itn GREECE&CYPRUS

Ελληνικός Τουρισμός

ΚΑΘΕ 15 ΜΕΡΕΣ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ, ΚΥΠΡΟ & ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

• ΔΕΚΑΠΕΝΘΗΜΕΡΗ ΔΩΡΕΑΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ • ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 11 • ΠΕΜΠΤΗ 30 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2021 •

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΩΡΓΟΣ ΧΑΤΖΗΜΑΡΚΟΣ - ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΡΧΗΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Το Νότιο Αιγαίο βάζει «πλάτη» για την ανάκαμψη της οικονομίας

ΣΕΛ.18-19

ΦΑΚΕΛΟΣ: ΑΙΓΙΑΛΟΣ

Και στραβός ήταν ο γυαλός... και στραβά αρμενίζουμε

ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟ του υπουργείου Ανάπτυξης επιτρέπουν παρεμβάσεις στην παράκτια ζώνη, ακόμα και στον πυθμένα κατά παρέκκλιση κάθε περιβαλλοντικού και πολεοδομικού κανονισμού

ΠΡΟΚΛΗΤΙΚΗ Η ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ χρήσης από τρίτα πρόσωπα «κατ' οιονδήποτε τρόπο» των παραλιών που θα πραγματοποιούνται στρατηγικές επενδύσεις

ΣΦΟΔΡΕΣ ΟΙ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ στη διαβούλευση του νομοσχεδίου από σειρά φορέων

ΓΡΙΦΟΣ τι θα πράξει τελικά με το θέμα το υπουργείο

ΣΕΛ.12-16

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤτΕ

Ανάσα ο Ιούλιος σε αφίξεις και τουριστικές εισπράξεις

Αμυδρή μείωση της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι

ΣΕΛ.10-11

ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Marketing και έσοδα από «πράσινες» λύσεις

ΣΕΛ.42-43

ΕΣΤΙΑΣΗ

Online menus για περισσότερα κέρδη

ΣΕΛ.36-37

ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ

Η επανέναρξη του Συνεδριακού Τουρισμού

ΣΕΛ.32-33

ΥΔΑΤΟΔΡΟΜΙΑ

Πρώτες πτήσεις με υδροπλάνα το 2022

ΣΕΛ.40-41

ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ

«Ταράζει» τα νερά το Yachting Volos

ΣΕΛ.22-23

Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της «itn Ελληνικός Τουρισμός»

Είναι και η βιωσιμότητα, είναι και αγώνας επιβίωσης

Η άνοδος της τιμής της κιλοβατώρας έρχεται να ρίξει ακόμα ένα πλήγμα στις επιχειρήσεις, ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις του τουρισμού – επισιτισμού που ακόμα πασχίζουν να συνέλθουν από τις συνέπειες της πανδημίας.

Το ακριβότερο ρεύμα έρχεται επίσης να προστεθεί στις συνεχείς ανατιμήσεις που παρατηρούνται στη αγορά για μια σειρά από λόγους που δεν είναι της παρούσης, ούτε έχουμε το χώρο εδώ για να τους αναλύσουμε. Το ερώτημα είναι πόσα χτυπήματα μπορούν να αντέξουν ακόμα οι τουριστικές επιχειρήσεις. Οι φορείς οφείλουν να πάρουν θέση για να δοθεί λυθεί. Είναι ζήτημα επιβίωσης για χιλιάδες επιχειρήσεις.

Η Ελλάδα έχει από το ακριβότερο ηλεκτρικό ρεύμα στην Ευρώπη, σε σύγκριση μάλιστα με χώρες που διαθέτουν πολύ ισχυρότερες οικονομίες με προεξάρχουσα τη Γερμανία. Με τα πάντα να ακριβαίνουν είναι πραγματικά απορίας άξιον πως θα επιτευχθούν όλα αυτά τα ποσοστά ανάπτυξης που διαφημίζονται από την κυβέρνηση και τους διεθνείς οίκους. Εκτός φυσικά και αν αφορούν μόνο τα κέρδη των επιχειρήσεων ενέργειας.

Η ενέργεια παράλληλα αφορά και τη βιωσιμότητα και επηρεάζει άμεσα και το θέμα της κλιματικής αλλαγής. Ζητήματα για τα οποία καλούνται και όλες οι τουριστικές επιχειρήσεις να τοποθετηθούν. Με τις κατάλληλες επιλογές μπορεί μια επιχείρηση να γίνει πιο «πράσινη», γεγονός που θα της δώσει αφενός πόντους στο marketing και αφετέρου θα την βοηθήσει να περιορίσει τα λειτουργικά της έξοδα. Σήμερα παρουσιάζουμε σε πρώτη φάση τις λύσεις γενικά που υπάρχουν γύρω από αυτό το θέμα και δεσμευόμαστε πως θα επανέλθουμε πιο αναλυτικά σε επόμενα φύλλα της εφημερίδας.

Κατά τα λοιπά αισιόδοξα ήταν τα στοιχεία της ΤτΕ για το εννεάμηνο Ιανουρίου – Ιουλίου 2021 σε σύγκριση με πέρυσι. Δεν πρέπει όμως να ξεχνάμε πως τα όποια κέρδη παραπάνω φέτος έρχονται για να ρεφάρουν όχι μόνο τις φετινές, αλλά και τις περσινές ζημιές που δεν ήταν καθόλου ευκαταφρόνητες. Επίσης τα καλά νούμερα δεν δείχνουν να έφθασαν παντού. Οι ξενοδόχοι της Θεσσαλονίκης για παράδειγμα παρουσίασαν στοιχεία που δείχνουν μείωση διανυκτερεύσεων ακόμη και σε σύγκριση με πέρυσι!

Δεν είναι ώρα λοιπόν για εφησυχασμό και πανηγυρισμούς. Τα θετικά στοιχεία είναι μια ώθηση για να μπορέσουμε να συνεχίσουμε, με πρώτο επόμενο στόχο να έχουμε φέτος και μια χειμερινή σεζόν που πέρυσι όχι μόνο δεν υπήρξε, αλλά υποχρέωσαν και τα ξενοδοχεία να είναι ανοικτά. Στα καλά νέα είναι πως ο υπουργός Τουρισμού ανακοίνωσε πως θα υπάρξουν μέτρα για τους χειμερινούς προορισμούς, τα ακόμα καλύτερα θα είναι να τα δούμε στην πράξη.

Καλή ανάγνωση!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

itn GREECE&CYPRUS Ελληνικός Τουρισμός
ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΥΛΛΟΥ: 11

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

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

ART DIRECTOR:
ΔΩΡΑ ΤΣΑΦΟΥ

ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:
ΣΤΑΜΑΤΙΝΑ ΗΛΙΟΥ

ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:
ΘΑΝΟΣ ΚΟΛΑΓΚΗ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ:
ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΒΟΜΒΑ

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

ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΘΕ 15 ΗΜΕΡΕΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ **MACT MEDIA GROUP** ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΟΜΟΓΕΝΕΙΑ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ **BCI MEDIA INC**
ΑΠΑΓΟΡΕΥΕΤΑΙ Η ΑΝΑΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ, ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΟΛΙΚΗ, Ή ΜΕΡΙΚΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ, ΧΩΡΙΣ ΤΗΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΑΔΕΙΑ ΤΟΥ ΕΚΔΟΤΗ

YACHTING
Sea Tourism & Gastronomy
Volos 2021

YACHTING
& GASTRONOMY

VOLOS
14-15-16-17
OCTOBER 2021

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

www.mact.gr
2110129575 info@mact.gr
MACT MEDIA GROUP

Ο γύρος των... ΕΙΔΗΣΕΩΝ σε λέξεις

Κικίλιας: Καμπάνιες χειμερινούς προορισμούς και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Viva la feta: Βελγική ταξιδιωτική παραγωγή ξεκινήσει γυρίσματα στη Σίφνο

Η Σίφνος θα φιλοξενήσει την εκπομπή «Viva la feta!», μία από τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές παραγωγές της Ευρώπης που θα πραγματοποιηθεί ποτέ στην Ελλάδα. Τα γυρίσματα ξεκίνησαν και η εκπομπή θα μεταδοθεί τον χειμώνα από το δημοφιλές κανάλι του Βελγίου «Play7», σε ζώνη υψηλής τηλεθέασης με εκατομμύρια τηλεθεατές. Μέσα από την μια σειρά οκτώ επεισοδίων που θα γυριστούν στο νησί, η Σίφνος θα έχει την ευκαιρία να αναδείξει την αυθεντικότητα του τόπου, την φυσική ομορφιά και την πλούσια γαστρονομία της.

«Η Σίφνος φέτος απέδειξε την ανθεκτικότητά της ως προορισμός, με τις αφίξεις για Ιούλιο και Αύγουστο να προσεγγίζουν το 96% της αντίστοιχης περιόδου για το 2019. Μέσα από την εκπομπή και την άριστη συνεργασία με τον ΕΟΤ Κάτω Χωρών και την παραγωγή, θα δοθεί με πρωτότυπο τρόπο ένα μήνυμα σε εκατομμύρια δυνητικούς Βέλγους ταξιδιώτες σχετικά με τη βαθύτερη συμβολή που έχει η Σίφνος και γενικά η Ελλάδα στην εσωτερική ανανέωση των ταξιδιωτών, με «πρωταγωνιστές» τις δραστηριότητες, την αρχιτεκτονική, την αγγειοπλαστική, την ιστορία, τις παραδόσεις, τη γαστρονομία και το φυσικό κάλλος του προορισμού», δήλωσε η δήμαρχος Σίφνου Μαρία Ναδάλη.

Η δράση που αναμένεται να αναδείξει την Ελλάδα και τη Σίφνο στη σημαντική αγορά του Βελγίου, υλοποιείται με την ενεργό στήριξη του Για να αναδειχθεί η Ελλάδα και δε η Σίφνος στην αγορά του Βελγίου το Γραφείο ΕΟΤ Κάτω Χωρών και ο Δήμος Σίφνου ένωσαν τις δυνάμεις Για τα γυρίσματα έχουν επιστρατευθεί πολυμελή τηλεοπτικά συνεργεία που θα παραμείνουν στο νησί μέχρι τα μέσα Οκτωβρίου.

ΠΗΓΗ: ΑΠΕ-ΜΠΕ

Ο υπουργός Τουρισμού, Βασίλης Κικίλιας σε συνέντευξή του στο Open σε πρωινή εκπομπή, μίλησε για την εξέλιξη της τουριστικής χρονιάς, αλλά και για τους στόχους που έχουν θέσει για τον τουρισμό. «Για την εβδομάδα 13-19 Σεπτεμβρίου, η πληρότητα στα καταλύματα και στα ξενοδοχεία όλης της χώρας έφτασε στο 63%. Για να καταλάβετε το μέγεθος της ζήτησης που υπάρχει πλέον για τη χώρα, η γερμανική αεροπορική Condor θα πραγματοποιεί πτήσεις και το Νοέμβριο στην Κρήτη», τόνισε ο υπουργός.

Αναφερόμενος στην ελληνογαλλική συμφωνία ανέφερε «Μιας και μιλάμε σήμερα για την ελληνογαλλική συμφωνία, η πρώτη χώρα επιλογής των Γάλλων τον Ιούνιο για διακοπές ήταν η Ελλάδα, με αύξηση 88% των επισκεπτών σε σχέση με το 2019 και 18% των εσόδων για τη χώρα μας. Και τον Ιούλιο ξεπεράσαμε τη Γαλλία, την ίδια τη χώρα τους. Οι Γάλλοι κάνουν κατά κύριο λόγο εσωτερικό τουρισμό, στα 2/3 τους. Για πρώτη φορά στην ιστορία της γαλλικής Δημοκρατίας, η Ελλάδα τον Ιούλιο, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΕΟΤ Γαλλίας, έγινε η πρώτη χώρα προορισμού, ακόμα και πάνω από τον εσωτερικό τουρισμό της Γαλλίας. Επίσης, η Jet2, ο μεγαλύτερος tour operator της βρετανικής αγοράς, ζητάει να ανοίξει προορισμούς στην Ελλάδα και στην Αθήνα από τον Απρίλιο που μας έρχεται. Οι Βρετανοί φιλοδοξούν να φέρουν πιο νωρίς την τουριστική περίοδο. Τα περισσότερα τουριστικά καταλύματα και ειδικά τα υψηλού επιπέδου σε όλα τα νησιά μας και στους τουριστικούς προορισμούς έχουν κόσμο και θα υπάρχει αυτό και τον Οκτώβριο και στην Κρήτη και το Νοέμβριο».

Ο Β. Κικίλιας μίλησε και για την προσπάθεια προστασίας της χαρακτηριστικής φυσιογνωμίας στα παραδοσιακά ταβερνάκια. «Φέρνουμε διάταξη για τα παραδοσιακά ταβερνάκια και την προστασία της φυσιογνωμίας τους. Θα προασπίσουμε επίσης και το ιδιαίτερο χρώμα του τουρισμού μας. Θα έρθει η διάταξη για τα παραδοσιακά ταβερνάκια ανά περιοχή. Δεν θα μπορούν αυτά να αλλοιωθούν, να αλλοτριωθούν και να εξαφανιστούν. Αυτό είναι το χρώμα της χώρας μας. Είναι η εικόνα η οποία μαγεύει τους πάντες. Πρέπει να μπορούμε να προασπίσουμε τα

συγκριτικά μας πλεονεκτήματα και αυτή η πολύ μεγάλη βιομηχανία να αυξάνει με βιώσιμο τρόπο. Τίθεται και θέμα βιωσιμότητας.

Ο επισκέπτης λαμβάνει πολύ σοβαρά υπόψη του εάν η χώρα είναι φιλική προς το περιβάλλον, εάν τα καταλύματα, τα ξενοδοχεία, είναι τέτοια που προστατεύουν το περιβάλλον, αν υπάρχουν υποδομές και ασφάλεια. Τα κερδίσαμε αυτά τα δύο τελευταία χρόνια με τον τρόπο με τον οποίο χειριστήκαμε την πανδημία, τα υγειονομικά πρωτόκολλα. Δώσαμε τη δυνατότητα πέρυσι που ήταν κλειστή όλη η Μεσόγειος, εμείς να ανοίξουμε παίρνοντας ένα υπολογισμένο ρίσκο το οποίο κερδίσαμε. Και φέτος τα νούμερα νομίζω ότι είναι εντυπωσιακά.»

Ο υπουργός επιπλέον αναφέρθηκε στην στρατηγική με την οποία θα στηρίξουν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη χώρα μιλώντας για τις δυο τουριστικές «Η στρατηγική μας με τον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού φέτος έπειτα από συζήτηση και συμφωνία με τον Πρωθυπουργό, θα είναι δύο καμπάνιες. Μια πιο μικρή, πολύ νωρίτερα μέσα στο χρόνο, Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Ιανουάριο, για τους χειμερινούς εναλλακτικούς προορισμούς. Θα στηρίξουμε και εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη χώρα και θα δείτε μετρήσιμα αποτελέσματα. Και το δεύτερο κομμάτι, νωρίς την άνοιξη, εκεί που κλείνονται τα μεγάλα πακέτα για τον τουρισμό μας της νέας σεζόν. Φέτος στην Ελλάδα θα υπάρχει τουρισμός τον Απρίλιο και το Μάιο.»

Επισήμανε ακόμα στόχος αποτελεί και η ευημερία της μέσης ελληνικής οικογένειας μέσω του τουρισμού. « Ο στόχος είναι μέσω του Τουρισμού, της ατμομηχανής της ελληνικής οικονομίας, να ευημερήσει η μέση ελληνική οικογένεια. Να αυξηθεί το εισόδημα, να αυξηθούν οι θέσεις εργασίας και να μπορέσουμε να παράξουμε ένα τέτοιο ποιοτικό τουριστικό προϊόν με περισσότερους επισκέπτες, κυρίως όμως ποιοτικότερους που αφήνουν μεγαλύτερο εισόδημα. Η χώρα πρέπει να διέπεται από ισχύ και συμφέρον».

Τέλος αναφέρθηκε και στην συμφωνία του Προέδρου Μακρόν με τον Πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη επισυμβαίνοντας τα οφέλη και τις προοπτικές που προσφέρει. «Συνάφθηκε μια πολύ σημαντική, πολύ υψηλού επιπέδου αμυντική συμφωνία αποτροπής, αλλά και εξοπλιστικού προγράμματος. Η συμφωνία του Προέδρου Μακρόν με τον Πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη είναι εξαιρετικής σημασίας, αμοιβαίας ωφέλειας και δημιουργεί άλλες προοπτικές για το μέλλον.»

Πηγή: ΑΠΕ-ΜΠΕ

Θεσσαλονίκη: Μειωμένες οι διανυκτερεύσεις και σε σύγκριση με το 2020

Το οκτάμηνο του 2021 οι διανυκτερεύσεις επισκεπτών που καταγράφηκαν στην περιοχή της Θεσσαλονίκης ανήλθε στις 531.806, αριθμός οριακά (-0,04%) μικρότερος από το αντίστοιχο οκτάμηνο του 2020 (532.016 διανυκτερεύσεις) και για δεύτερη συνεχή χρονιά εξαιρετικά μειωμένος από το οκτάμηνο του 2019 (1.587.666 διανυκτερεύσεις), όπως φαίνεται από τα στοιχεία που δημοσίευσε η Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης.

Συνεχιζόμενη πτώση καταγράφηκε στις διανυκτερεύσεις των Ελλήνων επισκεπτών, την εθνικότητα που στηρίζει εδώ και χρόνια την περιοχή. Το φετινό οκτάμηνο καταγράφηκαν 275.357 διανυκτερεύσεις (ποσοστό 51,78% επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων του οκταμήνου), με πτώση που κυμάνθηκε σε 19,58% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2020 και σε 60,32% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019. Σε απόλυτους αριθμούς, η συγκριτική - σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019 - πτώση που καταγράφηκε στον αριθμό των διανυκτερεύσεων από την εγχώρια αγορά, ξεπέρασε τις τετρακόσιες χιλιάδες (418.649).

Το οκτάμηνο του 2021 οι υπόλοιπες εθνικότητες παρουσίασαν στην συντριπτική πλειοψηφία τους αύξηση, δείγμα ενδεικτικό μιας κάποιας βαθμιαίας βελτίωσης στις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών επισκεπτών κυρίως τους δύο τελευταίους καλοκαιρινούς μήνες εξαιτίας και της ομαλοποίησης των προβλημάτων των οδικών πυλών της χώρας, σε σχέση με το σχεδόν «ανύπαρκτο» οκτάμηνο του 2020, όπου καταγράφηκαν μόλις 189.605 συνολικές διανυκτερεύσεις αλλοδαπών. Ωστόσο, συγκρίνοντας τις συνολικές διανυκτερεύσεις (256.446) των αλλοδαπών επισκεπτών το οκτάμηνο του 2021 με το αντίστοιχο οκτάμηνο του 2019 (893.660), καταγράφηκε πτώση της τάξης του 71,30% (σε απόλυτους αριθμούς μείωση 637.214 διανυκτερεύσεων).

Στην πρώτη θέση του πίνακα με τους αλλοδαπούς επισκέπτες βρέθηκαν οι Ρουμάνοι, με 33.893 διανυκτερεύσεις το φετινό οκτάμηνο έναντι 15.324 του αντίστοιχου περσινού διαστήματος (αύξηση 121,18%) και έναντι 50.159 του αντίστοιχου προπέρσινου οκταμήνου (πτώση 32,43%).

Σταθερά στη δεύτερη θέση παρέμειναν το φετινό οκτάμηνο σε σχέση με το περσινό οι Γερμανοί, οι οποίοι κατέγραψαν αύξηση της τάξης του 39,20% στις διανυκτερεύσεις τους σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2020 και πτώση της τάξης του 62,56% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019.

Στην τρίτη θέση με σταδιακή ανάκαμψη βρέθηκαν οι Ισραηλινοί, με 20.927 διανυκτερεύσεις, αριθμός ωστόσο μειωμένος κατά περισσότερο από 100.000 διανυκτερεύσεις από αυτόν του αντίστοιχου διαστήματος του 2019 (πτώση 83,73%), όπου οι επισκέπτες από το Ισραήλ έφθασαν τις 128.620 διανυκτερεύσεις και αποτέλεσαν την πρώτη αλλοδαπή εθνικότητα.

Στην τέταρτη θέση βρέθηκαν οι Σέρβοι επισκέπτες. Σε απόλυτους αριθμούς από 37.237 που ήταν το διάστημα Ιανουαρίου – Αυγούστου 2019 και από 7.710 που ήταν το διάστημα Ιανουαρίου – Αυγούστου 2020, φέτος ανήλθαν σε 17.758.

Η πρώτη πεντάδα του πίνακα των αλλοδαπών εθνικοτήτων κλείνει με τους επισκέπτες από την Κύπρο. Τα στοιχεία όμως της συγκεκριμένης εθνικότητας αποτυπώνουν στο ακέραιο τις επιπτώσεις της πανδημίας στις μετακινήσεις των Κυπρίων, αφού και το φετινό οκτάμηνο οι διανυκτερεύσεις τους όχι μόνο δεν επανάκαμψαν σε σχέση με το αντίστοιχο οκτάμηνο του 2020, αλλά παρουσίασαν περαιτέρω πτώση της τάξης του 25,52% και φυσικά την πολύ μεγάλη πτώση του 79,59% από το αντίστοιχο οκτάμηνο του 2019 (σε απόλυτους αριθμούς 16.334 / οκτάμηνο 2021 – 21.931 / οκτάμηνο 2020 – 80.019 / οκτάμηνο 2019).

Οι υπόλοιπες εθνικότητες που βρίσκονται από την έκτη έως την εικοστή θέση του πίνακα των αλλοδαπών, κινούνται στο ίδιο μοτίβο· αύξηση μικρή ή μεγάλη από το οκτάμηνο του 2020 στο οκτάμηνο του 2021, εξαιρετικά μεγάλη μείωση από το οκτάμηνο του 2019 στο οκτάμηνο του 2021. Εξαίρεση αποτελούν οι Αλβανοί που έχουν κινηθεί στο ίδιο μοτίβο με τους Κύπριους, δηλαδή μείωση για δεύτερη συνεχή χρονιά σε επίπεδο σύγκρισης οκταμήνων ((σε απόλυτους αριθμούς 7.658 / οκτάμηνο 2021 – 8.984 / οκτάμηνο 2020 – 23.082 / οκτάμηνο 2019).

Τα στοιχεία της έρευνας που διενεργεί σε μηνιαία βάση η εταιρεία τουριστικών μελετών και ερευνών GBR Consulting για λογαριασμό της ΕΞΘ, δείχνουν ότι κατά το πρώτο οκτάμηνο του 2021 ενώ υπήρξε αύξηση στο ARR (μέση τιμή δωματίου) της τάξης του 8,4%, ωστόσο στο RevPar (έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο) που ανήλθε μόλις στα 26,91 ευρώ, καταγράφηκε μείωση για δεύτερη χρονιά σε επίπεδο οκταμήνων (πτώση -6,9% στη σύγκριση οκτάμηνο 2021-οκτάμηνο 2020 & πτώση -48,6% στη σύγκριση οκτάμηνο 2021-οκτάμηνο 2019).

Π. Τοκούζης: Η ΣΕΤΚΕ με τον «Τουρισμό Εμπειρίας» καθοδηγεί τον ελληνικό Τουρισμό στην μετά-Covid εποχή

Η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ), με τον «Τουρισμό Εμπειρίας», δημιουργεί τις προϋποθέσεις για ανάκαμψη και ανάπτυξη χωρίς περιορισμούς, τονίζει ο πρόεδρός της Π. Τοκούζης.

Αναλυτικά η δήλωση του προέδρου της ΣΕΤΚΕ έχει ως εξής: Αναμφίβολα, η πανδημία του κορωνοϊού και τα «απόνερά» της, όπως τα περιοριστικά μέτρα που επιβλήθηκαν για την προστασία του πληθυσμού από την απειλή του Covid-19, έχουν δημιουργήσει ανακατατάξεις στην κοινωνική και οικονομική ζωή και μία νέα τάξη πραγμάτων στη βιομηχανία του Τουρισμού και των Ταξιδιών, σε παγκόσμια κλίμακα.

Κι ενώ ο επιδημικός «συναγερμός» εξακολουθεί να είναι ενεργός, η παγκόσμια τουριστική κοινότητα είναι ήδη στραμμένη στην επόμενη ημέρα για τον Τουρισμό και τα Ταξίδια, με την επανεκκίνησή τους να συνεχίζει να αποτελεί τη μεγάλη πρόκληση. Γιατί από την επανέναρξη της τουριστικής-ταξιδιωτικής βιομηχανίας εξαρτάται η παγκόσμια ανάκαμψη και ανάπτυξη, που θα επιφέρει σημαντικά οφέλη στις οικονομίες και τις κοινωνίες, σε όλο τον κόσμο.

Το φετινό καλοκαίρι σηματοδότησε την αρχή της επανεκκίνησης του τουρισμού, τόσο για τη χώρα μας, όσο και παγκοσμίως. Η πλήρης, ωστόσο, αποκατάσταση του ελληνικού και του διεθνούς τουρισμού, θα γίνει σταδιακά και θα εξαρτηθεί από τα γρήγορα αντανακλαστικά και την προσαρμογή μας στα νέα δεδομένα. Η χώρα μας οφείλει να διεκδικήσει μεθοδικά και οργανωμένα το τουριστικό της μερίδιο, έναντι άλλων χωρών. Η τουριστική πρόκληση στη μετά Covid εποχή για την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό, είναι η επέκταση της τουριστικής περιόδου, με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Αυτό το γνωρίζει καλά η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος **(ΣΕΤΚΕ)** , γι' αυτό και τελευταία έχει αναπτύξει ένα φιλόδοξο σχέδιο, το οποίο περιλαμβάνει μια σειρά από πρωτοβουλίες και ενέργειες, που στόχο έχουν τα μικρά, τουριστικά καταλύματα να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες και απαιτήσεις και στις καινούργιες προτιμήσεις και προτεραιότητες του ταξιδιώτη στη μετά Covid εποχή.

Ο «Τουρισμός Εμπειρίας από τη **ΣΕΤΚΕ**», είναι από τις δράσεις της Συνομοσπονδίας, με άξονα τον πολυθεματικό τουρισμό, που στόχο έχει την εξειδίκευση των μικρών, τουριστικών καταλυμάτων και τη διαφοροποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών τους, δημιουργώντας ένα νέο είδος τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία απευθύνονται σε κοινό με ειδικά ενδιαφέροντα, όπως π.χ. τη γαστρονομία, την ποδηλασία, κ.ο.κ.. Καταλύματα, τα οποία προσφέρουν στους ταξιδιώτες τη δυνατότητα να βιώσουν συναρπαστικές, αυθεντικές και μοναδικές ταξιδιωτικές εμπειρίες.

Η ΣΕΤΚΕ με τον «Τουρισμό Εμπειρίας», δημιουργεί τις προϋποθέσεις για ανάκαμψη και ανάπτυξη χωρίς περιορισμούς», αναφέρει ο Π. Τοκούζης.

Ο γύρος των... ΕΙΔΗΣΕΩΝ σε λέξεις

Το νέο **Airbus A220** παραδίδεται επίσημα στην **Air France**

Η Air France έλαβε το πρώτο της A220-300 από παραγγελία 60 αεροσκαφών του τύπου, η μεγαλύτερη παραγγελία A220 από ευρωπαϊκό αερομεταφορέα. Πρόκειται για το νέο Airbus A220 είναι το μόνο αεροσκάφος ειδικά σχεδιασμένο για την αγορά των 100-150 θέσεων και συνδυάζει υπερσύγχρονη αεροδυναμική, προηγμένα υλικά και τους τελευταίας γενιάς υπερτροφοδοτούμενους κινητήρες της Pratt & Whitney. Το αεροσκάφος παραδόθηκε από την τελική γραμμή συναρμολόγησης της Airbus στο Mirabel του Κεμπέκ του Καναδά και παρουσιάστηκε επίσημα στο κοινό κατά τη διάρκεια μιας τελετής που πραγματοποιήθηκε στο αεροδρόμιο Charles-De-Gaulle του Παρισιού.

Το Airbus A220 είναι το πιο αποδοτικό και ευέλικτο αεροσκάφος στην αγορά των 100 έως 150 θέσεων σήμερα. Η ανανέωση του μονόδρομου στόλου της Air France με αυτό το αεροσκάφος τελευταίας γενιάς θα αυξήσει την αποδοτικότητα μαζί με την άνεση των πελατών και θα υποστηρίξει την Air France να επιτύχει τους περιβαλλοντικούς της στόχους και τους στόχους αειφορίας.

Το πρώτο Air France A220-300 θα λειτουργεί στο δίκτυο μεσαίων αποστάσεων από τη χειμερινή περίοδο 2021. Επί του παρόντος, η Air France διαχειρίζεται στόλο 136 αεροσκαφών Airbus . Η Air France ανανεώνει επίσης τον στόλο της για μεγάλες αποστάσεις και έχει ήδη παραλάβει 11 αεροσκάφη A350 από μια παραγγελία 38.

Η καμπίνα της Air France A220-300 έχει διαμορφωθεί σε διάταξη μίας κλάσης για να υποδέχεται άνετα 148 επιβάτες. Προσφέροντας ανώτερη άνεση σε ένα διάδρομο, με τα πιο πλατιά δερμάτινα καθίσματα, τα μεγαλύτερα παράθυρα και έως και 20% περισσότερο χώρο αποθήκευσης ανά επιβάτη, το Air France A220 διαθέτει επίσης πλήρη σύνδεση WiFi σε όλη την καμπίνα και δύο πρίζες USB σε κάθε κάθισμα συνοδηγού.

Το A220 είναι το μόνο αεροσκάφος ειδικά σχεδιασμένο για την αγορά των 100-150 θέσεων και συνδυάζει υπερσύγχρονη αεροδυναμική, προηγμένα υλικά και τους τελευταίας γενιάς υπερτροφοδοτούμενους κινητήρες της Pratt & Whitney. Με αυτονομία έως 3.450 nm (6.390 χιλιόμετρα), το A220 δίνει στις αεροπορικές εταιρείες πρόσθετη λειτουργική ευελιξία.

Το A220 προσφέρει έως και 25% χαμηλότερη καύση καυσίμου και εκπομπές CO2 ανά κάθισμα σε σύγκριση με αεροσκάφη προηγούμενης γενιάς, και 50% χαμηλότερες εκπομπές NOx από τα βιομηχανικά πρότυπα. Επιπλέον, το αποτύπωμα θορύβου των αεροσκαφών μειώνεται κατά 50% σε σύγκριση με τα αεροσκάφη προηγούμενης γενιάς – καθιστώντας το A220 έναν καλό γείτονα γύρω από τα αεροδρόμια. Μέχρι το τέλος Αυγούστου, πάνω από 170 A220 έχουν παραδοθεί σε 11 εταιρείες παγκοσμίως.

Η **Ryanair** αποκαθιστά την πλήρη δυναμικότητά της στο αεροδρόμιο του Κορκ

Η Ryanair ανακοίνωσε την πλήρη ανάκτηση της ικανότητας επιβατών της πριν από την πανδημία στο αεροδρόμιο του Κορκ της Ιρλανδίας. Επενδύει να φέρει 20 δρομολόγια στο Κορκ, συμπεριλαμβανομένης της εισαγωγής νέων υπηρεσιών στο Μπέρμιγχαμ και το Εδιμβούργο, οι οποίες δεν εξυπηρετούνται μετά την κατάρρευση της Stobart Air. Το αεροδρόμιο του Κορκ και η DAA συνεργάστηκαν στενά με τη Ryanair για αρκετούς μήνες για να επεκτείνουν το πρόγραμμα αποκατάστασης της κυκλοφορίας έως το τέλος Οκτωβρίου 2022 για να παρακινήσουν την κίνηση της εταιρίας να επιστρέψει σε επίπεδα πριν από την πανδημία. Η εταιρία απάντησε ανοίγοντας ξανά τη βάση δύο αεροσκαφών της και αποκαθιστώντας πλήρως την κυκλοφορία της στο αεροδρόμιο για το καλοκαίρι του 2022. Η αποκατάσταση θα εξασφαλίσει 60 θέσεις εργασίας στη Ryanair και θα προσφέρει χιλιάδες τουριστικές θέσεις στην περιοχή του Κορκ. Έχει πλέον αποκαταστήσει την κυκλοφορία σε επίπεδα προ-πανδημίας για το καλοκαίρι του 2022 στα αεροδρόμια Cork, Shannon, Knock και Kerry. "Η Ryanair είναι στην ευχάριστη θέση να επιβεβαιώσει την επαναλειτουργία της βάσης των δύο αεροσκαφών της στο αεροδρόμιο του Κορκ. Αυτή η επένδυση 200 εκατομμυρίων δολαρίων εξασφαλίζει 60 θέσεις εργασίας στο Κορκ, αλλά το πιο σημαντικό επαναφέρει την κίνηση των επιβατών σε επίπεδα προ πανδημίας για το επόμενο καλοκαίρι", δήλωσε ο διευθύνων σύμβουλος της DAC Έντι Γουίλσον. Για να γιορτάσει την επιστροφή στο αεροδρόμιο του Κορκ με δύο αεροσκάφη και 20 δρομολόγια, η Ryanair διαθέτει ναύλους πώλησης από 19,99 ευρώ για ταξίδια έως τα τέλη Οκτωβρίου 2022.

Εντάσεις στην Βουλή για την υπόθεση της ΟΛΠ ΑΕ

Για την για την κύρωση της τροποποίησης της Σύμβασης Παραχώρησης μεταξύ του Ελληνικού Δημοσίου και της Οργανισμός Λιμένος Πειραιώς Α.Ε. και η υλοποίηση μιας μεγάλης επένδυσης μίλησε στην Βουλή ο Υπουργός Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής Γιάννης Πλακιωτάκης . Σχολίασε «Η κυβέρνηση θεωρεί την επένδυση του ΟΛΠ στο λιμάνι του Πειραιά κομβικής σημασίας για την πόλη, την τοπική κοινωνία, την εθνική οικονομία, αλλά και τη γεωστρατηγική θέση της πατρίδας μας στην ευρύτερη περιοχή. Με την τροποποίηση της σύμβασης Σύμβασης του 2016, διασφαλίζουμε την εξέλιξη της επένδυσης, διασφαλίζουμε τα συμφέροντα του Ελληνικού Δημοσίου, διασφαλίζουμε πολλά και σημαντικά οφέλη για την ελληνική οικονομία και την τοπική κοινωνία».

«Είναι γεγονός», συνέχισε ο Γιάννης Πλακιωτάκης, «ότι έχει καθυστερήσει το πρόγραμμα υποχρεωτικών επενδύσεων, αφού το συμβασιοποιημένο κομμάτι είναι πολύ κοντά στο 90%, αλλά το ποσοστό ολοκλήρωσης των έργων ανέρχεται στο 33,9%. Οι αιτίες της καθυστέρησης είναι πολλές και σύνθετες και – προφανώς – σε περίπτωση διαμάχης μεταξύ των δύο πλευρών, θα έκριναν τα δικαστήρια ποιες ήταν και κατά πόσο κάθε μία θα οφειλόταν σε υπαιτιότητα της μίας, της άλλης ή και των δύο πλευρών».

Ο Γιάννης Πλακιωτάκης τόνισε επίσης ότι η κυβέρνηση δεν επέλεξε το δρόμο της διαμάχης, που προτείνει ο ΣΥΡΙΖΑ. Η διαμάχη θα είχε αμφίβολο αποτέλεσμα και – πιο σημαντικό – θα σήμαινε αυτομάτως τη διακοπή της επένδυσης. Με τεράστια ζημιά για την ελληνική οικονομία. Με τεράστια ζημιά για φορείς και τοπική κοινωνία. Με τεράστια ζημιά στις σχέσεις της Ελλάδας με μία ισχυρή τρίτη χώρα. Με τεράστια ζημιά για το επενδυτικό κλίμα.

Στον ίδιο τόνο και ο Νεκτάριος Σαντορινιός εισηγητής του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ και Τομεάρχης Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, από το βήμα της επιτέθηκε στις πολιτικές της Κυβέρνησης και κατέδειξε τα στοιχεία τα οποία οδηγούν σε απιστία προς τα συμφέροντα του Δημοσίου στην υπόθεση της ΟΛΠ ΑΕ.

«Η Κυβέρνηση φέρνει μια τροποποίηση που χαρίζει, όπως αποδείξαμε με επιχειρήματα, έως και 90εκ στον ΟΛΠ ΑΕ- 40εκ από τις ποινικές ρήτρες και 50εκ από τα έσοδα του 16% των μετοχών που παραχωρούνται. 90 εκ. που θα έμπαιναν ζεστά στα δημόσια ταμεία. Αυτό είναι η βλάβη κατά του Δημοσίου», αναφέρει ο Ν. Σαντορινιός . «Με αυτό το Νομοσχέδιο αθωώνεται η Εταιρεία για τις ευθύνες που έχει για τη μη υλοποίηση συγκεκριμένων υποχρεωτικών επενδύσεων ύψους 290εκ ευρώ, που αφορούν σε κρίσιμες υποδομές για το λιμάνι, υποδομές που έχουν ανάγκη οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η ναυπηγοεπισκευή, οι χρήστες του λιμανιού και η εθνική οικονομία». «Επί 50 μέρες, από τις 11 Αυγούστου 2021, η Κυβέρνηση δεν επιβάλλει όσα προβλέπονται στη Σύμβαση. Διαπράττει αδικήματα ενάντια στο συμφέρον, παράβαση καθήκοντος και μάλιστα βαρύτατη και βλάβη των συμφερόντων του δημοσίου η οποία μπορεί να φτάσει μέχρι και 90 εκ. ευρώ, εάν πάμε στο ακραίο σενάριο της δεκαετίας. Και αντί να κάνετε όλα αυτά, εσείς αποφασίζετε να δώσετε στην ΟΛΠ ΑΕ το 16% των μετοχών του Λιμανιού, χωρίς να έχουν υλοποιηθεί οι υποχρεωτικές επενδύσεις, με αποτέλεσμα το Δημόσιο να χάνει κάθε χρόνο 5 εκ. που μέχρι τώρα έμπαιναν στα δημόσια ταμεία. Λέτε ψέματα ότι θα σταματήσουν οι επενδύσεις. Ταυτόχρονα υποβαθμίζετε το λιμάνι από τη μη έγκαιρη υλοποίηση των επενδύσεων, την ανταγωνιστικότητα των υπηρεσιών του λιμανιού και τη μη επαρκή παροχή υπηρεσιών».

Δυσεύρετα πλέον τα Covid-19 τεστ στις ΗΠΑ

Δυσεύρετα θεωρούνται πλέον τα Covid test στις ΗΠΑ αφού η ζήτηση ξεπερνά την προσφορά τους και οι ταξιδιωτικοί σύμβουλοι παρακολουθούν στενά τις ελλείψεις τους, τις καθυστερήσεις των εργαστηρίων και τον πιθανό αντίκτυπο της κατάστασης αυτής στον ταξιδιωτικό κλάδο. Το μεγαλύτερο «αγκάθι» στα ταξίδια χαρακτήρισε την τρέχουσα κατάσταση με τα τεστ κορωνοϊού ο γενικός διευθυντής επικοινωνίας και δημόσιων σχέσεων της Signature Travel Network, Jean Newman Glock. Ο κ. Newman Glock προσομοίωσε την κατάσταση αυτή με την Άγρια Δύση, και, όπως είπε, έχει μάθει από πολλά μέλη της Signature Travel Network ότι οι πελάτες δεν λαμβάνουν εγκαίρως τα αποτελέσματα των τεστ και αναγκάζονται να ταξιδέψουν σε μεταγενέστερη ημερομηνία.

Ακόμη μεγαλύτερη σύγχυση προκαλείται στις περιπτώσεις όπως 2 πελάτες κάνουν την ίδια στιγμή τεστ και λαμβάνουν τα αποτελέσματα σε διαφορετικές ημερομηνίες. Εκτός από τις καθυστερήσεις στην εξαγωγή των αποτελεσματών για τα τεστ PCR, τα rapid τεστ έχουν γίνει δυσεύρετα. Όπως τονίζει ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρίας εταιρικών δώρων και εμπορίου B2B, iPromo, Leo Friedman, η οποία κατά τη διάρκεια της πανδημίας διέθετε στην αγορά τεστ κορωνοϊού, η διαθεσιμότητα των rapid τεστ που γίνονται στο σπίτι είναι μικρότερη εν μέρει λόγω των ανησυχιών για τη διασπορά της πιο μεταδοτικής παραλλαγής Δέλτα.

Επιπλέον, όπως επισήμανε ο κ. Friedman, επιπλέον ανησυχίες προκαλεί η πρόσφατη ανακοίνωση του Αμερικανού προέδρου ότι το υπουργείο Εργασίας των ΗΠΑ θα απαιτεί από όλους τους εργοδότες με 100 και άνω εργαζομένους να διαπιστώνουν τον εμβολιασμό ή την προσκόμιση αρνητικού τεστ τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα. Συνεπώς, τα σχολεία, τα γραφεία και άλλοι οργανισμοί πασχίζουν να εντοπίσουν τεστ. Μέχρι τον Ιούλιο του 2021 οι πωλήσεις των τεστ ήταν περιορισμένες, όμως τον Αύγουστο καταγράφηκε μεγάλη αύξηση γι' αυτό είναι μεγάλο το αγκάθι για τις ΗΠΑ.

Ο οινοτουρισμός στο επίκεντρο της 2ης Ψηφιακής Τουριστικής Συνάντησης Ελλάδας-Κύπρου

Πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία η 2η Ψηφιακή Τουριστική Συνάντηση (webinar) Ελλάδας-Κύπρου την Παρασκευή 24 Σεπτεμβρίου, την οποία διοργάνωσε η Υπηρεσία ΕΟΤ Κύπρου μέσω ειδικής πλατφόρμας. Ο οινοτουρισμός και τους Δρόμους του Κρασιού στην Ελλάδα ήταν το θέμα της συνάντησης.

Στη διάρκεια του webinar παρουσιάστηκε στην κυπριακή αγορά το χαρτοφυλάκιο του οινοτουρισμού στην Ελλάδα και ειδικότερα οι δυνατότητες των επισκέψιμων οινοποιείων με ιδιαίτερη αναφορά στον δυναμικό οινοτουριστικό προορισμό της Ζίτσας, οι διακριτές ποικιλίες οίνων που αναπτύσσονται στον ελλαδικό χώρο, οι χώροι διαμονής και εστίασης, τα συνδεόμενα αξιοθέατα, το ευρύτερο περιβάλλον και τα διαθέσιμα τουριστικά πακέτα από τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών.

Εξετάστηκαν ακόμα οι τρόποι περαιτέρω συνεργασίας μεταξύ της ελληνικής και της κυπριακής αγοράς, αλλά και ένταξης στα προσφερόμενα τουριστικά πακέτα νέων οινοτουριστικών διαδρομών, με τους συμμετέχοντες να εκτιμούν ο Οινοτουρισμός αναβαθμίζει σημαντικά την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος, καθώς προσφέρει εναλλακτική βιωματική εμπειρία στους επισκέπτες ενισχύοντας ταυτόχρονα τις τοπικές οικονομίες και, στο πλαίσιο αυτό, συμφώνησαν να προχωρήσουν σε κοινές και στοχευμένες δράσεις για την ανάδειξη αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

Στη συνάντηση έλαβαν μέρος ο προϊστάμενος της Υπηρεσίας ΕΟΤ Κύπρου, Πέτρος Σαγάνας, η επικεφαλής της Εθνικής Επιτροπής για τον Οινοτουρισμό, Μαίρη Τριανταφυλλοπούλου, ο Πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνικού Οίνου, Γιάννης Βογιατζής, ο αντιδήμαρχος Δήμου Ζίτσας Ιωαννίνων, Γεώργιος Ράδος, και από την κυπριακή πλευρά ο εκτελεστικός πρόεδρος της Top Kinisis Travel Public Ltd, Άκης Κελεπέσιης.

Η 1η Ψηφιακή Τουριστική Συνάντηση Ελλάδας-Κύπρου είχε πραγματοποιηθεί στις 12 Ιουλίου 2021 με θέμα τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές και κυπριακές τουριστικές επιχειρήσεις την περίοδο της πανδημίας, ενώ η Υπηρεσία ΕΟΤ Κύπρου προγραμματίζει νέες ψηφιακές συναντήσεις το επόμενο διάστημα για την προβολή περισσότερων εναλλακτικών μορφών τουρισμού αλλά και επιμέρους προορισμών της Ελλάδας.

Πτήσεις από Λάρνακα για Θεσσαλονίκη με την Sky Express

Από τέλη Οκτωβρίου, η SKY express συνδέει και τη συμπρωτεύουσα με το εξωτερικό. Το νέο απευθείας δρομολόγιο Θεσσαλονίκη – Λάρνακα θα εκτελείται με τα υπερσύγχρονα "πράσινα" Airbus A320neo σε ανταγωνιστικούς ναύλους, όπως τονίζει η αεροπορική εταιρεία.

Η SKY express φέρνει στη Θεσσαλονίκη την πρώτη διαδρομή εξωτερικού συνδέοντας την ιστορική πόλη της Μακεδονίας με την Κύπρο! Από τις 31 Οκτωβρίου, τα ολοκαίνουρια Air-bus A320neo θα ενώνει τέσσερις φορές την εβδομάδα τον Διεθνή Αερολιμένα Θεσσαλονίκης "Μακεδονία" με τον Διεθνή Αερολιμένα Λάρνακας. Το δρομολόγιο διευρύνει τις επιλογές του επιβατικού κοινού ενώ παράλληλα δημιουργεί νέες ευκαιρίες αλληλεπίδρασης μεταξύ των δύο δημοφιλών προορισμών.

Έτσι, πέρα από το υφιστάμενο δίκτυο εσωτερικού (Ηράκλειο, Μυτιλήνη, Χίος, Σάμος) και, φυσικά, τις καθημερινές πτήσεις προς Αθήνα από το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης, το επιβατικό κοινό της πόλης έχει στη διάθεσή του την απευθείας σύνδεση με την Λάρνακα για εργασία, σπουδές ή τουρισμό.

Ξεκινώντας από την Κύπρο, η SKY express επεκτείνει το διεθνές πτητικό της πρόγραμμα στη Θεσσαλονίκη, επένδυση που προβλέπεται να ενισχυθεί με νέους προορισμούς εγκαινιάζοντας μια νέα εποχή συνδεσιμότητας και περαιτέρω ανάπτυξης. Παράλληλα, αναβαθμίζει περαιτέρω τη θέση της ιστορικής πόλης και συνολικά της Μακεδονίας ως στρατηγικός κόμβος του δικτύου της.

Οι επιβάτες της SKY express στον Αερολιμένα «Μακεδονία» μπορούν επίσης να απολαμβάνουν το αποκλειστικό lounge που εγκαινίασε πρόσφατα η εταιρεία. Έναν χώρο διακριτικής πολυτέλειας, με αναβαθμισμένες υπηρεσίες και προσεγμένο μενού για όλες τις ώρες.

Όπως τονίζει χαρακτηριστικά ο κ. Βασίλης Κρασανάκης, Διευθυντής Τιμολογιακής Πολιτικής και Δικτύου της SKY express: «Μετά την ονοματοδοσία My Thessaloniki σε ένα από τα καινούργια, σύγχρονα αεροσκάφη μας και τα εγκαίνια του lounge μας τον Ιούλιο, κάνουμε ένα ακόμα μεγάλο βήμα από εδώ, τη Θεσσαλονίκη αυτή τη φορά για να ξεκινήσουμε τις πτήσεις εξωτερικού. Πρώτος προορισμός μας η Κύπρος.

Μια συμβολική αλλά και ουσιαστική κίνηση που αποδεικνύει το έμπρακτο ενδιαφέρον μας για τις αναπτυξιακές προοπτικές της πόλης. Συνδέοντας δύο εξωστρεφείς, ακμαίες περιοχές με τον νεότερο και πιο πράσινο στόλο στη χώρα παρέχουμε περισσότερες επιλογές στους επιβάτες μας και δημιουργούμε πολλαπλασιαστικές ευεργετικές συνέργειες στη Βόρεια Ελλάδα αλλά και στην Κύπρο».

Οι ταξιδιώτες από και προς Θεσσαλονίκη έχουν τη δυνατότητα επιλογής ναύλων μεταξύ SKY joy, SKY joy+ και SKY enjoy. Παράλληλα, το επιβατικό κοινό απολαμβάνει μια ξεχωριστή εμπειρία εν πτήσει με δωρεάν service, αλλά και τις προτάσεις της νέας υπηρεσίας Drinks & Bites με premium προϊόντα.

Σχέδιο ώθησης του καταδυτικού τουρισμού

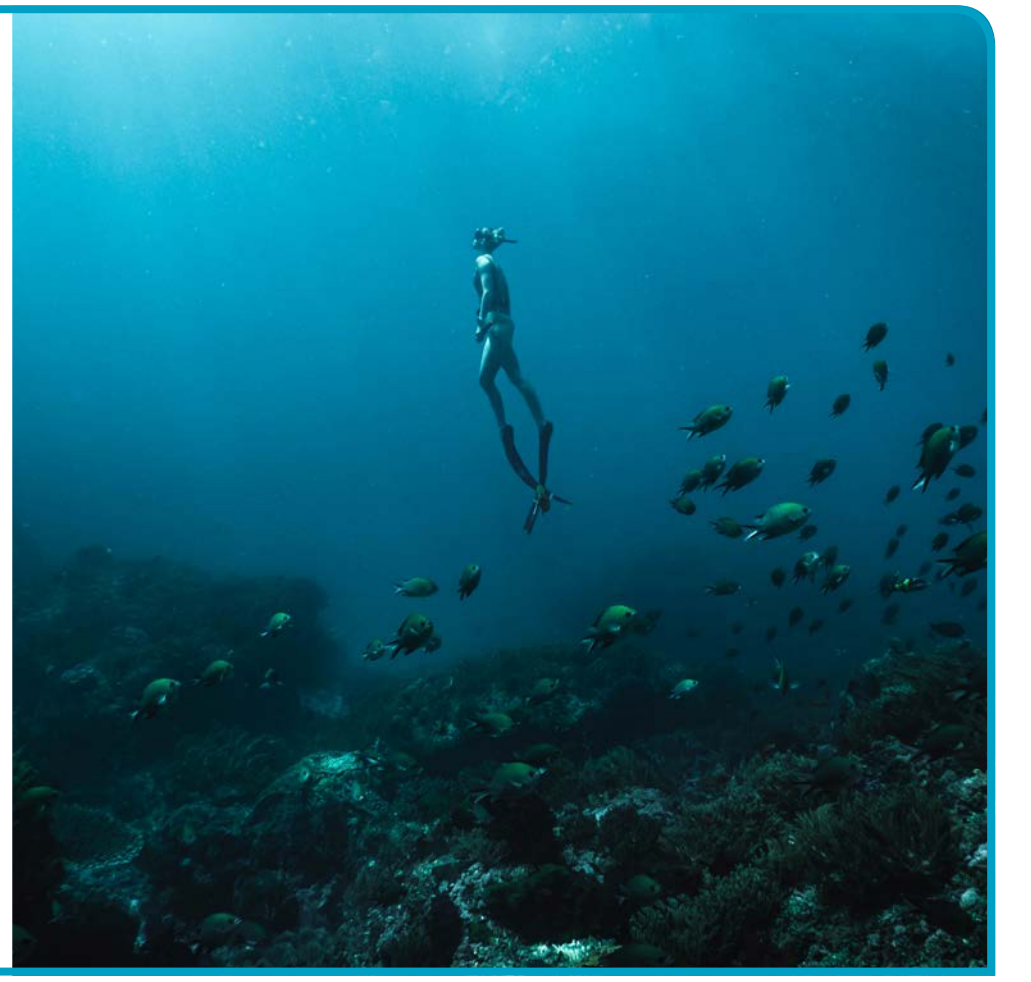
Περαιτέρω ώθηση στη βιομηχανία των καταδύσεων, ως μέρος του τουριστικού προϊόντος της Κύπρου, επιχειρεί και φιλοδοξεί να επιφέρει το Υφυπουργείο Τουρισμού, μέσα από το νέο σχέδιο παροχής οικονομικής στήριξης για την πιστοποίηση υπηρεσιών καταδύσεων.

Ως γνωστό, ο καταδυτικός τουρισμός αποτελεί ένα τομέα στον οποίο το αρμόδιο Υφυπουργείο αποδίδει ξεχωριστή σημασία στο πλαίσιο της γενικότερης προσπάθειας εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας και προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, η μέγιστη δυνατή αξιοποίηση των οποίων θα αποφέρει, τόσο περισσότερα έσοδα στην τουριστική βιομηχανία της Κύπρου όσο και μεγαλύτερο αριθμό τουριστών στην χώρα.

Με το νέο σχέδιο παροχής οικονομικής στήριξης για την πιστοποίηση παροχέων υπηρεσιών καταδύσεων, γίνεται αναθεώρηση παλαιότερων σχεδίων, αλλά κυρίως γίνεται εφικτό οι εκπαιδευτικοί φορείς καταδύσεων να μπορούν να πιστοποιηθούν με το Διεθνές Πρότυπο ISO 24803.

Το σχέδιο παρέχει οικονομική βοήθεια για όσους εξασφαλίσουν τη σχετική πιστοποίηση και επιπρόσθετα, θα προβάλλονται στην ιστοσελίδα και σε όλα τα μέσα του Υφυπουργείου Τουρισμού και θα προσκαλούνται στα περίπτερα των εκθέσεων καταδυτικού τουρισμού που θα συμμετέχει το Υφυπουργείο Τουρισμού, με προτεραιότητα συμμετοχής.

Πηγή: inbusinessnews.reporter.com.cy



«Ανάσα» ο Ιούλιος σε αφίξεις και εισπράξεις

Σημαντική άνοδος καταγράφηκε στην τουριστική κίνηση τον Ιούλιο σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας. Ποια είναι τα ποσοστά, τα κέρδη σε σχέση με πέρυσι και ποια η συνολικότερη εικόνα

Θετική είναι η αποτίμηση για τη φετινή σεζόν, σύμφωνα με τα στοιχεία που δημοσίευσε η Τράπεζα της Ελλάδας για το διάστημα Ιανουαρίου – Ιουλίου, την ίδια ώρα όμως αποτελούν και επιβεβαίωση των εκτιμήσεων που υπήρξαν στην αρχή της υγειονομικής κρίσης για το χρόνο που θα χρειαστεί προκειμένου να ανακάμψει η τουριστική κίνηση στα επίπεδα προ πανδημίας.

Συγκεκριμένα με τα νούμερα όπως τα παρουσίασε η ΤτΕ, το ταξιδιωτικό ισοζύγιο παρουσίασε πλεόνασμα 2.138 εκατ. ευρώ τον Ιούλιο του 2021 και 2.964 εκατ. ευρώ την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2021. Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αυξήθηκαν κατά 235,6% τον Ιούλιο του 2021 και κατά 139,7% την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2021. Η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση αυξήθηκε κατά 240,2% τον Ιούλιο του 2021 και κατά 51,4% την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2021.

Με δεδομένο ότι ο Αύγουστος, για το οποίο θα έχουμε αναλυτικά στοιχεία στα τέλη Οκτωβρίου, είναι ο πιο «θερμός» τουριστικά μήνας, είναι βάσιμες οι ελπίδες πως η φετινή τουριστική κίνηση θα πλησιάσει τουλάχιστον επί του συνόλου τους στόχους που είχαν τεθεί για το 50% του 2019. Στην πράξη αυτό που βλέπουμε είναι από τη μία η ανάγκη του κόσμου να ταξιδέψει και να πάει διακοπές, ιδίως στις χώρες της ΕΕ, και από την άλλη τα αποτελέσματα των μέτρων που επέβαλλαν οι κυβερνήσεις στην Ευρώπη για την αντιμετώπιση της πανδημίας. Τα αντιφατικά μηνύματα, οι λίστες επικινδυνότητας με τις χώρες - προορισμούς, τα μέτρα για καραντίνα που έρχονταν και αποσύρονταν, οδήγησαν σε περιορισμό της σεζόν τον Ιούλιο και τον Αύγουστο, ωστόσο θετικό είναι πως καταγράφηκε διεύρυνση της σεζόν και τον Σεπτέμβριο.

Παρά τις αρχικές ενδείξεις για άνοδο της μέσης τουριστικής δαπάνης με τα στοιχεία του Ιουλίου διαπιστώνεται αμυδρή μείωση της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι της τάξεως του 1,9%. Βλέποντας τα νούμερα ανά τουριστική αγορά, αύξηση κατά 190,4% εμφάνισαν οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 1.549 εκατ. ευρώ, ενώ οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών εκτός της ΕΕ-27 αυξήθηκαν κατά 393,2% (Ιούλιος 2021: 712 εκατ. ευρώ, Ιούλιος 2020: 144 εκατ. ευρώ). Η αύξηση των εισπράξεων από κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27 ήταν αποτέλεσμα της αύξησης των εισπράξεων από κατοίκους των χωρών της ζώνης του ευρώ κατά 179,7% (Ιούλιος 2021: 1.172 εκατ. ευρώ, Ιούλιος 2020: 419 εκατ. ευρώ), καθώς και των εισπράξεων από κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27 εκτός της ζώνης του ευρώ κατά 229,1%, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 377 εκατ. ευρώ. Ειδικότερα, όσον αφορά τις σημαντικότερες χώρες προέλευσης

Με τα στοιχεία του Ιουλίου διαπιστώνεται αμυδρή μείωση της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι της τάξεως του 1,9%

ταξιδιωτών από τη ζώνη του ευρώ, οι εισπράξεις από τη Γερμανία αυξήθηκαν κατά 106,7% και διαμορφώθηκαν στα 396 εκατ. ευρώ, και αυτές από τη Γαλλία κατά 306,1% στα 240 εκατ. ευρώ. Από τις χώρες εκτός της ΕΕ-27, αύξηση κατά 237,0% παρουσίασαν οι εισπράξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 231 εκατ. ευρώ, ενώ οι εισπράξεις από τις ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 3.523,5% και διαμορφώθηκαν στα 151 εκατ. ευρώ. Οι εισπράξεις από τη Ρωσία παρουσίασαν επίσης αύξηση κατά 6.591,0% και διαμορφώθηκαν στα 31 εκατ. ευρώ.

Θα πρέπει να επισημανθεί πάντως πως τα στοιχεία συγκρινόμενα το 2019 -η οποία ήταν χρονιά ρεκόρ- στις αφίξεις, είναι ενδεικτικά για να βγουν συμπεράσματα ως προς τον χρόνο που θα χρειαστεί για την ανάκαμψη. Σε σύγκριση με τη χρονιά προ πανδημίας οι αφίξεις πιάνουν το 31% και οι εισπράξεις το 37% για το αντίστοιχο διάστημα Ιανουαρίου - Ιουλίου. Όπως προαναφέρθηκε με την προσθήκη του Αυγούστου και του Σεπτεμβρίου τα ποσοστά αυτά να ανέβουν προς τα πάνω και να πλησιάσουν ή και να πιάσουν το πολυπόθητο 50% που είχε τεθεί σαν στόχος.

Σε σύγκριση με το 2019 οι αφίξεις πιάνουν το 31% και οι εισπράξεις το 37% για το αντίστοιχο διάστημα Ιανουαρίου - Ιουλίου

Παράγοντες της τουριστικής αγοράς και αναλυτές, όταν ξέσπασε η πανδημία, εκτιμούσαν πως θα χρειαστούν 4 με 5 χρόνια για να επανέλθουμε σε αφίξεις και εισπράξεις και η προσέγγιση αυτή δείχνει να επιβεβαιώνεται με την προϋπόθεση πως δε θα υπάρξουν προσεχώς άλλες δυσάρεστες εκπλήξεις. Τη δική του σημασία έχει το γεγονός πως η μερίδα του λέοντος στις εισπράξεις προέρχεται από τις χώρες του ευρώ, ενώ η Βρετανία βρέθηκε μάλλον κάτω από τα αναμενόμενα. Αιτία για αυτό δεν φαίνεται να είναι τόσο αποτέλεσμα του Brexit, όσο των κινήσεων της βρετανικής κυβέρνησης που όχι μόνο άργησε να ανάψει «πράσινο» φως για τα ταξίδια, αλλά κατόπιν έστειλε ουκ ολίγα αντιφατικά μηνύματα στους ταξιδιώτες, φέρνοντας και τον τουριστικό κλάδο της Βρετανίας στα πρόθυρα νευρικής κρίσης. Με βάση τα παραπάνω δεν είναι παράλογο να περιμένει κανείς ότι στο μέλλον οι αφίξεις των Βρετανών θα είναι πολύ περισσότερες.

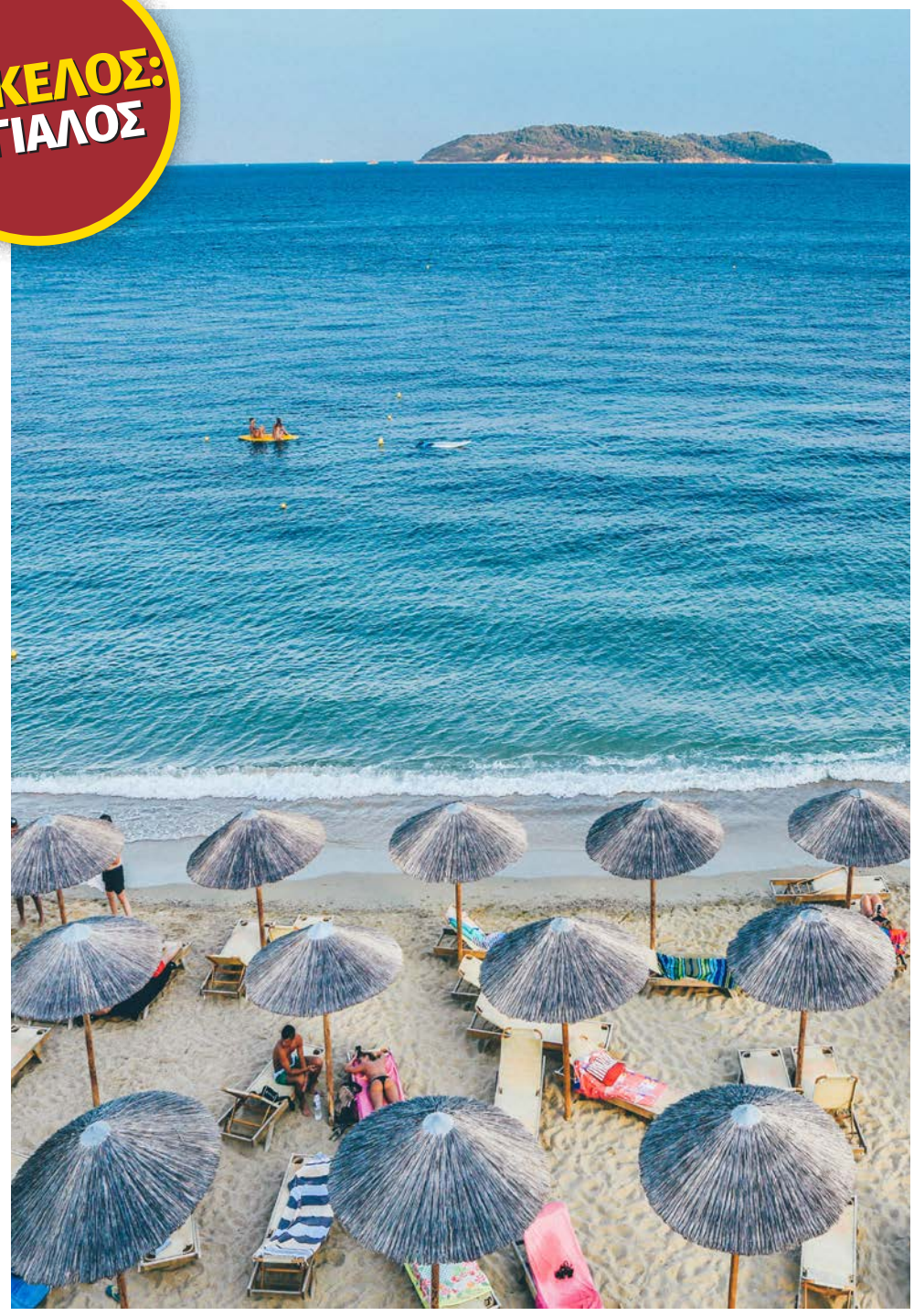
Προτού φτάσουμε όμως στην επόμενη θερινή σεζόν, είναι πολύ σημαντικό το τι θα γίνει την χειμερινή περίοδο, η οποία πέρυσι απλά δεν υπήρξε. Αν φέτος λειτουργήσουν ομαλά οι χειμερινοί προορισμοί θα υπάρχουν πρόσθετα οφέλη στον τελικό απολογισμό του έτους για την τουριστική κίνηση. Για το θέμα αυτό θα χρειαστούν παρεμβάσεις προκειμένου να τονωθεί η κίνηση στον Ορεινό Όγκο.

Καταληκτικά παρά τις θετικές επιδόσεις που καταγράφηκαν το καλοκαίρι δεν πρέπει να αγνοούνται οι απώλειες του 2020. Ο Ιούλιος έδωσε «ανάσα» και νέα πνοή στον ελληνικό τουρισμό, ωστόσο είναι βέβαιο πως θα χρειαστούν μέτρα στήριξης των τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και των εργαζομένων και τη φετινή χρονιά, για να μπορέσουν να ξεπεραστούν οι ζημιές της πανδημίας και να ορθοποδήσει ο τουριστικός κλάδος.

ΦΑΚΕΛΟΣ: ΑΙΓΙΑΛΟΣ

Χτίζοντας νομοσχέδια... στην άμμο

Σφοδρές αντιδράσεις έχουν προκαλέσει οι διατάξεις που περιλαμβάνονται στο νομοσχέδιο του Υπουργείου Ανάπτυξης, οι οποίες στο όνομα των στρατηγικών επενδύσεων προβλέπουν την εκτέλεση έργων στην παράκτια ζώνη κατά παρέκκλιση όλων των πολεοδομικών και περιβαλλοντικών διατάξεων



Στις 26 Αυγούστου το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων έθεσε σε δημόσια διαβούλευση το νομοσχέδιο «Στρατηγικές επενδύσεις και βελτίωση του επενδυτικού περιβάλλοντος μέσω της επιτάχυνσης διαδικασιών στις ιδιωτικές και στρατηγικές επενδύσεις». Όπως έχει γίνει ήδη γνωστό και έχει σχολιασθεί ποικιλοτρόπως το νομοσχέδιο περιλαμβάνει και διατάξεις για τον αιγιαλό που έχουν προκαλέσει έντονες αντιδράσεις από φορείς και επαγγελματίες.

Συγκεκριμένα οι διατάξεις που προτείνονται προβλέπουν fast track διαδικασίες κατά παρέκκλιση όλων των πολεοδομικών και περιβαλλοντικών διατάξεων που ισχύουν, πάντα στο όνομα της ανάπτυξης και της προσέλκυσης μεγάλων επενδύσεων. Επιπλέον, όπως αναφέρεται στο άρθρο 5 του νομοσχεδίου επιτρέπουν την «παραχώρηση στον φορέα της επένδυσης του δικαιώματος χρήσης αιγιαλού, παραλίας, συνεχόμενου ή παρακείμενου θαλάσσιου χώρου ή του πυθμένα».

Ακόμα χειρότερα προβλέπεται η απαγόρευση της χρήσης του αιγιαλού από τρίτα πρόσωπα «κατ' οποιονδήποτε τρόπο». Κοινώς εκεί που θα γίνει η επένδυση δεν θα μπορεί κάποιος να κάνει μπάνιο ή να επισκεφθεί την παραλία, αν αυτή του η επίσκεψη δεν συνάδει με τους όρους που θέτει ο επενδυτής.

Δικαίως θα μπορούσε να παρατηρήσει κανείς πως, σε ένα βαθμό, συζητούμε για πρακτικές που υπάρχουν ήδη και ουδείς τις εμποδίζει. Για παράδειγμα στην Αττική υπάρχουν παραλίες, όπου χρειάζεται να πληρώσεις είσοδο στο κατάστημα για να εισέλθεις και συνήθως με το αντίτιμο μπορεί ο λουόμενος να καταναλώσει προϊόντα που προσφέρει το κατάστημα. Από το σημείο αυτό όμως, μέχρι να δοθεί μια ακτή σε ιδιώτες για αποκλειστική χρήση και να επιτρέπεται να εκτελεστούν ακόμη και βαριά έργα, τροποποίησης της ακτογραμμής ή και του πυθμένα υπάρχει μια απόσταση.

Ενδεικτικά είναι τα σχόλια που έχουν κατατεθεί στη διαβούλευση για τα άρθρα 3, 4 και 5 και στο σύνολό τους είναι αρνητικά. Στο πλαίσιο της παρουσίασης του θέματος ορισμένα από αυτά παρατίθενται για να μπορέσουν και οι αναγνώστες να βγάλουν τα δικά τους συμπεράσματα. Σχεδόν ομόφωνα στα σχόλια τονίζεται ότι οι συγκεκριμένες διατάξεις δεν συνάδουν με το άρθρο 24 του Συντάγματος, αλλά ούτε και με την ευρωπαϊκή νομοθεσία και ειδικότερα με την οδηγία της ΕΕ για τον Θαλάσσιο Χωροταξικό Σχεδιασμό, αλλά και την απόφαση του 2008 του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου για την διαχείριση των παράκτιων ζωνών της Μεσογείου.

Τα παραπάνω, πέρα με το αν κανείς συμφωνεί ή διαφωνεί με τις διατάξεις, πρακτικά σημαίνουν πως ακόμη και αν ψηφιστεί ως έχει ο νόμος, στην πρώτη προσπάθεια επένδυσης σε αιγιαλό θα ακολουθήσουν προσφυγές στο ΣτΕ και στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο. Οι προσφυγές θα «παγώσουν» τα όποια έργα και αντί fast track διαδικασίες, επενδυτές και τοπική κοινωνία θα «εγκλωβιστούν» σε μια πολύχρονη δικαστική διαδικασία. Προτού όμως καν υπάρξει κάποια επένδυση δεν είναι καθόλου απίθανο να καταπέσουν τα συγκεκριμένα άρθρα ως αντισυνταγματικά.

Το νομοσχέδιο προβλέπει την απαγόρευση της χρήσης από τρίτα πρόσωπα στις παραλίες που θα πραγματοποιηθούν στρατηγικές επενδύσεις, «κατ' οιονδήποτε τρόπο»

Οι διατάξεις προβλέπουν επίσης ότι ο επενδυτής θα κάνει τα έργα, αλλά τα κτίσματα που θα προκύψουν περιέρχονται αυτομάτως στην κυριότητα του δημοσίου και ο κατασκευαστής τους θα μπορεί να τα εκμισθώνει. Αναλυτικά η συγκεκριμένη διάταξη αναφέρει πως «τα ακίνητα, που δημιουργούνται από τη μετατόπιση προς τη θάλασσα του ορίου του αιγιαλού, λόγω κατασκευής ή επέκτασης των έργων ή προσχώσεων, καταγράφονται ως δημόσια κτήματα και περιέρχονται στην ιδιοκτησία του ελληνικού Δημοσίου, μπορεί

Το λάθος δεν διορθώνεται με ένα ακόμη λάθος...

Είναι γεγονός πως η δημόσια διοίκηση της χώρας δεν είναι αυτή που θα έπρεπε. Η όποια απόπειρα επένδυσης θα περάσει από «σαράντα κύματα», θα κολλήσει στα γρανάζια της γραφειοκρατίας, θα μπλοκάρει εξαιτίας προσφυγών στα ελληνικά δικαστήρια και σε πολλές περιπτώσεις οι όποιοι επενδυτές Έλληνες ή ξένοι απαυδούν και εγκαταλείπουν την προσπάθεια. Η λύση σε αυτό το άσχημο τοπίο σαφώς δεν είναι να προσπαθείς να υπερκεράσεις όλα αυτά τα εμπόδια φέρνοντας μια διάταξη που «καταργεί» ό,τι ισχύει πολεοδομικά και περιβαλλοντικά. Το πρόβλημα δεν είναι κανόνες οι οποίοι καλώς υπάρχουν. Το πρόβλημα είναι οι φορείς ελέγχου, έγκρισης και αδειοδότησης. Για παράδειγμα όταν ένας επιχειρηματίας θαλάσσιων σπορ επιχειρεί να πάρει άδεια λειτουργίας το πρόβλημα δεν είναι ότι πρέπει να πάρει την άδεια αυτή από τον δήμο. Το ότι η άδεια μπορεί να βγει με εκνευριστική καθυστέρηση και ο άνθρωπος μπορεί να χάσει τη σεζόν δεν φταίει ο κανόνας, αλλά ο δήμος. Η επιλογή του υπουργείου Ανάπτυξης με τις «κατά παρέκκλιση» επενδύσεις, είναι άτυπα και μια ομολογία ότι «αδυνατούμε να βελτιώσουμε την δημόσια διοίκηση και για τούτο προσπαθούμε να την υπερπηδήσουμε». Αυτό είναι ίσως το πιο λυπηρό από όλα. Αν δεν λυθεί αυτό το ζήτημα, αν δεν πάψει η πολυνομία, αν δεν περιοριστεί η γραφειοκρατία, αν δεν επιταχυνθούν οι διαδικασίες σε όλες τις βαθμίδες του δημοσίου, επενδύσεις σοβαρές δεν θα έρθουν, όσες «κατά παρέκκλιση» διατάξεις και αν ψηφιστούν στη Βουλή.

δε να παραχωρούνται κατά χρήση ή να εκμισθώνονται στον κύριο του έργου των Στρατηγικών Επενδύσεων. Το αντάλλαγμα χρήσης και το μίσθωμα καθορίζονται από την αρμόδια Κτηματική Υπηρεσία και ανταποκρίνονται στις τρέχουσες μισθωτικές αξίες της περιοχής». Άρα η όποια επένδυση θα συνοδεύεται με μακροχρόνιες παραχωρήσεις και λογικά κάποια περίοδο άνευ αντιτίμου για την απόσβεση της επένδυσης.

Ο αναπληρωτής υπουργός Ανάπτυξης Νίκος Παπαθανάσης απαντώντας στις επικρίσεις για τις διατάξεις που αφορούν τον αιγιαλό, έδειξε τα πρώτα σημάδια αναδίπλωσης λέγοντας πως το θέμα προτάθηκε απλώς για συζήτηση και δεν είναι δεδομένο πως θα φθάσει στη Βουλή.

Κάπου εδώ είναι που χάνεται και η ουσία του πράγματος. Χάνεται διότι σαφώς υπάρχει ανάγκη επενδύσεων στον θαλάσσιο χώρο. Στην «itn Ελληνικός Τουρισμός» επανειλημμένα φορείς έχουν τονίσει την ανάγκη για την δημιουργία υποδομών, όπως οι μαρίνες, που λείπουν από την χώρα. Υποδομές που μπορούν να αναβαθμίσουν συνολικά το τουριστικό προϊόν της χώρας. Το οποίο τουριστικό προϊόν την ίδια ώρα όμως εξαρτάται, συντηρείται και αναπτύσσεται πρωτίστως από το περιβάλλον, από το φυσικό κάλλος. Δεν είναι δυνατόν λοιπόν το ένα να αναιρεί το άλλο, ιδιαίτερα σήμερα που στο επίκεντρο βρίσκεται ο βιώσιμος τουρισμός.

Τα δεδομένα δείχνουν πως οι επιλογές του υπουργείου Ανάπτυξης δεν θα έχουν αίσιο τέλος. Να πούμε επίσης πως στα σχόλια απλών πολιτών και όχι φορέων δεν έλειψαν και οι κατηγορίες για πριμοδότηση των συμφερόντων μεγαλοεπενδυτών σε βάρος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της χώρας. Θα πρέπει τέλος να σημειωθεί πως ανάλογη προσπάθεια ιδιωτικοποίησης των ακτών είχε επιχειρηθεί και το 2014 επί κυβέρνησης Σαμαρά η οποία είχε άδοξο τέλος.

Οι κίνδυνοι αν υπερψηφιστούν οι επίμαχες διατάξεις

Το πραγματικό ερώτημα είναι γιατί η κυβέρνηση προχώρησε σε αυτές τις επιλογές. «Κακιές γλώσσες» λένε πως οι συγκεκριμένες διατάξεις είναι μάλλον «φωτογραφικές» υπέρ συγκεκριμένων πρότζεκτ και ενδεχομένως πίστευαν πως με την διαβούλευση να ξεκινά μέσα Αυγούστου, ενδεχομένως να μην γίνονταν αντιληπτές. Αυτό δεν συνέβη, αλλά θα πρέπει να εξετάσουμε τι θα συμβεί αν το υπουργείο Ανάπτυξης επιμείνει, φέρει τις διατάξεις στη Βουλή και υπερψηφιστούν.

Το νομικό κομμάτι το αναφέραμε και στο βασικό κείμενο. Δεν υπάρχει περίπτωση να μην τεθεί θέμα αντισυνταγματικότητας και παραβίασης της ευρωπαϊκής νομοθεσίας. Πέραν αυτού όμως, αν επιτραπούν επεμβάσεις στην ακτογραμμή τι θα σημαίνει για το περιβάλλον; Ποιες είναι οι απειλές που αναδύονται;

Στο σχόλιο που κατέθεσε στη διαβούλευση το Επιμελητήριο Περιβάλλοντος και Βιώσιμης Ανάπτυξης σημειώνει πως σύμφωνα με τον καθηγητή Γεώργιο Χρόνη, τέως Δ/ντη του Ελληνικού Κέντρου Θαλασσίων Ερευνών και θεσμικό επιστημονικό σύμβουλο της κυβέρνησης, η μετατόπιση του αιγιαλού προς το υδρογραφικό μηδέν της ακτογραμμής λόγω της προώθησής της (εξαιτίας των κατασκευών επάνω σε αυτή), θα προκαλέσει αλλοίωση στην εγκάρσια διατομή της παραλίας με αποτέλεσμα την διατάραξη της υδροδυναμικής ισορροπίας.

Το Επιμελητήριο σημειώνει πως στο άρθρο 5 του νομοσχεδίου επιτρέπεται η δημιουργία «ακόμα και προσχώσεων». «Η αναγραφόμενη πρόταση είναι τελείως αόριστη και επικίνδυνη. Όπως είναι άλλωστε γνωστό, η Συνθήκη της Βαρκελώνης απαγορεύει το dapping στη θάλασσα. Οι ακτογραμμές της Χώρας έχουν ήδη υποστεί την μεγαλύτερη περιβαλλοντική ασέλγεια μέσα από προγράμματα "αναβάθμισης". Χιλιάδες είναι τα παραδείγματα όπως η παραλία της Κατερίνης, της Κρήτης, οι ακτές στην βόρεια Πελοπόννησο κ.λπ.», αναφέρεται χαρακτηριστικά.

Το άλλο θέμα που δείχνει να αγνοεί παραδειγματικά το υπουργείο είναι αυτό της κλιματικής κρίσης. Φαίνεται πως τα όσα έγιναν πέρυσι τον χειμώνα και όσα καταστροφικά ακολούθησαν το καλοκαίρι, κάποιοι τα θεωρούν τυχαία φαινόμενα. Η άνοδος της στάθμης της θάλασσας είναι από τα βασικά χαρακτηριστικά της βίαιης κλιματικής μεταβολής, εξαιτίας των πάγων που λιώνουν στους πόλους. Αναρωτιέται κανείς πώς είναι δυνατόν να καταστρώνονται επενδύσεις επί χάρτου, χωρίς να λαμβάνεται υπόψιν αυτή η κρίσιμη παράμετρος. Ακόμη και αν σε μια επένδυση τηρηθούν κατά γράμμα οι περιβαλλοντικοί όροι, υπάρχει αυξημένος κίνδυνος για τις υποδομές απέναντι σε ακραία καιρικά φαινόμενα.

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΟΥΚΑΣ ΔΗΜΑΡΧΟΣ ΜΥΚΟΝΟΥ

Κερκόπορτα για την κατάληψη αιγιαλού και παραλίας

ΔΗΜΟΣΙΕΥΟΥΜΕ τα σημαντικότερα σχόλια που αναρτήθηκαν στη διαβούλευση για το νομοσχέδιο

ΦΑΚΕΛΟΣ: ΑΙΓΙΑΛΟΣ

Η βιώσιμη και μακροπρόθεσμη ανάπτυξη δεν είναι τα μεγαθήρια πάνω σε αιγιαλούς και παραλίες, αλλά οι πάντα καθαρές και ελεύθερα προσβάσιμες παραλίες οι οποίες αποτελούν πηγή ζωής για τους κατοίκους και ασφαλώς τον πόλο έλξης των τουριστών

Το άρθρο 5 αποτελεί σαφώς την κερκόπορτα να καταληφθούν οι κοινόχρηστοι χώροι αιγιαλού και παραλίας, κατάληψη που εξικνείται έως την δόμηση, με αποτέλεσμα να μπαίνει και η ταφόπλακα σε κάθε περιβαλλοντικό κεκτημένο: εκκινώντας από την αποδόμηση της διαδικασίας περιβαλλοντικής αδειοδότησης, επιτρέποντας να γίνει υλοποίηση στρατηγικής επένδυσης ΕΝΤΟΣ δικτύου NATURA, θεσπίζοντας δυνατότητα πλήθους πολεοδομικών παρεκκλίσεων από τους ισχύοντες όρους δόμησης, χωρίς καμία απολύτως περιβαλλοντική εγγύηση, το νομοσχέδιο έρχεται στο άρθρο 5 να ρίξει αυλαία και για τους αιγιαλούς και τις παραλίες και στην πραγματικότητα να ματαιώσει και αποτρέψει στο μέλλον αυτό ακριβώς το οποίο δήθεν υπηρετεί: την ανάπτυξη. Και από την διοικητική διαδικασία παραχώρησης της απλής χρήσης αιγιαλού στον στρατηγικό επενδυτή, απουσιάζουν οι νησιωτικοί δήμοι ως sine qua non μέρη της σχετικής αδειοδοτικής διαδικασίας, που εξ ορισμού είναι οι μόνοι που γνωρίζουν την ευαισθησία των θαλασσίων οικοσυστημάτων των οικείων περιοχών, την επιβάρυνση που τούτα υποδέχονται ιδίως τους θερινούς μήνες και τα προβλήματα που ανακύπτουν για όλο το νησί από τον (υπερ)κορεσμό των τουριστικών επενδύσεων ιδίως στα μικρά νησιά που είναι επιδεκτικά ήπιας ανάπτυξης.

Η βιώσιμη και μακροπρόθεσμη ανάπτυξη όμως δεν είναι τα μεγαθήρια πάνω σε αιγιαλούς και παραλίες, που θα αποδώσουν ενδεχομένως εφήμερα και με ταχύτητα, αλλά είναι οι πάντα καθαρές και ελεύθερα προσβάσιμες παραλίες στις οποίες πρέπει να επενδύουμε και οι οποίες αποτελούν πηγή ζωής για τους κατοίκους που διαβιούν σε αυτές και ασφαλώς τον πόλο έλξης των τουριστών. Γι' αυτό φύσει και θέσει (πρέπει να) προορίζονται για όλους.

WWF HELLAS

Ευνοείται η αλλοίωση της παράκτιας ζώνης

Σε καιρό κλιματικής κρίσης, η προστασία της παράκτιας ζώνης πρέπει να αντιμετωπιστεί ως ζήτημα επείγουσας προτεραιότητας για την προστασία ανθρώπων και υποδομών από κλιματικές καταστροφές
Η διάταξη σε κάποιον βαθμό απηχεί ισχύουσες ρυθμίσεις (8 ν. 3894/2010, 14-14α ν. 3986/2011). Σε κάθε περίπτωση, και για τους λόγους που αναλύονται στη συνέχεια, το ισχύον καθεστώς επιδεινώνεται.
Πρώτον, θα πρέπει να σημειωθεί ότι το σημερινό καθεστώς για τις στρατηγικές επενδύσεις επιτρέπει την απαγόρευση χρήσης των παράκτιων εκτάσεων της στρατηγικής επένδυσης, αλλά μόνο εφόσον πρόκειται για «ακίνητα που δημιουργούνται από τη μετατόπιση προς τη θάλασσα του ορίου του αιγιαλού, λόγω κατασκευής ή επέκτασης ...έργων ή προσχώσεων» (πρβλ. 8 παρ. 4 και παρ. 5 ν. 3894/2010). Αντιθέτως, η προτεινόμενη διάταξη προβλέπει την απαγόρευση χρήσης σε όλες τις περιπτώσεις παραχώρησης χρήσης και αιγιαλού (πρβλ., συνδυαστικά, παρ. 6, 4 και 3). Με τον τρόπο αυτόν, το νομοσχέδιο δημιουργεί και ένα κίνητρο που ευνοεί την αλλοίωση με τεχνικά έργα του φυσικού αναγλύφου της παράκτιας ζώνης, ενώ θα έπρεπε να διασφαλίσει ακριβώς το αντίθετο – στρατηγικές επενδύσεις που εντάσσονται, στον μέγιστο δυνατό τεχνικά βαθμό, στο φυσικό ανάγλυφο της πολλαπλώς απειλούμενης παράκτιας ζώνης.
Δεύτερον, το νομοσχέδιο και η ισχύουσα ρύθμιση αντιφάσκουν, διότι η «παραχώρηση απλής χρήσης» (παρ. 3) – δηλαδή, η παραχώρηση που δεν θίγει τον κοινόχρηστο χαρακτήρα – είναι ασυμβίβαστη με την απαγόρευση χρήσης του αιγιαλού από τρίτους (παρ. 6). Θα έπρεπε, συνεπώς, να διατυπωθεί με ακρίβεια η νομοθετική βούληση, δηλαδή ο αποκλεισμός της παραλίας στους τρίτους, προκειμένου τουλάχιστον να διευκολυνθεί η διαβούλευση και η αξιολόγησή της.
Τρίτον, επισημαίνουμε τη μεγάλη διεύρυνση της έννοιας της στρατηγικής επένδυσης, που εισάγει το νομοσχέδιο (πρβλ. 1 παρ. 1 ν. 3894/2010, σε σχέση με το άρθρο 1 του νομοσχεδίου).
Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι το Πρωτόκολλο Ολοκληρωμένης Διαχείρισης της Παράκτιας Ζώνης, που είναι μέρος του εθνικού και ενωσιακού δικαίου, απαιτεί χωροταξικό σχεδιασμό της παράκτιας ζώνης [άρθ. 6 στ) και 20 του Πρωτοκόλλου]: η απαίτηση αυτή δεν ικανοποιείται ούτε από τα ΕΣΧΑΣΕ του άρθρου 10 – που συντάσσονται εκ των υστέρων για να εξυπηρετήσουν την επένδυση, και σε κάθε περίπτωση δεν είναι υποχρεωτικά – ούτε, πολύ περισσότερο, στην περίπτωση που δεν συντάσσονται ΕΣΧΑΣΕ (πρβλ. παρ. 2).
Σε καιρό κλιματικής κρίσης, η προστασία της παράκτιας ζώνης πρέπει να αντιμετωπιστεί ως ζήτημα επείγουσας προτεραιότητας για την προστασία ανθρώπων και υποδομών από κλιματικές καταστροφές. Δυστυχώς, το νομοσχέδιο αυτό κατευθύνει την αναπτυξιακή πορεία της χώρας προς την αντίθετη κατεύθυνση και επιδεινώνει τόσο την τρωτότητα των στρατηγικών επενδύσεων όσο και το οικονομικό κόστος από ακραία καιρικά φαινόμενα.

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Χαριστική βολή στη μακροχρόνια κακοποίηση των ακτών της χώρας

Ο νομοθέτης δηλώνει, απερίφραστα πλέον, ότι ο αιγιαλός, η παραλία και η θάλασσα παύουν να είναι οικοσυστήματα και κοινόχρηστα δημόσια αγαθά. Παύουν να υπόκεινται στους φυσικούς νόμους που αναγνωρίζει η επιστήμη και στους νομικούς περιορισμούς που επιβάλλονται από τη διεθνή νομοθεσία και δεσμεύουν τη χώρα

Η παράκτια ζώνη (αιγιαλός, παραλία, θαλάσσιος χώρος, πυθμένας) αποτελεί ένα ενιαίο και δυναμικό οικοσύστημα εξαιρετικά ευαίσθητο από τη φύση του. Η διαμόρφωση της παράκτιας ζώνης καθορίζεται από φυσικούς ουσιαστικούς παράγοντες, οι κυριότεροι των οποίων είναι ο υδροδυναμικός (προσπίπτων κυματισμός), ο ατμοσφαιρικός (ροή μέσω ποταμών και βροχοπτώσεων) και η λιθολογική της σύσταση. Όσο μακροχρόνια είναι η διαδικασία επίτευξης οικολογικής ισορροπίας στο οικοσύστημα αυτό, τόσο εύκολη και γρήγορη είναι και η αποσταθεροποίησή του εξαιτίας των ανθρωπίνων παρεμβάσεων. Παρεμβάσεις που καθίστανται όλο και πιο επικίνδυνες και καταστροφικές υπό το κράτος της κλιματικής αλλαγής.

Όλα τα παραπάνω τα γνωρίζει εδώ και χρόνια η επιστήμη (παράκτια γεωλογία, ιζηματολογία, γεωλογική ωκεανογραφία). Τα επιβάλλει το Σύνταγμα (άρθρο 24), η αρχή της βιώσιμης ανάπτυξης και η διεθνής και ενωσιακή νομοθεσία (αρχές Ολοκληρωμένης Διαχείρισης της Παράκτιας Ζώνης [Integrated Coastal Zone Management], αρχές της Θαλάσσιας Στρατηγικής [Marine Strategy] και του Θαλάσσιου Χωροταξικού Σχεδιασμού [Maritime Spatial Planning], η Σύμβαση της Βαρκελώνης για την προστασία της Μεσογείου, το Πρωτόκολλο για την Ολοκληρωμένη Διαχείριση των Παράκτιων Ζωνών της Μεσογείου, κυρωθέν με την απόφαση του Συμβουλίου Ε.Ε. 4/12/2008 κ.λπ.). Τα επικυρώνει παγίως και η νομολογία του Συμβουλίου της Επικρατείας*. Ο μόνος που φαίνεται να μην τα γνωρίζει είναι ο Έλληνας νομοθέτης. Επιμένει διαχρονικά και πεισματικά να θεωρεί την παράκτια ζώνη, τον αιγιαλό, ακόμα και το θαλάσσιο χώρο, ως ιδιωτική του περιουσία, την οποία μπορεί να μεταχειρίζεται κατά το δοκούν.

Το προτεινόμενο νομοσχέδιο δίνει τη χαριστική βολή στη μακροχρόνια κακοποίηση των ακτών της χώρας. Έχουν προηγηθεί αμέτρητες καταπατήσεις, αυθαίρετες ανοικοδομήσεις, χαριστικές παραχωρήσεις και πλήθος διατάξεων που ροκανίζουν αποσπασματικά τα παράκτια οικοσυστήματα. Έχει προηγηθεί η απόπειρα ιδιωτικοποίησης του αιγιαλού και της παραλίας το 2014, μέσω μιας επιστημονικά διάτρητης διαδικασίας καθορισμού των οριογραμμών τους, η οποία ματαιώθηκε τότε χάρη στην έντονη αντίδραση πολιτών και φορέων σε πανελλαδικό επίπεδο.

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ & ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΟΣ

Σήμερα επιχειρείται απροκάλυπτα κάτι πολύ πιο ριζικό και επικίνδυνο. Επικίνδυνο τόσο περιβαλλοντικά όσο και κοινωνικά. Ο νομοθέτης δηλώνει, απερίφραστα πλέον, ότι ο αιγιαλός, η παραλία και η θάλασσα παύουν να είναι οικοσυστήματα και κοινόχρηστα δημόσια αγαθά. Παύουν να υπόκεινται στους φυσικούς νόμους που αναγνωρίζει η επιστήμη και στους νομικούς περιορισμούς που επιβάλλονται από τη διεθνή νομοθεσία και δεσμεύουν τη χώρα. Παύουν να ανήκουν σε όλους. Τέλος η ελεύθερη πρόσβαση των πολιτών σε θάλασσες και ακτές και η απόλαυσή τους σύμφωνα με τον προορισμό τους.

Από δω και πέρα η παράκτια ζώνη αντιμετωπίζεται ως το ελκυστικό αντάλλαγμα που προσφέρεται στους επίδοξους επενδυτές, στρατηγικούς και μη, προκειμένου να τους δελεάσει. Μπορούν να την μπαζώσουν, να δημιουργήσουν προσχώσεις, ακόμα και νησιά, να την αποκλείσουν από κάθε πρόσβαση, να την οικοδομήσουν και γενικά να τη μεταχειριστούν με όποιο τρόπο έχει φανταστεί το επενδυτικό τους σχέδιο. Και επιπλέον δεν χρειάζεται να ανησυχούν για όρους και απαγορεύσεις. Σύμφωνα με τα άρθρα 3, 4 και 5 του νομοσχεδίου, το κάθε επενδυτικό σχέδιο θα αντιμετωπίζεται ξεχωριστά. Ο επενδυτής θα εξασφαλίζει ειδικό κατά παρέκκλιση προνομιακό καθεστώς που θα προτείνει ο ίδιος και θα εγκρίνεται με συνοπτικές ad hoc διαδικασίες (ευτυχώς πάντως προβλέπεται επταήμερη διαβούλευση!). Τα ειδικά αυτά πολεοδομικά καθεστώτα θα απαλλάσσουν το εκάστοτε επενδυτικό σχέδιο από τους χωροταξικούς, πολεοδομικούς και περιβαλλοντικούς περιορισμούς που ισχύουν για τους κοινούς θνητούς. Θα προβλέπουν όρους δόμησης κατά παραγγελία (αποστάσεις κτιρίων από τα όρια του οικοπέδου και μεταξύ τους, συντελεστές δόμησης, συντελεστές εκμετάλλευσης κατ' όγκο, ανώτατο ύψος και ποσοστό κάλυψης και κάθε είδους παρεμβάσεις στις θάλασσες και τις ακτές). Τα καθεστώτα αυτά θα επιτρέπονται παντού, ακόμα και σε περιοχές Natura, χωρίς να απαιτείται η συμβατότητά τους με τα διαχειριστικά σχέδια και τις ανάγκες ειδικής προστασίας των περιοχών αυτών. Η ειδική και κατά παρέκκλιση διαδικασία περιβαλλοντικής αδειοδότησης που θεσπίζει το επίμαχο νομοσχέδιο αποτελεί διακωμώδηση του Συντάγματος, της ενωσιακής νομοθεσίας και της πάγιας νομολογίας του ΣτΕ.

Όσο για την ελεύθερη πρόσβαση των πολιτών στις ακτές και τη θάλασσα, το άρθρο 5 του νομοσχεδίου είναι σαφές. Αν ενοχλείται ο επενδυτής, η καθ' οιονδήποτε τρόπο χρήση από τρίτους απαγορεύεται.

Εν κατακλείδι, η παρούσα διαβούλευση αποτελεί ευτελισμό της ίδιας της διαδικασίας καθ' εαυτήν. Στην πραγματικότητα, πολίτες και φορείς καλούνται να τοποθετηθούν απέναντι σε κάτι εξ ορισμού απαράδεκτο: Τη μετατροπή των ελληνικών ακτών και θαλασσών από κρίσιμο στοιχείο του φυσικού περιβάλλοντος και κοινόχρηστο δημόσιο αγαθό σε ιδιωτικό οικόπεδο διατιθέμενο στην αγορά για κάθε χρήση. Το μέλημα του νομοθέτη οφείλει να είναι η αποκατάσταση και εξυγίανση των παντοιοτρόπως κακοποιημένων ακτών της Ελλάδας. Το νομοσχέδιο του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων για τις στρατηγικές επενδύσεις έπρεπε επομένως, αν μη τι άλλο, να θωρακίζει την παράκτια ζώνη, το μοναδικό αυτό συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας, έναντι της διεθνούς και εγχώριας αγοράς, ώστε να μην σπαταληθεί ανεπανόρθωτα μέσα σε λίγα μόνο χρόνια.

Με λίγα λόγια, τα κρίσιμα άρθρα 3, 4 και 5 του νομοσχεδίου δεν επιδέχονται παρατηρήσεις ούτε βελτίωση. Μόνο απόσυρση και συγγνώμη.

» Το ΣτΕ διαχρονικά επιτάσσει την ήπια ανάπτυξη των ακτών ως ευπαθών οικοσυστημάτων, την ίδρυση αγκυροβολίων και τουριστικών λιμένων μόνο στα πλαίσια ευρύτερου χωροταξικού σχεδιασμού, την προστασία του αισθητικού κάλλους των ακτών, την προστασία των ακτών κολύμβησης, την προστασία των παραδοσιακών λιμένων και της μορφολογίας των ακτών των παραδοσιακών οικισμών, την απαγόρευση επέκτασης η δημιουργίας νέων οικισμών σε μικρά νησιά χωρίς συνάρτηση προς το χωροταξικό σχέδιο αυτών κ.λπ.

ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΠΟΛΕΟΔΟΜΩΝ ΧΩΡΟΤΑΚΤΩΝ (ΣΕΠΟΧ)

Να εφαρμοστούν οι βέλτιστες ευρωπαϊκές πρακτικές

Το συγκεκριμένο σ/ν, μέσω του άρθρου 5 «Παραχώρηση χρήσης αιγιαλού και παραλίας», δεν αντιμετωπίζει την παράκτια ζώνη (που είναι και το όριο του θαλάσσιου χώρου ως αποδέκτη των δραστηριοτήτων του χερσαίου), κυρίαρχα, ως κοινόχρηστο αγαθό και περιβαλλοντικό πόρο, αλλά την θεωρεί αποκλειστικά οικονομικό πόρο, περιορίζοντας ακόμη περισσότερο την πρόσβαση του κοινού στον παράκτιο χώρο και κατ' επέκταση στον ευρύτερο θαλάσσιο χώρο, επιδεινώνοντας μια ήδη σοβαρά επιβαρυμένη και εν πολλοίς ανεξέλεγκτη κατάσταση. Δεν ενθαρρύνει την αντιμετώπιση της παράκτιας ζώνης «ως πολύτιμου, αναντικατάστατου και σπουδαίας σημασίας εθνικού κεφαλαίου», σύμφωνα με το προοίμιο του ν. 3937/2011 για τη βιοποικιλότητα. Είναι πλέον καιρός, οι όποιες τροποποιήσεις για την παραχώρηση χρήσης αιγιαλού και παραλίας να εφαρμόζουν τις βέλτιστες ευρωπαϊκές πρακτικές, όπως αρμόζει σε μία χώρα με τις ιδιαιτερότητες της Ελλάδας.

ΦΑΚΕΛΟΣ: ΑΙΓΙΑΛΟΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΡΝΙΘΟΛΟΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Απουσιάζει η προστασία του παράκτιου χώρου

Το άρθρο 5 δεν αντανακλά τις δεσμεύσεις της Κυβέρνησης όπως διατυπώθηκαν από τον Πρωθυπουργό στο παγκόσμιο συνέδριο της IUCN στη Μασσαλία και ειδικότερα ότι η Ελλάδα «…θα καταρτίσει ειδική στρατηγική για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη»

Καταρχάς σημειώνεται ότι στο πνεύμα του εν λόγω άρθρου (σ.σ. άρθρο 5) απουσιάζει η προστασία του παράκτιου χώρου ακολουθώντας μια ολιστική προσέγγιση που να περιλαμβάνει ορθό χωροταξικό σχεδιασμό με σεβασμό στη βιοποικιλότητα, τον κοινόχρηστο χαρακτήρα του αιγιαλού και την απρόσκοπτη πρόσβαση στο δημόσιο αυτό αγαθό.

Σημειώνεται ότι ναι μεν επαναλαμβάνονται στο άρθρο 5 ισχύουσες ρυθμίσεις που αφορούν την επιτάχυνση και διαφάνεια υλοποίησης Στρατηγικών Επενδύσεων (άρθρο 8 ν. 3894/2010) καθώς και διατάξεις του μεσοπρόθεσμου πλαισίου δημοσιονομικής στρατηγικής 2012-2015 (14-14α ν. 3986/2011), εντούτοις προστίθενται νέες ρυθμίσεις που δυσχεραίνουν το καθεστώς προστασίας του αιγιαλού και πρόσβασης σε αυτόν καθώς φαίνεται να προβλέπεται η απαγόρευση της χρήσης σε όλες τις περιπτώσεις παραχώρησης χρήσης και αιγιαλού.

Αυτό σημαίνει ουσιαστικά τον περιορισμό της πρόσβασης στον αιγιαλό και τη διευκόλυνση επενδύσεων που θα αλλοιώσουν οριστικά το φυσικό ανάγλυφο της παράκτιας ζώνης, σε αντίθεση με σχετικές προβλέψεις της εθνικής και ενωσιακής νομοθεσίας (βλ ν. 3937/2011, Πρωτόκολλο για την ολοκληρωμένη διαχείριση των παράκτιων ζωνών της Μεσογείου).

Επιπλέον, το άρθρο αυτό δεν αντανακλά και τις δεσμεύσεις της Κυβέρνησης όπως διατυπώθηκαν από τον Πρωθυπουργό στο παγκόσμιο συνέδριο της IUCN στη Μασσαλία και ειδικότερα ότι η Ελλάδα «…θα καταρτίσει ειδική στρατηγική για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, ώστε ο τουρισμός -που αποτελεί σημαντικό «κινητήρα» της οικονομίας- να μην λειτουργεί εις βάρος του φυσικού περιβάλλοντος» καθώς και ότι όσον αφορά τον θαλάσσιο χωροταξικό σχεδιασμό που περιλαμβάνει την παράκτια ζώνη, η Ελλάδα θα ακολουθήσει « ..μια προσέγγιση με βάση το οικοσύστημα και σε ευθυγράμμιση με την ολοκληρωμένη διαχείριση των παράκτιων ζωνών, υποστηριζόμενοι από την καλύτερη διαθέσιμη επιστημονική γνώση.».

Επιπλέον ο Πρωθυπουργός προέβη και στην εξής δήλωση: «Δεσμευόμαστε, λοιπόν, να αναπτύξουμε μία στρατηγική βιώσιμου τουρισμού που θα αντιμετωπίζει αποτελεσματικά το περιβαλλοντικό αποτύπωμα του τουρισμού και θα θέτει τα ζητήματα βιοποικιλότητας στο επίκεντρο του σχεδιασμού του θαλάσσιου και παράκτιου τουριστικού σχεδιασμού, ιδίως σε ό,τι αφορά τις υπερβολικά ευάλωτες τοπικές κοινωνίες, όπως είναι τα μικρότερα νησιά μας.».

Φαίνεται επομένως ότι το άρθρο 5 δυσχεραίνει το υφιστάμενο καθεστώς για την παράκτια ζώνη αγνοώντας τις υποχρεώσεις της χώρας μας απέναντι στον μετριασμό των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής και στην προσαρμογή σε αυτή καθώς και στην επίτευξη των στόχων για τη διατήρησης της βιοποικιλότητας.

MACT MEDIA GROUP

DMO · Χτίζουμε Νέους Προορισμούς

Αναβαθμίζουμε την εμπειρία

MACT MEDIA GROUP

2110129575 info@mact.gr

Destination Management Organizations

MACT MEDIA GROUP

Συνέντευξη
ΓΙΩΡΓΟΣ ΧΑΤΖΗΜΑΡΚΟΣ*
*Περιφερειάρχης Νοτίου Αιγαίου

Το Νότιο Αιγαίο «βάζει πλάτη» για την ανάκαμψη της οικονομίας

«Μέχρι σήμερα, πάνω από 2,5 εκατομμύρια επιβάτες έχουν επισκεφθεί τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου», λέει ο Γ. Χατζημάρκος και τονίζει ότι οι καλές επιδόσεις ήρθαν γιατί υπήρχε συγκεκριμένο σχέδιο που υλοποιήθηκε με επιτυχία

Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Τις εξαιρετικές επιδόσεις των νησιών κατά τη φετινή τουριστική περίοδο περιγράφει ο Περιφερειάρχης Νοτίου Αιγαίου Γιώργος Χατζημάρκος και εξηγεί πώς έχουν καταφέρει τα νησιά να προσελκύουν μαζικά επισκέπτες, ακόμη και αυτή την δύσκολη περίοδο. Αναλυτικά η συνέντευξη του κυρίου Χατζημάρκου έχει ως εξής:

- Κύριε Περιφερειάρχη είναι χαρά μας που σας έχουμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Θα μπορούσαμε να πούμε πως η τουριστική περίοδος στην περιοχή σας ξεπέρασε τις προσδοκίες. Ποιοι προορισμοί έδειξαν τη μεγαλύτερη ανάκαμψη;

Πράγματι, η χρονιά βγήκε καλύτερη απ' ό,τι περιμέναμε όλοι. Μέχρι σήμερα, πάνω από 2,5 εκατομμύρια επιβάτες έχουν επισκεφθεί τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου, χωρίς να συνυπολογίζονται σε αυτούς όσοι κινούνται μέσω του ακτοπλοϊκού δικτύου. Υπάρχουν δε νησιά, ιδιαίτερα τα μικρότερα των Κυκλάδων και Δωδεκανήσου, που έχουν πάει καλύτερα από τη χρονιά ρεκόρ του 2019. Επιπλέον, σε μία δύσκολη χρονιά πανδημίας, άνοιξαν για το Νότιο Αιγαίο νέες αγορές προς τα πέντε διεθνή αεροδρόμιά του, της Ρόδου, της Κω, της Καρπάθου, της Μυκόνου και της Σαντορίνης, όπως η Βουλγαρία και το Άμπου Ντάμπι.

Στη Ρόδο μόνο, 14 αγορές είχαν καλύτερη επίδοση σε σύγκριση, όχι με το 2020, αλλά με το 2019. Στην Κω επίσης υπήρχαν αγορές που σημείωσαν αύξηση σε σχέση με το 2019. Η Κάρπαθος έχει ήδη πενταπλασιάσει το σύνολο των περσινών διεθνών αφίξεων. Όταν άλλοι κορυφαίοι τουριστικοί προορισμοί δεν μπορούν να βρουν τον βηματισμό τους-ενδεικτικά η Τυνησία είναι κλειστή, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Τουρκία έχουν προβλήματα- είναι πολύ σημαντικό που μιλάμε για ανοίγματα και αυξήσεις στην κίνηση προς το Νότιο Αιγαίο. Σχεδόν όλα τα νησιά φτάνουν το επίπεδο της οικονομίας και του ΑΕΠ του 2019 με προορισμούς, όπως η Μύκονος και η Σαντορίνη να παρουσιάζουν υψηλότερη δαπάνη ανά επισκέπτη. Και αν οι εξαιρετικές επιδόσεις του Αυγούστου ήταν λιγότερο ή περισσότερο αναμενόμενες, ο πρώτος μήνας του φθινοπώρου παρουσιάζει έναν ρυθμό κρατήσεων και αφίξεων επίσης πολύ ικανοποιητικό, που εκτείνεται μέχρι και τις αρχές Νοεμβρίου.

Είναι προφανές ότι Κυκλάδες και Δωδεκάνησα δεν κέρδισαν απλώς το στοίχημα του τουρισμού αλλά ηγούνται της εθνικής προσπάθειας για ανάκαμψη και «βάζουν πλάτη» για την ανάταση της οικονομίας σε εθνικό επίπεδο.

Ξέρετε, οι καλές επιδόσεις για τα νησιά μας και κατ' επέκταση για τη χώρα μας, δεν είναι αυτονόητες, δεν έρχονται μόνες τους. Ήρθαν γιατί είχαμε συγκεκριμένο σχέδιο που υλοποιήθηκε με επιτυχία και με την συνδρομή όλων των εμπλεκομένων στον τουριστικό κλάδο.

- Πείτε μας περισσότερα γι' αυτό το σχέδιο. Ποιες ήταν οι ενέργειες της Περιφέρειας που βοήθησαν να συμβεί αυτή η ευχάριστη εξέλιξη; Ποιο είναι το «μυστικό» της επιτυχίας;

Το «μυστικό» της επιτυχίας είναι ότι δεν αφήνουμε «τίποτα στην τύχη». Η προσπάθεια δεν αφορούσε μόνο έναν κλάδο ή ένα πεδίο δράσης. Από την υγεία μέχρι τις υποδομές και από την στρατηγική προώθησης μέχρι την εκπαίδευση, κάθε δράση μας έχει το βλέμμα στραμμένο και στον Τουρισμό. Επιπλέον, η Περιφέρεια για να διατηρήσει τον ηγετικό ρόλο που έχει κατακτήσει στον Τουρισμό ήταν παρούσα

Το «μυστικό» της επιτυχίας είναι ότι δεν αφήνουμε «τίποτα στην τύχη». Η προσπάθεια δεν αφορούσε μόνο έναν κλάδο ή ένα πεδίο δράσης. Κάθε δράση μας έχει το βλέμμα στραμμένο και στον Τουρισμό

διεθνώς με τη δική της καμπάνια από ένα πολύ πρώιμο στάδιο, μέσω μιας ψηφιακής εκστρατείας με επιλογή των πιο σύγχρονων εργαλείων και με συνέργειες με τους μεγαλύτερους παίκτες της αγοράς. Ακόμα, όλο το προηγούμενο διάστημα, επενδύσαμε σημαντικά κονδύλια στις υποδομές, ενισχύοντας τα Νοσοκομεία και τον ιατρικό εξοπλισμό, αναβαθμίζοντας το οδικό δίκτυο, ολοκληρώνοντας τεχνικά έργα, μικρά και μεγάλα. Σε μία Περιφέρεια, όπου το 97% του ΑΕΠ της παράγεται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό, όλα τα έργα συνδέονται με τον Τουρισμό. Στο Νότιο Αιγαίο όλα είναι Τουρισμός.

- Το Νότιο Αιγαίο αποτελεί παράδειγμα προς μίμηση, όσον αφορά τη διαχείριση τουριστικών προορισμών. Τι πιστεύετε ότι έκανε τη διαφορά; Πόσο μεγάλο ρόλο παίζει σε αυτή την προσπάθεια η Τοπική Αυτοδιοίκηση;

Το 2020 πήραμε μια σημαντική απόφαση. Ελλείψει τότε θεσμικού πλαισίου για τη λειτουργία Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού, σταθήκαμε με δέος απέναντι στην έλευση της πανδημίας και με βαθύ αίσθημα ευθύνης απέναντι στον τόπο και το ισχυρό brand name που είχε καταφέρει να χτίσει στον Τουρισμό-ως πρωταθλήτρια όλες τις χρονιές ανελλιπώς από το 2015 μέχρι και το 2019- αναλάβαμε το εγχείρημα, Τοπική Αυτοδιοίκηση και παραγωγικοί, οικονομικοί και επιστημονικοί φορείς να συστήσουμε την Πρωτοβουλία του Νοτίου Αιγαίου για τον Τουρισμό. Αποστολή της Πρωτοβουλίας ήταν και παραμένει η προστασία του προορισμού, ο ενιαίος συντονισμός του, η προώθηση της εικόνας του μέσα από την προβολή θετικών ειδήσεων και η έγκαιρη και αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων. Με συλλογικότητα, συνεργασία και υπευθυνότητα βάλαμε μπροστά τα νησιά του Ν. Αιγαίου και κερδίσαμε αυτό που αποτελεί το μεγαλύτερο εφόδιο και πλεονέκτημα σε έναν τουριστικό προορισμό. Κερδίσαμε εμπιστοσύνη.

Στον τουρισμό, είναι όλα θέμα εμπιστοσύνης. Και ειδικά στα δύσκολα, εμπιστεύεσαι τον ικανό, τον υπεύθυνο, τον αποτελεσματικό. Ο κόσμος εμπιστεύτηκε το Νότιο Αιγαίο πέρυσι, το εμπιστεύτηκαν ακόμα περισσότεροι φέτος. Έτσι, το 2021 κεφαλαιοποιούμε την περσινή επιτυχία, που καταφέραμε να κάνουμε τουρισμό εν μέσω πανδημίας.

- Έχετε πάρει πρωτοβουλίες, μεταξύ άλλων, για τη γαστρονομία και για τον πολιτισμό. Πόσο σημαντικές είναι οι θεματικές μορφές τουρισμού; Τι μπορούν να προσφέρουν στο τουριστικό προϊόν;

Σίγουρα αναβάθμιση και επιμήκυνση. Στο Νότιο Αιγαίο, ξέρουμε καλά ότι γαστρονομία και πολιτισμός γεννούν τουρισμό. Έτσι, από την αρχή δεσμευθήκαμε σε πρωτοποριακές δράσεις με τρόπο που αναδεικνύουν σε κάθε επισκέπτη τον πολιτισμό, την παράδοση, την Ιστορία και το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών. Διεκδικήσαμε και κερδίσαμε τον επίζηλο τίτλο της Ευρωπαϊκής Γαστρονομικής Περιφέρειας για το έτος 2019, μια εξαιρετική πρωτοβουλία που στόχο έχει να στηρίξει, μετά τον Τουρισμό, και τον πρωτογενή τομέα των νησιών.

Μια πρωτοβουλία που δεν εξαντλήθηκε το 2019, αφού συνεχίζουμε να υπηρετούμε και να υποστηρίζουμε τον τίτλο της Ευρωπαϊκής Γαστρονομικής Περιφέρειας. Ενδεικτικά μόνο αναφέρω ότι τον επόμενο μήνα, ένας νέος σεφ από το Νότιο Αιγαίο θα εκπροσωπήσει την Περιφέρεια στον ευρωπαϊκό θεσμό των European Young Chef Awards. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου ότι στους Χρυσούς Σκούφους 2021, τα επιδραστικότερα γαστρονομικά βραβεία της Ελλάδας, στο Νότιο Αιγαίο συγκεντρώθηκαν 17 συνολικά βραβεία και διακρίσεις, αριθμός που ισοδυναμεί σχεδόν με το ένα τρίτο των 55 συνολικά βραβευθέντων σε ολόκληρη τη χώρα. Πολιτισμός και υψηλή γαστρονομία είναι στοιχεία της ταυτότητας αυτής της Περιφέρειας, τα οποία υπηρετούμε με αφοσίωση.

- Ήδη στην Περιφέρεια υλοποιείτε ένα μεγάλο πρόγραμμα επενδύσεων. Τώρα έρχεται και τα κονδύλια του Ταμείου Ανάκαμψης με το «Ελλάδα 2.0». Πού σκοπεύετε να δώσετε προτεραιότητα στο Νότιο Αιγαίο;

Πράγματι, όλο το Νότιο Αιγαίο είναι ένα εργοτάξιο. Στην πιο δύσκολη χρονιά της πανδημίας, εκτελέστηκαν 201 έργα, εκπονήθηκαν 109 μελέτες και υπογράφηκαν 92 εργολαβικές συμβάσεις. Το 2020 έκλεισε με 112 ενεργά εργοτάξια σε Κυκλάδες και Δωδεκάνησα.

Η Περιφέρεια εξάλλου για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά κατακτά την 1η θέση πανελλαδικά σε ποσοστό απορρόφησης Ευρωπαϊκών πόρων. Επιπλέον αυτών, πάνω από 30 δις, θα εισρεύσουν στα ταμεία του Κράτους και εμείς είμαστε ήδη έτοιμοι, με τα θεσμικά εργαλεία, με τις δικές μας επεξεργασμένες προτάσεις για έργα και με τον δικό μας μηχανισμό υλοποίησης και απορρόφησης.

Ο Αναπτυξιακός Οργανισμός της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, που έχει ιδρυθεί ήδη και λειτουργεί, θα παράγει έργο παράλληλα με τον μηχανισμό που ήδη υπάρχει στην Περιφέρεια και έχει φέρει πολύ σημαντικά αποτελέσματα για τα νησιά. Στον υφιστάμενο λοιπόν μηχανισμό, προσθέτουμε έναν δεύτερο για να μεγιστοποιήσουμε τα οφέλη για την περιοχή μας, η οποία για να μπορέσει να σταθεί στο νέο διεθνές περιβάλλον οφείλει να πετύχει υψηλό ρυθμό συσσώρευσης υλικού και ανθρώπινου κεφαλαίου. Για την επίτευξη του στόχου αυτού, δεν χάσαμε ούτε μέρα. Κεντρική στόχευση σε μία Περιφέρεια με 50 κατοικημένα νησιά και 118 λιμάνια αποτελεί σίγουρα το yachting και η γαλάζια οικονομία, αλλά και ο ψηφιακός μετασχηματισμός.

Παίρνουμε τη θέση μας στην μετά covid εποχή, ως μια Περιφέρεια που δεν βασίζεται μόνο στην προστασία και τον σεβασμό των παραδοσιακών, φυσικών πλεονεκτημάτων της -όπως ο τουρισμός ή η φυσική και πολιτιστική της κληρονομιά, αλλά πραγματικά αγκαλιάζει το νέο, την καινοτομία. Όπως είναι το Διεθνές Κέντρο Θαλάσσιας Τεχνολογίας και Καινοτομίας στη Σύρο, στο οποίο συμμετέχει ο Αναπτυξιακός Οργανισμός της Περιφέρειας, προορισμένο να γίνει ένας κόμβος θαλάσσιας καινοτομίας, ψηφιακών συνεργατών, ακαδημαϊκών ιδρυμάτων, επιστημονικών συνεργατών, Start-up επιχειρήσεων, αποτελώντας ένα σημαντικό βήμα για τη ναυτιλιακή βιομηχανία σε γενικότερο επίπεδο και συμβάλλοντας στην μετεξέλιξη της χώρας στη νέα ψηφιακή εποχή.

Το αποτύπωμα του Νοτίου Αιγαίου την επόμενη μέρα και στον τουρισμό και στις επενδύσεις θα είναι έντονο.

- Η πανδημία φαίνεται να επηρεάζει τις ταξιδιωτικές συνήθειες, ενώ και η κλιματική αλλαγή θέτει έντονα το θέμα του βιώσιμου τουρισμού. Ποια πιστεύετε πως θα είναι η επίδραση αυτών στον ελληνικό τουρισμό;

Οι προκλήσεις για τον ελληνικό τουρισμό είναι επιτακτικές και είναι ήδη εδώ: Βιωσιμότητα και ξεχωριστή ταυτότητα, υγεία και ασφάλεια, ψηφιοποίηση υπηρεσιών και αυθεντικότητα.

Προχωράμε στην επόμενη μέρα με διαβατήριο σημαντικές επενδύσεις που έχουν ως επίκεντρο την πράσινη ανάπτυξη, τη βιωσιμότητα και την καινοτομία, αντιμετωπίζοντας παλιά προβλήματα με νέες λύσεις. Στο επίκεντρο της στρατηγικής μας και του τουριστικού σχεδιασμού έχουμε θέσει το ζήτημα της αειφορίας.

Τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου αντιλαμβάνονται ότι η ανάπτυξή τους περνάει μόνο μέσα από τη βιωσιμότητα και έτσι, με πρώτα την Αστυπάλαια και τη Χάλκη στην Ελλάδα, ανοίγουν το δρόμο για την πράσινη μετάβαση μέσω της ηλεκτροκίνησης. Αλλά και η εταιρεία «ΦΟΔΣΑ Ν. Αιγαίου Α.Ε.» για τη διαχείριση των στερεών αποβλήτων ιδρύθηκε για ν' αλλάξει όχι μόνο το περιβάλλον αλλά κυρίως τις αντιλήψεις γι' αυτό.

Σήμερα που η Ελλάδα αλλάζει, στο Νότιο Αιγαίο έχουμε πολύ συνειδητά πάρει την απόφαση ότι δεν μένουμε θεατές του μέλλοντος. Το διαμορφώνουμε.

Τουρισμός και ΟΤΑ: Βήματα για να χτιστεί η εμπιστοσύνη μεταξύ προορισμού και επισκέπτη

Οι Δήμοι θα πρέπει να αλλάξουν τον τρόπο προσέγγισης του σχεδιασμού τους και να μεριμνήσουν ώστε να εντάξουν στο πρόγραμμά τους τη διαχείριση κρίσεων, προστατεύοντας εκτός της άυλης και υλικής πολιτιστικής και τουριστικής κληρονομιάς, τις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες της περιοχής

Επωνύμως

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης πρέπει να αποτελέσουν τον εγγυητή της επιτυχίας στη μάχη για τη δημιουργία ενός ασφαλούς προορισμού και άξιο εμπιστοσύνης από τους επισκέπτες, παράλληλα με την επανεκκίνηση της τοπικής οικονομίας.

Η πανδημία του COVID-19 είναι γεγονός ότι έχει δημιουργήσει εξαιρετικά δυσμενείς συνθήκες στις οικονομίες της συντριπτικής πλειοψηφίας των κρατών παγκοσμίως με τις επιπτώσεις σε τοπικό επίπεδο να είναι στις περισσότερες των περιπτώσεων ιδιαίτερα επώδυνες. Κορυφαίος τομέας της οικονομίας που πλήττεται από την πανδημία είναι ο τουρισμός. Οι επιπτώσεις της υφιστάμενης κρίσης έχουν ήδη επιφέρει ένα σημαντικό πλήγμα. Οι προβλέψεις εκτιμούσαν ανάκαμψη του ευρωπαϊκού τουρισμού από φέτος το καλοκαίρι, όπως και σταδιακά γίνεται. Η ανάκαμψη αυτή θα συνεχιστεί υπό την προϋπόθεση της εφαρμογής των κατάλληλων υγειονομικών μέτρων και των σχετικών πρωτοκόλλων για ασφαλείς μετακινήσεις μεταξύ των χωρών.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Οι Δήμοι θα πρέπει να αλλάξουν τον τρόπο προσέγγισης του σχεδιασμού τους και να μεριμνήσουν ώστε να εντάξουν στο πρόγραμμά τους τη διαχείριση κρίσεων, προστατεύοντας εκτός της άυλης και υλικής πολιτιστικής και τουριστικής κληρονομιάς, τις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες της περιοχής.

Είναι σαφές ότι και αυτή η κρίση μαζί με τους κινδύνους για την ανθρώπινη ζωή, θα πρέπει να αντιμετωπίζεται και ως μια αναγκαία ευκαιρία για την αλλαγή στον προγραμματισμό και το σχεδιασμό της βιώσιμης ανάπτυξης της χώρας μας, εντάσσοντας επιμελώς σχέδια διαχείρισης κρίσεων του τουρισμού στον στρατηγικό σχεδιασμό μάρκετινγκ. Ο σχεδιασμός, περισσότερο αναγκαίος από ποτέ, σε κάθε επίπεδο της παραγωγικής διαδικασίας έχει ως βασικό στόχο την αποφυγή προβλημάτων ή και την άμεση επίλυση των κρίσεων.

Η ανάγκη μιας νέας προσέγγισης είναι ορατή περισσότερο από ποτέ. Στο πλαίσιο της νέας αυτής προσέγγισης, οι Δήμοι θα πρέπει να συστηθούν εκ νέου στους επισκέπτες, τουρίστες, ακόμη και τους ίδιους τους κατοίκους τους. Ένας οδικός χάρτης για την ανάδειξη του ασφαλούς τουριστικού προορισμού πρέπει να αποτελεί αντικείμενο συνεργασίας, τόσο σε τοπικό, όσο και σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Ο κάθε Δήμος οφείλει να συντάξει, να επικοινωνήσει και να υλοποιήσει ένα στρατηγικό σχέδιο για την αντιμετώπιση των προκλήσεων, αλλά και την ικανοποίηση των νέων συνθηκών όπως αυτές έχουν διαμορφωθεί. Στη συνέχεια αποτυπώνονται συνοπτικά τα βήματα για την υλοποίηση ενός τέτοιου στρατηγικού σχεδίου:

Στοχοθεσία

Σε πρώτη φάση πρέπει να διερευνηθεί αναλυτικά η τοποθέτηση του Δήμου στο χάρτη των Ελληνικών προορισμών στην επόμενη πενταετία. Οι στόχοι, θα είναι τόσο ποσοτικοί (αύξηση του ΑΕΠ κατά κάτοικο, αύξηση θέσεων εργασίας κλπ.), όσο και ποιοτικοί.

Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος - Εύρεση κύκλου ζωής της περιοχής

Σε δεύτερη φάση θα καταγραφούν και αναλυθούν στατιστικά στοιχεία, έρευνες, το μακροοικονομικό περιβάλλον, ο ρόλος του τουρισμού στην περιοχή, η ιστορία της περιοχής, οι πληρότητες ξενοδοχείων, το είδος - τμηματοποίηση πελατών, οι συμπεριφορές τους, οι εθνικότητές τους, τι αποζητούν οι επισκέπτες, ποιες είναι οι υπάρχουσες διαφοροποιήσεις από άλλους όμοιους προορισμούς και η πορεία των στοι-

χείων των τελευταίων ετών. Επίσης, θα πρέπει να εντοπιστούν χαρακτηριστικά τα οποία τονίζουν την εντοπιότητα, καθώς και χαρακτηριστικά τα οποία προσδίδουν ισχυρό πλεονέκτημα έναντι άλλων ανταγωνιστικών περιοχών.

Ανάλυση ανταγωνιστικών προορισμών

Διερεύνηση και ανάλυση των ανταγωνιστικών προορισμών, αλλά και των προορισμών που αρμόζει να καταταγεί η περιοχή του Δήμου, σε επίπεδο υποδομών, τιμών καταλυμάτων, ιδιαίτερων χαρακτηριστικών, τουριστικών πόρων, κλπ.

Ανάλυση SWOT

Χρήση κατάλληλων εργαλείων μάρκετινγκ για την ανάλυση όλων των δυνατών στοιχείων του προορισμού, με στόχο την κεφαλαιοποίηση τους, όλων των αδυνάτων στοιχείων και να ευρεθούν τρόποι εξάλειψής τους και τέλος, να προσδιοριστούν οι πιθανοί κίνδυνοι και ευκαιρίες.

Πλάνο διαχείρισης κρίσης - Εσωτερική καμπάνια επικοινωνίας

Παράλληλα με την κατάρτιση ενός Πλάνου διαχείρισης της κρίσης πρέπει να υπάρχει ένα σχέδιο Marketing από την Τοπική Αυτοδιοίκηση που θα συμπεριλαμβάνει μία εσωτερική καμπάνια επικοινωνίας η οποία θα απευθύνεται σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς του τουρισμού και θα έχει ως σκοπό τη δέσμευση αυτών για κοινή δράση.

Ο κάθε Δήμος οφείλει να συντάξει, να επικοινωνήσει και να υλοποιήσει ένα στρατηγικό σχέδιο για την αντιμετώπιση των προκλήσεων, αλλά και την ικανοποίηση των νέων συνθηκών όπως αυτές έχουν διαμορφωθεί

Ανάπτυξη Ολιστικού Πλάνου Marketing

Στόχοι είναι η προσέλκυση του μέγιστου δυνατού αριθμού αφίξεων και τζίρου, η διάσωση θέσεων εργασίας, η ενίσχυση των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων, η αναβάθμιση της εικόνας του τουριστικού προϊόντος της περιοχής, η ενίσχυση της εικόνας του Δήμου στους πολίτες και την επιχειρηματική-τουριστική κοινότητα, ως αποτελεσματικού συντονιστή που θα έχει συμβάλει αποφασιστικά στην επίτευξη του συνολικού στόχου της επανάκαμψης του τουρισμού στην περιοχή, καθώς και η ικανοποίηση της τοπικής κοινωνίας και των εμπλεκόμενων φορέων από την παρέμβαση και το πλάνο δράσης του Δήμου.

Χρηματοοικονομική ανάλυση των επιπτώσεων και των προσδοκιών στον τουριστικό κλάδο σε τοπικό επίπεδο.

Αποτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων εξαιτίας της πανδημίας σε τοπικό επίπεδο, ούτως ώστε να τεθούν βραχυπρόθεσμοι στόχοι μετριασμού των επιπτώσεων αυτών στην τοπική οικονομία.

Σχέδιο Δράσης – Στρατηγικό Πλάνο Ανάπτυξης Προορισμού

Ανάπτυξη Σχεδίου Δράσης που θα οδηγήσει τον προορισμό στην επόμενη μέρα. Στο Σχέδιο Δράσης πρέπει να γίνεται καταγραφή των ενεργειών, να αποτυπώνονται χρονοπρόγραμμα, πόροι και δαπάνες, υπεύθυνοι εκτέλεσης, καθώς και να προβλέπεται διαδικασία συνεχούς παρακολούθησης μέχρι την ολοκλήρωση, διαχείριση ρίσκου και αλλαγών.

** 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*

Θαλάσσιος ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

«Ταράζει» τα νερά το Yachting Volos Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία

Η εκδήλωση έχει τύχει θερμής υποδοχής με πολλούς εκθέτες και σημαντικές εταιρείες του yachting να έχουν ήδη διασφαλίσει την παρουσία της στο μεγάλο γεγονός για το Yachting και την Γαστρονομία

Με μεγάλη ανταπόκριση, ενθουσιασμό και πυρετώδεις διεργασίες το Yachting Volos: Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία, ετοιμάζεται να ανοίξει τα πανιά του στο λιμάνι του Βόλου, στις 14 με 17 Οκτωβρίου 2021. Υπενθυμίζουμε το μεγάλο event της Μαγνησίας για το yachting και τη γαστρονομία, ήταν σχεδιασμένο να πραγματοποιηθεί τον Μάιο του 2020 και φυσικά αναβλήθηκε λόγω των περιοριστικών μέτρων για την ανάσχεση της μετάδοσης του κορονοϊού.

Η εκδήλωση έχει τύχει θερμής υποδοχής με πολλούς εκθέτες και σημαντικές εταιρείες του yachting να έχουν ήδη διασφαλίσει την παρουσία της στο μεγάλο γεγονός για το Yachting και την Γαστρονομία, στον Βόλο γεγονός που σηματοδοτεί, μεταξύ άλλων, και την σταδιακή επιστροφή στην κανονικότητα.

Για τις ανάγκες της διοργάνωσης ο Διευθυντής της Mact Media Group βρέθηκε τις τελευταίες ημέρες στον Βόλο, όπου είχε σειρά συναντήσεων με τους φορείς και επαγγελματίες με στόχο την επιτυχημένη και ομαλή διεξαγωγή του event.

Ο κύριος Καραχρήστος παραχώρησε σειρά συνεντεύξεων στα τοπικά ΜΜΕ της Μαγνησίας για τους στόχους της διοργάνωσης του Yachting Volos: Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία που φαίνεται να κερδίζει τις εντυπώσεις γενικότερα μέσα στην τοπική κοινωνία. «Θα αναδείξουμε τη Θεσσαλία ως προορισμό yachting, που περιλαμβάνει τον Βόλο και τα νησιά των Σποράδων, τη Σκιάθο, τη Σκόπελο, την Αλόννησο και τη Σκύρο», επεσήμανε ο κύριος Καραχρήστος συμπληρώνοντας πως η περιοχή ενδείκνυται για την ανάπτυξη του yachting, όπως είπε «πολλές επιχειρήσεις, που θα συμμετέχουν στην έκθεση, έχουν αγοράσει καινούργια σκάφη, ενώ μεγάλες εταιρείες από την Αθήνα ενδιαφέρονται και έρχονται στον Βόλο και

Η έκθεση θα πραγματοποιηθεί στο λιμάνι του Βόλου 14-17 Οκτωβρίου, θέλοντας να συμβάλει στην ενίσχυση της τουριστικής προβολής της περιοχής, αλλά και στην τόνωση της επιχειρηματικότητας

γενικά στις Σποράδες». Θυμίζουμε πως μεγάλα assets για την περιοχή, όσον αφορά την περιοχή είναι το Θαλάσσιο Πάρκο και το Καταδυτικό Μουσείο στην Αλόννησο.

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 τοπικές λιχουδιές και ηδύποτα, αλλά και να συμμετέχουν στις εκδηλώσεις που διοργανώνονται στα πλαίσια της έκθεσης με κεντρικό σκοπό 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 πραγματοποιηθούν

B2B συναντήσεις με επιχειρηματίες και bloggers, οι οποίοι θα συναντηθούν με τους επαγγελματίες του Yachting. Στην διάρκεια της έκθεσης θα πραγματοποιηθούν Συνεδριακές Εκδηλώσεις, για τους επαγγελματίες και το κοινό.

«Η έκθεση Yachting Volos: Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία στο Βόλο συνδιοργανώνεται με την Περιφέρεια Θεσσαλίας και την υποστήριξη του Δήμου Βόλου και του Επιμελητηρίου Μαγνησίας. Την αιγίδα τους στην εκδήλωση έδωσαν το Υπουργείο Τουρισμού , το Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, ο Οργανισμός Λιμένος Βόλου, η Ένωση Πλοιοκτητών Επαγγελματικών Τουριστικών Σκαφών Θεσσαλίας «ΑΡΓΩ», η Ένωση Ξενοδόχων Νομού Μαγνησίας, το Σωματείο Ιδιοκτητών Τουριστικών Λεωφορείων και Γραφείων «Η Μαγνησία» και το Δίκτυο Νησιωτικών Επιμελητηρίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης(INSULEUR)», σημειώνει ο Γιώργος Καραχρήστος Γενικός Διευθυντής της Mact Media Group που έχει σχεδιάσει και αναλάβει την υλοποίηση του Yachting Volos: Θαλάσσιος Τουρισμός και Γαστρονομία.

Η έκθεση θα πραγματοποιηθεί στο λιμάνι του Βόλου, θέλοντας να συμβάλει στην ενίσχυση της τουριστικής προβολής της περιοχής, αλλά και στην τόνωση της επιχειρηματικότητας.

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». Στα δύο συνέδρια θα συμμετέχουν Πανεπιστημιακοί, εκπρόσωποί της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και φορέων τοπικοί Φορείς, Επαγγελματίες και άλλοι.

Οι ανατροπές για το Yachting Festival της Σύρου και την ttgw

Η διεύρυνση της τουριστικής σεζόν και οι ναυλώσεις σκαφών που συνεχίζονται σε όλη τη διάρκεια του Οκτωβρίου επέφερε ανατροπές για το Yachting Festival στη Σύρο που ήταν προγραμματισμένο να υλοποιηθεί στις αρχές Οκτωβρίου. Αν και η εξέλιξη είναι άκρως θετική για τον θαλάσσιο τουρισμό στις Κυκλάδες, δημιουργεί αντικειμενικά ζητήματα για τη διοργάνωση του φεστιβάλ στις Κυκλάδες, τη στιγμή που τα περισσότερα σκάφη που δραστηριοποιούνται στην περιοχή θα βρίσκονται εν πλω. Για το λόγο αυτό και για την καλύτερη εξυπηρέτηση εκθετών και επαγγελματιών η Mact Media Group αποφάσισε να μεταθέσει τη διοργάνωση για τις αρχές της επόμενης άνοιξης σε ημερομηνίες που θα ανακοινωθούν προσεχώς.
Όσον αφορά την ttgw, τη μεγάλη έκθεση για τον θεματικό τουρισμό, τη γαστρονομία και τον οίνο, η πλειονότητα των εκθετών ζήτησε από τη διοργανώτρια εταιρεία να προχωρήσει σε ζωντανή έκθεση, καθώς η πορεία της πανδημίας δείχνει πως τους επόμενους μήνες θα είναι δυνατή μια τέτοια εξέλιξη. Υπενθυμίζεται πως η ttgw ήταν προγραμματισμένη να υλοποιηθεί στις 22-24 Οκτωβρίου διαδικτυακά στο Mact Expo Center. Η Mact Media Group ανταποκρινόμενη στο αίτημα των εκθετών αποφάσισε να υλοποιηθεί η έκθεση με υβριδικό τρόπο -δια ζώσης και ψηφιακά- στις αρχές Απριλίου με τόπο διεξαγωγής το Εκθεσιακό Κέντρο Περιστερίου.

Να κρατήσουμε τα χωριά μας ζωντανά

Η στρατηγική που πρέπει να υιοθετηθεί στις αγροτικές περιοχές είναι διπλή.
Το πρώτο βήμα είναι να μάθουμε πώς μπορεί να ενσωματωθεί ο τουρισμός στις αγροτικές περιοχές.
Σε ένα δεύτερο βήμα, θα πρέπει να δούμε πώς μπορεί να ενσωματωθεί
η τουριστική ανάπτυξη ενός χωριού στη γενική ανάπτυξη της περιφέρειας

Γράφει ο
Δημήτρης Τριανταφυλλίδης
CEO Meliortempus Development Ltd

Ο τουρισμός μπορεί και πρέπει να βοηθήσει τα χωριά μας να διατηρήσουν τους πληθυσμούς τους και να συμμετάσχουν στην επιστροφή των καταστημάτων και την ανάπτυξή τους.

Ο τουρισμός στα χωριά αναπτύσσεται εδώ και χρόνια, αλλά σήμερα βρίσκεται στο τοπ των αναζητήσεων σε πολλά κράτη.

Ο δυτικός τρόπος ζωής, του οποίου οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι όλο και πιο ανησυχητικές, μετατοπίζουν επί του παρόντος τη μακροχρόνια τουριστική ζήτηση από τη θάλασσα και τα βουνά στις αγροτικές περιοχές.

Αυτό ισχύει ιδιαίτερα στις περιφέρειες στα περίχωρα των μεγάλων πόλεων που θεωρητικά θα πρέπει να είναι σε θέση να επωφεληθούν από αυτές τις τάσεις. Ωστόσο, οι τελευταίοι συχνά αναπτύσσονται χαοτικά, βλέποντας τις περισσότερες φορές τα καλύτερα εκπαιδευμένα στοιχεία τους να φεύγουν για πιο ανεπτυγμένες περιφέρειες, διευρύνοντας έτσι το χάσμα που ξεκίνησε η αγροτική έξοδος.

Η στρατηγική που πρέπει να υιοθετηθεί στις αγροτικές περιοχές είναι διπλή.

Το πρώτο βήμα είναι να μάθουμε πώς μπορεί να ενσωματωθεί ο τουρισμός στις αγροτικές περιοχές. Με άλλα λόγια, είναι σκόπιμο να αναπτυχθεί αυτή η μορφή τουρισμού σε μια δεδομένη περιοχή, δεδομένων των χαρακτηριστικών της;

Σε ένα δεύτερο βήμα, θα πρέπει να δούμε πώς μπορεί να ενσωματωθεί η τουριστική ανάπτυξη ενός χωριού στη γενική ανάπτυξη της περιφέρειας. Πράγματι, η ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να είναι δαπανηρή, διότι απαιτεί συχνά βαριές υποδομές. Δεν μπορούν όλες οι αγροτικές περιοχές να αναπτύξουν μια τουριστική βιομηχανία στο έδαφός τους.

Ωστόσο, η παρουσία και η ανάπτυξη των airbnbs μπορεί να παίξει ένα ακόμη σημαντικότερο ρόλο από αυτόν που έχει στους προορισμούς Premium, που είναι συχνά κορεσμένοι.

Η τοποθέτηση του κάθε χωριού – προορισμού θα εξαρτηθεί κυρίως από το τι έχει να προσφέρει η περιοχή-στόχος.

Στην περίπτωση μιας περιοχής με ισχυρά σημεία έλξης, είναι απαραίτητο να τα επισημάνουμε.

Η ανάπτυξη σημαντικών αξιοθέατων μπορεί στη συνέχεια να οδηγήσει την υπόλοιπη περιοχή στην αναζητουμένη ανάπτυξη.

Ωστόσο, αν υπάρχει έλλειψη σημαντικού περιουσιακού στοιχείου, είναι σημαντικό να επικεντρωθούμε σε μια θεματική τοποθέτηση που θα καλύπτει ολόκληρη την επικράτεια. Πράγματι, είναι απαραίτητο να γίνει η τουριστική προσφορά αναγνώσιμη και να δοθεί μια εντύπωση ενότητας στην προσφορά. Όπως προαναφέρθηκε, η συγκεκριμενοποίηση αυτής της τοποθέτησης από ένα εμβληματικό έργο είναι σχεδόν απαραίτητη. Γενικότερα, είναι απαραίτητο να περάσουμε από μια τουριστική θέση σε μια θέση μάρκετινγκ. «Δεν έχει να κάνει πλέον μόνο με την προώθηση, αλλά με το να γνωρίζουν την ύπαρξη σου».

Το θέμα τώρα είναι η αποτελεσματική διανομή, πώληση, διατήρηση και καλύτερη εξέταση των αλλαγών στις απαιτήσεις των καταναλωτών.

Για τις πόλεις και τα χωριά που βρίσκονται κοντά σε μεγάλους οικισμούς, πρόκειται για τη δημιουργία μιας θέσης συμπληρωματικότητας και εγγύτητας. Σε αυτό, δεν πρέπει να επιδιώξουμε να γί-

νουμε ένας προορισμός που ξεχωρίζει από τη ζωή της πόλης, αλλά να τον ενσωματώσουμε και να προσφέρουμε μια εναλλακτική λύση.

Κάνουμε αυτή την παρατήρηση με βάση το γεγονός ότι είναι δύσκολο να τοποθετηθεί κανείς πραγματικά διαφορετικά από τον ανταγωνισμό άλλων αγροτικών περιοχών (που παραμένουν πάντα σε αξίες της φύσης, της ηρεμίας και της αναζωογόνησης).

Ως εκ τούτου, είναι απαραίτητο σήμερα για τις αγροτικές και περιφερειακές περιοχές να ενσωματώσουν στην πόλη αυτή την ιδέα της συμπληρωματικότητας της υπαίθρου. Μόλις πραγματοποιηθούν αυτές οι αναλύσεις, είναι αναγκαίο να διαμορφωθεί ένα σαφές σχέδιο δράσης κατανεμημένο ανά τομείς και στο οποίο περιγράφεται κάθε δράση, με ένα ή περισσότερα υπεύθυνα πρόσωπα για την εφαρμογή του και να αξιολογείται οικονομικά. Στη συνέχεια, το σχέδιο αυτό ακολουθείται κατά γράμμα από τους ενδιαφερόμενους φορείς.

Ακολουθεί μια πρόταση για μια επικοινωνιακή στρατηγική που χωρίζεται σε τρεις φάσεις:

1) Καθορίστε τους στόχους: στην περίπτωση μιας περιοχής της οποίας ο τουρισμός πρόκειται να ενισχυθεί, είναι απαραίτητο να καθοριστούν σαφείς στόχοι σε εύκολα επαληθεύσιμες περιοχές (αύξηση των διανυκτερεύσεων ξενοδοχείων, αύξηση της διάρκειας διαμονής, φήμη της ιστοσελίδας κ.λπ.). Είναι σημαντικό να τίθενται ακριβείς στόχοι, ακόμη και αν αυτό σημαίνει τον καθορισμό αρκετών, ώστε να μην καταλήξουμε σε μη συγκεκριμένους στόχους που είναι επομένως αδύνατο να ελεγχθεί.

Είναι επιτακτική ανάγκη να δημιουργηθεί μια εξαντλητική βάση δεδομένων όλων των τουριστικών πληροφοριών που υπάρχουν στην περιοχή. Οι συνεισφορές μιας τέτοιας βάσης δεδομένων είναι πολλαπλές

2) Αναπτύξτε τη στρατηγική: τώρα που το θέμα της επικοινωνίας έχει τεθεί από τους στόχους, είναι απαραίτητο να βρεθεί το σωστό μήνυμα, το οποίο θα μιλήσει στο επιλεγμένο πελατολόγιο. Μόλις αναγνωριστούμε, πρέπει να βρούμε τον σωστό τρόπο να το πούμε. Δεν είναι όλα τα μέσα επικοινωνίας κατάλληλα και δεν επηρεάζουν τις ίδιες ομάδες-στόχους. Ως εκ τούτου, είναι απαραίτητο να αναλύσουμε σωστά ποια είναι τα μέσα επικοινωνίας και ποιον επηρεάζουν.

3) Δημιουργία του σχεδίου για τα μέσα ενημέρωσης: αυτή είναι η εφαρμογή αυτής της επικοινωνιακής στρατηγικής. Ο σχεδιασμός της δράσης και οι χρηματοδοτικοί πόροι που διατίθενται αποτελούν μέρος αυτής της φάσης.

Αρχικά, είναι επιτακτική ανάγκη να δημιουργηθεί μια εξαντλητική βάση δεδομένων όλων των τουριστικών πληροφοριών που υπάρχουν στην περιοχή. Οι συνεισφορές μιας τέτοιας βάσης δεδομένων είναι πολλαπλές.

Καταρχάς, καθιστά δυνατή την σφαιρική εξέταση ολόκληρης της τουριστικής προσφοράς και μπορεί να παράσχει πολύτιμες ενδείξεις σχετικά με τη θέση που πρέπει να υιοθετηθεί. Επιπλέον, η διάθεση αυτής της βάσης δεδομένων σε πιθανούς πελάτες και τουριστικές εταιρείες επιτρέπει σε ορισμένους να αντιμετωπίσουν την πραγματικότητα του προορισμού και να γνωρίσουν τα συστατικά στοιχεία προκειμένου να οργανώσουν σωστά το ταξίδι τους και για άλλους να κατανοήσουν τον ανταγωνισμό και τις πιθανές συνεργασίες με πολύ απλούστερο τρόπο.

Στη συνέχεια, ο προορισμός αυτός καθαυτός πρέπει να εξοπλιστεί με ένα αποτελεσματικό εργαλείο προώθησης. Ο βασικός ισότοπος δεν είναι πλέον αρκετός και είναι σημαντικό να ενσωματώσετε νέες τεχνολογίες γεω-εντοπισμού ή online κρατήσεων, για παράδειγμα.

Οι μικρές πόλεις και τα χωριά δεν πρέπει πλέον να παραμένουν παθητικά και πρέπει να κερδίζουν το μερίδιό τους στην τεράστια τουριστική πίτα.

Επιπλέον, πολύ συχνά προσφέρουν νέες και αυθεντικές εμπειρίες που αναζητούνε περισσότερο οι νέες γενιές τουριστών που εισέρχονται στην αγορά.

Ρίπεσι: Ένα άγνωστο, ακατέργαστο διαμάντι της ελληνικής υπαίθρου

Ήρωες, θρύλοι, μακραίωνη ιστορία, παραδόσεις, έθιμα, παραδοσιακή αρχιτεκτονική, λαϊκή τέχνη, ιδιαίτερη γαστρονομία, φυσική ομορφιά συνθέτουν ένα μοναδικό σύνολο

Περί Τουρισμού... ο λόγος

Γράφει ο
Χρήστος Αναστασόπουλος
Οικονομολόγος, MSc

Η Κεφαλόβρυση είναι ένας ορεινός οικισμός στη βορειοδυτική Μεσσηνία και διοικητικά ανήκει στο Δήμο Τριφυλίας. Ρίπεσι διορθώνουν οι κάτοικοι και οι καταγόμενοι από τον ιδιαίτερο αυτόν τόπο, επιμένοντας στην αρχική ονομασία του χωριού που παραμένει βαθιά ριζωμένη στη συνείδησή τους, αν και έχει αλλάξει από το 1928. Ως προς την αρχική ονομασία, δύο εκδοχές είναι οι επικρατέστερες. Σύμφωνα με τη μια, το χωριό ονομάστηκε Ρίπεσι από τα τσαρούχια («ρίπε» στα αρβανίτικα) που κρέμασε ένας τσοπάνος για να σημάνει τον τόπο που βρήκε νερό ενώ, σύμφωνα με την άλλη, το χωριό ονομάστηκε έτσι από το ομώνυμο χωριό των Φιλιατών της Ηπείρου.

Το Ρίπεσι ανήκει στα φημισμένα Σουλιμοχώρια, σε μια συστάδα χωριών που ιδρύθηκαν στα τέλη του 14ου αιώνα από χριστιανούς αρβανίτες οι οποίοι έφτασαν στην περιοχή από τη Βόρεια Ήπειρο, ή κατά άλλους από το Σούλι της Ηπείρου, μετά από πρόσκληση των Δεσποτών του Μυστρά. Ως προς τον λόγο της πρόσκλησης οι απόψεις διίστανται, ορισμένοι ιστορικοί θεωρούν πως έγινε για να αυξηθεί ο πληθυσμός της περιοχής, για δημογραφικούς λόγους δηλαδή, ενώ άλλοι εκτιμούν πως έγινε για καθαρά στρατιωτικούς σκοπούς και συγκεκριμένα για να ενισχυθεί ο βυζαντινός στρατός και να χρησιμεύσουν ως συνοριοφύλακες του Δεσποτάτου έναντι των Φράγκων (Σταθόπουλος, 1990).

Οι Σουλιμοχωρίτες, περήφανοι, θαρραλέοι, ατρόμητοι πολεμιστές, ρωμαλέοι και ριψοκίνδυνοι απέκτησαν στο πέρασμα του χρόνου το προσωνύμιο Ντρέδες. Ντρες σημαίνει αντρειωμένος, παλικάρι, ανυπότακτος ή ευθύς, ντόμπρος (από την αρβανίτικη λέξη «ντρέιτ» που σήμαινε «ίσιος»), ενώ κατά άλλη εκδοχή είναι παραλλαγή του ονόματος «Δωριείς». Οι Ντρέδες ήταν από τους πρώτους κλεφταρματωλούς του αγώνα, αποτέλεσαν επίλεκτα στρατιωτικά σώματα και η συμβολή τους τόσο στα προεπαναστατικά χρόνια όσο και κατά την επανάσταση ήταν τεράστια. Τα Σουλιμοχώρια, η Μάνη και το Σούλι θεωρούνταν απάτητα κάστρα. Από το Ρίπεσι κατάγονταν δεκάδες Ντρέδες αγωνιστές, μεταξύ των οποίων και οι ξακουστοί Γιάννο Μπάλτας, κλεφταρματωλός και Θανάσης Ριπεσιώτης, οπλαρχηγός, που συμμετείχαν σε πλήθος μαχών. Δυστυχώς η συμβολή των Ντρέδων στον αγώνα δεν έχει αναγνωριστεί στον βαθμό που τους πρέπει. Η ιστορική ανυπαρξία τους οφείλεται στην πίστη τους στον Κολοκοτρώνη στη διάρκεια του εμφυλίου, αλλά και στο ότι επαναστάτησαν κατά της βαυαροκρατίας, το 1834, για τα συνταγματικά δικαιώματα των Ελλήνων και την αποκατάσταση των αγωνιστών.

Αμφιθεατρικά χτισμένο, στην αγκαλιά των γύρω βουνών, γραφικό, με άφθονα νερά και κυριολεκτικά πνιγμένο στο πράσινο, το Ρίπεσι αγναντεύει από τα 517 μέτρα υψόμετρο τη θάλασσα και την πόλη της Κυπαρισσίας. Καρυδιές, πλατάνια, ακακίες, σφένδαμοι, μουριές, συκιές, πουρνάρια και κυπαρίσσια συνθέτουν ένα ειδυλλιακό τοπίο. Δυο ρεματιές διασχίζουν το χωριό και το χωρίζουν σε τρεις γειτονιές. Τα σπίτια του είναι, με κάποιες εξαιρέσεις, παραδοσιακά χτισμένα, πέτρινα με κεραμοσκεπές, ανάμεσα στα οποία ξεχωρίζουν ορισμένα επιβλητικά δίπατα αρχοντικά. Στην πλατεία του δεσπόζει η εκπληκτικής αρχιτεκτονικής «Μεγάλη Βρύση», το σύμβολο του χωριού, κατασκευασμένη το 1905, με τρεις κρουνούς από τους οποίους τρέχει κρύο νερό όλο το χρόνο. Πλησίον της στέκει αγέρωχος ο υπεραιωνόβιος πλάτανος, φυτεμένος το 1857, ενώ ανάμεσά τους υπάρχει η προτομή του Γεωργίου Πετμεζά, διακεκριμένου αθλητή της Ελληνορωμαϊκής Πάλης, ολυμπιονίκη (1948) και εθνικού προπονητή. Σε μικρή απόσταση βρίσκεται και η πέτρινη εκκλησία του χωριού, ο Ι.Ν. του Αγίου Νικολάου, χτισμένη στα μέσα του 19ου αιώνα καθώς και το μεταγενέστερης κατασκευής (1901) καμπαναριό της που αποτελεί αριστούργημα λαϊκής τέχνης. Στον πλακοστρωμένο περίβολο του ναού έχουν τοποθετηθεί το Ηρώο και προτομές προσωπικοτήτων του χωριού.

Σήμερα, στο χωριό κατοικούν 40 περίπου μόνιμοι κάτοικοι όταν στο παρελθόν έσφυζε από ζωή. Ο μέγιστος καταγεγραμμένος πληθυσμός ανήλθε, σύμφωνα με την απογραφή του 1928, στα 588 άτομα. Χιλιάδες στρέμματα καλλιεργού-

μενων εκτάσεων, ελαιώνων, αμπελιών, σιτηρών και μπαξέδων περιέβαλλαν το χωριό. Η κτηνοτροφία άκμαζε. Χιλιάδες αιγοπρόβατα έβοσκαν στα γύρω βοσκοτόπια. Λειτουργούσαν ελαιοτριβεία, ληνοί, τυροκομεία, σαράντα αλώνια, νερόμυλοι, σχολείο, καφενεία, ταβέρνες, τσαγκάρικα, μπακάλικα. Σχολείο ιδρύθηκε το 1869 και μάλιστα έως το 1888 χρησιμοποιήθηκε ως «Ακαδημία», από την οποία αποφοίτησαν δάσκαλοι που διορίστηκαν στα γύρω χωριά. Από τη δεκαετία του ΄60 και μετά ο πληθυσμός μειώθηκε με γοργούς ρυθμούς, οι κάτοικοί του μετακινήθηκαν στα μεγάλα αστικά κέντρα ή μετανάστευσαν σε χώρες του εξωτερικού. Το σχολείο έκλεισε (1982), η αγροτική και η κτηνοτροφική δραστηριότητα, με εξαίρεση τους ελαιώνες, έχει σχεδόν μηδενιστεί, οι καλλιεργούμενες εκτάσεις, και οι βοσκότοποι μετετράπησαν σε λόγγους, σε δασώδεις εκτάσεις, τα μαγαζιά κατέβασαν ρολά. Σήμερα, θα βρει κανείς μόνο ένα καφενείο–ψησταριά που σερβίρει κάτω από τον πλάτανο στην πλατεία και μια ιδιαίτερη ταβέρνα, στην άκρη του χωριού, με πανοραμική θέα η οποία αξίζει ειδικής παρουσίασης.

Πολλά και ενδιαφέροντα είναι τα στοιχεία που συνθέτουν τον λαϊκό πολιτισμό του χωριού σύμφωνα με τον λαογράφο Σταθόπουλο (1990). Εξαιρετικά δείγματα λαϊκής τέχνης αποτελούν ο ξύλινος αργαλειός και τα ριπεσιώτικα υφαντά που διακρίνονται για τα περίτεχνα σχέδια αλλά και τα ανεξίτηλα χρώματά τους. Από τα πολλά έθιμα ξεχωρίζουν αυτά των αποκριών και της γιορτής τ΄ Αρουσαλιού. Την πρώτη εβδομάδα του τριωδίου, σύμφωνα με την παράδοση, έβγαινε τα παλιά τα χρόνια ντελάλης και «προφωνούσε» πως αρχίζουν οι απόκριες και όποιος δεν είχε θρεφτάρι (χοίρο) για σφάξιμο, να έσπευδε να αγοράσει. Τα χοιροσφάγια, με ιδιαίτερη εθιμοτυπία και σαφείς παραπομπές σε εκδηλώσεις της αρχαιότητας, ελάμβαναν χώρα αρχικά τις απόκριες και μεταγενέστερα την εποχή των Χριστουγέννων. Το ψυχοπαράσκευο τα παιδιά επισκέπτονταν τα σπίτια και έλεγαν τις «ψυχούδες» για την ανάπαυση των νεκρών και οι νοικοκυρές τους έδιναν μικρά ψωμάκια (ψυχούδες) αλλά και άγλυκα κόλλυβα για να ευχηθούν πλούσια σοδειά του νοικοκύρη. Τ΄ Αρουσαλιού είναι θρησκευτική εορτή την παραμονή της Πεντηκοστής με σαφή παραπομπή στα Rosalia ή Rossaria τα οποία ήταν ειδωλολατρική γιορτή των Λατίνων για τη λατρεία των νεκρών, η οποία εκχριστιανίσθηκε. Το σημαντικότερο όμως έθιμο των ριπεσιωτών ήταν αυτό της «ξέλασης», της αλληλεγγύης. Όλο το χωριό μαζευόταν να βοηθήσει να φυτευτεί ένα αμπέλι, να χτιστεί ένα σπίτι, να ολοκληρωθούν οι εργασίες ενός ασθενή συγχωριανού τους. Τα δημοτικά τραγούδια, έχουν και αυτά εξέχουσα θέση στη λαογραφία του χωριού είτε αναφέρονται στα ηρωικά κατορθώματα των Ντρέδων, είτε αναφέρονται στα έθιμα και στην καθημερινότητα με κάποια μάλιστα από αυτά να έχουν διασωθεί στην αρβανίτικη διάλεκτο.

Πληροί τις προϋποθέσεις να αναπτυχθεί τουριστικά, εφαρμόζοντας όμως ένα μοντέλο με επίκεντρο τον άνθρωπο και την αειφορία

Το χωριό και η ευρύτερη περιοχή διακρίνεται από μια ιδιαίτερη και ενδιαφέρουσα γαστρονομία. Άγρια χόρτα, λέχουρδες, σφέλα, μυζήθρα, άρμη, ζυμωτό ψωμί, εξαιρετικό ελαιόλαδο, ελιές, παστό χοιρινό, λουκάνικο με φλούδες πορτοκαλιού, χυλοπίτες, τραχανάς, φτιαχτά στο χέρι μακαρόνια από ζυμάρι, τα «μακαρουνευτά», σαλιγκάρια είναι μερικά μόνο από τα τοπικά προϊόντα. Κολοκυθοκορφάδες με άρμη, κόκορας με χυλοπίτες, καγιανάς με παστό, τραχανάς στο τηγάνι με φρέσκια ρίγανη, σαλιγκάρια με μυρωδικά στο τηγάνι, ψητά κρέατα στον ξυλόφουρνο, που δεν έλειπε από κανένα σπίτι, λαχανόπιτες, χόρτα τσιγαριστά με λέχουρδες, είναι μερικές μόνο από τις συνταγές.

Αξίζει να επισκεφθεί κανείς το χωριό κάθε εποχή. Την άνοιξη ευωδιάζει από τα αγριολούλουδα και ένας φυσικός καμβάς χρωμάτων περιβάλλει το χωριό. Τα καλοκαίρια είναι δροσερά και ευχάριστα. Το φθινόπωρο έχει χρώμα και προκαλεί το αίσθημα μιας γλυκιάς μελαγχολίας, ενώ ο χειμώνας δημιουργεί την ανάγκη της θαλπωρής από το τζάκι. Η θέση του ως βάση για περιήγηση είναι εξαιρετική. Σε μικρή απόσταση, υπάρχουν ενδιαφέροντα χωριά ενώ, ενδεικτικά, απέχει περίπου είκοσι λεπτά από τη θάλασσα, ένα τέταρτο από τους καταρράκτες της Νέδας, σαράντα πέντε λεπτά από το Ναό του Επικούριου Απόλλωνα. Ενώ για αυτούς που αγαπούν το περπάτημα, μονοπάτια ξεκινούν από το χωριό και το συνδέουν με γειτονικά χωριά.

Είναι προφανές πως το Ρίπεσι αποτελεί ένα ανεξερεύνητο, ένα ακατέργαστο διαμάντι. Ήρωες, θρύλοι, μακραίωνη ιστορία, παραδόσεις, έθιμα, παραδοσιακή αρχιτεκτονική, λαϊκή τέχνη, ιδιαίτερη γαστρονομία, φυσική ομορφιά συνθέτουν ένα μοναδικό σύνολο. Αν το χωριό σβήσει θα χαθούν όλα τα παραπάνω. Πληροί τις προϋποθέσεις να αναπτυχθεί τουριστικά, εφαρμόζοντας όμως ένα μοντέλο με επίκεντρο τον άνθρωπο και την αειφορία και έχοντας στόχο μια ήπια, βιώσιμη, πράσινη και δίκαιη ανάπτυξη. Το χωριό συνιστά ιδανική περίπτωση σχεδιασμού και εφαρμογής ενός ολοκληρωμένου προγράμματος ανάπτυξης με άξονα τον Αγροτουρισμό, λαμβάνοντας υπόψη τη φέρουσα τουριστική του ικανότητα, αλλά και τις απόψεις των κατοίκων του και όσων το «νοιάζονται».

Η ύπαιθρός μας έχει να επιδείξει αρκετά άγνωστα χωριά που, αν και έχουν τα απαιτούμενα χαρακτηριστικά, δεν έτυχαν κάποιας τουριστικής ανάπτυξης και αφήνονται να σβήσουν. Η πολιτεία στέκεται αδιάφορη, απαθής, αμήχανη στην καλύτερη των περιπτώσεων, δεν λαμβάνει μέτρα αντιμετώπισης της εγκατάλειψης, δεν αναλαμβάνει πρωτοβουλίες αντιστροφής της κατάστασης. Είναι κρίμα! Γιατί υπάρχει η δυνατότητα, μέσω της εφαρμογής ενός μοντέλου ανάπτυξης με βάση τον Αγροτουρισμό, και αυτά να «ξαναζωντανέψουν», αλλά και η χώρα να αποκτήσει ένα πολύ ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον τομέα του Τουρισμού αξιοποιώντας όλον αυτόν τον «πλούτο».

Τουρισμός υπαίθρου-αγροτουρισμός
Η απάντηση στην υγειονομική και περιβαλλοντική κρίση

Μια υγιής τουριστική βιομηχανία εξαρτάται από ένα υγιές και αξιόλογο περιβάλλον και ο τουρισμός υπαίθρου προσφέρει τις πλέον κατάλληλες συνθήκες για βιώσιμη ταξιδιωτική δραστηριότητα

Γράφει ο
Θοδωρής Βασιλείου

Ιστορικά η πρώτη εμφάνιση του τουρισμού υπαίθρου και του αγροτουρισμού τοποθετείται τον 19ο αιώνα, όταν ο τότε αστικός πληθυσμός πραγματοποιούσε εκδρομές με τους ατμοκίνητους σιδηρόδρομους. Όμως ο αγροτουρισμός ως συγκροτημένη εναλλακτική μορφή τουρισμού, εμφανίζεται για πρώτη φορά τη δεκαετία του ‹60 στις Η.Π.Α. (Farm/ranch tourism).

Στη χώρα μας, οι πρώτες μορφές αγροτουριστικής δραστηριότητας έλαβαν χώρα το 1984, με την ίδρυση των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών (Πέτρα Λέσβου, Αμπελάκια, Αράχοβα, Μαστιχοχώρια Χίου).

Η αγροτουριστική ανάπτυξη στον ελλαδικό χώρο περιορίστηκε στο παρελθόν στη δημιουργία μιας πλειάδας «αγροτουριστικών» καταλυμάτων, συγκεντρωμένα στις παραθαλάσσιες ζώνες ή διάσπαρτα στο χώρο, ασύνδετα συνήθως με τη γεωργική παραγωγή και το τοπικό αγροτικό στοιχείο γενικότερα και χωρίς να προσφέρονται παράλληλα οι υπηρεσίες, τα αγαθά και οι δραστηριότητες που θα αναμενόταν από ένα τέτοιου είδους κατάλυμα.

Ωστόσο η σημερινή τάση είναι η παροχή ολοκληρωμένων αγροτουριστικών υπηρεσιών και άλλων δραστηριοτήτων υπαίθρου και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Έχουν δημιουργηθεί εκατοντάδες ποιοτικές μονάδες που όχι μόνο δεν έχουν κάτι να ζηλέψουν από το εξωτερικό, αλλά σε πολλές περιπτώσεις είναι μοναδικές και παραδείγματα προς μίμηση.

Το παγκόσμιο σοκ της πανδημικής κρίσης σε συνδυασμό με την κλιματική αλλαγή διαμορφώνουν μια νέα κατάσταση στο παγκόσμιο τουριστικό τοπίο και αλλάζουν τον τρόπο σκέψης και τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών.

- Ποιός όμως είναι ο τόπος και ο τύπος διακοπών που επιλέγει ο σημερινός ταξιδιώτης;

-Που θα υιοθετεί το θετικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, ως τρόπο ζωής;

-Που θα αναδεικνύει προορισμούς με καλό κλίμα και πολυποίκιλα ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία. υψηλής αναγνωρισιμότητας;

-Που θα διαθέτει μικρές πόλεις και χωριά με καλή κουζίνα, με ενδιαφέροντα ήθη και έθιμα, με τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις και φιλικούς κατοίκους;

-Που θα επιλέγει τοπικά προϊόντα στην κουζίνα του συνδέοντας την τοπική παραγωγή με τον τουρισμό;

Αυτονόητη η απάντηση, ο «τουρισμός υπαίθρου – αγροτουρισμός».

Και φυσικά τουρισμός υπαίθρου όχι γενικά και αόριστα, αλλά σε μια χώρα σαν την Ελλάδα, με άπειρες επιλογές αυτού του τύπου διακοπών, με άριστους οικοδεσπότες εμφορούμενους από υψηλά αξιακά πρότυπα και άψογο επαγγελματισμό.

Ολοι πλέον επιθυμούν μια στροφή και αλλαγή του τρόπου της ζωής τους. Εγκαταλείπουν τα καταναλωτικά πρότυπα και την υιοθετούν τους νέους κανόνες αειφορικής συμπεριφοράς και υγιεινών διατροφικών συνηθειών.

Σε αυτή την λογική προσχωρούν σταδιακά ακόμη και οι φανατικοί οπαδοί του θαλάσσιου τουρισμού, επίσης γίνεται πρώτη επιλογή για τις παρέες των νέων.

Τα εθνικά και διεθνή ταξίδια είναι πλέον πολύ μελετημένα και η αναμενόμενη ανάπτυξη του τουρισμού υπαίθρου - αγροτουρισμού αποτελεί μια μεγάλη ευκαιρία για την χώρα μας.

Το τουριστικό προϊόν στο σύνολο του είναι προφανώς ευάλωτο στην κλιματική αλλαγή, τόσο από την πλευρά της ζήτησης όσο και από την πλευρά της προσφοράς. Οι βασικές επιπτώσεις σε τουριστικές περιοχές είναι η άνοδος της στάθμης της θάλασσας, η αύξηση της θερμοκρασίας και η μείωση της βροχόπτωσης (ιδίως κατά τη θερινή περίοδο) αλλά και τα ακραία καιρικά φαινόμενα τα οποία θα εμφανίζονται όλο και συχνότερα.

Παράλληλα έχουν ενδιαφέρον και οι έμμεσες επιπτώσεις, όπως η επίδραση σε κρίσιμους φυσικούς πόρους (π.χ. το νερό), η αλλοίωση του τοπίου και της βιοποικιλότητας, στοιχεία δηλαδή που επηρεάζουν τις προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού.

Στο πλαίσιο αυτό, η γεωγραφική θέση και τα ειδικά χαρακτηριστικά του χώρου αναφοράς, έχουν συχνά καθοριστικό ρόλο, καθώς μπορεί να διαφοροποιηθεί σημαντικά η έκθεση και η ευαισθησία του στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής.

Οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής ως προς τον τουρισμό θα είναι και θετικές και αρνητικές.

Για παράδειγμα η αύξηση της θερμοκρασίας ή/και η συχνότερη εμφάνιση καυσώνων θα υποβαθμίσουν σε σημαντικό βαθμό την ποιότητα του τουριστικού

Εκ των ων ουκ άνευ είναι η ολοκλήρωση ενός σύγχρονου θεσμικού πλαισίου για τον τουρισμό και τις ειδικές μορφές του, η διασφάλιση της ποιότητας στις υποδομές και τις υπηρεσίες

προϊόντος κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Παρόλα αυτά και λόγω της ποικιλίας των κλιματικών ζωνών της χώρας μας, μια θετική επίδραση που μπορεί να προκύψει σε κάποιες περιοχές είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η οποία σίγουρα θα επηρεάσει με τη σειρά της την προσφορά στον τουρισμό, αλλά και τη ζήτηση.

Οι αρνητικές επιπτώσεις που εκτιμώνται (π.χ.έκθεση της ΕΜΕΚΑ, έρευνα για την κλιματική αλλαγή, από διαΝΕΟσις), μπορεί να μετριαστούν ή ακόμη και να ανατραπούν, καθώς οι δείκτες τουριστικής ευφορίας βελτιώνονται σημαντικά την άνοιξη και το φθινόπωρο. Δηλαδή λόγω των αλλαγών, προκύπτουν άριστες κλιματικές συνθήκες στις λεγόμενες ενδιάμεσες εποχές.

Παραδόξως η μικρή αγροτουριστική επιχείρηση αποδεικνύεται ανθεκτικότερη στις βίαιες μεταβολές και τις έκτακτες συνθήκες, διασώζοντας την τουριστική οικονομία και όχι μόνο, από το παρωχημένο τουριστικό μοντέλο της προηγούμενης εποχής.

Ο τουρισμός υπαίθρου - αγροτουρισμός, ως δραστηριότητα, έχει ισχυρότατες συνέργειες με την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά, αλλά και με τον σύγχρονο πολιτισμό και τις τοπικές παραδόσεις.

Έτσι αναδεικνύεται η ανάγκη να συνδυαστεί η όποια οικονομική πρόοδος με τη βιώσιμη ανάπτυξη, αλλά και με την ηθική της διάσταση (διάχυση του οφέλους στο σύνολο της κοινωνίας).

Η βιωσιμότητα του τουρισμού καλύπτει πολλές πλευρές: την υπεύθυνη χρήση των φυσικών πόρων, τη συνεκτίμηση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου των δραστηριοτήτων (παραγωγή αποβλήτων, πιέσεις που υφίστανται τα ύδατα, το έδαφος και η βιοποικιλότητα κ.ά.), τη χρήση «καθαρής» ενέργειας, την ανακύκλωση και επανάχρηση όσο το δυνατό περισσότερων πόρων, την προστασία της πολιτιστικής ταυτότητας των προορισμών, την διατηρησιμότητα των θέσεων απασχόλησης που δημιουργούνται, τις τοπικές οικονομικές επιπτώσεις ή ακόμη την ποιότητα της υποδοχής και φιλοξενίας.

Δύο κατευθύνσεις είναι πλέον διαθέσιμες:

Η πρώτη είναι ο δρόμος της χωρίς μέτρο αξιοποίησης και εκμετάλλευσης της γης και των φυσικών πόρων της χώρας.

Η δεύτερη είναι η επιλογή της ήπιας ανάπτυξης, με σεβασμό στο περιβάλλον και τις βασικές αρχές της αειφορίας και βιωσιμότητας.

Μια υγιής τουριστική βιομηχανία εξαρτάται από ένα υγιές και αξιόλογο περιβάλλον. Για τούτο τον λόγο είναι επιθυμητή μόνο η ανάπτυξη που θα στηρίζεται στην αειφορία και θα έχει επίκεντρο τον άνθρωπο και την ποιότητα της ζωής του. Η αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και των κρίσεων που προκαλεί, μπορεί να επιτευχθεί με την αλλαγή του μοντέλου ανάπτυξης προς την κατεύθυνση του βιώσιμου τουρισμού (τουρισμός υπαίθρου - αγροτουρισμός), με την προώθηση εναλλακτικών τουριστικών δράσεων και προορισμών σε όλη την ελληνική επικράτεια καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Στους βασικούς στόχους του νέου μοντέλου θα πρέπει να συμπεριληφθεί και η βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων, η περιβαλλοντική διαχείριση και το ολοκληρωμένο management των τουριστικών πόρων των προορισμών, με εμπλοκή ολόκληρης της τοπικής κοινωνίας.

Εκ των ων ουκ άνευ είναι η ολοκλήρωση ενός σύγχρονου θεσμικού πλαισίου για τον τουρισμό και τις ειδικές μορφές του, η διασφάλιση της ποιότητας στις υποδομές και τις υπηρεσίες του τουρισμού και ασφαλώς η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό της χώρας.

Δυστυχώς μέχρι σήμερα τουλάχιστον, οι κλιματικές αλλαγές δεν λαμβάνονταν υπόψη όταν συντελούνταν επενδύσεις στον τουρισμό και τις υποδομές.

Η πολιτεία σε όλα τα επίπεδα πρέπει να μεριμνά για την επίλυση και αντιμετώπιση όλου του πλέγματος των περιβαλλοντικών προβλημάτων, όπως:

-Η ένταξη του κάθε δομικού στοιχείου με απόλυτο σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον.

-Με την επιλογή αρχιτεκτονικών μορφών που συνδυάζουν τις πιο σύγχρονες αισθητικές αντιλήψεις, με την αίσθηση του μέτρου που απαιτούν η παράδοση, η ελληνική φύση και η αισθητική του τοπίου

-Επιβάλλοντας λύσεις που να συμβάλλουν στην εξοικονόμηση των ενεργειακών πόρων.

- Προωθώντας ολοκληρωμένες υποδομές, που να εξασφαλίζουν βιώσιμη τροφοδοσία των τουριστικών επιχειρήσεων σε ενέργεια και νερό, αποχέτευση των λυμάτων, εφοδιασμό κ.λπ. Στο πλαίσιο αυτό περιλαμβάνονται η σωστή διαχείριση και ανακύκλωση των αποβλήτων και απορριμμάτων με τη λειτουργία συστημάτων διαχωρισμού των ανακυκλούμενων υλικών από τα υπολείμματα της μονάδας και τριτοβάθμιου βιολογικού καθαρισμού με πλήρη επαναχρησιμοποίηση του νερού για άρδευση, φύτευση ενδημικών ειδών χλωρίδας στον περιβάλλοντα χώρο.

-Δημιουργώντας πρότυπα Παρατηρητήρια για τη συνεχή παρακολούθηση και αξιολόγηση περιβαλλοντικών παραμέτρων και επιπτώσεων από τις τουριστικές δραστηριότητες ανα περιοχή.

-Δημιουργώντας χώρους με εκθέματα από τα φυσικά οικοσυστήματα (την τοπική χλωρίδα και πανίδα) κάθε περιοχής, έργα πυροπροστασίας και αντιμετώπισης έκτακτων περιστατικών, δημιουργίας περιπατητικών μονοπατιών κ.α.

-Σχεδιάζοντας και υλοποιώντας προγράμματα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης των νέων, των εργαζομένων και των κατοίκων μιας περιοχής.

-Προωθώντας Συμπράξεις Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας και υποστήριξη των τοπικών παραγωγών για την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, τα οποία και πρέπει να ενσωματώνονται στα μενού των ξενοδοχείων.

-Ενθαρρύνοντας την συνεργασία με τοπικούς φορείς για την αναβάθμιση ή και την αναβίωση παραδοσιακών πολιτιστικών εκδηλώσεων και παραγωγικών δραστηριοτήτων.

Συνοψίζοντας θα επισημαίναμε ότι:

Η ελληνική γεωργία, ο αγροτουρισμός και η ύπαιθρος, γενικότερα, έχουν τεράστια οικονομική, κοινωνική και πολιτισμική αξία. Αρκεί να αναφερθεί ότι στην ύπαιθρο ανήκει περισσότερο από το 85% της γεωγραφικής έκτασης της χώρας και σ' αυτήν κατοικεί ο μισός περίπου πληθυσμός. Η γεωργική δραστηριότητα υπήρξε ανέκαθεν η «ατμομηχανή» της οικονομίας της υπαίθρου, αν και τα τελευταία χρόνια η γεωργική οικονομία έχει παραχωρήσει την πρωτοκαθεδρία της στον τριτογενή τομέα των υπηρεσιών, σε πολλές περιοχές της υπαίθρου.

Η ελληνική ύπαιθρος περιλαμβάνει περιοχές εξαίσιου φυσικού κάλλους με τεράστια οικολογική αξία. Αποτελεί ένα από τα πιο όμορφα κομμάτια του πλανήτη και η βάση για έναν από τους σημαντικότερους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, τον τουρισμό.

Συνεπώς αυτά που διαφοροποιούν την ελληνική ύπαιθρο είναι η ποιότητα και η ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος, ο μοναδικός κοινωνικός ιστός που επικρατεί στις κοινωνίες της ελληνικής υπαίθρου, γεμάτος από τα ιδιαίτερα ήθη και έθιμα, τις παραδόσεις και τα μνημεία της πολιτιστικής κληρονομιάς και οπωσδήποτε ο διατροφικός πολιτισμός με την περίφημη μεσογειακή διατροφή, που είναι χαρακτηριστικό ολόκληρης της ελληνικής υπαίθρου.

Στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος του ταξιδιώτη, έρχονται πλέον τα γεωργικά προϊόντα υψηλής ποιότητας που παράγονται σε συγκεκριμένες περιοχές και τα οποία διαθέτουν ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά, ενώ κατά την παραγωγή τους χρησιμοποιούνται ειδικές μέθοδοι παραγωγής. Η σημαντική ποιοτική υποβάθμιση των προϊόντων συμβατικής γεωργίας οδηγεί σε μεταβολή των διατροφικών προτύπων και σε αύξηση της ζήτησης για βιολογικά προϊόντα και προϊόντα ιδιοτυπίας.

Κάτω από αυτές τις προϋποθέσεις ο τουρισμός υπαίθρου - αγροτουρισμός μπορεί να μετατραπεί σε εργαλείο αλλαγής του παραγωγικού μοντέλου της χώρας κινητοποιώντας την κοινωνία από τα κάτω και συμβάλλοντας στην γρήγορη προσαρμογή της χώρας μας στην νέα εποχή.

Στην κορυφή της ατζέντας η κλιματική αλλαγή

Σημαντικούς ομιλητές για τη βιωσιμότητα, αλλά και για τον μέλλον των αεροπορικών εταιρειών περιλαμβάνει το πρόγραμμα της παγκόσμιας διάσκεψης που ανακοίνωσε η ΙΑΤΑ

Η ΙΑΤΑ ανακοίνωσε το πρόγραμμα και τους ομιλητές για την Παγκόσμια Σύνοδο Κορυφής Αερομεταφορών, η οποία πραγματοποιείται σε συνδυασμό με την Ετήσια Γενική Συνέλευση της ΙΑΤΑ στη Βοστώνη των ΗΠΑ, στις 3-5 Οκτωβρίου.

«Είμαι πολύ ενθουσιασμένος διότι η Παγκόσμια Διάσκεψη Κορυφής για τις Αερομεταφορές θα πραγματοποιηθεί και πάλι δια ζώσης για πρώτη φορά από τον Ιούνιο του 2019. Τα ψηφιακά φόρουμ δεν μπορούν να υποκαταστήσουν την αξία που δημιουργείται όταν οι άνθρωποι συναντιούνται πρόσωπο με πρόσωπο. Καθώς σχεδιάζουμε την ανάκαμψη του κλάδου από την πανδημία και αντιμετωπίζουμε κρίσιμα ζητήματα κλιματικής αλλαγής, οι ζωντανές συζητήσεις και αντιπαραθέσεις μεταξύ των κορυφαίων ηγετών και των ενδιαφερόμενων μερών του κλάδου θα είναι ιδιαίτερα σημαντικές», δήλωσε ο Γενικός Διευθυντής της ΙΑΤΑ, Willie Walsh.

Η αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής από τις αεροπορικές εταιρίες θα βρεθεί στην κορυφή της ημερήσιας διάταξης. Την κεντρική ομιλία θα εκφωνήσει η Rachel Kyte, κοσμήτορας της Σχολής Fletcher του Πανεπιστημίου Tufts και πρώην ειδική αντιπρόσωπος του Γενικού Γραμματέα του ΟΗΕ και διευθύνουσα σύμβουλος της Sustainable Energy for All. Η κυρία Kyte ήταν προηγουμένως αντιπρόεδρος του Ομίλου της Παγκόσμιας Τράπεζας και ειδική απεσταλμένη για την κλιματική αλλαγή, η οποία ηγήθηκε της προετοιμασίας για τη Συμφωνία του Παρισιού.

Στα θέματα των συνεδριών εκτός από το μείζον ζήτημα της αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, περιλαμβάνονται η ασφαλής επανασύνδεση του κόσμου κατά τη διάρκεια της πανδημίας, η ενσωμάτωση και το ζήτημα της «διαφορετικότητας» στις αερομεταφορές, η συνεργασία με εταίρους της αλυσίδας αξίας και η διαχείριση των αεροπορικών φορτίων. Η πάντα δημοφιλής συζήτηση των CEO Insight Debate θα επιστρέψει, με συντονιστή τον Richard Quest του CNN, παρουσιαστή της εκπομπής Quest Means Business.

Θα ακολουθήσει διάλογος με βασικούς

ενδιαφερόμενους φορείς που θα επικεντρωθούν στη βιωσιμότητα, μεταξύ των οποίων θα είναι οι:

- Guillaume Faury, Διευθύνων Σύμβουλος, Airbus
- Stanley Deal, Διευθύνων Σύμβουλος, Boeing Commercial Airplanes
- Annie Petsonk, Κύρια Αναπληρώτρια Βοηθός Γραμματέα Αεροπορίας και Διεθνών Υποθέσεων, Υπουργείο Μεταφορών των ΗΠΑ
- Pieter Elbers, Διευθύνων Σύμβουλος, KLM
- Dr. Jennifer Holmgren, CEO, LanzaTech

Οι συμμετέχοντες στη συζήτηση CEO Insight Debate θα είναι οι:

- Lynne Embleton, Διευθύνουσα Σύμβουλος, Aer Lingus
- Sir Tim Clark, Πρόεδρος, Emirates Airline
- Rono Dutta, Διευθύνων Σύμβουλος, IndiGo
- Carsten Spohr, Διευθύνων Σύμβουλος, Lufthansa
- Scott Kirby, Διευθύνων Σύμβουλος, United Airlines

Η Σύνοδος Κορυφής θα περιλαμβάνει επίσης συναντήσεις σχετικά με το μέλλον στη διαχείριση των αεροπορικών φορτίων μετά τις εντυπωσιακές επιδόσεις που καταγράφηκαν κατά τη διάρκεια της κρίσης, την ασφαλή επανεκκίνηση της παγκόσμιας συνδεσιμότητας, καθώς και μια σειρά από συζητήσεις μεταξύ των θα CEOs των αεροπορικών εταιρειών μαζί με διάφορες ομάδες του κλάδου, συμπεριλαμβανομένων των παροχών υποδομής, τους κατασκευαστές γνήσιου εξοπλισμού και άλλους προμηθευτές.

«Είμαι πολύ ενθουσιασμένος διότι η Παγκόσμια Διάσκεψη Κορυφής για τις Αερομεταφορές θα πραγματοποιηθεί και πάλι δια ζώσης για πρώτη φορά από τον Ιούνιο του 2019», δήλωσε ο Γενικός Διευθυντής της IATA, Willie Walsh

Νέο Business Lounge από την Aegean Airlines στο «Μακεδονία»

Η AEGEAN συνεχίζει να επενδύει στη Θεσσαλονίκη και αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία με το νέο Business Lounge στο αεροδρόμιο «Μακεδονία». Στα τέλη της προηγούμενης εβδομάδας, άνοιξε τις πόρτες του στο επιβατικό κοινό το ολοκαίνουργιο Business Lounge της AEGEAN στο Διεθνές Αεροδρόμιο «Μακεδονία» της Θεσσαλονίκης, εμπλουτίζοντας την ταξιδιωτική εμπειρία μέσα από ένα χώρο υψηλής αισθητικής και άνεσης, αντάξιο της πόλης και του αναβαθμισμένου αεροδρομίου.

Εμπνευσμένο από τη λιτή, γλυπτική παραδοσιακή αρχιτεκτονική της Ελλάδας και υπερδιπλάσιο του προηγούμενου (άνω των 500 τ.μ.) το νέο Lounge στη Θεσσαλονίκη ενσωματώνει πρώτο τη νέα εταιρική ταυτότητα της AEGEAN, συμβαδίζει με την τεχνολογία αιχμής των νέων αεροσκαφών A320neo και A321neo, που έχουν ήδη ενταχθεί στο στόλο της και προδιαγράφει τη νέα εποχή της εταιρείας που έχει στο επίκεντρο την παροχή αναβαθμισμένων υπηρεσιών στους επιβάτες.

Οι καμπύλες μορφές που κυριαρχούν σε συνδυασμό με τα υλικά υψηλής ποιότητας όπως το μάρμαρο, το μωσαϊκό, το γυαλί και το ξύλο δημιουργούν ένα σύγχρονο και μοντέρνο χώρο που εστιάζει αποκλειστικά στην άνεση και τη φιλοξενία, ενώ η ειδική πύλη μέσα στο lounge εξασφαλίζει την απευθείας επιβίβαση στο αεροσκάφος.

Ταυτόχρονα το νέο lounge της AEGEAN στη Θεσσαλονίκη αποτελεί μια πλατφόρμα εξοικείωσης των επιβατών της εταιρείας και του δικτύου εταιρειών της μεγαλύτερης αεροπορικής συμμαχίας, Star Alliance, με τα τοπικά προϊόντα της Θεσσαλονίκης και της Βόρειας Ελλάδας, καθώς τα μενού που προσφέρονται περιλαμβάνουν τοπικά προϊόντα ή πρώτες ύλες που προέρχονται από παραγωγούς και επιχειρήσεις της ευρύτερης περιοχής.

Συγχρόνως η AEGEAN θα καλωσορίζει τους επιβάτες με επιλεγμένα τοπικά κεράσματα, προϊόντα, κρασιά και ποτά από εκλεκτούς παραγωγούς της Βόρειας Ελλάδας.

Θεματικός ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η επανέναρξη των συνεδρίων, τα οφέλη και οι στόχοι

Ο Υπουργός Τουρισμού Β. Κικίλιας ανακοίνωσε τη διεξαγωγή συνεδρίων με τη συμμετοχή εμβολιασμένων και νοσησάντων, σύμφωνα με το ισχύον πρωτόκολλο και τήρηση σε κάθε περίπτωση του ορίου της χωρητικότητας του 80%

Ο Συνεδριακός Τουρισμός είναι μια εξαιρετικά ανερχόμενη θεματική μορφή τουρισμού, που μπορεί να βοηθήσει όσο καμία άλλη μορφή τουρισμού στην αντιμετώπιση της εποχικότητας και να εκτοξεύσει κυριολεκτικά τις τουριστικές εισπράξεις. Δυστυχώς την ίδια ώρα ήταν και από τους κλάδους του τουρισμού που τα έσοδα λόγω της πανδημίας μηδενίστηκαν και οι περισσότερες εταιρείες μπήκαν σε αναστολή. Σημαντική ώθηση στην επανέναρξη του συνεδριακού τουρισμού έδωσε η ανακοίνωση του Υπουργού Τουρισμού Βασίλη Κικίλια, στο ραδιόφωνο του ΣΚΑΙ, για τη διεξαγωγή συνεδρίων με τη συμμετοχή εμβολιασμένων και νοσησάντων, σύμφωνα με το ισχύον πρωτόκολλο και τήρηση σε κάθε περίπτωση του ορίου της χωρητικότητας του 80%, με κατάλληλη ταξιθεσία έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η μέγιστη δυνατή απόσταση μεταξύ των συμμετεχόντων.

Όπως δήλωσε ο κ. Κικίλιας, έθεσε στη χθεσινή συνεδρίαση της Επιτροπής Λοιμωξιολόγων-Επιδημιολόγων αιτήματα συγκεκριμένων κλάδων του τουρισμού, ενόψει του προγραμματισμού για την επόμενη τουριστική σεζόν και οι αποφάσεις που ελήφθησαν αναμένεται να δημοσιευθούν στο ΦΕΚ μέσα στις επόμενες μέρες.

Σε έρευνα που είχε πραγματοποιήσει η CWT Meetings & Events προ κορονοϊού κατέτασσε την Αθήνα στις πόλεις που αναπτύσσεται δυναμικά ο συνεδριακός τουρισμός. Το μόνο που της έλειπε τότε -και της λείπει ακόμα- είναι ένα μεγάλο συνεδριακό κέντρο που να μπορεί να φιλοξενήσει χιλιάδες συνέδρους και μεγάλου μεγέθους εκδηλώσεις.

Συνολικά το 2019 η αξία του συνεδριακού τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο ξεπερνούσε τα 800 δισεκατομμύρια δολάρια και είχε εκτιμηθεί πως θα έφτανε σχεδόν το 1,5 τρισεκατομμύριο μέχρι το 2028. Η πορεία του κλάδου ανακόπηκε από την πανδημία, η οποία αντί μετέτρεψε σε δισεκατομμύρια ζημιές. Η υγειονομική κρίση ωστόσο κάποτε -σύντομα ελπίζουμε- θα ξεπεραστεί και ο MICE κλάδος αναμένεται πως θα ανακάμψει δυναμικά. Την ίδια ώρα η κρίση λειτούργησε και ως επιταχυντής για την ψηφιοποίηση του κλάδου, με πολλά πετυχημένα παραδείγματα τηλεσυνεδρίων και webinars, πολλά εκ των οποίων αφορούσαν άμεσα τον τουριστικό κλάδο.

Το κύριο χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί τον συνεδριακό τουρισμό είναι πως δεν επηρεάζεται από την εποχή. Οι οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα, αντικείμενα ή επαγγελματικές ειδικότητες για την επιστημονική ενημέρωση και την ανταλλαγή πληροφοριών ή απόψεων μπορούν να

Η μετατροπή του Τάε Κβο Ντο σε συνεδριακό κέντρο...

Στην Αθήνα λείπει ένα μεγάλο συνεδριακό κέντρο που να μπορεί να φιλοξενήσει χιλιάδες συνέδρους και μεγάλα events. Το Τάε Κβο Ντο στο Φάληρο υποτίθεται ότι, προ Ολυμπιακών του 2004 ακόμη, προοριζόταν να μετατραπεί στο μεγάλο συνεδριακό κέντρο της πρωτεύουσας, μετά τη λήξη των αγώνων. Σήμερα έχουμε φτάσει αισίως στο τέλος σχεδόν του 2021 και ακόμα το παλεύουμε... Η υπόθεση γενικά είναι γνωστή και δεν θέλουμε να κουράσουμε με λεπτομέρειες. Η παρούσα κυβέρνηση σχεδίαζε από τον Δεκέμβριο του 2019 να προχωρήσει η παραχώρηση του Τάε Κβο Ντο και του περιβάλλοντος χώρου και κτιρίων για την δημιουργία ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου. Παρά τις παρατάσεις που έχει δώσει η ΕΤΑΔ στο διαγωνισμό ακόμη δεν έχουν προκύψει αποτελέσματα, ενώ υπάρχει σκεπτικισμός για τα «παράθυρα» δημιουργίας μεγάλου εμπορικού κέντρου στον χώρο.

διοργανωθούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Στην ίδια κατηγορία βρίσκονται τα ταξίδια κινήτρων και οι εκθέσεις. Ουσιαστικά οι χρονικοί περιορισμοί που προκύπτουν απορρέουν από τις επαγγελματικές υποχρεώσεις που έχει ο εκάστοτε κλάδος. Με τα συνέδρια καταφέρνουμε να έχουμε προσέλκυση μεγάλου αριθμού επισκεπτών εντός λίγων ημερών σε συγκεκριμένο τοπικό προορισμό διευρύνοντας την τουριστική περίοδο και προβάλλοντας τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά (πολιτιστικά, υπαίθρου κ.α.)

Το μέλλον στην Ελλάδα

Η ανάπτυξη και η συστηματική προβολή του συνεδριακού τουρισμού αποτελεί σπουδαίο εργαλείο για όλους τους τομείς της χώρας. Με σωστή στρατηγική μπορεί να αποφέρει σπουδαία οφέλη, όπως μεγαλύτερη εξωστρέφεια για κάποιους παραγωγικούς κλάδους. Τουριστικά μιλώντας η μέση δαπάνη ενός συνέδρου υπολογίζεται στα 1.900 ευρώ, ποσό πολύ μεγαλύτερο από τη μέση τουριστική δαπάνη των τουριστών του καλοκαιριού.

Ο συνεδριακός τουρισμός επιπλέον προσδίδει κύρος και διεθνή προβολή στη χώρα και ειδικά στον εκάστοτε προορισμό. Συμβάλλει στην τόνωση του κοινωνικού ιστού της περιοχής και στην αναβάθμιση των υποδομών. Η συνεδριακή αγορά οδηγεί σε αύξηση θέσεων εργασίας, αφού στη διοργάνωση συνεδρίων εμπλέκονται άμεσα και έμμεσα πάρα πολλά επαγγέλματα.

Το κύριο χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί τον συνεδριακό τουρισμό είναι πως δεν επηρεάζεται από την εποχή

Η Αθήνα, η Ρόδος, η Χαλκιδική, η Κρήτη και η Θεσσαλονίκη είναι πόλεις που έχουν κάνει σημαντικά βήματα στον συνεδριακό τουρισμό. Τα συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία με συνεδριακές υποδομές, αλλά και νέα κέντρα θεματικού ενδιαφέροντος που δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια σε αυτούς τους προορισμούς παράλληλα με την ανάπτυξη σημαντικών έργων από την πλευρά του κράτους, όπως είναι αεροδρόμια, μαρίνες και ιστορικά πάρκα κλπ που συνέβαλαν καθοριστικά στην ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού.

Ζητούμενο τώρα είναι να υπάρξει επανεκκίνηση του κλάδου, κάτι που δυστυχώς για να επιτευχθεί στο 100% θα πρέπει να έχουμε αφήσει πίσω μας την πανδημία. Προς την κατεύθυνση αυτή στις 23 Σεπτεμβρίου ο HAPCO σε συνάντηση που διοργάνωσε παρουσίασε τις δράσεις του Συνδέσμου από την έναρξη της πανδημίας μέχρι και σήμερα. Έγινε εκτενής αναφορά στα υγειονομικά πρωτόκολλα που ισχύουν, αλλά και στα εμπόδια που δημιουργούνται στην επανεκκίνηση των συνεδρίων και εκδηλώσεων. Αναπτύχθηκαν όλες οι δράσεις ενδυνάμωσης, εξωστρέφειας και περαιτέρω προώθησης του κλάδου, καθώς και οι εντατικές προσπάθειες των μελών του Δ.Σ του HAPCO & DES για την ανάδειξη του ρόλου της βιομηχανίας συνεδρίων στην ανάκαμψη και ανάπτυξη. Παρουσιάστηκε η στρατηγική μελέτη που υπεβλήθη από ομάδα εργασίας του συνδέσμου στο Υπουργείο Τουρισμό για τον σχεδιασμό ανάπτυξης του MICE, αλλά και οι πιέσεις που ασκεί το Δ.Σ σε ΕΟΦ και ΣΦΕΕ, αναφορικά με τα εμπόδια που προκύπτουν από τις εγκυκλίους για τα ιατρικά και επιστημονικά συνέδρια.

Γιώργος Παλιούρας

Την μετά Covid εποχή φοβάμαι

«Όλα όσα δε μας έγιναν μάθημα, όλα όσα προκαλούν τη λογική μου, την τουριστική μου συνείδηση και την επαγγελματική μου δεοντολογία... Γιατί τίποτα δεν έχει αλλάξει και τίποτα δεν είναι όπως παλιά...»

Ο Γιώργος Παλιούρας είναι 25 χρόνια στέλεχος ταξιδιωτικών γραφείων, έχει διατελέσει για δύο περιόδους μέλος του διοικητικού συμβουλίου του HATTA και της FedHatta και δύο χρόνια πρόεδρος της ASTA Greece Charter.

Ζητήσαμε την άποψη του για την μετά Covid εποχή και το πώς βίωσαν στελέχη της τουριστικής αγοράς με την εμπειρία του, τους δύσκολους μήνες μέχρι την επανεκκίνηση. Με χαρά φιλοξενούμε το αυθόρμητο κείμενο που μας έστειλε αντί συνέντευξης:

Μου φαίνεται σα να 'ναι χθες μα πάνε σχεδόν δυο χρόνια... που ο φόβος και η ανασφάλεια κυριάρχησαν από άκρη σε άκρη στον πλανήτη βάζοντας στο ψυγείο για μήνες όλες τις ταξιδιωτικές δραστηριότητες.

Οι άνθρωποι της πρώτης γραμμής του τουρισμού, που πάλεψαν χρόνια ολόκληρα για σταθερή απασχόληση, για ζωή μέσα στη ζωή του τουρισμού που αγάπησαν, που γνώρισαν έναν-έναν τους πρώτους πελάτες και συνεργάτες τους και σήμερα είναι φίλοι, που αγωνίστηκαν να εξελιχθούν, να επιμορφωθούν, που έμαθαν μαζί με τα προς το ζην από τον τουρισμό να συμπληρώνουν την αμοιβή τους με χαμόγελα, επιβραβεύσεις και αναμνήσεις, δυστυχώς μέσα σε λίγους μήνες είδαν τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς και την προληπτική απομόνωση να θεωρείται η κύρια λύση για το υγειονομικό πρόβλημα συμπαρασύροντας ότι θεωρούνταν δεδομένο μέχρι εκείνη τη στιγμή.

Μετά την ψυχρολουσία των lockdown και την απώλεια, την παύση εργασιών, ήρθε η συνειδητοποίηση, η ψυχραιμία, η σπασμωδική, πενιχρή οικονομική ενίσχυση, η zoom επικοινωνία, η υπομονή, η δημιουργία πρωτόκολλων (ας ξεχάσουμε καλύτερα τι έγινε), το εμβόλιο και η επανεκκίνηση (όχι βέβαια Μάιο).

Σε τελική ανάλυση οι περισσότεροι δεν πάθαμε και τίποτα, δε χτυπήσαμε και πάρα πολύ, αφού σε αντίθεση με όσους καλούς φίλους και συνεργάτες έφυγαν, εμείς είμαστε ακόμα εδώ, εγώ γράφω, εσείς διαβάζετε και όλοι ονειρευόμαστε το αύριο του τουρισμού.

Τι είναι άλλωστε λίγη ανασφάλεια, λίγη ανεργία, λίγη πείνα, λίγη γκρίνια, λίγη καθυστέρηση, λίγες αναστολές, λίγη συνεργασία, λίγη επιστρεπτέα εκμετάλλευση, αφού ο τουρισμός ξανά προς τη δόξα τραβά.

«Λίγες έως μοναχικές οι φωνές για έξοδο από τη προχειρότητα και τη μετριότητα που είναι δυσανάλογες με το μέγεθος των δυνατοτήτων και την ποιότητα του τουρισμού που πρέπει να θέλουμε, αλλά και των μεγάλων άμεσων προβλημάτων και προκλήσεων»

Μέσα σε μέρες, βδομάδες μπήκαν στόχοι, μετρήθηκαν ρεκόρ, αφίξεις, κατά κεφαλήν εισπράξεις, όλα ένα ζυμάρι που πρέπει να φουσκώσει και κλαδικοί φορείς και πολιτευτές του τουρισμού πρέπει να τρέξουν να ανταγωνιστούν για το ποιος θα δώσει πρώτος τα καλά μαντάτα για θα βρει το φλουρί ή να πάρει το δαχτυλίδι.

Από την απόλυτη καταστροφολογία κάποιων μέσων γυρίσαμε στη τουριστική δημοσιογραφία μηρυκασμού δελτίων τύπου για νέες άδειες ξενοδοχείων, νέες πτήσεις και επενδύσεις που έρχονται πανηγυρικά από τη γωνία.

Καμία σχεδόν αναφορά για τις υποδομές, τα προβλήματα, την άναρχη και

παράνομη τουριστική δραστηριότητα, τις καθυστερήσεις στα πρωτόκολλα, τι πρέπει να κάνουμε καλύτερα και πιο άμεσα τώρα που έχουμε την κακή εμπειρία. Για το μέλλον μόνο λίγα δημοσιεύματα αντιγραφή από τον διεθνή τύπο και μεταβολή στην εσωστρέφεια.

Λίγες έως μοναχικές οι φωνές για έξοδο από τη προχειρότητα και τη μετριότητα που είναι δυσανάλογες με το μέγεθος των δυνατοτήτων και την ποιότητα του τουρισμού που πρέπει να θέλουμε, αλλά και των μεγάλων άμεσων προβλημάτων και προκλήσεων.

Θα στοιχειώσουν οι υβριδικές εκθέσεις, οι virtual εκδηλώσεις, οι FB σύμβουλοι τουρισμού που ψαρεύουν στα ρηχά των social media για προβολή και πελάτες. Πελάτες που στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν μεγαλύτερη, τεράστια εμπειρία και έχουν γράψει χιλιόμετρα στο αντικείμενό τους, άσε τα χρήματα και τον χρόνο που έχουν επενδύσει.

Ξεκινά η επανεκκίνηση, σκιώδης οργανωτές θα «ανοίξουν» αγορές παραβιάζοντας ανοιχτές πόρτες με αόρατες B2B “business”, θα ανάψουν μηχανές οι γραφικοί περιηγητές «υπεύθυνοι τουρισμού» του τρέχα γύρευε, σε εκρηκτικό συνδυασμό με νέο υπουργό-νέα αφηγήματα. Θα σκάσουν όλοι μύτη σα τα χελιδόνια λες και πέρασε ο χειμώνας. Το project εμείς θα κάνουμε τα έξοδα για το καλό σου καλά κρατεί. Ομάδα που κερδίζει δεν αλλάζει (τουλάχιστον τακτική).

Ειδικοί, πολλοί ειδικοί σε όλα τα επίπεδα του τουρισμού, εκτός βέβαια από ειδικούς στο να βρίσκουν πραγματική δουλειά, πελάτες και να κλείνουν συμφωνίες (ε, δε θα κάνουν και τη δουλειά σου). Τεράστιος κατακερματισμός δυνάμεων και προϋπολογισμών χωρίς συγκεκριμένο ολοκληρωμένο στόχο.

Και οι άνθρωποι της καθημερινής πρώτης γραμμής ακόμα εδώ, δε μιλάνε πολύ, έχει κλείσει η φωνή τους από την κούραση και την αγωνία. Τελευταίοι τροχοί της άμαξας.

Μόνο ξεναγούν, οδηγούν, μαγειρεύουν, σερβίρουν, καθαρίζουν, υποδέχονται, αποχαιρετούν, σχεδιάζουν ταξίδια, οργανώνουν καινούργιες εμπειρίες, κάνουν κρατήσεις, στέλνουν τα τελευταία τιμολόγια και θα κάνουν απολογισμό τις επόμενες εβδομάδες εάν θα βγάλουν τελικά το χειμώνα.

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού λίγοι έλαβαν το πραγματικό μήνυμα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για επανεκκίνηση χωρίς να αφήσουμε κανέναν πίσω, χωρίς αποκλεισμούς, πόσο μάλλον των ανθρώπων της πρώτης γραμμής, τους πολλούς, όλους τους εργαζόμενους στον τουρισμό, τις μικρές και πολύ μικρές τουριστικές επιχειρήσεις και την κοινωνία των τουριστικών προορισμών με τις αξίες, την ιστορία όλα τα υλικά και άυλα περιουσιακά τους στοιχεία.

Η κυκλική οικονομία του τουρισμού ξεκινάει από τον άνθρωπο και πρέπει να καταλήγει στον άνθρωπο-αυτούς όλους τους ανθρώπους που αναφέραμε-που θελημένα ή από άγνοια κάποιοι έχουν αρχίσει να μπερδεύουν με την ερμηνεία της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Αειφόρο τουριστική ανάπτυξη σε όλη της την διάσταση με όλα τα μελετημένα κριτήρια ή Βιωσιμότητα μπερδεμένη, αποσπασματική με κατ’ επιλογή πολιτικές και κριτήρια (κυρίως οικονομικά) πασπαλισμένη με λίγη πρασινάδα και χάρτινα καλαμάκια. Οι μεγάλες προκλήσεις μπροστά μας, όπλο μας η εμπειρία και η κατάρτιση, εχθρός ο κακός εαυτός μας και ότι δε σεβαστήκαμε…

Τη μετά Covid εποχή φοβάμαι, όλα όσα δε μας έγιναν μάθημα, όλα όσα προκαλούν τη λογική μου, την τουριστική μου συνείδηση και την επαγγελματική μου δεοντολογία… Γιατί τίποτα δεν έχει αλλάξει και τίποτα δεν είναι όπως παλιά…

«Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού λίγοι έλαβαν το πραγματικό μήνυμα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για επανεκκίνηση χωρίς να αφήσουμε κανέναν πίσω, χωρίς αποκλεισμούς, πόσο μάλλον των ανθρώπων της πρώτης γραμμής»

Γράφει η **ΔΩΡΑ ΧΡΗΣΤΟΥ**

Ευκαιρίες για αύξηση κέρδους μέσω των online menus

Έρευνα στις ΗΠΑ κατέγραψε τον τρόπο που διαβάζουν το μενού στο διαδίκτυο οι χρήστες και εντόπισε πώς μπορούν τα εστιατόρια να έχουν περισσότερα έσοδα από τον ψηφιακό τους κατάλογο

Οι ειδικοί αναλυτές της Revenue Management Solutions πριν ακόμα ξεσπάσει η πανδημία, συμβούλευαν τους πελάτες τους, οι οποίοι δραστηριοποιούνται στο χώρο της εστίασης, να λάβουν υπόψιν την δυναμική των online παραγγελιών που πλέον ήρθαν για να μείνουν, καθώς η πανδημία επιτάχυνε την ψηφιοποίηση στο χώρο της εστίασης. Οι έρευνες καταναλωτών που διεξάγονται κάθε τρεις μήνες στις ΗΠΑ από τον Απρίλιο του 2020, υποδεικνύουν ότι οι καταναλωτές επιθυμούν διακαώς να επιστρέψουν στα εστιατόρια. αλλά θα συνεχίσουν να χρησιμοποιούν επιλογές όπως το take away και το online delivery, πράγμα που σαφώς μπορούμε να το αναμένουμε και για τη χώρα μας. Σε έρευνα που διεξήχθη τον Μάιο του 2021 και συμμετείχαν 800 ερωτηθέντες στις ΗΠΑ, το 67% των πελατών που δειπνούν συχνά σε χώρους εστίασης όπως εστιατόρια θεωρούν ότι το take away, όπως και το delivery είναι ζωτικής σημασίας για το μέλλον της εστίασης. Τα όσα ισχυρίζονται οι ερευνητές στις ΗΠΑ επιβεβαιώνονται και από την δημοφιλία που έχουν αποκτήσει οι online πλατφόρμες delivery στη χώρα μας, μια τάση που παρά τα όσα έχουν συμβεί πρόσφατα με τους διανομείς δεν φαίνεται πως θα ανακοπεί. Ίσως να υπάρξουν ανακατατάξεις, ή διαφοροποιήσεις στις εργασιακές σχέσεις, αλλά η τάση θα παραμείνει.

Το θέμα της έρευνας όμως δεν είχε στο επίκεντρο τα προφανή χαρακτηριστικά της εποχής μας, αλλά το πώς μπορεί ένα online menu να αποφέρει περισσότερα έσοδα στην επιχείρηση, να οδηγήσει σε περισσότερες πωλήσεις και σε μεγαλύτερη επισκεψιμότητα. Η RMS σε συνεργασία με το Κέντρο Καινοτομίας Μάρκετινγκ και Πωλήσεων (CMSI) του Πανεπιστημίου της Νότιας Φλόριντα και χρησιμοποιώντας το online μενού της TGI Fridays, μελέτησε τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές χειρίζονται τις online παραγγελίες τους. «Καθώς οι καταναλωτές αποφασίζουν να επιμείνουν στην πανδημική προσέγγιση παραγγελίας (takeaway/ dine-out) και καθώς η online και mobile παραγγελία ωριμάζει, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να βελτιώσουν τις πλατφόρμες και τις στρατηγικές τους», δήλωσε ο Ryan Garner, αναλυτής δεδομένων της Revenue Management Solutions.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε τον Μάιο του 2021 και βασίστηκε στην νέα τεχνολογία που αναπτύχθηκε από την iMotions, η οποία επιτρέπει στους ερευνητές να συλλέγουν δεδομένα από τους υπολογιστές που παρήγγειλαν από το online δοκιμαστικό μενού της TGI Fridays. Τα πρώτα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν την συμπεριφορά των καταναλωτών με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να είναι σε θέση να εστιάσουν στα σημεία και στις στρατηγικές που πρέπει να βελτιώσουν.

Επιπρόσθετες πωλήσεις

Η ερευνητική ομάδα της RMS και του USF αποκάλυψε μια ξεχωριστή διαδρομή του αγοραστή κατά τη διαδικασία ηλεκτρονικής παραγγελίας, αποκαλύπτοντας ανεκμετάλλευτες ευκαιρίες για επιπρόσθετες πωλήσεις. Ειδικότερα η «διαδρομή» που ακολουθεί η πλειονότητα όταν επισκέπτεται ένα online menu εστιατορίου είναι η ακόλουθη:

1. Εξοικείωση: Οι επισκέπτες σάρωσαν πρώτα ολόκληρο το μενού στην ιστοσελίδα για να δουν τις προσφερόμενες επιλογές.

2. Διερεύνηση: Είναι η φάση όπου άρχισαν να περιορίζουν και να αξιολογούν τις επιλογές που έχουν.

3. Επιβεβαίωση: Αυτό είναι το σημείο όπου άρχισαν να τοποθετούν αντικείμενα στο καλάθι, ενώ επέστρεφαν στις επιλογές του μενού για να προσθέσουν ή να αναζητήσουν πρόσθετα αντικείμενα.

4. Επιβεβαίωση: Οι χρήστες ολοκλήρωσαν την παραγγελία τους.

«Διαπιστώσαμε ότι οι χρήστες ήταν πιο πιθανό να αλλάξουν γνώμη ή να προσθέσουν κάποιο αντικείμενο κατά τις φάσεις της διερεύνησης και της επιβεβαίωσης.

Ωστόσο, οι περισσότερες επιπρόσθετες πωλήσεις συμβαίνουν κατά τη διάρκεια της πληρωμής» δήλωσε ο Ryan Garner επικεφαλής της ερευνητικής ομάδας της RMS.

Το «κλειδί» στις φάσεις της διερεύνησης και της επιβεβαίωσης είναι τα ερωτήματα ή οι προτάσεις που μπορούν να τεθούν στον χρήστη. Το πλέον σύνηθες στη φάση της ολοκλήρωσης της παραγγελίας και απολύτως χρήσιμο είναι η γενική ερώτηση αν θέλει να πιει κάτι με τα όσα παρήγγειλε. Θα μπορούσαν όμως με έναν κατάλληλο αλγόριθμο να υπάρχουν και προτάσεις πιο εξειδικευμένες και συγκεκριμένες ανάλογα με τα πιάτα που έχει επιλέξει. Ένα συγκεκριμένο κρασί, ένα ορεκτικό που «δένει» με το κυρίως πιάτο, μία ιδιαίτερη μπύρα που διαθέτει το κατάστημα κλπ. Δεν υπάρχουν «μαγικές» συνταγές γι' αυτό, κάθε κατάστημα ξέρει καλύτερα απ' όλους το μενού που διαθέτει και τι θα μπορούσε να συνοδεύσει το κάθε πιάτο.

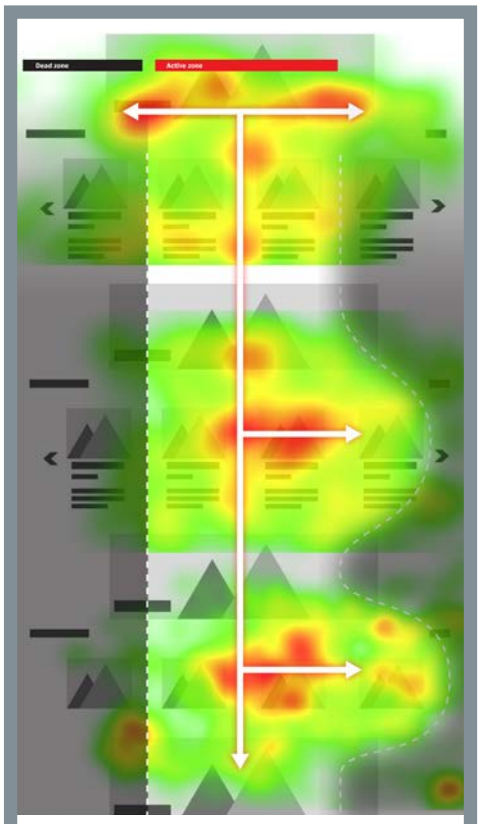
«Διαπιστώσαμε ότι οι χρήστες ήταν πιο πιθανό να αλλάξουν γνώμη ή να προσθέσουν κάποιο αντικείμενο κατά τις φάσεις της διερεύνησης και της επιβεβαίωσης. Ωστόσο, οι περισσότερες επιπρόσθετες πωλήσεις συμβαίνουν κατά τη διάρκεια της πληρωμής»

Η έλλειψη ιστοσελίδας

Οι ανατροπές που επέφερε η πανδημία εκτόξευσε στα ύψη το take away και το delivery. Τα καταστήματα εστίασης που διέθεταν ή απέκτησαν στην διάρκεια της καραντίνας αυτή τη δυνατότητα, σε κάποιες περιπτώσεις όχι μόνο δεν είχαν απώλειες, αλλά θησαύρισαν κιόλας. Δεν ήταν καθόλου λίγα τα εστιατόρια που βλέποντας τις εξελίξεις και αδυνατώντας να δημιουργήσουν δική τους διαδικτυακή παρουσία, επέλεξαν τον δρόμο της ένταξης στις γνωστές πλατφόρμες παραγγελιών και διανομής. Σαν κίνηση φυσικά ήταν ορθή, αλλά το κάτι παραπάνω δεν θα έρθει με αυτό τον τρόπο. Οι πλατφόρμες διαθέτουν συγκεκριμένο περιβάλλον και οι δυνατότητες παρέμβασης είναι περιορισμένες, πέραν των προσφορών, οι οποίες έχουν όμως έχουν κόστος. Ένα κόστος το οποίο προστίθεται σε αυτό της πλατφόρμας.

Σήμερα η δημιουργία μιας σύγχρονη ιστοσελίδας δεν είναι ούτε κάτι δύσκολο, ούτε απαιτεί τεράστια ποσά. Στα περισσότερα εστιατόρια η πελατεία προέρχεται στη συντριπτική της πλειονότητα από μια συγκεκριμένη περιοχή, πράγμα που ισχύει σε απόλυτο βαθμό για το takeaway και το delivery, καθώς με τη διανομή εξυπηρετείται μια συγκεκριμένη χιλιομετρική ακτίνα. Η προώθηση της ιστοσελίδας είναι επίσης εύκολη και με χαμηλό σχετικά κόστος μέσω των social media. Το δε μάρκετινγκ με ένα μικρό μόνο μέρος των χρημάτων που αποδίδονται στις πλατφόρμες, αν δοθεί στους πελάτες ως ανταπόδοση για την προτίμησή τους, μπορεί να κάνει θαύματα!

Δεν παραβλέπουμε πως οι πλατφόρμες, επίσης λόγω της πανδημίας βρίσκονται σε μεγάλη άνθηση και κατάφεραν να κερδίσουν πολλές συνεργασίες με εστιατόρια απορροφώντας και το κόστος της διανομής, με τις γνωστές εξελίξεις που υπήρξαν πρόσφατα. Δεν πρέπει να αγνοούμε, όμως το γεγονός ότι οι πλατφόρμες βρίσκονται σε μια δυναμική κατάσταση έντονου ανταγωνισμού. Αν κρίνεται ως καλύτερη λύση η συνεργασία με μία πλατφόρμα, τότε θα πρέπει πάντα να φροντίζουμε να ελέγχουμε τι «κυκλοφορεί» στην ψηφιακή αγορά, τι δυνατότητες προσφέρει κάθε πλατφόρμα στην παρουσίαση του online menu και κυρίως με τι όρους και προϋποθέσεις παρέχει τις υπηρεσίες της.



Τα «κενά» σημεία στο ψηφιακό μενού

Οι ερευνητές βασίστηκαν επίσης σε ένα σύγχρονο σύστημα eye-tracking data για να διαπιστώσουν πώς οι συμμετέχοντες πλοηγούνται σε ένα διαδικτυακό μενού και πού ακριβώς πέφτει το μάτι τους. Τα προκαταρκτικά ευρήματα δείχνουν ότι περίπου το 50% του χρόνου, οι χρήστες «έχαναν» από το οπτικό τους πεδίο τα στοιχεία που εμφανίζονταν στην αριστερή πλευρά του μενού.

Οι ερωτηθέντες συνήθως ξεκινούσαν με τις κύριες κατηγορίες του μενού ενός ιστότοπου (ορεκτικά, σάντουιτς κ.λπ.), διαβάζοντας από αριστερά προς τα δεξιά. Στη συνέχεια, η εστίαση των ερωτηθέντων μετατοπίστηκε προς τα κάτω, προς το κέντρο της οθόνης, σαν ένα «Τ», και περιηγήθηκαν κυρίως στα δεξιά του κέντρου.

Πρακτικά αυτό σημαίνει πως οτιδήποτε βρισκόταν σε αυτή την περιοχή της ιστοσελίδας είχε πολύ μεγαλύτερες πιθανότητες πώλησης, από τις όποιες επιλογές υπήρχαν στα αριστερά. Στη φωτογραφία φαίνονται οι «καυτές» περιοχές που πέφτει πιο έντονα το μάτι και άρα είναι αυτές που μπορούμε να προωθήσουμε πιο εύκολα ένα πιάτο.

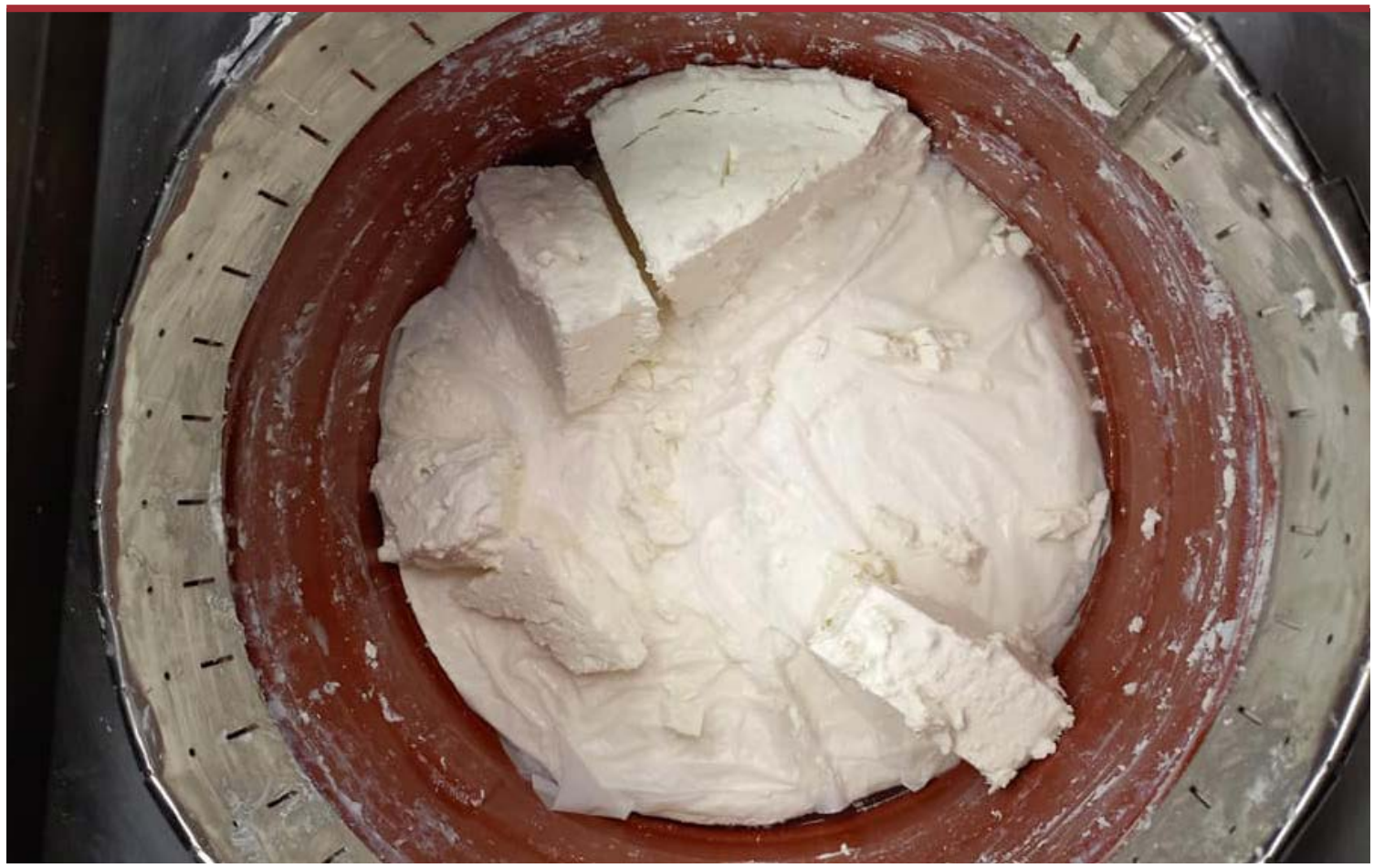
Η ελληνική παλέτα των τυριών

Εργαλεία προώθησης της Ελληνικής γαστρονομίας

Προορισμός... Γαστρονομικές Εμπειρίες

Γράφει ο
Γιώργος Παλησίδης
Σύμβουλος Επιχειρήσεων Εστίασης & Τροφίμων

Η «μετακινούμενη κτηνοτροφία» δηλώνει την ετήσια μετακίνηση των κοπαδιών αιγοπροβάτων μεταξύ θερινών και χειμερινών βοσκοτόπων, ανεξάρτητα από το μέσο και την απόσταση που διανύουν. Κατά την άποψή μου από αυτή προέρχονται τα πιο εκλεκτά τυριά μας



Το κρασί ζυμώνεται και το τυρί περιμένει υπομονετικά το σύντροφό του. Δυο προϊόντα ναυαρχίδες της ελληνικής γαστρονομίας που όταν συνδυάζονται απογειώνουν τους ουρανίσκους. Το τυρί είναι μια κατηγορία τροφίμων που γίνεται με παραδοσιακό τρόπο και με τεχνικές τυροκόμησης δημιουργούνται εκπληκτικά τυριά με μοναδική γεύση.

Στην Ελλάδα το εθνικό τυρί μας που είναι η φέτα το συναντάμε κυρίως σε δυο μορφές, μία στη Χωριάτικη και μία τηγανιτή με σουσάμι και μέλι. Ελπίζω πως σύντομα νέοι chef θα του δώσουν στο συγκεκριμένο τυρί την αίγλη του, παρουσιάζοντας την πολυπλοκότητα της γεύσης του μέσα από ιδιαίτερα πιάτα.

Το τοπίο του γαστροτουρισμού

Το τυρί συνδέεται στην Ελλάδα με το τοπίο. Στο διαδίκτυο κυκλοφορούν πολλές φωτογραφίες της νησιώτικης και ηπειρώτικης Ελλάδας με κατσίκια να σκαρφαλώνουν σε γκρεμούς και άλλοτε να διαπερνούν ατάραχα τους δρόμους.

Στην Ελλάδα υπάρχει η μετακινούμενη κτηνοτροφία η οποία είναι και κατοχυρωμένη ως άυλη πολιτιστική κληρονομιά από το Δεκέμβριο του 2019. Η «μετακινούμενη κτηνοτροφία» δηλώνει την ετήσια μετακίνηση των κοπαδιών αιγοπροβάτων μεταξύ θερινών και χειμερινών βοσκοτόπων, ανεξάρτητα από το μέσο και την απόσταση που διανύουν. Η συγκεκριμένη μορφή εκτροφής είναι δύσκολη και αποτέλεσμα αυτής είναι τα εκπληκτικά αποτελέσματα της τυροκόμησης. Κατά την άποψή μου από αυτή προέρχονται τα πιο εκλεκτά τυριά μας, με μοναδική γεύση, ενώ είναι σημαντικά για τη διατροφή του ανθρώπου.

Ποιότητα και μοναδικότητα

Τα τυριά της μετακινούμενης κτηνοτροφίας καθώς και αυτή της εκτατικής ή ημι-εκτατικής κτηνοτροφίας είναι εποχιακά, συνεπώς δεν παράγονται όλο το χρόνο. Το άρμεγμα γίνεται παραδοσιακά και οι συνθήκες διαβίωσης των ζώων είναι αρμονικές με τη φύση. Αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας είναι να παράγονται εκλεκτά τυριά. Η τροφή των ζώων είναι η ίδια η φύση. Τα κατσίκια περιπλανούνται στα κατσάβραχα για να εντοπίσουν την πολυποικιλιακή χλωρίδα της Ελλάδας, πράγμα που θα βοηθήσει να αναβαθμιστεί το γάλα τους.

Η παλέτα τυριών της Κεφαλλονιάς & Ιθάκης

Σ' αυτά τα δυο νησιά έχουν την εκτατική ή ημι-εκτατική κτηνοτροφία. Ορισμένα από αυτά τα τυριά στην Κεφαλλονιά είναι το κεφαλοτύρι, το βαρελίσιο τυρί, η γραβιέρα (γλυκιά ή πικάντικη), η μυζήθρα από γραβιέρα και από βαρελίσιο τυρί, η πρέντζα, η στούμπα (ή γκίζα) της Κεφαλλονιάς από βοσκούς και τυροκόμους (Τζωρτζάτος, Γαλατσιάτος). Ορισμένοι παράγουν ακόμη πιο ιδιαίτερα τυριά βασισμένα στην τοπική χλωρίδα. Στην Ιθάκη (τυροκομείο cheese ithaca poem, brand Lazareto, τυροκόμος ο Χρύσανθος Καρραβίας) συναντάμε catseno, lazaretto (γραβιέρα με λωτό, με τριβόλι, με σάψυχο, με φύκια), lazaretto 24 και το yidaki. Ακόμη πιο ιδιαίτερο το «τυρί σπηλιάς» που κρύβει και το μύθο του Πολυφύτου, ο οποίος είχε τυριά στη σπηλιά του ο τυροκόμος το ονομάζει tsemperis και είναι ένα μοναδικό τυρί.

Χάρτης: Τυροκομεία Κεφαλλονιάς & Ιθάκης. *Παραχωρήθηκε από το Ινστιτούτο Κτηνιατρικών Μελετών του ΕΛΓΟ Δήμητρα.*

Η παλέτα τυριών της Ηπείρου

Στην Ήπειρο πάλι η μετακινούμενη κτηνοτροφία είναι πολύ διαδεδομένη. Αξίζει να δοκιμάσουμε τη φέτα, το μετσοβόνε, την κεφαλογραβιέρα, το κασκαβάλ, το γαλοτύρι που παράγονται στην περιοχή της Ηπείρου. Τυριά με ιστορία και με γεύση αναλλοίωτη από το χρόνο χάρις στις μεθόδους κτηνοτροφίας και τυροκόμησης.

Συμβουλές για μια εντυπωσιακή παλέτα τυριών

Οι ιδιοκτήτες εστιατορίων και bars θα πρέπει να ενσωματώσουν τοπικά τυριά στο μενού μας. Ένα πιάτο με μεγάλη ζήτηση είναι η παλέτα τυριών, μια επιλογή 4-5 τυριών που μπορεί να απολαύσει ο πελάτης σε ψημένη ή ωμή μορφή. Ο όρος «Παλέτα τυριών του/της.....(περιοχής)» είναι ο καλύτερος τρόπος για να προσφέρεις ένα πιάτο εκλεκτό στους πελάτες. Ακόμη και το πιάτο της παρουσίασης παίζει σημαντικό ρόλο, γι' αυτό επιλέγουμε εντυπωσιακά πιάτα πορσελάνινα, γυάλινα ή ακόμη ξύλα από τον τόπο. Μια ολοκληρωμένη παλέτα χρειάζεται 4 τυριά εκ των οποίων το ένα λευκό κρεμώδες όπως γαλοτύρι, τα 3 να είναι κίτρινα (γινομένα τύπου γραβιέρα, κασέρι, κεφαλογραβιέρα), το ένα αλμυρό όπως κεφαλοτύρι γλυκό. Επίσης το ένα τυρί πρέπει να είναι πικάντικο όπως κοπανιστή ή πικάντικη γραβιέρα. Το ένα τυρί πρέπει να είναι μίξη με άλλο προϊόν όπως τρούφα ή πιπέρια. Συνοδευτικά της παλέτας μπορούν να είναι μια με δυο μαρμελάδες ή chutney (αλμυρές μαρμελάδες με βότανα) ή γλυκό του κουταλιού ή μέλι κατά προτίμηση η μία από κίτρινο φρούτο (βερίκοκκο ή πορτοκάλι ή ροδάκινο ή σταφύλι) και η άλλη μαρμελάδα από κάποιο έντονο φρούτο με σπόρους (σύκο ή βατόμουρο ή μύρτιλο). Λίγα κριτσίνια λεπτά και με αρώματα όπως πάπρικα καπνιστή Αλμωπίας, κεφαλοτύρι, πάστα ελιάς ή ακόμη και λεπτές φέτες ψωμιού με ξηρούς καρπούς και αποξηραμένα φρούτα θα μπορούσαν να είναι το απόλυτο συνοδευτικό της παλέτας. Για γαρνίρισμα της παλέτας προτείνω λίγους ξηρούς καρπούς και ξηρά φρούτα. Τα φρέσκα φρούτα που συνοδεύουν τυριά είναι το σταφύλι, το ροδάκινο, η βανίλια και ο ανανάς.

Συνδυασμός τυριών με οίνους για τα εστιατόρια

Η παλέτα των τυριών συνδυάζεται με πολλούς οίνους. Επειδή τα τυριά έχουν την ποικιλομορφία τους, θα πρέπει να επιλέγουμε κρασιά που είναι για φαγητό, δηλαδή χωρίς πολλά αρώματα. Το λίπος των τυριών επιζητάει οίνους με λιπαρότητα και όξινη επίγευση. Συνεπώς τα λευκά και το ροζέ ξηρά κρασιά είναι ορθές επιλογές. Τα κόκκινα κρασιά μπορούν να συνοδέψουν τυριά που έχουν καπνιστά αρώματα και μπουκέτο αρωμάτων όπως πιπέρια, φλοιό δένδρου. Συνεπώς τυριά με πιπέρια, με μαύρο σκόρδο και με τρούφα μπορούν να συνοδευτούν με ένα παλαιωμένο κόκκινο κρασί.

Συμβουλή για τους καταναλωτές

Να ρωτάτε τον σερβιτόρο για τις λεπτομέρειες της παλέτας. Ποια είναι τα ονόματα των τυριών (που πιθανόν τα αναφέρει ο κατάλογος) και βεβαίως να ζητάτε τα τυροκομεία τους, όπως συμβαίνει και στο κρασί. Μόνο έτσι θα αναβαθμίσουμε τα τυριά μας και θα δώσουμε αξία στους άξιους κτηνοτρόφους και τυροκόμους μας.

Το 2022 οι πρώτες πτήσεις με υδροπλάνα

Τα υπουργεία Μεταφορών και Ναυτιλίας ανεβάζουν τους ρυθμούς στις αδειοδοτήσεις των υδατοδρομίων. Σημαντικές συνεργασίες διασφαλίζει η Hellenic Seaplanes για την ανάπτυξη μεταφορών υψηλής ποιότητας

Η Hellenic Seaplanes βρίσκεται σε πυρετώδεις ρυθμούς για την εκκίνηση της νέας τουριστικής σεζόν ετοιμάζοντας συνεργασίες με εταιρείες-κλειδιά. Πρόκειται για διαπραγμάτευση νέων συμφωνιών και συναντήσεις με εταιρείες που συνδέονται άμεσα και έμμεσα με τον κλάδο των υδροπλάνων και του τουρισμού με φόντο τις πρώτες πτήσεις με υδροπλάνα το 2022. Η πρόθεση της εταιρείας είναι η ομαλή αλλά και ουσιαστική έναρξη των πτήσεων με στόχο να διευρυνθούν οι εθνικές μεταφορές δημιουργώντας νέα τουριστικά προϊόντα.

Τα υπουργεία Μεταφορών και Ναυτιλίας έχοντας θέσει και εκείνα την περίοδο έναρξης την άνοιξη του 2022, ανεβάζουν τους ρυθμούς στις αδειοδοτήσεις των υδατοδρομίων. Ο υφυπουργός Ναυτιλίας Κώστας Κατσαφάδος ανέφερε σχετικά «Θέλουμε να δώσουμε νέα πνοή στη διασύνδεση της νησιωτικής Ελλάδας επενδύοντας στις νέες ευκαιρίες, στην καινοτομία, αλλά και στις ελληνικές εταιρείες που τολμούν να επενδύσουν στη δημιουργία νέων προϊόντων για την χώρα… Εμείς θα συνεχίσουμε να κοιτάζουμε μπροστά, απαλλάσσοντας την κοινωνία και τη χώρα από παθογένειες του παρελθόντος».

Με δεδομένη την στήριξη της κυβέρνησης για ανάπτυξη του δικτύου υδατοδρομίων και έναρξη πτήσεων υδροπλάνων η Hellenic Seaplanes εισέρχεται στη μάχη του αεροπορικού επιχειρείν το 2022 έπειτα από πολυετή προσπάθεια, ετοιμάζοντας τολμηρές κινήσεις. Στόχος της εταρείας είναι να φέρει αέρα αλλαγής, εκσυγχρονισμού και καινοτομίας στους τρόπους μεταφοράς του Έλληνα και ξένου επιβάτη.

Οι πρώτες πτήσεις με υδροπλάνα της Hellenic Seaplanes θα πραγματοποιηθούν στο Αιγαίο την Τήνο και την Πάτμο και θα ακολουθήσουν μετά Βόλος, Σκόπελος, Αλόννησος, Σκύρος και τα υδατοδρόμια της Ευβοίας. Με το νέο σύστημα κρατήσεων που αναπτύσσει η Hellenic Seaplanes σε συνεργασία με την εταιρεία ανάπτυξης εφαρμογών και συστημάτων Certus Online, πλέον ο επιβάτης, η συνεργαζόμενη εταιρεία και τα τουριστικά πρακτορεία θα μπορούν εύκολα και γρήγορα να κάνουν κράτηση με υδροπλάνο σε προγραμματισμένη πτήση ή να ναυλώσουν κάποια πτήση προς τον προορισμό και την περίοδο που επιθυμούν.

Η Hellenic Seaplanes επίσης ενώνει τις δυνάμεις της με την IFLY προσφέροντας πλέον παροχή συνδυαστικών υπηρεσιών μέσω υδροπλάνων, αεροπλάνων και ελικοπτέρων δημιουργώντας έτσι ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα και στοχεύοντας την αύξηση της επιβατικής κίνησης με τα πτητικά τους μέσα. Κάποια από τα πρώτα νέα προϊόντα είναι το ταξίδι προς Πάτμο και Τήνο από όλη την Ελλάδα συνδυάζοντας αεροδρόμια με υδατοδρόμια, από πτήση εσωτερικού ή εξωτερικού. Ο Διευθύνων Σύμβουλος της IFLY Γιώργος Βέρπης ανέφερε « Η ποικιλία στις παρεχόμενες μεθόδους μεταφοράς στοχεύει στο άνοιγμα νέων αγορών, στην αύξηση του μεριδίου συμμετοχής στο εισερχόμενο, εξερχόμενο αλλά και ντόπιο επιβατικό κοινό της Ελλάδας αξιοποιώντας στο έπακρο τις δυνατότητες που προσφέρουν τα δίκτυα υδατοδρομίων, ελικοδρομίων, και αεροδιαδρόμων της Ελλάδας. Ο ενδιαφερόμενος ή ο αεροπορικός πράκτορας θα μπορεί εύκολα και γρήγορα να κάνει κράτηση ναυλωμένης πτήσης προς οποιοδήποτε προορισμό επιθυμεί έχοντας την δυνατότητα να επιλέξει συνδυαστικά το μέσο αερομεταφοράς της αρεσκείας του».

Παράλληλα η νέα συνεργασία της Hellenic Seaplanes με την PROBOTEK ανοίγει νέους ορίζοντες στις μεταφορές χρησιμοποιώντας στα υδατοδρόμια και μη επανδρωμένα σκάφη. Η συνεργασία θα προσφέρει στους πελάτες των δύο εταιρειών μια ολοκληρωμένη υπηρεσία για τη μεταφορά των προϊόντων τους, που θα παρέχεται από τη νέα γενιά drones μεγάλης απόστασης της PROBOTEK, τα οποία θα δύνανται να παρέχουν γρήγορες υπηρεσίες παράδοσης σε ανταγωνιστικό κόστος.

Ένας ακόμα βασικός στόχος είναι η αειφορία και η μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των υδροπλάνων και των ταξιδιών τους. Η Hellenic Seaplanes βρίσκεται σε συνεργασία της με ερευνητική εταιρεία που έχει αντικείμενο εργασίας τη μελέτη και καθοδήγηση της αερομεταφορικής εταιρείας σε κομμάτια που αφορούν τα καύσιμα μετακίνησης και την αντιστάθμιση εκπομπών άνθρακα, ώστε από το 2022 να έχουμε ταξίδια με υδροπλάνα ιδιαίτερα φιλικά προς το περιβάλλον.

Με γνώμονα το μέλλον της μετακίνησης σε όλα τα επίπεδα και την καλπάζουσα ανάπτυξη που επιδεικνύει η αγορά των ηλεκτροκίνητων οχημάτων, η Hellenic Seaplanes επισφραγίζει τη συνεργασία

της με την Future Electric. Η εταιρεία προσφέρει ηλεκτροκίνητα αυτοκίνητα υψηλής ποιότητας προωθώντας την ηλεκτροκίνηση στην Ελλάδα, εκπροσωπώντας τον Ιταλικό Όμιλο Tazzari. Με την εμπορική αυτή συμφωνία, η Hellenic Seaplanes θα προμηθεύσει ηλεκτροκίνητα αυτοκίνητα, σε όλα τα υδατοδρόμια της. Παράλληλα η Speen Bikes και η Hellenic Seaplanes υπογράφουν στρατηγική συνεργασία με άμεση εφαρμογή για μίσθωση ηλεκτροκίνητων ποδηλάτων σε όλα τα υδατοδρόμια της στα νησιά, παραλίες και λίμνες.

Με φιλοδοξία την παροχή προγραμματισμένων πτήσεων καθημερινά και σε όλη την Ελλάδα, όπου υπάρχει αεροδρόμιο και υδατοδρόμιο, η Hellenic Seaplanes ετοιμάζει συνδυαστική διαδικασία με στόχο ο ταξιδιώτης να μπορεί να ταξιδεύει με ένα μόνο εισιτήριο χρησιμοποιώντας τόσο αεροπλάνο όσο και υδροπλάνο. Ο επιβάτης πλέον θα μπορεί σε μία υποθετική πτήση να ταξιδεύει από τον αερολιμένα Παρισιού ή Λονδίνου στο αεροδρόμιο Ρόδου «Διαγόρας» και από εκεί με τη χρήση υδροπλάνου να πετάει γρήγορα και με ασφάλεια στο υδατοδρόμιο της Πάτμου ή της Σύμης.

«Θέλουμε να δώσουμε νέα πνοή στη διασύνδεση της νησιωτικής Ελλάδας επενδύοντας στις νέες ευκαιρίες», τονίζει ο υφυπουργός Ναυτιλίας Κώστας Κατσαφάδος

Ο Πρόεδρος και Διευθύνοντας Σύμβουλος της Hellenic Seaplanes, κ. Νικόλας Χαραλάμπους δήλωσε: «Εργαστήκαμε μεθοδευμένα και συστηματικά ώστε να φτάσουμε στο σημείο να ανακοινώνουμε νέες συμμαχίες και ποιοτικές συνεργασίες που θα δημιουργήσουν νέα τουριστικά προϊόντα, με φόντο τις πρώτες πτήσεις που ευελπιστούμε να ξεκινήσουν την προσεχή άνοιξη. Είναι μία πραγματική ανάγκη για πολλές επιχειρήσεις, ιδιαίτερα στο ιδιαίτερα δύσκολο σημερινό περιβάλλον όπου η ”ισχύς εν τη ενώσει” πέρα από επιθυμητή είναι και αναγκαία. Οι συνεργασίες μας δεν αποτελούν μόνο ένα σημαντικό ορόσημο στην υλοποίηση της λειτουργίας των υδροπλάνων αλλά και ένα καθοριστικό βήμα για την ωρίμανση της νέας αυτής για τα ελληνικά δεδομένα αγοράς. Κύρια επιδίωξή μας είναι να προσφέρουμε στους επιβάτες μας την ευκολία και ασφάλεια μετακίνησης που αξίζουν προσθέτοντας στην εμπειρία τους οφέλη υψηλών προδιαγραφών. Στη Hellenic Seaplanes θέτουμε τις βάσεις ώστε το υδροπλάνο να αποτελέσει ένα μέσο φιλικό στο περιβάλλον που θα δώσει πολλαπλές λύσεις στις ανάγκες του σύγχρονου ταξιδιώτη».

Marketing και έσοδα από «πράσινες» λύσεις

Η ενεργειακή αναβάθμιση με οικολογικά χαρακτηριστικά προσφέρει όφελος στο περιβάλλον, εξοικονόμηση πόρων, αλλά και θετική προβολή για την τουριστική επιχείρηση στο ταξιδιωτικό κοινό εντός και εκτός συνόρων

ΑΦΙΕΡΩΜΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Ο βιώσιμος τουρισμός, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αποτελεί μόνιμη επωδό τόσο της πολιτικής ηγεσίας -κυβέρνησης και αντιπολίτευσης-, όσο και όλων των τουριστικών φορέων της χώρας. Η στροφή της τουριστικής βιομηχανίας προς στην οδό της βιωσιμότητας και των αειφόρων πρακτικών επιβάλλεται από την κλιματική κρίση, που έχει ήδη δείξει ανησυχητικά δείγματα γραφής στην Ελλάδα, επιβάλλεται όμως και από τις διεθνείς τουριστικές τάσεις. Οι σύγχρονοι ταξιδιώτες και ιδιαίτερα αυτοί που προέρχονται από χώρες της Δύσης, δίνουν πολύ μεγάλη βαρύτητα στο θέμα.

Κατά αυτό τον τρόπο το ζήτημα της βιωσιμότητας αποκτά πολύπλευρη σημασία για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι μεγάλοι ξενοδοχειακοί όμιλοι έχουν αντιληφθεί πλήρως τις συνθήκες που διαμορφώνονται και λαμβάνουν σημαντικές πρωτοβουλίες, αλλά πρέπει να τονιστεί πως το «τρένο» της βιωσιμότητας δεν πρέπει να το χάσει καμία επιχείρηση, ανεξαρτήτως μεγέθους, αν θέλει να έχει μέλλον στον κλάδο. Ο λόγος δεν είναι μόνο πως οι «πράσινες» πρακτικές είναι πλέον απαραίτητες για το μάρκετινγκ και για την προσπάθεια προσέλκυσης περισσότερων επισκεπτών, αλλά και γιατί σε κάποιες περιπτώσεις μπορούν να μειώσουν σημαντικά το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης και να εξοικονομηθούν σημαντικά ποσά.

Η περίπτωση αυτή ισχύει για το θέμα της ενεργειακής κατανάλωσης μιας τουριστικής επιχείρησης. Η ενεργειακή αναβάθμιση με «πράσινα» χαρακτηριστικά μπορεί να προσφέρει όφελος στο περιβάλλον, εξοικονόμηση πόρων και θετική προβολή στο ταξιδιωτικό κοινό εντός και εκτός συνόρων. Δεν θα κρύψουμε πως το κόστος για μια τέτοια επένδυση στις περισσότερες περιπτώσεις δεν είναι ευκαταφρόνητο, αλλά οι αποδόσεις που θα προσφέρει είναι σίγουρες, ενώ όπως προαναφέρθηκε είναι κάτι το οποίο κανείς στον τουριστικό κλάδο δεν θα μπορέσει να αναβάλει επ' αόριστον.

Το καλό είναι πως δεν χρειάζεται να γίνουν όλες οι προτεινόμενες ενέργειες κατευθείαν, αντιθέτως υπάρχουν πολλές δυνατότητες για μια σταδιακή ενεργειακή αναβάθμιση των τουριστικών επιχειρήσεων. Παρακάτω παρουσιάζουμε τα βήματα που μπορούν να γίνουν προς αυτή την κατεύθυνση, τα οποία επίσης δεν είναι απαραίτητο να ακολουθηθούν με τη σειρά που τα προβάλλουμε. Θα πρέπει να πούμε πάντως πως η σειρά επιλέχθηκε με βάση τα όσα προτείνουν οι ειδικοί, όμως ο κάθε επιχειρηματίας και η κάθε διοίκηση γνωρίζει σαφώς καλύτερα σε ποιον τομέα θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα και σε ποιον όχι. Τα καλά νέα είναι πως αυτή τη στιγμή υπάρχουν στην αγορά ουκ ολίγες επιχειρήσεις που προτείνουν λύσεις για την ενεργειακή αναβάθμιση τουριστικών επιχειρήσεων. Τα ακόμη καλύτερα νέα είναι πως μέσω του «Ελλάδα 2.0», δηλαδή μέσω των κονδυλίων του Ταμείου Ανάκαμψης θα υπάρξουν προγράμματα για την «πράσινο» μετασχηματισμό των επιχειρήσεων. Αυτό σημαίνει πως οι επιχειρήσεις που θα ενταχθούν στα συγκεκριμένα προγράμματα, όχι μόνο θα έχουν τα οφέλη που προαναφέρθηκαν, αλλά θα τους επιστραφεί και ένα σημαντικό μέρος των πόρων που δαπανήθηκαν για την επένδυση, μειώνοντας δραστικά τον χρόνο απόσβεσης.

Επίσης σε συλλογικό επίπεδο οι ενώσεις των επαγγελματιών θα ήταν χρήσιμο να εξετάσουν και την επιλογή των ενεργειακών κοινοτήτων.

Θερμομόνωση – στεγανοποίηση

Η θερμομόνωση είναι κομβικής σημασίας για την ενεργειακή αναβάθμιση ενός κτιρίου. Στις περισσότερες περιπτώσεις είναι μια δαπανηρή διαδικασία, αλλά τα οφέλη που προσφέρει είναι μεγάλα. Αυτό συμβαίνει γιατί με την εξωτερική μόνωση τον χειμώνα απαιτείται λιγότερη ενέργεια για να θερμανθεί το κτίριο, ενώ παράλληλα παρέχει προστασία από την υγρασία. Αντίστοιχα το καλοκαίρι η εξοικονόμηση φθάνει έως και το 65% αναλόγως της τοποθεσίας, τον προσανατολισμό του κτιρίου και την περιοχή.

Η στεγανοποίηση (υγρομόνωση) διαφέρει από την θερμομόνωση. Βασικός στόχος της στεγανοποίησης είναι η απαλλαγή του κτιρίου από προβλήματα υγρασίας και μούχλας. Εργασίες στεγανοποίησης γίνονται συνήθως στα σημεία του κτιρίου που η μούχλα κάνει την εμφάνισή της, τα οποία παράλληλα παρουσιάζουν υψηλές θερμοκρασίες το καλοκαίρι και χαμηλές το χειμώνα. Η στεγανοποίηση μπορεί να γίνει σε εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους. Δεν πρέπει να μας διαφεύγει πως συνήθως το πρόβλημα ξεκινάει από έξω με νερά που διεισδύουν στους τοίχους και τελικά εκτονώνονται σε εσωτερικούς χώρους.

Ενεργειακά κουφώματα

Τα ενεργειακά κουφώματα επιτελούν σε ένα τουριστικό κατάλυμα διπλό ρόλο. Διασφαλίζουν τη διατήρηση της θερμοκρασίας στο δωμάτιο σε επιθυμητό επίπεδο, χειμώνα και καλοκαίρι με χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας και παράλληλα παρέχουν και ηχομόνωση, προσφέροντας στιγμές ηρεμίας και χαλάρωσης στους επισκέπτες, ακόμα και αν το ξενοδοχείο ή το κατάλυμα βρίσκεται σε περιοχή με αυξημένη ηχορύπανση.

Επιπλέον τα ενεργειακά κουφώματα αυξάνουν σημαντικά και το επίπεδο ασφάλειας του κτιρίου. Τέλος να σημειωθεί πως τα ενεργειακά κουφώματα έχουν μεγάλη αντοχή και ανθεκτικότητα και χαμηλότερο κόστος συντήρησης συγκρινόμενα με άλλες λύσεις.

Ζεστό νερό

Δωμάτια ξενοδοχείου χωρίς ζεστό νερό, απλά δεν υπάρχουν. Η παροχή ζεστού νερού στα δωμάτια καταλαμβάνει σημαντικό ποσοστό από τη συνολική κατανάλωση ενέργειας του ξενοδοχείου. Οι λύσεις για τη μείωση του κόστους και με χαμηλότερο περιβαλλοντικό αποτύπωμα είναι:

- Τοποθέτηση ηλιοθερμικών συστημάτων που συνδυάζουν ηλιακούς συλλέκτες και αντλίες θερμότητας.
- Ρύθμιση του λέβητα στο χαμηλότερο επιτρεπόμενο επίπεδο.
- Οι θερμοστάτες στα δωμάτια παρέχουν αυτονομία θέρμανσης και παράλληλα μπορούν να μειώσουν την κατανάλωση ενέργειας έως και 20%.
- Απομόνωση των δικτύων ύδρευσης που δεν χρησιμοποιούνται για μεγάλο διάστημα.
- Αν υπάρχει η δυνατότητα σύνδεσης με φυσικό αέριο, είναι χρήσιμο να εξεταστεί η πιθανότητα αντικατάστασης του λέβητα. Σε μεγάλες μονάδες υπάρχει και η λύση εγκατάστασης συστήματος συμπαραγωγής ηλεκτρισμού και θερμότητας, εφόσον όμως έχει προηγηθεί εμπεριστατωμένη μελέτη που να διαπιστώνει την ύπαρξη οφέλους μακροπρόθεσμα, καθώς πρόκειται για επένδυση μεγάλου κόστους.

Από τα παραπάνω το πιο ουσιαστικό μέτρο είναι τα ηλιοθερμικά συστήματα, τα οποία μάλιστα μπορούν να τοποθετηθούν σταδιακά.

Κλιματισμός – Ψύξη

Ο κλιματισμός απορροφά μεγάλες ποσότητες ηλεκτρικής ενέργειας και σαν αποτέλεσμα κατέχει μεγάλο μέρος της ενεργειακής κατανάλωσης ενός κτιρίου. Είναι σημαντικό να περιορίζεται η χρήση του κλιματισμού στους χώρους που χρησιμοποιούνται, ενώ μαζί με την σωστή ρύθμιση λειτουργίας μπορεί να υπάρξει μείωση της κατανάλωσης έως και 30%

Σε περίπτωση που τα μηχανήματα κλιματισμού είναι παλιά θα πρέπει να εξεταστεί το ενδεχόμενο αντικατάστασης με σύγχρονα μηχανήματα που είναι λιγότερο ενεργοβόρα. Στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες ισχύει και εδώ η λύση συστήματος συμπαραγωγής ηλεκτρισμού με τις ίδιες προϋποθέσεις.

Μέσω του «Ελλάδα 2.0», δηλαδή μέσω των κονδυλίων του Ταμείου Ανάκαμψης θα υπάρξουν προγράμματα για τον «πράσινο» μετασχηματισμό των επιχειρήσεων

Αντλίες θερμότητας

Εξαιρετικά διαδεδομένες στο εξωτερικό, στην Ελλάδα ακόμη η χρήση τους δεν είναι τόσο διαδεδομένη ούτε σε επιχειρήσεις, ούτε και στις κατοικίες, ωστόσο τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα μετά το ξέσπασμα της δημοσιονομικής κρίσης και τα όσα αυτή επέφερε στην ελληνική οικονομία, γίνονται όλο και περισσότερες τοποθετήσεις. Παρέχουν δυνατότητες θέρμανσης και ψύξης και λειτουργούν με ένα μικρό ποσοστό, αναλογικά με άλλες λύσεις, ηλεκτρικής ενέργειας. Αποτέλεσμα είναι η μεγάλη μείωση του κόστους λειτουργίας.

Ειδικότερα με τις αντλίες θερμότητας το κόστος θέρμανσης μπορεί να μειωθεί από 50% έως 80%. Το ποσοστό μείωσης εξαρτάται και από άλλες ενέργειες που έχουν ή δεν έχουν γίνει στο κτίριο, όπως η θερμομόνωση και η στεγανοποίηση που προαναφέρθηκαν. Οι αντλίες θερμότητας λειτουργούν αντλώντας αέρα από το περιβάλλον για να αποδώσουν θερμότητα σε εσωτερικούς χώρους και για το λόγο αυτό κατατάσσονται στις ανανεώσιμες πηγές θερμότητας, παρά το γεγονός ότι χρειάζονται ηλεκτρισμό για να δουλέψουν.

Δεν έχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις για την εγκατάσταση και το κόστος συντήρησης είναι χαμηλό, αφού δεν χρησιμοποιούν καυστήρα. Επίσης με εύκολο τρόπο μπορούν να αντικαταστήσουν τα υπάρχοντα συστήματα θέρμανσης.

Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών

Ξενοδοχεία και καταλύματα μπορούν να εξοικονομήσουν μεγάλα ποσά με την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων που θα τα τροφοδοτούν απευθείας με ηλεκτρικό ρεύμα. Το net metering, η αυτοπαραγωγή ρεύματος με συμψηφισμό κατανάλωσης – παραγωγής ρεύματος μειώνει δραστικά το κόστος της ηλεκτρικής ενέργειας. Τα φωτοβολταϊκά συστήματα μπορούν να συνδυαστούν και με μικρές ανεμογεννήτριες για ακόμη μεγαλύτερες αποδόσεις ενέργειας και τις νυχτερινές ώρες.

Στις περιπτώσεις εγκατάστασης τέτοιων συστημάτων εφόσον η παραγωγή είναι ίση με την κατανάλωση στη ΔΕΗ καταβάλλεται μόνο το πάγιο και οι λοιπές χρεώσεις. Αν η κατανάλωση υπερβαίνει την παραγωγή η επιχείρηση πληρώνει το κόστος για την επιπλέον ενέργεια που χρησιμοποίησε. Ακόμη και σε αυτή την περίπτωση η περιστολή του κόστους ενέργειας είναι σημαντική. Σημειώνεται πως στην περίπτωση που η παραγωγή υπερβαίνει την κατανάλωση το επιπλέον ηλεκτρικό ρεύμα διοχετεύεται στο δίκτυο χωρίς να αποζημιώνεται.

Το κόστος εγκατάστασης ενός τέτοιου συστήματος δεν είναι ευκαταφρόνητο και οπωσδήποτε χρειάζεται μελέτη ειδικών προτού ληφθεί μια τέτοια απόφαση. Τα στοιχεία που θα δείξει η μελέτη θα αποτελέσουν οδηγό για το αν πρέπει να γίνει ή όχι η επένδυση. Βασικό ρόλο σε αυτό παίζει ο χρόνος απόσβεσης, σε σχέση με το προσδόκιμο λειτουργίας του συστήματος και του οφέλους που αναμένεται να προκύψει.

Γεύσεις Ελλάδας

Συνέντευξη στην
Lena Kyropoulos
Journalist & Poet

Art Festival στη Νάουσα

Στόχος του Urban Art Naoussa 2021 είναι η διαδραστικότητα και η ανθρώπινη επαφή με το κοινό. Με δίαυλο τη τέχνη θα παρουσιαστούν εικαστικές δράσεις με τη συμμετοχή ζωγράφων παγκόσμιας κλάσης όπως του Κλάους Κλίνγκερ

Χθες οι Γεύσεις Ελλάδος βρέθηκαν στην όμορφη Νάουσα για να υποδεχτούν και να συνομιλήσουν με μία πλειάδα διεθνών εικαστικών, μα πάνω από όλα υπέροχων χρωματένιων ανθρώπων. Συγκεκριμένη η διοργάνωση τελεί υπό την Αιγίδα του Δήμου Νάουσας, το Σύλλογο Τέχνης «Πυρετός Χρωμάτων-Τέχνη σε Δημόσιο Χώρο» (Farb fieber-Kunst im Öffentlichen Raum) του Ντίσελντορφ της Γερμανίας, καθώς και την Εταιρεία Ελλήνων Συγγραφέων στη Γερμανία, που συνέπραξαν για να λάβει χώρα από τις 25 Σεπτεμβρίου μέχρι τις 2 Οκτωβρίου το Διεθνές Φεστιβάλ Αστικής Τέχνης «Naoussa Urban Art Festival 2021».

Βρέθηκα σε ένα χώρο πάρκινγκ, της επονομαζόμενης λαϊκής αγοράς, όπου χαμογελαστοί άνθρωποι με υποδέχτηκαν με θέρμη και με όλη τους την αλήθεια. Συνομίλησα μαζί τους και ο καθένας αποτέλεσε μία έκπληξη για εμένα. Νέες τεχνοτροπίες, νέες εφαρμογές, μικτές τεχνικές που «θολώνουν» τα όρια της τεχνολογίας και του αυθεντικού αγγίγματος των υλικών, συνέθεσαν στα μάτια μου μία υπέροχη παλέτα ανθρωπιάς, αλληλεγγύης και συλλογικότητας που με έκαναν να προβληματιστώ, να βουτήξω πίσω στο χρόνο αλλά να αντιληφθώ τη σοβαρότητα της κλιματικής , αλλαγής και ότι ο πλανήτης μας αν δεν τον σεβαστούμε είναι έτοιμος να κάνει restart.

Στόχος του Urban Art Naoussa 2021 είναι η διαδραστικότητα και η ανθρώπινη επαφή με το κοινό. Με δίαυλο τη τέχνη θα παρουσιαστούν εικαστικές δράσεις με τη συμμετοχή ζωγράφων παγκόσμιας κλάσης όπως του Κλάους Κλίνγκερ που έχει ζωγραφίσει τοιχογραφίες μεγάλης επιφάνειας σε πάνω από 200 σημεία ανά την υφήλιο.

Συμμετέχουν, επίσης, οι αναγνωρισμένοι καλλιτέχνες Anna Radecka (Γαλλία), Tuha (Πολωνία), Λάκης Μουρατίδης (Ελλάδα) και οι Ναουσαίοι Αλέξανδρος Τσάκωνας, Ευγενία Περισοράτη, Καλλιόπη Λαφάρα. Η συγκεκριμένη street art ξεκίνησε ως κίνημα δημιουργικής αντίστασης και βρήκε πολλούς αποδέκτες. Συνομιλήσαμε με το Πρόεδρο Ελλήνων Συγγραφέων Γερμανίας, τον κ.Μιχάλη Πατένταλη, όπου περιχαρής μοιράστηκε μαζί μας το σμίξιμο των δύο λαών μέσω της τέχνης. Τόσο η λογοτεχνία, όσο και η ζωγραφική θα συναντηθούν σε ένα ατέρμονο ταγκό έκφρασης της ανθρώπινης ψυχής, που τελευταία λόγω του εγκλεισμού, εξαιτίας της κατάστασης Covid που έπληξε τον πλανήτη επιστρέφει ακόμη πιο δυνατά να δηλώσει την παρουσία και την ουσία της ανθρώπινης επαφής κι αυτό δεν είναι τίποτα άλλο από την ανταλλαγή και τη συνήχηση.

Τα κορίτσια της Σχολής Καλών Τεχνών Α.Π.Θ. ήταν εκεί για να συνδράμουν με το χαμόγελο και την έμπνευσή τους. Συνάντησα θεματικές που πηγάζουν από ουσιαστικά προβλήματα της κοινωνίας μας. Από το μπιζέλι που πέφτει που είναι η γη, μέχρι τον άνθρωπο που βρίσκεται περιορισμένος στα δεσμά του και ένα ξέφρενο χρώμα ξεφεύγει από τα πλαίσια, το Γνώθι σε αυτό με όλη την εσώτερη σημασία της Αναβίωσης του Δελφικού Ιδεώδους, το προσφυγικό και την παραδοχή του Ευρωπαικού Κεκτημένου σε μία πιο πραγματιστική προσέγγιση.

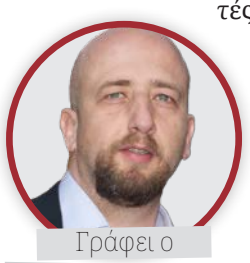
Ας αποτελέσει το Urban Art Naoussa 2021 το έναυσμα να εμπνευστούν και άλλοι Δήμοι της χώρας να ομορφύνουν την πόλη και την ποιότητα της καθημερινότητά τους.

Το Φεστιβάλ τελεί υπό την αιγίδα της Γενικής Γραμματείας Αποδήμου Ελληνισμού και Δημόσιας Διπλωματίας του Υπουργείου Εξωτερικών της Ελλάδας και του Υπουργείου Πολιτισμού του κρατιδίου της Βόρειας Ρηνανίας-Βεστφαλίας και της UNESCO.

Ο Μιχάλης Πατένταλης μας λέει χαρακτηριστικά: «Οι τέχνες πρέπει να ενώνουν τις δυνάμεις τους και ειδικά πιστεύω ότι ο πολιτισμός και η κουλτούρα είναι το δυνατότερο σημείο που πρέπει να παρουσιάσουμε εμείς ως Έλληνες στο εξωτερικό, κάναμε αυτή τη συνεργασία για να φτιάξουνε τα μουσεία του δρόμου. Για να μπορεί τη τέχνη να τη βλέπει και να την απολαμβάνει ο καθένας. Έχουμε φτιάξει πανέμορφα έργα που αλλάζουν την όψη της Νάουσας. Τους δίνει μία χαρούμενη νότα και τους δίνει και ένα κίνητρο να προβληματιστούν. Τα έργα έχουν συγκεκριμένη θεματική, όπως οι Θέσεις τους Ο.Η.Ε. για το περιβάλλον. Είμαστε ενθουσιασμένοι, γιατί οι Ναουσαίοι οι άνθρωποι εδώ μας αγκαλιάλισανε και μαζί με το Δήμαρχο της Νάουσας κ. Καρανικόλα, έρχονται μας ρωτάνε , μας βοηθούν και όλοι μαζί μας δίνουν δύναμη με το γλυκό τους χαμόγελο!».

Η σημασία των διαπραγματευτικών ικανοτήτων στη σημερινή εποχή

Η ικανότητα αποτελεσματικής διαπραγμάτευσης μπορεί να οδηγήσει στο κλείσιμο ευνοϊκών συμφωνιών, σε κερδοφόρες συνεργασίες και, κατά συνέπεια, σε βελτιωμένα οικονομικά αποτελέσματα μιας επιχείρησης.



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

Ο όρος «διαπραγμάτευση» είναι γνώριμος στο ευρύ κοινό στις μέρες μας (ιδιαίτερα από τις εποχές των μνημονίων), μιας και τον συναντάμε σχεδόν καθημερινά σε όλες τις επιχειρηματικές, διακρατικές/διπλωματικές, αλλά και προσωπικές δραστηριότητες.

Σε επιχειρηματικό επίπεδο, οι επιχειρήσεις διαπραγματεύονται με προμηθευτές, πελάτες, προσωπικό, ανταγωνιστές, κτλ., προκειμένου να διεκδικήσουν τα αποτελέσματα που επιδιώκουν ή να αντιμετωπίσουν διεκδικήσεις ή αιτήματα των άλλων. Η διαπραγμάτευση έχει ευθύ αντίκτυπο στην κερδοφορία μιας επιχείρησης, μιας και μια επιτυχημένη διαπραγμάτευση κάνει τη διαφορά μεταξύ μιας οριακά αποδεκτής και μιας επιχειρηματικά βέλτιστης συμφωνίας.

Το ίδιο γίνεται και με τις διακρατικές/διπλωματικές διαπραγματεύσεις, όπου οι διαφορετικές πλευρές προσπαθούν να διεκδικήσουν πράγματα και καταστάσεις που τις ωφελούν, ενώ και σε προσωπικό επίπεδο διαπραγματεύσεις γίνονται σχεδόν καθημερινά (με την οικογένεια, τους φίλους, τους γνωστούς, τους συναδέλφους, τους συνεργάτες, κτλ).

Η διαπραγμάτευση ορίζεται ως η διαδικασία κατά την οποία δύο ή και περισσότερες πλευρές έρχονται σε επαφή για να συζητήσουν κοινά αλλά και αντικρουόμενα συμφέροντα με αντικειμενικό στόχο της επίτευξη μιας συμφωνίας, η οποία θα έχει θετικές προοπτικές για όλους τους συμμετέχοντες. Στη σημερινή εποχή, η αποτελεσματική διαπραγμάτευση αποτελεί απαραίτητη ικανότητα για την επιβίωση στον επιχειρησιακό κόσμο. Οι απαιτήσεις για υψηλές αποδόσεις, μείωση του κόστους, αλλά και ο περιορισμός των διαθέσιμων πόρων έχουν καταστήσει άκρως απαραίτητες τις διαπραγματευτικές ικανότητες. Οι αλλαγές στο επιχειρηματικό περιβάλλον και στην οργανωσιακή κουλτούρα των επιχειρήσεων καθιστούν πλέον έντονη την ανάγκη στελέχωσης των επιχειρήσεων με άτομα που έχουν αναπτύξει διαπραγματευτικές ικανότητες.

Η ικανότητα αποτελεσματικής διαπραγμάτευσης μπορεί να οδηγήσει στο κλείσιμο ευνοϊκών συμφωνιών, σε κερδοφόρες συνεργασίες και, κατά συνέπεια, σε βελτιωμένα οικονομικά αποτελέσματα μιας επιχείρησης. Σε ένα τόσο έντονο & ανταγωνιστικό περιβάλλον, οι επιχειρήσεις για να διασφαλίσουν τα συμφέροντα τους σε έναν ικανοποιητικό βαθμό, αναζητούν στελέχη, που να έχουν ανεπτυγμένες διαπραγματευτικές ικανότητες. Επίσης, τα στελέχη που αναπτύσσουν τις διαπραγματευτικές ικανότητες, μπορούν ευκολότερα να επιτύχουν κοινά αποδεκτές συμφωνίες («win-win»), προκειμένου να κερδίσουν ένα ποσοστό των διεκδικήσεων τους. Οι κοινά αποδεκτές συμφωνίες δημιουργούν πολλαπλά οφέλη, ενώ παράλληλα ενδυναμώνονται οι μελλοντικές συνεργασίες, αφού δεν προκαλούνται συναισθήματα απώλειας σε καμία από τις δύο πλευρές.

Είναι γεγονός, ότι οι διαπραγματευτικές ικανότητες κάθε διοικητικού στελέχους μιας επιχείρησης, αποτελούν σημαντικό πλεονέκτημα σχεδόν σε όλους τους κλάδους και επαγγέλματα. Η διαπραγμάτευση αποτελεί κυρίαρχο μέσο λήψης αποφάσεων, επίτευξης στόχων, επίλυσης προβλημάτων και παραγωγικής διαχείρισης διαφορών, στον επιχειρηματικό κόσμο. Όπως, άλλωστε, αναφέρει και ο Salacuse (2003), το κλειδί μιας επιτυχημένης διαπραγμάτευσης βρίσκεται στη φράση: «...φτιάξε σχέσεις, διαχειρίσου σχέσεις, διόρθωσε σχέσεις...!». Η απόκτηση γνώσεων και βάσεων αλλά και η συνεχής καλλιέργεια των διαπραγματευτικών ικανοτήτων ενός στελέχους, μέσα από τη θεωρία και την πράξη, συνιστούν ένα θεμελιώδες συστατικό της προσωπικής και επαγγελματικής επιτυχίας, ιδιαίτερα στην σημερινή εποχή.

Η efood και τα διδάγματα

Οι διανομείς νίκησαν, ο νόμος Χατζηδάκη παραμένει. Την ίδια ώρα όμως έγινε σαφές πως η νέα εποχή κρύβει προκλήσεις και παγίδες, όχι μόνο για τους εργαζόμενους, αλλά και για τις επιχειρήσεις

Η εξέλιξη της υπόθεσης με τους διανομείς της efood είναι γεγονός πως σκόρπισε χαμόγελα στους εργαζόμενους του τουρισμού-επισιτισμού, καθώς ο αγώνας τους στέφθηκε με επιτυχία και η επιχείρηση υποχρεώθηκε σε αναδίπλωση. Τα σχέδια για «ελεύθερους συνεργάτες» εγκαταλείφθηκαν και οι συμβάσεις μετατράπηκαν σε αορίστου χρόνου. Να σημειωθεί πως δικαίως χαρακτηρίστηκε νίκη για την πλευρά των εργαζομένων, αφού και οι συμβάσεις που υπήρχαν μέχρι εκείνη τη στιγμή ήταν, σύμφωνα με πληροφορίες τρίμηνες. Από αυτές τις τρίμηνες κάποια στελέχη της efood θεώρησαν πως απορρέουν αυξημένες υποχρεώσεις για την εταιρεία και προσπάθησε να μετατρέψει σε εργαζόμενους με μπλοκάκι όλους τους διανομείς.

Το ζήτημα όμως που παραμένει είναι πως η εταιρεία πρακτικά δεν προσπάθησε να κάνει κάτι μη σύννομο. Η όλη προσπάθειά της στηρίχθηκε στις διατάξεις του νέου νόμου Χατζηδάκη, παρά το γεγονός ότι ο υπουργός Εργασίας έριξε ευθύνες οπουδήποτε αλλού για το θέμα που εκτός από το νομικό πλαίσιο που προώθησε στη Βουλή και ψηφίστηκε από την κυβερνώσα παράταξη.

Με δεδομένες τις καθόλου ευνοϊκές συνθήκες που επικρατούν αυτή τη στιγμή για τους εργαζόμενους στον επισιτισμό – τουρισμό, ένα ερώτημα που προκύπτει είναι όχι το αν, αλλά το πότε και πού θα έχουμε ανάλογο κρούσμα μετατροπής των εργασιακών σχέσεων επί τα χείρω για τους εργαζόμενους.

Ένα σημαντικό δίδαγμα πάντως από αυτή την υπόθεση είναι ο μεγάλος ρόλος που έπαιξαν τα social media, αλλά και οι επιχειρηματικές κόντρες που πυροδοτήθηκαν από τα όσα εκτυλίχθηκαν στο διαδίκτυο. Η Rocket πλατφόρμα επίσης εστίασης επιχείρησε να προμοταριστεί τονίζοντας πως οι διανομείς της έχουν συμβάσεις αορίστου χρόνου. Η ίδια η efood μόλις είδε να παίρνει διαστάσεις το θέμα έκανε λόγο για επικοινωνιακό σφάλμα από πλευράς της.

Οι δύο αυτές αντιδράσεις δείχνουν δύο πράγματα που καλό είναι να τα προσέξουν τα σωματεία, αλλά να τα προσέξουν και οι επιχειρήσεις. Πρώτον ουδέν κρυπτόν στην εποχή του διαδικτύου. Δύσκολα μπορείς να κάνεις σκληρές επιλογές που πλήττουν ανθρώπους και να μη σε πάρουν «μυρωδιά». Δεύτερον η συμπίεση μισθών και λοιπών απολαβών (ασφαλιστικών, δώρων, αδειών κλπ) μπορεί να ηχούν πολύ «γλυκά» σε ΔΣ και αυτιά μετόχων όμως είναι πράγματα πολύ επικίνδυνα για το marketing. Διότι αυτό ακριβώς συνέβη στην παρούσα περίπτωση. Οι εργασιακές σχέσεις μετατράπηκαν σε αντικείμενο marketing. Θετικό για τη rocket, αρνητικό για την efood. Το κατά πόσο είναι δίκαιο αυτό ή άδικο για τις εταιρείες, κατά πόσο ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα λίγο ενδιαφέρον έχει. Σημασία έχει πως συνέβη. Αυτό είναι ένα «όπλο» που οι εργαζόμενοι δεν πρέπει να το αφήσουν ανεκμετάλλευτο.

Ένα ακόμη δίδαγμα είναι η αξία που έχει ο διάλογος. Πολλές επιχειρήσεις στον κλάδο διαμαρτύρονται πως δεν βρίσκουν εύκολα προσωπικό ικανό και σταθερό. Έχοντας ήδη αυτό το πρόβλημα δεν προχωράς σε τελεσίγραφα και έμμεσους εκβιασμούς. Η συζήτηση των δυσκολιών της εποχής με τους ίδιους τους εργαζόμενους, τα κίνητρα που μπορούν να δοθούν ή έστω η προοπτική για καλύτερες συνθήκες εργασίας στο μέλλον, μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο διαπραγμάτευσης και επίτευξης συμφωνίας.

Η κοινωνική ειρήνη είναι προϋπόθεση για την ανάπτυξη, αλλά διαταράσσεται όταν η ανάπτυξη αφορά αποκλειστικά λίγους και ύφεση με μείωση εισοδημάτων για τους πολλούς. Δυστυχώς όμως μετά και τη τραγική εμπειρία των μνημονίων, μετά την τεράστια ζημιά που έχει προκαλέσει η πανδημία, ακόμη κάποιοι θεωρούν πως η απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων δια ροπάλου είναι επιλογή με αναπτυξιακή προοπτική. Η ιστορία τους διαψεύδει ήδη…

Εναλλακτικός... Προορισμός

Γράφει ο
Ευάγγελος Κυριακού
Ειδικός Διαχείρισης Προορισμών

Η επόμενη ημέρα... ανοίγει την όρεξη

Ο τουρισμός και ο προορισμός είναι ζωντανός όλες τις εποχές του χρόνου. Είναι σαν τον κύκλο της ζωής όπου κάθε φορά η εξέλιξη είναι αποτέλεσμα της αναγέννησης

Ναι, έρχεται χειμώνας αλλά ακόμα είναι φθινόπωρο... Η φύση αλλάζει και δημιουργεί μοναδικά χρώματα ενώ ήδη τα τζάκια σε κάποια ορεινά χωριά καπνίζουν. Η Ελλάδα είναι μια μοναδική χώρα, με 365 ημέρες γεμάτες με διαφορετικές εικόνες και διαφορετικά συναισθήματα. Οι επιχειρήσεις μπορούν να κλείνουν και να ανοίγουν ωστόσο ο προορισμός οφείλει να είναι ζωντανός και ωφέλιμος, σε όλους αυτούς τους παράξενους επισκέπτες που έχουν την τάση να επισκέπτονται την Ελλάδα όλο το χρόνο.

Κάθε προορισμός που σέβεται τον εαυτό του οφείλει να επαναπροσδιορίσει την θέση του για την επόμενη ημέρα. Όπως δεν γίνεται να τρώτε μία φορά στις 4 ημέρες και ταυτόχρονα να διατηρείστε σε φόρμα με τον ίδιο τρόπο ένας προορισμός δεν μπορεί να «κλείνει», να «σφραγίζει» τις πόρτες, τις 3 από τις 4 εποχές του χρόνου. Έτσι αποδεικνύεται περίτρανα ότι προορισμός δεν είναι μόνο ένα Ξενοδοχείο ή ένα Εστιατόριο παρά μόνο τα εργαλεία που χρησιμοποιεί ένας επισκέπτης για να βιώσει μια ολοκληρωμένη κοινότητα ανθρώπων που του ασκεί έλξη με το φυσικό, το πολιτιστικό και το κοινωνικό περιβάλλον. Αυτός είναι ο λόγος που οι προορισμοί πρέπει να ασχοληθούν με την εικόνα τους και να ενθαρρύνουν τοπικές πρωτοβουλίες ανοικτές και οργανωμένες στους επισκέπτες καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου.

Ο τουρισμός και ο προορισμός είναι ζωντανός όλες τις εποχές του χρόνου. Είναι σαν τον κύκλο της ζωής όπου κάθε φορά η εξέλιξη είναι αποτέλεσμα της αναγέννησης. Οι επισκέπτες είναι κάπου εκεί έξω και περιμένουν την πρόσκλησή μας για να έρθουν να συμμετέχουν στην μυσταγωγία των δραστηριοτήτων κάθε τοπικής κοινωνίας. Χρειάζεται εξωστρέφεια είναι η αλήθεια και περισσότερο εμβάθυνση στην σχέση μας με τους επισκέπτες. Να διερευνήσουμε όχι μόνο αυτό που τους έφερε στο τόπο μας αλλά να τους ακούσουμε και κυρίως να τους νοιαστούμε μιας και οι περισσότεροι εναλλακτικοί επισκέπτες θέλουν να ζήσουν την διαφορετική για τους ίδιους, καθημερινότητα μας.

Σε λίγο λοιπόν που θα αρχίζουν να βράζουν τα καζάνια με τα τσίπουρα και τις τσικουδιές, σταδιακά τα φρούτα του χειμώνα θα κάνουν την εμφάνισή τους και τα μονοπάτια θα αλλάξουν χρώμα πάνω στην γήινη παλέτα, εκεί ακριβώς βρίσκονται οι ατελείωτες δυνατότητες κάθε προορισμού. Όπως ο διάολος κρύβεται στις λεπτομέρειες έτσι και η καθημερινότητα ενός προορισμού μπορεί επιτηδευμένα να κρύβει μοναδικές εμπειρίες για τους επισκέπτες.

Αυτό φυσικά χρειάζεται οργάνωση και προσεκτικό σχεδιασμό από εξειδικευμένους ανθρώπους που έχουν εντρυφήσει στην τουριστική λογική, την λογική του επισκέπτη ενώ παράλληλα μπορούν να χρησιμοποιήσουν την πρώτη ύλη του προορισμού και να εκπαιδεύσουν την τοπική κοινότητα ανθρώπων στην λογική της εμπειρίας. Η διαχείριση προορισμών και η εξειδίκευση είναι τα εργαλεία που βάζουν τους ανθρώπινους πόρους να λειτουργούν υπέρ του προορισμού και της τοπικής κοινωνίας. Χωρίς αυτά η επόμενη ημέρα θα έχει περισσότερο σκοτάδι ενώ αυτό που χρειαζόμαστε είναι φως για μια καλύτερη ημέρα στον Ελληνικό Τουρισμό.

> *Η διαχείριση προορισμών και η εξειδίκευση είναι τα εργαλεία που βάζουν τους ανθρώπινους πόρους να λειτουργούν υπέρ του προορισμού και της τοπικής κοινωνίας*

CBCI media

BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK

BCI 24

NEWS NETWORK

www.bci24news.com

info@bci24news.com