Λευκά Όρη» και «Χανιώτισσα».

Μπύρες φτιαγμένες με μεράκι σε περιορισμένη ποσότητα,
πάντα φρέσκοιες, διαθέσιμες τόσο στην Κρήτη,
όσο και στην Αθήνα και στην υπόλοιπη Ελλάδα.

Αν σας βγάλει ο δρόμος στα Χανιά,
θα χαρούμε να σας ξεναγήσουμε στο ζυθοποιείο μας
και να γευθούμε παρέα τις μπύρες μας



Leoforos Kazantzaki 102, 73131, Chania



(+30)6945430402 / (+30)6946710018



@lafkasbrewery



<https://lafkasbrewery.com/>



www.facebook.com/lafkasbrewery/



lafkasbrewery@gmail.com



*Πρόεδρος Συνδέσμου Μικρών Ανεξάρτητων Ζυθοποιών Ελλάδος - Διευθύνων Σύμβουλος Ζυθοποιίας Μακεδονίας - Θράκης

Βοηθάμε να μπουν οι βάσεις για τον ζυθοτουρισμό στη χώρα μας

«Ο Σ.Μ.Α.Ζ.Ε. συνεργάζεται με τους αρμόδιους φορείς για το νέο σχέδιο του Υπουργείου Τουρισμού για τα «Επισκέψιμα Ζυθοποιεία», μας λέει ο κύριος Δημτσούδης, ενώ συμπληρώνει πως όλο και περισσότερες ελληνικές craft μπύρες κερδίζουν διακρίσεις στο εξωτερικό



Στον **ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ**

Ο ΣΜΑΖΕ συνδράμει τους φορείς της πολιτείας για να τεθούν οι βάσεις για τον ζυθοτουρισμό στη χώρα, μας λέει ο πρόεδρος του Συνδέσμου Ανεξάρτητων Ζυθοποιών και Διευθύνων Σύμβουλος της Ζυθοποιίας Μακεδονίας - Θράκης Χρήστος Δημτσούδης. Παράλληλα τονίζει πως το κίνημα craft μπύρας στην Ελλάδα, όχι μόνο μεγαλώνει και διευρύνεται, αλλά καταφέρνει να αποσπά και διακρίσεις στο εξωτερικό. Υπογραμμίζει πως ο μεγαλύτερος κίνδυνος για τις craft ζυθοποιίες είναι το craft washing, πίσω από το οποίο βρίσκονται, συνήθως, πολυεθνικοί κολοσσοί. Αναλυτικά η συνέντευξη του κυρίου Δημτσούδη έχει ως εξής:

- Κύριε Δημτσούδη είναι τιμή και χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Η εστίαση ήταν κλειστή για πολλούς μήνες και ουσιαστικά οι πωλήσεις αφορούσαν περισσότερο τη λιανική την περίοδο της καραντίνας. Πόσο έχει επηρεάσει η πανδημία την αγορά μπύρας και ιδιαίτερα τους μικροζυθοποιούς;

Είναι γεγονός πως η πανδημία δεν άφησε ανέπαφη την αγορά της μπύρας, και όπως



είναι φυσικό έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό και την ελληνική μικροζυθοποιία. Παρόλα αυτά, οι ζυθοποιοί απέδειξαν ότι διαθέτουν μεγάλες αντοχές και πολλοί από αυτούς στράφηκαν με επιτυχία σε εναλλακτικούς τρόπους προσέγγισης της αγοράς. Εδώ θα πρέπει να πούμε κι ένα μεγάλο ευχαριστώ στους λάτρεις της ποιοτικής μπύρας και τους συνειδητοποιημένους καταναλωτές εν γένει, οι οποίοι στηρίζουν και ζητούν δυναμικά τα προϊόντα craft, τοπικής προέλευσης. Ταυτόχρονα, ο Σύνδεσμός μας συνεχίζει τις προσπάθειές του να ενημερώνει τους καταναλωτές, προβάλλοντας τα μέλη μας και τα προϊόντα τους μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θεωρώ δε μάλιστα ότι μεγαλύτερος διαχρονικός κίνδυνος για τις ανεξάρτητες ελληνικές μικροζυθοποιίες είναι το φαινόμενο του craft washing, παρά η πρόσκαιρη, όπως όλοι ελπίζουμε, διατάραξη της αγοράς από την πανδημία. Βλέπουμε δηλαδή πολυεθνικούς κολοσσούς, στην Ελλάδα και το εξωτερικό, να λανσάρουν και να προμοτάρουν ετικέτες που παρέρχονται σε δήθεν craft, ή παραδοσιακές ζυθοποιίες που έχουν εξαφανιστεί εδώ και δεκαετίες, παραπλανώντας σκόπιμα τους καταναλωτές. Γι' αυτό απαιτείται μεγάλη προσοχή από τους καταναλωτές στο τι αγοράζουν, και θα πρέπει να κάνουν ενδελεχή έρευνα αγοράς πριν αγοράσουν οποιοδήποτε νέο προϊόν συναντούν στα ράφια, προς αποφυγή... εκπλήξεων για το που καταλήγουν τα χρήματά τους!

- Από την έρευνά μας διαπιστώσαμε πως αρκετά ζυθοποιεία είναι επισκέ-



Ευελπιστούμε ότι με το ενδιαφέρον που δημιουργείται γύρω από το κίνημα των craft brewers θα συμβάλουμε μακροχρόνια στην άνοδο της κατά κεφαλήν κατανάλωσης μπίρας στην Ελλάδα και φυσικά, στην αύξηση της επισκεψιμότητας στα ζυθοποιεία μας

ψιμα, ωστόσο φαίνεται να μην έχουν γίνει αρκετά βήματα για την ανάπτυξη του ζυθοτουρισμού στην Ελλάδα. Υπάρχουν σκέψεις για αυτό το θέμα;

Ασφαλώς και υπάρχουν. Τη δεδομένη στιγμή ο Σ.Μ.Α.Ζ.Ε. συνεργάζεται με τους αρμόδιους φορείς για το νέο σχέδιο του Υπουργείου Τουρισμού για τα «Επισκέψιμα Ζυθοποιεία», προσπαθώντας να θέσει επιτέλους τις βάσεις για τον ζυθοτουρισμό στην χώρα μας.

Η κυβέρνηση επεξεργάζεται διάταξη νόμου για τη δημιουργία Σήματος Επισκέψιμου Ζυθοποιείου με σκοπό την προαγωγή της παροχής υπηρεσιών υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους όπου λειτουργούν ζυθοποιεία, τα οποία παράγουν ελληνική μπίρα υψηλής ποιότητας και διαθέτουν χώρους και εγκαταστάσεις ειδικών προδιαγραφών που διασφαλίζουν την επισκεψιμότητα. Συνεπώς, είμαστε εν αναμονή της υλοποίησης της αντίστοιχης νομοθετικής ρύθμισης.

- Όπως έχετε τονίσει και εσείς στο παρελθόν τα ελληνικά ζυθοποιεία παράγουν μερικές σπάνιες και ιδιαίτερα ποιοτικές μπίρες. Είναι αντικειμενικά προϊόντα που μπορούν να βελτιστοποιήσουν ή να λειτουργήσουν προσθετικά στην εμπειρία του επισκέπτη. Εκτιμάτε πως αξιοποιείται αυτή η δυνατότητα και τι χρειάζεται να γίνει για να έχουμε ένα καλό αποτέλεσμα;

Με την πάροδο των ετών, βλέπουμε ότι όλο και περισσότερες μπίρες των μελών του Συνδέσμου μας πετυχαίνουν σημαντικές διακρίσεις σε μεγάλους διεθνείς διαγωνισμούς, γεγονός που μας χαροποιεί ιδιαίτερα, μια και επιβραβεύεται κατ' αυτόν τον τρόπο η ποιότητα των craft προϊόντων μας. Γενικότερα, ο στόχος μας είναι αυτό το υπέροχο προϊόν που λέγεται μπίρα ή ζύθος, να γίνεται όλο και πιο ενδιαφέρον για τον Έλληνα καταναλωτή, και όχι μόνο. Ακόμη και για όσους δηλώνουν μη λάτρεις της μπίρας, εμείς έχουμε να τους πούμε ότι απλώς, δεν έχουν γνωρίσει ακόμη την κατάλληλη! Ευελπιστούμε ότι με το ενδιαφέρον που δημιουργείται γύρω από το κίνημα των craft brewers θα συμβάλουμε μακροχρόνια στην άνοδο της κατά κεφαλήν κατανάλωσης μπίρας στην Ελλάδα και φυσικά, στην αύξηση της επισκεψιμότητας στα ζυθοποιεία μας.

- Στη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης έχετε ένα εξαιρετικά σημαντικό και ενδιαφέρον πρόγραμμα Συμβολαϊκής Γεωργίας για την παραγωγή κριθαριού. Πώς εξελίσσεται αυτή η προσπάθεια;

Φέτος, για μία ακόμα χρονιά, μέσω του προγράμματος Συμβολαϊκής Καλλιέργειας που πρώτοι ξεκινήσαμε στην Ελλάδα το 2006, παραλάβαμε άριστης ποιότητας κριθάρι από την περιοχή της Θράκης για την κάλυψη των αναγκών όχι μόνο της εγχώριας παραγωγής μπίρας, αλλά και των γειτονικών χωρών, καθώς η Βύνη

Θράκης συνεχίζει το επιτυχημένο της ταξίδι της και στο εξωτερικό. Σύσσωμη η οικογένεια της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, καθώς και τα περισσότερα ζυθοποιεία του κλάδου της ελληνικής μικροζυθοποιίας στηρίζουν την κυκλική οικονομία ενισχύοντας τους Έλληνες καλλιεργητές ετησίως με σταθερό εισόδημα. Η καθημερινή επαφή με τους καλλιεργητές μας, η καθοδήγησή τους σε κάθε στάδιο της παραγωγής και η πλήρης τήρηση των δεσμεύσεων που απορρέουν από τα συμβόλαια, είναι αυτά που δημιουργούν σχέσεις εμπιστοσύνης και που «γεννούν» υψηλής ποιότητας ελληνικές πρώτες ύλες για την παραγωγή εξαιρετικού, 100% ελληνικού ζύθου.

- Έχουν παρθεί μέτρα στήριξης για την ελληνική ζυθοποιία; Πιστεύετε πως θα απαιτηθούν και άλλες πρωτοβουλίες από την Πολιτεία;

Η ελληνική Πολιτεία έχει δείξει γενικότερα θετικά αντανάκλαστικά και έχει αναλάβει αξιόλογες πρωτοβουλίες στη δύσκολη περίοδο που διανύουμε. Όσον αφορά στον κλάδο μας, είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι που έγινε δεκτό το αίτημά μας για συμψηφισμό του καταβληθέντος ειδικού φόρου κατανάλωσης για προϊόντα ζύθου που δεν καταναλώθηκαν λόγω της πανδημίας και επιστράφηκαν στις επιχειρήσεις ζημιώνοντάς τες. Το ενδιαφέρον μας αυτή τη στιγμή επικεντρώνεται στην ελαχιστοποίηση της γραφειοκρατίας και την απλοποίηση του ελέγχου λειτουργίας των ζυθοποιείων.





Μικροζυθοποιό ΕΛΙΞΗ

Η **ΕΛΙΞΗ** δημιουργήθηκε στη Χαλκίδα το 2014. Είναι ένα μικροζυθοποιό εστιασμένο στη παραγωγή craft μπίρας που χαρακτηρίζεται από την έλλειψη παστερίωσης και φιλτραρίσματος αλλά και την επαναζύμωση στη φιάλη. Παράγει δύο σειρές από μπίρες την Delphi και την Marea.

Η **Delphi Beer Series** αναπτύσσεται με τη λογική της εκλεπτυσμένης γεύσης και αρωμάτων, με γαστρονομικό χαρακτήρα, μεσογειακό ταπεραμέντο και φινετσάτη minimal συσκευασία.

Η **Marea Beer Series**, διαθέτει πολύ πιο νεανικό και artistic χαρακτήρα με δυνατές γεύσεις, αρώματα και ετικέτες εμπνευσμένες από τα comics και την urban κουλτούρα του street art.

Ειδικότερα οι μπίρες της ΕΛΙΞΗ είναι οι Delphi Pilsner, Delphi Dark, Marea Ale, Marea Blonde, Delphi Triple, Marea Triple.

Web: <https://www.elixibrewery.com>

Email: info@elixibrewery.com

Τηλ: 6945974381



Alea Brewing Co.

Η **Alea Brewing Co.** είναι από τις λίγες αθηναϊκές μικροζυθοποιίες και η πρώτη που εμπιστεύτηκε και επένδυσε στο αλουμινένιο κουτάκι. Οι μπίρες που διαθέτει είναι οι: **Alea Wit** (330ml), **Alea Oatmeal Stout** (330ml), **Alea Pale Ale** (330ml), **Alea California Common** (330ml), **Chloe Lager** (500ml).

Να σημειωθεί πως η μπίρα Χλόη έχει βραβευθεί με την 1η θέση ως Top Lager στην κατηγορία Pale Lager των Greek Beer Awards. Επίσης η Alea California Common έχει πάρει το χάλκινο μετάλλιο του διαγωνισμού στην κατηγορία Specialty Lager, με τους κριτές να αναφέρονται σε αυτόν ως μια από τις καλύτερες California Common εκτός Η.Π.Α.

Web: aleabrewingco.gonnaorder.com

Email: info@aleabrewingco.gr

Τηλ: 2130017953



Canal Dive

Η **Κορινθιακή Ζυθοποιία Α.Ε.** ιδρύθηκε το 2014 από τους Γιώργο Μουρούτσο και Χαράλαμπο Ντιγκιρλάκη. Έχει έδρα τα Κρητικά Αρχαία Κορίνθου και αποτελεί τη πρώτη εταιρία μικροζυθοποιίας στην περιοχή.

Παράγει τη παραδοσιακή, απαστερίωτη και αφιλτράριστη μπίρα Canal Dive, που είναι ήδη αρκετά αγαπητή στο νομό της, αλλά και σε μεγάλο μέρος της Πελοποννήσου. Η σειρά **Canal Dive** έχει τις **Brown Ale** και **Pilsner**. Και οι δυο μπίρες είναι ήπιες και ευχάριστες, ενώ δεν ξεπερνούν το 5% αλκοολικών βαθμών. Συνιστάται να απολαμβάνονται δροσερές στους 8-12 βαθμούς ώστε να μη χάνονται τα αρώματα.

Web: <https://canaldive.gr/>

Email: info@canaldive.gr

Τηλ: 2741028500

Carpinus Beer

Η δημιουργία της πρώτης Ευρυτανικής μικροζυθοποιίας έγινε πραγματικότητα με την ίδρυση της CarpinusBeer. Το όνομά της προέρχεται από το λατινικό carpinus, την επιστημονική ονομασία του φυλλοβόλου δέντρου Γάβρος, κοινότατου στη περιοχή του Καρπενησίου, που ίσως έδωσε το όνομά του στην πρωτεύουσα του Νομού Ευρυτανίας. Οι μπίρες της παράγονται και εμφιαλώνονται στο μικρό ζυθοποιείο που δημιούργησε ο ιδιοκτήτης της κ. Κωνσταντίνος Αντωνόπουλος στο Καρπενήσι. Αυτή τη στιγμή, η μικροζυθοποιία Carpinus παράγει τρεις τύπους μπίρας, ενώ εντός των ημερών θα κυκλοφορήσει μια τέταρτη και έπεται συνέχεια...

Web: <http://carpinusbeer.gr/>

Email: carpinusbeer@gmail.com

Τηλ: 6974466855





Chios Beer

Η **Chios Beer** ξεκίνησε το ταξίδι της το 2011 στον Κάμπο της Χίου. Η πρώτη συνταγή της FRESH CHIOS BEER έκανε την εμφάνιση της στην τοπική αγορά το 2012 και σύντομα βρέθηκε στις μεγαλύτερες πόλεις της Ελλάδας.

Η αρχική προσπάθεια έτυχε θερμής υποδοχής, γεγονός που οδήγησε και σε νέες μπύρες, όπως η Smoked Robust Porter (μαύρη), η BBQ (καπνιστή), η Wheat mastic (με μαστίχα) και η India Pale Ale.

Αναλυτικά η Chios Beer διαθέτει τις **Αλως Pale Ale**, **Φρέσκια Μπύρα Χίου**, **Smoked Robust Porter** (Μαύρη Μπύρα Χίου), **Chios Beer Barbeque** (Καπνιστή Μπύρα Χίου), **Chios Beer Wheat** (Μπύρα με Μαστίχα), **Chios Beer IPA** (India Pale Ale).

Web: <https://chiosbeer.gr/>

Email: info@chiosbeer.gr

Τηλ: 2271033107



Corfu Beer

Το ταξίδι της **Corfu Beer** ξεκίνησε το 2006. Πρόκειται για φρέσκια μπύρα με μικρή διάρκεια ζωής αποκλειστικά και μόνο στα ψυγεία. Στόχος της εταιρίας από την αρχή ήταν η επένδυση σε καινοτόμα προϊόντα, με σεβασμό πάντα στις παραδόσεις και στον πολιτισμό του τόπου. Η σειρά Corfu Beer έχει τις **Dark Ale**, **IPA**, **Amorosa Weiss**, **EPOS**, **Pilsner**, **Lager** και **Draught**. Επίσης η Κερκυραϊκή Ζυθοποιία έχει δημιουργήσει και την σειρά **Royal Ionian** η οποία συμπεριλαμβάνει μη αλκοολούχα ποτά χωρίς ζάχαρη και την μπύρα με λεμόνι **Royal Ionian Radler**.

Web: www.corfubeer.com

Email: info@corfubeer.com

Τηλ: 2663052072, 2663052132



Karma Beer

Η **Karma Beer** είναι δημιουργία της Ζυθοποιίας Πελοποννήσου.

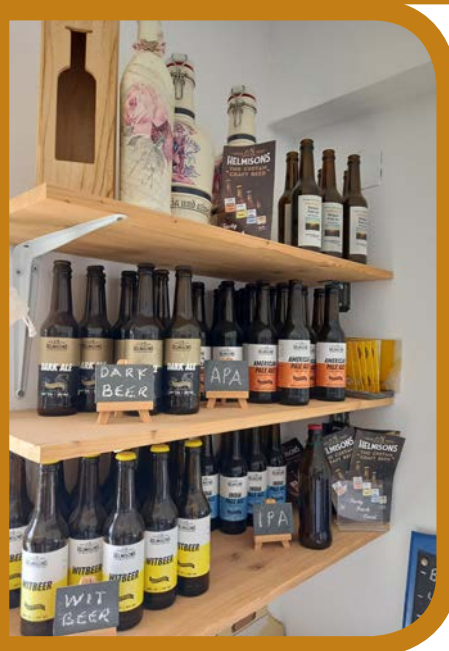
Η πρώτη τους εμφάνιση και εμφιάλωση έγινε το Δεκέμβριο του 2016 με την παρουσίαση της **Karma Pale Ale** και της **Karma Golden Ale** σε φιάλες των 330 ml και 500 ml αντίστοιχα.

Απαστερίωτη, αφιλτράριστη η Pale Ale με βαθμούς Plato πάνω από 13,5. Η ωρίμανση 6 εβδομάδων προσδίδει μια στρογγυλάδα και γλυκύτητα, η οποία ισορροπείται ιδανικά με την πικρή επίγευση των λυκίσκων!

Web: www.karmabeer.gr

Email: info@karmabeer.gr

Τηλ: 2746024117



Helmisons

Η **Helmisons** ιδρύθηκε από τον Helmut και την Alison το 2019 στα Γδόχια (Μύρτος, Ιεράπετρα) της νοτιοανατολικής Κρήτης. Η μικροζυθοποιία παράγει 4 χειροποίητες μπύρες με βάση το καθαρό νερό που πηγάζει από την οροσειρά της Δίκτης και συγκεκριμένα τις American Pale Ale, Witbeer, IPA και Dark Ale. Οι μπύρες διατίθενται σε φιάλες των 330ml και σε βαρέλια, κατόπιν σχετικού αιτήματος.

Web: <https://helmisons.gr/>

Email: info@helmisons.gr

Τηλ: 6980610297

Μακεδονική Μικροζυθοποιία Δράμας

Η **Μακεδονική Μικροζυθοποιία Δράμας** ιδρύθηκε το 2015 στο Δοξάτο Δράμας. Είναι η πρώτη και μοναδική Ζυθοποιία στην περιοχή η οποία παράγει και εμπορεύεται φρέσκια και μη παστεριωμένη μπύρα.

Η δυναμικότητα της σήμερα αγγίζει τα 2000 hl ετησίως. Η Δράμα φημίζεται για την ποιότητα του νερού της, συστατικό το οποίο αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος της μπύρας και παίζει αντίστοιχο ρόλο στην ποιότητά της.

Οι μπύρες που παράγει είναι οι:

Johnnies Beer Lager

Φρέσκια, ξανθιά και απόλυτα διαυγής, από εκλεκτές ποικιλίες Ελληνικής βύνης κριθαριού, με διακριτική πικράδα και πλούσια αρώματα από δυο είδη εξαιρετικών λυκίσκων.

Hefeweizen

Φυσικά θολή σταρένια μπύρα με παχύ αφρό, πλούσια φρουτώδη αρώματα και βελούδινη γεύση, χαρακτηριστικά της μαγιάς που περιέχει στη φιάλη. Παρασκευασμένη σύμφωνα με το Νόμο περί Καθαρότητας του Ζύθου.

Web: <https://johnniesbeer.gr/>

Email: johnniesbeer@gmail.com

Τηλ: 2521069500





ΚΥΚΑΟ - Handcrafted

Η μικροζυθοποιία **ΚΥΚΑΟ - Handcrafted** ξεκίνησε το 2011 στο Πλατάνι Πατρών ως οικοζυθοποιία από μια παρέα μηχανικών (τότε φοιτητών). Το όνομα της μπύρας της, προερχόμενο από το αρχαίο ρήμα κυκάω που σημαίνει ανακατεύω, παραπέμπει στην αρχαία λέξη κυκεώνας. Επισκεπτόμενος κανείς τη σελίδα της στο Διαδίκτυο θα παρατηρήσει πως η μικροζυθοποιία αυτή διαθέτει σήμερα σχεδόν 70 διαφορετικές ετικέτες μπύρας, γεγονός εντυπωσιακό για τα ελληνικά δεδομένα. Το 2019 αναγνωρίστηκε ως η καλύτερη ελληνική νέα μικροζυθοποιία της χρονιάς από το RateBeer.

Web: <https://kykao.gr/>

Email: nanozytho@gmail.com

Τηλ: 2616007652



Kefalonian Beer

ΚΕΦΑΛΟΝΙΤΙΚΗ ονομάζεται η πρώτη μπύρα της Μικροζυθοποιίας Κεφαλονιάς και Ιθάκης. Με γνώμονα τη δημιουργία κουλτούρας καταναλωτικής συνείδησης τοπικών προϊόντων, στόχος της εταιρίας είναι η παραγωγή ενός δροσιστικού κι υψηλής ποιότητας ποτού, που με τα εκλεκτά και έντονα σε γεύση συστατικά του, ευελπιστεί να πείσει και τους πιο απαιτητικούς λάτρεις της μπύρας! Διαθεσιμότητα: Όλο το χρόνο

Premium Lager

Απαστερίωτη μπύρα με ελαφριά πικράδα απαλό άρωμα κίτρου και μέτριο σώμα, ελαφριά, δροσιστική με malty χαρακτήρα! Συνδυάζεται με όλα τα γεύματα, ιδιαίτερα με σαλάτες, ψάρι και κοτόπουλο.

Αλκοόλ: 5.00%

RED ALE

Μια κόκκινη Ale απαστερίωτη μπύρα με βαθύ κόκκινο χρώμα, μέτριο σώμα, αρωματική από τρεις διαφορετικές ποικιλίες λυκίσκων, με ελαφριά επίγευση καραμέλας. Συνδυάζεται άψογα με κρεατικά. Αλκοόλ: 5.8%

Web: www.kefalonianbeer.com

Email: info@kefalonianbeer.com

Τηλ: 6946952951, 6937870663



Lafkas Brewery

Η μικροζυθοποιία **Lafkas Brewery** ξεκινά το ταξίδι της το 2011 όταν ένας νέος Έλληνας φοιτητής Οινολογίας και Τεχνολογίας Ποτών επισκέπτεται το Βέλγιο για να μάθει περισσότερα σχετικά με το αγαπημένο του ποτό: τη μπύρα. Εκεί θα γνωρίσει μια νεαρή Βελγίδα η οποία θα αναλάβει να τον μυήσει στο μαγικό κόσμο της βελγικής ζυθοποιίας. Πέντε χρόνια αργότερα καταλήγουν να ζουν μαζί στην Κρήτη και αποφασίζουν να φτιάξουν τη δική τους ελληνο-βελγική μπύρα. Έτσι δημιουργήθηκε η **Triple Hop Pale Ale**. Μια αρωματική, αφιλτράριστη, απαστερίωτη και φυσικά θολή μπύρα, φτιαγμένη με πολύ μεράκι στην Κρήτη.

Web: <https://lafkasbrewery.com/>

Email: lafkasbrewery@gmail.com

Τηλ: 6945430402, 6946710018

Levante Beers Zakynthos

Η **Levante Beers Zakynthos** είναι η πρώτη μικροζυθοποιία που γεννήθηκε στο νησί της Ζακύνθου το 2017. Οι μπύρες που διαθέτει, κυρίως στην τοπική αγορά, είναι η **Lager**, η **Βαυαρική Weisse**, η **Bruno Dark Lager**, η κόκκινη μπύρα **San Petros**, η ξανθή **Xigia Pils** με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ και η **India Pale Ale (Ipa)** με έντονη αίσθηση διαφορετικών ποικιλιών λυκίσκου.

Να σημειωθεί τέλος πως η μικροζυθοποιία στον Άγιο Πέτρο - Ξύγκια είναι επισκέψιμη.

Web: <http://levantebbeer.com/>

Email: info@levantebbeer.com

Τηλ: 6981189799



Lyra beer

Η **Lyra beer**, είναι δημιουργία της Μεσογειακής Μικροζυθοποιίας Κρήτης. Τον Αύγουστο του 2015 στο Καστέλι Κισσάμου του Νομού Χανίων, παρουσιάστηκε η πρώτη φρέσκια, απαστερίωτη και αφιλτράριστη μπύρα με το εμπορικό σήμα «LYRA» και διάρκεια ζωής τεσσάρων περίπου μηνών. Πρόκειται για μια **Golden Ale**, αποτελούμενη από 5,8% Αλκοόλ σε συσκευασία 330ml, η οποία παράγεται με Ελληνικές Βύνες και διακρίνεται για τα πλούσια αρώματα ανθέων, με το τρίχορδο, τοξωτό, απιδόσχημο παραδοσιακό μουσικό όργανο της Κρήτης, την Κρητική Λύρα να δεσπόζει στην ετικέτα... Σήμερα, η LYRA έχει παρουσία σε περισσότερα από 400 σημεία σε όλη την Ελλάδα.

Web: <https://www.lyrabeer.com/>

Email: info@lyrabeer.com

Τηλ: 2822023798, 6945804249



Marmita Beer

Η **Μικροζυθοποιία Καβάλας - Kavala's Microbrewery** στήθηκε τον Οκτώβριο του 2017 και η πρώτη της μπύρα έκανε παγκόσμια πρώτη εμφάνιση στο Thessaloniki Beer Festival το 2018. Από τότε, μέχρι σήμερα, έχουν κυκλοφορήσει τρεις σταθεροί κωδικοί (**Red Ale, Stout, A.P.A.**) και δύο συνεργατικά ζυθοποιήματα, με ζυθοποιίες από Αθήνα και Πάτρα.

Web: <http://marmitabeer.com/>

Email: info@marmitabeer.com

Τηλ: 2510246616



Magnus Magister

Η «**Ε. Παπαδημητρίου ΑΕ - Ελληνική Ζυθοποιία Ρόδου**» δημιουργήθηκε την δεκαετία του 1980. Στόχευσε από νωρίς στην τουριστική βιομηχανία των Δωδεκανήσων με νέες συσκευασίες (όπως π.χ. το bag in box που σήμερα χρησιμοποιείται ευρύτατα στο κρασί) και απαραίτητα προϊόντα για την τουριστική βιομηχανία όπως είναι τα αναψυκτικά και ο ζύθος. Το δίκτυο διανομής της εταιρείας περιλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος της Ελληνικής επικράτειας, συγκεκριμένα: τα Δωδεκάνησα, την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη, τα νησιά της Κρήτης, τη Σάμο, τη Μυτιλήνη, τις Κυκλάδες, τα νησιά του Ιονίου καθώς και την Κύπρο.

Επίσης, εξάγει σε Ευρώπη, Αφρική και Μέση Ανατολή. Οι μπύρες που διαθέτει είναι οι **Magnus Lager, Magnus junior** με λιγότερο αλκοόλ και **Knights Beer of Rodos pilsner**

Web: <https://magnusmagister.gr/>

Email: info@magnusmagister.gr

Τηλ: 2241091545



Noctua

Η «**Noctua**», η νυχτερινή κουκουβάγια - σύμβολο της Αθήνας, είναι και το σύμβολο της πρώτης craft μπύρας της πρωτεύουσας, όπως τονίζουν οι ιδρυτές της μικροζυθοποιίας. Η Noctua διαθέτει αρκετές ετικέτες, έχει δημιουργήσει μπύρες σε συνεργασία και με άλλους ζυθοποιούς, ενώ έχει λανσάρει και custom μπύρες, όπως η **Comedy LaBeer** μια επετειακή Pale Ale που ζυμώθηκε για τον εορτασμό των δέκα ετών του Comedy Lab. Πρόσφατα σε συνεργασία με το Joshua Tree Cafe

δημιουργήσαν μία **India Pale Ale** με χρυσό χρώμα και 5,8% alc. Χαρακτηριστική πικράδα, ελαφρύ σώμα και τρεις διαφορετικές ποικιλίες λυκίσκου (Citra, Colombus, Simcoe), οι οποίες δίνουν ένα grassy φρουτένιο άρωμα και γεύση που παραπέμπει σε passion fruit και κίτρο.

Web: <https://www.noctua.gr/>

Email: info@noctua.gr

Τηλ: 210 3454484



Ora Beer

Η **Πατραϊκή Ζυθοποιία** παρασκευάζει την **Ora Beer** μια φρέσκια μπύρα, χωρίς παστερίωση, μακράς ωρίμανσης και ψυχρής διήθησης, χρησιμοποιώντας τα καλύτερα υλικά που έχει να προσφέρει η φύση.

Η παρασκευή της γίνεται αυστηρά, σύμφωνα με το νόμο καθαρότητας παραγωγής μπύρας (Reinheitsgebot του 1516): νερό, βύνη, λυκίσκος και μαγιά είναι τα μόνα συστατικά που χρησιμοποιούνται ώστε να παράγεται υψηλής ποιότητας, καθαρή, φρέσκια μπύρα. Η σειρά της Ora Beer περιλαμβάνει τις: **Ora Dionpils, Ora India Pale Ale, Ora Stout, Ora Weiss**

Web: <https://orabeer.gr/>

Email: info@orabeer.gr

Τηλ: 2610672233





Samothraki Microbrewery - Fonias

Το 2014 στη Σαμοθράκη, γεννήθηκε η ιδέα για νέους γευστικούς ορίζοντες και ποιότητα μπίρας. Με αγάπη για την απόφια και καθαρία φύση του νησιού, με έμπνευση από τον ομώνυμο καταρράκτη Φονιά και με κοινό πάθος για την μπίρα, δημιουργείται η **Fonias Pale Ale** στο Μικροζυθοποιείο Σαμοθράκης. Μία μπίρα με 6,2 abv φρέσκια, απαστεριώτη, αφιλτράριστη με επαναζύμωση στο μπουκάλι, μια Pale Ale φυσικά θολή και γευστική που διατηρεί όλα τα θρεπτικά συστατικά της αναλλοίωτα.

Web: <https://www.samothrakibeer.gr>

Email: xotikosamothrakis@hotmail.com

Τηλ: 6979301248, 6984933444, 2551098079



Lola Beer

Η Ζυθοποιία Πηνειού, παράγει μόλις τις 3 ετικέτες Lola και κάποιες περιοδικές και επετειακές. Το τελευταίο διάστημα ολοκληρώθηκε το ηλεκτρονικό κατάστημα (www.pineiosbrewery.gr/eshop). Οι ετικέτες της έχουν αποσπάσει αρκετές διακρίσεις, όπως βραβεία κοινού και γευστικών δοκιμών στα Beer Bartender Awards 2019 & 2020 και το Superior Taste Award (**) 2021, από το International Taste Institute, που απέσπασε η **Lola Pilsner**, ξεχωρίζοντας για την γεύση και τα αρώματα της. Συνολικά η Ζυθοποιία, βραβεύτηκε από το Επιμελητήριο Λάρισας με το βραβείο επιχειρηματικότητας 2020 για την συμβολή της στην τοπική οικονομία και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Web: www.pineiosbrewery.gr,
www.lolabeer.gr

Email: info@pineiosbrewery.gr
Τηλ: 2410575710



Sknipa Brewery



«Όλα είναι πιθανά αρκεί να το πιστέψεις». Αυτή είναι η φιλοσοφία της Sknipa Brewery. Η **Πρότυπη Μικροζυθοποιία Θεσσαλονίκης** έχει εγκαταστάσεις λίγο έξω από την Θεσσαλονίκη, στην περιοχή της Θέρμης. Ο ειδικά διαμορφωμένος χώρος, φτιάχτηκε για έναν και μοναδικό σκοπό. Την εύρυθμη λειτουργία ενός άριστα εξοπλισμένου μικροζυθοποιείου. Στα 400 τετραγωνικά του μέτρα, υπάρχουν όλα τα κατάλληλα μηχανήματα, φτιαγμένα σύμφωνα με το σύστημα αυτοελέγχου HACCP, έτσι ώστε να παράγουν καθημερινά, τις διάφορες εκδοχές της μπίρας ΣΚΝΙΠΑ, ενώ έχει δημιουργήσει και άλλα brands.

Web: <http://sknipa.beer/>

Email: info@sknipa.beer

Τηλ: 2310463444

Stala Beer

Η «Ζυθοποιία Ηπείρου» είναι δημιουργήμα μιας ομάδας νέων και έχει έδρα στο Ροδότι. Ιδρύθηκε το 2014 και έβγαλε στην αγορά το πρώτο της προϊόν τον Ιούλιο του 2016. Η «Στάλα» αποτελεί μία απαστεριώτη μπίρα, αφροζύμωτη Ale, εμφιαλωμένη και με ωρίμανση εντός της φιάλης. Ήδη έχει κερδίσει την θέση της ανάμεσα στους λάτρεις της μπίρας και δείχνει ότι μπορεί να πρωταγωνιστήσει στην αγορά, με την ιδιαίτερη και ξεχωριστή γεύση της. Περιέχει όλες τις πρωτεΐνες από την βύνη και όλα τα αιθέρια έλαια από τους λυκίσκους και αυτό γιατί το «σώμα» της δεν έχει αφαιρεθεί.

Website: <https://eshop.stala.beer/>

Email: info@epirusbrewery.gr

Τηλ: 2651554933



ΔΙΑΣ Lager - Vambeer

Στο ιδανικό σκηνικό, στους πρόποδες του Ολύμπου ξεκίνησαν να παράγονται από την **Κορφή Μικροζυθοποιία** ελληνικές, απαστεριώτες και αφιλτράριστες μπίρες χωρίς πρόσθετα και συντηρητικά.

ΔΙΑΣ Lager

Μπίρα με ήπια γεύση και γλυκό χρυσαφί χρώμα. Μια κλασική επιλογή, με διακριτικά αρώματα μπαχαρικών και εσπεριδοειδών, μια φρέσκια μπίρα ιδανική για να την απολαμβάνουμε σκέτη ή με τη συνοδεία των αγαπημένων μας εδεσμάτων.

Vambeer Pilsner

Μια μοναδική φρέσκια μπίρα, με σώμα και σπιρτάδα. Το χρυσοκάστανο χρώμα της εξαιρετικής αυτής μπίρας είναι αποτέλεσμα της παραδοσιακής αργής ζυθοποίησης διάρκειας πολλών εβδομάδων.

Vambeer Lager

Δροσιστική φρέσκια lager με λαμπερό χρυσό χρώμα και ελαφριά ισορροπημένη γεύση. Η ζυθοποίηση μεγάλης διάρκειας αναδεικνύει τα μεσογειοκά αρώματα της.

Web: <http://korfibrewery.gr/>,
<http://vambeer.gr/>

Email: info@vambeer.gr

Τηλ: 2351091696



Volcan Beer Santorini

Η μπύρα Volcan της Σαντορίνης είναι από τις δημιουργίες μικροζυθοποιών που έχει καταφέρει να κερδίσει μεγάλη αναγνωρισιμότητα, ενώ εξάγεται σε πολλές χώρες. Με ονομασία εμπνευσμένη από το ηφαίστειο, οι δημιουργοί της εκμεταλλεύονται στο έπακρο τα μοναδικά συστατικά που προσφέρει το νησί και έχουν καταφέρει να δημιουργήσουν ιδιαίτερες γεύσεις, οι οποίες έχουν αποσπάσει σημαντικά βραβεία σε Ελλάδα και εξωτερικό. Η Volcan έχει τέσσερις εκδοχές που είναι οι **Blonde, Black, Grey και White**.

Web: <http://www.volkanbeer.com/>

Email: info@volkanbeer.com

Τηλ: 2107209626, 2107241516



ΑΘΗΝΕΟ

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δημιούργησε το ΑΘΗΝΕΟ τον πρώτο χώρο δημιουργικής ζυθοποιίας στο ίδιο σημείο που 50 χρόνια πριν άνοιξε το πρώτο ζυθοποιείο.

Από τα καζάνια του ΑΘΗΝΕΟ βγαίνουν απαστερίωτες μπίρες, κυρίως Lager και Ale, με την προσθήκη εκλεκτών τοπικών προϊόντων, πλούσια αρώματα και έντονες γεύσεις, που θα παράγονται με 100% ελληνικό κριθάρι και ποικιλίες αρωματικών λυκίσκων. Είναι διαθέσιμες σε βαρέλι 20 λίτρων σε περιορισμένη και επιλεγμένη διανομή και παράγονται χειροποίητα, χωρίς αυτοματοποίηση στη διαδικασία ζυθοποίησης.

Web: <https://www.athineo.gr/>

Email: DPO_ABOoffice@heineken.com

Τηλ: 2105384585



Volos Brewery

Η Μικροζυθοποιία Θεσσαλίας, γνωστή ως Volos Brewery, είναι η πρώτη μικροζυθοποιία στο Βόλο και τη Θεσσαλία. Ξεκίνησε την πορεία της το 2014 στη συνοικία Παλιά, παράγοντας στο πρώτο πετρόχτιστο ζυθοποιείο της την μπύρα **ΑΡΓΩ** που σήμερα κυκλοφορεί με την ίδια «cυτρένια» γεύση και το όνομα **embARGO**.

Η δεύτερη μπύρα της, ήταν η **MOLOTOV**, με την «εκρηκτική» γεύση της και ποιότητα, αναγνωρισμένη διεθνώς με χάλκινο μετάλλιο στον διαγωνισμό World Beer Idol 2020. Σήμερα, στις νέες εγκαταστάσεις της στη Νεάπολη, έχοντας αποκτήσει πλέον μεγάλη τεχνογνωσία, παράγει εξαιρετικές ελληνικές ετικέτες και υποστηρίζει με συμβουλευτικές υπηρεσίες και προσφορά τεχνογνωσίας τον κλάδο της μικροζυθοποιίας στη χώρα μας. Φέτος το καλοκαίρι κυκλοφόρησε τις εποχιακές Freddo Espresso, με φρεσκοαλεσμένο καφέ και Para Nero, με χαμηλότερο αλκοόλ και γεύση lemondrop.

Web: www.volosbeer.gr

Email: volosbeer@gmail.com

Τηλ: 2421306743, 6948205381



ΑΛΗ WEISS

ΣΤΑΡΕΝΙΑ, ΜΕ ΠΛΟΥΣΙΟ ΑΡΟ, ΔΡΟΣΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΑ ΦΡΟΥΤΩΔΗΣ ΜΕ ΝΟΤΕΣ ΜΠΑΝΑΝΑΣ ΚΑΙ ΜΠΑΧΑΡΙΚΩΝ.

ALC. 5,0% VOL 12° PLATO 11 IBU

ΤΕΡΟΠΡΕΣΤΑΙ ΣΤΗΝ: 6°C 330ml



Μπύρα Άλη

Η Μικροζυθοποιία Θεσσαλονίκης είναι η πρώτη Μικροζυθοποιία στη Θεσσαλονίκη και η Άλη είναι η μπύρα που έχει δημιουργήσει.

Η Άλη, ανεξάρτητα από το είδος, είναι μία μπύρα απαστερίωτη και αφιλτράριστη. Αυτό σημαίνει ότι είναι μία μπύρα φρέσκια. Η φρέσκια μπύρα διατηρείται στο ψυγείο και έχει σχετικά μικρή διάρκεια ζωής αλλά φθάνει στον καταναλωτή με όλα τα αρώματα και τις γεύσεις της όπως τη στιγμή που εμφιαλώθηκε. Κυκλοφορεί σε τέσσερις εκδοχές **IPA, WEISS, Red Ale, Stout**.

Web: <https://alibeer.gr/>

Email: info@alibeer.gr

Τηλ: 2310569939

Toul's Brews

Η μικροζυθοποιία the Toul's Brews με έδρα την Πάτρα, ξεκίνησε την παραγωγή και διάθεση φρέσκιας και απαστερίωτης μπίρας το 2018.

Βρίσκεται στο Βασιλικό Αχαιάς και είναι εξοπλισμένη με τα πιο σύγχρονα μηχανήματα ζυθοποίησης.

Στόχος της the Toul's Brews είναι να καθιερωθεί ως η μικροζυθοποιία που ανέδειξε τη μπίρα γευστικά μέσα από καινοτόμες μεθόδους ζυθοποίησης τονίζοντας την ιδιαιτερότητα αυτού του ξεχωριστού προϊόντος. Οι μπίρες που έχει δημιουργήσει είναι:

The return Pale Ale - Dry hopped

The Shore - Blonde

The Black Wave - Stout

Bipolar - Berliner Weiss

Web: <https://achaikoszythos.gr/>

Email: info@achaikoszythos.gr

Τηλ: 6947426713





ZEOS Brewery

Η ζυθοποιία **ZEOS** ξεκίνησε το 1998. Παράγει μπύρα χωρίς τεχνητές γεύσεις, χρώματα ή συντηρητικά, διαθέσιμη για τοπική κατανάλωση και εξαγωγή παγκοσμίως, που παρασκευάζεται στο Άργος. Οι χειροποίητες μπύρες της **ZEOS BREWERY** είναι φτιαγμένες με αυστηρά πρότυπα καθαρότητας. Χωρίς σιρόπια. Χωρίς χημικά. Χωρίς συντηρητικά. Χωρίς επιταχυντές. Χωρίς διευκρινιστές. Χρησιμοποιούμε μόνο φυσικά συστατικά κορυφαίας ποιότητας: βύνη κριθαριού, βύνη σιταριού, λυκίσκο, μαγιά & καθαρό νερό πηγής βαθιάς βουνού..

Web: <https://zeosbrewery.com/>
Email: greekbeer@icloud.com
Τηλ: 2751031400



ΒΑΠ Π. ΚΟΥΓΙΟΣ ABBE

Η εταιρία **ΒΑΠ Π. ΚΟΥΓΙΟΣ ABBE** αποφάσισε το 2006 να μπει στο χώρο της μπύρας. Στις 28.8.2006 άρχισε την πρώτη φασόν παραγωγή μπύρας ΒΑΠ σε βαρέλι 30L και 50L από τις Ελληνικές Μικροζυθοποιίες για λογαριασμό της ΒΑΠ Π. ΚΟΥΓΙΟΣ ABBE.

Η εταιρία θέλοντας να έχει ένα δυναμικό παρόν με προοπτική στον τομέα της ζυθοποιίας και συγχρόνως να ενδυναμώσει την τοπική βιομηχανία και παραγωγή της Δωδεκανήσου, αποφάσισε την εγκατάσταση και λειτουργία μιας νέας και υπερσύγχρονης μονάδας ζυθοποιίας στην περιοχή Τσαίρι της Ρόδου η οποία ολοκληρώθηκε το 2009. Η παραγωγή της μπύρας αρχικά περιορίστηκε στην παραγωγή σε βαρέλι 30L και 50L και στη συνέχεια με οδηγό την θετική ανταπόκριση των πελατών της για το προϊόν, προχώρησε τον Μάιο του 2012 στην εμφιάλωση της Zythos Var σε γυάλινη φιάλη 330ml και 500ml, καθώς και σε κουτιά των 330ml και 500ml.

Έχοντας ως μέλημα την διασφάλιση της Ποιότητας του Προϊόντος, η εταιρία προχώρησε στην εφαρμογή Συστημάτων Διαχείρισης Ποιότητας και Ασφάλειας Τροφίμων (ISO 9001:2008 και ISO 22000:2005) και στις 29 Σεπτεμβρίου 2010 πιστοποιήθηκε για τα πρότυπα αυτά από διαπιστευμένο φορέα Πιστοποίησης.

Web: <https://vap.gr/> • **Email:** sales@vap.gr • **Τηλ:** 2241060710, 2241062100, 2241062700



Εζα - Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης

Η **Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης** ιδρύθηκε το 1989. Διαγράφει αναπτυξιακή πορεία καθ' όλη τη διάρκεια της λειτουργίας της, ενώ διαθέτει διεθνώς βραβευμένα προϊόντα, κορυφαίας ποιότητας και μοναδικής γεύσης.

Διαθέτει ένα από τα πλέον σύγχρονα ζυθοποιεία στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων, στην καρδιά της Ελλάδας, στην Αταλάντη Φθιώτιδας, και αποτελεί κοιτίδα ανάπτυξης για τον νομό αλλά και για ευρύτερη περιοχή. Με δυνατότητα παραγωγής που ξεπερνά πλέον τα 80.000.000 λίτρα ανά έτος, λειτουργεί σε απόλυτη αρμονία με το περιβάλλον, αξιοποιώντας ένα προηγμένης τεχνολογίας, ολοκληρωμένο σύστημα διαδικασιών παραγωγής, με σεβασμό και ευθύνη για τον φυσικό πλούτο.

Από το 2016, η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης επενδύει στην πρωτογενή παραγωγή μέσω του προγράμματος Συμβολαιακής Καλλιέργειας Κριθαριού, στηρίζοντας στην πράξη την τοπική αγροτική παραγωγή και τους Έλληνες γεωργούς. Το 2017 προχώρησε σε μία ακόμα σημαντική επένδυση, που αφορά στην έναρξη πειραματικής καλλιέργειας λυκίσκου, στην περιοχή της Αταλάντης. Επιπλέον, σήμερα, η εταιρεία αποτελεί μέλος των μεγαλύτερων επιχειρηματικών οργανισμών και φορέων: ΣΕΒ, ΣΕΤΕ, Marketing Greece, ΣΒΘΣΕ, ΣΔΕ, ΣΕΒΤ.

Η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης με πιστή στο όραμά της, να εξελίσσεται διαρκώς, προχώρησε πρόσφατα σε μια σημαντική επένδυση ύψους 10 εκατομμυρίων ευρώ. Συγκεκριμένα, ολοκλήρωσε και έθεσε σε λειτουργία μια νέα γραμμή συσκευασίας φιαλών στο εργοστάσιό της στην Αταλάντη.

Προϊόντα: **Εζα - Pils, Lager, Free, Berlin, Pils Hellas, Odyssey** τρεις τύποι, **Blue island, Gulden Draak**.

Web: <https://www.eza.gr/>

Τηλ: 2106898520



Βεργίνα - Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης

Η **Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης** ιδρύθηκε το 1996. Όλα άρχισαν στα μέσα της δεκαετίας του '90, τότε που η Ελλάδα δε διέθετε πλέον ούτε μία 100% γνήσια ελληνική μπίρα. Ο Δημήτρης Πολιτόπουλος, γεννημένος στην Αθήνα, με πτυχίο χημικού μηχανικού και MBA από το Stevens Institute of Technology New Jersey, USA, αποφασίζει να εξειδικεύσει τις γνώσεις του στη ζυθοποιία αποκτώντας Brewing Technology Diploma από το Siebel Institute of Technology Chicago Illinois, USA, προκειμένου να υλοποιήσει μια παράτολμη ιδέα: να επιστρέψει στην πατρίδα του και να δημιουργήσει μια ελληνική ζυθοποιία με στόχο την παραγωγή, την εμφιάλωση και την εμπορία μπίρας ανώτερης ποιότητας, που να παράγεται από ελληνικό κριθάρι και να έχει ελληνικό όνομα.

Επιλέγει την περιοχή της Κομοτηνής, λόγω της υψηλής ποιότητας νερού που διαθέτει (σύμφωνα με την παράδοση, εκεί παράχθηκε για πρώτη φορά ελληνική μπίρα στους αρχαίους χρόνους) και της στρατηγικής της θέσης αναφορικά με την εγγύτητά της στις αγορές της υπόλοιπης Ευρώπης και Ασίας, και ιδρύει τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης σηματοδοτώντας την έναρξη της επανάστασης της ανεξάρτητης ζυθοποιίας στην Ελλάδα. Το 1998 παράγεται η υψηλής ποιότητας BERGINA Premium Lager και το ταξίδι μιας γνήσιας 100% ελληνικής μπίρας έχει μόλις αρχίσει...

Το 2006 ήταν η πρώτη ζυθοποιία που εφάρμοσε τη συμβολαϊκή καλλιέργεια κριθαριού βυνοποίησης στην Ελλάδα. Έκτοτε, έχει καταφέρει να καλύπτει στο απόλυτο τις δικές της ανάγκες και να προμηθεύει τις περισσότερες από τις ελληνικές ζυθοποιίες, με ανώτερης ποιότητας, ελληνική Βύνη Θράκης. Παράλληλα, την τελευταία τριετία έχει καταστήσει τη χώρα μας σε εξαγωγέα βύνης στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Μεσογείου, εξάγοντας ήδη σε αρκετές χώρες, όπως στο Ισραήλ, την Κύπρο, την Τουρκία, τη Βουλγαρία, την Αλβανία και αλλού.

Σήμερα η Βεργίνα κυκλοφορεί στις εκδοχές **Lager, Red, Weiss, Πορφύρα, Black, Alcohol Free**.

Web: <https://www.verginabeer.com/>

Τηλ: 2531038715, 2310798915, 2106664407



Donkey Beer

Η **Santorini Brewing Company** είναι ακόμη μία μικροζυθοποιία που εδρεύει στη Σαντορίνη. Το πολύ μικρό αυτό ζυθοποιείο στήθηκε στον παραδοσιακό οικισμό της Μέσα Γωνίας της Σαντορίνης και είναι επισκέψιμο. Οι ζυθοποιοί συνδυάζουν το νερό του ηφαιστειακού νησιού με προσεκτικά επιλεγμένα είδη βύνης από την Γερμανία & την Αυστρία, με τα πραγματικά σπάνια είδη Λυκίσκου από την Νέα Ζηλανδία, το Όρεγκον, την Τσεχία & την Σλοβενία και με μαγιές από το Βέλγιο & την Αμερική δημιουργώντας ιδιαίτερες μπίρες με σήμα τον γαϊδαράκο...

Όπως σημειώνουν οι ίδιοι οι ζυθοποιοί ο πιο δόκιμος ίσως χαρακτηρισμός για τις μπίρες Donkey θα ήταν μάλλον αυτός των «Lagered Ales», ένα είδος διασταύρωσης, ένα υβρίδιο αν προτιμάτε, ανάμεσα στις ξεδιψαστικές Lager και τις μεστές, αρωματικές κέλτικες Ale.

Web: www.santorinibrewingcompany.gr

Email: info@donkeybeer.gr

Τηλ: 2286030268



Olympica Magna

Η **Ηλειακή Ζυθοποιία** είναι η πρώτη Ζυθοποιία του νομού Ηλείας και η μεγαλύτερη στη Νότια Ελλάδα. Η παραγωγή ξεπερνάει τα 40.000 εκατόλιτρα, διαθέτει σύγχρονες τεχνολογίες και αποτελεί μια απ' τις μεγαλύτερες επενδύσεις ζύθου στην Ελλάδα. Επιπλέον η υπερσύγχρονη μονάδα χρησιμοποιεί πράσινη ενέργεια από φωτοβολταϊκά και γεωθερμία.

Το δημιούργημα της Ηλειακής Ζυθοποιίας, η **OLYMPICA MAGNA**, είναι μια οργανική, φρέσκια μπίρα, δεν είναι παστεριωμένη, δεν είναι τεχνητά χρωματισμένη, δεν περιέχει κανενός είδους χημικό ή άλλο βελτιωτικό γεύσης ή διαύγειας, ανθρακώνεται με φυσικό τρόπο δεύτερης ζύμωσης και φτιάχνεται με αμιγώς ελληνικές βύνες, διαλεγμένο λυκίσκο και άγρια αρωματικά βότανα.

Web: www.elisbrewery.com

Email: elisbrewery@gmail.com

Τηλ: 2621069184



Ikariotissa Beer

Το κοινό όραμα, τεσσάρων ανθρώπων και η αγάπη τους για την Ικαρία εκεί όπου φύονται οι ρίζες της καταγωγής τους, δημιούργησαν το 2017 το ζυθοποιείο Ικαριώτισσα.

Επιβράβευση των προσπαθειών τους αποτέλεσε το Superior Taste Award που κέρδισε η μπίρα Ικαριώτισσα στο International Taste Institute στις Βρυξέλλες.

Η Ικαριώτισσα, είναι μία μπίρα που ξεχωρίζει για το έντονο νησιώτικο Ικαριώτικο ταμπεραμέντο της. Μία μπίρα καμωμένη με νερό από τις φυσικές πηγές της Ικαρίας, της νήσου της μακροζωίας. Μία μπίρα που οφείλει το όνομα της στη μητριαρχική παράδοση του νησιού. Η αλέγκρα και φινετσάτη γεύση της αγκαλιάζει ολόκληρη τη μαγεία του νησιού σε αρώματα και γευστικές νότες.

Η Ικαριώτισσα κυκλοφορεί στις παρακάτω εκδοχές: **ALE** (με βραβείο Superior Taste Award - International Taste Institute Brussels), **Ale αφιλτράριστη, Red Ale, Free, Lager**

Web: www.ikariotissabeer.gr • **Email:** info@ikariotissabeer.gr • **Τηλ:** 6984180337





Κρητική Ζυθοποιία Α.Ε.

Η **Κρητική Ζυθοποιία Α.Ε.** είναι η πρώτη μικροζυθοποιία στο Νομό Χανίων Κρήτης. Το ζυθοποιείο βρίσκεται στο χωριό Ζουνάκι, του Δήμου Πλατανιά. Οι υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις της καταλαμβάνουν 2000 τ.μ. και περιστοιχίζονται από ελαιώνες και πορτοκαλεώνες. Στην Κρητική Ζυθοποιία, στόχος είναι η παραγωγή και διανομή χειροποίητης μπίρας που αποπνέει Κρήτη, τις παραδόσεις και τις διαχρονικές της αξίες, μέσα από κάθε ποτήρι. Μετά την επέκταση του ζυθοποιείου, που πραγματοποιήθηκε το 2015, πέτυχε τον δεκαπλασιασμό της παραγωγικής της δυναμικότητας. Η μπίρα της είναι φρέσκια, αφιλτράριστη και απαστεριώτη και πλέον διατίθεται σε πολλές περιοχές της Ελλάδας.

Web: <https://www.cretanbeer.gr/> • **Email:** info@cretanbeer.gr • **Τηλ:** 2824031002



Candia Beer

Η εταιρεία **Κρητικές Ζυθοποιίες -Ζηδιανάκης ΑΕ** έχει δημιουργήσει στο Ηράκλειο της Κρήτης μια σύγχρονη μονάδα ζυθοποιίας. Ξεκίνησε την παραγωγή μπίρας χωρίς να απευθύνεται στο ευρύ κοινό, έχοντας επιλέξει ως προνομιακό της ακροατήριο τον κλάδο των ξενοδοχείων και γενικότερα του τουρισμού, λειτουργώντας ως προμηθευτής μπίρας με βαρέλι.

Σήμερα προχώρησε στην εμφιάλωση της μπίρας Candia, η οποία μάλιστα διακρίθηκε με το Silver award στα Greek Beer Awards, αλλά και με το Βραβείο γεύσης σε διαδικασία τυφλής δοκιμής στις Βρυξέλλες.

Web: www.candiabeer.gr

Τηλ: 2810781712



Μικροζυθοποιία Septem

Στο **Ωρολόγιο Εύβοιας**, δημιουργήθηκε η πρότυπη Μικροζυθοποιία Septem, η οποία ξεκίνησε τον Ιούνιο του 2009 τη διάθεση φρέσκιας, μη παστεριωμένης μπίρας και σήμερα έχει καταφέρει να έχει μεγάλη αναγνωρισιμότητα.

Septem στα λατινικά σημαίνει επτά, που είναι ο αριθμός της δημιουργίας, καθώς κάθε τύπος μπίρας φέρει το όνομα μιας διαφορετικής ημέρας.

Οι οινολόγοι αφιερώνουν τη ζωή τους στην αναζήτηση της τέλει δομής και ισορροπίας των κρασιών τους, προκειμένου να αναδείξουν τα χαρακτηριστικά της ποικιλίας, του μικροκλίματος και της εσοδείας. Η ίδια «οινολογική» φιλοσοφία εφαρμόζεται στην παραγωγή των προϊόντων της Μικροζυθοποιίας Septem.

Παράγει αποκλειστικά μη παστεριωμένη μπίρα, για να μην αλλοιώνονται τα γευστικά χαρακτηριστικά της με τη θερμική κατεργασία της παστερίωσης. Οι δημιουργοί της Septem δηλώνουν πως θέλουν να γίνουν «η ελληνική μικροζυθοποιία που, στη συνείδηση του καταναλωτή, τα προϊόντα της θα είναι συνώνυμα της γαστρονομικής απόλαυσης και θα αποτελέσουν σημεία αναφοράς για τη διαφοροποιημένη ποιοτική μπίρα» και οφείλουμε να τους αναγνωρίσουμε πως σε μεγάλο βαθμό τα έχουν καταφέρει.

Web: <http://septem.gr/> • **Email:** info@septem.gr • **Τηλ:** 2222770000



Local Streets Beers

Η **ιστορία για την ενασχόληση** της οικογένειας Μαλαμούλη με την ζυθοποίηση, άρχισε 50 χρόνια πριν, όταν στο οικογενειακό κτήμα στην Κοκκίνα του Δήμου Ρήγα Φεραίου καλλιέργησε συμβολαϊκά κριθάρι ζυθοποίησης. Στο Βέλγιο, την πατρίδα της ποιοτικής μπίρας, την τριετία 2012-2015 και με αφορμή την ύπαρξη ιδιόκτητου εστιατορίου στις Βρυξέλλες, έγινε η μύηση στα μυστικά της ζυθοποίησης ποιοτικής μπίρας.



Το Homebrewing ή αλλιώς οικιακή ζυθοποίηση ήταν το επόμενο βήμα, που οδήγησε στην τελικά επαγγελματική ενασχόληση με τη δημιουργία craft ποιοτικής μπίρας.

Από τον Απρίλιο του 2019 τέθηκε σε λειτουργία το σύγχρονο ζυθοποιείο στο Βόλο, όπου και άρχισε η παραγωγή τριών βασικών ειδών μπίρας σε 4 συσκευασίες.

Local Streets Pils σε γυάλινες φιάλες των 330 ml & 500 ml

Local Streets Pale Ale σε γυάλινες φιάλες των 330 ml
Local Streets Weiss σε γυάλινες φιάλες των 500 ml

Web: <https://local-streets-beer.webnode.gr/>

Email: info@localstreetsbeer.gr

Τηλ: 2421068788



ΝΗΣΟΣ - Μικροζυθοποιία Κυκλάδων

Η Μικροζυθοποιία Κυκλάδων στην Τήνο ξεκίνησε από το μηδέν το 2012, στην καρδιά της Ελληνικής οικονομικής κρίσης και δημιούργησε τις μοναδικές μπύρες ΝΗΣΟΣ, που έχουν κερδίσει πολλούς φίλους. Οι μπύρες που έχει στη γκάμα της είναι:

ΝΗΣΟΣ Greek Island Pilsner. Η ΝΗΣΟΣ των Κυκλάδων είναι μια ποιοτική, νόστιμη μπύρα που έχει διακριθεί με το ασημένιο European Beer Star.

ΝΗΣΟΣ Βιολογική, All-Day. Ζυθοποιείται με πιστοποιημένες βιολογικές βύνες κριθαριού, με αργή, παραδοσιακή, απόλυτα φυσική διαδικασία. Ιδανική για όλους

ΝΗΣΟΣ 7 Μποφόρ. «Χρυσή» στο BRUSSELS BEER CHALLENGE 2019 είναι η μαύρη μπύρα της ΝΗΣΟΣ με σκοτεινό χαρακτήρα και 7% αλκοόλ.

ΝΗΣΟΣ ΘΟΛΗ. Απαστερίωτη και αφιλτράριστη διατηρεί ένα μεγάλο μέρος της μαγιάς και άρα των χρήσιμων βιταμινών της στο μπουκάλι.

NISSOS APOCALYPSH ABBEY-STYLE DOUBLE ALE. Γλυκό γλέυκος από εκλεκτές βύνες κριθαριού και σίκαλης ζυμώνεται με ειδική βέλγικη μαγιά στη δεξαμενή. Ακολουθεί και δεύτερη ζύμωση με κρυσταλλική ζάχαρη.

NISSOS PURE LAGER - EUROPEAN STYLE LAGER. Αγνή, διαυγής, φωτεινή, ελαφρά αρωματική, όχι πικρή. Μία European-Style Lager, πολύ ευκολόπιση, ιδανική για παρέα και στιγμές χαράς και χαλάρωσης.

Web: <https://nissos.beer/> • **Email:** info@nissos.beer • **Τηλ:** 2283026333



Voreia – Siris Brewery

Το Siris Brewery είναι μικροζυθοποιείο με έδρα τις Σέρρες και με αναφορά σε όλη τη βόρεια Ελλάδα. Οι μπύρες είναι ελληνικές, φρέσκες και απαστερίωτες. Παράγονται στις Σέρρες και μεταφέρουν τα αρώματα και τη δροσιά του Βορρά σε όλη την Ελλάδα. Η σειρά μπύρας VOREIA περιλαμβάνει: VOREIA - Pilsner Beer, VOREIA - I.P.A. Beer, VOREIA - Stout Beer, VOREIA - Wit Beer, VOREIA - Smoked Amber Ale, VOREIA - Summer Ale, VOREIA - Imperial Porter Beer, VOREIA - Low Alcohol Beer.

Web: <https://www.sirisbrewery.gr/>

Email: info@sirisbrewery.gr

Τηλ: 23210 99949



Mikonu

Από τον Μάιο του 2017 στη Μικροζυθοποιία Μυκόνου, ζυθοποιούν, εμψιλώνουν και σερβίρουν μπύρες για το νησί της Μυκόνου και όχι μόνο.

Αναπόσπαστο κομμάτι του ζυθοποιείου, το taproom, ένας επισκέψιμος χώρος φιλικός και ασφαλής για όλους, συμπεριλαμβανομένων κατοικίδιων, βιβλίων, λάπτοπ, και επιτραπέζιων παιχνιδιών.

Στο taproom μπορεί κανείς να βρει και να δοκιμάσει όλες τις βασικές -και πειραματικές- μπύρες πάντα σε βαρέλι, αλλά και να αγοράσει φιάλες με τις μπύρες που του αρέσουν.

Web: <https://mikonu.gr/> • **Email:** info@mikonu.gr • **Τηλ:** 2289077912



NEMA-Mani Brewery

Η Δυτική Μάνη είναι γνωστή για πολλούς λόγους. Για την άγρια ομορφιά, τα μνημεία, τα ψαροχώρια, τους παραδοσιακούς οικισμούς και φυσικά τις παραλίες. Σε αυτούς τους λόγους ήρθε να προστεθεί και η Μεσσηνιακή Ζυθοποιία – Mani Brewery. Το ζυθοποιείο βρίσκεται στον Άγιο Νικόλαο, ένα γραφικό ψαροχώρι, σαν από σκηνικό ταινίας, από το οποίο σύμφωνα με την ιστορία, ο Πάρης και η Ελένη αναχώρησαν για την Τροία. Η ιστορία ξεκινά το 2018 με την παραγωγή της μπύρας NEMA. Από τότε, συνεχίζουν να παράγουν την ίδια φρέσκια, αφιλτράριστη και απαστερίωτη μπύρα.

Η NEMA προσφέρεται στους παρακάτω τύπους: **NEMA blonde, Summer Ale, India Pale Ale, NEMA Porter.**

Web: <https://nema.beer/>
Email: sales@nemabeer.gr
Τηλ: 2721078038



Ζυθοποιία Πλάστιγγα

Η Ζυθοποιία Πλάστιγγα βρίσκεται στο κέντρο της πόλης του Βόλου, πάνω στον πιο εμπορικό δρόμο αυτού της Ερμού. Γεγονός που δίνει την ευκαιρία στους πεζούς να μπορούν να παρακολουθήσουν τη μαγική διαδικασία της ζυθοποίησης. Διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό, από τους καλύτερους στο χώρο Έλληνες συνεργάτες και σωστή σχέση τιμής και ποιότητας. «Η μπύρα είναι κομμάτι της καθημερινότητας και εμείς φροντίζουμε να σχεδιάσουμε προϊόντα υψηλών προδιαγραφών, προσιτά στο κοινό. Χρησιμοποιούμε τα καλύτερα υλικά και η αγάπη μας για αυτό που κάνουμε είναι η μαγιά για ατελείωτες ζυμώσεις με στόχο το πιο ευχάριστο γευστικό ταξίδι», τονίζουν στη Ζυθοποιία Πλάστιγγα.

Οι τύποι μπύρας που προσφέρει είναι **Dry Stout, Strong Ale, Urban Ale και Weiss.**

Web: <http://plastiga.gr/>
Τηλ: 2421024402



Notos Brewery

Η Notos Brewery αποτελεί το πρώτο ανεξάρτητο μικροζυθοποιείο της πόλης του Ηρακλείου, αλλά και της ανατολικής Κρήτης που είναι και επισκέψιμο. Οι μπύρες NOTOS κυκλοφορούν στις παρακάτω εκδοχές: **LAGER, PILSNER, WEISS, DRY STOUT, SHE'S A PIRATE – BLONDE ALE**

Web: <http://notosbrewery.gr/>

Email: info@notosbrewery.gr

Τηλ: 6946650884



Restart στον τουρισμό μας



Επωνύμως

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Επιστροφή στα καθ' ημάς λοιπόν, στον τουρισμό μας, μετά από τα καλοκαιρινά θετικά μηνύματα της δεύτερης τουριστικής σεζόν της πανδημίας (παρόλο που για τα πραγματικά μεγέθη θα πρέπει να περιμένουμε μέχρι να έχουμε σαφή και έγκυρη εικόνα), που αν μη τι άλλο μας δίνουν αισιοδοξία για το υπόλοιπο της χρονιάς και κυρίως για το 2022.

Όταν μάλιστα αυτό συμπίπτει με αλλαγή της πολιτικής ηγεσίας του Υπουργείου Τουρισμού, την οποία βεβαίως δεν θα σχολιάσω, όπως δεν έχω σχολιάσει πολιτικώς ούτε τη θητεία του απερχόμενου Υπουργού, σηματοδοτείται έτσι ενδεχομένως μια επανεκκίνηση για καλύτερα αποτελέσματα στο επόμενο διάστημα.

Αυτά όμως που μπορώ να επισημάνω και να σχολιάσω είναι αυτά που δεν έγιναν τα δύο τελευταία χρόνια και τι πρέπει να γίνει από εδώ και πέρα, ώστε τα επόμενα χρόνια να μπορέσει ο ελληνικός τουρισμός να επιτύχει αποτελέσματα θεαματικότερα και ουσιαστικότερα, από τη χρονιά ρεκόρ του 2019. Θεαματικότερα αναφορικά με τα μεγέθη των αφίξεων (34 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις) και εσόδων (18,5 δισεκατομμύρια έσοδα), και ουσιαστικότερα σε σχέση με την ενδυνάμωση και σταθερότητα της απασχόλησης στον τουρισμό, τη δυναμική των νέων επιχειρήσεων, τη βελτίωση της ποιότητας παροχής υπηρεσιών, την ισχυρή διασύνδεση του τουρισμού με άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας (αγροδιατροφή, μεταποίηση) και την εν γένει οικονομική ευημερία στις τοπικές οικονομίες που στηρίζονται στον τουρισμό.

Τα δύο τελευταία χρόνια, λοιπόν, σαφώς μέσα στη δεινή πραγματικότητα που μας επεφύλαξε η πανδημία, δεν αξιοποιήθηκαν εγκεκριμένοι και δεσμευμένοι πόροι από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα του ΕΣΠΑ της προηγούμενης περιόδου για ώριμες δράσεις θεματικού τουρισμού (π.χ. ιαματικού τουρισμού με τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση ιαματικών πηγών, ή ανάπτυξης του προσκυνηματικού τουρισμού), ώστε τώρα, αξιοποιώντας τα νέα χρηματοδοτικά εργαλεία, να έχουμε έτοιμα προς υλοποίηση σχέδια για τέτοιου είδους υποδομές θεματικού τουρισμού.

Αυτό που επίσης δεν έγινε, αφού συμφωνούμε όλοι ότι η ανάπτυξη των θεματικών μορφών τουρισμού θα δώσει μια επιπλέον ώθηση για τις μελλοντικές επιτυχίες στον τουρισμό μας, είναι η εξειδίκευση του (προϋπάρχοντος) θεσμικού πλαισίου για συγκεκριμένες τέτοιες μορφές τουρισμού, όπως ο συνεδριακός τουρισμός, ο ιατρικός τουρισμός, κλπ.

Επίσης, η προσδοκώμενη και άκρως επιτακτική (θεσμική) ρύθμιση θεμάτων της τουριστικής εκπαίδευ-



Πρέπει να αξιοποιήσουμε όλα τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία, από τα οποία ο τουρισμός οφείλει να διεκδικήσει το μερίδιο που του ανήκει. Απαιτείται ορθολογικός σχεδιασμός, έμφαση σε επενδύσεις, υποδομές και στο ανθρώπινο δυναμικό, αλλά και γρήγορες διαδικασίες έγκρισης και άμεση έναρξη υλοποίησης

σης, με σκοπό την αναβάθμιση των προγραμμάτων σπουδών, την εισαγωγή νέων τεχνολογιών για τον ψηφιακό μετασχηματισμό της, τον εκσυγχρονισμό των υποδομών, έμεινε σε κάποιο συρτάρι του Υπουργείου.

Μαζί δεν προχώρησαν και το Παρατηρητήριο Τουρισμού, η συνεργασία με την Ελληνική Στατιστική Αρχή για την ανάπτυξη των δορυφόρων λογαριασμών τουρισμού, η ανάπτυξη μηχανισμού συλλογής και επεξεργασίας αξιόπιστων στατιστικών δεδομένων και βεβαίως η επικαιροποίηση και αξιοποίηση της κωδικοποίησης της τουριστικής νομοθεσίας που υλοποιήθηκε τα προηγούμενα χρόνια.

Βεβαίως, αλλά γι' αυτό ήταν υπεύθυνος σε μεγάλο βαθμό ο COVID-19, αποτελέσματα θετικά στην κα-

τεύθυνση προσέλκυσης ξένων επενδύσεων στον τουρισμό δεν είχαμε, όμως μια σωστά σχεδιασμένη και ταχεία ανάκαμψη του τουρισμού θα επιτρέψει σύντομα στους ξένους επενδυτές να στρέψουν το ενδιαφέρον τους στην υλοποίηση τουριστικών επενδυτικών project στη χώρα μας.

Και τί πρέπει να γίνει από εδώ και πέρα; Μα φυσικά ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για τον τουρισμό μας, όχι όμως σε ορίζοντα ... δεκαετίας που έχουμε ακούσει τα τελευταία δύο χρόνια – είναι πραγματικά δυνατόν να σχεδιάσουμε για τον τουρισμό και με σχετική ασφάλεια να προβλέψουμε για το 2030 και μετά; Ήδη η πανδημία, οι φυσικές καταστροφές, η κλιματική αλλαγή μας δείχνουν την επισφάλεια.

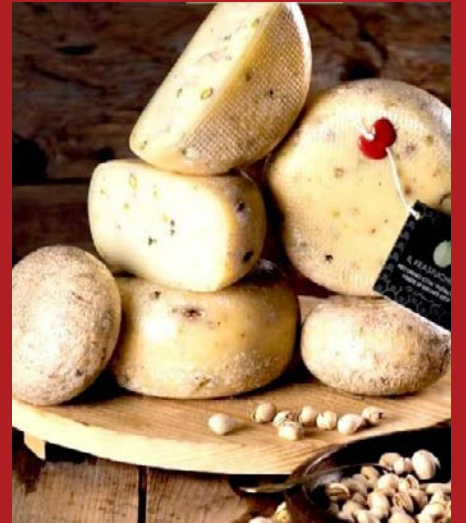
Θέλουμε όμως ένα συνεκτικό βραχυπρόθεσμο σχέδιο, στο οποίο θα ιεραρχήσουμε και θα συμπεριλάβουμε, μεταξύ άλλων, και τα παραπάνω ... όλα όσα δηλαδή δεν έγιναν! Και βεβαίως πρέπει να αξιοποιήσουμε όλα τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία, από τα οποία ο τουρισμός οφείλει να διεκδικήσει το μερίδιο που του ανήκει. Απαιτείται ορθολογικός σχεδιασμός, έμφαση σε επενδύσεις, υποδομές και στο ανθρώπινο δυναμικό, αλλά και γρήγορες διαδικασίες έγκρισης και άμεση έναρξη υλοποίησης.

Έτσι η επανεκκίνηση στον τουρισμό μας θα γίνει σε σωστή βάση και με προοπτικές για γρήγορη επανάκαμψη και επιτυχή αποτελέσματα τα επόμενα χρόνια.

** Ο Γιώργος Τζιάλλας είναι Περιφερειακός Διευθυντής του World Travel & Tourism Council (WTTC), Τεχνικός Σύμβουλος Τουρισμού της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου, πρώην Γενικός Γραμματέας στο Υπουργείο Τουρισμού*



Anna's house delicatessen



Πρεμιουμ χεύσεις για απαιτητικούς
ουρανίσκους σε προσιτές τιμές

Πωλήσεις χονδρικής σε εστίαση, ξενοδοχεία, yacht και σκάφη αναψυχής

Ζητήστε μας τιμοκατάλογο

Αποστέλλονται σε ειδική συσκευασία Λευκάδα και γύρω περιοχές



www.facebook.com/Annas-House-Delicatessen



Ιντζέ 12 και Μακκάση, 30300, Ναύπακτος



Τηλ: 2634022365 - 6945491908



petrino.kordatos@gmail.com



Όταν το ταξίδι συναντά τη μάθηση

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, η οποία κατάφερε να ενώσει δυο μεγάλες ανάγκες του ανθρώπου. Την επιθυμία για γνώση και περιήγηση. Τα οφέλη μπορούν να είναι πολλαπλά για τις περιοχές που θα φροντίσουν να προσελκύσουν φιλομαθείς ταξιδιώτες

Γράφει η **ΔΩΡΑ ΧΡΗΣΤΟΥ**

Όταν τα ταξίδια συνδυάζονται με προγράμματα εκπαιδευτικού και πολιτιστικού χαρακτήρα. Όταν η αίσθηση της ομαδικότητας και της συμμετοχικότητας εντείνεται σε ένα εκπαιδευτικό έδαφος. Όταν ο ταξιδιώτης έχει ως «κινητήριο δύναμη» την ανάγκη για ανακάλυψη της ιστορίας, της εθνογραφίας, της λαογραφίας και το σύνολο των πεδίων του πολιτισμού, τότε μιλάμε για τον εκπαιδευτικό τουρισμό!

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία κατάφερε να ενώσει δυο μεγάλες ανάγκες του ανθρώπου, το ταξίδι και την μάθηση.

Μπορεί στο μυαλό μας να είναι μία σύγχρονη μέθοδος αλλά αν ανατρέξουμε στο παρελθόν από το Όμηρο και τον Ηρόδοτο, μέχρι και σύγχρονους μελετητές θα διαπιστώσουμε πως αποτελεί στοιχείο της κουλτούρας μας για αιώνες τώρα.

Σύμφωνα με τα όσα προβλέπει η νομοθεσία, ο Εκπαιδευτικός Τουρισμός είναι η επίσκεψη στην Ελλάδα για το αναγκαίο χρονικό διάστημα που απαιτούν εκπαιδευτικά προγράμματα και άλλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες, είτε για συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα, είτε και για πραγματοποίηση κύκλου σπουδών οποιουδήποτε επιπέδου, περιεχομένου και σκοπού, που διοργανώνονται από οποιονδήποτε πάροχο και απαιτούν είσοδο και διαβίωση στην Ελλάδα, αξιοποιώντας παράλληλα την παραμονή τους στον τουριστικό προορισμό για ψυχαγωγία και ανά-



**Ο εκπαιδευτικός
τουρισμός διαθέτει
μεγάλη οικονομική
παρουσία σε διεθνές
επίπεδο, καθώς
εκτιμάται πως μόνο
οι σπουδές σε διεθνή
πανεπιστήμια
προσφέρουν πάνω
από \$50 δις παγκοσμίως**



παυση. Χωρίζεται στις εξής βασικές κατηγορίες:

- Τουρισμό Νεολαίας (Youth Traveling) - Παιδικός και εφηβικός.
- Εκπαιδευτικό τουρισμό (Tourism education) που αφορά εκπαιδευτικά προγράμματα ή συμμετοχή σε διεθνή προγράμματα ανταλλαγής.
- Επίσκεψη σε ειδικές ερευνητικές και εκπαιδευτικές εγκαταστάσεις που διαθέτουν κατάλληλα επιστημονικά θέλητρα καθώς και επισκέψεις συμμετοχικής μορφώσεως, και βιωματικού τουρισμού σε σχετικές υποδομές υποδοχής.
- Επαγγελματική τουριστική πρακτική άσκηση.

Μέσω του εκπαιδευτικού τουρισμού τα ταξίδια μετατρέπεται σε μία βιωματική εμπειρία προσωπικού χαρακτήρα, γεμάτη



γνώση, η οποία προσφέρει στον ταξιδιώτη μία νέα οπτική και έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει όραμα. Οι εκπαιδευτικοί κύκλοι που πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα μεταφέρουν και επικοινωνούν στους συμμετέχοντες μία εξαιρετική δράση-αντίδραση με το αντικείμενο που έχουν επιλέξει καθώς και με την τοπική κουλτούρα του τουριστικού προορισμού, κάνοντάς έτσι την γνωριμία με την Ελληνική πολιτιστική κληρονομιά μία μοναδική εμπειρία ζωής που μένει ανεξίτηλη στη μνήμη του επισκέπτη.

Η οικονομική δύναμη του εκπαιδευτικού τουρισμού

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός διαθέτει μεγάλη οικονομική παρουσία σε διεθνές επίπεδο. Ο τουρισμός νεολαίας με βάση

την έρευνα του World Youth Student and Educational Travel Confederation αποτελεί το 20% του διεθνή τουρισμού. Συγκεκριμένα το 2012 από τα \$1,08 τρισεκατομμύρια που ήταν τα έξοδα του τουρισμού τα \$217 δις ήταν από την νεολαία. (Tashlai and Ivanov, 2014). Εκτιμάται μάλιστα πως οι σπουδές σε διεθνή πανεπιστήμια προσφέρουν πάνω από \$50 δις παγκοσμίως. Είχε υπολογιστεί πως μέχρι το 2020, \$340 εκατ θα ήταν το ποσό από τον νεανικό τουρισμό, με το 40% να αποτελεί ο εκπαιδευτικός τουρισμός. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός συμβάλει δυναμικά και στον εργασιακό τομέα αφού αποτελεί μια ανοδική πηγή εσόδων και επαγγελματικών παροχών. Στις ΗΠΑ το 2013 ο εκπαιδευτικός τουρισμός δημιούργησε 313.000 θέσεις εργασίας και συνέβαλε κατά \$24 δις στην οικονομία της χώρας.

Η επιρροή του εκπαιδευτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία

Είναι εμφανές πως ο εκπαιδευτικός τουρισμός αποτελεί ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο προώθησης μιας περιοχής. Ο τόπος που θα επενδύσει σε αυτήν την εναλλακτική μορφή τουρισμού δεν μπορεί να βγει παρά κερδισμένος. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός περιλαμβάνει μια τεραστία γκάμα δραστηριοτήτων, τα οποία προσφέρουν στην ανάπτυξη και προώθηση της περιοχής. Η ηλικιακή παλέτα προσφέρει μια ποικιλία επιλογών. Πολλοί τομείς όπως η μεταφορά, ψυχαγωγία, διαμονή ενισχύονται από την αλληλεπίδραση. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός προσφέρει οικονομική ανάπτυξη, ενισχύει το βιοτικό επίπεδο, όπως και το εκπαιδευτικό και μορφωτικό. Επιπλέον ο εκπαιδευτικός τουρισμός μπορεί να επηρεάσει δραστικά το ζήτημα της εποχικότητας αφού αποτελεί μια εξαιρετική ευκαιρία για την ενίσχυση τουρισμού «365 μέρες τον χρόνο». Εκτός των άλλων ο εκπαιδευτικός τουρισμός διαθέτει ένα ιδιαίτερο στοιχείο, το γεγονός πως απευθύνεται σε νεαρές ηλικίες. Έτσι είναι πολύ πιθανόν τα άτομα αυτά να γίνουν συχνόι επισκέπτες της χώρας μας, αφού θα έχει δημιουργηθεί μια ιδιαίτερη σύνδεση μεταξύ επισκέπτη και τοπικής κοινωνίας.

Όμως για να επιτευχθούν οι τουριστικοί στόχοι στη χώρα μας θα πρέπει να υιοθετηθεί μια ολοκληρωμένη τουριστική πολιτική με μακροχρόνια προοπτική και με σταθερό πλαίσιο εφαρμογής επιδιώκοντας την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών περιοχών, δια μέσου του εμπλουτισμού του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, τη λειτουργική σύνδεση του τουριστικού κλάδου με τους άλλους παραγωγικούς κλάδους της περιοχής. Η δημιουργία της τουριστικής πολιτικής θα πρέπει να βασίζεται στις αρχές της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, την εκπόνηση στρατηγικών σχεδίων marketing για την αποτελεσματική προώθηση των τουριστικών προϊόντων, καθώς και την αναβάθμιση του μοντέλου της τοπικής διακυβέρνησης του τουρισμού. Κοινώς η βέλτιστη επιλογή είναι η ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουρισμού, να εντάσσεται στη συνολικότερη τουριστική διαχείριση μιας περιοχής, ιδανικά με την ύπαρξη DMO, όπως φυσικά θα πρέπει να συμβαίνει και για κάθε άλλη μορφή θεματικού τουρισμού.

Γαστρονομικός Τουρισμός: Μέθοδος και best practices

Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένας μοχλός για την ανάπτυξη του τουρισμού 365 ημέρες τον χρόνο με τοπικούς επισκέπτες αλλά και με τουρίστες



Γράφει ο
**Δημήτρης
Τριανταφυλλίδης**
CEO Meliortempus
Development Ltd

Από την αρχή της υγειονομικής κρίσης τουλάχιστον ο όρος γαστρονομικός τουρισμός είναι στο στόμα όλων. Γνωρίζουμε, ωστόσο, την πραγματική του ουσία; Ποια είναι η σχέση μεταξύ πληθυσμών, προϊόντων, οικογενειακής κουζίνας και γκουρμέ γαστρονομικής κουζίνας; **Κάθε προορισμός** θέτει ως στόχο την υποδοχή των

τουριστών όλο το χρόνο. Στόχος είναι η εξομάλυνση της καμπύλης προσέλευσης και η αύξηση των εισοδημάτων των πόλεων και των χωριών μας, με σεβασμό στους ντόπιους πληθυσμούς και του περιβάλλοντος. Μερικοί το πετυχαίνουν επειδή εκμεταλλεύονται όλους τους τοπικούς πόρους, τους συντονίζουν, τους ταξινομούν και τους οργανώνουν σε ένα ετήσιο ημερολόγιο.

Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένας μοχλός για την ανάπτυξη του τουρισμού 365 ημέρες τον χρόνο με τοπικούς επισκέπτες αλλά και με τουρίστες. Στο επίκεντρο των απαιτήσεων των σημερινών επισκεπτών, αλλά και ανάμεσα στους πυλώνες του εγχώριου τουρισμού, οι τοπικοί διάδρομοι επιτρέπουν σε κάθε προορισμό να ξεχωρίζει, να αναπτύσσεται, να προωθεί τα προϊόντα του και να αυξάνει το εισόδημα των ντόπιων κατοίκων του.

Μέρος αυτού που ονομάζεται slow tourism είναι ένα αναπτυσσόμενο προϊόν σε όλο τον κόσμο. «Που μπορούμε να πάμε να φάμε κάτι καλό με τοπικά προϊόντα;», είναι από τις πρώτες ερωτήσεις που μας κάνουν όλοι οι επισκέπτες μας.

Κατ' αρχάς, ας προσπαθήσουμε να δώσουμε ένα σύντομο και απλό ορισμό του τι ονομάζεται γαστρονομικός τουρισμός: «Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ο λόγος που ταξιδεύουμε για να δοκιμάσουμε τα τοπικά προϊόντα ενός προορισμού και μέσα από αυτήν την εμπειρία να πάρουμε μια καλύτερη ιδέα



της τοπικής ζωής». Συνεπώς, δεν αποτελεί ένα τέχνασμα επικοινωνίας ή μάρκετινγκ, αλλά ένα πραγματικό μοχλό για την ανάπτυξη των προορισμών.

Σε προσωπικό και ατομικό επίπεδο συμβάλει στην αύξηση της ευαισθητοποίησης της τοπικής κοινότητας και στην υπερηφάνεια για τις τοπικές γαστρονομικές κουλτούρες. Όλοι είμαστε υπερήφανοι για τον τόπο μας, για την κουζίνα μας και το να την μοιραζόμαστε με τους επισκέπτες είναι και μέρος της ιστορικής ελληνικής φιλοξενίας.

Δεν αρέσει σε όλους τους επισκέπτες μας το shopping ή τα μουσεία, το ποδήλατο ή οι περίπατοι, το να περνάνε όλες τις διακοπές στην παραλία, αλλά όλοι πρέπει να τρώνε και θέλουν να δοκιμάσουν κάτι διαφορετικό από αυτά που τρώνε στην χώρα τους.

Δώστε λοιπόν σε κάθε επισκέπτη απάντηση στις προσδοκίες του: μεγαλώστε όμως την προσφορά σας και προσφέρετε όχι μόνο ταβέρνες και παραδοσιακή καλή κουζίνα, αλλά και πιο γκουρμέ γαστρονομικές εμπειρίες. Πολλοί είναι οι νέοι σεφ και μάγειρες πιο γενικά που

αναδεικνύουν διαφορετικά την ελληνική κουζίνα, πάντα με τα τοπικά προϊόντα.

Από την άλλη πλευρά όλοι οι ξενοδόχοι που επένδυσαν σε ένα σεφ και δημιούργησαν ένα γαστρονομικό εστιατόριο έχουν πέτυχει και σήμερα ακόμα διαλέγουμε το ξενοδοχείο τους για αυτήν την γαστρονομική εμπειρία.

Αυτές οι επιχειρήσεις είναι ένας από τους κύριους λόγους για τους οποίους οι επισκέπτες σας διαλέγουν τον προορισμό σας και με τον καιρό μπαίνει και στο χάρτη των μεγάλων διεθνών γαστρονομικών προορισμών. Είναι επίσης ένας τρόπος για να προσελκύστε πιο ποιοτικούς, βιώσιμους, με σεβασμό για τον προορισμό και μορφωμένους επισκέπτες, αλλά και να ωφεληθείτε από ένα μέσο οικονομικό αντίκτυπο 25% υψηλότερο στους περισσότερους προορισμούς.

Πώς να το οργανώσετε;

Κυρίως αυτός ο τύπος τοπικών διαδρόμων οργανώνεται τοπικά μεταξύ επαγγελματιών και με την υποστήριξη εμπειρογνομόνων και συμβούλων στο μάρκετινγκ προορισμών. Δεν χρειάζεται να συ-

μπεριληφθεί το κράτος, η Περιφέρεια και η Πόλη στην οργάνωσή της. Σε κάθε περίπτωση, όχι στο αρχικό στάδιο της οργάνωσής του.

Δεν χρειάζεται να κάνετε την οργάνωσή σας περίπλοκη. Είναι μια μικρή μάχη που κερδίζεται εύκολα. Δεν είναι ένα εξελεγμένο προϊόν και, αντίθετα, η απλότητά του επιτρέπει να είναι πιο ελκυστικό. Ούτε πρέπει να κάνετε μελέτες και άλλες ακαδημαϊκές αναλύσεις, γιατί οι καταναλωτές αλλάζουν γνώμη ακόμα πιο γρήγορα και οι καινούργιες τάσεις και ανάγκες χρειάζονται άμεση απάντηση και προσαρμογή. Είναι ένα τοπικό προϊόν, ένα απλό αλλά όχι απαραίτητα απλοϊκό προϊόν. Και πρέπει να μένει έτσι.

Μπορούμε να φανταστούμε ότι είναι θέμα του κράτους και ότι το κράτος πρέπει να οργανώσει και να ενορχηστρώσει τα πάντα. Αυτό είναι μόνο η μισή αλήθεια. νΣίγουρα οι παρορμήσεις μπορούν να δοθούν από το κράτος, αλλά ο τελικός ηθοποιός παραμένει ο προορισμός. Η Πολιτεία, το κράτος μπορεί, μέσω του εθνικού οργανισμού τουρισμού, να οργανώσει ένα cluster, με επαγγελματίες



από τον αγροδιατροφικό και τουριστικό τομέα για να παρακολουθούν τις τάσεις, να διεξάγουν μελέτες αγοράς και να επικοινωνούν, για να τοποθετήσουν τη χώρα/προορισμό στη διεθνή σκηνή.

Στη συνέχεια, οι τοπικοί προορισμοί πρέπει να οργανωθούν γύρω από τους τοπικούς παραγωγούς, διανομείς (ξενοδόχους, εστιατόρες, μπαρ και καφετέριες) για την προώθηση των προϊόντων τους και την ανάπτυξη στρατηγικών τουριστικής εμπορικής προώθησης με στόχο την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών.

Καλές πρακτικές στην Ευρώπη

Θα χρησιμοποιήσουμε δύο παραδείγματα για να επισημάνουμε τον τρόπο με τον οποίο γεννήθηκαν αυτές οι τοπικοί γαστρονομικοί προορισμοί και τα labels τους.

La cuisine Nissarde

To label Cuisine Nissarde δημιουργήθηκε το 1995 από τον Κύκλο του Capelina d'Or, ένα τοπικό σύλλογο επιχειρηματιών. Στόχος του είναι να διατηρήσει και να υπερασπιστεί την κουζίνα της Νίκαιας. Το 2013, η ετικέτα αναλήφθηκε από το DMO, το Γραφείο Τουρισμού και Συνεδρίου της Πόλης της Νίκαιας. Έτσι ήταν μια ομάδα επαγγελματιών που ήρθε με την ιδέα, οι οποίοι οργανώθηκαν μεταξύ τους για την προώθηση των τοπικών προϊόντων και την τεχνογνωσία των σεφ τους. Το label Cuisine Nissarde απονέμεται σε εστιατόρες που εργάζονται για την προώθηση της κουζίνας της Νίκαιας, δεσμευόμενοι να σέβονται τις συνταγές, την ποιότητα των προϊόντων και των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται, την ποιότητα της φιλοξενίας και την ενημέρωση των πελατών, καθώς και τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς υγιεινής και ασφάλειας.

Τον Ιούνιο του 2019, η τεχνική επιτροπή, η οποία σήμερα περιλαμβάνει 15 σεφ, μάγειρες, παραγωγούς, γευσισγνώστες και ιστορικούς, παρουσίασε την πολύτιμη ετικέτα σε 28 καταστήματα στη Νίκαια (πόλης 350.000 κατοίκων).

Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένας τρόπος για να προσελκύσετε πιο ποιοτικούς, βιώσιμους, με σεβασμό για τον προορισμό και μορφωμένους επισκέπτες, αλλά και να ωφεληθείτε από ένα μέσο οικονομικό αντίκτυπο 25% υψηλότερο στους περισσότερους προορισμούς

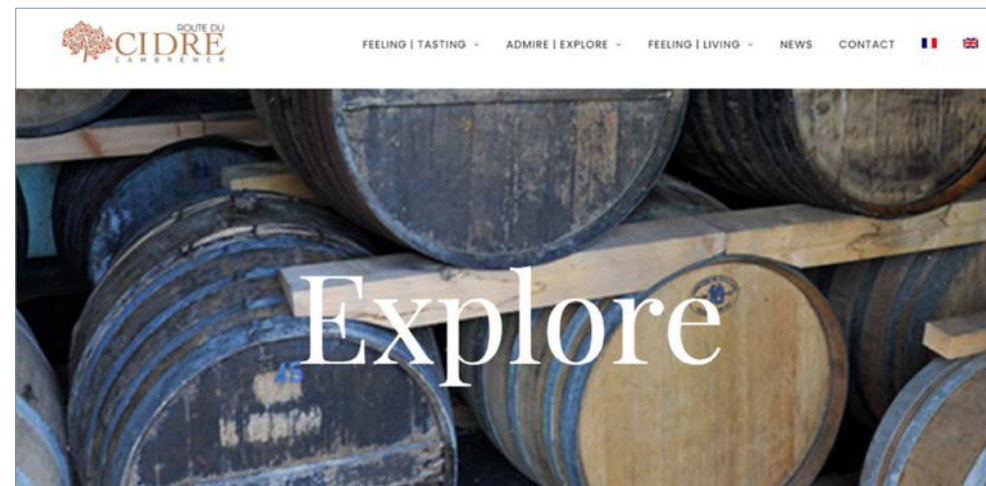
La route du Cidre

Ας πάρουμε το παράδειγμα της « la route du cidre ». Ένα παράδειγμα μεταξύ άλλων που δημιουργήσαμε σε μικρές πόλεις της υπαίθρου για να συμμετάσχουμε στην ανάπτυξή τους.

Η « la route du cidre », είναι χτισμένη γύρω από μια μικρή πόλη, αυτή του Cambremer με τους 1.350 κατοίκους της. **Είναι ένα κύκλωμα** 40 χιλιομέτρων που σας επιτρέπει να περπατήσετε στο Calvados στη Νορμανδία, γη των μήλων και των αγελάδων. Περιπατώντας κατά μήκος αυτής της διαδρομής μπορείτε να ανακαλύψετε τα τοπικά προϊόντα και ιδιαίτερα τους ciders/μηλίτες και άλλα προϊόντα ΠΟΠ, τυριά για παράδειγμα, αλλά και για να ανακαλύψετε τη γοητεία των χωριών που υπάρχουν.

Τα συστατικά που χρησιμοποιούνται για την δημιουργία ενός τέτοιου διάδρομου είναι απλά και είναι τα ίδια που χρησιμοποιούμε για να δημιουργήσουμε άλλους διαδρόμους.

Στην αρχή χρειάζεσαι ένα κύκλωμα. Ας ξεκινήσουμε με ένα χάρτη πάνω στον οποίον σχεδιάζουμε τα υπάρχοντα σημεία ενδιαφέροντος και ομορφιάς. Η τοπική κληρονομιά είναι αυτή που ενώνει τα πάντα (εκκλησίες, κάστρα, μνημεία,



κ.λπ.). Μετά φέραμε όλους τους παραγωγούς μαζί (αυτούς που το επιθυμούσαν) και τους τοποθετήσαμε στον ίδιο χάρτη. **Η ιστορία των παραγωγών**, συχνά οικογενειακές ιστορίες με παραγωγές που πηγαίνουν πίσω στο χρόνο και τα προϊόντα τους. Ακούστε έναν παραγωγό να εξηγή με το πάθος του πώς παράγει το προϊόν του (τυρί, κρασί, μηλίτη, κ.λπ.) είναι μια απόλυτη εμπειρία. Μπορείτε και να το δοκιμάσετε μαζί του και να μοιραστείτε μαζί τις γνώσεις του αξίζοντας χρυσό και είναι άλλη μια πραγματική αυθεντική εμπειρία.

Για να παρατείνουμε την εμπειρία και να ενισχύσουμε τους ανθρώπινους δεσμούς προσθέτουμε δωμάτια, καταλύματα κ.λπ. **Βέβαια δεν ξεχνάμε** τα καταστήματα που πουλάνε τοπικά προϊόντα έτσι ώστε κάθε επισκέπτης να μπορεί να τα αγοράσει πριν φύγει. Ακόμα και τα εστιατόρια που έχουν ιδιαίτερες συνταγές με τοπικά προϊόντα μπαίνουν στο σχέδιο.

Είναι αυτό που εμείς ονομάζουμε στρατηγική ελκυστικότητας, πέρα από το κλασικό branding.

Τα αποτελέσματα είναι εντυπωσιακά. Κάθε Σαββατοκύριακο περισσότερο από το διπλάσιο του πληθυσμού περπατά

εκεί, το 68% των Γάλλων και το 32% των αλλοδαπών, τα καταλύματα δεν αισθάνθηκαν την υγειονομική κρίση. Οι ενοικιάσεις διακοπών και οι απαιτήσεις για τα νοικιαζόμενα σπίτια εκτινάχθηκαν στα ύψη.

Για να θεμελιώσουμε δυνατά και μακροπρόθεσμα το τουριστικό προϊόν μας, αποκτήσαμε και την ετικέτα «αξιόλογες τοποθεσίες γεύσης» που επιτρέπει τον εντοπισμό ενός συνδέσμου που συνδυάζει την τεχνογνωσία των ανθρώπων, την ποιότητα του προϊόντος και τον πλούτο της περιβαλλοντικής κληρονομιάς ενός τόπου.

Οι «αξιόλογες τοποθεσίες γεύσης» είναι μέρος μιας εθνικής ένωσης. Προωθούν τα προϊόντα τους μέσω της χρήσης ενός συλλογικού σήματος και συμμετέχουν στα σαλόνια αξιολογών χώρων γεύσης όπου μόνο τα μέλη του συλλόγου μπορούν να εκθέσουν και να πουλήσουν.

Στη συνέχεια, μία φορά το χρόνο, το χωριό Cambremer διοργανώνει μια μεγάλη έκθεση(παζάρι) μόνο με προϊόντα AOC/AOP με περισσότερους από 100 εκθέτες από όλη τη χώρα και περισσότερους από 15.000 επισκέπτες σε διάστημα 3 ημερών.

Γαστρονομικός προορισμός, αλλά όχι μόνο

Αυτό το μοντέλο οργάνωσης τοπικών διαδρόμων το χρησιμοποιούμε και για άλλες εμπειρίες, όχι μόνο γαστρονομικές: ο δρόμος των studs, ο δρόμος των απομονωμένων χωριών, ο δρόμος του Αγίου Ιωάννη, κ.λπ.

Οι δημόσιοι οργανισμοί παρεμβαίνουν μόνο για την προώθησή στις τουριστικές ιστοσελίδες, τα φυλλάδια κ.λπ.

Τέλος, τα τελευταία 5 χρόνια, προκειμένου να ανταποκριθούν στις προσδοκίες και τα αιτήματα των επισκεπτών, οι ξενοδόχοι έχουν ενσωματώσει τοπικά προϊόντα στις κουζίνες και το πρωινό τους, έτσι μπορούν να ενσωματώσουν δυναμικά και άμεσα αυτή την προσέγγιση, διευρύνοντας τον αριθμό των μελών της τοπικής ετικέτας.

Σε συμπεράσμα μπορούμε να πούμε ότι η μέθοδος και η οργάνωση είναι η ίδια για κάθε δημιουργία μιας τοπικής ετικέτας ή γαστρονομικής διαδρομής ανακάλυψης. Μην ξαφνιάζεστε όταν ακούσετε ότι μπορούμε να οργανώσουμε σε λίγους μήνες, 3 με 5, αυτό το είδος προϊόντος για μικρούς προορισμούς, νησιά ή μεγαλύτερες πόλεις. Είναι απλα θέμα τεχνικής και εμπειρίας στην οργάνωσή του. Stay simple and efficient.



Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Άνοδος έως και 20% φέτος για το yachting

«Οι εξελίξεις μέχρι στιγμής είναι θετικές και η δραστηριότητα δείχνει να πηγαίνει καλύτερα από πέρυσι», τονίζει ο κύριος Λουτριώτης, ενώ συμπληρώνει πως η πορεία της πανδημίας θα κρίνει τους μήνες Σεπτέμβριο και Οκτώβριο



Αύξηση καταγράφει το yachting φέτος, όπως μας λέει ο πρόεδρος του ΣΙΤΕΣΑΠ κύριος Πάρις Λουτριώτης, ωστόσο όπως επισημαίνει υπήρξαν και υπάρχουν προβλήματα με αρκετές τουριστικές αγορές λόγω της πανδημίας. Παράλληλα τονίζει πως ακόμη οι επαγγελματίες των τουριστικών σκαφών αναμένουν την χωροθέτηση επαγγελματικής μαρίνας, ενώ συμπληρώνει πως ο ΣΙΤΕΣΑΠ έχει καταθέσει προτάσεις για το επικείμενο νομοσχέδιο του Υπουργείου Ναυτιλίας. Αναλυτικά η συνέντευξη έχει ως εξής:

- Κύριε Λουτριώτη είναι χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Όταν είχαμε μιλήσει ξανά τον περασμένο Απρίλιο, εκφράζατε μια συγκρατημένη αισιοδοξία για την φετινή τουριστική περίοδο. Με την εικόνα που υπάρχει μέχρι σήμερα, ήταν καλύτερη τελικά η σεζόν σε σύγκριση με πέρυσι;

Οι εξελίξεις μέχρι στιγμής (τέλος Αυγούστου) είναι θετικές και η δραστηριότητα δείχνει να πηγαίνει καλύτερα από πέρυσι. Εκτιμάμε ότι έχουμε αύξηση της τάξεως του +15%-20% από πέρυσι, αν και βέβαια θέλαμε περισσότερο. Φέτος είχαμε περισσότερο Βαλκανικές χώρες - κυρίως από Ρουμανία και Βουλγαρία. Δυστυχώς ήρθαν λίγοι Αμερικανοί, όχι τα επίπεδα που ελπίζαμε. Επίσης είχαμε σημαντικές ελλείψεις και από άλλες παραδοσιακές αγορές: (α) δεν είχαμε Βρετανούς, που συνήθως αποτελούσαν ένα σημαντικό τμήμα



Δημιουργείται πάλι μεγάλη δυσλειτουργικότητα όταν απαιτούνται ειδικά τεστ (PCR και Rapid) που δεν μπορούν εύκολα να εφαρμοστούν στις νησιωτικές και παράκτιες περιοχές όπου διακινούνται τα σκάφη

της πελατείας μας, (β) είχαμε αρκετά μειωμένους Γερμανούς και Γάλλους. Αυτές οι τέσσερις χώρες παραδοσιακά αποτελούν τις μεγάλες αγορές μας. Όμως εφέτος δεν είχαμε και Ρώσους και λείπουν και οι λίγοι μεν, αλλά καλοί πελάτες της Νοτιοανατολικής Ασίας.

- Βλέπετε πως θα καταφέρουμε να έχουμε επέκταση της περιόδου και το επόμενο διάστημα;

Οι αρχικές μας προσδοκίες ήταν ότι θα είχαμε Σεπτέμβριο και Οκτώβριο γεμάτους. Όπως έχει διαμορφωθεί η κατάσταση, έχουμε κρατήσεις για Σεπτέμβριο και λίγες προ το παρόν για Οκτώβριο. Δυστυχώς

οι Ισραηλινοί εμφανίστηκαν στην αρχή, αλλά τώρα έχουν κάμψη και είχαμε ελπίδες ότι η αγορά αυτή θα εξελισσόταν. Η έξαρση των κρουσμάτων του τελευταίου μήνα έχει δημιουργήσει ανησυχία στους επαγγελματίες στον κλάδο και φοβόμαστε ακυρώσεις τον Σεπτέμβριο και Οκτώβριο. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η χώρα έχει αρχίσει να παρουσιάζεται στην διεθνή αγορά σαν «κόκκινη» έχει καλλιεργήσει αυτήν την ανησυχία, και αυτός είναι ο λόγος της αβεβαιότητας που έχουμε για τους μήνες Σεπτέμβριο και Οκτώβριο.

- Από πλευράς πολιτείας υπήρξαν δράσεις για την προώθηση του θαλάσσιου τουρισμού;



Δεν έγινε κάτι το εκτεταμένο, αλλά για πρώτη νομίζω φορά, είχαμε αναγνώριση της ανάγκης να υπάρξει εξειδικευμένη προβολή. Δυστυχώς το μόνο που έχουμε είναι ένα video του ΕΟΤ για το ελληνικό γιώτινγκ που μάλλον δημιουργήθηκε και μετά από παρότρυνση του Σωματείου σε προηγούμενη συνάντηση με τον Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ, τον οποίο και ευχαριστούμε που ανταποκρίθηκε. Πρέπει να παραδεχτούμε ότι αναμένουμε και άλλες πιο στοχευμένες δράσεις, και ειδικότερα για το επαγγελματικό σκάφος, γιατί ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει και άλλες δραστηριότητες.

Από πλευράς πολιτείας νομίζω αρχίζουν δειλά να διαφαίνονται δράσεις, μεταξύ αυτών περιλαμβάνεται και η συμμετοχή του ΕΟΤ στη Διεθνή Ναυτική Έκθεση Grand Pavois 2021 στην Γαλλία, που όμως οι ημερομηνίες δεν ταιριάζουν γιατί είναι ακόμη περίοδος πελατειακής ζήτησης.

- Στην αρχή της σεζόν υπήρχαν διαμαρτυρίες για τα υγειονομικά πρωτόκολλα στα λιμάνια. Λύθηκαν αυτά τα ζητήματα στην πορεία;

Οφείλουμε να επισημάνουμε ότι αρχικά βρήκαμε θετική ανταπόκριση και αντιμετώπιση από το Υπουργείο Ναυτιλίας και ιδιαίτερα από τον Υπουργό Ναυτιλίας προσωπικά. Στην συνέχεια όμως, με τις αλλαγές των μέτρων, ξαναβρίσκουμε προβλήματα που ελπίζουμε ότι θα ξεπε-



Θα χρειαστούν πρόσθετα και περαιτέρω μέτρα από το Ειδικό Ταμείο Ανάκαμψης, δεδομένου ότι το τουριστικό επαγγελματικό σκάφος πρόσφερε και μπορεί να προσφέρει υψηλά οφέλη στην οικονομία

ραστούν, γιατί δημιουργείται πάλι μεγάλη δυσλειτουργικότητα όταν απαιτούνται ειδικά τεστ (PCR και Rapid) που δεν μπορούν εύκολα να εφαρμοστούν στις νησιωτικές και παράκτιες περιοχές όπου διακινούνται τα σκάφη, γιατί δεν βρίσκονται εύκολα κατάλληλες δομές για την διενέργεια των τεστ και έχουμε ζητήσει να γίνουν αποδεκτά τα self-test.

- Σε συνέντευξη που παραχώρησε ο Υπ. Ναυτιλίας κύριος Πλακιωτάκης, μας αποκάλυψε πως θα ετοιμάζεται να φέρει νομοσχέδιο που θα αφορά και τα σκάφη αναψυχής, με στόχο τον

εξορθολογισμό της λειτουργίας του κλάδου, τον εκσυγχρονισμό του καθεστώτος ασφάλισης και την καθιέρωση ψηφιακών υπηρεσιών με τη δημιουργία One Stop Shop για το yachting. Έχετε ενημέρωση για το θέμα εσείς; Έχετε κληθεί να συμμετέχετε στη διαμόρφωση του νομοσχεδίου;

Έχουμε ενημερωθεί από τον ίδιο τον Υπουργό σε συνάντηση που είχαμε παλιότερα μαζί του, και ήδη έχουμε αρχίσει και επεξεργαζόμαστε κάποιες συγκεκριμένες προτάσεις που θα υποβάλουμε μόλις μας καλέσει.

Εκκρεμεί άλλωστε ακόμη, η ολοκλήρωση της υλοποίησης του ηλεκτρονικού μητρώου και του ηλεκτρονικού ναυλοσυμφώνου, με τα παρακλάδια τους, εφαρμογές που θα διευκολύνουν ιδιαίτερα την λειτουργία των επιχειρήσεων μας, και την μείωση της γραφειοκρατίας.

- Ένα βασικό ζήτημα για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι οι ελλείψεις σε υποδομές. Έχει προχωρήσει η χωροθέτηση των μαρινών από το Υπουργείο Τουρισμού;

Σε μία τηλεδιάσκεψη που είχαμε συμμετάσχει προ μερικών μηνών στο Υπουργείο, είχε δηλωθεί από την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Τουρισμού ότι είναι υπό εξέλιξη ειδικός προγραμματισμός για την

ανάπτυξης και επέκταση των λιμενικών υποδομών για τα επαγγελματικά σκάφη και έγινε αντιληπτό το μεγάλο πρόβλημα της έλλειψης θέσεων ελλιμενισμού σε όλη την επικράτεια. Μετά από επανειλημμένα υποβληθέντα αιτήματα για χωροθέτηση επαγγελματικής μαρίνας, περιμένουμε ακόμη την σχετική απόφαση ή ανταπόκριση στο θέμα, από πλευράς του Υπουργείου, και αναμένουμε επίσης, να ενημερωθούμε γενικότερα για την πρόοδο του προγράμματος υλοποίησης νέων υποδομών.

- Τα μέτρα στήριξης που έχουν εφαρμοστεί μέχρι σήμερα βοήθησαν τους επαγγελματίες του θαλάσσιου τουρισμού; Θα χρειαστούν και περαιτέρω μέτρα;

Τα μέτρα οικονομικής στήριξης της πανδημίας για τις επιχειρήσεις είχαν και θετικό αποτέλεσμα στις επιχειρήσεις του κλάδου του επαγγελματικού σκάφους, αλλά θα είχαν ακόμη περισσότερο εάν οι επιχειρήσεις του κλάδου είχαν χαρακτηριστεί «κλειστές» που πραγματικά ήταν και όχι απλώς «πληττόμενες».

Όμως θα χρειαστούν πρόσθετα και περαιτέρω μέτρα και από το Ειδικό Ταμείο Ανάκαμψης, δεδομένου ότι το τουριστικό επαγγελματικό σκάφος πρόσφερε και μπορεί να προσφέρει υψηλά οφέλη στην οικονομία και μάλιστα λόγω τουρισμού, αυτά είναι εισαγόμενα έσοδα. Άλλωστε ο κλάδος έχει θετικές προοπτικές αύξησης.

Ακολουθώντας το νερό



ΙΩΑΝΝΙΝΑ



ΕΔΕΣΣΑ

«Τό δ' ύδωρ ἐστὶν ἀρχὴ πάντων»
Θαλής ο Μιλήσιος

Οι σημαντικότεροι πολιτισμοί γεννήθηκαν πλησίον του νερού. Ιδιαίτερα, στη Μεσόγειο το νερό έπαιξε σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της ιστορικής εξέλιξης. Οι δρόμοι των ποταμών και των θαλασσών συνέδεαν όλες τις αρχαίες κοινωνίες.



Γράφει ο
**Θοδωρής
Βασιλείου**

Το νερό ήταν πάντα το κύριο αγαθό, προμήθευε τις καλλιέργειες και την παραγωγή των μέσων διατροφής, αλλά ταυτόχρονα παρείχε έναν ασφαλή και εύκολο δρόμο για τις μετακινήσεις, το εμπόριο, τις ανταλλαγές, αλλά και την επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων, των λαών, των πολιτισμών!

Και μήπως σήμερα αυτό άλλαξε; Προφανώς όχι μόνο δεν άλλαξε, αλλά τείνει να γίνει και το άγιο δισκοπότηρο των παγκόσμιων γεωπολιτικών ανακατατάξεων.

Η διαταραχή στην ισορροπία των οικοσυστημάτων, λόγω της καύσης των υδρογονανθράκων, παίρνει την μορφή της κλιματικής αλλαγής, δηλαδή των ακραίων καιρικών φαινομένων με επίκεντρο πάντα το νερό σε κάθε του μορφή.

Από όλη αυτή την εισαγωγή ας κρατήσουμε την συσχέτιση του νερού με τον

Στον χώρο του τουρισμού το νερό παραμένει στο επίκεντρο των ταξιδιωτικών προορισμών. Η πρώτη και πλέον διαδεδομένη μορφή τουρισμού είναι ο θαλάσσιος. Αλλά και οι άλλες μορφές τουρισμού υποκρύπτουν την παρουσία του νερού σε κάθε μορφή του

πολιτισμό, διότι στην συνέχεια θα μιλήσουμε για την σχέση του τουρισμού με το νερό. Ως γνωστόν ο τουρισμός στηρίζεται και διατηρεί ισχυρούς δεσμούς με το πολιτισμικό απόθεμα ενός τόπου.

Στον χώρο του τουρισμού το νερό παραμένει στο επίκεντρο των ταξιδιωτικών προορισμών. Η πρώτη και πλέον διαδεδομένη μορφή τουρισμού είναι ο θαλάσσιος. Αλλά και οι άλλες μορφές τουρισμού υποκρύπτουν την παρουσία του νερού σε κάθε μορφή του.

Ο ορεινός και ο χιονοδρομικός δεν νοείται χωρίς πάγο, χιόνι, βροχή ή ομίχλη.

Ο τουρισμός υπαίθρου είναι σχεδόν αδιανόητος χωρίς ποτάμια ή λίμνες.

Αλλά ακόμη και οι πιο ειδικές μορφές τουρισμού, άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με το υγρό στοιχείο.

Μία ιδιαίτερα αγαπημένη μορφή τουρισμού είναι η επίσκεψη σε πόλεις με υψηλό πολιτισμικό απόθεμα. Αλλά τί σύμπτωση; Και σε αυτές η παρουσία του νερού είναι καταλυτική.

Ρώμη, Παρίσι, Λονδίνο, Βουδαπέστη από την μια μεριά, αλλά και μικρότερες πόλεις των ποταμών και των λιμνών όπως:

Όρτα και Κόμο στην Ιταλία, Annecy στην Γαλλία, Bled Σλοβενία, Montreux και Λουγκάνο στην Ελβετία κοσμούν το πάνθεον των τουριστικών προτιμήσεων.

Οι σπουδαίοι αυτοί προορισμοί της Ευρωπαϊκής Ηπείρου (και άλλοι πολύ περισσότεροι που δεν γίνεται να αναφερθούν λόγω πλήθους) αποτελούν την βάση του εσωτερικού, αλλά και του εισερχόμενου τουρισμού των χωρών τους.

Αλλά ας έρθουμε και στα δικά μας.

Μήπως λείπουν από την Ελλάδα τέτοιες παραμυθένιες πόλεις του νερού και του πολιτισμού;

Ασφαλώς όχι. Πόλεις όπως η Έδεσσα, τα Ιωάννινα, η Καστοριά, αλλά και η Δράμα, τα χωριά των Πρεσπών στην Φλώρινα, η λίμνη Κερκίνη με τα γύρω παραδοσιακά χωριά, το Μεσολόγγι με το Αιτωλικό, την πόλη που ζει μέσα στη λιμνοθάλασσα, είναι μερικά παραδείγματα από τα εκατοντάδες μικρά διαμάντια της χώρας μας.

Ο ευαίσθητοποιημένος ταξιδιώτης θα βρει εύκολα στοιχεία της σπουδαίας παράδοσης και του πολιτισμού αυτών

των περιοχών. Διότι όπως τονίσαμε η ιστορία της ζωής στον πλανήτη μας, αλλά και η αντίστοιχη ιστορία του ανθρωπίνου πολιτισμού είναι ταυτόσημη με την παρουσία του υγρού στοιχείου.

Δυστυχώς, η Ελληνική πολιτεία όλα τα προηγούμενα χρόνια υποτίμησε την αξία των πόλεων του γλυκού νερού ως προορισμών και αρκέστηκε στο πρότυπο ΗΛΙΟΣ - ΘΑΛΑΣΣΑ.

Αυτό μπορεί να ήταν αρκετό για την διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής κατά τις προηγούμενες δεκαετίες, αλλά σήμερα στην εποχή της οικολογικής ευαισθησίας, των αναζητήσεων της ποιοτικής ζωής που περιλαμβάνει και την ποιοτική διατροφή, την ηρεμία του τοπίου και την βιωματική εμπειρία των τοπικών παραδόσεων και του πολύμορφων πολιτιστικών ιδιαιτεροτήτων των πόλεων του νερού, πρέπει να υπάρξει μια στροφή στο τουριστικό μοντέλο της χώρας.

Οι «υδάτινοι» προορισμοί υπάρχουν, οι άνθρωποι που μπορούν να ηγηθούν για την ανάδειξή τους υπάρχουν. Πολιτική βούληση άραγε υπάρχει;

MACT MEDIA GROUP

DMO · Χτίζουμε Νέους Προορισμούς

Αναβαθμίζουμε την εμπειρία

MACT MEDIA GROUP



2110129575



info@mact.gr



**Destination
Management
Organizations**





Αισιόδοξες δείχνουν οι αεροπορικές εταιρίες Ryanair και Emirates για την ανάκαμψη των πτήσεων στις ευρωπαϊκές πόλεις το φθινόπωρο. Η Ryanair ήδη αναβάθμισε το στόχο επιβατών της για το φθινόπωρο, αφού υπάρχουν έντονες ενδείξεις για μια πολύ ισχυρή ανάκαμψη στις ευρωπαϊκές κοντινές πτήσεις, όπως δήλωσε ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρίας Michael O'Leary στο Reuters. Μέσω Ryanair αναμένεται να μεταφερθούν 10,5 εκατ. μηνιαίους επιβάτες το Σεπτέμβριο, τον Οκτώβριο και το Νοέμβριο, σύμφωνα με τις προβλέψεις του κ. O'Leary.

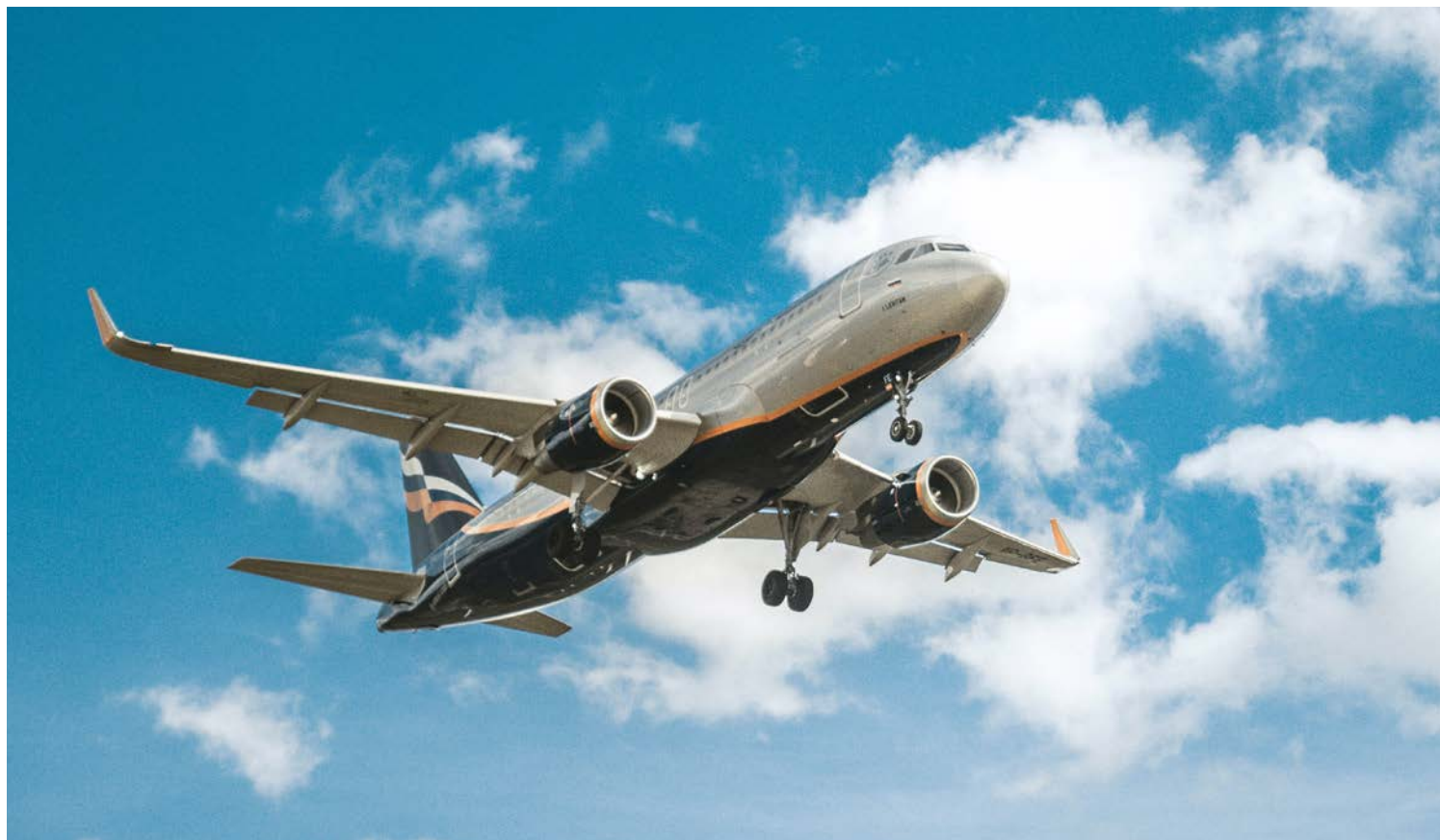
Οι προβλέψεις του Ιουλίου μιλούσαν για μέσο όρο 10 εκατ. επιβατών για καθένα από αυτούς τους μήνες. Εφόσον δεν υπάρξουν αρνητικές εξελίξεις με τον κορωνοϊό, υπάρχουν οι προϋποθέσεις για πολύ ισχυρή ανάκαμψη, τόνισε ο κ. O'Leary σε συνέντευξη τύπου στις Βρυξέλλες.

Η χωρητικότητα θα επιστρέψει σε επίπεδα προ κορωνοϊού τον Οκτώβριο, από 90% τον Σεπτέμβριο και 80% τον Αύγουστο, όμως ο αερομεταφορέας αναμένεται να πετά με μέσο όρο 15-20% άδειων θέσεων αυτό το χειμώνα έναντι 7-8% προ πανδημίας.

Την ίδια στιγμή η Ryanair διπλασιάζει την αξία του Freedom Pass και τριπλασιάζει τα μίλια για τους νεαρούς ταξιδιώτες. Οι κάτοχοι Freedom Pass θα έχουν την δυνατότητα να ταξιδέψουν με πτήσεις εσωτερικού ή εξωτερικού από 01/09/2021 μέχρι 26/03/2022. Ισχύει για κρατήσεις έως 30/09/2021 με στόχο να φερθεί τους νέους πιο κοντά στο ταξίδι.

Η Emirates με την σειρά της προέβη σε αύξηση των υπηρεσιών της σε όλη την Ευρώπη ανακοινώνοντας την επανέναρξη των δρομολογίων στο ευρωπαϊκό της δίκτυο.

Σύμφωνα με την αεροπορική εταιρεία, η χαλάρωση των ταξιδιωτικών περιορισμών και η αύξηση της ζήτησης οδήγησαν σε «κλιμάκωση υπηρεσιών». Τα ΗΑΕ (Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα) προστέθηκαν στην πορτοκαλί λίστα του Ηνωμένου Βασιλείου νωρίτερα αυτόν τον μήνα, πράγμα που σημαίνει ότι οι επισκέπτες που



Ισχυρή ανάκαμψη πτήσεων το φθινόπωρο στην Ευρώπη

Αισιόδοξες δείχνουν οι αεροπορικές εταιρίες Ryanair και Emirates για την επιβατική κίνηση στις ευρωπαϊκές πόλεις τους ερχόμενους μήνες, υπό την προϋπόθεση πως δεν θα έχουμε νέες δυσάρεστες εξελίξεις με την πανδημία...

Πλήρως εμβολιασμένοι οι εργαζόμενοι της Delta Air Lines

Ο πλήρης εμβολιασμός κατά του Covid-19 αποτελεί πλέον απαραίτητο όρο για την πρόσληψη στην αμερικανική αεροπορική εταιρεία Delta Air Lines. Η εταιρεία επιζητεί να καλύψει 1.500 θέσεις εργασίας νέων αεροσυνοδών όμως τόνισε ότι όλες οι νέες προσλήψεις, συμπεριλαμβανομένων των υπαρχόντων εργαζομένων της Delta Air Lines που έχουν γίνει δεκτοί στο πρόγραμμα εκπαίδευσης για αεροσυνοδούς, πρέπει να εμβολιαστούν πλήρως πριν από την ημερομηνία έναρξης της εκπαίδευσής τους. Η ανακοίνωση ήρθε λίγες ημέρες αφότου η εταιρεία είπε ότι οι εργαζόμενοι που επιλέγουν να μην εμβολιαστούν θα πρέπει να πληρώνουν 200 δολάρια επιπλέον το μήνα για το σχέδιο υγειονομικής περίθαλψης που υποστηρίζεται από την εταιρεία τους.

φτάνουν στο Ηνωμένο Βασίλειο από το Ντουμπάι δεν χρειάζεται πλέον να διαμένουν σε ξενοδοχείο καραντίνας. Μέχρι τα τέλη Οκτωβρίου, η αεροπορική εταιρεία θα πραγματοποιεί 77 εβδομαδιαίες πτήσεις προς το Ηνωμένο Βασίλειο, συμπε-

ριλαμβανομένων έξι φορές καθημερινά Λονδίνο Heathrow με πέντε υπηρεσίες A380, διπλές καθημερινές πτήσεις A380 προς Μάντσεστερ, δέκα εβδομαδιαία δρομολόγια προς Μπέρμιγχαμ και καθημερινές υπηρεσίες στη Γλασκώβη.

Η αεροπορική εταιρεία έχει επίσης ανακοινώσει σχέδια για αύξηση των πτήσεων και της χωρητικότητας σε περισσότερες από δέκα ευρωπαϊκές πόλεις, όπως το Μπέρμιγχαμ, η Βαρκελώνη, οι Βρυξέλλες, το Δουβλίνο, το Αμβούργο, το Λονδίνο, η Λισαβόνα, η Μαδρίτη, το Μόναχο, η Ρώμη και η Ζυρίχη, ενώ πολλές από αυτές τις πόλεις λαμβάνουν καθημερινές πτήσεις, σύμφωνα με την αεροπορική εταιρεία. Στη Γερμανία, η αεροπορική εταιρεία θα αυξήσει τη συχνότητα των καθημερινών πτήσεων στο Ντίσελντορφ, τη Φρανκφούρτη, το Αμβούργο και το Μόναχο έως τις 31 Οκτωβρίου, για συνολικά 50 πτήσεις την εβδομάδα.

Για την αύξηση της χωρητικότητας, οι πτήσεις μεταξύ Ντίσελντορφ και Ντουμπάι, καθώς και το Αμβούργο και το Ντουμπάι, θα εκτελούνται με αεροσκάφη A380. Η Emirates έχει καταφέρει μέχρι τώρα να ανακτήσει σχεδόν το 90% του προ-πανδημικού δικτύου της και πρόσφατα ανακοίνωσε επέκτεινε τις ευέλικτες πολιτικές κρατήσεων της έως τις 31 Μαΐου 2022.



YACHTING & GASTRONOMY

VOLOS
14-15-16-17
OCTOBER 2021



Η πρόληψη είναι το παν...



Γράφει ο

**Ευάγγελος
Κυριακού**Ειδικός Διαχείρισης
Προορισμών**Εναλλακτικός...
Προορισμός**

Ένας προορισμός λειτουργεί σαν ένα ελαστικό, δέχεται επιθέσεις αλλά πρέπει να διατηρεί την ευελιξία του, την ευκαμψία του και τον αέρα του. Εάν επιθυμία ενός προορισμού είναι η βιώσιμη ανάπτυξη του, τότε οι εξειδικευμένοι στελεχωμένοι DMO μπορούν να υιοθετηθούν ως εργαλεία συνδυασμού δράσεων όχι μόνο υπό την έννοια της οικονομικής ανάπτυξης αλλά και της διασφάλισης της, όταν για οποιουδήποτε λόγους τα... ελαστικά τρυπήσουν.

Συνήθως ταξιδεύω με την μηχανή μου παρέα με φίλους αναγνωρίζοντας ότι το να ταξιδεύεις μόνος σου, δίνει μια ανεξήγητη χαρά ελευθερίας, που ανοίγει την σκέψη και αναδημιουργεί την διάθεση για νέα ταξίδια. Οι μεμονωμένοι ταξιδιώτες σε παγκόσμιο επίπεδο έχουν φτάσει πλέον τα 2/3 και φαίνεται ότι το νούμερο με βάση τις εκθέσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού αυτό θα μεγαλώνει. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι πολλές συνήθειες και για τους ταξιδιώτες και για τους προορισμούς αλλάζουν.

Αμφότεροι πρέπει να επενδύσουν στην λέξη πρόληψη. Μπορεί πολλές φορές κάποιοι να καθυβρίζουν τα στραβά και τα ανάποδα του μαζικού τουρισμού, ωστόσο πίσω από αυτά τα πακέτα υφίσταται επαγγελματικός σχεδιασμός όπου λαμβάνεται υπ' όψιν και η παραμικρή λεπτομέρεια, ώστε να κάνουν την ζωή των πελατών εύκολη. Αυτό σημαίνει ότι κάποιος έχει σκεφτεί πριν από μας για εμάς, αποστερώντας όμως την ενεργητική συμμετοχή σε μια ακολουθία ενεργειών ονειρεύομαι, σχεδιάζω, κάνω κρατήσεις, ζω την εμπειρία, μοιράζομαι τις στιγμές (dreaming, planning, booking, experiencing and sharing). Από την άλλη αυτό σημαίνει ότι περιορίζεται σημαντικά η ελευθερία και η ευελιξία του πελάτη.

Η ενεργητική συμμετοχή σημαίνει έρευνα, γνώση και πρόληψη. Για ένα μοτοταξίδι 10 ημερών χρειάζεται τουλάχιστον ένας χρόνος προετοιμασίας, υλικής και ψυχολογικής. Διάβασμα για τον προορισμό, εξορμήσεις, εμπειρίες, γαστρονομία κλπ. Επίσης διατηρώ μια προσωπική λίστα μικροαντικειμένων που φτάνουν τον αριθμό 368 σχετικά με διάφορα έξυπνα γκάτζετ, ώστε η ζωή μου ως ταξιδευτή να είναι εύκολη. Αυτά αφορούν την μηχανή, τον εξοπλισμό της, τον αναβάτη/τες και τον εξοπλισμό μου/μας. Η πρόληψη με άλλα λόγια είναι διαδικα-



σία που την χτίζεις, την μαθαίνεις και την ανακαλείς στην μνήμη όταν συμβεί, αυτό που δεν πρέπει να συμβεί, στο μέρος που δεν πρέπει να συμβεί. Αλλά συμβαίνει...

Είναι αυτό που στην διαχείριση προορισμών ονομάζεται διαχείριση κρίσης και διαχείριση κινδύνου. Η στελέχωση, λοιπόν, μιας ομάδας που γνωρίζει τις τουριστικές διαστάσεις μιας κρίσης και την διαχείριση της από τουριστική σκοπιά είναι εξαιρετικά σημαντική για ένα προορισμό. Ενώ σπαταλώνται χιλιάδες ευρώ για άχρηστες πχ ιστοσελίδες με πολύ φειδω χτίζονται στελέχη προορισμών με εξειδικευμένη γνώση και εκπαίδευση. Χρειάζεται όμως!

Ναι πάντα θα υπάρχει το αναπάντεχο

και το αιφνιδιαστικό, ωστόσο μπορεί σε μεγάλο βαθμό μέσω της πρόληψης, να έχει σχεδιασθεί μια λύση ή μια λύση κοντά στην λύση. Αυτό χρειάζεται επένδυση σε ανθρώπινους πόρους και γνώση, σε θεσμική μνήμη και σε εργαλεία που να μπορούν ανά πάσα στιγμή να είναι σε χρήση. Η έλλειψη οργάνωσης και διαχείρισης προορισμού, έστω και σε πρωτόλεια κατάσταση, αποδεικνύεται πολλές φορές τραγική και δημιουργεί επιβλαβή εικόνα τόσο για τον προορισμό όσο και για την ευρύτερη περιοχή. Ένας προορισμός λειτουργεί σαν ένα ελαστικό, δέχεται επιθέσεις αλλά πρέπει να διατηρεί την ευελιξία του, την ευκαμψία του και τον αέρα του. Εάν επιθυμία ενός προορισμού είναι η βιώσιμη

ανάπτυξη του, τότε οι εξειδικευμένοι στελεχωμένοι DMO μπορούν να υιοθετηθούν ως εργαλεία συνδυασμού δράσεων όχι μόνο υπό την έννοια της οικονομικής ανάπτυξης αλλά και της διασφάλισης της, όταν για οποιουδήποτε λόγους τα... ελαστικά τρυπήσουν.

Παρόλο που ένα καρφί στο λάστιχο της μηχανής μπορεί να σε σταματήσει, πολύ εύκολα πλέον το φτιάχνεις μόνος σου, εφόσον έχεις το κατάλληλο κιτ και έχεις προπονηθεί πριν συμβεί το κακό. Μετά λύπης μου βλέπω κάθε χρόνο, στην χώρα πυρκαγιές αποδεικνύοντας ότι άλλοτε λιγότερο και σήμερα πολύ περισσότερο, σε κάποιους για τα θέματα πρόληψης... Καρφί δεν τους καίγεται παρότι, η Ελλάδα δυστυχώς καίγεται.



BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK



www.bci24news.com

info@bci24news.com

Στην
LENA KYROPOULOS

«Η ελληνική γαστρονομία χρειάζεται μάρκετινγκ»

«Οι Έλληνες χρησιμοποιούμε πολύ καλά υλικά, αλλά έχουμε στασιμότητα σε κάποιους τομείς... Πρέπει να κάνουμε μία καλοπροαίρετη κριτική, ώστε να βελτιωθούμε», τονίζει ο κύριος Μουρατίδης

Ο σημερινός καλεσμένος μας, Στέφανος Μουρατίδης, μόλις αποφοίτησε από την Α.Σ.Ο.Ε.Ε έφυγε στο εξωτερικό για να κάνει το μεταπτυχιακό του, επάνω στις οικονομικές επιστήμες και το management. Το πεπρωμένο του όμως, είχε άλλα σχέδια για αυτόν. Ξεκίνησε τη σταδιοδρομία του στο χώρο της γαστρονομίας, αρχικώς ως πωλητής και μετέπειτα ως γενικός διευθυντής 10 καταστημάτων. 29 Φεβρουαρίου ίδρυσε τη δική του εταιρεία διανομής τροφίμων. Από το 2000 μέχρι σήμερα ζει και δραστηριοποιείται στο Αμβούργο της Γερμανίας. Γρεβενά και Πόντος συνυπάρχουν στην ψυχή του και πορεύεται με επαγγελματισμό και αισιοδοξία.

- Καλησπέρα σας, κ. Στέφανε Μουρατίδη, Πώς είναι τα πράγματα μετά την Covid- εποχή στην τροφοδοσία εστίασης; Πέρασαμε όλοι ένα οικονομικό σοκ. Ο κλάδος σας και εσείς πώς το διαχειριστήκατε;

Καλησπέρα σας κ. Kyroopoulos και σας ευχαριστώ πολύ για την επικοινωνιακή ευκαιρία, τόσο την εφημερίδα του τουρισμού και το ITN NEWS, όσο και εσάς για να μιλήσω για την εργασία μου. Η περίοδος του καθολικού lockdown αποτέλεσε ένα εμπορικό φαινόμενο, που εμείς δε το γνωρίζαμε, όπως και πολλοί άλλοι συνάνθρωποί μας και προσπαθήσαμε να το λύσουμε με τον κάθε τρόπο. Αυτό έδωσε μία νέα προσέγγιση στο χώρο της εστίασης. Από την πλευρά μας, η ημιαπασχόληση έγινε συνώνυμο της επιβίωσης για τον Έλληνα εστιάτορα, αλλά και το Γερμανό Γαστρονόμο. Το Abhollen (Η διανομή από το κατάστημα, ήταν η επικρατέστερη τάση) και κέρδισε το χαμένο έδαφος των κλειστών εστιατορίων.

Στην αρχή, όπως είπατε κ. Kyroopoulos, ήταν ένα σοκ. Όλοι ήμασταν μουδιασμένοι, όμως επιδείξαμε ψυχραιμία και επαγγελματική αλληλεγγύη ο ένας απέναντι στον άλλον με ελαστικές περιόδους πλη-



Πατέρας και υιός επί το έργον

ρωμής, και ανοχή, γιατί όλοι βιώναμε πρωτόγνωρες και ιδιαίτερα σκληρές καταστάσεις. Εκεί βοηθήθηκε ο ένας με τον άλλον και εφόσον συνεργάζεσαι σταθερά με κάποιους προμηθευτές- συνεργάτες υπάρχει και η ανάλογη χημεία. Αυτό είναι γεγονός! Το ξεπεράσαμε όλοι μαζί, αλλά και με την υποστήριξη του Γερμανικού κράτους. Αντέξαμε, γιατί αυτή είναι και η φιλοσοφία της εταιρείας μας. Συνεργαζόμαστε χρόνια με τους προμηθευτές μας και η αμοιβαία εκτίμηση και αλληλοϋποστήριξη μας έκαναν να διαχειριστούμε αποτελεσματικά, όλη την περίοδο της κρίσης και για την εστίαση καραντίνας. Και έπειτα είναι και κάτι άλλο, και αναφέρω με επιφάνεια στην ανθεκτικότητα του ελληνικού φαγητού. Το ελληνικό εστιατόριο, πουλάει τέτοια τροφή θα το πω έτσι που είναι εύκολα να μεταφερθεί και εύκολα να την πάρεις, δεν αλλοιώνεται. Π.χ.

ελιές, πιπεριές, φέτα, μέλι, ελαιόλαδο αντέχουν στο χρόνο. Η ελληνική γευστική πρόταση της χωριάτικης σαλάτας ας πούμε, είναι άκρως διαχειρίσιμη τροφή. Δεν αλλοιώνονται εύκολα, ειδικά αν τα φαγητά, συσκευασθούν σωστά. Εκείνη την περίοδο της καραντίνας πουλήθηκε πάρα πολύς γύρος. Η προτίμηση του κόσμου είχε εστιαστεί εκεί. Τυχερό το ελληνικό εστιατόριο στην προκειμένη περίπτωση που άντεξε. Μία φράση που κυριάρχησε δεόντως από τα γερμανικά χείλη αυτή την περίοδο ήταν: «Ευτυχώς τα ελληνικά εστιατόρια είναι ανοικτά και δε θα πεινάσουμε. Πραγματικά είμαστε ευγνώμονες για αυτό!».

- Στο κατάστημά σας, πέραν των πολύ γνωστών brand name της ελληνικής τροφοδοτικής αλυσίδας, βλέπουμε και μεταποιητές από διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Υποστηρίζεται με



Μία φράση που κυριάρχησε δεόντως από τα γερμανικά χείλη αυτή την περίοδο ήταν: «Ευτυχώς τα ελληνικά εστιατόρια είναι ανοικτά και δε θα πεινάσουμε. Πραγματικά είμαστε ευγνώμονες για αυτό!»

αυτόν τον τρόπο την εντοπιότητα των προϊόντων και τη μικρομεσαία οικογενειακή επιχείρηση. Πείτε μας κ. Μουρατίδη, ο Έλληνας μεταποιητής έχει εξελιχθεί, όσον αφορά το design, τις τιμές, το μάρκετινγκ;

Σαφέστατα και υπάρχει μία μορφή προόδου, αλλά δεν επαρκεί. Οι φίλοι μας οι Ιταλοί επένδυσαν μεγάλα κεφάλαια στο μάρκετινγκ και κατέκτησαν την πρώτη θέση στη συνείδηση του καταναλωτή. Το ίδιο πρέπει να κάνουμε και εμείς. Οι Έλληνες χρησιμοποιούμε πολύ καλά υλικά, αλλά έχουμε στασιμότητα σε κάποιους τομείς... Πρέπει να κάνουμε μία καλοπροαίρετη κριτική, ώστε να βελτιωθούμε. Δεν έχουμε εξέλιξη π.χ στη διαμόρφωση του χώρου ή και του πιάτου ως προς αυτό που λέμε σύγχρονη γευστική ελληνική πρόταση. Οι περισσότεροι εστιάζουν στην ποσότητα, αλλά μας έχει διαφύγει η σωστή πρακτική. Λίγο περισσότερη φαντασία και δημιουργικότητα χρειάζεται να βάλουμε στα υπέροχα πιάτα και τις μοναδικές παραδοσιακές συνταγές που διαθέτουμε. Σημαντική λεπτομέρεια να είναι, όμως, άκρως διαμορφωμένα στη σύγχρονη γευστική πραγματικότητα. Και επίσης ας εστιάσουμε στη μείωση της πο-



Διαθέτουμε καλές μονάδες με το άφταστο brand name που λέγεται «Ελλάδα» τον απόλυτο τουριστικό προορισμό, αλλά αυτό από μόνο του δεν φτάνει. Αυτό που λείπει είναι η συνοχή στο συνολικό φάσμα των υπηρεσιών των ξενοδόχων, αλλά και τους ανθρώπους της εστίασης



σότητας που προσφέρουμε ως Έλληνες Γαστρονόμοι. Πρέπει να υπολογίζουμε και στην αισθητική του χώρου και να σεβόμαστε του κανόνες της αρχιτεκτονικής. Οι κίνες και η αρχαιολατρεία ανήκουν ανεπιστρεπτί στο παρελθόν. Η σημερινή τάση είναι μινιμαλιστική και κυριαρχούν έντονα οι αφαιρετικές γραμμές. Κάθε ελληνικό εστιατόριο έχει την προσωπικότητα του και οφείλει να πρεσβεύει την αλήθεια του και μόνο αυτή. Είναι ένα σύνολο πραγμάτων, εμφάνιση, αντίληψη, ποιότητα και το απόσταγμα που σου μένει σα σύνολο από τις λεπτομέρειες και την καλή εξυπηρέτηση. Πλέον το προσωπικό είναι άκρως εκπαιδευμένο, μιλάει αρκετές ξένες γλώσσες και ξέρει πως να συμπεριφερθεί στον πολιτισμικό πελάτη. Ξέρει πώς να του πουλήσει την εμπειρία της γευστικής εξερεύνησης με ευγένεια, γνώσεις και δεξιότητες.

- Μία συμβουλή για την επιχειρηματική σας διαδρομή:

Μία συμβουλή που ακολουθώ από παιδί και είναι από τα χείλη της μητέρας μου. «Αυτό που κάνεις πρέπει να το αγαπάς και αυτοί που συνεργάζεσαι, πρέπει να τους αγαπάς και αυτούς». Επίσης θα ήθελα να κάνω και μία διευκρίνιση για έναν κίνδυνο παραποίησης της γευστικής ταυτότητας και εικόνας, που αυτή τη στιγμή που μιλάμε λαμβάνει χώρα στη Γερμανία. Αλλοεθνείς αρχίζουν και «επεκτείνονται» στην Ελληνική Γαστρονομία μέσα από τίτλους ιδιοκτησίας, αλλά δεν μπορούν να φτάσουν την Ελληνική Γεύση, ούτε φυσικά την Ελληνική νοοτροπία και γευστική συμπεριφορά. Και ας είμαστε ειλικρινείς, δε το έχουν καθόλου! Εγώ ας πούμε αν πάω να κάνω ακόμη και μία

μανέστρα φεριπίν, θα βγάλω τη γεύση που πρέπει... Αυτοί όχι και έτσι έχουμε έντονη παραποίηση και της εικόνας, αλλά και της γεύσης της Ελληνικής Κουζίνας.

- Πού θα έπρεπε να εστιάσουμε, όσον αφορά τον Τουρισμό τι μπορούμε ενδεχομένως να αλλάξουμε;

Το γέλιο του σερβιτόρου και το γέλιο του ξενοδόχου. Αυτό ψάχνουν όλοι και ειδικότερα μετά το lockdown δεν βγαίνουν μόνο οι άνθρωποι για να ξεσκάσουν, αλλά αποζητούν την ανθρώπινη επαφή. Όχι μόνο το δίπολο της επικοινωνίας πελάτη και εξυπηρέτησης, αλλά μία πιο ουσιαστική διαδραστική μορφή ανταλλαγής. Διαθέτουμε καλές μονάδες με το άφταστο brand name που λέγεται «Ελλάδα» τον απόλυτο τουριστικό προορισμό, αλλά αυτό από μόνο του δεν φτάνει. Αυτό που λείπει είναι η συνοχή στο συνολικό φάσμα των υπηρεσιών των ξενοδόχων, αλλά και τους ανθρώπους της εστίασης. Δε συμμετέχουμε όλοι μαζί. Θα έπρεπε να υπάρχει ένας συντονισμός και καλύτερος προγραμματισμός σε αυτά που προσφέρουμε ως χώρα.

- Βλέπουμε στην επιχείρησή με πολύ χαρά ότι συμμετέχουν τόσο ο γιός σας Γιάννης, όσο και η κόρη σας Χριστίνα.

Ναι και είναι ιδιαίτερα μεγάλη χαρά να συνεργάζεσαι με τα μέλη της οικογένειάς σου. Ο καθένας έχει τον τομέα του και έτσι έχουμε διαχωρίσει τις προτεραιότητες, αλλά και τις υποχρεώσεις. Παλεύουμε για τον κοινό σκοπό, την ποιοτική εξυπηρέτηση των Ελληνικών Προϊόντων στη Γερμανική αγορά, δεν είναι καθόλου μικρό το διακύβευμα.

Ο Greek Freak και ο κουμπαράς για την Εύβοια

Μπαίνοντας στο γραφείο του συνάντησα ένα έγχρωμο κουκλάκι με τη φανέλα 34 και μου είπε περιχαρής... «The Greek Freak, ο Γιάννης Αντετοκούνμπο είναι παντού, μα πάνω από όλα στην καρδιά μας. Τον ευχαριστούμε για όλα αυτά που έχει χαρίσει στην πατρίδα μας!»

Την ώρα της συνέντευξης, η συνεργάτιδά του έφερε τον κουμπαρά της Αλληλεγγύης και μας είπε με μία φωνή, όλο πάθος: «Δε φεύγει κανείς αν δε ρίξει πρώτα στο κουμπαρά για τους συνανθρώπους μας στην Εύβοια. Σε 3 εβδομάδες θα γεμίσει αγάπη, ελπίδα και νοιάξιμο».



Αποσυνθέτοντας ένα μενού ελληνικής ταβέρνας

Ενα καλαμαράκι, μια κολοκυθάκια, μια τζατζίκι, ένα χταπόδι σχάρας, μια σαρμαδάκια και βλέπουμε... Μια ατάκα παραγγελίας πελατών ελληνικής ταβέρνας. Στη συνέχεια ξεκινάει ο μεγάλος αγώνας γρήγορης εξυπηρέτησης για να απολαύσουν οι επισκέπτες, τουρίστες, τα-



Γράφει ο

**Γιώργος
Παλησίδης**

Σύμβουλος
Επιχειρήσεων Εστίασης
& Τροφίμων

ξιδιώτες την εμπειρία της ελληνικής γαστρονομίας. Τελικά όμως τι αξιολογείται; Το γρήγορο service, το νόστιμο πιάτο, οι πρώτες ύλες, ο ευχάριστος χώρος του εστιατορίου. Οι πελά-

τες έχουν ηλεκτρονική δύναμη πλέον, κρίνουν τους επαγγελματίες και κατακρίνουν τις κακοτοπιές τους. Τι συμβαίνει πραγματικά; Μήπως θα πρέπει να εντοπίσουμε τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν την ελληνική ταβέρνα; Αποσυνθέτοντας ένα μενού ελληνικής ταβέρνας έχουμε τις εξής παρατηρήσεις: **Στα top 20 πιάτα** παρατηρούμε τη ρόκα-παρμεζάνα και την καρμπονάρα. Δυο εδέσματα που είναι πολύ νόστιμα, αλλά δεν είναι της ελληνικής κουζίνας, δεν τα δημιουργούμε σωστά και δεν βάζουμε τα εκλεκτά προϊόντα που προβλέπουν οι δυο συγκεκριμένες ιταλικές συνταγές (έρευνα από το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Δρ. Γ. Μπόσκου & Γ. Παλησίδης).

Ευτυχώς εθεάθη πριν από μια δεκαετία η συνταγή «φέτα σουσάμι μέλι». Επιτέλους μια συνταγή με βάση τη φέτα! Με αγωνία αναμένω να δω σε εστιατόριο πιάτα, συνταγές με βάση την ελιά, το κασέρι, τη γραβιέρα, το κεράσι, το ροδάκινο, το ακτινίδιο, το σπαράγγι, τον κρόκο. Συνταγές υπάρχουν αλλά δεν είναι ταυτόσημες με τον τόπο. Οι περιοχές που παράγουν τα συγκεκριμένα προϊόντα δεν παρουσιάζουν στα εστιατόρια τους συνταγή με βασικό προϊόν αυτό του τόπου.

Tomahawk και σε γυράδικο. Ακόμη σουβλάκι δεν έχουμε μάθει να κάνουμε καλό, θέλουμε και να πουλήσουμε μοσχάρι



ειδικής κοπής! Τα κομμάτια κρέατος στο χοιρινό δε τα γνωρίζουμε, ώστε να δημιουργήσουμε ένα μοναδικό σουβλάκι, και αντ' αυτού παρουσιάζουμε μια μπριζόλα με ειδικές προδιαγραφές ψησίματος, ως τη ναυαρχίδα του καταστήματος. Πού είναι εκείνες οι χασαποταβέρνες που ζητούσες μια μπριζόλα σπάλας και στην έκοβε με την παραγγελία; **Ταλιάτα μοσχάρια.** Στη θάλασσα δίπλα και προτείνουμε ταλιάτα μοσχάρια στα 13 ευρώ! Πού είναι η ποιότητα, ποιος ο τρόπος ψησίματος; Χωρίς τεχνογνωσία δεν επιτυγχάνεται κανένας στόχος.



Ταρτάρ, σεβίτσε, καρπάτσιο. Εάν δεν ξέρετε, εάν δε ξοδέψετε καμιά 50αριά κιλά ψάρι σε δοκιμές, εάν δε δοκιμάσετε σε άλλα εστιατόρια με φήμη για αυτές τις συνταγές, μη το βάζετε στο μενού σας. Θα αποτύχετε!

Wine list. Δεν υπάρχει καμία συσχέτιση του τόπου με το κρασί, καθώς και προτάσεων. Η λίστα δεν μπορεί να πουλήσει, εάν δεν εκπαιδευτεί το προσωπικό. Μόνο με εκπαιδευμένο προσωπικό και συνέργειες με οινοποιούς θα επιτύχουμε πωλήσεις και ορθά food pairing.

Συμβουλή για τους επίδοξους επαγγελματίες της εστίασης: Αναζητήστε παρα-

Οι πελάτες έχουν ηλεκτρονική δύναμη πλέον, κρίνουν τους επαγγελματίες και κατακρίνουν τις κακοτοπιές τους. Ποια είναι τα συχνά λάθη που μπορούν να αποφύγουν τα καταστήματα εστίασης

γωγούς και μεταποιητές με μεράκι και τεχνογνωσία. Συζητήστε μαζί τους. Στη συνέχεια αναζητήστε το σωστό τρόπο ψησίματος για κάθε κομμάτι κρέας και τέλος συνδυάστε το κάθε κομμάτι με ανάλογη γαρνιτούρα και τρόπο παρουσίασης.

Ο τρόπος σερβιρίσματος παίζει ρόλο και θέλει εξειδικευμένο προσωπικό. Εάν δεν μπορείτε να βρείτε εξειδικευμένο ζητήστε από ειδικούς να εκπαιδεύσουν το προσωπικό σας, ώστε να είστε ανταγωνιστικοί μέσα από καινοτόμες πρακτικές και ορθούς τρόπους σερβιρίσματος και μαγειρικής.

3^o Yachting Festival Athens

6-7-8-9
ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ
2021



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



MACT
MEDIA
GROUP

22-24 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ ΣΤΟ MACT EXPO CENTER

Δέκα workshops στην ttgw

Τα πάνελ των workshops στην πρώτη διεθνή έκθεση του **Θεματικού Τουρισμού Γαστρονομία και Οίνου** θα πλαισιώνονται από επαγγελματίες και ειδικούς, οι οποίοι θα παρουσιάσουν τα χαρακτηριστικά που έχει ο κάθε κλάδος, τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν οι προορισμοί, τις προϋποθέσεις, τις καλές πρακτικές που υπάρχουν στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, αλλά και τα προβλήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξή τους



Με πυρετώδεις ρυθμούς συνεχίζονται οι προετοιμασίες για την πρώτη μεγάλη έκθεση Θεματικού Τουρισμού στην Ελλάδα που θα πραγματοποιηθεί στις 22 με 24 Οκτωβρίου διαδικτυακά στο Mact Expo Center. Η έκθεση έχει στόχο να αναδείξει τον εναλλακτικό τουρισμό στην Ελλάδα και θα χωρίζεται σε δύο βασικές ενότητες, στο θεματικό τουρισμό και στη γαστρονομία και τον οίνο. Η διοργανώτρια εταιρία Mact Media Group, με χρόνια εμπειρίας στο κλάδο του τουρισμού, πρωτοπορεί για άλλη μια φορά δίνοντας την ευκαιρία σε επαγγελματίες του τουρισμού και άτομα που ενδιαφέρονται για τον εναλλακτικό τουρισμό να συγκεντρωθούν σε ένα χώρο ειδικά αφιερωμένο στον θεματικό τουρισμό, την γαστρονομία και τον οίνο. Μέσω της έκθεσης θα έχουν την ευκαιρία να ενημερωθούν για τις εναλ-

λακτικές μορφές τουρισμού στις περιοχές της Ελλάδας, να γνωρίσουν τις δυνατότητες που προσφέρει κάθε γωνιά της χώρας και να γνωρίσουν παραδοσιακά προϊόντα και εδέσματα.

Στη διάρκεια της έκθεσης θα πραγματοποιηθούν δέκα workshops με στόχο να υπάρξει πληρέστερη ενημέρωση των επαγγελματιών, αλλά και για να λειτουργήσουν ως αφορμή συνάντησης μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών. Η θεματολογία των workshops θα είναι η εξής:

- Τουρισμός υπαίθρου και ίδρυση Πανελληνίας Ένωσης Τουρισμού Υπαίθρου
- Αθλητικός τουρισμός
- Ιαματικός τουρισμός και τουρισμός ευεξίας
- Θαλάσσιος τουρισμός
- City Break – Συνεδριακός Τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Θρησκευτικός - Προσκυνηματικός τουρισμός

- Χειμερινός - Χιονοδρομικός Τουρισμός
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Οινοτουρισμός

Τα πάνελ των workshops θα πλαισιώνονται από επαγγελματίες και ειδικούς, οι οποίοι θα παρουσιάσουν τα χαρακτηριστικά που έχει ο κάθε κλάδος Θεματικού Τουρισμού, τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν οι προορισμοί, τις προϋποθέσεις, τις καλές πρακτικές που υπάρχουν στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, αλλά και τα προβλήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξή τους.

Βασικό ρόλο στην προσπάθεια έχουν οι συνέργειες που απαιτούνται μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και κυρίως μεταξύ Τοπικής Αυτοδιοίκησης και επιχειρηματικών φορέων. Η ttgw θα επιδιώξει να αποτελέσει τον δίαυλο, αλλά και την αφορμή για να δοθεί μεγαλύτερη ώθηση στις θεματικές μορφές τουρισμού σε όλη την Ελλάδα.

Σημαντικό κομμάτι της έκθεσης θα αποτελέσουν και οι B2B συναντήσεις με tour operators που έχουν προσκληθεί από: Αυστρία, Ελβετία, Ουγγαρία, Σουηδία, Νορβηγία, Φινλανδία, Δανία, χώρες της Βαλτικής, Γαλλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Ιταλία, Ολλανδία, Βέλγιο, Λουξεμβούργο, Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία, Ρωσία, Κύπρος, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιρλανδία, Πολωνία, Τσεχία, Σλοβακία, Τουρκία, Κίνα, Ισραήλ, Αμερική και Καναδά.

Ο Εναλλακτικός Τουρισμός αποσκοπεί ειδικότερα στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, την αποφυγή των κλασικών τουριστικών προσφορών, την διατήρηση των οικοσυστημάτων, στην αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία, στην στήριξη αγροτικών περιοχών και την επίλυση του προβλήματος του εποχικού τουρισμού. Ζητήματα εξαιρετικά επίκαιρα μετά και τα όσα θλιβερά συνέβησαν το καλοκαίρι με τις καταστροφικές πυρκαγιές.

Δημητσάνα: Ένα ζωντανό υπαίθριο μουσείο

Καλή επιστροφή σε όλους και ξανά στην καθημερινότητα και στην πραγματικότητα, άλλα το καλοκαίρι δεν τελειώνει εδώ. Η Ελλάδα από τη φύση της είναι πάντα πολιτι-

στικός και τουριστικός προορισμός.

Οπότε δεν χρειάζεται κάποια χρονική περίοδο να κάνεις μια όμορφη εναλλακτική μορφή τουρι-



Γράφει ο
**Θοδωρής
Σδρούλιας**

σμού. Η φετινή χρονιά παρόλες τις αντικειμενικές δυσκολίες θα μπορούσε να είναι ιδανική για τον τουρισμό της ελευθερίας.

Γιορτάζουμε τα 200 χρόνια ελευθερίας και τα πολεμικά μέτωπα πολλά, οι ήρωές μας άφθονοι, και εμείς απλά κάνουμε κάποιες γιορτούλες. Όταν μπορούμε να αναδείξουμε μέσα από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού τον πολιτισμό μας.

Λαμπρό παράδειγμα η Δημητσάνα, ένα υπέροχο χωριό της ορεινής Γορτυνίας. Εκεί η ιστορία συναντάει τους Ήρωες. Κολοκοτρώνης, Παπαφλέσσας και τόσοι άλλοι λαμπροί ήρωες. Το σημαντικό σημείο αναφοράς σήμερα που αναδεικνύει όλες τις δράσεις των ηρώων μας και ταυτόχρονα είναι πόλος έλξης τουριστών, είναι το συγκρότημα που βρίσκεται ακριβώς δίπλα στην Δημητσάνα. Ένα συγκρότημα που σήμερα έχει μετατραπεί σε υπαίθριο μουσείο πραγματικής ιστορίας.

Μέσα από αυτά τα κτίρια μαθαίνουμε την χθεσινή πραγματικότητα, αλλά και τις δράσεις του χτες, της επανάστασης, του Αγώνα, αλλά και της διαβίωσης αυτών των ανθρώπων. Ο μύλος που λειτούργουσε για να καλύψει τις ανάγκες διατροφής, το βυρσοδεψείο που έπρεπε να επεξεργαστεί τα δέρματα πολλών χρήσεων, το μικρό εργαστήριο παραγωγής πυρίτιδας, οι λεγόμενοι μπαρουτόμυλοι, σημαντικά σημεία αναφοράς στον πολεμικό εξοπλισμό της εποχής. Το συγκρότημα των κατοικιών που έμενε ο κόσμος. Και η όλη οργανωτική δομή μας δείχνει πόσο σοφά ενεργούσαν οι άνθρωποι τότε.

Σήμερα όλο αυτό το συγκρότημα, είναι

Στο υπέροχο χωριό της Γορτυνίας μπορεί κανείς να συναντήσει την πραγματικότητα του χτες, της επανάστασης, του Αγώνα, αλλά και της διαβίωσης των ηρώων του '21



Μουσείο, βιωματικό εργαστήριο, τόπος αναψυχής, τουριστικός προορισμός, αλλά και ιστορικό σημείο αναφοράς στο χτες. **Όλο αυτό είναι** μια υπέροχη αναφορά στον εναλλακτικό τουρισμό. Η Ελλάδα είναι γεμάτη από συγκροτήματα διαφόρων περιόδων που περιμένουν υπομονετικά να τα αποκαταστήσουμε και να αναδείξουμε, να γίνουν τουριστικοί πολιτισμικοί προορισμοί. Μόνο τότε θα μπορούμε να μιλάμε για τουρισμό 12 μήνες το χρόνο στην Ελλάδα.

Γιατί Ελλάδα δεν είναι μόνο το καλοκαίρι, Ελλάδα είναι η κάθε μέρα και κάθε μέρα ο κάθε επισκέπτης απ' όλα τα μέρη

του κόσμου θα πρέπει να έχει την δυνατότητα να τα επισκέπτεται.

Αυτό σημαίνει αλλαγή νοοτροπίας, διαφορετική προσέγγιση, στη ιστορία μας στον τουρισμό μας και στα τόσα όμορφα πράγματα που έχει η ελληνική επικράτεια. Δεν είναι δυνατόν χώρες με άσχημες καιρικές συνθήκες να κάνουν δράσεις όλο το χρόνο και εμείς με τις καλύτερες κλιματολογικές συνθήκες, όλο το χρόνο, να επιμένουμε να ζήσουμε μόνο τους δυο μήνες του καλοκαιριού.

Δεν υπάρχει δικαιολογία, υπάρχει οργάνωση και τρόπος. Εάν το θελήσουμε μπορούμε...

Να γίνει κατανοητό και στο επιχειρείν ότι η Ελλάδα σηκώνει τουρισμό 12 μήνες τον χρόνο, να αναλογισθούμε ότι μόνο η Ευρώπη έχει περίπου 280 εκατομμύρια πληθυσμό, ένα μικρό ποσοστό να έρθει στην Ελλάδα αρκεί. Αρα είναι στο χέρι μας να φέρουμε όλο αυτόν τον κόσμο στην Ελληνική πραγματικότητα και ιστορία, είναι δικό μας μέλημα να τους προσεγγίσουμε και να τους δείξουμε ότι εδώ μπορούν να βρουν αυτό που θέλουν.

Θα μπορούσαμε τη σωστή οργάνωση να δώσουμε προστιθέμενη αξία στη ζωή του Έλληνα.

«Καμπανάκι» από την ΠΟΕΕΤ στο Υπουργείο Εργασίας

Να δοθεί έγκαιρα λύση για τις μονομερείς αναστολές και να μην επαναληφθούν τα περσινά φαινόμενα, αλλά και να ξεκαθαριστούν τα ένσημα που απαιτούνται για το επίδομα ανεργίας ζητά, μεταξύ άλλων, από την κυβέρνηση η Ομοσπονδία των εργαζομένων σε τουρισμό και επισιτισμό

Η Πανελλήνια Ομοσπονδία Εργαζομένων στον Επισιτισμό – Τουρισμό κρούει τον «κώδωνα του κινδύνου» για την τύχη που θα έχουν χιλιάδες εργαζόμενοι, αν δεν λάβει έγκαιρα πρωτοβουλίες η κυβέρνηση. Η ΠΟΕΕΤ με ανακοίνωσή της, τονίζει πως τώρα που μια δύσκολη σεζόν για τους εργαζόμενους σιγά-σιγά φτάνει στο τέλος της, το αρμόδιο Υπουργείο εργασίας καλείται να ξεκαθαρίσει το τοπίο γύρω από το τι μέλει γενέσθαι με τους εργαζόμενους στον Επισιτισμό-Τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα η ΠΟΕΕΤ κατέθεσε τα ακόλουθα αιτήματα:

- Επιτέλους να δοθεί λύση με τα ένσημα των μονομερών αναστολών σύμβασης του 2020 και να μην επαναληφθεί το ίδιο φαινόμενο με τις μονομερείς αναστολές του 2021.

- Να ξεκαθαριστεί με πόσα ένσημα οι εποχικά εργαζόμενοι, τόσο στον επισιτισμό όσο και στον Τουρισμό θα είναι δικαιούχοι του επιδόματος ανεργίας.

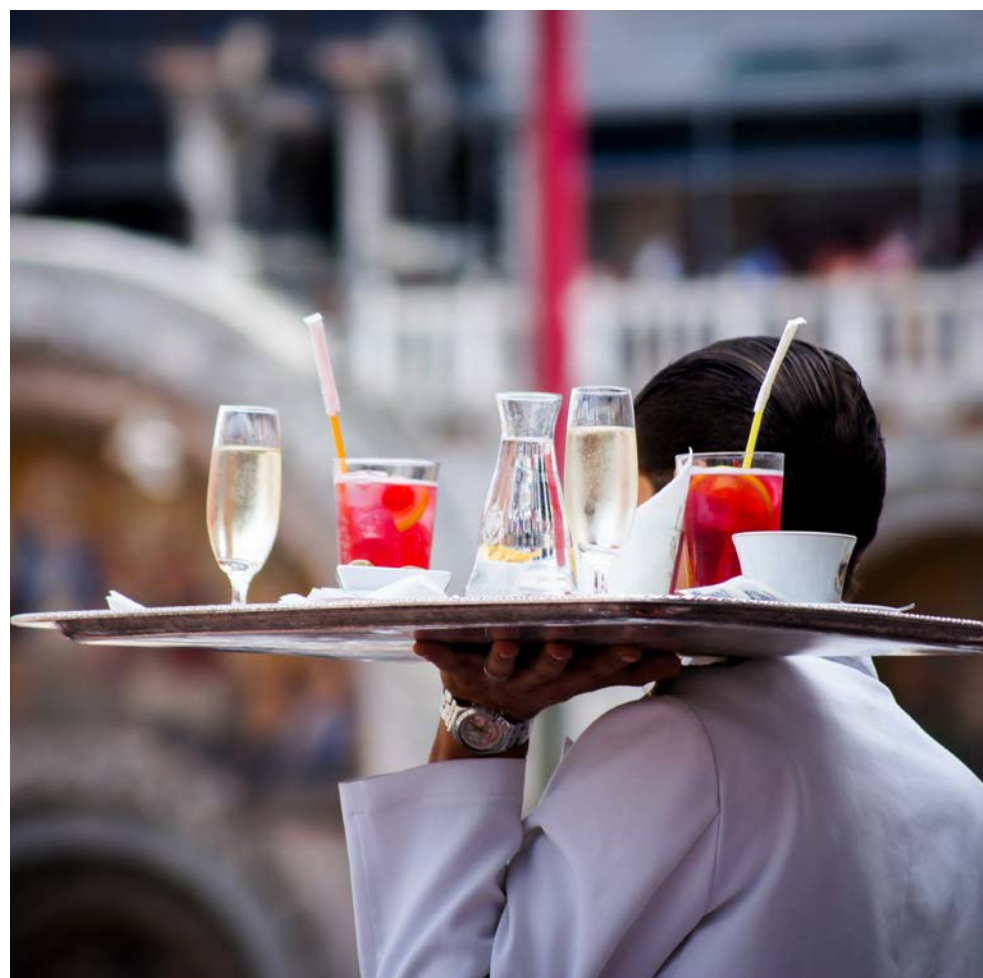
- Η επιδότηση με επίδομα ανεργίας όσων δεν βρήκαν δουλειά φέτος καθώς υπάρχουν ξενοδοχεία και επιχειρήσεις εστίασης που δεν επαναλειτούργησαν, καθώς και σ' αυτούς, που ενώ είχαν δικαίωμα επαναπρόσληψης δεν επαναπροσλήφθηκαν, παρόλο που οι επιχειρήσεις λειτούργησαν.

- Όσοι έκαναν μονομερή δήλωση αναστολής σύμβασης τους μήνες Μάιο και Ιούνιο και δεν επαναπροσλήφθηκαν, να μην χάσουν την επιδότηση ανεργίας λόγω παρέλευσης του 60ημέρου!

Η ΠΟΕΕΤ τονίζει πως θα κλιμακώσει τις

πιέσεις το επόμενο διάστημα, προκειμένου να βρεθεί λύση στα παραπάνω ζητήματα. Είναι σαφές πως τα προβλήματα που προκάλεσε η πανδημία στον τουρισμό, εκδηλώθηκαν και στις εργασιακές σχέσεις. Στα μέσα περίπου του Αυγούστου, η ΠΟΕΕΤ είχε απευθύνει έκκληση στην κυβέρνηση για τα προβλήματα που έχουν προκύψει στον κλάδο. Η Ομοσπονδία σημείωνε πως παρά την αυξημένη τουριστική κίνηση που, όπως τονίζεται, ξεπέρασε κάθε προσδοκία, την ίδια ώρα η εντατικοποίηση της δουλειάς χτύπησε «κόκκινο», καθώς, σύμφωνα με την ΠΟΕΕΤ, οι ξενοδοχοί δεν εφάρμοσαν, σε ικανοποιητικό βαθμό τουλάχιστον, τους νόμους και τις εγκυκλίους που έχουν εκδοθεί περί υποχρεωτικής επαναπρόσληψης. Αποτέλεσμα ήταν όσοι εργάστηκαν στην υψηλή περίοδο, να καλύπτουν την εργασία για 4 άτομα, όπως σημειώνει χαρακτηριστικά η Ομοσπονδία. Παράλληλα πρέπει να σημειωθεί πως υπήρξαν ξενοδοχεία που δεν λειτούργησαν ούτε φέτος.

«Γι' αυτούς τους εργαζόμενους, λοιπόν, η κυβέρνηση δεν έχει ανακοινώσει κανένα απολύτως μέτρο στήριξης, καταδικάζοντας τους σε πλήρη οικονομική εξαθλίωση, όχι μόνο τώρα αλλά και για τον χειμώνα αφού δεν θα είναι δικαιούχοι επιδόματος ανεργίας. Μια από τα ίδια και για τους εποχικά εργαζόμενους στην εστίαση χωρίς δικαίωμα υποχρεωτικής επαναπρόσληψης που φέτος δεν δούλεψαν και δεν προβλέπεται τίποτα απολύτως γι' αυτούς» επισήμανε έγκαιρα η ΠΟΕΕΤ. Για το λόγο αυτό οι εκπρόσωποι των εργαζο-



μένων, επανέρχονται και σήμερα στο θέμα, ώστε να υπάρξουν έγκαιρα λύσεις και να μην μείνουν στον «αέρα» και χωρίς εισόδημα οι εργαζόμενοι του τουρισμού - επισιτισμού.

Τέλος να τονιστεί πως τη φετινή περίοδο παρουσιάστηκε άλλη μια κατηγορία εργαζομένων στον τουρισμό που δεν έλαβε στήριξη από την Πολιτεία. Πρόκειται για τους μουσικούς των ξενοδοχείων που φέτος λόγω των περιοριστικών μέτρων που εφαρμόστηκαν οι περισσότεροι εξ αυτών έμειναν εκτός εργασίας. Συνολικότερα θα πρέπει βέβαια να πούμε πως πέραν του τουρισμού, ο κλάδος του Πο-

λιτισμού, θέατρο, συναυλίες κλπ έχει υποστεί τεράστιες απώλειες από την πανδημία.

Μένει να φανεί αν η θετική εξέλιξη που υπήρξε με την τουριστική περίοδο, θα βοηθήσει στην αντιμετώπιση του δύσκολου χειμώνα που έχουν μπροστά τους επιχειρήσεις και εργαζόμενοι. Βασικό «όπλο» για την αντιμετώπιση των συνεπειών της πανδημίας, είναι το «Ελλάδα 2.0» με τα κονδύλια από το Ταμείο Ανάκαμψης της ΕΕ και η έγκαιρη και δίκαιη διαχείρισή τους μπορεί να επαναφέρει την οικονομία ταχύτερα σε τροχιά ανάπτυξης.



Ποιοτική εξυπηρέτηση πελατών

Σήμερα, στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και της νέας ψηφιακής εποχής, στην εποχή των απρόβλεπτων/έκτακτων καταστάσεων (οικονομική κρίση, covid 19), η υψηλή ποιότητα στην εξυπηρέτηση των πελατών πρέπει να αποτελεί πρωταρχική μέριμνα για κάθε επιχείρηση που θέλει να πετύχει.



Γράφει ο
Μιχάλης Μάρκου

MBA* Διευθυντικό Στέλεχος
-Σύμβουλος Επιχειρήσεων
& Καθηγητής Διοίκησης
Επιχειρήσεων/Marketing

Καμία επιχείρηση όταν σχεδιάζει το επιχειρηματικό της πλάνο δεν έχει ως στόχο την κακή εξυπηρέτηση των πελατών της. Οι επιχειρήσεις όμως που θα αφιερώσουν χρόνο και πόρους για να κατανοήσουν και να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες τους είναι αυτές που θα βγουν κερδισμένες μελλοντικά.

Η προσοχή στις ανάγκες των πελατών είναι το κλειδί για τη διατήρησή τους. Για την παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης των πελατών, μια κουλτούρα εξυπη-

Είναι η βασική προϋπόθεση για την επιτυχία οποιασδήποτε επιχείρησης. Αυτές που θα αφιερώσουν χρόνο και πόρους για να κατανοήσουν και να συναντήσουν τις προσδοκίες των πελατών τους είναι αυτές που θα βγουν κερδισμένες μελλοντικά

ρέτησης πελατών πρέπει να διαπνέεται σε ολόκληρη την επιχείρηση. Όταν όλοι οι εργαζόμενοι καταλάβουν ότι ικανοποιημένοι πελάτες συνδέονται με την επιτυχία της επιχείρησης, θα αναλάβουν την πρωτοβουλία να δημιουργήσουν μια ανώτερη εμπειρία του πελάτη. **Οι σημερινοί πελάτες**, περισσότερο ενημερωμένοι από ποτέ, δεν εντοπίζουν μόνο ποιοτικές διαφορές ανάμεσα

στα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρουν οι επιχειρήσεις, αλλά είναι σε θέση να αναγνωρίσουν πολύ γρήγορα την επιχείρηση εκείνη που θα τους κάνει να αισθανθούν μοναδικοί, θα τους εξυπηρετήσει με φροντίδα, με ταχύτητα, με αξιοπιστία και με συνέπεια κάθε στιγμή. Η ποιότητα της εξυπηρέτησης των πελατών είναι ο βασικός παράγοντας διαφοροποίησης μεταξύ καλών, κακών και αδιάφορων εταιρειών. Η καλής ποιότητας εξυπηρέτηση πελατών διατηρεί τους πελάτες πίσω, ενώ η κακή εξυπηρέτηση οδηγεί τους πελάτες μακριά προς τον ανταγωνισμό (και συνήθως επηρεάζουν τους φίλους τους, την οικογένεια και τους συναδέλφους να πράξουν το ίδιο).

Η ποιότητα εξυπηρέτησης είναι μια καθαρά υποκειμενική έννοια, και σημαίνει κάτι διαφορετικό για τον καθένα. Στην πραγματικότητα ονομάζουμε κάτι ποιοτικό, όταν καλύπτει ή ξεπερνά τις προσδοκίες που είχαμε για αυτό. Οπότε, ο βαθμός ικανοποίησης των πελατών εξαρτάται από το κατά πόσο εξυπηρετήθηκαν ή όχι οι ανάγκες, επιθυμίες και οι προσδοκίες τους, μετά την κατανάλωση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Και

κατά συνέπεια, αυτό είναι που θα καθορίσει το αν θα επαναλάβουν ή όχι την κατανάλωση αυτού του προϊόντος/υπηρεσίας στο μέλλον.

Η λέξη κλειδί στην ποιότητα εξυπηρέτησης πελατών είναι οι προσδοκίες. Στόχος κάθε επιχείρησης για την ποιοτική ικανοποίηση των πελατών είναι να ικανοποιήσουν ή και να ξεπεράσουν τις προσδοκίες τους. Η κατανόηση του πελάτη και των προσδοκιών του είναι το βασικό βήμα για την ικανοποίησή του. **Η ποιοτική εξυπηρέτηση** πελατών συμβάλλει στη δημιουργία ευχαριστημένων πελατών που συνιστούν το κλειδί επιτυχίας για όλες τις επιχειρήσεις. Η επιτυχία μιας επιχείρησης σημαίνει διατήρηση των πελατών, γεγονός που προκύπτει από την ικανοποίησή τους. Άλλωστε, οι ικανοποιημένοι πελάτες με τη σειρά τους θα συμβάλουν ενεργά στη διάδοση της φήμης των προϊόντων-υπηρεσιών της επιχείρησης. Η σωστή και άριστη εξυπηρέτηση των πελατών είναι αυτή που «χτίζει» τις σχέσεις εμπιστοσύνης, και επηρεάζει άμεσα τη συνολική εικόνα της επιχείρησης, την αξιοπιστία, και τελικά την ανάπτυξη και την κερδοφορία της.



MACT EXPO CENTER

Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΗ ΜΕΤΑ-COVID ΕΠΟΧΗ ΓΙΑ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

ΤΟ MACT EXPO CENTER ΥΛΟΠΟΙΗΘΗΚΕ με βάση την τεράστια εμπειρία της **Mact Media Group** στη διαχείριση υπηρεσιών και τη διοργάνωση εκθέσεων, συνεδρίων και εκδηλώσεων και έρχεται να καλύψει τις ανάγκες της νέας εποχής, παρέχοντας μοναδικές δυνατότητες στους εκθέτες και στους επισκέπτες.

Μπορεί να φιλοξενήσει
50.000 επισκέπτες
ανά ημέρα

Στα ψηφιακά περίπτερα οι εκθέτες μπορούν να παρουσιάσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, να συνομιλούν με τους επισκέπτες σε πραγματικό χρόνο με σύνδεση βίντεο, να παρέχουν πληροφοριακό υλικό και ψηφιακά φυλλάδια. Οι εκθέτες μπορούν να κλείνουν ραντεβού και να οργανώνουν B2B συναντήσεις, ενώ παράλληλα παρέχεται και η δυνατότητα απευθείας πωλήσεων

Τα περίπτερα μπορούν να παραμείνουν online για μεγάλο χρονικό διάστημα και οι ενδιαφερόμενοι να έχουν πρόσβαση σε αυτά μετά τη λήξη της κάθε διοργάνωσης

Επιτρέπει τη διοργάνωση πολλών συνεδρίων και εκδηλώσεων ταυτόχρονα στον ψηφιακό του χώρο. Τα events διεξάγονται με ζωντανή διαδικασία. Όσοι τα παρακολουθούν έχουν τη δυνατότητα να παρέμβουν είτε για να τοποθετηθούν, είτε για να υποβάλλουν κάποιο ερώτημα

☎ 2110129575 ✉ info@mact.gr

